

دوره آموزشی مدیریت رسانه



تقویم آموزشی دوره‌ی مدیریت رسانه

مقدمه

تحولات حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه رسانه‌های نوین محیط گسترده و پیچیده‌ای را فراهم آورده که بر محور «یکپارچگی» و «همگرایی» سازمان یافته است؛ که در آن هم خدمات رسانه‌ای و هم خدمات غیر رسانه‌ای به شکل موازی در بستر رسانه‌های نوین فعالیت می‌کند. در واقع تحولات سریع و پیچیدگی‌های محیط رسانه‌ای جدید، عرصه جدیدی را در «مدیریت رسانه‌ای» ایجاد کرده که در آن کسب دانش مدیریت در حوزه‌های رسانه، کسب‌وکار و خدمات برای تمامی فعالان این حوزه به‌ویژه مدیران رسانه امری ضروری تلقی می‌شود. از سوی دیگر دادوستدهای محتوایی و خدماتی اعم از رسانه‌ای و غیر رسانه‌ای عرصه جدید را خلق کرده‌اند که از حوزه‌های مستقیم و رسمی تأثیرات خود فراتر رفته و آن تأثیرات فرهنگی و اجتماعی را به ساحت پنهان زندگی کشانده و در نهایت تغییر «سبک زندگی» را هدف گرفته است و کاربران را بر روی یک پلتفرم به‌گونه‌ای قرار داده که کاربران بدون توجه به جایگاه بومی خودشان با هنجارهای جهانی به تبادل می‌پردازند؛ حال آنکه به دلیل داشتن زمینه‌های فرهنگی متفاوت، هر کشوری باید متناسب با شرایط فرهنگی و اجتماعی خود مواجهه صحیحی را مبتنی بر ارزش‌های بومی با این فضای نوپدید رسانه‌ای داشته باشد. اینجاست که ضرورت وجود مدیرانی که با درک صحیح از تحولات، فضای رسانه‌ای کشور را در انطباق هرچه بیشتر با اهداف کلان الگوی ایرانی-اسلامی پیشرفت هدایت کنند، بیش‌ازپیش احساس می‌شود.

ردیف	نام درس	تعداد ساعت		تعداد فراگیران	ساعت برگزاری
		نظری	عملی		
۱	مدیریت در رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر	۴	۴	۶۴	۹ تا ۱۳
۲	اقتصاد دیجیتال: اقتصاد پلتفرمی در رسانه‌های مجازی	۴	۴	۶۴	۹ تا ۱۳
۳	بازاریابی و برندینگ در رسانه‌های جدید	۴	۴	۶۴	۹ تا ۱۳
۴	نگاهی به سپهر رسانه‌ای نوین و سناریوهای آینده‌ی محتوا در رسانه‌های آنلاین	۴	۴	۶۴	۹ تا ۱۳
۵	حقوق ارتباطات فراگیر	۴	۴	۶۴	۹ تا ۱۳
۶	مالکیت فکری در عصر دیجیتال	۴	۴	۶۴	۹ تا ۱۳
۷	سیاست‌های فرهنگی در محیط دیجیتال	۴	۴	۶۴	۹ تا ۱۳
۸	استراتژی‌های تولید توزیع محتوا در رسانه‌های جدید	۴	۴	۶۴	۹ تا ۱۳

شیوه‌ی برگزاری: به صورت مجازی از طریق سامانه‌ی مدیریت یادگیر (LMS) دانشگاه صدا و سیما

آموزش غیر حضوری

دوره مدیریت رسانه در فضای مجازی بر بستر سیستم مدیریت یادگیری یا سامانه آموزش مجازی (LMS) دانشگاه صدا و سیما اجرا خواهد شد. این کارگاه‌ها با نظارت اساتید مجرب به منظور مهارت افزایی دانش‌پذیران از طریق انجام تمرین‌های نقش‌آفرینی اجرا می‌شود.

نحوه‌ی برگزاری دوره‌ی آموزشی مدیریت رسانه

سیستم آموزشی در آموزش سازمان تنظیم مقررات بر اساس یک نظام پودمانی استوار گردیده، اجرای دوره آموزشی مدیریت رسانه کوتاه مدت بوده و زمان اجرای آن ۸۸ ساعت آموزشی در نظر گرفته شده است.

ویژگی‌های دوره آموزشی مدیریت رسانه

- ۱- تأکید بر رسانه‌های حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی
- ۲- الگوبرداری (benchmarking) از اقدامات و تجربیات آموزشی در سطح ملی و بین‌المللی در حوزه مدیریت در رسانه‌ای جدید
- ۳- توجه به ملاحظات بومی و هنجاری
- ۴- انطباق و پیوستگی سرفصل‌های آموزشی با حوزه فعالیت فعالان حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی
- ۵- توجه به نیازهای عمومی و تخصصی مدیران رسانه
- ۶- توجه به اهداف و سیاست‌های کلی سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی در طراحی دوره

چرا آموزش مدیریت رسانه لازم و ضروری است؟

- ۱- یادگیری اصول بکارگیری تئوری‌های مدیریتی در حوزه‌های مدیریت کسب و کار، مدیریت تولید و توزیع پیام و اقتصاد رسانه
- ۲- کسب فهم عمیق از مسئولیت‌های اجتماعی و روابط متقابل میان حاکمیت، رسانه و جامعه
- ۳- افزایش دانش حقوقی در زمینه‌ی انتشار محتوا در رسانه‌های صوت و تصویر همچنین حقوق مالکیت فکری

اهداف

- ۱- آشنایی مدیران رسانه با مقررات، دستورالعمل‌ها و ضوابط محتوایی حوزه صوت و تصویر
- ۲- افزایش اثربخشی و کارایی در ارائه محتوا و خدمات صوت و تصویر از طریق توسعه بینش، دانش و مهارت‌های مدیران رسانه
- ۳- ایجاد تعادل درست بین نظام هنجاری رسانه‌ای، کسب‌وکار رسانه و نیاز کاربران از طریق آموزش مدیران رسانه
- ۴- ارتقاء سطح دانش و مهارت مدیران رسانه‌های مجازی در کشور و تکمیل آگاهی‌های علمی و تجربی آنان با تجربه‌های علمی- عملی موجود سازمان صداوسیما به منظور پویایی محیط‌های کار در رسانه‌های متبوع خود.

مطالعات موردی

- بررسی روش‌ها و استراتژی‌های تولید محتوا در رسانه‌های نوین
- بررسی مقررات عمومی حفاظت از داده‌ها GDPR اتحادیه اروپا
- مقایسه تطبیقی قوانین و مقررات حاکم بر محتوای رسانه‌ها در ایران و سایر کشورها
- بررسی حقوق مالکیت فکری در زمینه محتوای صوتی و تصویری رسانه‌ها در ایران
- بررسی نقش‌ها و مهارت‌های مدیریتی در رسانه‌های کاربر محور و ناشر محور
- بررسی دسته‌بندی موضوعی محتوا و رده‌های سنی متناسب با آن؛ مطالعه موردی اتحادیه اروپا، انگلستان و آمریکا



مخاطبان دوره

- مدیران رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر
- فعالان حوزه رسانه‌های جدید

استادان دوره

مزایای شرکت در دوره

دکتر باقر انصاری

عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
[حقوق ارتباطات فراگیر]



دکتر سمیه لبافی

عضو هیئت علمی پژوهشگاه ایرانداک
[مدیریت در رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر]



دکتر محمدباقر اصغری

پژوهشگر و مدرس دانشگاه شهید بهشتی
[مالکیت فکری در عصر دیجیتال]



دکتر حسین میرزاپور

معاون پژوهشکده سیاستگذاری دانشگاه شریف
[مدیریت اقتصادی و کسب و کار رسانه‌ای]



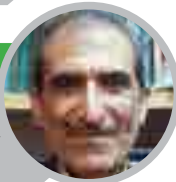
دکتر احسان شاه قاسمی

عضو هیئت علمی دانشگاه تهران
[سیاست‌های فرهنگی در محیط دیجیتال]



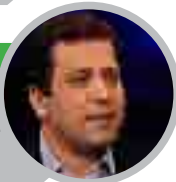
دکتر امید جهانشاهی

پژوهشگر و مدرس دانشگاه
[بازاریابی و برندینگ در رسانه‌های جدید]



دکتر احسان پوری

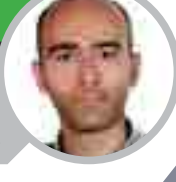
معاون مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه
[استراتژی‌های تولید توزیع محتوا در رسانه‌های جدید]



مدیریت مطالعات تنظیم‌گری

دکتر محمد مهدی مولایی

پژوهشگر و مدرس دانشگاه
[نگاهی به سپهر رسانه ای نوین و جایگاه تنظیم‌گری در آن]



- ۱- آموزش و یادگیری براساس استاندارد های روز دنیا
- ۲- بهره گیری از تجارب ارزشمند اساتید و اعضای هیات علمی دانشگاه‌ها در حوزه مدیریت رسانه
- ۳- ارتباط پویا و موثر با دیگر فعالان حوزه صوت و تصویر فراگیر
- ۴- دریافت گواهینامه از دانشگاه صدا و سیما



دریافت گواهینامه‌ی پایان دوره

براساس تفاهم نامه ای که سازمان تنظیم مقررات با دانشگاه صدا و سیما منعقد کرده است فراگیرانی که در این دوره آموزشی شرکت می نمایند در پایان دوره مدرک معتبری از سوی دانشگاه صدا و سیما به آنها اعطا خواهد شد.