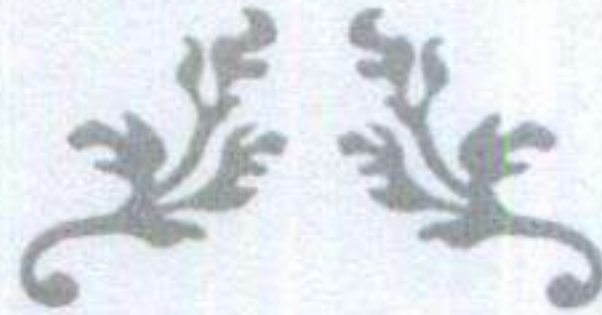




جمهوری اسلامی ایران  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
شورای عالی گسترش و برنامه‌ریزی آموزش عالی



برنامه درسی رشته

## روابط عمومی

PUBLIC RELATIONS

مقطع کارشناسی



بر اساس مصوبه جلسه شورای برنامه ریزی درسی دانشگاه در تاریخ ۱۴۰۳/۰۸/۲۶ به تصویب رسید.

دکتر شجاع احمدوند

سرپرست دانشگاه



دانشگاه علامه طباطبائی





جمهوری اسلامی ایران  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
شورای عالی گسترش و برنامه‌ریزی آموزش عالی

برنامه درسی رشته

## روابط عمومی

PUBLIC RELATIONS

مقطع کارشناسی

مجری طرح

دکتر حسین علی افخمی دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی

با مشارکت اعضای گروه آموزشی روابط عمومی:

|                           |                                                  |
|---------------------------|--------------------------------------------------|
| دکتر سیدرضا نقیب السادات  | دانشیار و عضو هیات علمی دانشگاه. علامه طباطبائی  |
| دکتر علیرضا عبداللہی نژاد | دانشیار و عضو هیات علمی دانشگاه. علامه طباطبائی  |
| دکتر قدسی بیات            | استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی  |
| دکتر رضا صابری            | استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه. علامه طباطبائی |
| دکتر سبحان یحیایی         | استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه. علامه طباطبائی |



دانشگاه علامه طباطبائی



## جداول تغییرات

### الف - تغییر در عناوین درس‌ها

| ردیف | برنامه قبلی                              | برنامه بازنگری شده            |
|------|------------------------------------------|-------------------------------|
| ۱    | کاربرد رایانه در علوم ارتباطات           | کاربرد رایانه                 |
| ۲    | روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی            | روشهای پژوهش در ارتباطات جمعی |
| ۳    | آمار در علوم اجتماعی                     | آمار استنباطی                 |
| ۴    | اصول اقناع و تبلیغ سیاسی                 | اصول اقناع                    |
| ۵    | افکار عمومی و وسائل ارتباط جمعی          | افکار عمومی                   |
| ۶    | تحلیل محتوای پیامهای ارتباطی             | روش تحلیل محتوا               |
| ۷    | تکنولوژی های ارتباطی                     | تکنولوژی رسانه ها             |
| ۸    | شیوه نگارش فارسی در مطبوعات              | شیوه نگارش فارسی در رسانه ها  |
| ۹    | طرح و برنامه ریزی در روابط عمومی         | برنامه ریزی روابط عمومی       |
| ۱۰   | گرافیک و صفحه آرایی در مطبوعات           | اصول گرافیک و طراحی           |
| ۱۱   | نظریه های ارتباطات اجتماعی               | نظریه های ارتباطات جمعی       |
| ۱۲   | مبانی آرشیو و اطلاع رسانی در روابط عمومی | آرشیو روابط عمومی             |
| ۱۳   | آشنایی با حرفه های ارتباطی               | آشنایی با حرفه روابط عمومی    |

### ب - لیست دروس اضافه شده

| ردیف | نام درس                           | تعداد واحد | نوع درس | ملاحظات |
|------|-----------------------------------|------------|---------|---------|
| ۱    | ادبیات معاصر ایران                | ۲          | پایه    |         |
| ۲    | نظریه های جامعه اطلاعاتی          | ۲          | تخصصی   |         |
| ۳    | طراحی وب                          | ۲          | تخصصی   |         |
| ۴    | روزنامه نگاری خبری                | ۲          | تخصصی   |         |
| ۵    | روابط عمومی عملی (iii) رویدادها   | ۲          | تخصصی   |         |
| ۶    | روابط عمومی بصری                  | ۲          | تخصصی   |         |
| ۷    | عکاسی خبری                        | ۲          | تخصصی   |         |
| ۸    | اصول کارآفرینی                    | ۲          | مهارتی  |         |
| ۹    | کاربینی                           | ۱          | مهارتی  |         |
| ۱۰   | اخلاق حرفه ای در روابط عمومی      | ۲          | اختیاری |         |
| ۱۱   | سمینار مسائل روابط عمومی ایران    | ۲          | اختیاری |         |
| ۱۲   | ارتباطات شفاهی                    | ۲          | اختیاری |         |
| ۱۳   | ارتباطات غیر کلامی                | ۲          | اختیاری |         |
| ۱۴   | تحلیل برنامه های رادیو- تلویزیونی | ۲          | اختیاری |         |
| ۱۵   | مبانی انسان شناسی                 | ۲          | اختیاری |         |
| جمع  |                                   | ۳۱         |         |         |





پ- لیست دروس حذف یا ادغام شده

| ردیف | نام درس               | تعداد واحد | نوع درس | ملاحظات                                        |
|------|-----------------------|------------|---------|------------------------------------------------|
| ۱    | روشهای عملی تحقیق     | ۲          | پایه    | در درس روشهای پژوهش در ارتباطات جمعی ادغام شد. |
| ۲    | جامعه‌شناسی شهری      | ۲          | اختیاری | حذف شد *                                       |
| ۳    | تأمین و رفاه اجتماعی  | ۲          | اختیاری | حذف شد *.                                      |
| ۴    | تغییرات اجتماعی       | ۲          | اختیاری | حذف شد *.                                      |
| ۵    | مبانی جمعیت‌شناسی     | ۲          | اختیاری | حذف شد *.                                      |
| ۶    | تکنیک‌های روابط عمومی | ۲          | تخصصی   | در درس برنامه ریزی روابط عمومی ادغام شد.       |
| جمع  |                       | ۱۲         |         |                                                |

ت : لیست دروس همراه با تغییر محتوا (شرح درس) یا منابع

| ردیف | نام درس                            | تعداد واحد | نوع درس | ملاحظات                                     |
|------|------------------------------------|------------|---------|---------------------------------------------|
| ۱    | مبانی جامعه‌شناسی                  | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۲    | مبانی تاریخ اجتماعی ایران          | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۳    | کاربرد رایانه                      | ۲          | پایه    | تغییر عنوان، منابع و شرح درس به روز شد.     |
| ۴    | مبانی روان‌شناسی                   | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۵    | آمار مقدماتی                       | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۶    | اصول علم اقتصاد                    | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۷    | روان‌شناسی اجتماعی                 | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۸    | آمار استنباطی                      | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۹    | مبانی علم سیاست                    | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۱۰   | اصول سازمان و مدیریت               | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۱۱   | کلیات حقوق                         | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۱۲   | نظریه‌های جامعه‌شناسی              | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۱۳   | اقتصاد ایران                       | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۱۴   | اصول روابط و سازمان‌های بین‌المللی | ۲          | پایه    | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۱۵   | مبانی ارتباطات انسانی              | ۳          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۱۶   | مبانی ارتباطات جمعی                | ۳          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۱۷   | ارتباطات تصویری                    | ۲          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۱۸   | روش‌های پژوهش در ارتباطات جمعی     | ۳          | تخصصی   | تغییر عنوان، از پایه به تخصصی، و به روز شدن |
| ۱۹   | ارتباطات سیاسی                     | ۳          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۲۰   | ارتباطات بین‌المللی                | ۳          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۲۱   | ارتباط با رسانه‌ها                 | ۲          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۲۲   | مبانی ارتباطات و توسعه             | ۲          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                  |
| ۲۳   | اصول تبلیغات بازرگانی              | ۲          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                  |



| ردیف   | نام درس                             | تعداد واحد | نوع درس | ملاحظات                                                |
|--------|-------------------------------------|------------|---------|--------------------------------------------------------|
| ۲۴     | اصول روابط عمومی                    | ۳          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۲۵     | حقوق ارتباطات جمعی                  | ۲          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۲۶     | روابط عمومی الکترونی                | ۳          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۲۷     | روابط عمومی عملی (i) گزارش و نگارش  | ۳          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۲۸     | روابط عمومی عملی (ii) انتشارات      | ۳          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۲۹     | زبان تخصصی (i): ارتباطات            | ۲          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۳۰     | زبان تخصصی (ii) متون روابط عمومی    | ۲          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۳۱     | مدیریت و روابط عمومی                | ۳          | تخصصی   | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۳۲     | کارآموزی                            | ۲          | مهارتی  | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۳۳     | اصول بازاریابی                      | ۲          | اختیاری | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۳۴     | ارتباطات میان فرهنگی                | ۲          | اختیاری | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۳۵     | اندیشه های سیاسی معاصر              | ۲          | اختیاری | جایجایی از پایه به اختیاری، منابع و شرح درس به روز شد. |
| ۳۶     | آشنایی با حرفه روابط عمومی          | ۲          | اختیاری | اصلاح عنوان، منابع و شرح درس به روز شد.                |
| ۳۷     | پروژه                               | ۲          | اختیاری | کاهش تعداد واحد از ۳ به ۲ و منابع به روز اضافه شد.     |
| ۳۸     | جامعه شناسی سیاسی                   | ۲          | اختیاری | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۳۹     | حقوق اساسی                          | ۲          | اختیاری | جایجایی از پایه به اختیاری، منابع و شرح درس به روز شد. |
| ۴۰     | رفتار سازمانی                       | ۲          | اختیاری | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۴۱     | روزنامه نگاری رادیویی و تلویزیونی   | ۲          | اختیاری | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۴۲     | سازمانهای اداری ایران               | ۲          | اختیاری | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۴۳     | کلیات برنامه ریزی اجتماعی و اقتصادی | ۲          | اختیاری | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۴۴     | ارشيو روابط عمومی                   | ۲          | اختیاری | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| ۴۵     | امور بازرگانی                       | ۲          | اختیاری | منابع و شرح درس به روز شد.                             |
| جمع کل |                                     | ۹۸         |         |                                                        |





# فصل اول

## کلیات



دانشگاه علامه طباطبائی



# فصل اول

## مشخصات کلی برنامه درسی

### دوره کارشناسی رشته روابط عمومی (Public Relations)

#### الف) مقدمه

بنا بر ضرورت تحول در نظام آموزشی کشور و نقش روز افزون فن آوری های ارتباطی در روابط اجتماعی در دو سطح ملی و بین المللی و با توجه به اهمیت و جایگاه علوم ارتباطات در بین رشته های مختلف علوم اجتماعی، طرح تربیت کارشناسان ورزیده در رشته روابط عمومی در نظام آموزش عالی در سطح کارشناسی تهیه شده است. این برنامه نسخه بازنگری شده از برنامه مصوب سال ۱۳۸۳ است.

#### ب) مشخصات کلی، تعریف و اهداف

روابط عمومی یکی از حوزه های تخصصی علوم ارتباطات است و در مفهوم کاربردی، یکی از اعمال مدیریت است که مدیر به وسیله آن ضمن شناخت افکار عمومی و به منظور ایجاد حسن رابطه و تفاهم متقابل بین سازمانها و عموم، برنامه های ارتباطی را طرح ریزی، اجرا و ارزشیابی می کند. لذا برای تربیت متخصصانی که پاسخگوی نیازهای ارتباطی، آموزشی، پژوهشی و ترویجی در سطح وسیع جامعه باشند، دوره کارشناسی رشته روابط عمومی مورد بازنگری قرار می گیرد. آموزش دانشگاهی آن در جهان قدمتی یک صد ساله دارد و در ایران تدریس آن از سال ۱۳۴۶ آغاز شده است.

#### پ) ضرورت و اهمیت

توسعه روز افزون ارتباطات و شبکه های رسانه ای از نیازهای مبرم جوامع معاصر است. نیاز به کارشناسان توانمند که بتوانند از ابزارها و کانالهای ارتباطی به نحو مطلوب استفاده کنند، همواره در حال افزایش است. تربیت نیروی متخصص در سطح کارشناسی و بالاتر دارای فواید زیر است:

۱- به نیاز مبرم کشور برای تربیت متخصصان روابط عمومی، به منظور خدمت در دفاتر روابط عمومی و ارتباطات سازمانی بخشهای دولتی، خصوصی و تعاونی و دفاتر فرهنگی و مطبوعاتی خارج از کشور در جهت پیشبرد برنامه های توسعه ای کشور پاسخ می دهد.





۲- متخصصان فارغ التحصیل این رشته می‌توانند علاوه بر خدمت در جهت بهبود و پیشرفت نظام ارتباطی در داخل کشور، به نیازهای ارتباطی، انتشاراتی و تبلیغاتی در سطح بین‌المللی نیز پاسخ دهند.

۳- ضرورت توسعه آموزش عمومی، دانمی و موازی شهروندان در جوامع معاصر که در فلسفه روابط عمومی نهفته است موجب ترویج فرهنگ نوع دوستی، افزایش سرمایه فرهنگی و اجتماعی در جامعه خواهد شد.

در نیم قرن گذشته، اغلب کشورها و به توصیه انجمن بین‌المللی روابط عمومی در برنامه درسی دانشگاهی رشته روابط عمومی تجدید نظر کرده اند. در ایران نیز از آغاز تاکنون در سه مرحله (۱۳۶۳، ۱۳۶۹ و ۱۳۸۳) تغییراتی اعمال شده است.

### ت) تعداد و نوع واحدهای درسی

طول دوره کارشناسی روابط عمومی چهارسال است. نظام آموزشی این دوره «واحدی» است و کلیه دروس عملی و نظری آن در هشت نیمسال تحصیلی ارائه می‌شود. طول نیمسال تحصیلی ۱۶ هفته و حداقل زمان لازم برای هر واحد یک ساعت در هفته می‌باشد. تعداد کل واحدها آموزشی در این دوره ۱۴۰ واحد است (شامل ۸۰ عنوان درس) که طبق جدول شماره (۱) به دروس عمومی، پایه، تخصصی و اختیاری تقسیم می‌شود.

جدول (۱) - توزیع واحدها

| ردیف | نوع دروس            | تعداد واحد |
|------|---------------------|------------|
| ۱.   | دروس عمومی          | ۲۲         |
| ۲.   | دروس پایه           | ۳۰         |
| ۳.   | دروس تخصصی الزامی   | ۷۳         |
| ۴.   | دروس اختیاری        | ۱۰         |
| ۵.   | مهارتی-اشتغال پذیری | ۵          |
|      | جمع                 | ۱۴۰        |

### ث) مهارت، توانمندی و شایستگی دانش‌آموختگان

برنامه دوره کارشناسی رشته روابط عمومی با توجه به نیازهای مبرم کشور به نیروهای متخصص و متعهد با هدفهای

زیر تدوین و ارائه می‌شود:

- کسب مهارت و دانش تخصصی برای همکاری و تأمین نیازهای خبری خبرگزاری‌ها، مطبوعات، رادیو، تلویزیون، رسانه‌های مجازی و فعالیت در نقش مشاوران رسانه‌ای سازمانها؛
- کسب مهارت و دانش عمومی برای اجرای فعالیتهای روابط عمومی در مراکز دولتی، واحدهای تولیدی و خدماتی، سازمان‌های مردم‌نهاد و فعالیت در نقش وابسته‌های مطبوعاتی و فرهنگی؛





- کسب مهارت و توانمندی در جهت استفاده از ابزار سمعی و بصری و نرم افزارهای رایانه‌ای در زمینه تولید، توزیع، نشر و پخش پیام؛
- کسب مهارت و فنون برای پردازش و تولید محتوا برای رسانه‌های روابط عمومی در سطح کارکنان و ذی‌نفعان مانند کتابچه راهنما، بروشور، خبرنامه و مجله به صورت سنتی و آنلاین؛
- آشنایی با روشهای تحقیق و فنون برنامه ریزی برای پایش رسانه‌ها، ارزیابی و شناخت افکار عمومی و طرح و اجرای برنامه‌های ارتباطی مناسب با هدف تنویر افکار عمومی.

| مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانمندی‌های ویژه                                                                                                                             | دروس مرتبط                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| تولید، توزیع، ویرایش و مدیریت محتوای مورد نیاز رسانه‌های ارتباط جمعی و رسانه‌های مجازی / اجتماعی و سیاستگذاری اخبار و اطلاعات ملی و بین‌المللی در سازمانها.          | شیوه نگارش - روابط عمومی عملی (۱) - خبرنگاری - ارتباط با رسانه‌ها - روابط عمومی بصری - روابط عمومی الکترونی روزنامه نگاری رادیو تلویزیونی - ارتباطات سیاسی - ارتباطات بین‌المللی                  |
| مکاتبات و گزارشهای اداری؛ برپایی نمایشگاه؛ اجرای همایش، سمینار، جشن‌ها و مراسم؛ راهنمایی مراجعان؛ اطلاع رسانی به کارکنان؛ مدیریت و برنامه ریزی واحدهای روابط عمومی.  | اصول روابط عمومی - روابط عمومی عملی (i) و (iii) - آرشیو روابط عمومی - مدیریت و روابط عمومی - برنامه ریزی روابط عمومی - ارتباطات انسانی - ارتباطات سازمانی، شفاهی                                  |
| شناخت بصری، و مهارتهای تولید عکس، ویدئو، فیلم مستند، مستندسازی، تولید چندسکانه‌ای و محتوای مجازی برای مخاطبان داخلی و خارجی                                          | ارتباطات تصویری - اصول طراحی و گرافیک - روابط عمومی بصری - روابط عمومی الکترونی - عکاسی - نظریه‌های جامعه اطلاعاتی                                                                                |
| پردازش و تولید مواد چاپی، فنون ویرایش، گرافیک و صفحه‌آرایی، طراحی پوستر و مواد تبلیغاتی، استفاده از چاپ سنتی و رومیزی و نشر الکترونی.                                | روابط عمومی عملی (۱)، (۲) - ارتباطات تصویری - تکنولوژی رسانه‌ها - روابط عمومی الکترونی - اصول تبلیغات بازرگانی - اصول اقناع - اصول بازاریابی                                                      |
| پایش محیط و محتوای رسانه‌ها؛ سنجش و ارزیابی افکار عمومی؛ شناخت مخاطبان و نیازسنجی ارتباطی؛ ارزیابی و سنجش رسانه‌های جمعی و اجتماعی؛ برنامه ریزی ارتباطی.             | آمار ۱ و ۲ - روشهای پژوهش در علوم ارتباطات - روش تحلیل محتوا - افکار عمومی - نظریه‌های ارتباطات جمعی - برنامه ریزی روابط عمومی - تجزیه و تحلیل برنامه‌های رادیو و تلویزیون                        |
| مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانمندی‌های عمومی                                                                                                                            | دروس مرتبط                                                                                                                                                                                        |
| مهارتهای ارتباطی؛ سواد رسانه‌ای؛ تفکر بازتابی، سیستمی و انتقادی؛ تفکر آماری؛ کاربرد رایانه؛ زبان خارجی؛ نگارش و ویرایش                                               | مبانی ارتباطات انسانی - مبانی ارتباطات جمعی - شیوه نگارش فارسی - زبان عمومی و تخصصی ۱ و ۲ - آمار ۱ و ۲ - فارسی عمومی و ادبیات معاصر ایران                                                         |
| دانش عمومی، قدرت تجزیه و تحلیل، سازماندهی، برنامه ریزی و مهارتهای شناختی و رفتاری نسبت به امور اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و حقوقی جامعه در سطح ملی و بین‌المللی | کلیه دروس پایه شامل تاریخ - مبانی و نظریه جامعه‌شناسی - روانشناسی پایه و اجتماعی - اقتصاد - سازمان و مدیریت - حقوق - سیاست - روابط بین‌الملل - ادبیات معاصر ایران - برنامه ریزی اقتصادی و اجتماعی |





## ج) در مسیر تحول در علوم انسانی

۱- **شاخص کارآمدی:** با توجه به نیاز بازار کار و یادگیری مهارت‌های عملی ۶ درس جدید معادل ۱۵ واحد درسی به درس‌های قبلی افزوده شد به طوری که سهم دروس عملی در دروس تخصصی از ۲۵ واحد به ۴۰ واحد افزایش یافت. ضمناً دو درس مهارتی جدید نیز اضافه شد، بطوری که اگر فراگیری بخواهد کلیه دروس اختیاری را از دروس مهارتی انتخاب کند در عمل می‌تواند سقف آنها را تا ۵۰ واحد افزایش دهد. اجرای این درسها چون با تجربه عملی در آمیخته می‌شود، در امر یادگیری می‌تواند کارآمدی بیشتری را در پی داشته باشد.

۲- **شاخص بومی سازی:** در راستای بومی سازی، علاوه بر دروس مهارتی و عملی که دانشجویان را با تجربه در محیط ملی و حتی استانی آشنا می‌کند. همچنین علاوه بر وجود دو درس پایه «اقتصاد ایران»، و «تاریخ اجتماعی ایران»، درس جدید «ادبیات معاصر ایران» نیز به دروس پایه اضافه شد. ضمناً دانشجویان می‌توانند دروس مشابه دیگری با عناوین «سازمانهای اداری ایران»، «سمینار مسائل روابط عمومی ایران» و «کلیات برنامه ریزی اجتماعی - اقتصادی ایران» را نیز از درس‌های اختیاری انتخاب کنند که صرفاً به مباحث نظری در عرصه زبان، فرهنگ، سیاست و جامعه ایرانی و با هدف توسعه و تقویت دانش بومی و در تعامل با محیط پیرامون طراحی شده است. افزون بر این، واحدهای پایان نامه (اختیاری) و کارآموزی (اجباری) با هدایت استادان، می‌تواند دانشجویان را در جهت مستندسازی تجربه بومی سوق دهد.

۳- **شاخص اسلامی سازی:** درس الزامی «اخلاق حرفه ای در روابط عمومی» که از منابع غنی اسلامی برخوردار است و تدوین و اضافه شد و همچنین یک فصل با تأکید بر رسانه ها یا روابط عمومی در کشورهای اسلامی با رویکردی تطبیقی در دروس «مبانی ارتباطات جمعی»، «ارتباطات بین المللی»، «اصول روابط عمومی» و «ارتباطات میان فرهنگی» با هدف گسترش دانش رشته روابط عمومی و ارتباطات و با توجه به لزوم یادگیری از تجربه کشورهای اسلامی افزوده شد.

۴- **شاخص روزآمدسازی:** با هدف روزآمدسازی، کلیه درس‌های پیشنهادی با توجه به آخرین منابع فارسی و لاتین تدوین شده اند. با توجه به تغییرات شگرف در فناوری ارتباطی و رسانه ای و تحولات اجتماعی-سیاسی-فرهنگی و حتی اقتصادی ناشی از آنها تعدادی از درسها برای اولین بار در سطح آموزش عالی کشور ارائه می‌شوند. بخش عمده ای از درس‌های تخصصی





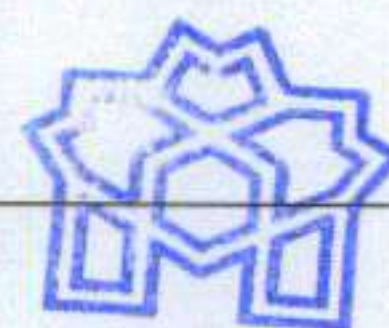
و اختیاری نیز با توجه به این شاخص با منابع جدید بازنگری شدند. از آخرین منابع فارسی (هرچند محدود) و منابع لاتین در تدوین شرح درسها استفاده شد. بیش از ۶۰ درصد منابع دروس مربوط به ده سال اخیر هستند و در مقایسه با برنامه درسی جاری (مصوب سال ۱۳۸۳) منابع درسی بیش از سه برابر افزایش یافت. ناگفته نماند که مدرسان و دانشجویان رشته کارشناسی روابط عمومی که تعداد واحدهای تخصصی آن از ۳۰ به ۵۰ واحد در برنامه درسی جدید افزایش یافته است، با کمبود شدید منابع آموزشی معتبر، مناسب و به روز روبرو هستند.

### چ) شرایط و ضوابط ورود به دوره

فراگیران از بین داوطلبان دیپلمه فارغ التحصیل دبیرستان و از طریق کنکور سراسری پذیرفته می شوند. برای تدریس دروس عمومی و پایه از وجود استادان گروههای آموزشی علوم اجتماعی، ادبیات، معارف اسلامی، علوم اقتصادی، مدیریت، تربیت بدنی، ریاضی و آمار، حقوق و علوم سیاسی و روانشناسی شاغل در دانشگاه استفاده خواهد شد. دروس تخصصی با همکاری اعضای هیأت علمی دانشکده و اعضای هیأت علمی گروه آموزشی روابط عمومی با درجه استادیار به بالا و یا افراد مجرب در این حرفه در سطح مربی (که در این صنعت شاغلند) ارائه خواهد شد.

### ه) زمینه های شغلی حال و آینده

دانش اموختگان دوره کارشناسی روابط عمومی طی شش دهه گذشته که از تأسیس این رشته می گذرد در بخشهای سه گانه دولتی، خصوصی و سمن ها در زمینه های تولید، خدمات و امور عام المنفعه فرصت اشتغال داشته اند. برای مثال در مشاغل مانند متصدی یا کارشناس روابط عمومی به طور خاص و مشاغل مرتبطی همچون امور اداری، امور بیمه اجتماعی، امور فرهنگی، امور هنری و امور تولید رسانه ها شرایط استخدام را احراز می کنند. در آینده تحولات ناشی از فناوری ارتباطات و توسعه رسانه ها و تغییر در شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی در سطح ملی و پدیده جهانی شدن فرصت های بیشتری برای دانش اموختگان این رشته پیش بینی می شود. هم اکنون فارغ التحصیلان کارشناسی این رشته می توانند در مقطع کارشناسی ارشد در پنج گرایش (امور اجتماعی - امور بین الملل - امور فرهنگی - امور صنعت و بازرگانی - و رسانه های اجتماعی) برای کسب تخصص و شایستگی حرفه ای ادامه تحصیل بدهند.





## ی) جایگاه تمدنی، فرهنگی و اجتماعی

تاریخ روابط عمومی با تاریخ مدیریت نقاط اشتراک فراوانی دارد و به طور کلی به سه عنصر هنر، فن (تکنیک) و فلسفه قابل تجزیه است. روابط عمومی به صورت هنر مطلق را، باید زیر عنوان «دوران پیش از تاریخ روابط عمومی» بررسی کرد. در پایان این دوران دراز (از ۵۰۰۰ سال پیش از میلاد تا اواخر قرن نوزدهم) اوضاع و شرایط جهان چنان دگرگون شد که جز به دستیاری تکنیک‌های خاصی، دشواری‌های پدید آمده، قابل حل نبود. از این روی فجر دوران دوم یعنی «دوران تکنیک‌ها» و یا «روابط عمومی فنی» طلوع کرد. اما پس از جنگ دوم جهانی، و با انقلاب «سیرنیتیک»، همه‌ی ضوابط پیشین ناکافی گردید و در شرایط پیچیده‌ی جدید، بر اساس فلسفه‌ی مدیریت جدید، روابط عمومی به معنی مدرن کلمه زاده شد. حرفه روابط عمومی در جهان امروز علاوه بر هنرها و فنون ارتباطی باید به دانش روز ارتباطات مسلط باشد. دانشی که علاوه بر حیطه‌های علوم اجتماعی، علوم انسانی و هنرهای ارتباطی به عرصه دانش فنی علم سیرنیتیک و رایانه نیز نیازمند است.

در ایران قدیم و برای مثال در قرن پنجم (سال ۱۱۰۰ میلادی) غزالی در «نصیحت الملوک» پادشاهان را اندرز می‌دهد به داشتن چهار صفت: عدالت، هوش، شکیبائی، فروتنی، و از چهار چیز نهی می‌کند: رشک، غضب، تنگ چشمی، و بداندیشی. وی همچنین می‌نویسد: «شاهانی که پیش از شما در این دنیا بودند اینک نیستند و شاهان دیگر نیز در آینده بر جای شما خواهند نشست. پس چنان کنید که در این سپنج روز از شما نیکی به جای بماند و آیندگان خاطره‌ای خوش از سلطنت شما داشته باشند.» اندرزنامه‌ها یکی از منابعی است که پیشینه فعالیت روابط عمومی در بخشهای دولتی ایران را یادآور می‌شود. آثاری چون سیاست نامه نظام الملک، اخلاق ناصری، سیاست نامه فارابی، قابوس نامه عنصرالمعالی، شاهنامه فردوسی، بوستان و گلستان سعدی، سفرنامه ناصر خسرو و دهها متن تاریخی دیگر، نشان از غنای فرهنگی - تمدنی ایران در زمینه هنرهای ارتباطی و فنون بلاغی دارد. این گنجینه‌ها می‌تواند دستمایه آموزش امروز روابط عمومی باشد.

در جوامع امروز، کسب رتبه تعالی و موفقیت به سرمایه فرهنگی - اجتماعی و چگونگی استفاده از دانش، فن و هنر ارتباطات مؤثر مرتبط است. دانش آموختگان روابط عمومی می‌توانند در فراهم کردن زمینه‌های موفقیت و پیشرفت ملی و یا معرفی، حفظ و ترویج ارزشهای والا در ایران و برای دنیای جهانی شده نقش قابل توجهی ایفا کنند.





## فصل دوم

### جداول درس‌ها



جدول دروس عمومی - الزامی (با استناد به آخرین مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی) - (تاریخ به روزرسانی: فروردین ۱۴۰۰)

| موضوع                                                       | عنوان درس                                 | تعداد واحد | ساعت |      |    | توضیحات                                 |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|------------|------|------|----|-----------------------------------------|
|                                                             |                                           |            | نظری | عملی | کل |                                         |
| مبانی نظری اسلام                                            | اندیشه اسلامی ۱ (مبدا و معاد)             | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ | اندیشه اسلامی ۱ پیش‌نیاز                |
|                                                             | اندیشه اسلامی ۲ (نبوت و امامت)            | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ | اندیشه اسلامی ۲ می‌باشد.                |
|                                                             | انسان در اسلام                            | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ | انتخاب دو درس به ارزش ۴                 |
|                                                             | حقوق اجتماعی و سیاسی در اسلام             | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ | واحد الزامی است                         |
| اخلاق اسلامی                                                | فلسفه اخلاق (با تکیه بر مباحث تربیتی)     | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ | انتخاب یک درس به ارزش ۲ واحد الزامی است |
|                                                             | اخلاق اسلامی (مبانی و مفاهیم)             | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                         |
|                                                             | آیین زندگی (اخلاق کاربردی)                | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                         |
|                                                             | عرفان عملی اسلامی                         | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                         |
| انقلاب اسلامی                                               | انقلاب اسلامی ایران                       | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ | انتخاب یک درس به ارزش ۲ واحد الزامی است |
|                                                             | آشنایی با قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                         |
|                                                             | اندیشه سیاسی حضرت امام خمینی (ره)         | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                         |
| تاریخ و تمدن اسلامی                                         | تاریخ تحلیلی صدر اسلام                    | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ | انتخاب یک درس به ارزش ۲ واحد الزامی است |
|                                                             | تاریخ امامت                               | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                         |
| آشنایی با منابع اسلامی                                      | تفسیر موضوعی قرآن                         | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ | انتخاب یک درس به ارزش ۲ واحد الزامی است |
|                                                             | تفسیر موضوعی نهج البلاغه                  | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                         |
| دانش خانواده و جمعیت                                        |                                           | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ | الزامی                                  |
| زبان فارسی                                                  |                                           | ۳          | ۴۸   | ۰    | ۴۸ | الزامی                                  |
| زبان انگلیسی                                                |                                           | ۳          | ۴۸   | ۰    | ۴۸ | الزامی                                  |
| تربیت بدنی (تربیت بدنی ویژه برای دانشجویان با نیازهای ویژه) |                                           | ۱          | ۸    | ۱۶   | ۲۴ | الزامی                                  |
| ورزش ۱ (ورزش ویژه برای دانشجویان با نیازهای ویژه)           |                                           | ۱          | ۰    | ۳۲   | ۳۲ | الزامی                                  |
| جمع                                                         |                                           | ۲۲         |      |      |    |                                         |



\*\* درس «تاریخ فرهنگ و تمدن اسلام و ایران» به تعداد ۲ واحد می تواند در زیرمجموعه موضوع «تاریخ و تمدن اسلامی» ارائه گردد.

جدول دروس عمومی - اختیاری

| نام درس                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | تعداد واحد | ساعت |      |    | توضیحات                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------|------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |            | نظری | عملی | کل |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| آشنایی با ارزش های دفاع مقدس                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ | به استناد ابلاغیه شماره ۲/۲۰۸۹۵۲ مورخ ۱۳۹۵/۰۹/۲۲ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، در دانشگاه های دولتی ارائه دروس اختیاری تا حداکثر دو درس رایگان و در سایر موسسات، منوط به پرداخت هزینه توسط دانشجو خواهد بود. همچنین به استناد ابلاغیه شماره ۲/۲۸۵۷۶۱ مورخ ۱۳۹۵/۱۲/۱۱ دروس مذکور در چارچوب سنوات مجاز و مازاد بر سقف واحدهای دوره ارائه و با ثبت نمره دروس و تاثیر در معدل در کارنامه تحصیلی دانشجو درج می شود. |
| آشنایی با کلیات حقوق شهروندی                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| آئین نگارش                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| استانداردسازی                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| شناخت محیط زیست                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| کارآفرینی                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| مدیریت بحران                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| مهارت های زندگی دانشجویی                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ۲          | ۳۲   | ۰    | ۳۲ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| ورزش ۲                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ۱          | ۰    | ۳۲   | ۳۲ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| ورزش ۳                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ۱          | ۰    | ۳۲   | ۳۲ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| تبصره: دانشجویانی که دروس عمومی الزامی را در قالب دروس تخصصی رشته خود می گذرانند، می توانند از جدول دروس عمومی اختیاری جایگزین نمایند. به عنوان مثال، دانشجویان رشته زبان و ادبیات انگلیسی نیازی به گذراندن درس عمومی «زبان انگلیسی» ندارند و به جای آن، می توانند ۳ واحد از جدول دروس عمومی اختیاری اخذ نمایند. |            |      |      |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

\* توجه: آخرین نسخه این صفحه (جداول دروس عمومی) با عنوان «جدول و سرفصل دروس عمومی» در پرتال دفتر برنامه ریزی آموزش عالی به آدرس <https://www.msrt.ir/fa/grid/283> در دسترس قرار دارد.





جدول (۲) - عنوان و مشخصات کلی دروس پایه

| ردیف | عنوان درس                          | تعداد واحد | نوع واحد |      |           | تعداد ساعات |      | پیش نیاز / هم نیاز |
|------|------------------------------------|------------|----------|------|-----------|-------------|------|--------------------|
|      |                                    |            | نظری     | عملی | نظری-عملی | نظری        | عملی |                    |
| ۱    | مبانی جامعه‌شناسی                  | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | -                  |
| ۲    | مبانی تاریخ اجتماعی ایران          | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | -                  |
| ۳    | کاربرد رایانه                      | ۲          | ۱        | ۱    | ✓         | ۱۶          | ۳۲   | -                  |
| ۴    | مبانی روان‌شناسی                   | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | -                  |
| ۵    | آمار مقدماتی                       | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | -                  |
| ۶    | اصول علم اقتصاد                    | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | -                  |
| ۷    | روان‌شناسی اجتماعی                 | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | مبانی روان‌شناسی   |
| ۸    | آمار استنباطی                      | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | آمار مقدماتی       |
| ۹    | مبانی علم سیاست                    | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | -                  |
| ۱۰   | اصول سازمان و مدیریت               | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | -                  |
| ۱۱   | کلیات حقوق                         | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | -                  |
| ۱۲   | نظریه‌های جامعه‌شناسی              | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | مبانی جامعه‌شناسی  |
| ۱۳   | اقتصاد ایران                       | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | اصول علم اقتصاد    |
| ۱۴   | اصول روابط و سازمان‌های بین‌المللی | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | مبانی علم سیاست    |
| ۱۵   | ادبیات معاصر ایران                 | ۲          | ✓        |      |           | ۳۲          |      | فارسی عمومی        |
| جمع  |                                    | ۳۰         |          |      |           |             |      |                    |



جدول (۳) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی

| ردیف | عنوان درس                          | تعداد واحد | نوع واحد |      |             | تعداد ساعات |      | پیش نیاز / هم نیاز           |
|------|------------------------------------|------------|----------|------|-------------|-------------|------|------------------------------|
|      |                                    |            | نظری     | عملی | نظری - عملی | نظری        | عملی |                              |
| ۱    | مبانی ارتباطات انسانی              | ۳          | ✓        | -    | -           | ۴۸          | -    | ندارد                        |
| ۲    | مبانی ارتباطات جمعی                | ۳          | ✓        | -    | -           | ۴۸          | -    | مبانی ارتباطات انسانی        |
| ۳    | شیوه نگارش فارسی در رسانه ها       | ۳          | ۲        | ۱    | ✓           | ۳۲          | ۳۲   | فارسی عمومی                  |
| ۴    | ارتباطات تصویری                    | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | مبانی ارتباطات جمعی          |
| ۵    | تکنولوژی رسانه ها                  | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          | -    | مبانی ارتباطات جمعی          |
| ۶    | زبان تخصصی (I): ارتباطات           | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          | -    | زبان عمومی                   |
| ۷    | اصول گرافیک و طراحی                | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | ارتباطات تصویری              |
| ۸    | مبانی پژوهش در ارتباطات جمعی       | ۳          | ۲        | ۱    | ✓           | ۳۲          | ۳۲   | آمار استنباطی                |
| ۹    | ارتباطات سیاسی                     | ۳          | ✓        | -    | -           | ۴۸          | -    | مبانی علم سیاست              |
| ۱۰   | نظریه های ارتباطات جمعی            | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          | -    | مبانی ارتباطات جمعی          |
| ۱۱   | طراحی وب                           | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | گرافیک و طراحی               |
| ۱۲   | نظریه های جامعه اطلاعاتی           | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          | -    | نظریه ارتباطات جمعی          |
| ۱۳   | ارتباطات بین المللی                | ۳          | ✓        | -    | -           | ۴۸          | -    | روابط و سازمانهای بین المللی |
| ۱۴   | روش تحلیل محتوا                    | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | مبانی پژوهش در ارتباطات جمعی |
| ۱۵   | افکار عمومی                        | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          | -    | روانشناسی اجتماعی            |
| ۱۶   | مبانی ارتباطات و توسعه             | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          | -    | ارتباطات بین المللی          |
| ۱۷   | حقوق ارتباطات جمعی                 | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          | -    | کلیات حقوق                   |
| ۱۸   | اصول روابط عمومی                   | ۳          | ✓        | -    | -           | ۴۸          | -    | مبانی ارتباطات جمعی          |
| ۱۹   | روابط عمومی عملی (I) گزارش و نگارش | ۳          | ۲        | ۱    | ✓           | ۳۲          | ۳۲   | اصول روابط عمومی             |
| ۲۰   | روزنامه نگاری خبری                 | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | اصول نگارش فارسی             |
| ۲۱   | اصول تبلیغات بازرگانی              | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          | -    | مبانی ارتباطات جمعی          |
| ۲۲   | اصول اقناع                         | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          | -    | روانشناسی اجتماعی            |
| ۲۳   | روابط عمومی عملی (II) انتشارات     | ۳          | ۲        | ۱    | ✓           | ۳۲          | ۳۲   | عملی (I)                     |
| ۲۴   | عکاسی خبری                         | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | ارتباطات بصری                |
| ۲۵   | ارتباط با رسانه ها                 | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | خبرنویسی                     |
| ۲۶   | روابط عمومی عملی (III) رویدادها    | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | عملی (۲)                     |
| ۲۷   | مدیریت و روابط عمومی               | ۳          | ✓        | -    | -           | ۴۸          | -    | اصول روابط عمومی             |



| ردیف | عنوان درس                        | تعداد واحد | نوع واحد |      |             | تعداد ساعات |      | پیش نیاز / هم نیاز   |
|------|----------------------------------|------------|----------|------|-------------|-------------|------|----------------------|
|      |                                  |            | نظری     | عملی | نظری - عملی | نظری        | عملی |                      |
| ۲۸   | روابط عمومی بصری                 | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | ارتباطات تصویری      |
| ۲۹   | روابط عمومی الکترونی             | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | جامعه اطلاعاتی       |
| ۳۰   | زبان تخصصی (II) متون روابط عمومی | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          |      | زبان تخصصی (I)       |
| ۳۱   | برنامه ریزی روابط عمومی          | ۳          | ۲        | ۱    | ✓           | ۳۲          | ۳۲   | مدیریت و روابط عمومی |
| جمع  |                                  | ۷۳         |          |      |             |             |      |                      |

جدول (۴) - عنوان و مشخصات کلی دروس اختیاری و پروژه

| ردیف | عنوان درس                           | تعداد واحد | نوع واحد |      |             | تعداد ساعات |      | پیش نیاز / هم نیاز |
|------|-------------------------------------|------------|----------|------|-------------|-------------|------|--------------------|
|      |                                     |            | نظری     | عملی | نظری - عملی | نظری        | عملی |                    |
| ۱    | ارتباطات سازمانی                    | ۲          | ✓        | -    |             | ۳۲          | -    | ارتباطات انسانی    |
| ۲    | ارتباطات میان فرهنگی                | ۲          | ✓        | -    |             | ۳۲          | -    | ارتباطات انسانی    |
| ۳    | ارتباطات شفاهی                      | ۲          | ✓        | -    |             | ۳۲          | -    | ارتباطات انسانی    |
| ۴    | ارتباطات غیر کلامی                  | ۲          | ✓        | -    |             | ۳۲          | -    | ارتباطات انسانی    |
| ۵    | رفتار سازمانی                       | ۲          | ✓        | -    |             | ۳۲          | -    | سازمان و مدیریت    |
| ۶    | آشنایی با حرفه روابط عمومی          | ۲          | ✓        | -    |             | ۳۲          | -    | اصول روابط عمومی   |
| ۷    | آرشیو روابط عمومی                   | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | اصول روابط عمومی   |
| ۸    | اخلاق حرفه ای در روابط عمومی        | ۲          | ✓        |      | -           | ۳۲          | -    | اصول روابط عمومی   |
| ۹    | سمینار مسائل روابط عمومی ایران      | ۲          | ✓        |      |             | ۳۲          |      | اصول روابط عمومی   |
| ۱۰   | روزنامه نگاری رادیو - تلویزیونی     | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | روزنامه نگاری خبری |
| ۱۱   | تحلیل برنامه های رادیو و تلویزیون   | ۲          | ۱        | ۱    | ✓           | ۱۶          | ۳۲   | ارتباطات تصویری    |
| ۱۲   | حقوق اساسی                          | ۲          | ✓        | -    |             | ۳۲          | -    | کلیات حقوق         |
| ۱۳   | اندیشه های سیاسی معاصر              | ۲          | ✓        | -    |             | ۳۲          | -    | مبانی علم سیاست    |
| ۱۴   | جامعه شناسی سیاسی                   | ۲          | ✓        | -    |             | ۳۲          | -    | مبانی جامعه شناسی  |
| ۱۵   | کلیات برنامه ریزی اجتماعی و اقتصادی | ۲          | ✓        | -    |             | ۳۲          | -    | اصول علم اقتصاد    |
| ۱۶   | سازمانهای اداری ایران               | ۲          | ✓        | -    |             | ۳۲          | -    | سازمان و مدیریت    |



| ردیف | عنوان درس         | تعداد واحد | نوع واحد |      |             | تعداد ساعات |      | پیش نیاز / هم نیاز |
|------|-------------------|------------|----------|------|-------------|-------------|------|--------------------|
|      |                   |            | نظری     | عملی | نظری - عملی | نظری        | عملی |                    |
| ۱۷   | مبانی انسان شناسی | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          | -    | مبانی جامعه شناسی  |
| ۱۸   | امور بازرگانی     | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          | -    | اصول علم اقتصاد    |
| ۱۹   | اصول بازاریابی    | ۲          | ✓        | -    | -           | ۳۲          | -    | سازمان و مدیریت    |
| ۲۰   | پروژه             | ۲          | ۲        | ✓    | -           | -           | ۱۲۸  | ترم ششم بعد        |
| جمع  |                   | ۴۰         |          |      |             |             |      |                    |

جدول (۵) - عناوین و مشخصات کلی دروس مهارتی - اشتغال پذیری

| ردیف | عنوان درس | تعداد واحد | نوع واحد |      |             | تعداد ساعات |      | پیش نیاز / هم نیاز |
|------|-----------|------------|----------|------|-------------|-------------|------|--------------------|
|      |           |            | نظری     | عملی | نظری - عملی | نظری        | عملی |                    |
| ۱    | کارآفرینی | ۲          | ۲        | -    | -           | ۳۲          | -    | نظری               |
| ۲    | کارآموزی  | ۲          | -        | ۲    | -           | -           | ۶۴   |                    |
| ۳    | کاربینی   | ۱          |          |      | ۱           |             |      | ۳۲                 |
| جمع  |           | ۵          |          |      |             |             |      |                    |





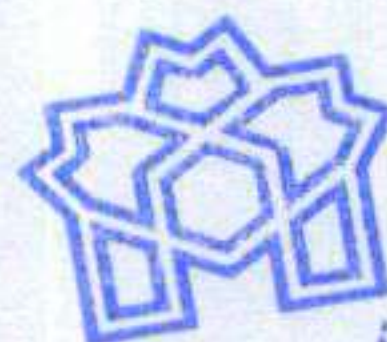
## فصل سوم

### شرح درس‌ها (سرفصل درس‌ها)





## الف - درس‌های پایه





| عنوان درس به فارسی:   |           | مبانی جامعه شناسی                        |                                          |
|-----------------------|-----------|------------------------------------------|------------------------------------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |           | Principles of Sociology                  |                                          |
| دروس پیش نیاز:        | - ندارد - | پایه <input checked="" type="checkbox"/> | نظری <input checked="" type="checkbox"/> |
| دروس هم نیاز:         | --        | تخصصی <input type="checkbox"/>           | عملی <input type="checkbox"/>            |
| تعداد واحد:           | ۲         | اختیاری <input type="checkbox"/>         | نظری-عملی <input type="checkbox"/>       |
| تعداد ساعت:           | ۳۲        | پروژه <input type="checkbox"/>           |                                          |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با کلیات، مبانی و مفاهیم اساسی جامعه شناسی و ارتباط آن با سایر علوم.

## ب- اهداف ویژه

کسب توانایی در درک و فهم مسائل اجتماعی و محیط پیرامون و تجزیه و تحلیل روشمند آنها.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |                                        |                                                 |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------|
| ۱ چستی جامعه شناسی؛                    | ۷ جامعه شهری و روستایی؛                         |
| ۲ پژوهش های اجتماعی در ایران؛          | ۸ گروه های اجتماعی در دوره معاصر؛               |
| ۳ فرهنگ، جامعه و تبیین تحولات اجتماعی؛ | ۹ دولت، سیاست و بوروکراسی در دوره معاصر؛        |
| ۴ جنس و جنسیت، جمعیت و سالخوردگی؛      | ۱۰ جنگ، انقلاب و پیامدهای اجتماعی آنها؛         |
| ۵ قشربندی اجتماعی، طبقه و قدرت دولت؛   | ۱۱ جامعه، علم، فناوری و محیط زیست؛              |
| ۶ دین، آموزش، رسانه ها و جامعه؛        | ۱۲ اشتغال، اقتصاد و مهاجرت در فرآیند جهانی شدن. |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |                          |                |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

آرون، ریمون (۱۳۸۴)، مراحل اساسی سیراندیشه در جامعه‌شناسی، ترجمه باقر پرهام، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.  
 بارتلز، دنیس. (۱۳۸۷). رویکردهای مقایسه‌ای جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی و ارتباطات. ترجمه حمید عبداللهیان. تهران: سمت.  
 بی نا. (۱۳۶۳). درآمدی بر جامعه‌شناسی اسلامی، تهران: دفتر همکاری حوزه و دانشگاه.  
 گیدنز، آنتونی (۱۳۹۳)، جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.

Giddens, Anthony (2016), *Sociology*, London: Polity Press.





| عنوان درس به فارسی:                                                               |  | عنوان درس به انگلیسی:                  |                |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--|----------------------------------------|----------------|
| مبانی تاریخ اجتماعی ایران                                                         |  | Introduction to Social History of Iran |                |
| نوع درس و واحد                                                                    |  | ندارد                                  | دروس پیش نیاز: |
| پایه <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> |  | --                                     | دروس هم نیاز:  |
| تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>                      |  |                                        | تعداد واحد: ۲  |
| اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>               |  |                                        | تعداد ساعت: ۳۲ |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                                    |  |                                        |                |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با سیر تحول پدیده های اجتماعی در بستر تاریخ ایران و شکل گیری نهادهای اجتماعی.

## ب- اهداف ویژه

بررسی و تحلیل نظری، عملی و علمی مبانی تحولات تاریخی ایران از دوران قدیم تا امروز.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |                                             |                                                     |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| ۱ تعاریف و مفاهیم تاریخ اجتماعی؛            | ۷ تشکیل و تکوین نهاد آموزش از اشکانیان تا امروز؛    |
| ۲ بررسی عوامل تاریخی شکل گیری ملت ایران؛    | ۸ تشکیل نهادهای اقتصادی از سلوکیان تا کنون؛         |
| ۳ نفوذ عوامل طبیعی؛                         | ۹ تشکیل و روند تکوین نهاد خانواده از دوره اشکانیان؛ |
| ۴ نفوذ عوامل خارجی؛                         | ۱۰ تشکیل نهادهای اجتماعی از دوره صفویان             |
| ۵ موقعیت استراتژی و عوامل انسانی؛           | ۱۱ تشکیل و تکوین نهاد دین از هخامنشیان تا کنون؛     |
| ۶ ایران در ادوار تاریخ و هویت ملی ایرانیان؛ | ۱۲ زندگی مادی و اجتماعی امروز ایران.                |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال                    |                | پایان نیم سال                                   |       |
|----------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------|-------|
| (۲۰) درصد                                          |                | (۸۰) درصد                                       |       |
| <input checked="" type="checkbox"/> ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> آزمون نهایی | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

- اسمیت، دنیس (۱۳۸۶)، برآمدن جامعه شناسی تاریخی، ترجمه هاشم آغاچری، تهران: مروارید.  
 بهنام، جمشید (۱۳۷۵)، ایرانیان و اندیشه تجدد، تهران: نشر پژوهش فرزاد روز.  
 پیرنیا، حسن (۱۳۸۴)، تاریخ ایران باستان، تهران: بدیهه.  
 شعبانی، رضا (۱۳۷۹)، مبانی تاریخ اجتماعی ایران، تهران: سمت.  
 فوران، جان (۱۳۷۷)، مقاومت شکننده: تاریخ تحولات اجتماعی، ترجمه احمد تدین تهران: مؤسسه انتشارات فرهنگی رسا.



| کاربرد رایانه                                                                  |        | عنوان درس به فارسی:   |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------------|
| Computer Basics & Applications                                                 |        | عنوان درس به انگلیسی: |
| نظری <input type="checkbox"/> پایه <input checked="" type="checkbox"/>         | ندارد- | دروس پیش نیاز:        |
| عملی <input type="checkbox"/> تخصصی <input type="checkbox"/>                   | --     | دروس هم نیاز:         |
| نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/> اختیاری <input type="checkbox"/> | ۲      | تعداد واحد:           |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                                 | ۴۸     | تعداد ساعت:           |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☒ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با اهمیت رایانه و ضرورت یادگیری مهارت‌های پایه و نقش آنها در آموزش و پژوهش.

## ب- اهداف ویژه

کسب مهارت‌های لازم برای کاربرد رایانه و استفاده از نرم افزارهای مورد نیاز.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |   |                                                |    |                                       |
|---|------------------------------------------------|----|---------------------------------------|
| ۱ | مبانی رایانه: سخت افزار، نرم افزار و مرورگرها؛ | ۷  | نصب و حذف برنامه ها در ویندوز؛        |
| ۲ | ویندوز و سیستم‌های عامل؛                       | ۸  | ویروس و ضد ویروس در رایانه ها؛        |
| ۳ | ایجاد سند و کارکردن با فایل ها؛                | ۹  | واژه پردازها و کار با چاپگر؛          |
| ۴ | تنظیم ویندوز و ایجاد حساب کاربری؛              | ۱۰ | کاربرد و اهمیت رایانه در پژوهش؛       |
| ۵ | شبکه های رایانه ای و سیستم های اطلاعات؛        | ۱۱ | آشنایی با نرم افزار SPSS؛             |
| ۶ | ایجاد بانک اطلاعاتی؛                           | ۱۲ | ویرایش داده ها و ترسیم جدول و نمودار؛ |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال  |                                     | (۸۰) درصد   |       |
|-------------------------------------|----------------|----------------|-------------------------------------|-------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☒ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

کوهستانی، مهدی و همکاران (۱۳۹۵)، مهارت‌های کاربردی کامپیوتر، تهران: موسسه فرهنگی هنری دیباگران.  
 جباریه، علیرضا (۱۳۸۳)، مبانی و کاربرد رایانه، تهران: انتشارات دبستان.  
 صراف‌زاده، اصغر (۱۳۸۸)، فناوری اطلاعات در سازمان: مفاهیم و کاربرد، چاپ سوم، تهران: انتشارات میر.  
 کیانی، مزده (۱۳۹۰)، کاربرد کامپیوتر در علوم اجتماعی، چاپ پنجم، تهران: دانشگاه پیام نور.  
 ولوی، میرحسن (۱۳۷۱)، آشنایی با مفاهیم اساسی کامپیوتر و سیستم عامل مقدماتی، تهران: شرکت ایران ارقام.



| عنوان درس به فارسی:   |       | مبانی روانشناسی                            |                                            |
|-----------------------|-------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |       | Principles of Psychology                   |                                            |
| دروس پیش نیاز:        | ندارد | نظری <input checked="" type="checkbox"/> ۷ | پایه <input checked="" type="checkbox"/> ۷ |
| دروس هم نیاز:         | --    | عملی <input type="checkbox"/>              | تخصصی <input type="checkbox"/>             |
| تعداد واحد:           | ۲     | نظری-عملی <input type="checkbox"/>         | اختیاری <input type="checkbox"/>           |
| تعداد ساعت:           | ۳۲    | پروژه <input type="checkbox"/>             |                                            |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنائی با اصول و مفاهیم اساسی، سیر تحول اندیشه ها، رویکردها و مکتب های نظری روانشناسی.

## ب- اهداف ویژه

شناخت و آگاهی از تعاریف، مفاهیم بنیادی و نظری علم روانشناسی و روشهای مطالعه آن.

## پ) مباحث یا سرفصلها

- |   |                                       |    |                                    |
|---|---------------------------------------|----|------------------------------------|
| ۱ | تعریف روانشناسی و سیر مطالعه آن؛      | ۷  | هیجان - عواطف؛                     |
| ۲ | رابطه روانشناسی با سایر علوم؛         | ۸  | ادراک، دقت و توجه؛                 |
| ۳ | عوامل مؤثر بر رفتار و تفاوت های فردی؛ | ۹  | یادگیری و حافظه؛                   |
| ۴ | هوش و بهره هوشی؛                      | ۱۰ | زبان و تفکر؛ یادآوری و فراموشی؛    |
| ۵ | شخصیت؛                                | ۱۱ | تعارض و سازگاری؛ بهداشت روانی؛     |
| ۶ | انگیزش؛                               | ۱۲ | روانشناسی از دیدگاه فلاسفه مسلمان؛ |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | (۲۰) درصد |                | پایان نیم سال                       |             | (۸۰) درصد |       |
|-------------------------------------|----------------|-----------|----------------|-------------------------------------|-------------|-----------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |           | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |           | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

اتکینسون، ریچارد و هیلگارد، ارنست (۱۳۹۰)، زمینه روان شناسی هیلگارد، ترجمه م. ت. براهنی و دیگران، تهران: رشد.  
حسینی، سید ابوالقاسم (۱۳۶۴)، بررسی مقدماتی اصول روانشناسی اسلامی، مشهد: انتشارات دانشگاه مشهد.  
سیدمحمدی، یحیی (۱۳۹۰)، روانشناسی عمومی، تهران: ارسباران.  
گنجی، حمزه (۱۳۹۱)، روانشناسی عمومی، تهران: ساوالان.

Weiten, W. (2008). *Psychology: Themes and Variations* (8th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.





| عنوان درس به فارسی:                                                               |    | آمار مقدماتی           |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی:                                                             |    | Preliminary Statistics |  |
| دروس پیش نیاز:                                                                    |    | ندارد-                 |  |
| دروس هم نیاز:                                                                     |    | --                     |  |
| تعداد واحد:                                                                       | ۲  |                        |  |
| تعداد ساعت:                                                                       | ۳۲ |                        |  |
| نوع درس و واحد                                                                    |    |                        |  |
| پایه <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> |    |                        |  |
| تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>                      |    |                        |  |
| اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>               |    |                        |  |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                                    |    |                        |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با تعاریف و مفاهیم اولیه علم آمار و اهمیت و کاربرد آن در علوم اجتماعی.

## ب- اهداف ویژه

دانشجویان مفهوم احتمالات را درک کنند و بتوانند جداول آماری را مطالعه و تبیین کنند.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |                                         |                                                         |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| ۱ تعاریف، اصول و مفاهیم اولیه آمار؛     | ۷ تابع فراوانی و تابع توزیع؛                            |
| ۲ اهمیت و کاربرد آمار در علوم اجتماعی؛  | ۸ نمودار فراوانی و نمودار توزیع؛                        |
| ۳ جمع‌آوری، ثبت و ضبط داده‌ها؛          | ۹ نمونه‌گیری و سرشماری؛                                 |
| ۴ تنظیم و سازماندهی داده‌ها؛            | ۱۰ جدول اعداد تصادفی؛                                   |
| ۵ جدول‌های آماری (ساده و رده‌بندی شده)؛ | ۱۱ پارامترهای آماری (میانگین، حد، میانه، انحراف معیار)؛ |
| ۶ نمودارهای آماری (نمودار، هیستوگرام)؛  | ۱۲ ضریب همبستگی (پیرسن و اسپیرمن).                      |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | پایان نیم‌سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

بهبودیان، جواد (۱۳۹۴)، *آمار و احتمال مقدماتی*، مشهد: انتشارات دانشگاه امام رضا.

فیلیپس، جان (۱۳۷۱)، *تفکر آماری*، ترجمه کاظم ایزدی، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

منصورفر، کریم (۱۳۹۰)، *آمار در علوم اجتماعی*، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.

نایبی، هوشنگ (۱۳۸۸)، *آمار توصیفی برای علوم اجتماعی*، تهران: انتشارات سمت.

Triola, Mario (2017), *Elementary Statistics*, 13<sup>th</sup> Edition, London: Pearson.





| عنوان درس به فارسی:                      |                                          | اصول علم اقتصاد      |  |
|------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی:                    |                                          | Economics Principles |  |
| دروس پیش نیاز:                           |                                          | ندارد-               |  |
| دروس هم نیاز:                            |                                          | --                   |  |
| تعداد واحد:                              |                                          | ۲                    |  |
| تعداد ساعت:                              |                                          | ۳۲                   |  |
| نوع درس و واحد                           |                                          |                      |  |
| پایه <input checked="" type="checkbox"/> | نظری <input checked="" type="checkbox"/> |                      |  |
| تخصصی <input type="checkbox"/>           | عملی <input type="checkbox"/>            |                      |  |
| اختیاری <input type="checkbox"/>         | نظری-عملی <input type="checkbox"/>       |                      |  |
| پروژه <input type="checkbox"/>           |                                          |                      |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با اصول، مبانی و سیر تحول علم اقتصاد و دیدگاههای رایج.

## ب- اهداف ویژه

دانشجویان بتوانند مسائل روزمره اقتصادی را تحلیل و نتایج اجتماعی تصمیمات اقتصادی را درک کنند.

## پ) مباحث یا سرفصلها

- |   |                                      |    |                                            |
|---|--------------------------------------|----|--------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه: تعریف علم اقتصاد؛             | ۷  | تئوری قیمت در شرایط رقابت مطلق؛            |
| ۲ | نظریه های مهم و قوانین اقتصادی؛      | ۸  | تعیین قیمت در شرایط رقابت مطلق و انحصار؛   |
| ۳ | تحلیل های نظری و تحقیقات عملی؛       | ۹  | پول و سیاست های پولی و اعتباری؛            |
| ۴ | تحلیل های ماکرو و میکرو اقتصادی؛     | ۱۰ | نظریه های پولی (نظریه مقدار پول در ایران)؛ |
| ۵ | عوامل تولید شامل منابع کار و سرمایه؛ | ۱۱ | تورم (تعریف تورم، علل تورم، چاره تورم)؛    |
| ۶ | تئوری ارزش و مکانیسم قیمت ها؛        | ۱۲ | بانک مرکزی و سیاست های پولی و اعتباری.     |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال  |                                     | (۸۰) درصد   |       |
|-------------------------------------|----------------|----------------|-------------------------------------|-------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | پروژه |
|                                     |                | (۲۰) درصد      |                                     |             |       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

تفضلی فریدون (۱۳۷۷)، تاریخ عقاید اقتصادی، تهران: نشر نی.

قدیری اصلی، باقر. (۱۳۷۹)، کلیات علم اقتصاد، تهران: سپهر.

منکیو، گرگوری (۱۳۹۲)، کلیات علم اقتصاد؛ ترجمه حمیدرضا ارباب، تهران: نشر نی.

یوسفی شیخ رباط، محمدرضا (۱۳۹۵)، سیر اندیشه اقتصادی متفکران مسلمان، تهران: انتشارات سمت

Hubbard, G., & O'Brien, A. (2019), *Economics*, 7th Edition, Boston: Pearson Education.





| روانشناسی اجتماعی                                                                 |  | عنوان درس به فارسی:   |             |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------|-------------|
| نوع درس و واحد                                                                    |  | عنوان درس به انگلیسی: |             |
| پایه <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> |  | Social Psychology     |             |
| تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>                      |  | - مبانی روانشناسی -   |             |
| اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>               |  | --                    |             |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                                    |  | ۲                     | تعداد واحد: |
|                                                                                   |  | ۳۲                    | تعداد ساعت: |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف - هدف کلی

آشنایی با مفاهیم، تعاریف و رویکردهای نظری به مسائل روانی - اجتماعی از دیدگاه روانشناسی اجتماعی.

## ب - اهداف ویژه

دانشجویان بتوانند مسائل روانی - اجتماعی را در سطح گروه، جمع و جامعه درک آنها را بررسی و تحلیل کنند

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |                                                  |                                                        |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| ۱ کلیات: تاریخچه، تعاریف و هدف؛                  | ۷ روان‌شناسی اجتماعی گروه‌های کوچک؛                    |
| ۲ روش‌های مطالعه و سیر تحول آن؛                  | ۸ فرد در جمع (انبوه خلق، تقلید، افکار عمومی، تبلیغات)؛ |
| ۳ دیدگاه‌های نظری روان‌شناسی اجتماعی؛            | ۹ دیدگاه‌ها، نگرشها و عقاید؛                           |
| ۴ فرد و جامعه (روان‌شناسی فردی، جمعی و اجتماعی)؛ | ۱۰ تفکر قالبی و پیش‌داوری (ناهنجاری روانی و اجتماعی)؛  |
| ۵ فرهنگ و شخصیت (اجتماعی شدن، شخصیت و مقام)؛     | ۱۱ نقد و بررسی نظریه کنش متقابل؛                       |
| ۶ روان‌شناسی اجتماعی پدیده‌های روانی             | ۱۲ زمینه‌های جدید (عزت نفس، اجتماعی شدن و سازگاری)؛    |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای):

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | پایان نیم‌سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

ارنسون، الیوت (۱۳۸۵) *روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه حسین شکرکن، تهران: انتشارات رشد.  
 ازکمپ، استوارت (۱۳۸۴)، *روان‌شناسی اجتماعی کاربردی*، ترجمه فرهاد ماهر، مشهد: انتشارات آستان قدس.  
 کریمی، یوسف (۱۳۸۵)، *روان‌شناسی اجتماعی*، تهران: نشر ارسباران.  
 کلاینبِرگ، اتو. (۱۳۶۹). *روان‌شناسی اجتماعی ۱ و ۲*، ترجمه علی محمد کاردان. تهران: علمی و فرهنگی.  
 Brown, R. (1986). *Social psychology*, 2<sup>nd</sup> ed., New York, NY: Free Press.





| عنوان درس به فارسی:   |                  | آمار استنباطی                                                                     |                |
|-----------------------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |                  | Inferential Statistics                                                            |                |
| دروس پیش نیاز:        | - آمار مقدماتی - | پایه <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> | نوع درس و واحد |
| دروس هم نیاز:         | --               | تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>                      |                |
| تعداد واحد:           | ۲                | اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>               |                |
| تعداد ساعت:           | ۳۲               | پروژه <input type="checkbox"/>                                                    |                |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با اصول استنتاج و استنباط آماری برای تحلیل و تفسیر داده‌ها در تحقیقات اجتماعی.

## ب- اهداف ویژه

دانشجویان بتوانند با کسب مهارت، آنها را در قضاوت‌های آماری با دقت و نظم علمی استفاده کنند.

## پ (مباحث یا سرفصل‌ها)

- |   |                                                      |    |                                                    |
|---|------------------------------------------------------|----|----------------------------------------------------|
| ۱ | احتمالات ( تعاریف، ضرب و جمع، قانون بیز)             | ۷  | برآورد میانگین و برآورد نسبت؛                      |
| ۲ | متغیرها: تصادفی، تابع توزیع، تابع احتمال             | ۸  | برآورد واریانس و ضریب همبستگی؛                     |
| ۳ | قانون اعداد بزرگ، حد مرکزی و امید ریاضی،             | ۹  | آزمون فرضیه؛                                       |
| ۴ | پارامترهای آماری                                     | ۱۰ | استنباط آماری (میانگین، نسبت و واریانس)؛           |
| ۵ | توزیع‌های آماری (یکنواخت، دوجمله‌ای، پواسون، خی دو)؛ | ۱۱ | برآزش تجربه، نظریه و آزمون استقلال (کاربرد خی دو)؛ |
| ۶ | برآوردیابی (برآورد نقطه‌ای و فاصله اطمینان)؛         | ۱۲ | آشنایی با نرم‌افزارهای آماری.                      |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | (۲۰) درصد |                | پایان نیم‌سال                       |             | (۸۰) درصد |       |
|-------------------------------------|----------------|-----------|----------------|-------------------------------------|-------------|-----------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |           | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |           | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

علی بابایی، یحیی و امیر ملکی (۱۳۹۱)، درآمدی بر کاربرد آمار در تحقیقات اجتماعی، تهران: دانشگاه تهران.

نعمت‌اللهی، نادر (۱۳۹۶)، روشهای آماری، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

منصورفر، کریم (۱۳۶۹)، روشهای آماری، تهران: دانشگاه تهران.

کورتز، نورمن (۱۳۸۱)، آمار در علوم اجتماعی، ترجمه حبیب‌الله تیموری، تهران: نشر نی.

Bryman A. and D. Cramer, (1990), *Quantitative Data Analysis for Social Scientists*, London: Sage.





| عنوان درس به فارسی:   |    | مبانی علم سیاست                                                                   |  |
|-----------------------|----|-----------------------------------------------------------------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی: |    | An introduction to Politics                                                       |  |
| دروس پیش نیاز:        |    | ندارد-                                                                            |  |
| دروس هم نیاز:         |    | --                                                                                |  |
| تعداد واحد:           | ۲  |                                                                                   |  |
| تعداد ساعت:           | ۳۲ |                                                                                   |  |
| نوع درس و واحد        |    | پایه <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> |  |
|                       |    | تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>                      |  |
|                       |    | اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>               |  |
|                       |    | پروژه <input type="checkbox"/>                                                    |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با ماهیت، اصول، قلمرو سیاست، عملکرد، ساخت قدرت، سیر تحول و پویایی علم سیاست.

## ب- اهداف ویژه:

دانشجویان بتوانند با استفاده از چارچوب مفهومی و نظری علم سیاست، پدیده های اجتماعی تحلیل کنند.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |                                                    |                                                  |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| ۱ تعاریف، مفاهیم و ماهیت علم سیاست؛                | ۷ احزاب سیاسی و گروه های فشار سیاسی؛             |
| ۲ مکاتب و رویکرها به علم سیاست؛                    | ۸ قدرت قانونی، زور و مشروعیت؛                    |
| ۳ رابطه دین با سیاست در مکاتب مختلف؛               | ۹ مشارکت و رفتار سیاسی (انتخابات و افکار عمومی)؛ |
| ۴ رابطه علم سیاست با دیگر علوم؛                    | ۱۰ سیاست و نهادهای بین المللی؛                   |
| ۵ پهنه و قلمرو علم سیاست؛                          | ۱۱ نفوذ، قدرت و سیاست؛                           |
| ۶ پیدایش دولت (عناصر متشکله، پیوستگی و تفکیک قوا)؛ | ۱۲ رابطه پیشرفت های فنی و اقتصادی با سیاست؛      |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

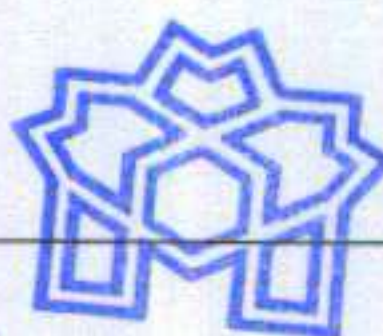
ابوالحمد، عبدالحمید. (۱۳۸۴). مبانی علم سیاست. تهران: توس.

بشیریه، حسین. (۱۳۸۵). آموزش دانش سیاسی: مبانی علم سیاست نظری و تأسیسی. تهران: نگاه معاصر.

دوورژه، موريس. (۱۳۸۶). اصول علم سیاست. ترجمه ابوالفضل قاضی. تهران: علمی و فرهنگی.

عالم، عبدالرحمن. (۱۳۸۶). بنیادهای علم سیاست. تهران: نی.

Lasswell, Harold D. (1958), *Politics: Who Gets What, When, How*, New York: Meridian Books.





| عنوان درس به فارسی:                      |                                          | اصول سازمان و مدیریت                    |  |
|------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی:                    |                                          | Principles of Management & Organization |  |
| دروس پیش نیاز:                           |                                          | ندارد-                                  |  |
| دروس هم نیاز:                            |                                          | --                                      |  |
| تعداد واحد:                              | ۲                                        |                                         |  |
| تعداد ساعت:                              | ۳۲                                       |                                         |  |
| نوع درس و واحد                           |                                          |                                         |  |
| پایه <input checked="" type="checkbox"/> | نظری <input checked="" type="checkbox"/> |                                         |  |
| تخصصی <input type="checkbox"/>           | عملی <input type="checkbox"/>            |                                         |  |
| اختیاری <input type="checkbox"/>         | نظری-عملی <input type="checkbox"/>       |                                         |  |
| پروژه <input type="checkbox"/>           |                                          |                                         |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با کلیات، مفاهیم کلیدی در باره سازمان و مدیریت و روشهای مطالعه آنها.

## ب- اهداف ویژه

دانشجویان با استفاده از دانش نظری، مسائل اداری و سازمان و مدیریت را مطالعه و تجزیه و تحلیل کنند.

## پ) مباحث یا سرفصلها

- |   |                                            |    |                                          |
|---|--------------------------------------------|----|------------------------------------------|
| ۱ | چیستی مدیریت و تعاریف آن (علم، هنر و فن)؛  | ۷  | مناطق مدیریت: نمودار سازمانی و انواع آن؛ |
| ۲ | موضوع، قلمرو و شاخه های مدیریت؛            | ۸  | مدیریت برنامه ریزی و مراحل آن؛           |
| ۳ | مکاتب و نظریه های مدیریت؛                  | ۹  | سازمان دهی، هماهنگی و اهمیت آنها؛        |
| ۴ | شبکه مدیریت (نقش، نفوذ و تصمیم گیری)؛      | ۱۰ | رهبری و فرماندهی، کنترل و نظارت؛         |
| ۵ | سازمان چیست؟ (سازمان و مدیریت)؛            | ۱۱ | مدیریت و بوروکراسی؛                      |
| ۶ | سازمان رسمی و غیر رسمی (مفهوم و ویژگی ها)؛ | ۱۲ | شبکه های تصمیم گیری مدیریت و اطلاعات.    |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |                          |                |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

الوانی، مهدی (۱۳۹۵)، مدیریت عمومی، تهران: نشر نی  
 مقیمی، سیدمحمد (۱۳۹۳)، مبانی سازمان و مدیریت، تهران: انتشارات راه دان.  
 مؤمنی، هوشنگ (۱۳۸۷)، نگره های مدیریت، تهران: انتشارات ستاره سپهر.  
 هیکس، هربرت و گولت، ری (۱۳۷۹)، تئوری های سازمان و مدیریت (۱ و ۲)، ترجمه گوئل کهن، تهران: اطلاعات.  
 Levitt, T. (1991), *Thinking About Management*, Free Press, New York: Free Press.





| عنوان درس به فارسی:   |       | کلیات حقوق                                                                        |                |
|-----------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |       | Principles of Law                                                                 |                |
| دروس پیش نیاز:        | ندارد | پایه <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> | نوع درس و واحد |
| دروس هم نیاز:         | --    | تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>                      |                |
| تعداد واحد:           | ۲     | اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>               |                |
| تعداد ساعت:           | ۳۲    | پروژه <input type="checkbox"/>                                                    |                |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

### الف- هدف کلی

آشنایی با اصول، مفاهیم کلی، سیر تحول و منابع علم حقوق.

### ب- اهداف ویژه

آشنا ساختن دانشجویان با اصول پایه، رویه‌های حقوقی، فرآیند طرح و تصویب لوایح و قوانین و منابع حقوقی.

### پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |                                               |                                               |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| ۱ تعاریف و مبانی حقوق؛                        | ۷ منابع حقوق (قانون، عرف، رویه قضایی و مذهب)؛ |
| ۲ هدف از قواعد حقوق: اصالت فرد، اصالت اجتماع؛ | ۸ منابع حقوق اسلامی (قرآن، سنت، اجماع و عقل)؛ |
| ۳ حقوق، اخلاق و ضمانت اجرا و مسئولیت حقوقی؛   | ۹ حقوق عمومی؛                                 |
| ۴ تخلف از قواعد حقوقی؛                        | ۱۰ حقوق خصوصی؛                                |
| ۵ تقسیمات حقوق؛                               | ۱۱ حقوق داخلی؛                                |
| ۶ قانون و قلمرو آن (قلمرو در زمان و مکان)؛    | ۱۲ حقوق بین‌الملل (قانون اساسی و حق حاکمیت).  |

### ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

### ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

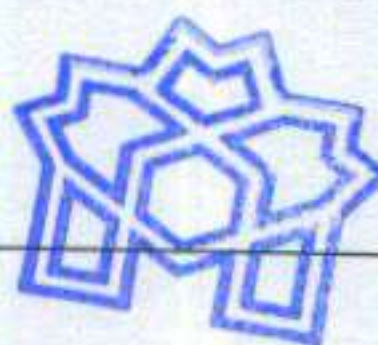
| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | پایان نیم‌سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه       |

### ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

### چ) فهرست منابع پیشنهادی

- جعفری لنگرودی، محمد جعفر (۱۳۵۸)، حقوق اسلام، تهران: کتابفروشی گنج دانش.
- جعفری لنگرودی، محمد جعفر (۱۳۶۶)، مقدمه عمومی علم حقوق، تهران: گنج دانش.
- حیاتی، علی عباس (۱۳۹۱)، مقدمه علم حقوق، تهران: دانشگاه امام صادق.
- دانش پژوه، مصطفی (۱۳۹۲)، مقدمه علم حقوق با رویکرد به حقوق ایران و اسلام، تهران: سمت.
- کاتوزیان، امیرناصر (۱۳۸۹)، مقدمه علم حقوق و مطالعه در نظام حقوقی ایران، تهران: شرکت سهامی انتشار.





| عنوان درس به فارسی: نظریه های جامعه شناسی  |                                            | عنوان درس به انگلیسی: Sociological Theories |  |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------|--|
| نوع درس و واحد                             |                                            | مبانی جامعه شناسی -                         |  |
| پایه <input checked="" type="checkbox"/> ۷ | نظری <input checked="" type="checkbox"/> ۷ | دروس پیش نیاز:                              |  |
| تخصصی <input type="checkbox"/>             | عملی <input type="checkbox"/>              | دروس هم نیاز:                               |  |
| اختیاری <input type="checkbox"/>           | نظری-عملی <input type="checkbox"/>         | تعداد واحد: ۲                               |  |
| پروژه <input type="checkbox"/>             |                                            | تعداد ساعت: ۳۲                              |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با زمینه های تفکر اجتماعی، آثار اندیشمندان و درک مکاتب و نظریه های جامعه شناسی معاصر.

## ب- اهداف ویژه

دانشجویان با شناخت و درک مکاتب و نظریه ها بتوانند مسائل و پدیده های اجتماعی را تحلیل و تبیین کنند.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- ۱ مقدمه: مفهوم نظریه، فراتنظریه، و ... قانون؛ ۷ نظریه بنیانگذاران ج. (آلفرد وبر - فون ویز)؛
- ۲ تاریخ تفکر اجتماعی: پیش و بعد از اسلام ۸ نظریه بنیانگذاران د. (رابرت مرتن - هربرت بلومر)؛
- ۳ تفکر اجتماعی از رنسانس به بعد در اروپا؛ ۹ مکاتب جامعه شناسی: (الف. پوزیتیویسم - ب. ساخت گرایی)؛
- ۴ نظریه پیشگامان: (ابن خلدون، مونتسکیو، روسو...)؛ ۱۰ مکاتب جامعه شناسی: (پ. کارکردگرایی - ت. پدیدارشناسی)؛
- ۵ نظریه بنیانگذاران الف. (اگوست کنت - هربرت اسپنسر)؛ ۱۱ مکاتب جامعه شناسی: (ح. کنش متقابل نمادین - ج. نظریه میان برد)؛
- ۶ نظریه بنیانگذاران ب. (امیل دورکیم - کارل مارکس)؛ ۱۲ مکاتب جامعه شناسی: (ج. تفهیمی - خ. جامعه شناسی فرهنگی)؛

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال  |                                     | (۸۰) درصد   |       |
|-------------------------------------|----------------|----------------|-------------------------------------|-------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

- توسلی، غلامعباس. (۱۳۷۴). *نظریه های جامعه شناسی*. تهران: سمت.
- ریتزر، جورج (۱۳۹۳)، *نظریه جامعه شناسی*، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران: نشر نی.
- شومیکر، پاملا. (۱۳۸۸). *نظریه سازی در علوم اجتماعی*. ترجمه محمد عبداللهی، تهران: جامعه شناسان.
- کرایب، یان. (۱۳۷۸). *نظریه های اجتماعی مدرن: از پارسونز تا هابرماس*. ترجمه عباس مخبر، تهران: آگاه.
- Bauman, Zygmunt and May, Tim (2001), *Thinking Sociologically*, 2nd edn, London: Blackwell.





| اقتصاد ایران                                                                      |  | عنوان درس به فارسی:   |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------|--|
| Iran Economy                                                                      |  | عنوان درس به انگلیسی: |  |
| نوع درس و واحد                                                                    |  | دروس پیش نیاز:        |  |
| پایه <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> |  | دروس هم نیاز:         |  |
| تخصصی اجباری <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>               |  | تعداد واحد:           |  |
| تخصصی اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>         |  | تعداد ساعت:           |  |
| رساله / پایان نامه <input type="checkbox"/>                                       |  |                       |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با وضعیت اقتصادی ایران و سیاستهای اقتصادی و بازرگانی آن پس از جنگ جهانی تا به امروز.

## ب- اهداف ویژه

دانشجویان بتوانند با شناخت مسائل جاری و امکانات بالفعل و بالقوه اقتصاد ایران آنها را بررسی و تحلیل کنند.

## پ) مباحث یا سرفصلها

- |                                                  |                                             |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| ۱ کلیات: بررسی اقتصاد ایران قبل و بعد از انقلاب؛ | ۷ روابط مالکیت، اصلاحات اراضی و تعاونی ها؛  |
| ۲ اوضاع طبیعی، جغرافیا، جمعیت و نیروی انسانی؛    | ۸ صنایع و معادن و نقش آنها در اقتصاد ایران؛ |
| ۳ درآمد ملی، بودجه و برنامه های عمرانی؛          | ۹ صنایع دستی، صنایع کوچک، و صنایع مونتاژ،   |
| ۴ سیستم پولی، بانکی، بیمه، گمرک و مالیات؛        | ۱۰ صنایع سنگین و سهم آنها در درآمد ملی،     |
| ۵ اشتغال، ارزش افزوده، بهره‌وری و رشد؛           | ۱۱ صنعت نفت و گاز، برق و زیست پایدار؛       |
| ۶ کشاورزی، دامپروری، جنگل و صید و درآمد ملی؛     | ۱۲ خدمات: ارتباطات، مسکن، آموزش و بهداشت؛   |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال  |                                     | (۸۰) درصد   |       |
|-------------------------------------|----------------|----------------|-------------------------------------|-------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

- بهکیش، محمد مهدی (۱۳۸۰)، اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن، تهران: نشر نی.
- رزاقی، ابراهیم (۱۳۶۷)، اقتصاد ایران، تهران: نشر نی.
- عظیمی آرانی، حسین (۱۳۹۱)، اقتصاد ایران، به کوشش خسرو نورمحمدی، تهران: نشر نی.
- فرهنگ، منوچهر (۱۳۵۶)، زندگی اقتصادی ایران، تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
- مؤمنی، فرشاد (۱۳۸۶)، اقتصاد ایران در دوران تعدیل ساختاری، تهران: انتشارات نقش و نگار.



| عنوان درس به فارسی:                      |                                          | عنوان درس به انگلیسی:             |  |
|------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------|--|
| اصول روابط و سازمانهای بین المللی        |                                          | Int'l Relations and Organizations |  |
| نوع درس و واحد                           |                                          | - کلیات حقوق، مبانی علم سیاست -   |  |
| پایه <input checked="" type="checkbox"/> | نظری <input checked="" type="checkbox"/> | دروس پیش نیاز:                    |  |
| تخصصی <input type="checkbox"/>           | عملی <input type="checkbox"/>            | دروس هم نیاز:                     |  |
| اختیاری <input type="checkbox"/>         | نظری-عملی <input type="checkbox"/>       | تعداد واحد:                       |  |
| پروژه <input type="checkbox"/>           |                                          | تعداد ساعت:                       |  |
|                                          |                                          | ۲                                 |  |
|                                          |                                          | ۳۲                                |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با مفاهیم و مکانیزم روابط میان دولتها و مطالعه سیاست خارجی و ساختار سازمانهای بین المللی

## ب- اهداف ویژه

دانشجویان با شناخت و درک روابط میان دولتها و سازوکار سازمانهای بین المللی امور جهانی را تحلیل کنند.

## پ) مباحث یا سرفصلها

- |                                                      |                                                        |
|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| ۱ الف. روابط بین الملل: تعاریف، مفاهیم و روش مطالعه؛ | ۷ ب- سازمانهای بین المللی: تعریف و علل پیدایی و انواع؛ |
| ۲ دولت به عنوان مهمترین عضو جامعه بین المللی؛        | ۸ جامعه ملل: اصول، ارکان، تشریفات و علل سقوط؛          |
| ۳ مقوله قدرت و عناصر آن در روابط بین المللی؛         | ۹ سازمان ملل متحد: تشریفات، عضویت، تعلیق، اخراج و ...؛ |
| ۴ تئوری موازنه قدرت خارجی و روابط بین المللی؛        | ۱۰ حل مسالمت آمیز دعاوی؛                               |
| ۵ استراتژی، تاکتیک و روشها در سیاست خارجی؛           | ۱۱ نیروی حافظ صلح، موارد استفاده و نقاط ضعف آن؛        |
| ۶ هدف و منافع ملی؛ نظریه های روابط بین الملل.        | ۱۲ دادگاه دادگستری بین المللی: تشکیلات و طرز کار.      |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال                       |                |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------------------|----------------|
| (۲۰) درصد                           |                | (۸۰) درصد                           |                |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون میان ترم |
|                                     |                | <input type="checkbox"/>            | آزمون نهایی    |
|                                     |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه          |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

جکسون، رابرت و سورنسون، گئورگ (۱۳۹۰)، درآمدی بر روابط بین الملل، تهران: نشر میزان.

زمانی، سیدقاسم (۱۳۹۱)، حقوق سازمانهای بین المللی، تهران: شهر دانش.

غفوری، محمد (۱۳۹۴)، سازمانهای بین المللی، تهران: سمت.

قوام، عبدالعلی (۱۳۸۹)، اصول سیاست خارجی و سیاست بین الملل، تهران: انتشارات سمت.

Wilkinson, Paul (2007), *International Relations: a short introduction*, New York: Oxford Univ. Press.



| عنوان درس به فارسی:   |             | ادبیات معاصر ایران                                                                |                |
|-----------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |             | Contemporary Persian Literature                                                   |                |
| دروس پیش نیاز:        | فارسی عمومی | پایه <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> | نوع درس و واحد |
| دروس هم نیاز:         | --          | تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>                      |                |
| تعداد واحد:           | ۲           | اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>               |                |
| تعداد ساعت:           | ۳۲          | پروژه <input type="checkbox"/>                                                    |                |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با دگرگونی زبان فارسی از نظر سبک، محتوا و گونه های ادبی در قرن حاضر.

## ب- اهداف ویژه:

شناخت ادبیات معاصر ایران، تأثیر پذیری آن از شرایط اجتماعی و اثرگذاری آن بر روزنامه نگاری معاصر.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                             |    |                                              |
|---|---------------------------------------------|----|----------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه ای بر ادبیات معاصر در ایران           | ۷  | گرایش های ادبی ایران از مشروطیت تا کنون؛     |
| ۲ | زمینه های اجتماعی در آستانه انقلاب مشروطیت؛ | ۸  | شعر امروز از نیما بعد؛                       |
| ۳ | نثر و نظم فارسی از قرن سوم تا سیزدهم؛       | ۹  | گونه های ادبی در نثر مشروطیت تا ۱۳۲۰؛        |
| ۴ | ادبیات ایران در آستانه مشروطیت؛             | ۱۰ | روزنامه نگاری و طنز (از دهخدا تا فرخی)؛      |
| ۵ | عوامل ادبی موثر در ایجاد انقلاب مشروطیت؛    | ۱۱ | نقد، سفرنامه و داستان نویسی در ادبیات معاصر؛ |
| ۶ | موضوعات در نثر عصر مشروطیت؛                 | ۱۲ | ترجمه و تأثیر آن بر نثر معاصر                |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☒ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|---------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |               | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |               |                |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☒ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☐ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

آجودانی، لطف الله (۱۳۸۶)، روشنفکران ایران در عصر مشروطیت، تهران: اختران.  
 آرن پور، یحیی (۱۳۷۵)، از صبا تا نیما، تهران: زوار.  
 آرن پور، یحیی (۱۳۸۲)، از نیما تا روزگار ما، تهران: زوار.  
 روزبه، محمدرضا (۱۳۸۸)، ادبیات معاصر ایران: نثر، تهران: نشر روزگار.  
 میرعابدینی، حسن (۱۳۹۶)، سرگذشت تاریخ نگاری ادبیات معاصر ایران، تهران: فرهنگ نشر نو.



## ب- درس‌های تخصصی



| عنوان درس به فارسی:   |           | مبانی ارتباطات انسانی               |                                                                         |
|-----------------------|-----------|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |           | Fundamentals of Human Communication |                                                                         |
| دروس پیش نیاز:        | - ندارد - | نوع درس و واحد                      | پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>  |
| دروس هم نیاز:         | --        |                                     | تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> |
| تعداد واحد:           | ۳         |                                     | اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>     |
| تعداد ساعت:           | ۴۸        |                                     | پروژه <input type="checkbox"/>                                          |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با اصول، مبانی و مدل‌های ارتباطات انسانی و گونه‌های ارتباط و روشهای مطالعه آن.

## ب- اهداف ویژه

دانشجویان بتوانند مدل‌های ارتباط مؤثر را در مراودات میان فردی، جمعی و حرفه ای به کار گیرند.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |                                           |                                             |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------|
| ۱ ارتباطات انسانی: تعاریف، عناصر و انواع؛ | ۷ نظام‌های نمادین: نگاهی به زبان؛           |
| ۲ مشاهده و ادراک؛                         | ۸ ارتباط بدون کلام و سکوت‌ها؛               |
| ۳ شناخت خود: من کیستم؟                    | ۹ مهارت‌های پرسش کردن؛                      |
| ۴ ابراز وجود: چه کسی می‌توانم باشم؟       | ۱۰ زندگی با دیگران: روابط، نقش‌ها و اعتماد؛ |
| ۵ نیازها، نگرش‌ها، باورها و ارزش‌ها؛      | ۱۱ ارتباط میان فردی: مدیریت تنش‌ها؛         |
| ۶ مهارت‌های گوش دادن؛                     | ۱۲ ارتباطات در محیط کار؛                    |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☒ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | پایان نیم‌سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |                          |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

تومازلو، مایکل (۱۴۰۰). *خاستگاه‌های ارتباطات انسانی*، ترجمه احسان شاه قاسمی، تهران: مهتاب.

فرهنگی، علی اکبر. (۱۳۷۴). *مبانی ارتباطات انسانی*، (جلد ۱ و ۲). تهران: موسسه خدمات فرهنگی رسا.

مایرز، گیل؛ مایرز، میشل. (۱۳۸۳). *پویایی ارتباطات انسانی*. ترجمه حوا صابر املی، تهران: سروش.

محسنیان راد، مهدی. (۱۳۹۳). *ارتباطات انسانی*. تهران: سمت.

Devito, Joseph A. (2003), *Human Communication: the Basic Course*, New York: Pearson.



| عنوان درس به فارسی:                       |    | مبانی ارتباطات جمعی                      |  |
|-------------------------------------------|----|------------------------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی:                     |    | Mass Communication: an introduction      |  |
| دروس پیش نیاز:                            |    | - مبانی ارتباطات انسانی -                |  |
| دروس هم نیاز:                             |    | --                                       |  |
| تعداد واحد:                               | ۳  |                                          |  |
| تعداد ساعت:                               | ۴۸ |                                          |  |
| نوع درس و واحد                            |    |                                          |  |
| <input type="checkbox"/> پایه             |    | <input checked="" type="checkbox"/> نظری |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی |    | <input type="checkbox"/> عملی            |  |
| <input type="checkbox"/> اختیاری          |    | <input type="checkbox"/> نظری-عملی       |  |
| <input type="checkbox"/> پروژه            |    |                                          |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با مفاهیم و سیر تحول ارتباطات جمعی و نقش، کارکرد و اثرات رسانه ها در جامعه و روش مطالعه آنها.

## ب- اهداف ویژه

با شناخت ویژگی رسانه ها، نظام های اداره، و شرایط حاکم بر آنها مهارت های حرفه ای کسب کنند.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                           |    |                                             |
|---|-------------------------------------------|----|---------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه: ارتباطات جمعی و اهمیت آن؛          | ۷  | رسانه های جدید: اینترنت و فضای سایبر؛       |
| ۲ | رویکردها به فرهنگ و مطالعه ارتباطات جمعی؛ | ۸  | حرفه های ارتباطات جمعی؛                     |
| ۳ | تحول ارتباطات از آغاز تا اختراع چاپ؛      | ۹  | ارتباطات جمعی به مثابه نهاد اجتماعی؛        |
| ۴ | پیدایش صنعت چاپ و مطبوعات؛                | ۱۰ | مخاطبان ارتباطات جمعی و افکار عمومی؛        |
| ۵ | فناوری ۱: تلگراف، تلفن، عکاسی و فیلم؛     | ۱۱ | آثار اجتماعی ارتباطات جمعی و جهانی شدن؛     |
| ۶ | فناوری ۲: رادیو، ضبط، تویزیون و ماهواره؛  | ۱۲ | آزادی، مسئولیت و اخلاق حرفه ای در رسانه ها؛ |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | (۲۰) درصد |                | پایان نیم سال                       |             | (۸۰) درصد |       |
|-------------------------------------|----------------|-----------|----------------|-------------------------------------|-------------|-----------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |           | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |           | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

دادگران، محمد. (۱۳۷۴). *مبانی ارتباط جمعی*. تهران: فیروزه.

دفلور، ملوین؛ دنیس، اورت ای. (۱۳۸۳). *شناخت ارتباطات جمعی* ترجمه مرادی تهران: دانشکده صدا و سیما.

محسنیان راد، مهدی. (۱۳۸۴). *ایران در چهار کجکشان ارتباطی*. تهران: سروش.

معمدندزاد، کاظم. (۱۳۹۱). *وسایل ارتباط جمعی*، چاپ پنجم، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

Briggs, Adam; Colbey, Paul. (1998), *The Media: an introduction*. Harlow: Longman.



| عنوان درس به فارسی:   |  | شیوه نگارش فارسی در رسانه ها  |                                                                                |
|-----------------------|--|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |  | Persian Writing for the Media |                                                                                |
| دروس پیش نیاز:        |  | فارسی عمومی -                 |                                                                                |
| دروس هم نیاز:         |  | --                            |                                                                                |
| تعداد واحد:           |  | ۳                             | نوع درس و واحد                                                                 |
| تعداد ساعت:           |  | ۶۴                            | پایه <input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/>                    |
|                       |  |                               | تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>        |
|                       |  |                               | اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/> |
|                       |  |                               | پروژه <input type="checkbox"/>                                                 |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☒ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

شناخت شیوه صحیح نگارش فارسی و ساده نویسی برای رسانه ها؛ و قالبهای نثر فارسی در روزنامه نگاری.

## ب- اهداف ویژه

دانشجویان مهارتهای درست نویسی و ساده نویسی را برای فعالیت حرفه ای در رسانه ها کسب کنند.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                               |    |                                                |
|---|-----------------------------------------------|----|------------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه: اهمیت زبان و کاربرد آن در رسانه ها؛    | ۷  | شیوه نگارش واژه های مرکب و بخش کردن آنها؛      |
| ۲ | سبکهای رایج در زبان رسانه ها: عامیانه و فاخر؛ | ۸  | شیوه نگارش واژه های بیگانه در رسانه ها: کلیات؛ |
| ۳ | اصول درست نویسی در رسانه ها؛                  | ۹  | شیوه نگارش واژه های عربی و غیر عربی؛           |
| ۴ | اصل رعایت موازین دستوری زبان فارسی؛           | ۱۰ | شیوه نگارش اعداد و ارقام در متون رسانه ای؛     |
| ۵ | تطابق مکتوب و ملفوظ در رسانه ها؛              | ۱۱ | شیوه نقل قول: مستقیم و غیر مستقیم؛             |
| ۶ | اصل رعایت استقلال کلمه؛                       | ۱۲ | شیوه نگارش زبان گفتاری در مصاحبه خبری؛         |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال                       |                |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------------------|----------------|
| (۵۰ درصد)                           |                | (۵۰ درصد)                           |                |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون میان ترم |
|                                     |                |                                     | آزمون نهایی    |
|                                     |                |                                     | پروژه          |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☒ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☒ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

انوری، حسن و پشت دار علی محمد (۱۳۷۵)، *آئین نگارش و ویرایش* (۱ و ۲)، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.  
 بروجردی علوی، مهدخت (۱۳۸۵)، *نگارش رسانه ای*، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.  
 ذالفقاری، حسن (۱۳۸۷)، *راهنمای ویراستاری و درست نویسی*، تهران: انتشارات علم.  
 عماد افشار، حسین (۱۳۷۶)، *شیوه نگارش فارسی در مطبوعات*، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.  
 هنیسی، برندن (۱۳۸۸)، *نویسندگی برای مطبوعات و رسانه های الکترونیک*، ترجمه م. رئیس زاده، تهران: سروش.



| ارتباطات تصویری                               |                                           | عنوان درس به فارسی:     |             |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------|-------------|
| نوع درس و واحد                                |                                           | عنوان درس به انگلیسی:   |             |
| <input type="checkbox"/> نظری                 | <input type="checkbox"/> پایه             | مبانی ارتباطات انسانی - |             |
| <input type="checkbox"/> عملی                 | <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی | --                      |             |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی | <input type="checkbox"/> اختیاری          | ۲                       | تعداد واحد: |
| <input type="checkbox"/> پروژه                |                                           | ۴۸                      | تعداد ساعت: |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با نقش و کارکرد تصویر، نشانه، ونماهای نوشتاری و گرافیکی در رسانه ها و فنون پردازش آنها.

## اهداف ویژه

شناخت سواد بصری در رسانه‌های چاپی، تلویزیونی و دیجیتال برای ایجاد توانایی تولید محتوای آنها.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |   |                                        |    |                                    |
|---|----------------------------------------|----|------------------------------------|
| ۱ | مقدمه ای بر تاریخ هنر در ایران و جهان؛ | ۷  | رمزگان نقاشی، و ترکیب بندی رنگ ها؛ |
| ۲ | ارتباطات تصویری: تعاریف و مفاهیم؛      | ۸  | نقاشی و نظریه سبک‌ها؛              |
| ۳ | ارتباطات تصویری: رویکردهای نظری؛       | ۹  | رمزگان عکس و کنش دلالت؛            |
| ۴ | نظریه زبان شناسی سوسور؛                | ۱۰ | عکاسی و دیگر هنرهای تصویری؛        |
| ۵ | نظریه اسطوره‌شناسی بارت؛               | ۱۱ | تصویر متحرک: فیلم و ویدئو؛         |
| ۶ | خصوصیات و عناصر پیام‌های بصری؛         | ۱۲ | نشانه‌شناسی سینما و گرامر فیلم.    |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | پایان نیم‌سال                       |                |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------------------|----------------|
| (۵۰ درصد)                           |                | (۵۰ درصد)                           |                |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون میان ترم |
|                                     |                | <input type="checkbox"/>            | آزمون نهایی    |
|                                     |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه          |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☒ نشریات ☒ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

تاسک، پتر (۱۳۹۴)، سیر تحول عکاسی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).  
 دالوند، احمدرضا (۱۳۸۷)، پردازش عناصر تصویری، خوانش تصویر، تهران: دفتر مطالعات و آموزش رسانه.  
 کیس، ج (۱۳۸۶)، زبان تصویر، ترجمه فیروزه مهاجر، تهران: انتشارات سروش.  
 نامی، غلامحسین (۱۳۹۴)، مبانی هنرهای تجسمی، (ارتباطات بصری)، تهران: توس.

Jamieson, H. (2007), *Visual Communication, More than meets the eyes*. London: Routledge.



|                                          |                                           |                       |  |
|------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------|--|
| عنوان درس به فارسی:                      |                                           | تکنولوژی رسانه ها     |  |
| عنوان درس به انگلیسی:                    |                                           | Media Technology      |  |
| دروس پیش نیاز:                           |                                           | -مبانی ارتباطات جمعی- |  |
| دروس هم نیاز:                            |                                           | --                    |  |
| تعداد واحد:                              | ۲                                         |                       |  |
| تعداد ساعت:                              | ۳۲                                        |                       |  |
| نوع درس و واحد                           |                                           |                       |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری | <input type="checkbox"/> پایه             |                       |  |
| <input type="checkbox"/> عملی            | <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی |                       |  |
| <input type="checkbox"/> نظری-عملی       | <input type="checkbox"/> اختیاری          |                       |  |
|                                          | <input type="checkbox"/> پروژه            |                       |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با مفاهیم و اصطلاحات تکنولوژی رسانه ها و نقش و کاربرد آنها در حرفه های ارتباطی.

## ب- اهداف ویژه

شناخت فنون چاپ، تلفن، عکاسی، فیلم، رادیو، تلویزیون، ماهواره، کامپیوتر و کسب مهارت های حرفه ای.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                           |    |                                             |
|---|-------------------------------------------|----|---------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه ای بر تکنولوژی رسانه ها             | ۷  | امواج رادیویی، ضبط و پخش صدا؛               |
| ۲ | فناوری رسانه ها از آغاز تا گوتنبرگ        | ۸  | تلویزیون، ویدئو و ماهواره؛                  |
| ۳ | پیدایش صنعت چاپ؛ و تحولات آن              | ۹  | ارتباطات رایانه ای؛ فکس، ویدئو تکست و مودم؛ |
| ۴ | انواع چاپ، ماشین های حروفچینی و برش       | ۱۰ | تکنولوژی دیجیتال و همگرایی رسانه ها؛        |
| ۵ | دوربین های عکاسی و فیلمبرداری             | ۱۱ | تلفن همراه و رسانه های اجتماعی؛             |
| ۶ | تکنولوژی های مخابراتی: تلگرام، تلفن و پست | ۱۲ | کاربرد فناوری و مهارت های حرفه ای رسانه ها. |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☐ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☒ بازدید-سفر ☒ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال |                | ( ) درصد                 |                | پایان نیم سال            |             | ( ۱۰۰ ) درصد                        |       |
|---------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|--------------------------|-------------|-------------------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/>        | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input type="checkbox"/> | آزمون نهایی | <input checked="" type="checkbox"/> | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☐ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☐ پاورپوینت ☐ اینترنت ☒ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

کرولی، دیوید و هپر، پل (۱۳۷۹)، *ارتباطات در تاریخ: فناوری، فرهنگ و جامعه*، ترجمه ناصر بلیغ، تهران: سروش.  
 لون، یوست وان (۱۳۸۸)، *تکنولوژی های ارتباطی از منظر انتقادی*، ترجمه بیژن عبدالکریمی، تهران: انتشارات همشهری.  
 معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۸)، *تکنولوژی های نوین ارتباطی*، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.  
 هارپر، کریستوفر (۱۳۸۷)، *رسانه های نوین*، ترجمه علی اصغر کیا، تهران: شرکت تعاونی سازمان معین ادارات.

Winston, Brian (1998), *Media Technology and Society*, London: Sage.



| عنوان درس به فارسی:                         |  | عنوان درس به انگلیسی:                             |  |
|---------------------------------------------|--|---------------------------------------------------|--|
| زبان تخصصی (۱): ارتباطات جمعی               |  | English for Mass Communication                    |  |
| نوع درس و واحد                              |  | پایه □ نظری <input checked="" type="checkbox"/> ۷ |  |
| تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> ۷ |  | عملی □                                            |  |
| اختیاری □                                   |  | نظری-عملی □                                       |  |
| پروژه □                                     |  | تعداد واحد: ۲                                     |  |
|                                             |  | تعداد ساعت: ۳۲                                    |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی □ آزمایشگاه □ سمینار □ کارگاه □ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

یادگیری متون تخصصی ارتباطات جمعی به زبان انگلیسی و آشنایی با واژگان کلیدی مرتبط با آن.

## ب- اهداف ویژه

کسب مهارت‌های خواندن، درک مطلب، نوشتن و ترجمه متون تخصصی ارتباطات جمعی در زبان دوم.

## پ (مباحث یا سرفصل‌ها)

- |                                    |                                |
|------------------------------------|--------------------------------|
| ۱ Media and Communication Concepts | ۷ Print Media                  |
| ۲ Media Power and Control          | ۸ Radio Broadcasting           |
| ۳ Media Companies                  | ۹ TV Broadcasting              |
| ۴ Information society              | ۱۰ Advertising                 |
| ۵ Information Freedom              | ۱۱ Public Relations            |
| ۶ The Nature of Digital Media      | ۱۲ Mass Communication Research |

## ت (راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف)

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☒ تمرین

## ث (راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای))

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال                    |                | پایان نیم‌سال (۵۰ درصد)                         |       |
|----------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> آزمون نهایی | پروژه |

## ج (ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه)

☒ تخته سیاه ☒ نشریات ☒ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ (فهرست منابع پیشنهادی)

Zia Hosseini, M. Marefat, F. (2009). *English for Journalism and Mass Media*, Tehran: Samt.

Evans, Harold, (2000), *Essential English for Journalists*, London: Pimlico.

Hicks, Wynford. (2006). *English for Journalists*, 3rd edition, London: Routledge.

آسولیوان، تام و دیگران (۱۳۸۵)، *مفاهیم کلیدی ارتباطات*، مترجم: حسن رئیس زاده، تهران: انتشارات فصل نو.

گیل، دیوید و بریجت آدامز (۱۳۸۴)، *الفبای ارتباطات*، ترجمه رامین کریمیان، و همکاران، تهران: مرکز مطالعات رسانه‌ها.



| عنوان درس به فارسی: اصول گرافیک و طراحی       |                                           | عنوان درس به انگلیسی: Principles of Graphic & Design |             |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------|
| نوع درس و واحد                                |                                           | ارتباطات تصویری -                                    |             |
| <input type="checkbox"/> نظری                 | <input type="checkbox"/> پایه             | --                                                   |             |
| <input type="checkbox"/> عملی                 | <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی |                                                      |             |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی | <input type="checkbox"/> اختیاری          | ۲                                                    | تعداد واحد: |
| <input type="checkbox"/> پروژه                |                                           | ۴۸                                                   | تعداد ساعت: |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با هنر گرافیک، و کاربرد آن در رسانه ها، صفحه‌آرایی مطبوعات و سایر ابزار ارتباطی.

## ب- اهداف ویژه

شناخت هنر طراحی و گرافیک و کسب مهارت و کاربرد آنها در فعالیت های حرفه ای.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |   |                                       |    |                                            |
|---|---------------------------------------|----|--------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه: گرافیک، صفحه‌آرایی و اهمیت آن؛ | ۷  | اصول صفحه‌آرایی در کتاب و مطبوعات؛         |
| ۲ | تعریف فرم، هارمونی و کمپوزیسیون؛      | ۸  | گرافیک و صفحه‌آرایی انواع پوستر؛           |
| ۳ | رنگ و کاربرد آن در مطبوعات؛           | ۹  | گرافیک و صفحه‌آرایی در بروشور و کاتالوگ؛   |
| ۴ | فرم‌های چاپی و زیباسازی صفحات چاپی؛   | ۱۰ | گرافیک و صفحه‌آرایی دستی و کامپیوتری؛      |
| ۵ | روش‌های ادیت عکس و تعیین محل تصویر؛   | ۱۱ | نرم‌افزارهای کامپیوتری گرافیک و صفحه‌آرایی |
| ۶ | انواع تیترو حرف چاپی؛                 | ۱۲ | نقش کامپیوتر در گرافیک و صفحه‌آرایی.       |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☒ تمرین

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | پایان نیم‌سال                       |                |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------------------|----------------|
| (۵۰ درصد)                           |                | (۵۰ درصد)                           |                |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون میان ترم |
|                                     |                |                                     | آزمون نهایی    |
|                                     |                |                                     | پروژه          |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☒ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

احمدی، مهدی (۱۳۹۳)، طراحی تا چاپ، تهران: انتشارات نوردان.  
 افشارمهاجر، کامران (۱۳۸۵)، گرافیک مطبوعاتی، تهران: سمت.  
 کایرو، آلبرتو (۱۳۹۴)، گرافیک اطلاع رسانی ۲، ترجمه احمد اشرفی و مریم سلیمی، تهران: سمت.  
 هوفمان، آرمین (۱۳۹۲)، مبانی طراحی گرافیک، ترجمه مهرنوش ارشدی، تصحیح الهام جهان فرض، کتاب آبان.  
 Laurel, B. (Ed) (2003), *Design Research: Methods and Perceptions*, Cambridge: MIT Press.





| عنوان درس به فارسی:                       |  | روشهای پژوهش در ارتباطات جمعی                 |  |
|-------------------------------------------|--|-----------------------------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی:                     |  | Mass Communication Research Methods           |  |
| دروس پیش نیاز:                            |  | - آمار در علوم اجتماعی -                      |  |
| دروس هم نیاز:                             |  | ---                                           |  |
| تعداد واحد:                               |  | ۳                                             |  |
| تعداد ساعت:                               |  | ۶۴                                            |  |
| نوع درس و واحد                            |  |                                               |  |
| <input type="checkbox"/> پایه             |  | <input type="checkbox"/> نظری                 |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی |  | <input type="checkbox"/> عملی                 |  |
| <input type="checkbox"/> اختیاری          |  | <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی |  |
| <input type="checkbox"/> پروژه            |  |                                               |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

#### الف- هدف کلی

آشنایی با روشهای تحقیق و کسب فنون جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها برای مطالعه ارتباطات جمعی

#### ب- اهداف ویژه

تدوین پروپوزال و کاربرد روشها و فنون تحقیق برای مطالعه، جمع آوری، سنجش و تحلیل داده و ارائه گزارش.

#### پ) مباحث یا سرفصلها

- |                                           |                                       |
|-------------------------------------------|---------------------------------------|
| ۱ کلیات: هدف و منطق روش تحقیق در علم؛     | ۷ روش پیمایش و کاربرد آن؛             |
| ۲ سیر تحول روشهای تحقیق در علوم ارتباطات؛ | ۸ جامعه آماری و روشهای نمونه گیری؛    |
| ۳ رویکردهای روش شناختی در علوم ارتباطات؛  | ۹ پرسش، فرضیه و طراحی پرسشنامه؛       |
| ۴ مقایسه و تحلیل های کیفی و کمی ؛         | ۱۰ روش های استخراج و تحلیل داده ؛     |
| ۵ شناخت سازه، متغیر و انواع آنها؛         | ۱۱ طراحی جداول و آزمون آماری ؛        |
| ۶ اندازه گیری و سطوح سنجش؛                | ۱۲ شیوه های تهیه و تدوین گزارش تحقیق؛ |

#### ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

#### ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|---------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |               | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |               |                |                                     | پروژه       |

#### ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☒ تمرین

#### چ) فهرست منابع پیشنهادی

گونتر، بری (۱۳۸۴)، روشهای تحقیق رسانه های، ترجمه مینو نیکو، تهران: انتشارات اداره کل پژوهشهای سیما.  
میلر، البرت (۱۳۸۰)، راهنمای سنجش و تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: نشرنی.  
نقیب السادات، سیدرضا، (۱۳۹۱)، روش شناسی علوم ارتباطات، تهران: انتشارات مؤسسه فنون انتشار جمعی.  
ویمر، راجر و جوزف دومینیک (۱۳۸۴)، تحقیق در رسانه های جمعی، ترجمه کاووس سید امامی، تهران: سروش.  
Stacks, D.W. (2002), *Primer of Public Relations Research*, New York: The Guildford Press.



| ارتباطات سیاسی                                                          |                   | عنوان درس به فارسی:   |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|
| Political Communication                                                 |                   | عنوان درس به انگلیسی: |
| نوع درس و واحد                                                          |                   | دروس پیش نیاز:        |
| پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>  | -مبانی علم سیاست- | دروس هم نیاز:         |
| تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> | --                | تعداد واحد: ۳         |
| اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>     |                   | تعداد ساعت: ۴۸        |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                          |                   |                       |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با ساختار، قدرت سیاسی و عوامل مؤثر بر رسانه‌ها؛ و تأثیر آنها بر انگیزش و رفتار سیاسی مخاطبان.

## ب- اهداف ویژه

شناخت روشهای کاربرد رسانه‌ها در زندگی سیاسی مخاطبان، پدیده افکار عمومی و مشارکت سیاسی.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |                                                    |                                                |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| ۱ ارتباطات سیاسی، قدرت، اقتدار و مشروعیت؛          | ۷ کارزار سیاسی و انتخاباتی؛                    |
| ۲ فرهنگ، مشارکت، رفتار سیاسی و هویت قومی؛          | ۸ کارکردها: خبر، تبلیغ، آموزش، اقناع و سرگرمی؛ |
| ۳ منشاء و منبع اطلاعات سیاسی: نهادها و سازمانها؛   | ۹ ارتباطات سیاسی بین‌المللی؛                   |
| ۴ ارتباط‌گران سیاسی: روزنامه‌نگاران و سیاستمداران؛ | ۱۰ افکار عمومی و نظرسنجی سیاسی؛                |
| ۵ رسانه‌های سیاسی: ملی، محلی و فراملی و جدید؛      | ۱۱ اثرات سیاسی ارتباطات و رسانه‌ها؛            |
| ۶ سیاست‌های ارتباطی: آزادی، کنترل و سانسور؛        | ۱۲ ارتباطات سیاسی و اخلاق حرفه‌ای؛             |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | پایان نیم‌سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |                          |                |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☒ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

آکسفورد، بری (۱۳۸۷). *رسانه‌های جدید و سیاست*. ترجمه بابک دربیگی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.  
 راش، مایکل. (۱۳۹۰). *جامعه و سیاست*. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: سمت.  
 مک نیر، بریان (۱۳۹۲). *مقدمه‌ای بر ارتباطات سیاسی*. ترجمه مهدی کاظمی. تهران: انتشارات همشهری.  
 پالتز، دیوید ال. (۱۳۸۰). *ارتباطات سیاسی در عمل*. ترجمه مهدی شفقتی. تهران: سروش.

Davis, Aeron. (2010). *Political Communication and Social Theory*. London: Routledge.



| عنوان درس به فارسی:                                                     |    | نظریه های ارتباطات جمعی     |  |
|-------------------------------------------------------------------------|----|-----------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی:                                                   |    | Mass Communication Theories |  |
| دروس پیش نیاز:                                                          |    | - مبانی ارتباطات جمعی -     |  |
| دروس هم نیاز:                                                           |    | --                          |  |
| تعداد واحد:                                                             | ۲  |                             |  |
| تعداد ساعت:                                                             | ۳۲ |                             |  |
| نوع درس و واحد                                                          |    |                             |  |
| پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>  |    |                             |  |
| تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> |    |                             |  |
| اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>     |    |                             |  |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                          |    |                             |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با سیر تحول نظریه ها، تعاریف، مفهوم و مدلها و دیدگاههای اندیشمندان در زمینه ارتباطات جمعی.

## ب- اهداف ویژه

شناخت رویکردهای تجربی و نظری به ارتباطات جمعی و رسانه ها و ویژگیها، نقشها و کارکردهای آنها.

## پ) مباحث یا سرفصلها

- |   |                                              |    |                                               |
|---|----------------------------------------------|----|-----------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه: اهمیت مطالعه نظریه های ارتباطات جمعی؛ | ۷  | عوامل مؤثر بر پردازش پیام: نظریه دروازه بانی؛ |
| ۲ | تحول نظریه ها و مفاهیم کلیدی در ارتباطات؛    | ۸  | مخاطبان و کاربران: نظریه استفاده و رضامندی؛   |
| ۳ | نظریه و روش در ارتباطات جمعی؛                | ۹  | زمینه های ارتباط: نظریه ماریپیچ سکوت؛         |
| ۴ | پیشگامان اولیه: از لوبون تا لاسول؛           | ۱۰ | مراحل اثربخشی: نظریه نشر نوآوری؛              |
| ۵ | رویکردهای نظری: تجربی، تفسیری و انتقادی؛     | ۱۱ | تأثیر کوتاه مدت رسانه ها: نظریه برجسته سازی؛  |
| ۶ | نظریه های هنجاری رسانه ها، فرهنگ و جامعه؛    | ۱۲ | اثرات درازمدت رسانه ها: نظریه کاشت؛           |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال  |                                     | (۸۰) درصد   |       |
|-------------------------------------|----------------|----------------|-------------------------------------|-------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

باران، استنلی و دیویس، دنیس (۱۳۹۷)، *نظریه های ارتباطات جمعی*، ترجمه تکتیم نماینده جورابچی، مشهد: نشر مرنديز.  
تن، الکسیس. (۱۳۸۸). *نظریه ها و پژوهش های ارتباط جمعی*. ترجمه نعیم بدیعی. تهران: مؤسسه انتشارات همشهری.  
سورین، ورنر؛ تنکارد، جیمز. (۱۳۹۲). *نظریه های ارتباطات*. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه تهران.  
مک کوئل، دنیس. (۱۳۸۸). *درآمدی بر نظریه های ارتباطات جمعی*. ترجمه پرویز اجلائی. تهران: مرکز مطالعات رسانه ها.

McQuail, Denis. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory*, 7th ed., London: Sage.



|                                               |                                           |                       |             |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------|-------------|
| طراحی وب                                      |                                           | عنوان درس به فارسی:   |             |
| Web Design                                    |                                           | عنوان درس به انگلیسی: |             |
| نوع درس و واحد                                |                                           | دروس پیش نیاز:        |             |
| <input type="checkbox"/> نظری                 | <input type="checkbox"/> پایه             | -گرافیک و طراحی-      |             |
| <input type="checkbox"/> عملی                 | <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی | --                    |             |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی | <input type="checkbox"/> اختیاری          | ۲                     | تعداد واحد: |
|                                               | <input type="checkbox"/> پروژه            | ۴۸                    | تعداد ساعت: |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با مفاهیم کلیدی در طراحی برای وب، و یادگیری زبان برنامه نویسی وب.

## ب- اهداف ویژه

کسب مهارت‌های مقدماتی برای طراحی در فضای وب.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |   |                                      |    |                                          |
|---|--------------------------------------|----|------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه ای بر اینترنت و فضای وب        | ۷  | ساخت پیوندها و قالب بندی پاراگراف ها،    |
| ۲ | آشنایی با طراحی و عناصر بصری         | ۸  | نام، حالت و اندازه فونت و تعیین رنگ،     |
| ۳ | طراحی برای وب: ابعاد و ویژگی ها      | ۹  | ساخت جدول و چیدمان اجزای صفحه؛           |
| ۴ | زبان برنامه نویسی وب (HTML)          | ۱۰ | وارد کردن عکس و قالب بندی؛               |
| ۵ | معرفی مفهوم تگ و تگهای مهم در (HTML) | ۱۱ | قالب بندی و طراحی صفحه با CSS ؛          |
| ۶ | آموزش عملی قالب بندی متن (HTML)      | ۱۲ | وارد کردن اسکریپت‌ها با جاوا در صفحات وب |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | پایان نیم‌سال                       |                | (۵۰ درصد)                           |       |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------------------|----------------|-------------------------------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/>            | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | پروژه |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی    | <input type="checkbox"/>            |       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☒ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

سلیمی زاده، زهرا و پورعبدل، فاطمه (۱۳۹۱)، طراحی صفحات وب (مقدماتی)، تهران: انتشارات دیباگران.  
 فروزنده دهکردی، حبیب (۱۳۹۰)، طراحی صفحات وب مقدماتی، تهران: سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی.  
 هنسی، برندن (۱۳۹۲)، نویسندگی برای مطبوعات و رسانه های الکترونیک، ترجمه میرحسن رئیس زاده، تهران: سروش.  
 Robbins, Jennifer Niederst, (2012), Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics, 4th edition, London: O'Reilly Media.



| نظریه های جامعه اطلاعاتی                                                |                             | عنوان درس به فارسی:   |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Theories of Information Society                                         |                             | عنوان درس به انگلیسی: |
| نوع درس و واحد                                                          |                             | دروس پیش نیاز:        |
| پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>  | - نظریه های ارتباطات جمعی - | دروس هم نیاز:         |
| تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> | --                          | تعداد واحد:           |
| اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>     |                             | تعداد ساعت:           |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                          |                             |                       |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با نظریه های جامعه مبتنی بر اطلاعات و ارتباط آن با سایر حوزه های علمی.

## ب- اهداف ویژه

شناخت دیدگاه های مرتبط با جامعه اطلاعاتی و تأثیر رسانه های جدید بر جامعه و درک تحولات ناشی از آن.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |                                               |                                                  |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| ۱ رسانه های جدید: جوامع مبتنی بر اطلاعات؛     | ۷ هابرماس: مدیریت اطلاعات و نابودی گستره همگانی؛ |
| ۲ سیر تحول مطالعات درباره جامعه اطلاعاتی؛     | ۸ دیدگاه های پساوردیسم و پسامدرنیسم؛             |
| ۳ دیدگاه های تحول ساز: از گوتنبرگ تا مارکونی؛ | ۹ کاستلز: اطلاعات و جوامع شهری؛                  |
| ۴ دانیل بل: جامعه فراصنعتی؛                   | ۱۰ کهکشان اینترنت؛                               |
| ۵ آنتونی گیدنز: نظارت دولت - ملت؛             | ۱۱ رسانه ها در جامعه مبتنی بر اطلاعات؛           |
| ۶ هربرت شیلر: اطلاعات و سرمایه داری پیشرفته؛  | ۱۲ رسانه های اجتماعی و شبکه ای شدن جامعه؛        |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |                          |                |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☐ پاورپوینت ☒ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

کارن، جیمز و همکاران (۱۳۹۷)، *فهم نادرست اینترنت*، ترجمه حسین افخمی و یعقوب مشفق، تهران: مؤسسه اطلاعات.  
 کاستلز، مانوئل (۱۳۹۶)، *قدرت ارتباطات*، ترجمه حسین بصریان، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.  
 کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، *عصر اطلاعات*، (۳جلد)، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.  
 وبستر، فرانک (۱۳۹۰)، *نظریه های جامعه اطلاعاتی*، ترجمه اسماعیل قدیمی، تهران: امیرکبیر.

Schroeder, Ralph (2018), *Social Theory after the Internet*, London: UCL Press.



| ارتباطات بین المللی                       |                                          | عنوان درس به فارسی:   |
|-------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------|
| نوع درس و واحد                            |                                          | عنوان درس به انگلیسی: |
| پایه <input type="checkbox"/>             | نظری <input checked="" type="checkbox"/> | دروس پیش نیاز:        |
| تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> | عملی <input type="checkbox"/>            | دروس هم نیاز:         |
| اختیاری <input type="checkbox"/>          | نظری-عملی <input type="checkbox"/>       | تعداد واحد: ۳         |
| پروژه <input type="checkbox"/>            |                                          | تعداد ساعت: ۴۸        |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با ویژگی های بین المللی ارتباطات و رسانه ها؛ نقش، کارکرد، شرایط و مقررات حاکم بر آنها.

## ب- اهداف ویژه

شناخت رسانه های جهانی؛ سلطه و وابستگی؛ جریان آزاد اطلاعات؛ ساختار فراملی قدرت؛ و تعارض های جهانی.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- ۱ ارتباطات بین المللی، تعاریف، مفاهیم و پیشینه؛
- ۲ خبرگزاری های و مطبوعات بین المللی؛
- ۳ رادیو، تلویزیون و ماهواره های فراملی؛
- ۴ فیلم و صنایع فرهنگی بین المللی؛
- ۵ تبلیغات و روابط عمومی بین المللی؛
- ۶ رسانه های نوین و سیاره ای شدن؛
- ۷ رویکردهای نظری به ارتباطات بین المللی؛
- ۸ جریان بین المللی اخبار و اطلاعات؛
- ۹ ارتباطات و روابط بین المللی؛
- ۱۰ ارتباطات، توسعه و سلطه بین المللی؛
- ۱۱ بونسکو و سازمانهای بین المللی ارتباطات؛
- ۱۲ جهانی شدن ارتباطات و فرهنگ؛

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                |  | پایان نیم سال (۸۰) درصد             |             |       |
|-------------------------------------|----------------|--|-------------------------------------|-------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |  | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☒ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

ابو، بوسا. (۱۳۸۵). *امپریالیسم سایبر: روابط جهانی در عصر جدید الکترونیک*. ترجمه پرویز علوی. تهران: ثانیه.  
 توسو، دایا کیشان (۱۳۹۶)، *ارتباطات بین المللی: تداوم و تغییر*، ترجمه علی مهرطلب تهران: پژوهشگاه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.  
 معتمد نژاد، کاظم (۱۳۸۹)، *ارتباطات بین المللی*، جلد ۱ و ۲، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.  
 مک براید، شین. (۱۳۶۹). *یک جهان، چندین صدا*. ترجمه ایرج پاد. تهران: سروش.  
 مولانا، حمید (۱۳۸۴)، *ارتباطات جهانی در حال گذار*، تهران: انتشارات سروش.





|                                               |                                           |                                |  |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------|--|
| عنوان درس به فارسی:                           |                                           | روش تحلیل محتوا                |  |
| عنوان درس به انگلیسی:                         |                                           | Content Analysis Method        |  |
| دروس پیش نیاز:                                |                                           | -مبانی پژوهش در ارتباطات جمعی- |  |
| دروس هم نیاز:                                 |                                           | --                             |  |
| تعداد واحد:                                   | ۲                                         |                                |  |
| تعداد ساعت:                                   | ۴۸                                        |                                |  |
| نوع درس و واحد                                |                                           |                                |  |
| <input type="checkbox"/> نظری                 | <input type="checkbox"/> پایه             |                                |  |
| <input type="checkbox"/> عملی                 | <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی |                                |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی | <input type="checkbox"/> اختیاری          |                                |  |
|                                               | <input type="checkbox"/> پروژه            |                                |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☒ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

شناخت روش های تحلیل و فنون بررسی محتوای پیام های ارتباطی در رسانه ها.

## ب- اهداف ویژه

آشنایی با کاربرد تکنیک های تحلیل محتوی و بررسی تحقیقات انجام شده در زمینه محتوای رسانه ها.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

|   |                                    |    |                                           |
|---|------------------------------------|----|-------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه و کلیات درباره روش تحقیق     | ۷  | تعیین جامعه آماری و روش نمونه گیری        |
| ۲ | اهمیت تحلیل محتوای پیام            | ۸  | کدگذاری و تنظیم جدول های توزیع فراوانی    |
| ۳ | مقایسه تحلیل های کیفی و کمی پیام   | ۹  | نحوه محاسبه ضریب قابلیت اعتماد            |
| ۴ | گونه های تحلیل پیام: آشکار و پنهان | ۱۰ | استفاده از آزمون های آماری در تحلیل محتوا |
| ۵ | اصول و مراحل تحلیل محتوا           | ۱۱ | توصیف و تحلیل فرضیه ها و سوالات تحقیق     |
| ۶ | چگونگی انتخاب واحدهای تحقیق        | ۱۲ | بررسی تحقیقات نمونه و انجام پژوهش عملی    |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۵۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |                          |                |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

رایف، د.، لیس، الف و فیکو، ج. (۱۳۹۴)، *تحلیل پیام های رسانه ای*، ترجمه مهدخت بروجردی علوی، تهران: سروش.  
 کریپندورف، کلوس (۱۳۹۴)، *تحلیل محتوا: مبانی روش شناسی*، ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.  
 معتمدنژاد، کاظم (۱۳۵۶)، *روش تحقیق در محتوای مطبوعات*، تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.  
 نئوندرف، کیمبر لی (۱۳۹۵)، *راهنمای تحلیل محتوا*، ترجمه حامد بخشی و وجیهه جلائیان بخشنده، مشهد: جهاد دانشگاهی.  
 هولستی، ال آر (۱۳۹۱)، *تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی*، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.



| عنوان درس به فارسی:                      |                                           | افکار عمومی      |  |
|------------------------------------------|-------------------------------------------|------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی:                    |                                           | Public Opinion   |  |
| دروس پیش نیاز:                           |                                           | ارتباطات سیاسی - |  |
| دروس هم نیاز:                            |                                           | --               |  |
| تعداد واحد:                              | ۲                                         |                  |  |
| تعداد ساعت:                              | ۳۲                                        |                  |  |
| نوع درس و واحد                           |                                           |                  |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری | <input type="checkbox"/> پایه             |                  |  |
| <input type="checkbox"/> عملی            | <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی |                  |  |
| <input type="checkbox"/> نظری-عملی       | <input type="checkbox"/> اختیاری          |                  |  |
|                                          | <input type="checkbox"/> پروژه            |                  |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

شناخت و مطالعه علمی افکار عمومی و آشنایی با عوامل مؤثر در شکل گیری و شیوه های هدایت آن.

## ب- اهداف ویژه

درک پدیده افکار عمومی و توانمندی در ارزیابی و سنجش؛ و نقش رسانه ها در بازتاب، تغییر یا تثبیت آن .

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |                                       |                                      |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| ۱ کلیات: تعاریف و مفاهیم افکار عمومی؛ | ۷ نقش رسانه ها در تکوین افکار عمومی؛ |
| ۲ ضرورت توجه به افکار عمومی؛          | ۸ سنجش افکار عمومی و کاربرد آن؛      |
| ۳ چگونگی شکل گیری افکار عمومی؛        | ۹ روش های سنجش افکار عمومی؛          |
| ۴ نگرش ها، ارزشها و باورها؛           | ۱۰ فنون جمع آوری اطلاعات و داده ها؛  |
| ۵ ثبات و عدم ثبات عقاید و افکار؛      | ۱۱ اصول تجزیه و تحلیل یافته ها؛      |
| ۶ نهادهای اجتماعی و افکار عمومی؛      | ۱۲ نحوه تدوین و ارائه گزارش سنجش؛    |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |                          |                |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

پرایس، وینسنت (۱۳۸۵)، *افکار عمومی*، ترجمه علی رستمی و الهام میرتهمی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.  
 دادگران، محمد (۱۳۸۲)، *افکار عمومی و معیارهای سنجش آن*، تهران: مروارید.  
 صفوی، حسن (۱۳۵۱)، *افکار عمومی*، تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.  
 لازار، ژودیت (۱۳۸۰)، *افکار عمومی*، ترجمه مرتضی کتبی، تهران: نشر .

Berinsky, Adam J. (ed.), (2011), *New Directions in Public Opinion*. New York: Routledge



|                                                                         |    |                                       |  |
|-------------------------------------------------------------------------|----|---------------------------------------|--|
| عنوان درس به فارسی:                                                     |    | مبانی ارتباطات و توسعه                |  |
| عنوان درس به انگلیسی:                                                   |    | Development Communication Foundations |  |
| دروس پیش نیاز:                                                          |    | -ارتباطات بین المللی-                 |  |
| دروس هم نیاز:                                                           |    | --                                    |  |
| تعداد واحد:                                                             | ۲  |                                       |  |
| تعداد ساعت:                                                             | ۳۲ |                                       |  |
| نوع درس و واحد                                                          |    |                                       |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> پایه  |    |                                       |  |
| <input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی |    |                                       |  |
| <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری     |    |                                       |  |
| <input type="checkbox"/> پروژه                                          |    |                                       |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با مفاهیم و مبانی توسعه و نقش رسانه ها و ارتباطات در توسعه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی...

## ب- اهداف ویژه

شناخت ابعاد توسعه و نقشی که ارتباطات و رسانه های جمعی در تحولات و تغییرات جوامع ملی ایفا می کنند.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |                                            |                                                 |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| ۱ مفهوم ارتباطات، توسعه و شاخص های آنها؛   | ۷ ارتباطات و توسعه اجتماعی: توانمندسازی؛        |
| ۲ مفاهیم هویت و معنا در جامعه شبکه ای؛     | ۸ توسعه سیاسی: نقش مشارکتی و رهائی بخش؛         |
| ۳ توسعه ناموزون و توسعه پایدار؛            | ۹ ارتباطات و نشر نوآوریها؛                      |
| ۴ رویکردهای نظری به نقش ارتباطات در توسعه؛ | ۱۰ ارتباطات و تحول در کشورهای در حال توسعه؛     |
| ۵ ارتباطات و توسعه اقتصادی: نوسازی و رشد؛  | ۱۱ ارتباطات و جوامع در حال گذار: نقد و ارزیابی؛ |
| ۶ ارتباطات و توسعه فرهنگی: معنویت و آگاهی؛ | ۱۲ جامعه اطلاعاتی و نظام ارتباطی معاصر؛         |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                |  | پایان نیم سال                       |             |       |
|-------------------------------------|----------------|--|-------------------------------------|-------------|-------|
| (۲۰) درصد                           |                |  | (۸۰) درصد                           |             |       |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |  | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | پروژه |
|                                     | آزمون میان ترم |  |                                     |             |       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

تهرانیان، مجید و دیگران (۱۳۵۵)، *پیرامون ساخت و نقش رسانه ها* (همایش شیراز)، تهران: سروش.  
 راجرز، اورت؛ شومیکر، فلویید. (۱۳۶۹)، *رسانش نوآوری ها* ترجمه عزت الله کرمی و ابوطالب فنایی. شیراز: دانشگاه شیراز.  
 لرنر، دانیل (۱۳۸۳)، *گذر از جامعه سنتی: نوسازی خاورمیانه*، ترجمه غلامرضا خواجه سروی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.  
 ملکات، س. و استیوز، ل. (۱۳۸۸)، *ارتباطات توسعه در جهان سوم*. ترجمه شعبانعلی بهرامپور. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.  
 مولانا، حمید. (۱۳۷۵)، *گذر از نوگرایی*. ترجمه یونس شکرخواه. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.  
 Melkote, Serinivas and Steeves, Leslie (ed.). (2015), *Communicating for Development*, London: Sage.





| عنوان درس به فارسی:                                                     |  | عنوان درس به انگلیسی:  |             |
|-------------------------------------------------------------------------|--|------------------------|-------------|
| حقوق ارتباطات جمعی                                                      |  | Mass Communication Law |             |
| نوع درس و واحد                                                          |  | - کلیات حقوق -         |             |
| پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>  |  | دروس پیش نیاز:         |             |
| تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> |  | دروس هم نیاز:          |             |
| اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>     |  | ۲                      | تعداد واحد: |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                          |  | ۳۲                     | تعداد ساعت: |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با مبانی حقوقی رسانه های ارتباط جمعی، آزادی، مسئولیت ها و محدودیت های حقوقی روزنامه نگاران.

## ب- اهداف ویژه

شناخت ابعاد حقوقی، مسئولیت ها و محدودیت های حرفه روزنامه نگاری، جرائم مطبوعاتی و آزادی بیان و نشر.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                           |    |                                                |
|---|-------------------------------------------|----|------------------------------------------------|
| ۱ | یکم: مبانی حقوقی مطبوعات و اطلاعات:       | ۷  | میثاق بین المللی حقوق مدنی و سیاسی؛            |
| ۲ | آزادی مطبوعات و آزادی های عمومی؛          | ۸  | اعلامیه یونسکو درباره نقش بین المللی رسانه ها؛ |
| ۳ | نظریه های آزادی و کنترل اطلاعات؛          | ۹  | اعلامیه کنفرانس امنیت اروپا و آزادی اطلاعات؛   |
| ۴ | دوم: زمینه های حقوق ارتباط جمعی:          | ۱۰ | سوم: حدود فعالیت های وسایل ارتباط جمعی:        |
| ۵ | وضع حقوقی تأسیس، محتوا و اداره رسانه ها؛  | ۱۱ | انواع محدودیت ها، امنیت ملی، و حریم خصوصی؛     |
| ۶ | حقوق حرفه ای و بین المللی روزنامه نگاران؛ | ۱۲ | مالکیت فکری، هتک حرمت، و تبلیغ گمراه کننده.    |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال                       |                |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------------------|----------------|
| (۲۰) درصد                           |                | (۸۰) درصد                           |                |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون میان ترم |
|                                     |                | <input type="checkbox"/>            | آزمون نهایی    |
|                                     |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه          |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

انصاری، باقر. (۱۳۸۹). *حقوق ارتباط جمعی*، چاپ سوم، تهران: سمت.

اسماعیلی، محسن. (۱۳۷۹). *قانون مطبوعات و سیر تحول آن در حقوق ایران*. تهران: سروش.

معتمد نژاد، کاظم. (۱۳۸۵). *حقوق مطبوعات*، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.

معتمد نژاد، کاظم. (۱۳۸۶). *حقوق ارتباطات*، جلد یکم. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.

Barbrook R., (1995), *Media Freedom*, London: Plato.





| عنوان درس به فارسی:                      |                                           | اصول روابط عمومی            |  |
|------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی:                    |                                           | Public Relations Principles |  |
| دروس پیش نیاز:                           |                                           | - مبانی ارتباطات جمعی -     |  |
| دروس هم نیاز:                            |                                           | --                          |  |
| تعداد واحد:                              | ۳                                         |                             |  |
| تعداد ساعت:                              | ۴۸                                        |                             |  |
| نوع درس و واحد                           |                                           |                             |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری | <input type="checkbox"/> پایه             |                             |  |
| <input type="checkbox"/> عملی            | <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی |                             |  |
| <input type="checkbox"/> نظری-عملی       | <input type="checkbox"/> اختیاری          |                             |  |
|                                          | <input type="checkbox"/> پروژه            |                             |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با تعاریف، مفاهیم، اصول و نقش و کارکرد روابط عمومی در جوامع معاصر و حیطه فعالیت آن.

## ب- اهداف ویژه

درک مفاهیم کلیدی، رویکردهای نظری به روابط عمومی، نقش ها و جایگاه سازمانی و حرفه‌ای آن..

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

|   |                                             |    |                                         |
|---|---------------------------------------------|----|-----------------------------------------|
| ۱ | مقدمه‌ای بر اصول و سیر تحول روابط عمومی؛    | ۷  | فرآیندهای روابط عمومی؛                  |
| ۲ | روابط عمومی: تعاریف، مفاهیم، نقش، کارکردها؛ | ۸  | ارتباط با رسانه‌ها؛                     |
| ۳ | بوم‌شناسی (اکولوژی)؛                        | ۹  | روابط عمومی تخصصی؛                      |
| ۴ | اقتناع و افکار عمومی؛                       | ۱۰ | آموزش و اخلاق حرفه‌ای؛                  |
| ۵ | ارتباطات و روابط انسانی؛                    | ۱۱ | فناوری‌های نوین ارتباطی در روابط عمومی؛ |
| ۶ | سازمان و نیروی انسانی روابط عمومی؛          | ۱۲ | روابط عمومی بین‌المللی و جهانی شدن؛     |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

|                                             |                                            |                                 |                                            |                                     |                                          |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> سخنرانی | <input checked="" type="checkbox"/> مباحثه | <input type="checkbox"/> کارگاه | <input checked="" type="checkbox"/> سمینار | <input type="checkbox"/> بازدید-سفر | <input checked="" type="checkbox"/> مدعو |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------|

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | پایان نیم‌سال |                | (۸۰۰) درصد                          |             |
|-------------------------------------|----------------|---------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |               | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |               |                |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

|                                               |                                 |                                        |                                               |                                  |                               |
|-----------------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> تخته سیاه | <input type="checkbox"/> نشریات | <input type="checkbox"/> فیلم و اسلاید | <input checked="" type="checkbox"/> پاورپوینت | <input type="checkbox"/> اینترنت | <input type="checkbox"/> سایر |
|-----------------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

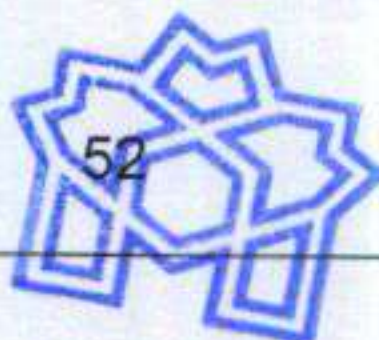
امینی، رضا (۱۳۵۰). *اصول روابط عمومی*. تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.

ویلکاکس و دیگران. (۱۳۸۶). *روابط عمومی: کاربردها و تاکتیک‌ها*، ترجمه م. اعرابی و د. ایزدی. تهران: پژوهش‌های بنیادی.

تنج، رالف و لیز یثومانز (۱۳۹۷)، *کندوکاوی در روابط عمومی (ج ۱ تا ۳)*، ترجمه ع. اسدی و م. اکبری، تهران: آثار فکر.

هیوود، راجر (۱۳۸۶). *همه چیز درباره روابط عمومی*. ترجمه مرداد موسوی و اکبر نعمت‌اللهی، تهران: هفت هنر گیتی.

Broom, G. and Bay-Ling Sha (2020). *Cutlip & Center's Effective Public Relations*, NJ: Prentice Hall.





| عنوان درس به فارسی:   |                      | روابط عمومی عملی (۱): گزارش و نگارش                                            |  |
|-----------------------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی: |                      | PR in Practice (I): Writing & Reporting                                        |  |
| دروس پیش نیاز:        | - اصول روابط عمومی - | نوع درس و واحد                                                                 |  |
| دروس هم نیاز:         | --                   | پایه <input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/>                    |  |
| تعداد واحد:           | ۳                    | تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>        |  |
| تعداد ساعت:           | ۶۴                   | اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/> |  |
|                       |                      | پروژه <input type="checkbox"/>                                                 |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با اصول، فنون و مهارت‌های نگارش صحیح و مؤثر در مکاتبات و گزارش‌های اداری.

## ب- اهداف ویژه

کاربست مهارت‌های نگارش مؤثر در مکاتبات و گزارش‌ها با اهداف اقناعی، خبری، آموزشی ... و اقتضایی.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

|   |                                                |    |                                           |
|---|------------------------------------------------|----|-------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه ای بر نگارش در روابط عمومی               | ۷  | نگارش آموزشی و فنی: کتابچه ها و فرم ها؛   |
| ۲ | گونه های نگارش اداری (۱): حکم، فرمان، دستور    | ۸  | متن سخنرانی (معارفه، تودیع، افتتاح و...); |
| ۳ | " نگارش اداری (۲): دستورالعمل، بخشنامه، ابلاغ؛ | ۹  | نگارش متن آگهی ها و خلاصه نویسی؛          |
| ۴ | نگارش اقتضایی: بیانیه و اطلاعیه ؛              | ۱۰ | گزارش های اجرایی پروژه ها و طرح نامه؛     |
| ۵ | متن اعلانات و پیامهای تبریک، تسلیت، قدردانی؛   | ۱۱ | گزارش های اداری: صورتجلسه، عملکرد سالانه  |
| ۶ | نگارش اقناعی: کاتالوگ- بروشور - لیفلت و...؛    | ۱۲ | گزارش های بحران و ریسک                    |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | پایان نیم‌سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☒ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

پن روس، جان و همکاران (۱۳۸۷)، *ارتباطات بازرگانی پیشرفته*، ترجمه‌ی علی سیدنقوی، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

عمادافشار، حسین (۱۳۹۰)، *گزارش و نگارش در روابط عمومی*، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

کریمی شرقی، رضا (۱۳۸۰)، *فن گزارش نویسی*، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.

کوهن، پائولا (۱۳۷۶)، *درس‌نامه روابط عمومی*، ترجمه محمد خاموشی و علی میرسعیدقازی، تهران: مرکز تحقیقات رسانه‌ها.

Bivins, T (2005): *Public relations writing: The essentials of style and form*, New York, McGraw Hill.



| روزنامه نگاری خبری                            |                                           | عنوان درس به فارسی:   |  |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------|--|
| News Journalism                               |                                           | عنوان درس به انگلیسی: |  |
| نوع درس و واحد                                |                                           | دروس پیش نیاز:        |  |
| <input type="checkbox"/> نظری                 | <input type="checkbox"/> پایه             | شیوه نگارش فارسی -    |  |
| <input type="checkbox"/> عملی                 | <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی | --                    |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی | <input type="checkbox"/> اختیاری          | تعداد واحد:           |  |
| <input type="checkbox"/> پروژه                |                                           | تعداد ساعت:           |  |
|                                               |                                           | ۲                     |  |
|                                               |                                           | ۴۸                    |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☒ موارد دیگر: .....

### الف- هدف کلی

آشنایی با مفاهیم خبر و اطلاع رسانی، اصول و فنون خبرنگاری و فرآیند پردازش آن در رسانه ها.

### الف- اهداف ویژه

توانمندی در مهارت‌ها و فنون خبرنگاری برای رسانه ها، و فرآیند جمع آوری اطلاعات و تهیه و تنظیم متن خبر.

### پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |   |                                     |    |                                          |
|---|-------------------------------------|----|------------------------------------------|
| ۱ | شناخت خبر و تفاوت آن تفسیر و گزارش؛ | ۷  | سبک های خبرنگاری؛                        |
| ۲ | موضوع عینیت در خبر؛                 | ۸  | تیتیر نویسی: انواع و اجزاء تیتیر؛        |
| ۳ | ارزش های خبری؛                      | ۹  | راه های جستجوی کسب خبر؛                  |
| ۴ | عناصر خبر و انواع آن؛               | ۱۰ | مأخذ یا بی خبر؛                          |
| ۵ | ساختار خبر: مقدمه، بدنه و پیشینه    | ۱۱ | فرآیند انتخاب و گزینش اخبار؛             |
| ۶ | نحوه تنظیم خبر؛                     | ۱۲ | جایگاه رسانه ها و شرایط حرفه ای خبرنگار. |

### ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

### ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه       |

### ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☒ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☒ اینترنت ☒ تمرین

### چ) فهرست منابع پیشنهادی

بدیعی، نعیم و حسین قندی (۱۴۰۲)، *روزنامه نگاری نوین*، چاپ یازدهم، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.

سیسونز، هلن (۱۳۸۹)، *روزنامه نگاری در عمل*؛ ترجمه محمد تقی زاده مطلق، تهران: انتشارات همشهری.

کییل، ریچارد (۱۳۷۷)، *راهنمای روزنامه نگاری*، ترجمه مریم ترقی جاه، تهران: انتشارات همشهری.

معمدنژاد، کاظم و ابوالقاسم منصفی (۱۳۶۸)، *روزنامه نگاری*، با فصلی جدید، چاپ سوم، تهران: انتشارات سپهر.

Hall, Jim (2001) *Online Journalism: a Critical Primer*, London: Pluto Press.



| عنوان درس به فارسی:                       |                                          | اصول تبلیغات بازرگانی     |  |
|-------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی:                     |                                          | Principles of Advertising |  |
| دروس پیش نیاز:                            |                                          | --                        |  |
| دروس هم نیاز:                             |                                          | --                        |  |
| تعداد واحد:                               | ۲                                        |                           |  |
| تعداد ساعت:                               | ۳۲                                       |                           |  |
| نوع درس و واحد                            |                                          |                           |  |
| پایه <input type="checkbox"/>             | نظری <input checked="" type="checkbox"/> |                           |  |
| تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> | عملی <input type="checkbox"/>            |                           |  |
| اختیاری <input type="checkbox"/>          | نظری-عملی <input type="checkbox"/>       |                           |  |
| پروژه <input type="checkbox"/>            |                                          |                           |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با مفاهیم، اصول و سیر تحول آگهی‌های بازرگانی و نقش آنها در رسانه‌ها و زندگی اجتماعی.

## ب- اهداف ویژه

شناخت کارکرد تبلیغات در رسانه‌ها؛ انواع آن؛ شیوه‌های تولید تبلیغات تجاری و کارویژه آژانس‌های تولید آگهی.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |   |                                           |    |                                              |
|---|-------------------------------------------|----|----------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه: ضرورت و اهمیت مطالعه تبلیغات؛      | ۷  | اصول و شیوه‌های تولید پیام؛                  |
| ۲ | تعریف و مفاهیم تبلیغات، آموزش و اطلاعات؛  | ۸  | کاربرد تبلیغات در رسانه‌ها؛                  |
| ۳ | انواع تبلیغات: تجاری، خدمت عمومی، فرهنگی؛ | ۹  | آثار اجتماعی و اقتصادی تبلیغات تجاری؛        |
| ۴ | کارکردها و کژکارکردهای تبلیغات؛           | ۱۰ | شیوه‌های بررسی اثرات پیام‌های تبلیغات تجاری؛ |
| ۵ | اهداف و انگیزه‌های تبلیغات؛               | ۱۱ | ارزیابی دیدگاه موافقان و مخالفان تبلیغات؛    |
| ۶ | زبان و محتوای تبلیغات تجاری؛              | ۱۲ | آگهی‌ها، رسانه‌های اجتماعی و آینده تبلیغات؛  |

ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال     |                | (۲۰) درصد |                | پایان نیم سال                       |             | (۸۰) درصد |       |
|-------------------------------------|----------------|-----------|----------------|-------------------------------------|-------------|-----------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |           | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |           | پروژه |

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

چ) فهرست منابع پیشنهادی

اربابی، علی محمد (۱۳۵۱)، *تبلیغات تجاری*، تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.

پراتکانیس، آنتونی؛ آرانسن، الیوت. (۱۳۷۹). *عصر تبلیغات*. ترجمه کاووس سیدامامی و محمدصادق عباسی. تهران: سروش.

روستا، احمد (۱۳۸۱)، *آینده تبلیغات در ایران*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

ولز، ویلیام و همکاران (۱۳۸۳)، *تبلیغات تجاری*، ترجمه سینا قربانلو، تهران: انتشارات مبلغان.

Taylor, P.M. (2003), *Munition of Mind*, Manchester: Manchester University Press .





| اصول اقناع                                                              |                      | عنوان درس به فارسی:   |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------|
| Principles of Persuasion                                                |                      | عنوان درس به انگلیسی: |
| نوع درس و واحد                                                          |                      | دروس پیش نیاز:        |
| پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>  | - اصول روابط عمومی - | دروس هم نیاز:         |
| تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> | --                   | تعداد واحد: ۲         |
| اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>     |                      | تعداد ساعت: ۳۲        |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                          |                      |                       |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با اصول، قواعد، و مبانی نظری و رویکردهای اقناعی و نقش آن در ارتباطات، تبلیغات و رسانه ها.

## ب- اهداف ویژه

کار بست های فنون اقناع در حرفه های ارتباطی و ارزیابی اثرات و محدودیت های آنها.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                           |    |                                           |
|---|-------------------------------------------|----|-------------------------------------------|
| ۱ | اهمیت و سیر تحول مطالعات اقناع ؛          | ۷  | راهبردهای اقناع: منبع پیام و اعتبار رسانه |
| ۲ | تعاریف، مفاهیم و مدل های ارتباطات اقناعی؛ | ۸  | ویژگی های پیام: احساسات و استدلال عقلی    |
| ۳ | روشهای مطالعه اقناع در علوم اجتماعی؛      | ۹  | ویژگی های مخاطبان پیام                    |
| ۴ | رویکرد شناختی اقناع؛                      | ۱۰ | مقاومت در برابر اقناع و عوامل آن؛         |
| ۵ | اصول پایه: محرک و پاسخ، ادراک و پذیرش؛    | ۱۱ | ارزیابی اثرات روانی-اجتماعی اقناع         |
| ۶ | انواع اقناع: فردی، جمعی و گروهی           | ۱۲ | ملاحظات و مسئولیت های اخلاقی در اقناع     |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☐ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☒ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال |                | پایان نیم سال |       |
|---------------------------------|----------------|---------------|-------|
| ( درصد )                        |                | ( ۱۰۰ ) درصد  |       |
| ارزشیابی مستمر                  | آزمون میان ترم | آزمون نهایی   | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☐ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☐ پاورپوینت ☐ اینترنت ☒ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

ارونسون، الیور (۱۳۶۶)، *روانشناسی اجتماعی*، ترجمه حسین شکرکن، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی .  
بنوا، ویلیام و بنوا، پاملا (۱۳۹۰)، *فرایند تأثیرگذاری پیام های اقناعی*، ترجمه م. نیکو و و. سرکیسیان، تهران: تحقیقات صدا و سیما.  
جاوت، گارث؛ آدائل، ویکتوریا. (۱۳۹۰). *تبلیغات و اقناع*. ترجمه حسین افخمی. تهران: همشهری.  
شاپرول، کلود و میرو نارادو (۱۳۹۸)، *روانشناسی ارتباطات و اقناع*، ترجمه محمد فتوره جی و نصرالله قاسم پور، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
لربینگر، اتو. (۱۳۷۶). *ارتباطات اقناعی*. ترجمه علی رستمی. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.



| عنوان درس به فارسی:                           |  | روابط عمومی عملی (۲): انتشارات            |  |
|-----------------------------------------------|--|-------------------------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی:                         |  | PR in Practice (II): Publications         |  |
| دروس پیش نیاز:                                |  | - روابط عمومی عملی (۱): گزارش و نگارش -   |  |
| دروس هم نیاز:                                 |  | --                                        |  |
| تعداد واحد:                                   |  | ۳                                         |  |
| تعداد ساعت:                                   |  | ۶۴                                        |  |
| نوع درس و واحد                                |  |                                           |  |
| <input type="checkbox"/> نظری                 |  | <input type="checkbox"/> پایه             |  |
| <input type="checkbox"/> عملی                 |  | <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی |  | <input type="checkbox"/> اختیاری          |  |
|                                               |  | <input type="checkbox"/> پروژه            |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☒ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با رسانه های چاپی در روابط عمومی و فرآیند تولید و توزیع نشریات ادواری و غیر ادواری.

## ب- اهداف ویژه

کاربست فنون تولید در رسانه های چاپی مانند مجله داخلی، خبرنامه، کتابچه، بروشور، پانفلت و گزارش عملکرد.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                                    |    |                                               |
|---|----------------------------------------------------|----|-----------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه ای بر نقش انتشارات در روابط عمومی؛           | ۷  | فرآیند تولید: مجلات، ژورنالها و گاهنامه ها    |
| ۲ | انواع انتشارات: ادواری و غیرادواری، درونی و برونی؛ | ۸  | بولتن یا خبرنامه: قطع، صفحات و محتوا؛         |
| ۳ | مروری بر تحولات صنعت چاپ و نشر؛                    | ۹  | نشریات غیر ادواری (۱): بروشور، پانفلت، فلایر؛ |
| ۴ | انواع چاپ، کاربردها، فرآیندها و روشهای چاپ؛        | ۱۰ | غیر ادواری (۲): کتابچه، کتاب و سالنامه؛       |
| ۵ | نشریات ارگان: ساختار، و سازمان و نیروی انسانی؛     | ۱۱ | غیر ادواری (۳): گزارش های موردی و سالانه؛     |
| ۶ | زمان، هزینه ها و توزیع نشریات ارگان؛               | ۱۲ | آشنایی با نشر رومیزی و الکترونی.              |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | (۵۰) درصد |                | پایان نیم سال                       |             | (۸۰) درصد |       |
|-------------------------------------|----------------|-----------|----------------|-------------------------------------|-------------|-----------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |           | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |           | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☒ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

احمدی، مهدی (۱۳۹۳)، طراحی تا چاپ، تهران: انتشارات نوردان.

افشارمهاجر، کامران (۱۳۷۲)، آموزش عملی صفحه آرایی (کتاب، مجله، روزنامه، بروشور و...)، تهران: شرکت رایناک.

نیکلسون، سو (۱۳۸۷)، هنر چاپ، ترجمه منیژه پورقبادی، تهران: انتشارات قلم سبز.

یونسکو (۱۳۹۳)، فن نشر کتاب، ترجمه محسن مدیر شانه چی، تهران: سمت.

Eisenhart, D. M. (1996). Publishing in the Information Age, USA: GP Group.





|                                                                                |    |                 |  |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|-----------------|--|
| عنوان درس به فارسی:                                                            |    | عکاسی خبری      |  |
| عنوان درس به انگلیسی:                                                          |    | Photojournalism |  |
| دروس پیش نیاز:                                                                 |    | ارتباطات تصویری |  |
| دروس هم نیاز:                                                                  |    | --              |  |
| تعداد واحد:                                                                    | ۲  |                 |  |
| تعداد ساعت:                                                                    | ۴۸ |                 |  |
| نوع درس و واحد                                                                 |    |                 |  |
| <input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> پایه                    |    |                 |  |
| <input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی        |    |                 |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری |    |                 |  |
| <input type="checkbox"/> پروژه                                                 |    |                 |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با میدان عمل عکس و کاربرد آن در عکاسی از سوژه های خبری، اشیاء، طبیعت و رویدادها؛

## ب- اهداف ویژه

به کارگیری عوامل تکنیکی در عکاسی آنالوگ (دوربین، لنز، ادوات کنترل)، چاپ عکس، نورسنجی، و فنون ویژه.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                               |    |                                        |
|---|-----------------------------------------------|----|----------------------------------------|
| ۱ | اهمیت عکاسی، تاریخچه و ویژگی های آن؛          | ۷  | عکاسی خبری و طرز تهیه عکس از رویدادها؛ |
| ۲ | شناخت انواع دوربین، لنز، فیلم و کاغذ؛         | ۸  | چاپ عکس و آرشیو آن در مطبوعات؛         |
| ۳ | خواص لنز، عدسی ها، ابزار نورپردازی و فیلترها؛ | ۹  | عکاسی از اشیاء ریز و درشت نمایی؛       |
| ۴ | اصول کادربندی و شناخت ارزش های هنری؛          | ۱۰ | اصول عکاسی با فلاش و تلفیق نور؛        |
| ۵ | کمپوزسیون و زیبایی شناسی در عکاسی؛            | ۱۱ | سوژه های متحرک و سرعت شاتر،            |
| ۶ | لابراتور عکاسی و مراحل چاپ و ظهور عکس؛        | ۱۲ | تکنیک های ویژه عکاسی؛                  |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۸۰) درصد                           |       |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | پروژه |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input type="checkbox"/> | آزمون نهایی    | <input type="checkbox"/>            |       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☒ فیلم و اسلاید ☐ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

آدامز، انسل (۱۹۹۳)، **دوربین عکاسی**، ترجمه پیروز سیار، تهران: سروش.

آذرگین، آروین (۱۳۸۴)، **عکاسی دیجیتال**، تهران: مؤسسه علمی فرهنگی نص.

جلالی، بهمن؛ گلی امامی و کریم امامی (۱۳۶۰)، **عکاسی سیاه و سفید**، تهران: زمینه.

لنگفورد، مایکل (۱۳۹۴)، **عکاسی پایه**، ترجمه رضا نبوی، تهران: دانشگاه هنر.

Stella J.E. (1997). **Photojournalism: Principles and Guidelines**. London: Scan Press.



| ارتباط با رسانه ها                                                             |                        | عنوان درس به فارسی:   |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------|
| Media Relations                                                                |                        | عنوان درس به انگلیسی: |
| نظری <input type="checkbox"/> پایه <input type="checkbox"/>                    | -روابط عمومی عملی (۱)- | دروس پیش نیاز:        |
| عملی <input type="checkbox"/> تخصصی <input checked="" type="checkbox"/>        | --                     | دروس هم نیاز:         |
| نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/> اختیاری <input type="checkbox"/> |                        | تعداد واحد: ۲         |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                                 |                        | تعداد ساعت: ۴۸        |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با نقش و اهمیت ارتباط با رسانه ها، سیاستهای خبری سازمان و پاسخگویی به افکار عمومی.

## ب- اهداف ویژه

کسب دانش و مهارت برای جمع آوری و پردازش اطلاعات و اخبار سازمان، آگهی ها، اطلاعیه ها و پاسخگویی.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                            |    |                                            |
|---|--------------------------------------------|----|--------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه ای بر اهمیت و نقش روابط با رسانه ها؛ | ۷  | کنفرانس خبری و مصاحبه اختصاصی با رسانه ها؛ |
| ۲ | شناخت اکولوژی رسانه ها؛                    | ۸  | رویدادهای رسانه ای و بازدید خبرنگاران؛     |
| ۳ | روش های جمع آوری اطلاعات؛                  | ۹  | عکس خبری و شرح عکس؛                        |
| ۴ | سیاست های خبری: شفافیت، نشت و بایکوت؛      | ۱۰ | پاسخگویی به رسانه ها؛                      |
| ۵ | منبع، سخنگویی و اتاق خبرنگاران؛            | ۱۱ | روش های بررسی و ارزیابی رسانه ها؛          |
| ۶ | اطلاعیه مطبوعاتی و ویدئویی؛                | ۱۲ | اخلاق حرفه ای و مقررات حاکم بر رسانه ها.   |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۵۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |                          |                |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

☒ تخته سیاه ☒ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☐ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

برخوردار، ایرج، (۱۳۸۱)، اصول تهیه برنامه های رادیویی، تهران: تحقیق و توسعه صدا.  
 خزائلی، عذرا، (۱۳۷۵)، نویسندگی برای رادیو و تلویزیون، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه های صدا و سیما.  
 ریجوی، جودیت (۱۳۹۰)، ارتباطات رسانه ای در عمل، ترجمه م. بروجردی و ع. فرقانی، تهران: دفتر مطالعات رسانه ها.  
 هنسی، برندن (۱۳۹۲)، نویسندگی برای مطبوعات و رسانه های الکترونیک، ترجمه میرحسن رئیس زاده، تهران: سروش.  
 Howard, C. & Mathews, W. (2013). On deadline: Managing media relations. Prospect, IL: Waveland Press.



| روابط عمومی عملی (۳) رویدادهای ویژه                                            |                                     | عنوان درس به فارسی:   |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------|
| نوع درس و واحد                                                                 | PR in Pactice (III): Special Events | عنوان درس به انگلیسی: |
| <input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> پایه                    | -اصول روابط عمومی-<br>--            | دروس پیش نیاز:        |
| <input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی        |                                     | دروس هم نیاز:         |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری |                                     | تعداد واحد:           |
| <input type="checkbox"/> پروژه                                                 |                                     | تعداد ساعت:           |
|                                                                                | ۲                                   | ۴۸                    |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با اصول، قواعد و نحوه برگزاری مراسم و خلق رویدادهای ارتباطی مانند جشن ها یا بزرگداشتها.

## ب- اهداف ویژه

کاربست فنون و قواعد برگزاری مراسم، خلق رویدادهای به صورت انفرادی یا در چارچوب کارزارهای ارتباطی.

## پ) مباحث یا سرفصلها

- |                                           |                                              |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------|
| ۱ کلیات: تعاریف، مفاهیم و نقش رویدادها؛   | ۷ همایش ها: کنفرانس، کنگره، ... و مجامع      |
| ۲ طرحریزی و برنامه رویداد؛                | ۸ نمایشگاه ها: داخلی و خارجی، دائمی و موزه   |
| ۳ منابع انسانی، مالی و سازماندهی؛         | ۹ راهپیمایی و میتینگ ها: اعتراضی و حمایتی    |
| ۴ سازوکار نظارت و اجرا                    | ۱۰ سفرها و بازدیدهای رسمی و غیر رسمی         |
| ۵ تشریفات، مقررات، ارزشیابی و ارائه گزارش | ۱۱ مناسبت ها و مراسم: معارفه، تودیع و یادمان |
| ۶ رویدادهای رسانه ای و مراحل اجرا         | ۱۲ کارگاه های آموزشی، توجیهی و مسابقات       |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☒ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال  |                                     | (۵۰) درصد   |                                     |
|-------------------------------------|----------------|----------------|-------------------------------------|-------------|-------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | <input checked="" type="checkbox"/> |
|                                     |                |                |                                     | پروژه       |                                     |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☒ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

ذوالعین، پرویز (۱۳۸۱)، *آداب و تشریفات دیپلماتیک*، تهران: نشر میزان.

کوهن، پائولا مارانتز (۱۳۷۶)، *درسنامه روابط عمومی*، ترجمه قاضی و خاموشی، تهران: مرکز مطالعات رسانه ها.

ماتیوس، داگ (۱۳۹۳)، *مدیریت طراحی رویدادهای ویژه*، ترجمه روزبه میرزایی و راحله ملکی، تهران: نشر ترمه.

وات، دیوید سی. (۱۳۹۱)، *مدیریت رویدادهای گردشگری و اوقات فراغت*، ترجمه ب. شریفی و م. خوش قدم، تهران: خدمات فرهنگی رسا.

Malouf, Lena (2011), *Events Exposed: Managing and Designing Special Events*, London: Wiley.





| مدیریت و روابط عمومی                                                    |                      | عنوان درس به فارسی:   |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------|
| Management & Public Relations                                           |                      | عنوان درس به انگلیسی: |
| نوع درس و واحد                                                          |                      | دروس پیش نیاز:        |
| پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>  | - اصول روابط عمومی - | دروس هم نیاز:         |
| تخصصی <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> | --                   | تعداد واحد: ۳         |
| اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>     |                      | تعداد ساعت: ۴۸        |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                          |                      |                       |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با نیازهای متقابل مدیریت و روابط عمومی و جایگاه روابط عمومی در سازمان و نقش و مسئولیت آن.

## ب- اهداف ویژه

شناخت جایگاه روابط عمومی از طریق مروری بر نظریه‌ها و مکاتب مدیریت و نقش آن در ارتباطات سازمان.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |   |                                        |    |                                               |
|---|----------------------------------------|----|-----------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه: رابطه مدیریت با روابط عمومی     | ۷  | رویکردهای فرهنگی و انتقادی                    |
| ۲ | تاریخچه تحول اندیشه‌های مدیریت در جهان | ۸  | وظایف روابط عمومی: مشاوره، ارتباطات و هماهنگی |
| ۳ | سیر تحول اندیشه مدیریت در ایران        | ۹  | وظایف مدیریت روابط عمومی                      |
| ۴ | روابط عمومی و نظریه‌های مدیریت         | ۱۰ | تصمیم‌گیری و طرح و برنامه،                    |
| ۵ | از کلاسیک‌ها تا روابط انسانی           | ۱۱ | بودجه‌ریزی، سازماندهی و استخدام               |
| ۶ | از ساختگرایی تا رویکرد سیستمی          | ۱۲ | نظارت، ارزشیابی و ارتباطات مؤثر.              |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | پایان نیم‌سال  |                                     | (۸۰) درصد   |       |
|-------------------------------------|----------------|----------------|-------------------------------------|-------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

افجه ای، علی اکبر (۱۳۷۷)، مدیریت اسلامی، تهران: جهاد دانشگاهی.

فروزش، سینا و علی زاده، اسانه (۱۳۹۰)، ریشه‌ها و مبانی فکری اندرزنامه نویسی سیاسی، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

مورسی، جورج (۱۳۵۷)، مدیریت بر مبنای هدف و نتیجه، ترجمه فریده معتمدی و مهدی الوانی، تهران: مرکز آموزش مدیریت.

نطقی حمید، (۱۳۹۷)، مدیریت و روابط عمومی، چاپ سوم، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.

Black, Sam, (1972), *The Role of Public Relations in Management*, London: Pitman.





| روابط عمومی بصری                                                                 |                         | عنوان درس به فارسی:   |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| نوع درس و واحد                                                                   | Visual Public Relations | عنوان درس به انگلیسی: |
| <input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> پایه                      | ارتباطات تصویری -       | دروس پیش نیاز:        |
| <input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی ۷        | --                      | دروس هم نیاز:         |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی ۷ <input type="checkbox"/> اختیاری |                         | تعداد واحد: ۲         |
| <input type="checkbox"/> پروژه                                                   |                         | تعداد ساعت: ۴۸        |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با فنون تولیدات سمعی، بصری و چند رسانه ای، و فرآیند نشر و توزیع در رسانه های جمعی و اجتماعی.

## ب- اهداف ویژه

کسب مهارت‌ها و فنون تولید برنامه های سمعی، بصری و چند رسانه ای با هدف خبری، آموزشی و تبلیغی.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |   |                                               |    |                                       |
|---|-----------------------------------------------|----|---------------------------------------|
| ۱ | مقدمه: ضرورت شناخت صدا و تصویر؛               | ۷  | تولید برنامه های ویدئویی؛             |
| ۲ | کلیات: از کلمه تا صدا و عناصر اصلی پیام بصری؛ | ۸  | خبر و مستند تلویزیونی؛                |
| ۳ | زبان و گرامر فیلم و تلویزیون                  | ۹  | تصویر ثابت و گرافیک تلویزیونی؛        |
| ۴ | ترکیب زبان گفتاری و تصویری                    | ۱۰ | تیزرهای سینمایی و تلویزیونی؛          |
| ۵ | خبر و مستند رادیویی                           | ۱۱ | چند رسانه ای‌ها و نرم افزارهای مرتبط؛ |
| ۶ | فیلم مستند و فیلم روایی                       | ۱۲ | عوامل تکثیر و توزیع تولیدات.          |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال     |                | (۵۰ درصد) |                | پایان نیم سال                       |             | (۵۰ درصد)                           |       |
|-------------------------------------|----------------|-----------|----------------|-------------------------------------|-------------|-------------------------------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |           | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | <input checked="" type="checkbox"/> | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☒ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

برخوردار، ایرج، (۱۳۸۱)، اصول تهیه برنامه های رادیویی، تهران: تحقیق و توسعه صدا.

رضوی، عباس (۱۳۹۰)، تولید برنامه های آموزشی تلویزیونی، تهران: سمت.

گرین، اندی (۱۴۰۲)، خلاقیت در روابط عمومی، ترجمه حسن نصیری قیداری و فاطمه ریحانی، تهران: کارگزار روابط عمومی.

میلرسون، جرال (۱۳۸۴)، فن برنامه سازی تلویزیونی، ترجمه مهدی رحیمیان، تهران: سروش.

Collister, S. Roberts-Bowman, S. (2018), *Visual Public Relations*, London: Routledge.





| عنوان درس به فارسی:                           |                                           | روابط عمومی الکترونی       |  |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی:                         |                                           | e- Public Relations        |  |
| دروس پیش نیاز:                                |                                           | -نظریه های جامعه اطلاعاتی- |  |
| دروس هم نیاز:                                 |                                           | --                         |  |
| تعداد واحد:                                   | ۲                                         |                            |  |
| تعداد ساعت:                                   | ۴۸                                        |                            |  |
| نوع درس و واحد                                |                                           |                            |  |
| <input type="checkbox"/> نظری                 | <input type="checkbox"/> پایه             |                            |  |
| <input type="checkbox"/> عملی                 | <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی |                            |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی | <input type="checkbox"/> اختیاری          |                            |  |
|                                               | <input type="checkbox"/> پروژه            |                            |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با اهمیت، نقش و کاربرد اینترنت در روابط عمومی شیوه های تولید و توزیع محتوای مجازی.

## ب- اهداف ویژه

کسب مهارت تولید و توزیع محتوا در وب و شبکه اجتماعی و ارزشیابی محتوای تارنماها و اثربخشی آنها.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |                                          |                                          |
|------------------------------------------|------------------------------------------|
| ۱ تعاریف، مفاهیم و کارکردهای روابط عمومی | ۷ ارتباط با رسانه ها روی نت              |
| ۲ روابط عمومی در فضای دیجیتال            | ۸ مخاطبان و کاربران وب                   |
| ۳ اینترنت و کاربردهای آن در روابط عمومی  | ۹ اینترنت و ارتباطات سازمانی             |
| ۴ دولت، سازمان و روابط عمومی الکترونی    | ۱۰ اثرات اجتماعی اینترنت                 |
| ۵ رسانه های اجتماعی و روابط عمومی        | ۱۱ روش های ارزشیابی روابط عمومی الکترونی |
| ۶ اطلاع رسانی، تبلیغات و آموزش روی نت    | ۱۲ اینترنت و ارتباطات در بحران           |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۵۰) درصد                           |       |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☒ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

برکنریج، دیرید کی. (۱۳۹۳)، روابط عمومی دو، مترجم: مریم صالحی، تهران: کارگزار روابط عمومی.  
 ضیایی پرور، حمید. (۱۳۸۷). تکنولوژی های کاربردی روابط عمومی الکترونیک، ج ۱ و ۲. تهران: شرکت هفت تبلیغ.  
 عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۷)، روابط عمومی دوفضایی: مفاهیم، نظریه ها و برنامه عمل، تهران: هفت تبلیغ.  
 مجموعه مقالات. (۱۳۸۴). مجموعه مقالات نخستین همایش روابط عمومی الکترونیک. تهران: هفت تبلیغ.  
 Haig, Matt. (2000). e-PR: The Essential Guide to Public Relations on the Internet. London: Kogan Page.





| عنوان درس به فارسی:                                                     |  | زبان تخصصی (II): روابط عمومی |  |
|-------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی:                                                   |  | Public Relations English     |  |
| دروس پیش نیاز:                                                          |  | - زبان تخصصی (I) -           |  |
| دروس هم نیاز:                                                           |  | --                           |  |
| تعداد واحد:                                                             |  | ۲                            |  |
| تعداد ساعت:                                                             |  | ۳۲                           |  |
| نوع درس و واحد                                                          |  |                              |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> پایه  |  |                              |  |
| <input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی |  |                              |  |
| <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری     |  |                              |  |
| <input type="checkbox"/> پروژه                                          |  |                              |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با متون تخصصی روابط عمومی شامل مفاهیم، اصطلاحات و ترجمه متون مرتبط.

## ب- اهداف ویژه

یادگیری و درک متون روابط عمومی و کسب مهارت‌های خواندن، نوشتن، ارائه و خلاصه کردن آنها.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |                                    |                                        |
|------------------------------------|----------------------------------------|
| ۱ Intro: What is Public Relations? | ۷ Public Relations Ethics & Regulation |
| ۲ Public Relations activities      | ۸ Corporate Public Relations           |
| ۳ Public Relations Research        | ۹ PR for non-profit organizations      |
| ۴ Careers in Public Relations      | ۱۰ Government Public Relations         |
| ۵ Public Relations and the Media   | ۱۱ Crisis Communication                |
| ۶ Persuasion & Public Opinion      | ۱۲ Public Relations Campaign           |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☒ تمرین

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال                       |                |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------------------|----------------|
| (۴۰ درصد)                           |                | (۶۰ درصد)                           |                |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون میان ترم |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input type="checkbox"/>            | آزمون نهایی    |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه          |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

حمدان، محد (۱۳۹۰)، *فرهنگ جامع روابط عمومی*، گروه مترجمان، ویرایش حسین افخمی، تهران: کارگزار روابط عمومی.  
 محمدی فر، محمد رضا (۱۳۷۷)، *فرهنگ تبلیغات*، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.  
 میرسعید قاضی، علی (۱۳۸۴)، *فرهنگ روابط عمومی و ارتباطات*، تهران: انتشارات آرون.  
 Henslowe, P (2003): *Public relations: A practical guide to the basics*, London: Kogan Page.  
 Wilcox, D (2013): *Public Relations Writing and Media Techniques*, Boston: Pearson.





| عنوان درس به فارسی:                             |                                             | عنوان درس به انگلیسی:     |    |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------|----|
| برنامه ریزی روابط عمومی                         |                                             | Public Relations Planning |    |
| نوع درس و واحد                                  |                                             | مدیریت و روابط عمومی -    |    |
| <input type="checkbox"/> نظری                   | <input type="checkbox"/> پایه               | دروس پیش نیاز:            |    |
| <input type="checkbox"/> عملی                   | <input checked="" type="checkbox"/> تخصصی ۷ | دروس هم نیاز:             |    |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی ۷ | <input type="checkbox"/> اختیاری            | تعداد واحد:               | ۳  |
| <input type="checkbox"/> پروژه                  |                                             | تعداد ساعت:               | ۶۴ |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

### الف- هدف کلی

آشنایی با اهمیت و اصول، فنون و مراحل برنامه ریزی در روابط عمومی و اجرا و ارزشیابی.

### ب- اهداف ویژه

کسب مهارت و فنون برنامه ریزی فعالیت ها و در قالب کارزارهای ارتباطی و نحوه تدوین طرحنامه پروژه ها.

### پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                         |    |                                         |
|---|-----------------------------------------|----|-----------------------------------------|
| ۱ | اهمیت و نقش برنامه ریزی در روابط عمومی؛ | ۷  | ابزار ارتباطی در درون و بیرون سازمان؛   |
| ۲ | نگرشهای مختلف به برنامه ریزی؛           | ۸  | ویژگی های محتوای پیام؛                  |
| ۳ | شرایط، عوامل و مراحل برنامه ریزی؛       | ۹  | دسته بندی مخاطبان هدف؛                  |
| ۴ | مفاهیم استراتژی، تاکتیک و خط مشی؛       | ۱۰ | بودجه ریزی، نیروی انسانی و سازماندهی؛   |
| ۵ | روشهای آرمانی، حل مسأله و بر مبنای هدف؛ | ۱۱ | نظارت، کنترل و ارزشیابی برنامه ها؛      |
| ۶ | تحلیل موقعیت و سنجش افکار عمومی؛        | ۱۲ | تهیه و تدوین طرحنامه کمپین روابط عمومی. |

### ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

### ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال                    |                | پایان نیم سال                                   |       |
|----------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------|-------|
| (۴۰ درصد)                                          |                | (۶۰ درصد)                                       |       |
| <input checked="" type="checkbox"/> ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> آزمون نهایی | پروژه |

### ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

### چ) فهرست منابع پیشنهادی

اسمیت، رونالد (۱۳۸۹)، *برنامه ریزی استراتژیک روابط عمومی*، ترجمه م. اعرابی و ف. جلالی، تهران: پژوهشکده مدیریت سما.  
 پترسون، سالی و جنل راتکی (۱۳۹۷)، *ارتباطات استراتژیک برای سازمانهای غیرانتفاعی*، ترجمه حسن بودلایی تهران: اندیشه احسان.  
 گرگوری، آن (۱۳۹۱)، *برنامه ریزی و مدیریت کمپین های روابط عمومی*، ترجمه مریم صالحی، تهران: کارگزار روابط عمومی.  
 هامیلتون، سیمور (۱۳۷۵)، *تجزیه و تحلیل سازمانی*، ترجمه داود محب علی، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.  
 Austin, E.A. & Pinkleton B.E. (2000), *Strategic Public Relations Management*, Hillsdale, NJ: LEA Inc.





## پ- درس‌های اختیاری



| ارتباطات سازمانی                                                               |                      | عنوان درس به فارسی:   |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------|
| Organizational Communication                                                   |                      | عنوان درس به انگلیسی: |
| نوع درس و واحد                                                                 | اصول سازمان و مدیریت | دروس پیش نیاز:        |
| پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>         | --                   | دروس هم نیاز:         |
| تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>                   |                      | تعداد واحد:           |
| اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> |                      | تعداد ساعت:           |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                                 |                      | ۲                     |
|                                                                                |                      | ۳۲                    |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با فرآیند و کارکرد ارتباطات در سازمان ها و عوامل موثر بر ساختار و محتوای ارتباطات سازمانی.

## ب- اهداف ویژه

دانشجویان بتوانند مفاهیم کلیدی، دیدگاههای نظری و مدل های ارتباطی در محیط سازمان را بیان کنند.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

۱. شناخت ارتباطات و سازمان: مفاهیم و تعاریف؛
۲. رویکردها به ارتباطات سازمانی: نظریه ها و مدل ها؛
۳. فرهنگ سازمانی، رفتار سازمانی و ارتباطات؛
۴. منشاء اطلاعات رسمی و غیر رسمی در سازمان؛
۵. عوامل مؤثر بر کمیت و کیفیت ارتباطات مدیریت؛
۶. نقش عوامل روانی- اجتماعی در ارتباطات سازمانی؛
۷. سازوکارهای ارسال و دریافت پیام و بازخوردها؛
۸. ارزش ها و هنجارهای سازمانی و اخلاق حرفه ای؛
۹. شناخت عوامل تسریع کننده/بازدارنده ارتباطی؛
۱۰. نقش روابط عمومی در ارتباطات سازمانی؛
۱۱. فرایندها در ارتباطات سازمانی: جامعه پذیری و ...؛
۱۲. معرفی فناوری های جدید در ارتباطات سازمانی؛

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                |                | پایان نیم سال                       |             |       |
|-------------------------------------|----------------|----------------|-------------------------------------|-------------|-------|
| (۲۰) درصد                           |                |                | (۸۰) درصد                           |             |       |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | پروژه |

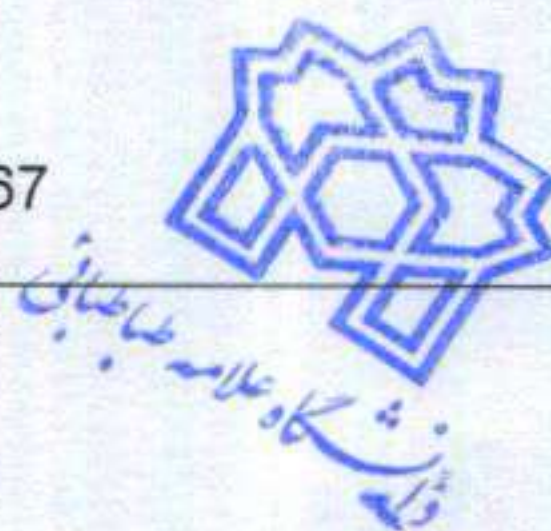
## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

جمعی از نویسندگان. (۱۳۷۸). «ارتباطات سازمانی» (مجموعه مقالات شماره ۲۰). تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.  
 فرهنگی، علی اکبر و همکاران. (۱۳۸۶). نظریه های ارتباطات سازمانی. تهران: رسا.  
 میلر، کترین. (۱۳۷۷). ارتباطات سازمانی: رویکردها و فرآیندها. ترجمه آذر قبادی. تهران: مدیریت صنعتی.  
 هامیلتون، سیمور. (۱۳۷۵). تجزیه و تحلیل ارتباطات سازمانی. ترجمه داود محبعلی. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

Clampit, Phillip G. (2011). *Communicating for Managerial Effectiveness*. London: Sage.





| ارتباطات میان فرهنگی                                                           |                       | عنوان درس به فارسی:   |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Intercultural Communication                                                    |                       | عنوان درس به انگلیسی: |
| نوع درس و واحد                                                                 |                       | دروس پیش نیاز:        |
| پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>         | مبانی ارتباطات انسانی | دروس هم نیاز:         |
| تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>                   | --                    | تعداد واحد:           |
| اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> |                       | تعداد ساعت:           |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                                 |                       |                       |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با مفاهیم کلیدی و سیر تحول مطالعات ارتباطات میان فرهنگی و بررسی نقش آن در روابط بین ملتها

## ب- اهداف ویژه

دانشجویان بتوانند عوامل مؤثر بر مراودات فرهنگی در زمینه گردشگری، رسانه ها و تبلیغات

## پ) مباحث یا سرفصلها

۱. ارتباطات و فرهنگ: تعاریف، اهمیت و ضرورت؛
۲. تاریخچه مطالعات ارتباطات میان فرهنگی
۳. فرهنگ و هویت فرهنگی
۴. تفاوتها و تمایزات فرهنگی
۵. تعاملات فرهنگی
۶. ژرف-ساخت فرهنگ و زبان
۷. تأثیرات فرهنگی بر محیط
۸. آموزش و نظام چند فرهنگی
۹. تحولات و تأثیرات فرهنگی بر محیط
۱۰. پذیرش تفاوتها و تحسین ها
۱۱. رسانه ها و ارتباطات میان فرهنگی
۱۲. گردشگری و ارتباطات میان فرهنگی

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال                    |                | پایان نیم سال                                   |       |
|----------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------|-------|
| (۲۰) درصد                                          |                | (۸۰) درصد                                       |       |
| <input checked="" type="checkbox"/> ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> آزمون نهایی | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☒ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

اشنایدر، سوزان و ردیگران (۱۳۸۰)، مدیریت در پهنه فرهنگ ها، ترجمه محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: نشر فرهنگی سماوار، لاری و دیگران (۱۳۷۹)، ارتباطات بین فرهنگ ها، ترجمه غلامرضا کیانی و اکبر میرحسینی، تهران: انتشارات باز. کری، جیمز (۱۳۷۶)، ارتباطات و فرهنگ، ترجمه مریم داداشی، تهران: نقطه.

Leach E., (1989), *Culture and Communication*, Cambridge: Cambridge University.

Neuliep, J.W. (2011) *Intercultural Communication: a contextual approach*, London: Sage.





| ارتباطات شفاهی                                                                 |                       | عنوان درس به فارسی:   |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| نوع درس و واحد                                                                 | Oral Communication    | عنوان درس به انگلیسی: |
| پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>         | مبانی ارتباطات انسانی | دروس پیش نیاز:        |
| تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>                   | --                    | دروس هم نیاز:         |
| اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> |                       | تعداد واحد: ۲         |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                                 |                       | تعداد ساعت: ۳۲        |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنائی با اصول و مفاهیم ارتباطات شفاهی، شیوه ها، مهارتها و رابطه آن با مخاطبان گوناگون.

## ب- اهداف ویژه

استفاده از فنون ارتباطات شفاهی در سخنرانی های عمومی، کنفرانسها، نشست ها و رسانه ها.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |                                                |                                                |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| ۱ تعاریف، عناصر، اهمیت و مدل های ارتباط شفاهی؛ | ۷ ارتباطات شفاهی در اداره، کلاس، زندگی روزمره؛ |
| ۲ ویژگی و تفاوت ارتباطات شفاهی با غیر کلامی    | ۸ اداره جلسات و نقش ارتباط شفاهی؛              |
| ۳ کاربرد ارتباطات غیرکلامی در ارتباطات شفاهی   | ۹ ارتباطات عمومی و اصول سخنوری؛                |
| ۴ عوامل محیطی و نقش آنها در بیان شفاهی؛        | ۱۰ تعیین موضوع و مخاطب هدف؛                    |
| ۵ سبک های ارتباطات شفاهی: تن صدا و نظم کلام؛   | ۱۱ متن سخنرانی: ساختار و محتوا؛                |
| ۶ تفاوت های جنسیتی در بیان شفاهی؛              | ۱۲ شیوه های ارائه و ابزار کمکی؛                |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال |                                     |                | پایان نیم سال (۸۰) درصد |                          |       |
|---------------------------------|-------------------------------------|----------------|-------------------------|--------------------------|-------|
| ارزشیابی مستمر                  | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | آزمون نهایی             | <input type="checkbox"/> | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☐ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

بولتن، رابرت (۱۳۸۰)، *مهارت های ارتباطی*، ترجمه منصور شاه ولی، شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.  
 ریچموند، ویرجینیا و مک کروسکی، جیمز (۱۳۸۳)، *رفتار غیرکلامی*، ترجمه فاطمه موسوی و ژیللا عبدالله زاده، تهران: دانژه.  
 هارجی، اون و همکاران (۱۳۷۷)، *مهارت های اجتماعی در ارتباطات میان فردی*، ترجمه م. فیروزبخت و خ. بیگی، تهران: رشد.  
 وود، جولیا (۱۳۷۹)، *ارتباطات میان فردی*، ترجمه مهرداد فیروزبخت، تهران: مهتاب.

Pearson, J. et al. (2011) *Human communication*, New York: McGraw -Hill, Inc.





| ارتباطات غیر کلامی                                                     |                                             | عنوان درس به فارسی:   |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------|
| Non-verbal Communication                                               |                                             | عنوان درس به انگلیسی: |
| نوع درس و واحد                                                         | مبانی ارتباطات انسانی                       | دروس پیش نیاز:        |
| پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> | تخصصی ۱ <input type="checkbox"/>            | دروس هم نیاز:         |
| عملی <input type="checkbox"/>                                          | اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> | تعداد واحد: ۲         |
| نظری-عملی <input type="checkbox"/>                                     | پروژه <input type="checkbox"/>              | تعداد ساعت: ۳۲        |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با مفاهیم و مهارت‌های ارتباطات غیر کلامی، رابطه آن با فرهنگ و تفاوت‌های ملی و بین المللی آن.

## ب- اهداف ویژه

نقش، اهمیت و کاربرد ارتباطات غیر کلامی در فعالیت های حرفه ای، محیط کار و برنامه های ارتباطی.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |                                                 |                                         |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| ۱ ارتباطات غیر کلامی: تعاریف، اهمیت و عناصر آن؛ | ۷ رفتار آوایی: تنوع و تأثیرات؛          |
| ۲ ارتباطات و رفتار غیر کلامی: ویژگی ها؛         | ۸ فضا و قلمرو: فاصله و محدوده؛          |
| ۳ ظاهر فیزیکی و پیام تن و تعبیر آن؛             | ۹ محیط و ادراک: عوامل و آرایش فضا؛      |
| ۴ اشاره ها و حرکات؛                             | ۱۰ سبکها: سکوت، رفتار، حالتها و اشارات؛ |
| ۵ رفتار چهره: دیدگاهها، و حالتها                | ۱۱ ارتباطات غیر کلامی و روابط زن و مرد؛ |
| ۶ رفتار چشم: ویژگیها و تفاوت‌های فردی           | ۱۲ ارتباطات غیر کلامی در محیط کار؛      |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه       |

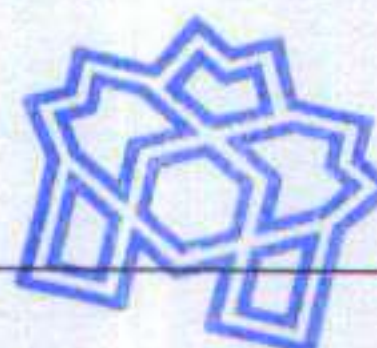
## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

آرژیل (آرگایل)، مایکل (۱۳۷۸)، روان شناسی ارتباطات و حرکات بدن، ترجمه مرجان فرجی، تهران: مهتاب.  
 بولتن، رابرت (۱۳۸۰)، مهارت‌های ارتباطی، ترجمه منصور شاه ولی، شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.  
 فرگاس، جوزف (۱۳۷۹)، روانشناسی تعامل اجتماعی، ترجمه مهرداد فیروزبخت، تهران: انتشارات ابجد.  
 فرهنگی، علی اکبر (۱۳۷۵)، ارتباطات غیر کلامی، میبد: دانشگاه آزاد اسلامی.

Mehrabian, A. (1972), *Nonverbal communication*, Chicago: Aldine Atheerton.





| عنوان درس به فارسی:                                                            |  | عنوان درس به انگلیسی:    |  |
|--------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------------|--|
| رفتار سازمانی                                                                  |  | Organizational Behaviour |  |
| نوع درس و واحد                                                                 |  | اصول سازمان و مدیریت     |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> پایه         |  | دروس پیش نیاز:           |  |
| <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> تخصصی                   |  | ---                      |  |
| <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/> اختیاری |  | تعداد واحد: ۲            |  |
| <input type="checkbox"/> پروژه                                                 |  | تعداد ساعت: ۳۲           |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

#### الف- هدف کلی

شناخت مفاهیم، و نقش سازمان در انگیزش، هویت و رفتار افرادی، سیر مطالعات و روشهای سنجش آن.

#### ب- اهداف ویژه

کاربرد فنون مدیریت و رهبری در هدایت و مواجهه با رفتارهای کارکنان و تحلیل آنها.

#### پ) مباحث یا سرفصلها

|   |                                    |    |                                      |
|---|------------------------------------|----|--------------------------------------|
| ۱ | تعریف، مفهوم و ماهیت رفتار سازمانی | ۷  | نگرشهای شغلی و رفتار سازمانی         |
| ۲ | رفتار سازمانی از دیدگاه مدیریت     | ۸  | مدیریت رفتار گروه: ویژگی ها و پویایی |
| ۳ | شناخت انسان: فراگرد معرفت پذیری    | ۹  | مقاومت در مقابل تغییر                |
| ۴ | ادراک و نقش آن در رفتار سازمان     | ۱۰ | دوگانگی های رفتار سازمانی            |
| ۵ | انگیزش و رفتار                     | ۱۱ | اثرات تکنولوژی بر رفتار سازمانی      |
| ۶ | تحلیل مرادده ای                    | ۱۲ | بهره وری و تحول سازمانی              |

#### ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

#### ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال                       |                |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------------------|----------------|
| (۲۰) درصد                           |                | (۸۰) درصد                           |                |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون میان ترم |
|                                     |                | <input type="checkbox"/>            | آزمون نهایی    |
|                                     |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه          |

#### ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

#### چ) فهرست منابع پیشنهادی

رضائیان، علی (۱۳۸۰)، مدیریت رفتار سازمانی، تهران: سمت.

طوسی، محمدعلی (۱۳۷۲)، فرهنگ سازمانی، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.

عباسی، محمدرضا (۱۳۸۴)، مدیریت رفتار سازمانی، تهران: انتشارات مرکز آموزش عالی بازرگانی تهران.

کوکلان، هوشنگ (۱۳۵۸)، رفتار سازمانی، تهران: دانشکده مدیریت بازرگانی.

Schermerhorn, J. R, et.al,(1994), *Managing Organizational Behaviour*, New York: John Wiley.



|                       |                                     |                               |                                     |
|-----------------------|-------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| عنوان درس به فارسی:   |                                     | آشنایی با حرفه روابط عمومی    |                                     |
| عنوان درس به انگلیسی: |                                     | Introduction to PR Profession |                                     |
| دروس پیش نیاز:        |                                     | اصول روابط عمومی              |                                     |
| دروس هم نیاز:         |                                     | --                            |                                     |
| تعداد واحد:           | ۲                                   |                               |                                     |
| تعداد ساعت:           | ۳۲                                  |                               |                                     |
| نوع درس و واحد        |                                     |                               |                                     |
| پایه                  | <input type="checkbox"/>            | نظری                          | <input checked="" type="checkbox"/> |
| تخصصی                 | <input type="checkbox"/>            | عملی                          | <input type="checkbox"/>            |
| اختیاری               | <input checked="" type="checkbox"/> | نظری-عملی                     | <input type="checkbox"/>            |
| پروژه                 | <input type="checkbox"/>            |                               |                                     |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

#### الف- هدف کلی

آشنایی دانشجویان با حرفه روابط عمومی و مشاغل جدید مرتبط با توسعه فناوری های نوین ارتباطی.

#### ب- اهداف ویژه

جایگاه حرفه ای روابط عمومی در سازمانهای اداری، تولیدی و خدماتی با تاکید بر شرح شغل و بازار کار.

#### پ) مباحث یا سرفصلها

- |   |                                                |    |                                                    |
|---|------------------------------------------------|----|----------------------------------------------------|
| ۱ | شناخت مفاهیم: شغل، کار و حرفه؛                 | ۷  | شرح شغل، فرآیند و روش های تجزیه و تحلیل آن؛        |
| ۲ | حرفه گرایی ۱: مشخصه ها و رفتار حرفه ای؛        | ۸  | رزومه نویسی و درخواست شغل؛                         |
| ۳ | حرفه گرایی ۲: تخصص، تعهد، و شکل حرفه ای؛       | ۹  | آشنایی با تشکل صنفی یا انجمن روابط عمومی ایران؛    |
| ۴ | شناخت شغلی (استخدام، خود اشتغالی و کارآفرینی)؛ | ۱۰ | شرکت در کنفرانس علمی، خبری یا بازدید از نمایشگاه؛  |
| ۵ | کارآفرینی: ویژگیها، هدف و مکاتب؛               | ۱۱ | آشنایی با سازمانهای رسانه ای ایران (بازدید)؛       |
| ۶ | خلاقیت در روابط عمومی (سازمان و مدیریت)؛       | ۱۲ | آشنایی با مراکز روابط عمومی ایران (بازدید و مدعو). |

#### ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☒ بازدید-سفر ☒ مدعو

#### ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

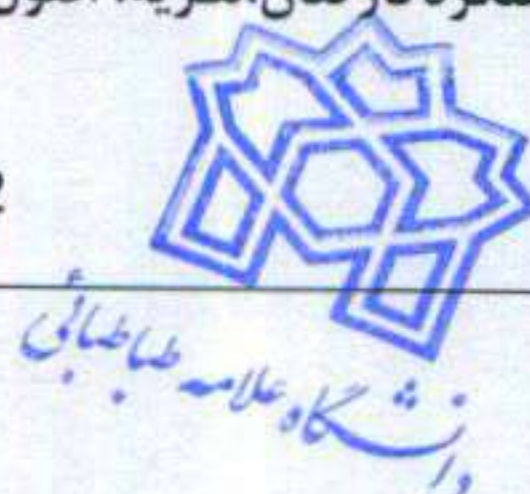
| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | (۲۰) درصد |                | پایان نیم سال                       |             | (۸۰) درصد |       |
|-------------------------------------|----------------|-----------|----------------|-------------------------------------|-------------|-----------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |           | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |           | پروژه |

#### ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☒ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☒ سایر

#### چ) فهرست منابع پیشنهادی

احمدپورداریانی، محمود (۱۳۷۹)، کارآفرینی، تعاریف، نظرات و الگوها، تهران: انتشارات پردیس سال.  
اسکندری، مقصود (۱۳۸۶)، راهنمای کامل رشته های دانشگاهی و زمینه های شغلی گروه علوم انسانی، تهران: مبتکران.  
بهروان، حمیدرضا (۱۳۸۱)، شرح وظایف و شرایط احراز مشاغل فرهنگی غیردولتی، تهران: آن.  
سیدجوادین، سیدرضا (۱۳۹۴)، مبانی و کاربردهای مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان، تهران: نگاه دانش  
علوی، امین (۱۳۷۸)، ارزشیابی عملکرد کارکنان، نظریه، اصول و روشها، تهران، آموزش مدیریت دولتی.





| عنوان درس به فارسی:   |    | آرشیو روابط عمومی        |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------|----|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |    | Public Relations Archive |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| دروس پیش نیاز:        |    | - اصول روابط عمومی -     |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| دروس هم نیاز:         |    | --                       |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| تعداد واحد:           | ۲  | نوع درس و واحد           | <input type="checkbox"/> پایه<br><input type="checkbox"/> نظری<br><input type="checkbox"/> تخصصی<br><input type="checkbox"/> عملی<br><input checked="" type="checkbox"/> اختیاری<br><input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی<br><input type="checkbox"/> پروژه |
| تعداد ساعت:           | ۴۸ |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                     |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با اصول و فنون آرشیو تولیدات رسانه ها، تهیه بولتن بریده جراید و محتوای کتابخانه های تخصصی.

## ب- اهداف ویژه

کاربست فنون آرشیو عکس، فیلم، میکروفیلم، مواد چاپی، و اخبار رسانه ها و جستجو و ذخیره منابع در اینترنت.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                       |    |                                                |
|---|---------------------------------------|----|------------------------------------------------|
| ۱ | کلیات: تعریف و مفهوم آرشیو؛           | ۷  | مایکرو فیلم، نوارهای صوتی و تصویری و CD؛       |
| ۲ | فنون جمع آوری و طبقه بندی منابع؛      | ۸  | نشریات ادواری و غیرادواری؛                     |
| ۳ | اهمیت و ضرورت انباشت اطلاعات سازمانی؛ | ۹  | پایش رسانه های رادیو و تلویزیون؛               |
| ۴ | انواع منابع و مواد اطلاع رسانی؛       | ۱۰ | پایش خبرگزاری ها و اینترنت؛                    |
| ۵ | کتاب های تخصصی و مرجع؛                | ۱۱ | طبقه بندی موضوعی، بایگانی و نگهداری مواد؛      |
| ۶ | بریده جراید نشریات روزانه و هفتگی؛    | ۱۲ | جمع آوری اطلاعات داخلی سازمان ها و ارائه خدمت؛ |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی   
 ☐ مباحثه   
 ☒ کارگاه   
 ☐ سمینار   
 ☒ بازدید-سفر   
 ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                |  | پایان نیم سال                       |                |  |
|-------------------------------------|----------------|--|-------------------------------------|----------------|--|
| (۵۰ درصد)                           |                |  | (۵۰ درصد)                           |                |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |  | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون میان ترم |  |
|                                     |                |  |                                     | آزمون نهایی    |  |
|                                     |                |  |                                     | پروژه          |  |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه   
 ☒ نشریات   
 ☐ فیلم و اسلاید   
 ☒ پاورپوینت   
 ☒ اینترنت   
 ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

حداد، زهرا و افخمی، حسین (۱۳۹۸)، آرشیو اطلاع رسانی در روابط عمومی، تهران: دانشگاه پیام نور.  
 حری عباس (۱۳۵۶)، مراجع و شیوه بهره گیری از آنها، تهران: مرکز اسناد فرهنگی آسیا.  
 داور پناه، محمد رضا (۱۳۸۱)، جستجوی اطلاعات علمی و پژوهشی در منابع چاپی، تهران: دبیرش.  
 دیانی؛ محمد حسین (۱۳۷۷)، مقدمه ای بر آرشیو، مشهد: دانشگاه فردوسی.  
 قائم مقامی؛ جهانگیر (۱۳۵۰)، مقدمه ای بر شناخت اسناد تاریخی، تهران: انجمن آثار ملی.



| عنوان درس به فارسی:   |                  | اخلاق حرفه ای در روابط عمومی                |                                          |
|-----------------------|------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |                  | Professional Ethics in Public Relations     |                                          |
| دروس پیش نیاز:        | اصول روابط عمومی | پایه <input type="checkbox"/>               | نظری <input checked="" type="checkbox"/> |
| دروس هم نیاز:         | --               | تخصصی <input type="checkbox"/>              | عملی <input type="checkbox"/>            |
| تعداد واحد:           | ۲                | اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> | نظری-عملی <input type="checkbox"/>       |
| تعداد ساعت:           | ۳۲               | پروژه <input type="checkbox"/>              |                                          |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با اصول اخلاق حرفه ای حاکم بر فعالیت های روابط عمومی و ارتباطات سازمانی و تصمیم گیری.

## ب- اهداف ویژه

شناخت قواعد و مقررات و اصول ناظر بر رفتار و تصمیم گیری اخلاقی در فعالیت های اجرایی.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                  |    |                                   |
|---|----------------------------------|----|-----------------------------------|
| ۱ | مقدمه: فهم اخلاق حرفه ای         | ۷  | فرهنگ سازمانی و تصمیم گیری اخلاقی |
| ۲ | تصمیم گیری اخلاقی در روابط عمومی | ۸  | همکاری با رسانه ها                |
| ۳ | منشور اخلاق حرفه ای              | ۹  | نشت اطلاعات و رسوایی شخصی         |
| ۴ | وفاداری در روابط عمومی           | ۱۰ | اخلاق در عصر دیجیتال و جهانی      |
| ۵ | اخلاق حرفه ای و اقناع            | ۱۱ | مسئولیت های اجتماعی شرکت          |
| ۶ | حقیقت به مثابه امری اخلاقی       | ۱۲ | چالش های اخلاقی در ارتباطات بحران |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☒ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی):

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | (۲۰) درصد |                | پایان نیم سال                       |             | (۸۰) درصد |       |
|-------------------------------------|----------------|-----------|----------------|-------------------------------------|-------------|-----------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |           | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |           | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☒ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

جعفری، محمدتقی (۱۳۸۸)، وجدان، تهران: انتشارات مؤسسه تدوین و نشر آثار علامه جعفری.  
 رضی، حسین (ویراستار) (۱۳۹۷)، همایش علمی پژوهشی اخلاق و رسانه ها (ج ۳-۱)، قم: اداره کل پژوهشهای اسلامی رسانه.  
 سیب، فیلیپ و کتی فیتزپاتریک (۱۳۸۳)، اخلاق در روابط عمومی، ترجمه عباس قنبری، مشهد: نشر ارسطو.  
 کارلو، گوستاو (۱۳۸۹)، اخلاقیات مبتنی بر نوع دوستی، ترجمه رحیم راستی تبار، تهران: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.  
 مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۷۷)، اخلاق در قرآن، قم: انتشارات مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی.



| عنوان درس به فارسی:   |                      | سمینار مسائل روابط عمومی ایران         |                                                                                |
|-----------------------|----------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |                      | Iran's Public Relations Issues Seminar |                                                                                |
| دروس پیش نیاز:        | - اصول روابط عمومی - | نوع درس و واحد                         | پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>         |
| دروس هم نیاز:         | --                   |                                        | تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>                   |
| تعداد واحد:           | ۲                    |                                        | اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> |
| تعداد ساعت:           | ۳۲                   |                                        | پروژه <input type="checkbox"/>                                                 |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنائی با فعالیت‌های تخصصی روابط عمومی در ابعاد سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و فناوری.

## ب- اهداف ویژه

شناخت زمینه های تخصصی روابط عمومی و کاربرد آنها بخش دولتی، تولیدی، خدماتی و غیر انتفاعی.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |   |                                            |    |                                             |
|---|--------------------------------------------|----|---------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه: تخصصی گرایی در روابط عمومی؛         | ۷  | روابط عمومی در امورات اجتماعی و خدمات عامه؛ |
| ۲ | روابط عمومی پارلمانی و حزبی؛               | ۸  | روابط عمومی در رسانه ها و مراکز هنری؛       |
| ۳ | روابط عمومی دولت و مسائل امنیتی- دفاعی؛    | ۹  | روابط عمومی در امور روستایی و کشاورزی       |
| ۴ | روابط عمومی فرهنگی، توریسم، ورزشی و دینی؛  | ۱۰ | روابط عمومی بین المللی و جهانی              |
| ۵ | روابط عمومی امور مالی، بیمه و تجارت؛       | ۱۱ | روابط عمومی در بحران، محیط زیست و بهداشت؛   |
| ۶ | روابط عمومی در آموزش، پژوهش، علم و فناوری؛ | ۱۲ | روابط عمومی در بازاریابی                    |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☒ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |                          |                |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

باقریان، مهدی و دیگران (۱۳۹۳)، *روابط عمومی دولتی*، تهران: کارگزار روابط عمومی.  
 قدیمی، اسماعیل (ویراستار) (۱۳۸۴)، *چالشهای روابط عمومی (مجموعه مقالات)*، تهران: اداره کل تبلیغات دولت.  
 هیث، رابرت، (۱۳۸۸ و ۱۳۸۵)، *دائرة المعارف روابط عمومی (جلد ۱ و ۲)*، ترجمه گروه مترجمان، تهران: کارگزار روابط عمومی.  
 Heath, Robert L. ed. (2001). *Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks, CA: Sage .  
 Hendrix, Jerry A. (2003), *Public Relations Cases*, London: Kogan Page.



| روزنامه نگاری رادیو-تلویزیونی                                                                 |          | عنوان درس به فارسی:   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------|
| Broadcasting Journalism                                                                       |          | عنوان درس به انگلیسی: |
| نوع درس و واحد                                                                                | خبرنویسی | دروس پیش نیاز:        |
| <input type="checkbox"/> پایه <input type="checkbox"/> نظری                                   | --       | دروس هم نیاز:         |
| <input type="checkbox"/> تخصصی ۱ <input type="checkbox"/> عملی                                |          | تعداد واحد: ۲         |
| <input checked="" type="checkbox"/> اختیاری ۷ <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی ۷ |          | تعداد ساعت: ۴۸        |
| <input type="checkbox"/> پروژه                                                                |          |                       |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی دانشجویان با فرآیند تولید، پردازش و پخش برنامه های خبری رادیو و تلویزیون و تفاوت با چاپ.

## ب- اهداف ویژه

کاربرد فنون تهیه برنامه های خبری و آشنایی با تکنیک های ضبط، ادیت و مونتاژ اخبار رادیویی - تلویزیونی.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                                   |    |                                               |
|---|---------------------------------------------------|----|-----------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه: نقش و اهمیت رادیو و تلویزیون               | ۷  | تعریف زاویه دید، نقل قول، خلاصه و لید خبر،    |
| ۲ | آشنایی با تحریریه و اتاق خبر در رادیو و تلویزیون، | ۸  | پیشینه خبر و پایان خبر،                       |
| ۳ | نقش صدا در رادیو، صدا و تصویر در تلویزیون،        | ۹  | زبان و خوانش خبر،                             |
| ۴ | آشنایی با تکنیک های ضبط صدا؛                      | ۱۰ | ویرایش و مونتاژ خبر رادیو و تلویزیونی و       |
| ۵ | آشنایی با دوربین تلویزیونی و تصویر برداری؛        | ۱۱ | بررسی ویژگی های مصاحبه و گزارش های خبری،      |
| ۶ | شیوه های تنظیم خبر برای رادیو و تلویزیون،         | ۱۲ | ژانر غیر خبری: میزگرد و تفسیر رادیو-تلویزیونی |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☒ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۵۰) درصد                           |       |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☒ فیلم و اسلاید ☐ پاورپوینت ☐ اینترنت ☒ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

پارسا نژاد، امید، (۱۳۸۶)، روزنامه نگاری آنلاین، راهنمای کوچک، تهران: انتشارات همشهری  
 ری، وین (۱۳۹۱)، راهنمای اخبار تلویزیون، ترجمه سیدرضا حسینی، تهران: انتشارات سروش.  
 هنسی، برندن (۱۳۹۲)، نویسندگی برای مطبوعات و رسانه های الکترونیک، ترجمه میرحسن رئیس زاده، تهران: سروش.  
 یورک، آیور (۱۳۷۹)، مبانی گزارشگری تلویزیونی، ویراستار مهدخت بروجردی، مرکز تحقیقات برنامه های صدا و سیما.  
 MacDonald, Ron. (1994). *A Broadcast News Manual of Style* (1994). NY: Longman.



| عنوان درس به فارسی:   |                 | تجزیه و تحلیل برنامه های رادیو-تلویزیون     |                                               |
|-----------------------|-----------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |                 | Radio & TV Programme Analysis               |                                               |
| دروس پیش نیاز:        | ارتباطات تصویری | پایه <input type="checkbox"/>               | نظری <input type="checkbox"/>                 |
| دروس هم نیاز:         | --              | تخصصی <input type="checkbox"/>              | عملی <input type="checkbox"/>                 |
| تعداد واحد:           | ۲               | اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> | نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/> |
| تعداد ساعت:           | ۴۸              | پروژه <input type="checkbox"/>              |                                               |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف-هدف کلی

آشنائی دانشجویان با اصول و مفاهیم نقد و چگونگی تجزیه و تحلیل برنامه های رادیو و تلویزیون.

## ب-اهداف ویژه

کاربرد فنون تجزیه و تحلیل برنامه ها در ارتباط با اهداف، پیام و نحوه انتخاب ژانرهای تولید برنامه ها.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                               |    |                                             |
|---|-----------------------------------------------|----|---------------------------------------------|
| ۱ | اهمیت و نقش رادیو و تلویزیون در زندگی امروز؛  | ۷  | اصول و عناصر تولید در برنامه های تلویزیونی  |
| ۲ | تعاریف و اصول نقد، نقادی، روش و منتقد؛        | ۸  | اخبار رادیویی و تلویزیونی-ویژگیهای خبر؛     |
| ۳ | ویژگیهای برنامه های رادیو و تلویزیون؛         | ۹  | عوامل مؤثر بر نگارش اخبار رادیو و تلویزیون؛ |
| ۴ | فرهنگ صوتی و تصویری: رابطه محتوا و فرم؛       | ۱۰ | برنامه های داستانی رادیویی و تلویزیونی؛     |
| ۵ | تفاوت تولید رادیویی و تلویزیونی؛              | ۱۱ | روشهای تحلیل نشانه شناختی و مارکسیستی؛      |
| ۶ | تأثیر عوامل فنی در برنامه های رادیو-تلویزیون؛ | ۱۲ | روشهای تحلیل روان کاوانه و جامعه شناختی.    |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | (۵۰) درصد |                | پایان نیم سال                       |             | (۵۰) درصد                           |       |
|-------------------------------------|----------------|-----------|----------------|-------------------------------------|-------------|-------------------------------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |           | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | <input checked="" type="checkbox"/> | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☒ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

باتلر، جرمی (۱۳۸۸)، تلویزیون، کاربرد و شیوه های نقد، ترجمه مهدی رحیمیان، دانشکده صدا و سیما.  
 دالوند، احمد رضا (۱۳۸۷)، پردازش عناصر تصویری، خوانش تصویر، تهران: دفتر مطالعات و آموزش رسانه.  
 سلبی، کیت و ران کادوری (۱۳۸۰)، راهنمای بررسی تلویزیون، ترجمه علی عامری، تهران: انتشارات سروش.  
 شهباز، محمد (۱۳۹۳)، عناصر روایت در مجموعه های تلویزیونی، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.

Barthes, Roland. (1977), *Image, Music, Text*. Trans. S. Heath. New York: Hill and Wang.





| عنوان درس به فارسی:   |            | حقوق اساسی                                  |                                          |
|-----------------------|------------|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |            | Constitutional Law                          |                                          |
| دروس پیش نیاز:        | کلیات حقوق | پایه <input type="checkbox"/>               | نظری <input checked="" type="checkbox"/> |
| دروس هم نیاز:         | --         | تخصصی <input type="checkbox"/>              | عملی <input type="checkbox"/>            |
| تعداد واحد:           | ۲          | اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> | نظری-عملی <input type="checkbox"/>       |
| تعداد ساعت:           | ۳۲         | پروژه <input type="checkbox"/>              |                                          |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با ساختار سیاسی دولت، نهادهای حکومت، حقوق و آزادی‌های فردی و رابطه قدرت با حقوق ملت.

## ب- اهداف ویژه

کسب توانایی برای تحلیل قوانین اساسی و رسیدن به چارچوب‌های حقوقی در مسائل کلی سیاسی.

## پ (مباحث یا سرفصل‌ها)

- |   |                                            |    |                                    |
|---|--------------------------------------------|----|------------------------------------|
| ۱ | تعریف حقوق اساسی و جایگاه آن؛              | ۷  | حاکمیت دولت از دیدگاه حقوق سیاسی؛  |
| ۲ | دیدگاه‌ها، موضوع و رابطه آن با علم سیاست؛  | ۸  | اصل تفکیک قوا، نظریه تشکیلات برتر؛ |
| ۳ | منابع حقوق اساسی؛                          | ۹  | قوة مقننه؛                         |
| ۴ | حقوق اساسی و نهاد دولت (مفهوم و عناصر آن)؛ | ۱۰ | قوة مجریه؛                         |
| ۵ | نظریه‌هایی درباره حاکمیت و حاکمیت دولت؛    | ۱۱ | قوة قضائیه؛                        |
| ۶ | تقسیم‌بندی دولت‌ها: تقسیم بندی شکلی؛       | ۱۲ | حقوق و آزادی‌های ملت؛              |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال     |                | (۲۰) درصد |                | پایان نیم سال                       |             | (۸۰) درصد |       |
|-------------------------------------|----------------|-----------|----------------|-------------------------------------|-------------|-----------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |           | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |           | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

بوشهری، جعفر. (۱۳۷۶). *مسائل حقوق اساسی*. تهران: دادگستر.  
 شعبانی، قاسم (۱۳۹۰)، *حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران*، تهران: نشر اطلاعات.  
 طباطبایی مؤتمنی، منوچهر (۱۳۵۶)، *حقوق اساسی*، تهران: نشر میزان.  
 قاضی، سید ابوالفضل (۱۳۸۶)، *حقوق اساسی و نهادهای سیاسی*، تهران: نشر میزان.  
 ویژه، محمدرضا (۱۳۹۱)، *کلیات حقوق اساسی*، تهران: سمت.









| عنوان درس به فارسی:   |                   | جامعه شناسی سیاسی                           |                                          |
|-----------------------|-------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |                   | Political Sociology                         |                                          |
| دروس پیش نیاز:        | مبانی جامعه شناسی | پایه <input type="checkbox"/>               | نظری <input checked="" type="checkbox"/> |
| دروس هم نیاز:         | --                | تخصصی <input type="checkbox"/>              | عملی <input type="checkbox"/>            |
| تعداد واحد:           | ۲                 | اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> | نظری-عملی <input type="checkbox"/>       |
| تعداد ساعت:           | ۳۲                | پروژه <input type="checkbox"/>              |                                          |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

شناخت مفاهیم اساسی جامعه شناسی سیاسی از جمله قدرت، دولت، فرهنگ، مشارکت و رفتار سیاسی.

## ب- اهداف ویژه

مطالعه جامعه شناختی توسعه سیاسی، نظامهای سیاسی، نهادها، سازمانها و افکار عمومی در رابطه‌ی دولت.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |   |                                              |    |                                                 |
|---|----------------------------------------------|----|-------------------------------------------------|
| ۱ | مقدمه و ضرورت مطالعه جامعه شناسی سیاسی،      | ۷  | حکومت و جامعه: ب- رابطه آن با احزاب و سازمانها، |
| ۲ | قدرت، اقتدار و مشروعیت،                      | ۸  | رفتار سیاسی، افکار عمومی و جامعه                |
| ۳ | منشاء، تطور و انواع حکومت،                   | ۹  | سازمانهای حکومتی،                               |
| ۴ | حکومت ایده آل از دیدگاههای مختلف،            | ۱۰ | چگونگی تشکیل دولت،                              |
| ۵ | حکومت اسلامی و ویژگیهای آن،                  | ۱۱ | دولت در جوامع مختلف و مشروعیت آن (نظریات)       |
| ۶ | حکومت و جامعه: الف- رابطه آن با سایر نهادها، | ۱۲ | وظائف و کارکردهای دولت                          |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |                          |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

بشیریه، حسین (۱۳۸۰)، دیباچه ای بر جامعه شناسی سیاسی ایران، تهران: مؤسسه پژوهشی نگاه معاصر.  
 دوورژه، موريس (۱۳۶۹)، جامعه شناسی سیاسی، ترجمه ابوالفضل قاضی، تهران: دانشگاه تهران.  
 راش، مایکل (۱۳۷۷)، جامعه و سیاست، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: انتشارات سمت.  
 نقیب زاده، احمد (۱۳۸۴)، درآمدی بر جامعه شناسی سیاسی، تهران: انتشارات سمت.

Nash, Kate (2010). *Contemporary Political Sociology*. Wiley-Blackwell.





| عنوان درس به فارسی:   |    | کلیات برنامه ریزی اقتصادی و اجتماعی                                            |  |
|-----------------------|----|--------------------------------------------------------------------------------|--|
| عنوان درس به انگلیسی: |    | Principles of Social and Economic Policy                                       |  |
| دروس پیش نیاز:        |    | - اصول علم اقتصاد -                                                            |  |
| دروس هم نیاز:         |    | ---                                                                            |  |
| تعداد واحد:           | ۲  |                                                                                |  |
| تعداد ساعت:           | ۳۲ |                                                                                |  |
|                       |    | نوع درس و واحد                                                                 |  |
|                       |    | پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>         |  |
|                       |    | تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>                   |  |
|                       |    | اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> |  |
|                       |    | پروژه <input type="checkbox"/>                                                 |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با نظام برنامه ریزی و بودجه بندی کلان کشور و ارتباط آن با برنامه های اقتصادی و اجتماعی.

## ب- اهداف ویژه

شناخت ویژگی های نظام برنامه ریزی متمرکز در ایران و اثرات آن بر عملکرد سازمانهای دولتی

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |                                        |                                                |
|----------------------------------------|------------------------------------------------|
| ۱ برنامه ریزی و توسعه اقتصادی؛         | ۷ مراحل برنامه ریزی، نحوه تهیه و تنظیم برنامه؛ |
| ۲ نظرات مخالفان و موافقان برنامه ریزی؛ | ۸ تأمین منابع مالی و هزینه های اجرایی برنامه؛  |
| ۳ هدفهای برنامه ریزی و انواع آن        | ۹ سرمایه گذاری و خط مشی های مربوط به آن؛       |
| ۴ تجزیه و تحلیل سیستم برنامه ریزی؛     | ۱۰ برنامه های تولید و سرمایه گذاری؛            |
| ۵ مرحله بندی طرحها و تأخیر زمانی؛      | ۱۱ سرمایه گذاری بخش خصوصی توسط دولت،           |
| ۶ برنامه های درون نگر مدت دار؛         | ۱۲ چند نمونه برنامه ریزی در ایران و جهان       |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | (۲۰) درصد |                | پایان نیم سال                       |             | (۸۰) درصد |       |
|-------------------------------------|----------------|-----------|----------------|-------------------------------------|-------------|-----------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |           | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |           | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

آیت اللهی، علیرضا. (۱۳۸۰). اصول برنامه ریزی، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.  
 برگن، تین و دیگران (۱۳۵۴) برنامه ریزی در پنج کشور اروپای غربی و شرقی، ترجمه ابوالفضل قاضی، تهران: مطالعات و تحقیقات اجتماعی.  
 پاول، ساموئل (۱۳۷۴). مدیریت استراتژیک در برنامه های توسعه. ترجمه علی اشرف افخمی، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.  
 زارعی، پرویز (۱۳۴۸)، اقتصاد کشورهای در حال توسعه و تنظیم برنامه های اقتصادی، تهران: دانشگاه تهران.  
 هادی زنوز، بهروز (۱۳۸۹)، بررسی نظام برنامه ریزی اقتصادی در ایران، تهران: مرکز پژوهشهای مجلس شورای اسلامی.





|                                                                                |    |                              |  |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|------------------------------|--|
| عنوان درس به فارسی:                                                            |    | سازمانهای اداری ایران        |  |
| عنوان درس به انگلیسی:                                                          |    | Public Adminstration in Iran |  |
| دروس پیش نیاز:                                                                 |    | سازمان و مدیریت              |  |
| دروس هم نیاز:                                                                  |    | --                           |  |
| تعداد واحد:                                                                    | ۲  |                              |  |
| تعداد ساعت:                                                                    | ۳۲ |                              |  |
| نوع درس و واحد                                                                 |    |                              |  |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> پایه         |    |                              |  |
| <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> تخصصی                   |    |                              |  |
| <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/> اختیاری |    |                              |  |
| <input type="checkbox"/> پروژه                                                 |    |                              |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با نظام اداری در کل نظام اجتماعی و سیر تحول و کارکرد سازمانهای اداری ایران.

## ب- اهداف ویژه

ویژگی ها و خصوصیات بوروکراسی و تغییرات آن در یک فرآیند تاریخی بررسی می شود.

## پ) مباحث یا سرفصلها

- |                                        |                                               |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------|
| ۱ تعاریف و مفاهیم اساسی سازمان؛        | ۷ واحدهای اداری در سازمانهای دولتی؛           |
| ۲ تعریف سازمان و بوروکراسی؛            | ۸ وظایف اصلی یا اجرایی وزارتخانههای مختلف؛    |
| ۳ ویژگی های بوروکراسی؛                 | ۹ سازمانهای مستقل: تعریف و انواع سازمان؛      |
| ۴ تاریخچه سازمانهای اداری ایران؛       | ۱۰ نهادهای انقلاب اسلامی و تحولات نظام اداری؛ |
| ۵ نظام استخدامی سازمانهای اداری ایران؛ | ۱۱ دورنمای آینده نظام اداری، تعهد و تخصص؛     |
| ۶ وزارتخانهها: وظایف مشترک یا عمومی؛   | ۱۲ واحدهای اداری در سازمانهای دولتی.          |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|---------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر |               | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |               |                |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

- ابوالحمد، عبدالحمید (۱۳۶۴)، کلیات حقوق اداری، تهران: توس.
- امامی، محمد و کورش استوار سنگری (۱۳۸۶)، حقوق اداری، تهران: نشر میزان.
- تیمور نژاد، کاوه (۱۳۸۴)، مدیریت تحول سازمانی از تئوری تا عمل، تهران: انتشارات نرم افزاری هامون.
- سازمان امور اداری و استخدامی کشور (۱۳۷۹)، برنامه ریزی راهبردی تحول نظام اداری، تهران: انتشارات سازمان.
- طباطبائی مؤتمنی، محمد (۱۳۷۸)، حقوق اداری، تهران: سمت.





| عنوان درس به فارسی:                                                            |  | عنوان درس به انگلیسی:         |  |
|--------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------|--|
| مبانی انسان‌شناسی                                                              |  | Anthropology: an introduction |  |
| نوع درس و واحد                                                                 |  | مبانی جامعه‌شناسی             |  |
| پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>         |  | ---                           |  |
| تخصصی اجباری <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>            |  | تعداد واحد:                   |  |
| اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> |  | تعداد ساعت:                   |  |
| پروژه <input type="checkbox"/>                                                 |  | ۲                             |  |
|                                                                                |  | ۶۴                            |  |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی دانشجویان با اصول، مبانی و رویکردهای نظری به انسان‌شناسی و گرایشهای عمده آن.

## ب- اهداف ویژه

شناخت روشهای مطالعه انسان‌شناسی و کاربرست آن در زمینه فرهنگ و جامعه ایران.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |   |                                                 |    |                                       |
|---|-------------------------------------------------|----|---------------------------------------|
| ۱ | مفاهیم مردم‌شناسی، مردم‌نگاری و انسان‌شناسی؛    | ۷  | مکتب کارکردگرایی؛                     |
| ۲ | گرایشهای عمده انسان‌شناسی و رابطه با سایر علوم؛ | ۸  | مکتب ساختارگرایی؛                     |
| ۳ | روشهای مطالعه انسان‌شناسی؛                      | ۹  | کارکردهای فرهنگ، زبان و ارتباطات؛     |
| ۴ | رویکردهای نظری به انسان‌شناسی؛                  | ۱۰ | دین و مناسک دینی از نگاه انسان‌شناسی؛ |
| ۵ | مکتب تطورگرایی؛                                 | ۱۱ | زندگی روزمره در جامعه مدرن ایران؛     |
| ۶ | مکتب اشاعه؛                                     | ۱۲ | مروری بر انسان‌شناسی فرهنگی در ایران. |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☒ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادهای)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال     |                | پایان نیم‌سال                       |             |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| (۲۰) درصد                           |                | (۸۰) درصد                           |             |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     | آزمون میان ترم |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☒ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## ج) فهرست منابع پیشنهادی

روح الامینی، محمود (۱۳۷۷)، مبانی انسان‌شناسی (گرد شهر با چراغ)، تهران: عطار.  
 عسکری خانقاه، اصغر (۱۳۷۳)، مردم‌شناسی (روش، بینش، تجربه)، تهران: شب تاب.  
 فرید، محمد صادق (۱۳۷۶)، مبانی انسان‌شناسی، تهران: عصر جدید.  
 فکوهی، ناصر (۱۳۸۳) تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناختی، تهران: نشر نی.

Hendry, Joy (199), *Other People's Worlds: An Introduction to Cultural Anthropology*, NY: New York University Press.





| عنوان درس به فارسی:                                                            |  | عنوان درس به انگلیسی: |             |
|--------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------|-------------|
| امور بازرگانی                                                                  |  | Business Affairs      |             |
| نوع درس و واحد                                                                 |  | اصول علم اقتصاد       |             |
| <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> پایه         |  | دروس پیش نیاز:        |             |
| <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> تخصصی                   |  | دروس هم نیاز:         |             |
| <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input checked="" type="checkbox"/> اختیاری |  | ۲                     | تعداد واحد: |
| <input type="checkbox"/> پروژه                                                 |  | ۳۲                    | تعداد ساعت: |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی دانشجویان با فعالیت های کسب و کار داخلی و خارجی و مقررات حاکم بر بازار و شرکت ها.

## ب- اهداف ویژه

شناخت قواعد و مقررات و نهادهای تأثیرگذار بر کسب و کار، تولید و خدمات در عرصه ملی و بین المللی.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |                                              |                                 |
|----------------------------------------------|---------------------------------|
| ۱ کلیات: تاریخچه و تعاریف                    | ۷ ارتباطات و حمل و نقل          |
| ۲ بازرگانی داخلی                             | ۸ حقوق، دستمزد و تأمین اجتماعی  |
| ۳ دفاتر، علائم و مالکیت تجاری؛               | ۹ بیمه ها، مالیات و استانداردها |
| ۴ انواع شرکت ها (سهامی، نسبی، تضامنی و...)   | ۱۰ بازرگانی خارجی               |
| ۵ اسناد تجاری: سفته، برات، چک و مقررات آنها؛ | ۱۱ صادرات، واردات و امور گمرکی  |
| ۶ بورس، بانکداری و سرمایه گذاری              | ۱۲ بازار و بازاریابی            |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☒ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال  |                                     | (۸۰) درصد   |       |
|-------------------------------------|----------------|----------------|-------------------------------------|-------------|-------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

☒ تخته سیاه ☒ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

راستین، منصور (۱۳۵۳)، حقوق بازرگانی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.  
 زارعی، پرویز (۱۳۵۵)، امور بازرگانی، تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.  
 سبحانی، حسن (۱۳۶۸)، امور عمومی بازرگانی، تهران: انتشارات سازمان کتابهای درسی.  
 گواشیریانی، حمید (۱۳۸۶)، آموزش اصطلاحات بازرگانی بین المللی، تهران: انتشارات شورای عالی انفورماتیک.  
 مهربان، رضا (۱۳۶۸)، مدیریت خرید، تهران: نشر البرز.





| عنوان درس به فارسی:   |                      | اصول بازاریابی                              |                                          |
|-----------------------|----------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| عنوان درس به انگلیسی: |                      | Marketing Principles                        |                                          |
| دروس پیش نیاز:        | اصول سازمان و مدیریت | پایه <input type="checkbox"/>               | نظری <input checked="" type="checkbox"/> |
| دروس هم نیاز:         | --                   | تخصصی <input type="checkbox"/>              | عملی <input type="checkbox"/>            |
| تعداد واحد:           | ۲                    | اختیاری <input checked="" type="checkbox"/> | نظری-عملی <input type="checkbox"/>       |
| تعداد ساعت:           | ۳۲                   | پروژه <input type="checkbox"/>              |                                          |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی با مبانی و مفاهیم پایه‌ای بازاریابی، کانالها و انواع آن در مدیریت بازار و ارتباط آن با روابط عمومی.

## ب- اهداف ویژه

توانمندی در کاربرد اصول و متد بازاریابی در زمینه های کسب و کار، خدمات، امور اجتماعی و محصول.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

- |   |                                |    |                                             |
|---|--------------------------------|----|---------------------------------------------|
| ۱ | مفاهیم بازاریابی و اهمیت آن؛   | ۷  | برند و بسته کالا؛                           |
| ۲ | محیط بازاریابی؛                | ۸  | کانالهای بازاریابی                          |
| ۳ | مفهوم بازار و بازار هدف؛       | ۹  | آگهی، ترویج و حامی در بازاریابی؛            |
| ۴ | مصرف کننده و رفتار خریدار؛     | ۱۰ | عمده و خرده فروشی و پست مستقیم؛             |
| ۵ | انواع بازار؛ تولید و انواع آن؛ | ۱۱ | انواع بازاریابی: خدمات، محصول و بین المللی؛ |
| ۶ | مفهوم قیمت گذاری؛              | ۱۲ | ارتباطات بازاریابی.                         |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

- ☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☐ کارگاه ☒ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال                       |                |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------------------|----------------|
| (۲۰) درصد                           |                | (۸۰) درصد                           |                |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون میان ترم |
|                                     |                | <input type="checkbox"/>            | آزمون نهایی    |
|                                     |                | <input type="checkbox"/>            | پروژه          |

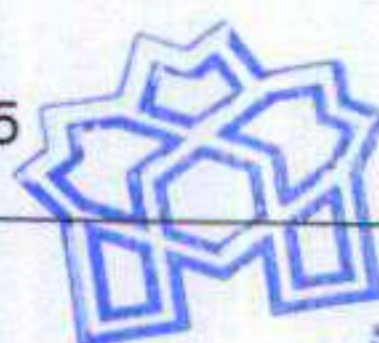
## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

- ☒ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

بلوریان تهرانی، محمد، (۱۳۷۶)، بازاریابی و مدیریت بازار، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.  
 روستا، احمد و ابراهیمی، عبدالحمید و ونوس، داور (۱۳۷۸)، مدیریت بازاریابی، تهران: انتشارات سمت.  
 زارعی، پرویز (۱۳۵۴)، بازاریابی و مدیریت بازار، تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.  
 کاتلر، فیلیپ، آرمسترانگ، گری (۱۳۷۹)، اصول بازاریابی، ترجمه علی پارسایان، تهران: ادبستان.

Fill, Chris (2002), *Marketing Communications*, London: Prentice Hall.





| عنوان درس به فارسی:                |                                             | عنوان درس به انگلیسی: |             |
|------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------|-------------|
| پروژه                              |                                             | Project               |             |
| نوع درس و واحد                     |                                             | گذراندن ۹۰ واحد درسی  |             |
| <input type="checkbox"/> نظری      | <input type="checkbox"/> پایه               |                       |             |
| <input type="checkbox"/> عملی      | <input type="checkbox"/> تخصصی              | --                    |             |
| <input type="checkbox"/> نظری-عملی | <input checked="" type="checkbox"/> اختیاری | ۲                     | تعداد واحد: |
|                                    | <input checked="" type="checkbox"/> پروژه   | ۶۴                    | تعداد ساعت: |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آماده ساختن دانشجو یان برای برخورد علمی با مسائل اجتماعی (ارتباطی- فرهنگی) و سازمانی به عنوان یک کارشناس و خبره.

## ب- اهداف ویژه

انجام یک پروژه تحقیق درباره مشکلات یا پدیده‌های ارتباطی و روابط عمومی در قالب گزارش علمی زیر نظر استاد راهنما.

## پ) مباحث یا سرفصل‌ها

دانشجو با موافقت کمیته تحقیق گروه آموزشی روابط عمومی و زیر نظر یکی از استادان که از طرف گروه مذکور تعیین می‌شود، موضوعی را با توافق استاد راهنمای خود انتخاب می‌کند و به یکی از شیوه‌های تحقیق، پروژه تحصیلی خود را تدوین می‌کند. ارزشیابی پروژه به‌عهده استاد راهنما است و در صورت لزوم، دانشجو از پروژه خود به‌صورت شفاهی دفاع خواهد کرد.

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☐ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ مشاوره ☐ بازدید-سفر ☒ پژوهش

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال |  | پایان نیم‌سال  |             | (۱۰۰) درصد                          |       |
|---------------------------------|--|----------------|-------------|-------------------------------------|-------|
| ارزشیابی مستمر                  |  | آزمون میان ترم | آزمون نهایی | <input checked="" type="checkbox"/> | پروژه |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☐ تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☐ پاورپوینت ☐ اینترنت ☒ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

الوانی، مهدی و بهروز ریاحی (۱۳۸۲)، سنجش کیفیت خدمات در بخش دولتی، تهران: مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.  
رایف، د.، لیس، الف و فیکو، ج. (۱۳۹۴)، تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، ترجمه مهدخت بروجردی علوی، تهران: سروش.  
ابراهیم پور، حبیب و همکاران (۱۳۹۴)، و آشنایی با سازمانهای دولتی، تهران: انتشارات مهکامه.  
هامیلتون، سیمور (۱۳۷۵)، تجزیه و تحلیل ارتباطات سازمانی، ترجمه داود محبعلی، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.  
ویمر، راجر و جوزف دومینیک (۱۳۸۴)، تحقیق در رسانه‌های جمعی، ترجمه کاووس سید امامی، تهران: سروش





ت- درس‌های مهارتی- اشتغال پذیری





| کاربینی                                                                                |           | عنوان درس به فارسی:   |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------------|
| Visiting Workplace                                                                     |           | عنوان درس به انگلیسی: |
| نوع درس و واحد                                                                         |           |                       |
| <input type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> پایه                            | - ندارد - | دروس پیش نیاز:        |
| <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> تخصصی                | --        | دروس هم نیاز:         |
| <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> اختیاری                    | ۱         | تعداد واحد:           |
| <input checked="" type="checkbox"/> مهارتی-اشتغال پذیری <input type="checkbox"/> پروژه | ۳۲        | تعداد ساعت:           |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

### الف- هدف کلی

آشنایی دانشجویان با فناوری های ارتباطی، جنبه های عملی فعالیت های روابط عمومی، محیط اداری، کارکنان سازمانها و نهادهای خدماتی، تولیدی و عام المنفعه.

### ب- اهداف ویژه

کسب دانش تجربی و عملی از محیط کار، و آشنایی با شرایط حاکم بر صنعت روابط عمومی و شناخت فرصت های شغلی از مشاهده و بازدید.

### پ) مباحث یا سرفصل ها

دانشجویان زیر نظر استاد راهنما نیمی از دوره را به صورت سمینار با شرکت در کلاس سخنرانان مدعو و نیمی را به شکل بازدید از دفاتر یا واحدهای روابط عمومی یکی از مراکز یا سازمانهای خدماتی، تولیدی و دولتی یا نمایشگاهها و موزه ها، و همچنین شرکت در کنفرانس ها، سمپوزیوم ها و سخنرانی های تخصصی می گذرانند.

### ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

سخنرانی ☐ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☒ بازدید-سفر ☐ کارآموزی ☐

### ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال                       |                |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------------------|----------------|
| (۵۰ درصد)                           |                | (۵۰ درصد)                           |                |
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/>            | آزمون میان ترم |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input type="checkbox"/>            | آزمون نهایی    |
| <input type="checkbox"/>            |                | <input checked="" type="checkbox"/> | پروژه          |

### ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

تخته سیاه ☐ نشریات ☒ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ مشاهده و تجربه ☒

### چ) فهرست منابع پیشنهادی

ابراهیم پور، حبیب، ولی نعمتی و وکیل حیدری ساربان (۱۳۹۴)، *آشنایی با سازمانهای دولتی*، تهران: انتشارات مهکامه.

هامیلتون، سیمور (۱۳۷۵)، *تجزیه و تحلیل ارتباطات سازمانی*، ترجمه داود محبعلی، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی

Kolb, D. et al. (2000). *Experiential learning theory: Previous research and new directions*. NJ: Lawrence Erlbaum.



| کارآفرینی                                                                              |                                                              | عنوان درس به فارسی:   |
|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Entrepreneurship                                                                       |                                                              | عنوان درس به انگلیسی: |
| نوع درس و واحد                                                                         | اصول سازمان و مدیریت                                         | دروس پیش نیاز:        |
| پایه <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>                 | تخصصی <input type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> | دروس هم نیاز:         |
| اختیاری <input type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/>                    | --                                                           | تعداد واحد: ۲         |
| پروژه <input type="checkbox"/> مهارتی-اشتغال پذیری <input checked="" type="checkbox"/> |                                                              | تعداد ساعت: ۳۲        |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی دانشجویان با کارآفرینان، فرآیند کارآفرینی و کسب مهارت در زمینه کارآفرینی.

## ب- اهداف ویژه

شناخت کارآفرینان موفق، فرصت های ایجاد شغل و چگونگی شروع کسب و کار جدید.

## پ) مباحث یا سرفصل ها

- |   |                                    |    |                                           |
|---|------------------------------------|----|-------------------------------------------|
| ۱ | مبانی کارآفرینی، مفاهیم و اصطلاحات | ۷  | خلاقیت و ابتکار: فنون ایده یابی           |
| ۲ | برنامه ریزی توسعه فردی و شغلی      | ۸  | پرورش و پالایش ایده کسب و کار             |
| ۳ | انواع کارآفرینی و کارآفرینان       | ۹  | انواع و مدل های کسب و کار                 |
| ۴ | دیدگاه های روانشناختی کارآفرینی    | ۱۰ | نگاهی به امور مالی و حسابداری             |
| ۵ | دیدگاه های جامعه شناختی کارآفرینی  | ۱۱ | آشنایی با مقررات حقوقی و قوانین کسب و کار |
| ۶ | نگرش ها به کسب و کار               | ۱۲ | درآمدی بر تدوین طرح کسب و کار             |

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

☒ سخنرانی ☐ مباحثه ☒ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☒ مدعو

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال            |                | (۸۰) درصد                           |             |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | ارزشیابی مستمر | <input type="checkbox"/> | آزمون میان ترم | <input checked="" type="checkbox"/> | آزمون نهایی |
|                                     |                |                          |                |                                     | پروژه       |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه

☒ تخته سیاه ☒ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☒ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ سایر

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

احمدپور داریانی، محمود؛ مقیمی، سید محمد (۱۳۹۵). *مبانی کارآفرینی*، تهران: فرااندیش.  
 سعیدی کیا، مهدی (۱۳۹۱). *اصول و مبانی کارآفرینی*، تهران: انتشارات کیا.  
 شاه حسینی، علی؛ کاوسی، اسمعیل (۱۳۸۸). *نوآوری و کارآفرینی*، تهران: آییژ.  
 صمدآقایی، جلیل (۱۳۸۳). *خلاقیت جوهره کارآفرینی*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.  
 هاشمی، حمید؛ شریعت، رضا (۱۳۹۱). *کارآفرینی و راه اندازی کسب و کار موفق*، تهران: دیباگران



| کارآموزی                                                                    |                                                                                          | عنوان درس به فارسی:   |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Internship                                                                  |                                                                                          | عنوان درس به انگلیسی: |
| نظری <input type="checkbox"/> پایه <input type="checkbox"/>                 | تخصصی <input type="checkbox"/> اختیاری <input type="checkbox"/>                          | دروس پیش نیاز:        |
| عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری-عملی <input type="checkbox"/> | مهارتی - اشتغال پذیری <input checked="" type="checkbox"/> پروژه <input type="checkbox"/> | دروس هم نیاز:         |
|                                                                             |                                                                                          | تعداد واحد: ۲         |
|                                                                             |                                                                                          | تعداد ساعت: ۶۴        |

نوع آموزش تکمیلی عملی (در صورت نیاز): سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر: .....

## الف- هدف کلی

آشنایی دانشجویان با جنبه‌های عملی فعالیت های روابط عمومی و محیط اجرایی در سازمانها و نهادهای.

## ب- اهداف ویژه

کسب تجربه عملی از فعالیت های روابط عمومی در محیط کار و زیر نظر افراد حرفه ای و با نظارت مربی.

## پ) مباحث یا سرفصلها

دانشجویان زیر نظر استادان راهنما دوره دو ماهه کارآموزی را در یکی از دفاتر/واحدهای روابط عمومی یکی از مراکز و یا سازمانهای خدماتی، تولیدی و یا دولتی می گذرانند و در پایان دوره، گزارشی از آموخته های خود را ارائه می دهند

## ت) راهبردهای تدریس و یادگیری متناسب با محتوا و هدف

سخنرانی ☐ مباحثه ☐ کارگاه ☐ سمینار ☐ بازدید-سفر ☐ کارآموزی ☒

## ث) راهبردهای ارزشیابی (پیشنهادی)

| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال     |                | پایان نیم سال |                                     |
|-------------------------------------|----------------|---------------|-------------------------------------|
| (۵۰ درصد)                           |                | (۵۰ درصد)     |                                     |
| ارزشیابی مستمر                      | آزمون میان ترم | آزمون نهایی   | پروژه                               |
| <input checked="" type="checkbox"/> |                |               | <input checked="" type="checkbox"/> |

## ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته سیاه ☐ نشریات ☐ فیلم و اسلاید ☐ پاورپوینت ☐ اینترنت ☐ مشاهده و تجربی ☒

## چ) فهرست منابع پیشنهادی

حاجی جباری، علیرضا (۱۳۸۶)، *راهنمای کاربردی ارزیابی عملکرد دستگاههای اجرایی*، تهران: مرکز تحقیقات صنعتی ایران.  
 هامیلتون، سیمور (۱۳۷۵)، *تجزیه و تحلیل ارتباطات سازمانی*، ترجمه داود محبعلی، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی  
 هیث، رابرت، (۱۳۸۸ و ۱۳۸۵)، *دائرة المعارف روابط عمومی*، ترجمه گروه مترجمان، ویراستار حسین افخمی، تهران: کارگزار روابط عمومی  
 Kolb, D. et al. (2000). *Experiential learning theory: Previous research and new directions*. NJ: Lawrence Erlbaum.  
 Christ, W.G. (Ed.), *Assessing media education: A resource handbook for educators*, Mahwah, NJ: Erlbaum.