

کارشناسی حرفه ای روابط عمومی – امور رسانه

مقدمه:

روابط عمومی علم و هنری است که در جهت گسترش تفاهم، دستیابی به اعتمادی دراز مدت بین سازمان و مخاطبان وظیفه بهره گیری از مشارکت مردم در جهت تحقق اهداف سازمانی را میسر می سازد. دسترسی به اطلاعات امروز از جمله حقوق اولیه شهروندان محسوب می شود بنابراین یکی از مهمترین وظایف روابط عمومی ایجاد بستر سالم – سریع و روان برای دستیابی شهروندان هر جامعه به اطلاعات مورد نیاز آسان می باشد ساخت این بستر در جوامع اطلاعاتی بسیار ساده و سهل تر از جوامع سنتی است. پاسخگویی و تنویر افکار عمومی نسبت به عملکردها و فعالیتها، ماهیت وجودی روابط عمومی را تشکیل می دهد. روابط عمومی با ایجاد تعامل دوسویه میان یک مجموعه و شهروندان از طریق به کارگیری شیوه های حرفه ای و منطقی می تواند روند اطلاع رسانی و پاسخگویی به مطالبات را در راستای مشتری مداری و مخاطب محوری هموار سازد.

تعریف و هدف:

دوره کارشناسی حرفه ای روابط عمومی با گرایش امور رسانه در قالب آموزشهای علمی – کاربردی به برنامه درسی اطلاق می شود که دانشجویان با کسب مجموعه ای از دانش و مهارتهای علمی و کاربرد آن در حوزه های روابط عمومی بتوانند وظایف خود را به نحو مطلوب انجام دهند.

ضرورت و اهمیت:

روابط عمومی در ساختار سازمانی نقش متنوع و چند بعدی دارد. از این لحاظ روابط عمومی ها نیازمند به کارگیری نیروی کارشناسی در حوزه های متفاوت روابط عمومی می باشند. به همین منظور رشته روابط عمومی با گرایش امور رسانه تدوین شده است.

روابط عمومی ها و رسانه ها با یک رویکرد مشترک اطلاع رسانی در جهت ارتقای سطح آگاهی مردم و مخاطبان، همواره نیاز به تعامل و پویایی بیشتر در حوزه اطلاع رسانی مشترک دارند. درک مشترک انتظارات و محدودیتهای رسانه ها و روابط عمومی از حوزه عملکرد وظایف سازمانی و پذیرش این مهم که رکن اطلاع رسانی و پذیرش آن از سوی مخاطبان در گرو اعتماد سازی می باشد. می تواند در جهت تعمیق مناسبات سالم و سازنده را فراهم سازد که ایجاد این بستر و تحقق این امر از وظایف خطیر کارشناس حرفه ای است.

قابلیت ها و مهارت های مشترک فارغ التحصیلان:

- الف - تجزیه و تحلیل رخدادهای و ارائه راه حل بهینه
- ب - برنامه ریزی انجام کار و هدایت کار گروهی
- پ - مدیریت و آموزش افراد تحت سرپرستی و انتقال اطلاعات فنی
- ت - بهبود و مستندسازی فرایندهای انجام کار و ارائه گزارش نتایج فعالیت ها
- ث - کارآفرینی، خلق و راه اندازی عرصه های جدید کسب و کار
- ج - برقراری ارتباط مؤثر در محیط کار
- چ - برنامه ریزی به منظور رعایت الزامات بهداشت، ایمنی و محیط زیست (HSE)
- ح - برنامه ریزی به منظور رعایت اخلاق حرفه ای
- خ - تصمیم سازی و تصمیم گیری بخردانه
- د - تفکر نقادانه و اقتضایی
- ذ - خلاقیت و نوآوری

قابلیت ها و توانمندیهای حرفه ای فارغ التحصیلان:

- ایده پردازی تبلیغات داشته باشد و بتواند سناریوی تبلیغی بنویسد.
- نظارت و کنترل اجرای ایده ها داشته باشد.
- روشهای هنری را در محتوای تبلیغات به کار بندد.
- پیام های تبلیغاتی را در جامعه معنایابی کند.
- بتواند با شبکه های اجتماعی کار کند.
- مدیریت به منظور فراهم نمودن مشارکت اجتماعی برای اهداف توسعه کشور را داشته باشد.
- برنامه ریزی و ارزیابی، تشکیلات و سازماندهی، بودجه بندی مناسب برای روابط عمومی انجام دهد.
- مقاله بنویسد.
- قادر به تهیه جوابیه و پاسخگویی به رسانه ای گوناگون باشد. و متن سخنرانی برای مدیر ارشد سازمان را تهیه نماید.
- تاکتیکهای رسانه ای را بشناسد. با توانمندیهای رسانه ای نوین آشنا شود.
- توانایی مانیتورینگ رسانه های خارجی و تحلیل آنها را داشته باشد.
- با تاثیرات رسانه ها بر مخاطبان و جامعه آشنا باشد.

مشاغل قابل احراز:

- کارشناس تبلیغات - امور رسانه

- مدیر روابط عمومی

- کارشناس مراسم

- کارشناس امور رسانه ای

کارشناسی حرفه ای روابط عمومی - آموزش رسانه

ردیف	نوع درس	تعداد واحد		ساعت		پیش نیاز	هم نیاز
		نظری	عملی	نظری	عملی		
عمومی	۱	اندیشه اسلامی ۲	۲	۰	۳۲	-	-
	۲	انقلاب اسلامی ایران	۲	۰	۳۲	-	-
	۳	تاریخ تحلیلی صدر اسلام	۲	۰	۳۲	-	-
	۴	تفسیر موضوعی قرآن	۲	۰	۳۲	-	-
	۵	تربیت بدنی ۲	۰	۱	-	۳۲	-
جمع کل		۹ واحد					
مهارت های مشترک	۱	مدیریت کسب و کار و بهره وری	۲	۰	۳۲	-	-
	۲	اصول و فنون مذاکره	۲	۰	۳۲	-	-
	۳	مدیریت مراکز و سازمانهای فرهنگی	۲	۰	۳۲	-	-
جمع کل		۶ واحد					
پایه	۱	سواد هنری	۲	۰	۳۲	-	-
	۲	نظریه های ارتباط جمعی	۲	۰	۳۲	-	-
	۳	تحولات اجتماعی ایران معاصر	۲	۰	۳۲	-	-
جمع کل		۶ واحد					
اصلی	۱	هنر و رسانه	۱	۱	۱۶	۳۲	-
	۲	ارتباطات سیاسی	۲	۰	۳۲	-	-
	۳	کارگاه عکاسی و فیلمبرداری	۰	۱	-	۴۸	-
	۴	فناوری نوین ارتباطی	۲	۰	۳۲	-	-
	۵	زبان تخصصی	۲	۰	۳۲	-	-
	۶	سواد رسانه ای	۱	۱	۱۶	۳۲	-
جمع کل		۱۱ واحد					
تخصصی	۱	شیوه های اقناع و تبلیغ	۱	۱	۱۶	۳۲	سواد هنری
	۲	شبکه های اجتماعی	۱	۱	۱۶	۳۲	فن آوری نوین ارتباطی
	۳	برگزاری جشنواره ها، سمینارها و نمایشگاهها	۱	۱	۱۶	۳۲	-
	۴	برنامه ریزی و بودجه در روابط عمومی	۲	۰	۳۲	-	-
	۵	مدیریت راهبردی در سازمان	۱	۱	۱۶	۳۲	-
	۶	قوانین و مقررات در روابط عمومی	۲	۰	۳۲	-	-
	۷	ارتباطات بین الملل	۱	۱	۱۶	۳۲	نظریه های ارتباط جمعی
	۸	روزنامه نگاری نوین	۱	۱	۱۶	۳۲	-
	۹	پوشش خبری	۱	۱	۱۶	۳۲	نظریه های ارتباط جمعی
	۱۰	اقتصاد رسانه	۲	۰	۳۲	-	-
	۱۱	شیوه های جستجو در سایتهای خبری	۱	۱	۱۶	۳۲	فناوری های نوین ارتباطی
	۱۲	سیاست خبری	۱	۰	۳۲	-	-
	۱۳	مقاله و گزارش نویسی	۱	۱	۱۶	۳۲	-
	۱۴	اصول و فنون مصاحبه	۱	۱	۱۶	۳۲	-
جمع کل		۲۸ واحد					
آموزش در محیط کار	۱	کاربینی (بازدید)	۰	۱	-	۳۲	-
	۲	کارورزی ۱	۰	۲	-	۲۴۰	-
	۳	کارورزی ۲	۰	۲	-	۲۴۰	-
جمع کل		۵ واحد					
جبرانی	۱	اصول روابط عمومی	۱	۱	۱۶	۳۲	-
	۲	افکار عمومی	۱	۱	۱۶	۴۸	-
	۳	مبانی ارتباط جمعی	۱	۱	۱۶	۳۲	-
	۴	اصول خبر نویسی	۱	۱	۱۶	۳۲	-
جمع کل		۸ واحد					

ردیف	نوع درس	تعداد واحد
۱	عمومی	۹
۲	مهارت های مشترک	۶
۳	پایه	۶
۴	اصلی	۱۱
۵	تخصصی	۲۸
۶	جبرانی	۸
۷	آموزش کار در محیط	۵
جمع کل واحد		۷۳ واحد

لازم به ذکر است دانشجویانی که دروس کارآفرینی ، کاربرد فناوری اطلاعات و دانش خانواده و جمعیت را در مقطع کاردانی پاس نکرده اند، باید این دروس را در مقطع کارشناسی بگذرانند.

کاردانی های مرتبط : امور فرهنگی ، روابط عمومی ، کتابداری ، فعالیت های فرهنگی و هنری کلیه الباقی رشته ها به صورت غیر مرتبط بوده و ملزم به گذراندن دروس جبرانی هستند.