



دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی  
گروه آموزشی: کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی /  
رشته ژورنالیسم پزشکی  
سال تحصیلی: نیمسال اول ۱۴۰۵-۱۴۰۴

<b>مشخصات درس</b>
عنوان درس: مفاهیم و نظریه های ارتباط جمعی
شماره درس: ۶۱۴۶۵۰۲۲
تعداد و نوع واحد: ۲
رشته و مقطع تحصیلی: ژورنالیسم پزشکی، کارشناسی ارشد
ساعت اجرا: یکشنبه ساعت ۸ تا ۱۰
پیش نیاز درس: خبر و فیچرنویسی در حیطه پزشکی
<b>مسئول درس</b>
نام و نام خانوادگی: ..... (مسئول درس) و دکتر فائزه تقی پور
آدرس دفتر و شماره تماس: دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) - دانشکده علوم انسانی
آدرس پست الکترونیکی: Faezeh.taghipour@gmail.com
<b>اهداف و روش‌ها</b>
هدف کلی درس: : آشنایی دانشجویان با نظریه ها و مبانی علم ارتباطات و رسانه
<b>اهداف رفتاری:</b>
۱. دانشجو بتواند مبانی اصلی رسانه را تعریف کند
۲. دیدگاه‌های پیرامون مفاهیم ارتباط و اطلاع‌رسانی از طریق رسانه را تبیین کند.
۳. مدل‌های ارتباطی را شناسایی و کاربرد آن را تحلیل نمایند.
۴. پیشینه پژوهش در زمینه ارتباطات جمعی و رسانه را تبیین نمایند.
<b>روش تدریس:</b> پرسش و پاسخ، حل تمرین، پیگیری و ارائه گزارش پروژه
<b>وسایل و تجهیزات آموزشی مورد نیاز:</b> وایت‌برد و پروژکتور
نحوه ارزشیابی تکالیف و تمرینات: هر هفته سوال پرسیده می‌شود - هر هفته یک مقاله داخلی و یک مقاله خارجی استخراج شده و دانشجو موظف است مبانی نظری آنرا تحلیل کند.
<b>سیاست‌ها و قوانین درس:</b> مشارکت در کلاس: زمینه سازی جهت اظهار نظر دانشجویان در کلاس درس و تشویق به یادگیری مشارکتی؛ حضور و غیاب و تأخیر: ۱. پیگیری علل غیبت یا تأخیر دانشجو، ۲. ارائه تذکر شفاهی و اعمال سیاست‌های اصلاحی در صورت موجه نبودن غیبت و تأخیر
<b>منابع درس</b>

منبع یا منابع اصلی: کتاب تحقیق در اثرات رسانه-فائزه تقی پور و وحید ییکتاشی-انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی  
 کتاب کتاب نظریه های رسانه - نویسنده:سیدمحمد مهدی زاده - انتشارات:انتشارات همشهری  
 منابع مفید و کمکی  
 کتاب نظریه ها و پژوهش های ارتباط جمعی - نویسنده:الکسیس تن-مترجم:نعیم بدیعی  
 انتشارات:انتشارات همشهری  
 کتاب نظریه های رسانه های جدید اثر دنیز پنگین ترجمه علی اصغیر کیا نشر علوم خبری  
 کتاب مسایل سازمانهای رسانه ای-فائزه تقی پور و وحید ییکتاشی - جهاد دانشگاهی

#### جدول زمان بندی درس

جلسه	موضوع	مدرس
اول	بررسی تاریخ رسانه ها و تبیین پیشینه های ارتباطی	
دوم	بررسی نظریه های پیرامون افکار عمومی و رسانه	
سوم	پژوهش در زمینه اثر رسانه ها	
چهارم	دیدگاههای پیشگامان و اندیشمندان نسل اول رسانه های ارتباط جمعی	
پنجم	نقش وسایل ارتباط جمعی در آموزش و اطلاع رسانی به موقع	
ششم	نقش وسایل ارتباط جمعی در انتشار خبر و تولید محتوا	
هفتم	نقش وسایل ارتباط جمعی در سبک زندگی و شکل دهی به افکار	
هشتم	دیدگاههای دانشمندان و کارشناسان پیرامون نقش وسایل ارتباط جمعی در جهان سوم	
نهم	عوامل تاثیر گذار در پذیرش پیام و متقاعدسازی	
دهم	گونه شناسی و دسته بندی مخاطب براساس تمایزات رسانه ای	
یازدهم	ساخت سازمان و مدیریت وسایل ارتباط جمعی	
دوازدهم	روش های پژوهش در حوزه ارتباط جمعی و تولید محتوای رسانه	
سیزدهم	تبیین نظام سیاسی و اجتماعی - فرهنگی و طبقات اجتماعی	
چهاردهم	مطالعات انتقادی در حوزه ارتباطات مبتنی بر مکاتب روانشناختی و جامعه شناسی	
پانزدهم	ورود به رویکردهای جدید ارتباطات مجازی یا شبکه ای	
شانزدهم	آشنایی با انواع شبکه های اجتماعی و خصوصیات کاربری	
هفدهم	آینده پژوهی تکنولوژی های نوین ارتباطی	