



جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

شورای عالی برنامه ریزی آموزشی

برنامه درسی

رشته مطالعات ارتباطی

دوره کارشناسی پیوسته

گروه علوم اجتماعی



به استناد آیین نامه واگذاری اختیارات برنامه ریزی درسی مصوب جلسه شماره ۸۸۲

تاریخ ۱۳۹۵/۱۱/۲۳ شورای عالی برنامه ریزی آموزشی

نام رشته: مطالعات ارتباطی

عنوان گرایش: -

گروه: علوم اجتماعی

دوره تحصیلی: کارشناسی پیوسته

کارگروه تخصصی: فرهنگ، ارتباطات و رسانه

نوع مصوبه: بازنگری

پیشنهادی دانشگاه: علامه طباطبائی

تاریخ تصویب: ۱۳۹۷/۰۲/۲۴

به استناد آیین نامه واگذاری اختیارات برنامه‌ریزی درسی مصوب جلسه شماره ۸۸۲ تاریخ ۱۳۹۵/۱۱/۲۳ شورای عالی برنامه ریزی آموزشی به دانشگاه‌های سطح یک و دو؛ برنامه درسی بازنگری شده دوره کارشناسی پیوسته رشته مطالعات ارتباطی، بر اساس نامه شماره ۱۳۸۸۴/۹۷/دش تاریخ ۱۳۹۷/۰۹/۲۱ شورای تخصصی تحول و ارتقاء علوم انسانی دریافت و تصویب شد:

ماده یک- این برنامه درسی برای دانشجویانی که از شروع سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۹ وارد دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی می‌شوند، لازم الاجرا است.

ماده دو- برنامه درسی بازنگری شده دوره کارشناسی پیوسته رشته مطالعات ارتباطی از نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۹، جایگزین برنامه درسی دوره کارشناسی پیوسته رشته مطالعات ارتباطی و فناوری اطلاعات مصوب جلسه ۸۶۱ تاریخ ۱۳۹۴/۰۳/۱۶ شورای عالی برنامه ریزی آموزشی می‌شود.

ماده سه- این برنامه درسی در سه فصل: مشخصات کلی، جدول های واحدهای درسی و سرفصل دروس تنظیم شده است و به تمامی دانشگاه ها و مؤسسه های آموزش عالی کشور که مجوز پذیرش دانشجو از شورای گسترش آموزش عالی و سایر ضوابط و مقررات مصوب وزارت علوم، تحقیقات و فناوری را دارند، برای اجرا ابلاغ می‌شود.

ماده چهار- این برنامه درسی از شروع سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۹ به مدت ۵ سال و یا تا زمان ابلاغ برنامه بازنگری شده مصوب کارگروه تخصصی فرهنگ، ارتباطات و رسانه برای دانشگاه‌ها و مؤسسه های آموزش عالی کشور قابل اجرا است.

دکتر محمد رضا آهنچیان کرمانی
دبیر شورای عالی برنامه ریزی آموزشی



فصل اول

مشخصات کلی برنامه درسی دوره کارشناسی رشته

مطالعات ارتباطی

Communication Studies



مقدمه

برنامه رشته مطالعات ارتباطی و فناوری اطلاعات در دوره کارشناسی بنا به ضرورت توجه به تحولات جدید جهان و جامعه ایرانی و پاسخگویی علمی به نیازها و الزامات ورود به "عصر ارتباطات"، "جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای" و به منظور مطالعه ابعاد اجتماعی و فرهنگی رسانه‌های جدید و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی از سوی دانشگاه علامه طباطبایی در سال ۱۳۸۳ پیشنهاد شده و با موافقت قطعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در تاریخ ۸۳/۱۰/۲۱ طی نامه شماره ۲۲/۶۶۷۶ برای اجرا ابلاغ شده است.

هدف از تأسیس این رشته که در دانشگاه‌های معتبر جهان توسعه یافته و در حال توسعه، زمینه‌ها و نمونه‌های مشابه در بخش‌های مختلف دارد، تربیت کارشناسان روزآمد و توانمند به لحاظ نظری و حرفه‌ای در حوزه‌های جدید مطالعات ارتباطی و رسانه‌های جدید و نیز مطالعه آثار رسانه‌ها بر جامعه، فرهنگ، اقتصاد و سیاست است.

تحولات شتابنده حوزه‌های نظری و حرفه‌ای ارتباطات در سال‌های اخیر و بازبینی تجارب اجرایی این دوره موجب بازنگری عنوان رشته و دروس و نیز سرفصل درس‌های تخصصی و اختیاری شد.

برنامه ضمیمه بر پایه اصلاحات ضروری که تأمین کننده اهداف فوق باشد تدوین و برای تصویب نهایی به شورای عالی برنامه‌ریزی و کارگروه فرهنگ، ارتباطات و رسانه شورای تحول و ارتقای علوم انسانی ارائه شده است.

رئوس اصلاحات شامل موارد ذیل است:

۱) تغییر عنوان رشته از "مطالعات ارتباطی و فناوری اطلاعات" به "مطالعات ارتباطی" که می‌تواند از تصور اختلاط مفهومی میان حوزه علوم اجتماعی و مهندسی جلوگیری کند.

۲) بررسی مجدد عناوین دروس و سرفصل‌های آنها بر پایه معیارهای مورد نظر شورای تحول وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مبنی بر "روزآمدی"، "کاربردی"، "اسلامی و بومی شدن".

۳) حذف دروس و سرفصل‌های تکراری و ادغام دروس مشابه.

۴) بازآرایی برنامه به تناسب اهداف اصلی رشته، کاهش محتواهای آموزشی غیر مرتبط و افزودن دروس جدید به صورت تخصصی و اختیاری.

۵) تمرکز بر مطالعات رسانه‌های نوین به جای مطالعات عام رسانه‌ای.

یادآور می‌شود که تحولات روزافزون حوزه آموزش و مطالعه این رشته ایجاب می‌کند که این بازنگری به صورت مستمر و منظم به انجام رسد.



۱- مشخصات کلی دوره:

مدت دوره کارشناسی رشته مطالعات ارتباطی چهار سال و نظام آموزشی آن «واحدی» است. کلیه دروس عملی و نظری آن در هشت نیمسال تحصیلی ارائه می‌شود. طول نیمسال ۱۶ هفته و حداقل زمان لازم برای هر واحد یک ساعت در هفته است.

تعداد کل واحدهای آموزشی در این دوره ۱۳۷ واحد است که طبق جدول صفحه بعد به دروس عمومی، پایه، تخصصی و اختیاری تقسیم می‌شود.

۲- تعریف و هدف:

تحولات پدیده ارتباطات و تغییرات پرشتاب رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات (ICT) که تأثیر همه‌جانبه‌ای بر تمامی عرصه‌های حیات اجتماعی و فردی و فرایندها و برنامه‌های توسعه گذاشته است، ضرورت رویارویی فعالانه و انتخابگرانه نظام و جامعه را با این دگرگونی‌ها و تدبیر چگونگی حضور در جامعه شبکه‌ای و اطلاعاتی، ایجاب می‌کند و ضرورت مطالعه اجتماعی و فرهنگی این تغییرات و تربیت کارشناسان توانمند در این حوزه، از جمله اهداف تأسیس رشته مطالعات ارتباطی بوده است.

۳- ضرورت و اهمیت:

اجرای برنامه‌های توسعه در کشور که بنای آنها بر «دانش» و تحولات «ارتباطی و اطلاعاتی» نهاده شده و تشکیل و گسترش نهادها و سازمان‌های جدید ارتباطی و رسانه‌ای در بخش‌های دولتی و غیر دولتی به مطالعه و تربیت نیروی انسانی در این حوزه اهمیت ویژه‌ای داده است. دانشگاه و مراکز آموزشی کشور باید به تناسب این نیاز پیشگامانه نقش آفرین باشند.

۴- توانایی و مهارت‌های دانش‌آموختگان رشته:

دانش‌آموختگان این رشته می‌توانند با کسب توانایی‌های نظری و مهارت‌های حرفه‌ای در حوزه‌های مطالعاتی و حرفه‌ای مرتبط با ارتباطات و رسانه‌های نوین ایفای وظیفه کنند.

۵- شرایط لازم برای اجرای رشته:

شرط لازم برای اجرای رشته، وجود استادان صاحب‌نظر، با تجربه و روزآمد در گروه‌های علوم ارتباطات و گروه‌های مشابه است. به علاوه برخورداری از کارگاه کامپیوتر، اطاق تدوین، امکانات صداپردازی و تصویربرداری و پایگاه خبری از الزامات اجرای این رشته است.

در عین حال ضروری است که ارتباط میان دانشکده‌ها و گروه‌های آموزشی با دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط برای افزایش قدرت نظریه‌پردازی و مهارت دانشجویان و تبادل نظرات و تجارب بخش‌های علمی و اجرایی به وجود آید.



۶- تعداد و نوع واحدهای درسی:

تعداد کل واحدهای درسی رشته مطالعات ارتباطی ۱۳۷ واحد است که در جدول زیر چگونگی توزیع آنها نشان داده شده است:

جدول واحدهای دروس مختلف مقطع کارشناسی رشته مطالعات ارتباطی

جمع واحدها	اختیاری	تخصصی	پایه	عمومی	دروس نام رشته
۱۳۷	۱۰	۷۸	۲۷	۲۲	مطالعات ارتباطی



فصل دوم

جدول عناوین و مشخصات دروس

رشته مطالعات ارتباطی



جدول دروس عمومی

ردیف	گرایش	نام درس	واحد	ساعت	
				نظری	عملی
۱	مبانی نظری اسلام	اندیشه اسلامی ۱ (مبدأ و معاد)	۲	۳۲	-
		اندیشه اسلامی ۲ (نبوت و امامت)	۲	۳۲	-
		انسان در اسلام	۲	۳۲	-
		حقوق اجتماعی و سیاسی در اسلام	۲	۳۲	-
۲	اخلاق اسلامی	فلسفه اخلاق (با تکیه بر مباحث تربیتی)	۲	۳۲	-
		اخلاق خانواده	۲	۳۲	-
		اخلاق اسلامی (مبانی و مفاهیم)	۲	۳۲	-
		آیین زندگی (اخلاق کاربردی)	۲	۳۲	-
۳	انقلاب اسلامی	عرفان عملی اسلامی	۲	۳۲	-
		انقلاب اسلامی ایران	۲	۳۲	-
		آشنایی با قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران	۲	۳۲	-
۴	تاریخ و تمدن اسلامی	اندیشه سیاسی امام خمینی «ره»	۲	۳۲	-
		تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی	۲	۳۲	-
		تاریخ تحلیلی صدر اسلام	۲	۳۲	-
۵	آشنایی با منابع اسلامی	تاریخ امامت	۲	۳۲	-
		تفسیر موضوعی قرآن	۲	۳۲	-
		تفسیر موضوعی نهج البلاغه	۲	۳۲	-
۶	-	زبان فارسی	۳	۴۸	-
۷	-	زبان انگلیسی	۳	۴۸	-
۸	-	تربیت بدنی ۱	۱	۳۲	۳۲
۹	-	ورزش ۱	۱	۳۲	۳۲
۱۰	-	دانش خانواده و جمعیت	۲	۳۲	-

- * دو درس به ارزش ۴ واحد از مجموعه دروس مبانی نظری اسلام
- * یک درس به ارزش ۲ واحد از مجموعه دروس اخلاق اسلامی
- * درس اخلاق خانواده براساس مصوبه جلسه شماره ۲۲۶ مورخ ۱۳۹۰/۹/۱ شورای اسلامی شدن دانشگاه ها در ردیف عنوان دروس گرایش اخلاق اسلامی قرار گرفته است.
- * یک درس به ارزش ۲ واحد از مجموعه دروس انقلاب اسلامی
- * یک درس به ارزش ۲ واحد از مجموعه دروس تاریخ تمدن اسلامی
- * یک درس به ارزش ۲ واحد از مجموعه دروس آشنایی با منابع اسلامی
- * ورزش ۲ به ۳ (اختیاری) هر کدام به ارزش یک واحد
- * تربیت بدنی ویژه و ورزش ویژه خاص ناتوانان ذهنی و حرکتی (اجباری) هر کدام به ارزش یک واحد (جایگزین تربیت بدنی ۱ و ورزش ۱)



جدول شماره (ب-۲) عنوان و مشخصات دروس پایه رشته مطالعات ارتباطی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد (۱ تا ۳)	تعداد جلسات (۱۶ تا ۳۲)	نوع واحد درسی			تعداد ساعات (۱۶ تا ۳۲)	پیش نیاز
				نظری	عملی	نظری- عملی		
۱۱	مبانی جامعه شناسی	۳	۱۶	○			۴۸	—
۱۲	مبانی روان شناسی	۳	۱۶	○			۴۸	—
۱۳	آمار در علوم اجتماعی	۲	۱۶	○			۳۲	—
۱۴	زبان تخصصی (۱)	۲	۱۶	○			۳۲	—
۱۵	کلیات علم اقتصاد (با تأکید بر اقتصاد ایران)	۲	۱۶	○			۳۲	—
۱۶	روان شناسی اجتماعی	۳	۱۶	○			۴۸	۱۳
۱۷	اصول علم سیاست	۲	۱۶	○			۳۲	—
۱۸	حقوق اساسی	۲	۱۶	○			۳۲	—
۱۹	روش های تحقیق در علوم اجتماعی	۳	۱۶	○			۴۸	۱۴
۲۰	نظریه های جامعه شناسی (نقد و بررسی)	۳	۱۶	○			۴۸	۱۲
۲۱	تاریخ تفکر اجتماعی در اسلام	۲	۱۶	○			۳۲	—
	جمع	۲۷						



جدول شماره (ج-۲) عنوان و مشخصات دروس تخصصی رشته مطالعات ارتباطی

پیش‌نیاز	تعداد ساعات (۱۶ تا ۶۴)	نوع واحد درسی			تعداد جلسات (۱۶ تا ۳۲)	تعداد واحد (۱) (۳ تا ۳)	عنوان درس	ردیف
		نظری- عملی	عملی	نظری				
—	۶۴		*		۱۶	۲	کاربرد رایانه در علوم ارتباطات	۲۲
—	۴۸			*	۱۶	۳	مبانی ارتباطات انسانی	۲۳
—	۴۸			*	۱۶	۳	مبانی مطالعات ارتباطی	۲۴
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	ارتباطات بین المللی	۲۵
۲۵ و ۱۸	۳۲			*	۱۶	۲	ارتباطات سیاسی	۲۶
۱۴ و ۲۰	۴۸	*			۱۶	۲	تحلیل محتوای پیام‌های ارتباطی	۲۷
۲۵	۴۸	*			۱۶	۲	ارتباطات تصویری	۲۸
۲۵	۴۸			*	۱۶	۳	نظریه‌های ارتباطات جمعی (نقد و بررسی)	۲۹
۳۰	۴۸			*	۱۶	۳	مطالعات جامعه اطلاعاتی	۳۰
۲۷	۳۲			*	۱۶	۲	رسانه‌ها و افکار عمومی	۳۱
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	مبانی ارتباطات و توسعه	۳۲
۱۹ و ۲۶	۳۲			*	۱۶	۲	حقوق رسانه‌ها	۳۳
—	۳۲			*	۱۶	۲	دیدگاه‌های اسلامی در ارتباطات	۳۴
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	تاریخ اجتماعی ارتباطات در ایران	۳۵
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	مبانی سیاستگذاری و برنامه‌ریزی ارتباطی	۳۶
۳۲ و ۳۰	۳۲			*	۱۶	۲	شناخت مخاطبان	۳۷
۲۸ و ۲۰	۶۴	*			۱۶	۳	روش‌های کیفی پژوهش‌های ارتباطی	۳۸
۱۵	۳۲			*	۱۶	۲	زبان تخصصی (۲)	۳۹
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	فرهنگ و فناوری ارتباطات	۴۰
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	سواد رسانه‌ای	۴۱
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	مطالعات فضای مجازی	۴۲
—	۳۲		*			۱	مهارت‌های حرفه‌ای	۴۳
۴۴	۱۲۸		*			۲	کارآموزی	۴۴
۲۸	۴۸	*			۱۶	۲	روش‌های تحلیل شبکه‌های اجتماعی	۴۵
						۵۲	جمع	



ادامه جدول (ج-۲): عنوان و مشخصات دروس تخصصی رشته مطالعات ارتباطی

پیش‌نیاز	تعداد ساعات (۱۶ تا ۶۴)	نوع واحد درسی			تعداد جلسات (۱۶ تا ۳۲)	تعداد واحد (۱ تا ۳)	عنوان درس	ردیف
		نظری- عملی	عملی	نظری				
—	۴۸	*			۱۶	۲	روزنامه‌نگاری در فضای مجازی	۴۶
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	دین و رسانه	۴۷
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	مطالعات فیلم و سینما	۴۸
-	۳۲			*	۱۶	۲	ارتباطات اجتماعی در جهان اسلام	۴۹
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	مطالعات رادیو و تلویزیون	۵۰
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	مبانی رسانه‌های دیجیتال	۵۱
-	۴۸	*			۱۶	۲	اصول گرافیک	۵۲
۵۳ و ۳۳	۴۸	*			۱۶	۲	گرافیک رایانه‌ای	۵۳
۳۳	۴۸	*			۱۶	۲	تدوین دیداری-شنیداری	۵۴
۵۴	۴۸	*			۱۶	۲	طراحی وب	۵۵
-	۳۲			*	۱۶	۲	اخلاق رسانه با تاکید بر ارزش‌های اسلامی	۵۶
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	ارتباطات همراه	۵۷
۲۶	۳۲			*	۱۶	۲	ارتباطات میان فرهنگی	۵۸
						۲۶	جمع	



جدول شماره (د-۲): عنوان و مشخصات دروس اختیاری رشته مطالعات ارتباطی (انتخاب ۱۰ واحد از فهرست زیر)

پیش‌نیاز	تعداد ساعات (۱۶ تا ۳۲)	نوع واحد درسی			تعداد جلسات تا ۱۶) (۳۲)	تعداد واحد (۱ تا ۳)	عنوان درس	ردیف
		نظری - عملی	عملی	نظری				
۱۷	۳۲			*	۱۶	۲	روان شناسی رسانه‌ها	۵۹
-	۳۲			*	۱۶	۲	ارتباطات بحران	۶۰
۳۳	۳۲			*	۱۶	۲	ارتباطات محیط زیست	۶۱
۳۳	۳۲			*	۱۶	۲	ارتباطات سلامت	۶۲
۲۶ و ۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	ارتباطات سنتی در ایران	۶۳
۲۵ و ۲۶	۳۲			*	۱۶	۲	جهانی‌شدن و رسانه‌ها	۶۴
—	۴۸	*			۱۶	۲	روزنامه‌نگاری رادیویی و تلویزیونی	۶۵
-	۳۲			*	۱۶	۲	ارتباطات سازمانی	۶۶
	۳۲			*	۱۶	۲	کودک و رسانه	۶۷
۲۵	۳۲			*	۱۶	۲	تکنولوژی‌های ارتباطی	۶۸
۲۵	۴۸			*	۱۶	۳	اصول روابط عمومی	۶۹
۱۶	۳۲			*	۱۶	۲	اصول تبلیغات بازرگانی	۷۰
۲۵	۴۸			*	۱۶	۳	روزنامه‌نگاری شهروندی	۷۱
						۲۸	جمع	



فصل سوم

سرفصل دروس

رشته مطالعات ارتباطی



بخش اول
سرفصل دروس پایه
رشته مطالعات ارتباطی

- مبانی جامعه‌شناسی
- مبانی روان‌شناسی
- آمار در علوم اجتماعی
- زبان تخصصی (۱)
- کلیات علم اقتصاد (با تأکید بر اقتصاد ایران)
- روان‌شناسی اجتماعی
- اصول علم سیاست
- حقوق اساسی
- روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی
- نظریه‌های جامعه‌شناسی (نقد و بررسی)
- تاریخ تفکر اجتماعی در اسلام



دروس پیشیناز : ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: مبانی جامعه‌شناسی		
	عملی			۳			
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:		عنوان درس به انگلیسی: Introduction to Sociology	
	عملی			۴۸			
	نظری	تخصصی		آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد			
	عملی						
	نظری	اختیاری					<input type="checkbox"/> سفر علمی
	عملی						<input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار

هدف:

- ۱- آشنا ساختن دانشجویان با کلیات و مبانی جامعه‌شناسی و مفاهیم اساسی آن
- ۲- ارتباط جامعه‌شناسی با سایر رشته‌ها به طوری که دانشجویان بتوانند مسائل اجتماعی محیط پیرامون را درک و تجزیه و تحلیل کنند.

سرفصل درس:

- ۱- تعاریف و مفاهیم جامعه‌شناسی
- ۲- تاریخچه پیدایش علوم اجتماعی در کشورهای اسلامی و مغرب زمین
- ۳- روش‌های معمول در تحقیقات جامعه‌شناسی
- ۴- جایگاه جامعه‌شناسی در علوم اجتماعی، دانش اجتماعی دنیای امروز و شعب آن، کاربرد و ضرورت جامعه‌شناسی در ایران



۵- فرد و جامعه : تعریف جامعه، مکتب اصالت فرد، مکتب اصالت جمع، نظریات پدیدارشناسی، انتقادات وارده بر این مقولات، دیدگاه اسلام در مورد فرد و جامعه

۶- روابط اجتماعی

۷- نابرابری‌های اجتماعی و علل آن

۸- ارزش‌های اجتماعی

۹- قدر و منزلت اجتماعی

۱۰- سازمان‌های اجتماعی

۱۱- نهادهای اجتماعی

۱۲- مختصری در زمینه ساخت جامعه ایران (شهر و روستا و عشایر)

۱۳- انواع جوامع (سرمایه‌داری، سوسیالیسم و جامعه توسعه نیافته)

۱۴- روش‌های تحلیل مسائل اجتماعی

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		آزمون نهایی ۱۰۰٪		

منابع:

- ۱- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی. ترجمه حسن جاوشیان، تهران: نشر نی.
- ۲- کوئن، بروس (۱۳۸۹). مبانی جامعه‌شناسی. ترجمه غلامعباس توسلی و رضا فاضل. تهران: نشر سیمیا.
- ۳- شارون، جونل (۱۳۸۲)، ده پرسش از دیدگاه جامعه‌شناسی. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
- ۴- بی، اول (۱۳۸۶). درآمدی بر جامعه‌شناسی، علمی انتقادی. ترجمه محمدحسین پناهی. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- ۵- پارسانیا، حمید (۱۳۹۱). جهان‌های اجتماعی. تهران: نشر فردا.



دروس پیشنهادی: روان شناسی اجتماعی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: مبانی روان شناسی			
	عملی			۳				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:		عنوان درس به انگلیسی: Introduction to Psychology		
	عملی							
	نظری	تخصصی					۴۸	
	عملی							
	نظری	اختیاری						
	عملی							
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>								

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با اصول و مفاهیم اساسی در روان شناسی و آگاهی از مباحث آن
- ۲- آشنایی با ایده ها و دیدگاههای روان شناختی.

سرفصل درس:

- ۱- تعریف روان شناسی، موضوع مورد مطالعه روان شناسی
- ۲- سیر تحول روان شناسی
- ۳- رابطه روان شناسی با سایر علوم (با تأکید بر علوم ارتباطات)
- ۴- عوامل مؤثر بر رفتار
- ۵- تفاوت های فردی
- ۶- اساس عصبی رفتار



۷- مفاهیم مهم در روان‌شناسی:

۸- هوش

۹- شخصیت

۱۰- انگیزش

۱۲- هیجان‌حواطف

۱۳- ادراک

۱۴- دقت و توجه

۱۵- یادگیری و حافظه

۱۶- زبان و تفکر

۱۷- یادآوری و فراموشی

۱۸- تعارض و سازگاری.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		٪۱۰۰		

منابع:

۱. انکینسون، هیلگارد و همکاران (۱۳۹۵). زمینه روان‌شناسی انکینسون و هیلگارد. ترجمه مهدی گنجی. تهران: نشر ساوالان.

۲. گنجی، حمزه (۱۳۹۵). مبانی روان‌شناسی عمومی. تهران: نشر روان.



دروس پیشیاز: ندارد	نظری *	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: آمار در علوم اجتماعی عنوان درس به انگلیسی: Statistics in Social Sciences
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشنایی با اصول استنتاج آماری،
- ۲- ایجاد توانایی در تحلیل و تفسیر داده‌های آماری
- ۳- داوری در مورد پژوهش‌های آماری.

سرفصل درس:



- ۱- سروری بر مباحث آمار توصیفی: جدول فراوانی و نمودارها
- ۲- انواع توزیع با تأکید بر توزیع نرمال
- ۳- سرشماری و نمونه‌گیری
- ۴- قضیه حد مرکزی
- ۵- انواع استراتی‌های نمونه‌گیری (انتخاب تصادفی و قضاوتی، طبقه‌بندی و خوشه‌بندی)
- ۶- مفهوم متغیر و همبستگی متغیرها در تحقیق آماری

۷-جداول تقاطعی

۸-کنترل آماری

۹-مفهوم آزمون و استنباط آماری

۱۰-آشنایی با آزمون‌های پرکاربرد مانند خی دو، پیرسون، اسپرمن، مقایسه میانگین‌ها، در سطوح مختلف سنجش

۱۱-ورود داده‌ها به نرم‌افزار صفحه گسترده (مانند Excel) کدگذاری و تحلیل توصیفی و همبستگی داده‌ها به کمک نرم‌افزار

۱۲-ورود داده‌ها به نرم‌افزار تحلیلی (مانند SPSS) و بررسی آزمون‌ها و استنباط آماری به کمک نرم‌افزار

۱۳-مقایسه کاربرد نرم افزارهای صفحه گسترده و تحلیل آماری

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان نرم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		٪۱۰۰		

منابع:

۱. کورتر، نورمن (۱۳۹۵). مقدمه‌ای بر آمار در علوم اجتماعی. ترجمه حبیب الله تیموری. تهران: نشر نی.
۲. بی، ارل (۱۳۹۵). روشهای تحقیق در علوم اجتماعی. جلد دوم. ترجمه رضا فاضل. تهران: انتشارات سمت.
۳. دواس، دی. ای. (۱۳۹۴). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ ناییب. تهران: نشر نی.
۴. میلر، دلبرت چارلز (۱۳۸۷). راهنمای سنجش و تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ ناییب. تهران: نشر نی.
۵. کریمی، رامین (۱۳۹۴). راهنمای آسان تحلیل آماری با SPSS. تهران: نشر هنگام.
۶. کسرایب، اسرافیل (۱۳۸۹). آمار تحلیلی و استنتاجی با استفاده از اکسل. تهران: انتشارات سمت.
۷. الیوت، آلن سی (۱۳۹۳). تحلیل آماری. ترجمه ایرج و آراز ساعی. تهران: نشر لویه.
۸. هومن، حیدرعلی (۱۳۹۵). استنباط آماری در پژوهش رفتاری. تهران: انتشارات سمت.
۹. ناییب، هوشنگ (۱۳۹۳). برنامه کامپیوتری آمار در علوم اجتماعی. تهران: نشر نی.
۱۰. منصورفر، کریم (۱۳۹۰). آمار در علوم اجتماعی. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۱۱. هوبدیان، جواد (۱۳۹۴). آمار و احتمال مقدماتی. مشهد: انتشارات دانشگاه امام رضا (ع).



دروس پیشنهادی: زبان عمومی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: زبان تخصصی (۱)	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲		عنوان درس به انگلیسی: English for Communication Studies (1)
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار						

هدف:

- ۱- یادگیری و تسلط یافتن دانشجویان دوره کارشناسی به متون تخصصی رشته مطالعات ارتباطی به زبان انگلیسی. این درس با ایجاد مهارت‌های لازم دانشجویان را قادر می‌سازد تا بتوانند متون تخصصی رشته خود را به درستی فهمیده و مهارت‌های لازم را در ایجاد متن به زبان انگلیسی و ترجمه متون تخصصی از انگلیسی به فارسی دست یابند.
- ۲- این درس کمک به ارتقای مهارت‌های بیانی و شنیداری به منظور بحث و صحبت در حوزه تخصصی مطالعات ارتباطی به زبان انگلیسی است.

سرفصل درس:

- ۱- مفاهیم ارتباطات
- ۲- قدرت و کنترل رسانه
- ۳- کمپانی‌های رسانه ای
- ۴- جامعه اطلاعاتی
- ۵- آزادی اطلاعات
- ۶- ماهیت رسانه های دیجیتال
- ۷- مکانیزم های کنترل در رسانه



۸- دروازه بانی و ساتسور در رسانه ها

۹- سیاست گذارهای رسانه ای

۱۰- رسانه های چاپی

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	%۴۰	%۶۰		

منابع:

۱. Zia Hosseini, Mohammad. Marefat, Fahimeh (۲۰۰۹). *English for the student of Journalism and Mass Media*. Tehran: SAMT.
۲. Hicks, Wynford. (۲۰۱۳). *English for Journalists*. Fourth edition. Routledge.
۳. Hicks, Wynford (۲۰۰۷). *Media Skills*. Third Edition. Abington: Routledge.
۴. Evans, Harold, Gillan, Crawford. (۲۰۰۰). *Essential English for Journalists, Editors and Writers (Pimlico)*. UK: Random House UK.
۵. Aqili, Vahid. Tavakoli, Ahmad (۲۰۱۱). *Specialized English for Journalism and Communication students*. Second Edition. Tehran: Saniyeh Press.
۶. Maingay, Susan. Tribble, Chris. *Longman Language Activator*. UK: Longman
۷. Corpus Network.
۸. MURPHY. R (۲۰۰۴). *English Grammar in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
۹. Stafford-Yilmaz, L. Zwier, L (۲۰۰۵). *۴۰۰ Must-Have Words for the TOEFL*. NY: McGraw Hill Companies



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: کلیات علم اقتصاد (با تأکید بر اقتصاد ایران) عنوان درس به انگلیسی: Introduction to Economics (With Emphasis on Iran's Economy)
	عملی				
	نظری	اصلی		۲	
	عملی				
	نظری	تخصصی		تعداد ساعت:	
	عملی				
	نظری	اختیاری		۳۲	
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- معرفی کلیات علم اقتصاد و مفاهیم اصلی آن
- ۲- بررسی کلی اقتصاد ایران، قبل و بعد از انقلاب اسلامی، سیاست‌های اقتصادی و بازرگانی و تجزیه و تحلیل آنها به منظور آگاه کردن دانشجویان به فرصت‌ها و چالش‌های اقتصادی کشور.

سرفصل درس:

- ۱- مبانی علم اقتصاد (تعریف علم اقتصاد، نظریه‌های مهم اقتصاد، اقتصاد خرد و کلان)
- ۲- عوامل تولید (منابع کار سرمایه)
- ۳- نظریه ارزش و مکتب‌های قیمت‌ها
- ۴- بررسی اجمالی اقتصاد ایران قبل و بعد از انقلاب اسلامی
- ۵- اوضاع طبیعی و جغرافیایی
- ۶- جمعیت و نیروی انسانی
- ۷- سیستم پولی و بانکی
- ۸- درآمد ملی بودجه و برنامه‌های عمرانی
- ۹- کشاورزی: اهمیت آن در اقتصاد ایران، زراعت، دامپروری، جنگل‌داری، ماهیگیری، سهم آن در درآمد ملی، روابط مالکیت، اصلاحات اراضی، شرکت‌های سهامی زراعی، کشت و صنعت، تعاونی‌های تولید و توزیع، انواع بهره‌برداری، تحولات کشاورزی بعد از انقلاب اسلامی



۱۰- منابع و معادن: نقش صنعت در اقتصاد ایران، صنایع دستی، صنایع کوچک، صنایع مونتاژ، صنایع سنگین، ذوب آهن، ماشین سازی اراک، ماشین سازی تبریز، تراکتورسازی تبریز، آلومینیم سازی، صنایع مس و سیم صنعت در درآمد ملی، اشتغال، ارزش افزوده، تحولات صنعتی بعد از انقلاب اسلامی (ملی شدن، مالکیت و غیره)، معادن

۱۱- صنعت نفت و گاز

۱۲- خدمات: حمل و نقل و ارتباطات، آموزش و پرورش، بهداشت و درمان

۱۳- نقش امپریالیسم در ایجاد وابستگی اقتصادی ایران و نقش اقتصاد دانش بنیان.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		۱۰۰٪		

منابع:

۱. روزبهان، محمود (۱۳۸۷). مبانی علم اقتصاد. ویراست سوم. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
۲. فرهنگ، منوچهر. زندگی اقتصادی ایران. تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
۳. کاتوزیان، محمدعلی (۱۳۹۵). اقتصاد سیاسی ایران: از مشروطیت تا پایان سلسله پهلوی. ترجمه محمدرضا نفیسی. تهران: نشر مرکز.
۴. برخوردار، سجاد و جعفری، محمد (۱۳۹۵). گفتارهایی در اقتصاد ایران. تهران: موسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد.
۵. شاکری، عباس (۱۳۹۵). مقدمه ای بر اقتصاد ایران. تهران: انتشارات رافع.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۳	عنوان درس به فارسی: روانشناسی اجتماعی
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۴۸	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					عنوان درس به انگلیسی: Social Psychology

هدف:

آشنایی دانشجویان با روانشناسی اجتماعی و نسبتش با ارتباطات اعم از ارتباطات انسانی و رسانه‌ای

سرفصل درس:

- ۱- کلیات روانشناسی اجتماعی: انگیزش، هیجان، کنش، احساس و ادراک، عقاید، کلیشه‌ها، تعصب و تبعیض
- ۲- تبلیغات و متقاعدسازی: رسانه و رفتار جمعی، هراس‌های اخلاقی، ارتباطات بین فرهنگی و رسانه‌های جمعی
- ۳- تغییرات اجتماعی و رفتارهای جمعی: انبوه خلق، رفتارهای توده‌ای، جنبش‌های اجتماعی، الگوهای تعامل و ارتباطات انسانی در گروه‌های بزرگ، خلق ارزش‌ها و هنجارهای جدید، افکار عمومی، وجدان جمعی، توده‌ای شدن و مسئله رسانه
- ۴- فرد و رفتارهای اجتماعی: شکل‌بندی شخصیت و الگوپذیری، تخیل و میل ورزی، آرمان و ارزش، همانندسازی، سینما و کالای فرهنگی و الگوی هویت‌یابی، هم‌رنگی، تقلید
- ۵- هویت‌یابی اجتماعی: جهانی شدن و هم‌مونی فرهنگی، فرهنگ‌پذیری، فرهنگ جمعی و مسئله رسانه، ارتباطات بین فرهنگی و هویت اجتماعی، زبان و الگوهای ارتباطی
- ۶- قدرت و گروه‌های اجتماعی: قدرت و اقتدار، الگوهای نفوذ اجتماعی، نابرابری و پویایی گروه‌ها، رهبری و کاریزما، قدرت و مقاومت



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی / پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		٪۱۰۰		

منابع:

۱. ارونسون، الیوت (۱۳۹۰). روانشناسی اجتماعی. ترجمه حسین شکر کن. تهران: نشر رشد.
۲. کراوس، رابرت و دوج، مورتون (۱۳۹۲). نظریه‌ها در روانشناسی اجتماعی. ترجمه مرتضی کبی. تهران: نشر دانشگاه تهران.
۳. سالاری فر، محمدرضا و دیگران (۱۳۹۶). روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی. تهران: انتشارات سمت.
۴. کلاینبرگ، اتو (۱۳۸۶). روان‌شناسی اجتماعی. ترجمه علی محمد کاردان. تهران: انتشارات فردوس.
۵. آذربایجانی، مسعود. و همکاران (۱۳۸۴). روانشناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی. تهران: انتشارات سمت و پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: اصول علم سیاست
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار					

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با اصول علم سیاست، ساختار کلی قدرت و نظام‌های سیاسی، دولت، حکومت
- ۲- شناخت مفاهیم مرتبط با دانش سیاسی در مکاتب مختلف از جمله در اسلام



سرفصل درس:

- ۱- تعریف علم و سیاست و رابطه آنها با یکدیگر
- ۲- تعاریف علم سیاست
- ۳- علم سیاست و سایر علوم اجتماعی/انسانی: اقتصاد، تاریخ، حقوق، جامعه‌شناسی، مدیریت، اخلاق، فلسفه، جغرافیا، روان‌شناسی، انسان‌شناسی، ارتباطات، نسبت دین و سیاست.
- ۴- مکاتب سیاسی مهم: لیبرالیسم، سوسیالیسم، محافظه کاری، اسلام
- ۵- مفاهیم بنیادین علم سیاست: قدرت، اقتدار، نفوذ و سلطه، مشروعیت، دولت، حکومت، حاکمیت، ملت، ولایت، خلافت، امت و امامت، آزادی، عدالت، ایدئولوژی، منافع ملی، افکار عمومی، شهروندی، دموکراسی، مردم سالاری دینی.
- ۶- موضوعات اساسی علم سیاست: نظریه‌های قدرت، نظریه‌های دولت، سیر تحول دولت، حکومت و اشکال تاریخی آن،

احزاب، گروه‌های فشار و ذی‌نفوذ، مسائل جامعه مدنی، ابعاد سیاسی جهانی شدن، شکاف‌ها، منازعات و کشمکش‌های سیاسی و اجتماعی، نیروهای اجتماعی و سیاسی
 ۷- اسلام و سیاست در جهان معاصر.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		۱۰۰٪		

منابع:

۱. ابوالحمد، عبدالحمید (۱۳۸۴). مبانی سیاست. چاپ دهم. تهران: توس.
- تاسی، استوان‌دی (۱۳۷۹). مبانی علم سیاست. ترجمه حمیدرضا ملک محمدی. تهران: دادگستر.
۳. دوورژه، موریس (۱۳۹۵). اصول علم سیاست. ترجمه ابولفضل قاضی. تهران: مؤسسه انتشاراتی امیرکبیر.
- روریش، ویلفرید (۱۳۹۳). سیاست به مثابه علم. ترجمه ملک بحیی صلاحی. چاپ هفتم. تهران: سمت.
۵. عالم، عبدالرحمن (۱۳۹۵). بنیادهای علم سیاست. چاپ بیست و هشتم. تهران: نی.
- قوام، سیدعبدالعلی (۱۳۹۵). سیاست‌شناسی؛ مبانی علم سیاست. چاپ هفتم. تهران: سمت.
۷. بوی، سیدعباس (۱۳۸۸). فلسفه قدرت. چاپ چهارم. تهران: سمت.
۸. بشیریه، حسین (۱۳۸۴). آموزش دانش سیاسی: مبانی علم سیاست نظری و ناموسی. تهران: نشر نگاه معاصر.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: حقوق اساسی	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲		عنوان درس به انگلیسی: Constitutional Law
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/>						
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>						

هدف:

- ۱- آشنایی با دیدگاههای مختلف در زمینه مسائل کلی مربوط به ساختار سیاسی دولت و نهادهای حکومت و حقوق و آزادی‌های فردی
- ۲- رابطه قدرت دولت با حقوق ملت و توانایی برای تحلیل قوانین اساسی (با تاکید بر قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران) و رسیدن به چارچوب‌های حقوقی در مسائل کلی سیاسی.

سرفصل درس:

- ۱- تعریف و مبانی حقوق، حقوق و اخلاق و ضمانت اجرا، مسئولیت تخلف از قواعد حقوقی
- ۲- تقسیمات حقوق، قانون و قلمرو قانون
- ۳- تعریف حقوق اساسی، جایگاه، موضوع و نظریات پیرامون حقوق اساسی، منابع حقوق اساسی
- ۴- قانون اساسی، قانون اساسی در جمهوری اسلامی ایران و انواع قوانین اساسی در دنیا با توجه به مقسم‌های مختلف
- ۵- مفهوم دولت-کشور و عناصر تشکیل دهنده آن، مفهوم حاکمیت و قدرت سیاسی
- ۶- اشکال دولت کشور، انواع دولت-کشورهای بسیط (ساده) و چند پارچه (مرکب)
- ۷- انواع رژیم‌های سیاسی
- ۸- حقوق شهروندی، حقوق فردی و آزادی‌های عمومی
- ۹- تفکیک قوا، فلسفه و نظریات مربوط به تفکیک قوا، رژیم‌های ناشی از انواع تفکیک قوا
- ۱۰- قوه مقننه، نظام‌های تک مجلسی و دو مجلسی
- ۱۱- قوه مجریه و اقسام مجریه ریاستی، پارلمانی، نیمه ریاستی-نیمه پارلمانی



تجهيزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		۱۰۰٪		

منابع:

۱. قاضی، ابوالفضل (۱۳۹۲). بایسته های حقوق اساسی. تهران: نشر میزان.
۲. ویژه، محمدرضا (۱۳۹۶). کلیات حقوق اساسی. تهران: انتشارات سمت.
۳. محمدی، جلیل (۱۳۹۴). کلیات حقوق. تبریز: نشر بانار.
۴. سعیدی، ثابت (۱۳۹۲). کلیات حقوق. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۵. عمید زنجانی، عباسعلی (۱۳۹۳). کلیات حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران. تهران: مجمع علمی و فرهنگی مجد.
۶. شعبانی، قاسم (۱۳۹۵). حقوق اساسی و ساختار حکومت جمهوری اسلامی. تهران: انتشارات اطلاعات.



دروس پیشنهادی: آمار در علوم اجتماعی	نظری *	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۳	عنوان درس به فارسی: روش های تحقیق در علوم اجتماعی عنوان درس به انگلیسی: Research Methods in Social Sciences
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۴۸	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار					

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با پارادایم های علمی و فلسفه روش در حوزه علوم اجتماعی و ارتباطات و نقد آنها
- ۲- آشنایی با مفاهیم و روش های ضروری تحقیق
- ۳- آماده سازی دانشجویان برای انجام تحقیق علمی با توجه به مسائل اجتماعی ایران،
- ۴- توانمندسازی دانشجویان در استفاده از دانسته های نظری و روش شناسی خود برای شناخت مجهولات و پدیده های ارتباطی اجتماعی جامعه ایران.

سرفصل درس:



- ۱- آشنایی با فلسفه علم و برخی از پارادایم های علوم اجتماعی و نقد آنها
- ۲- انواع طرح تحقیق
- ۳- ارزش های اخلاقی تحقیق با تاکید بر ارزش های ایرانی و اسلامی در تحقیق
- ۴- دو نوع نظام منطقی: استقرا و قیاس، ساخت نظریه قیاسی و ساخت نظریه استقرایی
- ۵- طراحی تحقیق و مراحل انجام تحقیق با توجه به مسائل اجتماعی ایران
- ۶- فرضیه و فرضیه سازی
- ۷- انواع خطاها
- ۸- تعریف مفهوم، متغیر، سازه
- ۹- آشنایی با شاخص ها و مقیاس ها (بوگاردوس، نورستون، لیکرت، گاتمن، اسگود)
- ۱۰- نمونه گیری و تعیین حجم نمونه

۱۱- طراحی و اجرای پرسشنامه، استخراج پرسشنامه

۱۲- معیارهای مقبولیت تحقیق: روایی و پایایی

۱۳- مصاحبه و مشاهده

۱۴- ارائه گزارش: بخش عملی که بر اساس مسائل جامعه ایران و با توجه به زمینه‌های فرهنگی طراحی شده باشد.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	٪۲۰	٪۸۰		

منابع:

۱. بی، اول (۱۳۹۳). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. ترجمه رضا فاضل. تهران: انتشارات سمت.
۲. یکر، ترزال (۱۳۹۰). نحوه انجام تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ نایی. تهران: نشر نی.
۳. بلیکی، نورمن (۱۳۹۲). طراحی پژوهش‌های اجتماعی. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نشر نی.
۴. دواس، دی. ای. (۱۳۹۴). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ نایی. تهران: نشر نی.
۵. رفیع پور، فرامرز (۱۳۶۰). کند و کاوها و پنداشته‌ها. تهران: شرکت سهامی انتشار.
۶. ساروخانی، باقر (۱۳۷۳). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۷. سرایی، حسن (۱۳۶۲). مقدمه‌های بر نمونه‌گیری در تحقیق. تهران: انتشارات سمت.
۸. سودمن، سیمور و نورمن، ام. برادبرن (۱۳۸۷). روش‌های طراحی پرسشنامه. ترجمه عبدالباقی روشی. تهران: انتشارات کاراپام.
۹. کیوی، ریمون و کامپنهود، کوک وان (۱۳۸۵). روش تحقیق در علوم اجتماعی. ترجمه عبدالحسین نیک گهر. تهران: نشر توتیا.
۱۰. میلر، دلبرت (۱۳۸۰). راهنمای سنجش و تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ نایی. تهران: نشر نی.
۱۱. فلیک، اووه (۱۳۹۱). درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.



دروس پیشنهادی: مبانی جامعه‌شناسی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: نظریه‌های جامعه‌شناسی (نقد و بررسی)
	عملی				
	نظری	اصلی		۳	
	عملی				
	نظری	تخصصی		تعداد ساعت:	
	عملی				
	نظری	اختیاری		۴۸	
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					
عنوان درس به انگلیسی: Sociological Theories (A Critical Approach)					

هدف:

آشنا ساختن دانشجویان با کلیات تفکر اجتماعی و صاحب‌نظران مهم و آثار معروف آنها در حدی که درک مکاتب و نظریه‌ها را آسان سازد و دانشجو را در به کارگیری نظریه‌های جامعه‌شناسی و نقد و تحلیل آنها یاری نماید.

سرفصل درس:

- ۱- تاریخ اندیشه در عصر باستان و اسلام
- ۲- تاریخ تفکر اجتماعی در رنسانس
- ۳- فلسفه علم و پارادایم‌های اثباتی در علوم اجتماعی
- ۴- اندیشه اگوست کنت و دورکیم و نقد پارادایم اثباتی
- ۵- آشنایی با پارادایم انتقادی و نظریه مارکس و نقد آن
- ۶- پارادایم تفسیری و آشنایی با نظریه وبر و نقد آن
- ۷- آشنایی با نظریه زیمل و نقد آن، آشنایی با نظریه پارسونز و نقد آن
- ۸- آشنایی با نظریه پردازان کنش متقابل نمادین (مید و بلومر، کولی و گافمن)
- ۹- آشنایی با نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی پدیدارشناختی (هوسرل، شوتر، گارفینگل) و نقد آنها
- ۱۰- آشنایی با ویژگی‌های مکتب فرانکفورت، مفهوم صنعت فرهنگ و مطالعه برخی از نظریه‌پردازان (هابرماس، بوردیو)
- ۱۱- تحلیل مسائل اجتماعی ایران در بستر فرهنگ اسلامی متناسب با رویکرد هر نظریه‌پرداز.



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	٪۴۰	٪۸۰		

منابع:

۱. ریتزر، جورج (۱۳۹۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
۲. آرون، ریمون (۱۳۸۴). مراحل اساسی سیراندیشه در جامعه‌شناسی. ترجمه باقر پرهام. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۳. کوزر، لیویس (۱۳۸۹). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
۴. کراب، یان (۱۳۸۹). نظریه‌های اجتماعی مدرن. ترجمه عباس مخبر. تهران: نشر آگه.
۵. سیدمن، استیون (۱۳۹۰). کشاکش آرا در جامعه‌شناسی. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.
۶. توسلی، غلامعباس (۱۳۹۶). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: انتشارات سمت.
۷. ساروخانی، باقر (۱۳۶۷). جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: انتشارات اطلاعات.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: تاریخ تفکر اجتماعی در اسلام
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار					عنوان درس به انگلیسی: History of Social Thinking in Islam

هدف:

آشنایی دانشجویان با مبانی و سیر علوم اجتماعی در اسلام.

سرفصل درس:

- ۱- مفاهیم رفیع علم در اسلام
- ۲- نهضت و جنبش علمی مسلمانان
- ۳- عصر پیش از ابن خلدون
- ۴- فلسفه اجتماعی: ترجمه آثار یونان، کندی، فارابی، ابن سینا، اخوان الصفا، خواجه نصیرالدین طوسی، غزالی، ابن رشد
- ۵- تاریخ اجتماعی و مبانی حکومت‌داری در اسلام: نظریات ابن مسکویه، بررسی کتب تاریخی یعقوبی، طبری و مسعودی
- ۶- روش‌های مردم‌شناسی: سفرنامه‌ها، ابوریحان بیرونی (تحقیق ماللهند)، بررسی کتب ملل
- ۷- بنیان‌گذاری جامعه‌شناسی و فلسفه تاریخ توسط ابن خلدون: تجزیه و تحلیل نظریات ابن خلدون، تاثیر ابن خلدون در بنیان‌گذاری جامعه‌شناسی
- ۸- تفکرات اجتماعی در عصر جدید: بررسی افکار و نظرات اجتماعی و اصلاحی سید جمال‌الدین اسدآبادی، شیخ محمد عبده، سید قطب، آیت الله صدر، مرحوم علامه طباطبایی، مرحوم استاد مطهری، مرحوم دکتر علی شریعتی.



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		٪۱۰۰		

منابع:

۱. آزاد ارمکی، تقی (۱۳۹۲). تاریخ تفکر اجتماعی در اسلام از آغاز تا دوره معاصر. چاپ دهم. تهران: نشر علم.
۲. عبدالرحمن بن خلدون (۱۳۹۳). مقدمه. ترجمه محمد پروین گنابادی. چاپ چهاردهم. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۳. مرتضی مطهری (۱۳۹۵). مقدمه‌ای بر جهان بینی اسلامی: جامعه و تاریخ. چاپ سی‌ام. تهران: انتشارات صدرا.
۴. داوری، محمد و همکاران (۱۳۹۵). تاریخ تفکر اجتماعی در اسلام. چاپ دوازدهم. تهران: انتشارات سمت.
۵. مطهری، مرتضی (۱۳۸۷). آشنایی با علوم اسلامی. تهران: صدرا.
۶. رجیبی، محمد و همکاران (۱۳۷۸). تاریخ تفکر اجتماعی در اسلام. تهران: انتشارات سمت.
۷. ابراهیمی دینانی، عبدالحسین (۱۳۷۶). ماجرای فکر فلسفی در جهان اسلام. تهران: طرح نو.
۸. حکیمی، محمدرضا (۱۳۵۶). دانش مسلمین. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۹. نصر، سیدحسین (۱۳۹۳). تاریخ فلسفه اسلامی. تهران: حکمت.
۱۰. فاخوری، حنا و خلیل جر (۱۳۹۳). تاریخ فلسفه در جهان اسلامی. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.



بخش دوم
سرفصل دروس تخصصی
رشته مطالعات ارتباطی

- کاربرد رایانه در علوم ارتباطات
- مبانی مطالعات ارتباطی
- ارتباطات بین المللی
- ارتباطات سیاسی
- مبانی ارتباطات انسانی
- تحلیل محتوای پیام‌های ارتباطی
- ارتباطات تصویری
- نظریه‌های ارتباطات جمعی (نقد و بررسی)
- مطالعات جامعه اطلاعاتی
- رسانه‌ها و افکار عمومی
- مبانی ارتباطات و توسعه
- حقوق رسانه‌ها
- دیدگاه‌های اسلامی در ارتباطات تاریخ اجتماعی ارتباطات در ایران
- مبانی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی ارتباطی
- شناخت مخاطبان روش‌های کیفی پژوهش‌های ارتباطی
- زبان تخصصی (۲)
- فرهنگ و فناوری ارتباطات
- سواد رسانه‌ای
- مطالعات فضای مجازی
- مهارت‌های حرفه‌ای
- کارآموزی
- روش‌های تحلیل شبکه‌های اجتماعی
- روزنامه‌نگاری در فضای مجازی
- دین و رسانه



- مطالعات فیلم و سینما
- ارتباطات اجتماعی در جهان اسلام
- مطالعات رادیو و تلویزیون
- مبانی رسانه‌های دیجیتال
- اصول گرافیک
- گرافیک رایانه‌ای
- تدوین دیداری- شنیداری
- طراحی وب
- اخلاق رسانه‌ها با تاکید بر ارزش‌های اسلامی
- ارتباطات همراه
- ارتباطات میان فرهنگی



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: کاربرد رایانه در علوم ارتباطات عنوان درس به انگلیسی: Computer Skills for Communication Sciences
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۶۴	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input checked="" type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشنا ساختن دانشجویان با نحوه کاربرد رایانه در حرفه‌های ارتباطی
- ۲- کسب مهارت برای استفاده از نرم افزارهای مورد نیاز.

سرفصل درس:

- ۱- آشنایی با ویندوز و سیستم‌های عامل گوشی‌های هوشمند
- ۲- تایپ کامپیوتری
- ۳- نامه‌نگاری الکترونی
- ۴- نرم افزارهای پیام‌رسان موبایلی
- ۵- گفتگوی اینترنتی
- ۶- تهیه جداول و نمودار
- ۷- تولید بانک اطلاعاتی
- ۸- نحوه ارائه با PowerPoint



تجهيزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
فضای کارگاهی دارای رایانه و دسترسی به اینترنت	۴۰٪	۶۰٪		

منابع:

کوهستانی، مهدی و همکاران (۱۳۹۵). مهارت های کاربردی کامپیوتر ۲۰۱۶ (سطح یک). تهران: موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۳	عنوان درس به فارسی: مبانی ارتباطات انسانی	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۴۸		عنوان درس به انگلیسی: Introduction to Human Communication
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار						

هدف:

- ۱- شناخت اصول و مبانی ارتباطات انسانی و آگاهی از مفاهیم بنیادی نظام‌های گوناگون ارتباطی
- ۲- آشنایی با انواع مدل‌های ارتباطی و تعمیم آن در ارتباطات انسانی (کلامی و غیر کلامی)
- ۳- شناخت نقش عوامل و عناصر موثر در جریان ارتباط
- ۴- چگونگی عملکرد اجزای ارتباط در ارتباطات اجتماعی.



سرفصل درس:

- ۱- تاریخچه و سیر تحول شیوه‌های ارتباطی انسان
- ۲- انواع ارتباطات انسانی
- ۳- تعریف و مفاهیم ارتباط
- ۴- شناخت فراگرد و عناصر ارتباط در جریان ارتباطات انسانی (کلامی و غیر کلامی)
- ۵- ارتباطات کلامی و غیر کلامی در منابع اسلامی
- ۶- مدل‌های ارتباطی ارسطو، ویلبر شرام، کلودشن و وارن ویبور، دیویدبرلو، براس وستلی و مالکم مک لین
- ۷- شناخت خود در ارتباطات انسانی از نگاه اسلام
- ۸- ارتباطات کلامی: نشانه و سبیل، زبان و معنی

- ۹- شناخت نظام‌های ارتباط غیر کلامی: ارتباط جنبشی و حرکتی، ارتباط چهره‌ای، ارتباط آوایی، ارتباط لمسی، ارتباط پویایی، ارتباط فرا حسی، ارتباط توسط علائم از راه دور و نقد و بررسی آنها با رویکرد اسلامی
- ۱۰- کاربرد و میدان عمل ارتباط غیر کلامی در ارتباطات آموزشی، هنرهای تجسمی، تصویری، گرافیک، معماری و هنرهای مدرن
- ۱۱- کارکردهای ارتباط انسانی: اطلاع‌رسانی، اقناع، تصمیم‌گیری، روابط اجتماعی، سرگرمی و خودنمایی
- ۱۲- نقش ارتباطی سکوت به مثابه رسانه با تاکید بر مبانی و فرهنگ آن در اسلام و ایران

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
فضای کارگاهی دارای رایانه و دسترسی به اینترنت	٪۴۰	٪۶۰		

منابع:

- پیز، الن (۱۳۸۷). زبان بدن. ترجمه فریبرز باغبان، تهران: نشر توس.
- فرهنگی، علی اکبر (۱۳۹۳). ارتباطات انسانی. دو جلدی. تهران: انتشارات رسا.
- محسینان راد، مهدی (۱۳۸۵). ارتباط شناسی. تهران: انتشارات سروش.
- وود، جولیا (۱۳۸۴). مبانی ارتباطات میان فردی. تهران: انتشارات شهر کتاب.
- مایرز، گیل. ای. و مایرز، میشله. تی. (۱۳۸۳). پویایی ارتباطات انسانی. ترجمه حوا صبر آملی. تهران: انتشارات دانشکده صدا و سیما.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۳	عنوان درس به فارسی: مبانی مطالعات ارتباطی عنوان درس به انگلیسی: Introduction to Communication Studies
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۴۸	
	عملی				
	نظری *	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با اهمیت و اثرات فناوری دیجیتال و همگرایی رسانه‌ها،
- ۲- آشنایی با همگانی شدن کاربرد اینترنت و پدیداری چند رسانه‌ای‌ها و شبکه‌های مجازی بر ماهیت و کارکرد رسانه‌های پیشین و تخصص‌های رسانه‌ای.
- ۳- بررسی کنش متقابل جامعه و فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات و آشنایی با مفاهیم تازه در این عرصه.

سرفصل درس:

- ۱- فناوری و ارتباطات، تأثیرات اجتماعی فناوری، تاریخچه رسانه‌های جدید، تحول از نظام آنالوگ به دیجیتال
- ۲- همگرایی، شبکه‌های محلی، شبکه‌های گسترده، اینترنت، اینترنت، چند رسانه‌ای‌ها و وب جهانی
- ۳- اثرات فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات بر رسانه‌های پیشین: کتاب (نشر رومیزی)، مطبوعات (روزنامه نگاری سایر)، عکاسی (عکاسی دیجیتال، انتقال بر خط عکس)، ضبط صدا (لوح‌های فشرده، برنامه‌های کاربردی موبایلی (apps)، کامپیوتر، موسیقی و ...)
- ۴- ویدئو و سینما (فیلمبرداری دیجیتال، تدوین کامپیوتری، سینمای خانگی، "وی.سی.دی"، "دی.وی.دی" و ...)
- ۵- رادیو (رادیو دیجیتال و رادیو اینترنتی و پادکست‌ها)
- ۶- تلویزیون (تلویزیون‌های وضوح بالا و صفحه بزرگ، تلویزیون کابلی و پخش و دریافت برنامه‌های تلویزیونی ماهواره

(ای)



- ۷- اثرات فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات بر تخصص‌های رسانه‌ای: روزنامه‌نگاری، روابط عمومی، تبلیغات، افکار
سنجی
- ۸- کنش متقابل جامعه و فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات در حوزه‌های: قدرت (سیاسی، اقتصادی، قهریه و نمادین)،
فرهنگ، محیط زیست
- ۹- حریم شخصی، حق مولف و اخلاق.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	۲۰٪	۸۰٪		

منابع:

۱. نیک، جان (۱۳۸۶). درآمدی بر مطالعات ارتباطی. ترجمه مهدی غبرایی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۲. گروسین، ریچارد و بولتر، جی. دیوید (۱۳۸۸). نطق تحول رسانه‌ای. ترجمه رحیم قاسمیان. تهران: نشر مهر نیوشا.
۳. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات (سه جلدی). ترجمه احد عقیلیان و افشین خاکباز. تهران: نشر طرح نو.
۴. پاتر، جیمز (۱۳۹۱). بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای. ترجمه امیر یزدیان، پیام آزادی، مناداعلی.
قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۵. کری، جیمز دبلیو (۱۳۷۶). ارتباطات و فرهنگ. ترجمه مریم داداشی. تهران: نشر سبز آسیا.
۶. برانسون، گیل، استفورد، روی (۱۳۹۳). مطالعات رسانه‌ای: راهنمای عملی دانشجویان. ترجمه امیر عبدالرضا سپنجی.
تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۷. کار، نیکلاس (۱۳۹۲). اینترنت با مغز چه می‌کند؟ ترجمه محمود حبیبی. تهران: نشر گمان.
۸. دیفلور، ملوین و دنیس، اورت (۱۳۸۳). شناخت ارتباط جمعی: (مبانی - تاریخچه - نظریه‌ها). مترجم سیروس مرادی زیر
نظر و با مقدمه ناصر باهنر. تهران: انتشارات دانشکده صدا و سیما.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: ارتباطات بین المللی	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲		عنوان درس به انگلیسی: International Communication
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>						

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با مشخصات ارتباطات بین المللی،
- ۲- شناخت امکانات ارتباطی جهانی، سلطه و وابستگی ارتباطات در جهان،
- ۳- شناخت جریان آزاد اطلاعات، امپریالیسم ارتباطی و خبری، ساختار قدرت فراملی ارتباطات، تعارضها و تضادهای جهانی در زمینه ارتباطات و اطلاعات و مقابله‌های جهان سوم با نابرابری ارتباطات و عدم تعادل اطلاعات و کوشش در راه استقرار نظم جهانی نوین ارتباطات و اطلاعات.



سرفصل درس:

- ۱- مقدمه/آشنایی با تاریخچه حوزه ارتباطات بین الملل
- ۲- گونه‌شناسی نظریه‌های ارتباطات بین الملل
- ۳- شناخت وسایل ارتباطی بین المللی
- ۴- انقلاب اطلاعات و سیاست‌های جهانی
- ۵- جریان‌شناسی خبری-رسانه‌ای بین المللی (تحلیل جریان‌های خبری)/ چارچوب‌ها و مدل‌های جریان بین المللی اطلاعات
- ۶- زیرساخت‌ها در جریان رسانه‌ای بین الملل
- ۷- نظام‌های رسانه‌ای جهانی (Global Media Systems)

- ۸- اقتصاد سیاسی اطلاعات: جریان‌های فراملی داده‌ها
 ۹- ررسی و شناخت گفت‌وگوهای رسانه‌ای جهان
 ۱۰- استراتژی‌های رسانه‌های غالب در جهان
 ۱۱- ارتباطات و قدرت: مفهوم و مصداق‌شناسی (قدرت رسانه و رسانه قدرت)
 ۱۲- بازنمایی اسلام / مسلمانان در رسانه‌های جهان
 ۱۳- جریان‌شناسی رسانه‌های جهان اسلام
 ۱۴- ارتباطات بین‌الملل و تحولات سیاسی، فرهنگی و اجتماعی
 ۱۵- وضعیت فعلی و ارزیابی آینده ارتباطات بین‌الملل در جهان

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
	٪۲۰	٪۸۰		

منابع:

۱. معتمدزاد، کاظم (۱۳۸۹). ارتباطات بین‌المللی (جلد اول و دوم). انتشارات رسانه.
 ۲. باد، ایرج (۱۳۹۳). یک جهان، چندین صدا. انتشارات سروش.
 ۳. مولانا، حمید (۱۳۸۷). جریان بین‌المللی اطلاعات. ترجمه یونس شکرخواه. دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
 ۴. مولانا، حمید (۱۳۸۷). اطلاعات عالمگیر و ارتباطات جهانی. قم: انتشارات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
 ۵. بشیر، حسن (۱۳۹۰، ۱۳۹۱). رسانه‌های بیگانه: قرائتی با تحلیل گفت‌وگو، از: مجموعه تحلیل گفت‌وگوهای رسانه‌های جهان (کتابهای اول، دوم و سوم). تهران: انتشارات سیمای شرق.
 ۶. مولانا، حمید (۱۳۸۴). ارتباطات جهانی در حال گذار: پایان چندگونگی. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
 ۷. سمتی، مهدی (۱۳۸۸). مرزهای نو در ارتباطات بین‌الملل. ترجمه حسن بشیر و همکاران. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۸. Thussu, Daya Kishan (۲۰۰۶). *International Communication: Continuity and Change*. London: Bloomsbury Academic.
۹. Thussu, Daya Kishan (۲۰۰۹). *International Communication: A Reader*. London: Routledge.



دروس پیشنیاز : میانی مطالعات ارتباطی، اصول علم سیاست	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: ارتباطات سیاسی عنوان درس به انگلیسی: Political Communication
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری*	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد					
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با ساختار و قدرت سیاسی رسانه‌ها و کاربرد وسایل ارتباط جمعی در زندگی سیاسی مخاطبان
- ۲- آشنایی با تاثیر پیام‌های سیاسی بر آنان و شناخت عوامل مؤثر در انگیزش تمایلات مخاطبان برای مشارکت در روند سیاسی جامعه.

سرفصل درس:

- ۱- مقدمه: شناخت ارتباطات سیاسی و زمینه‌های آن
- ۲- نگاهی به الگوهای ارتباطی و بررسی ارتباطات سیاسی در چارچوب عناصر ارتباط
- ۳- جریان دو مرحله‌ای ارتباطات، مخاطبان پیام‌های سیاسی و چگونگی شکل‌گیری تفکر سیاسی و افکار عمومی
- ۴- شناخت ساختار سیاسی-اجتماعی و گروه‌های فشار و احزاب سیاسی
- ۵- روابط بین روزنامه‌نگاران و سیاستمداران
- ۶- خصوصیات پیام‌های سیاسی: نمادهای سیاسی، زبان سیاسی، تبلیغات و اقناع سیاسی، معنی‌شناسی سیاسی، خصوصیات اقناع و تبلیغ سیاسی و انواع تبلیغات
- ۷- نقش و کاربرد وسایل ارتباط جمعی در مبارزات سیاسی
- ۸- مجاری ارتباطات سیاسی



- ۹- تاثیر پیام‌های سیاسی بر مردم، ارتباطات سیاسی و یادگیری عوامل غیر ارتباطی در تاثیر پیام‌های سیاسی (خانواده، محیط اجتماعی، مذهب و...)
- ۱۰- انتخابات و رسانه‌ها.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	٪۲۰	٪۸۰		

منابع:

۱. راش، مایکل (۱۳۹۳). جامعه و سیاست: مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: انتشارات سمت.
۲. مک نیر، برایان (۱۳۹۲). مقدمه‌ای بر ارتباطات سیاسی. ترجمه مهدی کاظمی. تهران: انتشارات همشهری.
۳. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). قدرت ارتباطات. ترجمه حسین بصریان جهرمی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۴. قربانی، نبی‌الله (۱۳۹۴). ارتباطات سیاسی. تهران: ساکو.
۵. پالتر، دیوید (۱۳۸۰). ارتباطات سیاسی در عمل دولتها، نهادها، جنبش‌ها و مخاطبان. ترجمه مهدی شفق‌تی. تهران: سروش.

۶. Wolfsek, Gadi (۲۰۱۱). Making Sense of Media and Politics: Five Principles in Political Communication. London: Routledge.



دروس پیشنهادی: روش تحقیق در علوم اجتماعی، آمار در علوم اجتماعی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: تحلیل محتوای پیام‌های ارتباطی عنوان درس به انگلیسی: Content Analysis of Communication Messages
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۴۸	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- شناخت روش‌های تحلیل و بررسی پیام‌های ارتباطی
- ۲- آشنایی با کاربرد روش‌های تحلیل محتوی، تمایز معنایی و روش «کی یو»
- ۳- بررسی تحقیقات انجام شده در ارتباطات اجتماعی.



سرفصل درس:

- ۱- مروری بر مباحث درس روش تحقیق: علم و حکمت عامیانه، روش‌های شناخت، مراحل پژوهش علمی، سوال و فرضیه، مفاهیم، سازه‌ها، متغیرها، سطوح اندازه‌گیری
- ۲- جایگاه تحلیل محتوا در تحقیقات ارتباطی با تمرکز بر مدل محوریت پیام
- ۳- مقایسه روش‌های کمی کیفی تحلیل پیام، ارائه تعریف از روش تحلیل کمی پیام‌های ارتباطی و نقد و بررسی مولفه‌های این تعریف
- ۴- مراحل انجام تحلیل پیام‌های ارتباطی: پیام‌های آشکار و پنهان، اصول تحلیل
- ۵- مراحل تحلیل محتوای پیام‌های ارتباطی: چگونگی انتخاب واحدهای تحقیق، مقوله‌بندی پیام، تعاریف عملی، تعیین جامعه آماری، نحوه جمع‌آوری داده‌ها، کدگذاری و تنظیم جدول‌های توزیع فراوانی، نحوه محاسبه ضریب قابلیت

اعتماد، چگونگی استفاده از آزمون‌های آماری در تحلیل پیام‌های ارتباطی، چگونگی توصیف و تحلیل فرضیه‌ها و سوالات تحقیق

۶- بررسی تحقیقات مختلف در زمینه تحلیل محتوای پیامهای ارتباطی

۷- کار عملی: انجام یک کار تحقیقی در زمینه تحلیل محتوا.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	۵۰٪	۵۰٪		

منابع:

۱. هولستی، ال آر (۱۳۹۱). تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
۲. کریپندورف، کلوس (۱۳۹۴). تحلیل محتوا: مبانی روش‌شناسی. ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
۳. معتمدزاد، کاظم (۱۳۵۶). روش تحقیق در محتوای مطبوعات. تهران: دانشکده علوم ارتباطات.
۴. رایف، د.، لیبی، ا. و فیکوف، ج. (۱۳۹۴). تحلیل پیام‌های رسانه‌ای (کاربرد تحلیل محتوای کمی در تحقیق). ترجمه مهدخت بروجردی علوی. تهران: انتشارات سروش.

۵. Schreier, M. (۲۰۱۲). Qualitative Content Analysis in Practice. London: Sage Publications.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: ارتباطات تصویری	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۴۸		عنوان درس به انگلیسی: Visual Communication
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار						

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با نقش و تاثیر انتشار و گردش اتوبه تصاویر در رسانه‌های چاپی، تصاویر تلویزیونی و تصاویر تبلیغاتی در چارچوب مباحث مربوط به مطالعات ارتباطی.
- ۲- از آنجایی که محتوای رسانه‌ها به خصوص رسانه‌های الکترونیک مدرن به صورت فزاینده‌ای انباشته از تصاویر واسطه‌ای و سمبل‌های نوشتاری و گرافیکی است، این درس سعی بر آن دارد که زمینه را برای ایجاد توانایی تولید و فهم و درک و تجزیه و تحلیل اینگونه فرم‌های رسانه‌ای فراهم آورد.

سرفصل درس:

- ۱- سیر تحول تاریخی تصویر: شکل‌نگاری، صورت‌نگاشت، مفهوم‌نگاشت، دیوارنگاره‌های ایران، اختراع خط، ارتباطات تصویری، تصویر، نشانه‌های تصویری، انواع تصویر، لایه‌های معنایی پانوفسکی در رابطه با آثار تصویری، شمایل‌نگاری، شمایل‌شناسی
- ۲- ارتباطات تصویری، مفاهیم و نظریه‌ها: نظریه ارتباط ساختاری نمادها، نظریه ادراک دیداری
- ۳- درباره نشانه‌شناسی، نظریه نشانه‌شناسی تصویری، ساختارگرایی و نشانه‌شناسی، نظریه زبان سوسور، نظریه اسطوره‌شناسی بارت
- ۴- خصوصیات و عناصر پیام‌های بصری: کمپوزسیون یا ترکیب‌بندی، نقطه، خط، شکل، جهت، رنگمایه و رنگ، بافت، نسبت و مقیاس، بعد سوم، حرکت
- ۵- مبحث نقاشی: رمزگان نقاشی، رابطه نقاشی با واقعیت، نظریه معمای سبک‌ها، لایه‌های معنایی در رابطه با آثار نقاشی

- ۶- مبحث عکاسی: رابطه عکاسی با دیگر هنرهای تصویری، نظریه کنش دلالت، اساس تشکیل تصویر در عکاسی، خوانش تصاویر، عکس خوب، عکس موفق، موضوع، محتوا، فرم، ریتم، بعد سوم در عکاسی، کادربندی و پرسپکتیو
- ۷- مبحث سینما: تفاوت تصاویر در عکاسی و سینما، نظام‌های نشانه‌شناسی سینما، رمزگان تصاویر سینمایی، تجزیه و تحلیل گرامری فیلم

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		٪۸۰	٪۲۰	

منابع:

۱. کپس، ج (۱۳۸۶). زبان تصویر. ترجمه مهاجر، ف. تهران: انتشارات سروش.
۲. احمدی، ب (۱۳۸۵). از نشانه‌های تصویری تا متن، به سوی نشانه‌شناسی ارتباطات دیداری. تهران: نشر مرکز.
۳. جلالی، ب (۱۳۶۵). عکاسی و عکاسان. تهران: انتشارات سروش.
۴. دالوند، ا.ر. (۱۳۸۷). پردازش عناصر تصویری، خوانش تصویر بدون قرائت متن. تهران: دفتر مطالعات رسانه.
۵. افشار مهاجر، ک (۱۳۹۰). تحلیل آثار گرافیکی. تهران: انتشارات فاطمی.
۶. چندلر، د (۱۳۷۸). مبانی نشانه‌شناسی. ترجمه پارسا، م. تهران: انتشارات سوره مهر.
۷. حال، ج (۱۳۸۰). فرهنگ نگاره‌ای نمادها. ترجمه بهزادی، ر. تهران: نشر فرهنگ معاصر.
۸. سجودی، ف (۱۳۸۸). نشانه‌شناسی: نظریه و علم. تهران: نشر علم.
۹. آزیورن و چیلورز (۱۳۸۶). سبک‌ها و مکتب‌های هنری. ترجمه گشایش، ف. تهران: انتشارات مارلیک.
۱۰. Smith, K. (۲۰۰۵), Handbook of Visual Communication, Research, Theory, Methods and Media. London: Routledge.
۱۱. Jamieson, H. (۲۰۰۷), Visual Communication, More than meets the eyes. Bristol: Intellect



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۳	عنوان درس به فارسی: نظریه‌های ارتباطات جمعی (نقد و بررسی)
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۴۸	
	عملی				
	نظری*	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار					عنوان درس به انگلیسی: Mass Communication Theories (A Critical Approach)

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با مهمترین نظریه‌ها در حوزه ارتباطات و رسانه.
- ۲- در این درس دانشجویان علاوه بر آشنایی با نظریه‌های اصلی و مطرح بافت‌ها و زمینه‌هایی که در بستر آن نظریه‌های رسانه پدیدار و توسعه یافته‌اند، آشنا خواهند شد. این آشنایی با این منظور صورت می‌پذیرد که نشان دهد نظریه‌های رسانه اغلب در بافت و زمینه تاریخی غرب و در تناسب با فرهنگ و نیازهای تاریخی خاص آن تمدن، ظهور و توسعه یافته‌اند و لذا کاربرد مکانیکی این نظریه‌ها می‌تواند با بافت و زمینه تاریخی ما سنجشی نداشته باشند.

سرفصل درس:

- ۱- تعریف علم و تفاوت آن با معرفت، تفاوت علم و فلسفه تفاوت علوم طبیعی و علوم انسانی، تفاوت علوم انسانی و علوم اجتماعی
- ۲- چستی نظریه، تعریف نقش و اهمیت آن، تفاوت نظریه و مدل، تعریف مفهوم، بیان اهداف و کارکردهای نظریه، ملاک انتخاب نظریه
- ۳- پیش فرض‌های نظریه: پیشفرض‌های هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی و ارزش‌شناسی، تقسیم‌بندی انواع نظریه‌های ارتباطی، نظریه پساانباتگرا، نظریه تفسیری، نظریه انتقادی، نظریه هنجاری



۴- نظریه اجتماعی سرفتاری: کارکردها و آثار پیام‌های ارتباطی، نظریه کارکردی

۵- نظریه‌های تاثیر: نظریه تزویقی، نظریه تاثیر محدود، نظریه ماریج سکوت، نظریه کاشت، نظریه شکاف آگاهی، نظریه استفاده و رضامندی، نظریه وابستگی مخاطبان، نظریه ساخت اجتماعی واقعیت، نظریه چارچوب‌سازی

۶- نقد و بررسی نظریه‌های یاد شده با توجه به بستر تاریخی

۷- سنت و مدرنیته، فشرده‌گی زمان و مکان و نقش رسانه‌ها در گذار به مدرنیته، نظرات گیلدنز درباره نقش رسانه‌ها در ظهور مدرنیته، آراء مارشال برمن در باره مدرنیته

۸- نظرات اینیس، نظرات مک لوهان، نظرات تامپسون، نظرات هابرماس، نظرات تونیس، نظرات رایزمن، نظرات لیویس، نظرات هوگارت

۹- نظریه‌های هنجاری رسانه، منابع تعهد هنجاری نظریه اقتدارگرا، نظریه مطبوعات آزاد، نظریه مسئولیت اجتماعی، نظریه رسانه‌های شوروی، نظریه‌های توسع هبخش، نظریه‌های رسانه‌های دمکراتیک - مشارکت کننده

۱۰- نقد نظریه‌های هنجاری متعارف و مطالعه رویکردهای بدیل

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		٪۱۰۰		

منابع:

۱. مهدی زاده، سید محمد (۱۳۹۲). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. چاپ سوم. تهران: انتشارات همشهری.
۲. مهرداد، هرمز (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی. تهران: نشر قاران.
۳. مک کوایل، دنیس (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. ترجمه پرویز اجلالی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۴. ویندال و همکاران (۱۳۸۷). کاربرد نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: نشر جامعه‌شناسان.
۵. اهتر، ناصر و پور ترکشوند، علی اصغر (۱۳۸۹). الگوی هنجاری رسانه ملی (از دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی ایران). تهران: دانشگاه امام صادق.
۶. رضی، حسین و آشنا، حسام‌الدین (۱۳۷۶). بازنگری نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها و ارائه دیدگاهی اسلامی. فصلنامه پیام صادق. تابستان ۱۳۷۶.
۷. تانکارد و سورین (۱۳۹۵). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه دکتر علیرضا دهقان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۸. اوسولیان، تام و همکاران (۱۳۸۵). مفاهیم کلیدی در ارتباطات. ترجمه میرحسن رئیس زاده. تهران: انتشارات فصل نو.



۹. فیسک، جان (۱۳۸۶). درآمدی بر مطالعات ارتباطی. ترجمه مهدی غیرائی. تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۱۰. محسنیان راد، مهدی (۱۳۸۵). ارتباط شناسی. تهران: انتشارات سروش.
۱۱. لاوری، شارون و دی فلور، ملویل ال. (۱۳۹۰). نقاط عطف در پژوهش‌های ارتباط جمعی. ترجمه محمد گذرآبادی. تهران: نشر داتره.
۱۲. کراولی، دیوید و میچل، دیوید (۱۳۹۳). نظریه امروز ارتباط. ترجمه اسماعیل قدیمی. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.



دروس پیشنهادی: نظریه‌های ارتباطات اجتماعی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۳	عنوان درس به فارسی: مطالعات جامعه اطلاعاتی عنوان درس به انگلیسی: Information Society Studies
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۴۸	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

آشنایی دانشجویان با پیشینه مباحث مربوط به جامعه اطلاعاتی، مبانی و نظریه‌های آن.

سرفصل درس:

- ۱- جنبه‌های متفاوت جامعه اطلاعاتی: تکنولوژی، اقتصاد، شغل، فضا و فرهنگ؛ همگرایی رسانه‌ای
- ۲- رویکردهای بدیل به جامعه اطلاعاتی: جامعه شبکه‌ای، جامعه نظارتی و جامعه معرفتی
- ۳- شبکه‌ها؛ زیرساختی جدید برای جامعه: ویژگی‌های رسانه‌های جدید، ظرفیت‌های ارتباطی رسانه‌های جدید، شبکه‌ها در تمامی سطوح، دلایل ظهور شبکه‌ها، از جامعه نوده‌ای به جامعه شبکه‌ای، تغییر روابط در جامعه شبکه‌ای
- ۴- اقتصاد شبکه‌ای: دلایل انقلاب ارتباطی جدید بازارها، سلسله‌مراتب و شبکه‌ها، سرمایه‌داری و اقتصاد اطلاعاتی، تولیدکنندگان: از فراهم‌کنندگان زیرساخت تا ارائه‌دهندگان خدمات، مصرف‌کنندگان در جامعه شبکه‌ای، مورد مطالعه: ایران
- ۵- جامعه شبکه‌ای و سیاست: آسیب‌پذیری شبکه‌ها، توزیع و تمرکز سیاست، دولت الکترونیک و ادعاها در باره مردم‌سالاری، تغییر ساختار قدرت در سازمان‌ها، حریم خصوصی و خودآیندی فردی، رسانه‌های جدید و تقویت جنبش‌های اجتماعی، مورد مطالعه: ایران



- ۶- حقوق و قوانین در عصر شبکه: اسناد و مصوبات موجود، تضعیف قوانین در عصر شبکه، حکمرانی بر اینترنت، حقوق مالکیت، حفظ حریم خصوصی، حق مولف (کپی رایت) و کپی لغت، مورد مطالعه: ایران: نهادهای ملی مرتبط
- ۷- ساختار اجتماعی: زمان و مکان در جامعه شبکه‌ای، مبهم شدن فضاهای زندگی، جماعات و ارتباطات اجتماعی، تمرکز و واگرایی در جامعه، شبکه‌ها و برابری اجتماعی، شکاف دیجیتال، بی‌ثباتی در جامعه شبکه‌ای، مورد مطالعه: ایران
- ۸- فرهنگ: زندگی در فرهنگ دیجیتال، کمیت و کیفیت محتوای رسانه‌های جدید، تغییر در الگوهای مصرف رسانه‌ای، تغییرات اجتماعی در جامعه شبکه‌ای و مسئله هویت، مورد مطالعه: ایران

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	
		نوشتاری	عملکردی/پروژه
		۶۰٪	۴۰٪
		پروژکتور	

منابع:

۱. ماسودا، یونجی (۱۳۸۴). چستی جامعه اطلاعاتی. ترجمه سیدمحمد مهدی زاده، در فصلنامه رسانه، شماره ۶۲، تابستان ۱۳۸۴.
۲. لیون، دیوید (۱۳۸۴). جامعه نظارتی: مسیرهای جدید در تئوری. ترجمه لیدا کاووسی. در فصلنامه رسانه، شماره ۶۲، تابستان ۱۳۸۴.
۳. معتمدزاد، کاظم (۱۳۹۲). جامعه اطلاعاتی اندیشه‌های بنیادی، دیدگاه‌های انتقادی و چشم اندازهای جهان. تهران: نشر شهر تهران.
۴. معتمدزاد، کاظم (۱۳۹۲). اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی. تهران: نشر شهر تهران.
۵. نومی، ایلکا (۱۳۸۳). جامعه دانایی و پرسش‌های پژوهشی آینده. ترجمه اسماعیل یزدان پور. تهران: پژوهشکده مطالعات اجتماعی و فرهنگی.
۶. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات (سه جلدی). ترجمه احد عقیلان و افشین خاکباز. تهران: نشر طرح نو.
۷. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). قدرت ارتباطات. ترجمه حسین بصریان جهرمی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۸. وبستر، فرانک (۱۳۸۳). نظریه‌های جامعه اطلاعاتی. ترجمه اسماعیل قدیمی. تهران: نشر قصیده‌سرا.
۹. محسنی، منوچهر (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی. تهران: نشر دیدار.
۱۰. Mattelart, Armand (۲۰۰۳): The Information Society: An Introduction. London: SAGE Publications.
۱۱. Karvonen, Erkki (ed.) (۲۰۰۱): Informational Societies. Understanding the Third Industrial Revolution. Tampere: Tampere University Press



دروس پیشنهادی: ارتباطات سیاسی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: رسانه‌ها و افکار عمومی
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری*	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- شناخت و مطالعه علمی افکار عمومی
- ۲- آشنایی با روش‌های سنجش افکار عمومی.

سرفصل درس:



- ۱- مقدمه: پدیده افکار عمومی، شرح و تعریف آن، دلایل توجه به افکار عمومی
- ۲- مطالعه علمی چگونگی شکل‌گیری افکار عمومی
- ۳- نقش نگرش‌ها و گرایش‌های متفاوت در شکل‌گیری افکار عمومی
- ۴- مقایسه نگرش‌ها، افکار و رفتار، هماهنگی یا عدم هماهنگی رفتار، عقیده و نگرش
- ۵- ثبات و عدم ثبات عقاید و افکار
- ۶- نقش مذهب، تحصیلات، خانواده و عوامل فرهنگی دیگر در شکل‌گیری افکار عمومی
- ۷- چگونگی تاثیر وسایل ارتباط جمعی در شکل‌گیری افکار عمومی
- ۸- سنجش افکار عمومی: هدف و کاربرد سنجش افکار عمومی
- ۹- استفاده از روش‌های علمی در سنجش افکار عمومی: طبقه‌بندی پرسش‌ها، استفاده از آمار و ریاضیات در سنجش افکار عمومی، اصول نمونه‌گیری، بررسی و تجربه و تحلیل یافته‌ها و نحوه ارائه گزارش

- ۱۰- مسائل سنجش افکار عمومی در کشورهای در حال توسعه
- ۱۱- بررسی نمونه‌های علمی سنجش افکار عمومی در دنیا
- ۱۲- آشنایی با مؤسسات معتبر سنجش افکار عمومی در جهان
- ۱۳- مشکلات نظرخواهی و جمع‌آوری اطلاعات در کشورهای جهان سوم.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	%۴۰	%۶۰		

منابع:

۱. لازار، ژولیت (۱۳۹۵). افکار عمومی. ترجمه مرتضی کتبی، تهران: نشر نی.
۲. صفوی، حسن (۱۳۵۰). افکار عمومی. تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
۳. Moy, Patricia & Bosch, Brandon (۲۰۱۳). Theories of public opinion. In Handbook of Communication Science. Vol. ۱: Theories and Models of Communication, edited by Paul Coble and Peter J. Schultz, ۲۸۹-۳۰۸. Berlin: De Gruyter Mouton.



دروس پیشیاز: مبانی مطالعات ارتباطی، نظریه‌های ارتباطات جمعی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: مبانی ارتباطات و توسعه عنوان درس به انگلیسی: Basics of Communication and Development
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری *	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشنایی با توسعه، ارتباطات و مسائل دوران گذار (با تأکید بر جامعه ایران)، ارتباطات و توسعه ملی (مطالعات تاریخی در ایران)
- ۲- آشنایی نقش‌ها و کارکردهای ارتباطات در حوزه‌های مختلف توسعه.

سرفصل درس:

- ۱- ارتباطات توسعه؛ ضرورت‌ها، زمینه‌ها و تعاریف مسئله‌بند
- ۲- ارتباطات در میان پارادایم‌های توسعه
- ۳- عوامل زاینده، بازدارنده و تعیین کننده در توسعه
- ۴- مؤلفه‌ها و شاخص‌های توسعه ارتباطات و ارتباطات توسعه
- ۵- ارتباطات و توسعه ملی، مطالعه موردی در ایران: مسئله گذار و زمینه‌های تاریخی آن
- ۶- گذارهای شش گانه توسعه در ایران، رویکردهای پژوهش مدار و آموزش مدار به ارتباطات و توسعه
- ۷- مطالعات تطبیقی و تاریخی توسعه در ایران با تأکید بر ارتباطات، مسائل ارتباطات در برنامه‌های توسعه ایران، مصرف رسانه‌ای ایرانیان
- ۸- نقش‌ها و کارکردهای ارتباطات در حوزه‌های مختلف توسعه



- ۹- رسانه‌ها و توسعه فرهنگی
- ۱۰- رسانه‌ها و توسعه اجتماعی
- ۱۱- رسانه‌ها و توسعه اقتصادی
- ۱۲- رسانه‌ها و توسعه سیاسی
- ۱۳- رسانه‌ها و آینده‌نگری.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	٪۲۰	٪۸۰		

منابع:

۱. خانیکی، هادی (۱۳۸۴). بنیان‌های مطالعات ارتباطی و توسعه ملی در ایران. فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی. شماره ۲۸ و ۲۹، بهار ۱۳۸۴.
۲. خانیکی، هادی (۱۳۸۴). ارتباطات توسعه؛ کاوشی در تعاریف مسأله بنیاد. فصلنامه رسانه؛ ویژه ارتباطات و توسعه، شماره ۴، سال شانزدهم، زمستان ۱۳۸۴.
۳. خانیکی، هادی (۱۳۸۵). ارتباطات توسعه و مسأله ارتباط در مطبوعات ایران. در مجموعه مقالات سومین سمینار بررسی مسائل مطبوعات. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۴. خانیکی، هادی (۱۳۸۱). قدرت، جامعه مدنی و مطبوعات. تهران: طرح نو.
۵. ملکات، سرویناس و استیوز، لزی (۱۳۸۸). ارتباطات توسعه در جهان سوم. ترجمه شعبانعلی بهرامپور. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۶. دنزباخ، ولفگانگ (۱۳۹۵). ارتباطات توسعه (دانشنامه موضوعی بین‌المللی ارتباطات). ترجمه حسین حسینی. تهران: انتشارات علمی فرهنگی.

v. Tehranian, Majid et al. (۱۹۷۹). Communication Policy For National Development. London: Routledge and Kegan Paul.

۸. Tehranian, Majid (۱۹۹۴). Communication and Development. In Communication Theory Today. eds. David Crowley & David Mitchell. Cambridge: Polity Press.

۹. Rahnema, Majid & Bawtree, Victor (۱۹۹۷). The Post Development Reader. London: Zed Books.



دروس پیشنهادی: حقوق اساسی، ارتباطات بین‌المللی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: حقوق رسانه‌ها		
	عملی					۲	
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:		عنوان درس به انگلیسی: Media Law	
	عملی						۳۲
	نظری	تخصصی		آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد			
	عملی						
	نظری	اختیاری					سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>
	عملی						

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با مبانی حقوق، عملکردها و کاربردهای وسایل ارتباط جمعی، اصول کلی آزادی و مسئولیت آنها
- ۲- آشنایی با مقررات حقوقی حاکم بر تاسیس و اداره، محتوی، حرفه‌های ارتباطی و امور بین‌المللی ارتباطات.

سرفصل درس:

- ۱- مفاهیم، تعاریف و طبقه‌بندی‌های حقوقی ارتباطات جمعی
- ۲- مبانی حقوقی آزادی مطبوعات و اطلاعات: آزادی مطبوعات و آزادی‌های عمومی، ارکان آزادی مطبوعات، از «آزادی مطبوعات» تا «آزادی اطلاعات» و «حق ارتباط»
- ۳- نظریه‌ها و نظام‌های کنترل و آزادی مطبوعات و اطلاعات، آزادی اطلاعات در صحنه بین‌المللی
- ۴- وضع حقوقی تاسیس و اداره وسایل ارتباط جمعی: خبرگزاری‌های بین‌المللی، ملی، مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سینما
- ۵- وضع حقوقی محتوای ارتباطات جمعی: محدودیت آزادی انتشارات، نظام تیبی حمایت از حقوق مربوط به نویسندگان و آفرینندگان
- ۶- وضع حقوقی حرفه روزنامه‌نگاری: مقررات حمایت حرفه‌ای، استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، سازمان حرفه‌ای، مشارکت روزنامه‌نگاران در اداره موسسات ارتباط جمعی
- ۷- حقوق و مسئولیت‌های حرفه‌ای، نظام‌های شرافت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، شوراهای مطبوعاتی



۸- وضع حقوق بین المللی ارتباطات جمعی: اعلامیه جهانی حقوق بشر و آزادی اطلاعات (۱۹۴۸)، میثاق بین المللی حقوق مدنی و سیاسی و حدود آزادی اطلاعات (۱۹۶۶)، اعلامیه یونسکو درباره نقش بین المللی وسایل ارتباط جمعی (۱۹۷۸)، عهدنامه حق بین المللی تصحیح اخبار (۱۹۵۲)، مقررات مربوط به کاربرد ماهواره‌های پخش مستقیم تلویزیونی (۱۹۷۲-۱۹۸۲)، عهدنامه اروپایی حقوق بشر و آزادی اطلاعات (۱۹۵۰)، اعلامیه شورای اروپا درباره حق ارتباط (۱۹۷۰)، عهدنامه کشورهای قاره آمریکا در مورد حقوق بشر (۱۹۶۹)، اعلامیه کنفرانس امنیت اروپا درباره آزادی جریان اطلاعات (۱۹۷۵).

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		٪۱۰۰		

منابع:

۱. انصاری، باقر (۱۳۹۵). حقوق ارتباط جمعی. تهران: انتشارات سمت.
۲. معتمدزاد، کاظم (۱۳۹۰ و ۱۳۹۵). حقوق مطبوعات (جلد اول و دوم). تهران: مرکز مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها.
۳. دوستدار، مجد (به اهتمام) (۱۳۹۳). قانون مطبوعات با اصلاحات و الحاقات. تهران: مجمع علمی و فرهنگی مجد.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: دیدگاه‌های اسلامی در ارتباطات	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲		عنوان درس به انگلیسی: Islamic Views on Communication
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/>						
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>						

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با اهداف و مبانی ارتباطات در اسلام و بازشناسی فرهنگ و سنت اقناع و تبلیغ و ترغیب در تاریخ اسلام
- ۲- شناخت ویژگی‌ها و مسئولیت‌های فرستندگان و گیرندگان پیام از منظر اسلام.

سرفصل درس:



- ۱- رسولان همچون حاملان پیام حق برای مردم و کشندگان ارتباط
- ۲- مسئله بنیادی «ابلاغ پیام حق» به وسیله پیامبران (و ما علی الرسول الا ابلاغ)
- ۳- تبشیر و تذیر به مثابه محور انتقال پیام وحی
- ۴- «امر به معروف و نهی از منکر» به مثابه کتش ارتباطی
- ۵- ضرورت وجود طبقه‌ای از شایستگان برای دعوت به خیر (ولکن منکم بدعون الی الخیر)
- ۶- دعا و روایت، به مثابه رسانه‌های تبلیغ دینی
- ۷- سنت موعظه و خطابه به عنوان شیوه‌های تبلیغ و نشر آموزه‌های دینی و اخلاقی و رفع نیازهای اجتماعی.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		٪۱۰۰		

منابع:

۱. فبرری، بخشعلی (۱۳۹۴). اخلاق حرفه ای با تأکید بر نهج البلاغه. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۲. روحانی، محمدرضا و بابائی مجرد، حسین (۱۳۹۲). نگاهی اسلامی به اخلاق رسانه‌ای. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
۳. صادقی، هادی (۱۳۷۵). اعتبار منبع از دیدگاه معرفت‌شناسی. در رویکرد اخلاقی در رسانه‌ها. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۴. سعیدی مهر، محمد (۱۳۷۵). حق‌مداری در عرصه مطبوعات از دیدگاه امام علی (ع). در رویکرد اخلاقی در رسانه‌ها. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۵. فتحعلی، محمود (۱۳۷۵). اخلاق خبررسانی قرآن. در رویکرد اخلاقی در رسانه‌ها. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۶. طباطبایی، علامه محمدحسین (۱۳۴۸). روابط اجتماعی در اسلام. ترجمه جواد حجتی کرمانی. تهران: انتشارات بعثت.
۷. سبحانی، محمد تقی (۱۳۷۵). موانع حضور اخلاق در صحنه مطبوعات. در رویکرد اخلاقی در رسانه‌ها. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۸. فروزنده دهکرد، لطف‌الله و کوثری، سحر (۱۳۹۰). شاخصه‌های ارتباط سازمانی با رویکرد قرآنی. قم: بوستان کتاب.
۹. زرنگار، احمد (۱۳۹۱). مبانی ارتباطات اجتماعی از منظر قرآن کریم. تهران: دانشکده صدا و سیما.
۱۰. غمامی، سید محمدعلی، اسلامی تنها، اصغر (۱۳۹۵). هم‌شناسی فرهنگی؛ الگوی قرآنی ارتباطات میان‌فرهنگی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۱۱. چاوشیان، جلال (۱۳۷۱). وحی و ارتباط الهی از دیدگاه قرآن و علم ارتباطات. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۱۲. طاهری، محمدکاظم (۱۳۹۱). هنجارهای ارتباطات میان‌فردی در قرآن کریم. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۱۳. خاقانی، محمد (۱۳۹۳). نشانه‌شناسی و زبان‌شناسی اسلامی. مشهد: آستان قدس رضوی، بنیاد پژوهش‌های اسلامی.
۱۴. ورسینگ، کیس (۱۳۹۱). تاریخ مطالعات زبان‌شناسان مسلمان. ترجمه زهرا ابوالحسنی. تهران: سازمان سمت.
۱۵. حافظی، منیرسادات (۱۳۹۱). الگوی ارتباطات در قرآن. تهران: آوای دانش گستر.



دروس پیشیاز: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: تاریخ اجتماعی ارتباطات در ایران		
	عملی			۲			
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:			
	عملی						
	نظری	تخصصی				۳۲	
	عملی						
	نظری	اختیاری					
	عملی						
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار							

هدف:

- ۱- عمیق‌تر کردن آگاهی‌های کارشناسان ارتباطات در مورد تحولات تاریخی ارتباطات در ایران
- ۲- گسترش دادن دیدگاه‌های آنان درباره تجربیات گذشته با هدف تقویت زمینه‌های ذهنی دانشجویان برای درک پدیده‌های اجتماعی و ارتباطی در ایران.

سرفصل درس:

- ۱- اهمیت مطالعات و تحقیقات تاریخی ارتباط اجتماعی در ایران و ضرورت بازنگری در برداشت‌های توصیفی موجود
- ۲- دوره غلبه ارتباطات شفاهی در ایران؛ آغاز ارتباط، شیوه‌های ارتباط در ایران باستان
- ۳- ارتباطات مکتوب در ایران؛ سوابق تاریخی کتابت و چاپ در ایران؛ نخستین تجربیات کاغذسازی، کتاب‌های خطی
- ۴- ویژگی‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی ایران عصر صفوی؛ شیوه‌ها ارتباطی عصر صفوی، شکل‌گیری چاپخانه در ایران، الگوهای ارتباط شفاهی (بازار، آیین‌های مذهبی، قهوه‌خانه‌ها)
- ۵- ویژگی‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ایران دوره قاجار؛ ارتباطات در دوره قاجار، اولین روزنامه‌های فارسی زبان،
- ۶- انقلاب مشروطه، تحولات اجتماعی، سیاسی دوره مشروطه تا انقراض قاجاریه، روزنامه‌های عصر مشروطه، شخصیت‌های برجسته عصر مشروطه، طلبه ارتباطات الکترونی در ایران



- ۷- سلسله پهلوی؛ پیامدهای اجتماعی - سیاسی به قدرت رسیدن رضاخان، وضعیت مطبوعات در دوره رضاخان، روی کارآمدن محمدرضا شاه پهلوی، وضعیت سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در دوره محمدرضا شاه، تحولات ملی شدن صنعت نفت و کودتای ۲۸ مرداد، تحولات وضعیت مطبوعات دوره محمدرضا شاه، ارتباطات الکترونی در دوره پهلوی
- ۸- انقلاب اسلامی؛ مروری بر تحولات اجتماعی - سیاسی و اقتصادی پس از انقلاب اسلامی. وضعیت مطبوعات در دوره های مختلف پس از انقلاب اسلامی، رادیو و تلویزیون پس از انقلاب اسلامی
- ۹- ظهور اینترنت؛ وبلاگ و وب سایت در ایران، شبکه های اجتماعی، اپلیکیشنهای پیام رسان، تحولات اجتماعی - سیاسی ناشی از ظهور اینترنت در ایران.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	٪۱۰	٪۷۰	٪۲۰	

منابع:

۱. دادگران، سیدمحمد (۱۳۹۲). مبانی ارتباط جمعی. تهران: نشر فیروزه.
۲. محسنیان راد، مهدی (۱۳۹۲). ایران در چهار کهنکشان ارتباطی. تهران: انتشارات سروش.
۳. آبراهامیان، پرواند (۱۳۷۷). ایران بین دو انقلاب. ترجمه احمد گل محمدی، محمدابراهیم فتاحی. تهران: نشر نی.
۴. کهن، گوئل (۱۳۶۰). تاریخ سانسور در مطبوعات ایران. تهران: نشر آگه.
۵. بهنود، مسعود (۱۳۷۷). از سیدضیا تا بختیار. چاپ هفتم. تهران: انتشارات جاویدان.
۶. ستاری، جلال (۱۳۸۵). در پی دولتی فرهنگ. تهران: نشر مرکز.
۷. محیط طباطبایی، محمد (۱۳۶۶). تاریخ مطبوعات ایران. تهران: نشر بعثت.
۸. معتمدزاد، کاظم (۱۳۸۶). وسایل ارتباط جمعی. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
۹. بهار، محمدتقی (۱۳۸۰). تاریخ مختصر احزاب سیاسی ایران. تهران: انتشارات امیرکبیر.
۱۰. قاسمی، سیدفرید (۱۳۹۰). تاریخ مطبوعات ایران. تهران: انتشارات ثابته.
۱۱. سلطان آبادی، محمود (۱۳۹۳). روزنامه نگاری و وبلاگ نویسی. تهران: انتشارات ثابته.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: مبانی سیاستگذاری و برنامه‌ریزی ارتباطی		
	عملی			۲			
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲		عنوان درس به انگلیسی: Introduction to Media Policy-making and Planning	
	عملی						
	نظری	تخصصی					
	عملی						
	نظری	اختیاری					
	عملی						
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>							

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با مسائل سیاستگذاری و الگوهای برنامه‌ریزی ارتباطی در ایران
- ۲- مبانی و مفاهیم نظری در سیاستگذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی و ارتباطی و نقش تجارت جهانی در سیاستگذاری و برنامه‌ریزی ارتباطات

سرفصل درس:

- ۱- مبانی و مفاهیم نظری در سیاستگذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی و ارتباطی
- ۲- بنیادهای نظری سیاستگذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی
- ۳- گونه‌ها و الگوهای سیاستگذاری فرهنگی
- ۴- شیوه‌های کلاسیک برنامه‌ریزی با تاکید بر فرهنگ و ارتباطات
- ۵- نظریه‌های جدید برنامه‌ریزی
- ۶- نظریه برنامه‌ریزی ارتباطی
- ۷- مسائل سیاستگذاری و برنامه‌ریزی ارتباطی در ایران
- ۸- رویکردهای برنامه‌ریزی و سیاستگذاری فرهنگی و ارتباطی در ایران: مؤلفه‌های اساسی در برنامه‌ریزی فرهنگی و ارتباطی، ساخت و نقش رسانه‌ها در ایران، الگوهای برنامه‌ریزی رسانه‌ای در ایران



۹- مطالعات موردی: مسائل و چالش‌های نوین ملی و جهانی در مصرف کالاهای فرهنگی، راهبردهای برنامه‌ریزی در رسانه‌های مکتوب، سینما و تئاتر و راهبردهای نوین برنامه‌ریزی، رادیو و تلویزیون؛ راهبردها و برنامه‌های توسعه‌ای، رسانه‌های نوین، شبکه‌های اجتماعی و سیاست‌گذاری ارتباطات.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	٪۲۰	٪۸۰		

منابع:

۱. تهرانیان، مجید و دیگران (۱۳۵۵). پیرامون ساخت و نقش رسانه‌ها. همایش شیراز. تهران: انتشارات سروش.
۲. گزارش کمیته مشترک برنامه‌ریزی اطلاعات و ارتباطات جمعی (۱۳۵۵). تهران: پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران.
۳. جان، ای، آر، لی (۱۳۵۶). به سوی سیاست‌های ارتباطی واقع‌بینانه. ترجمه خسرو جهان‌داری. پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران. تهران: انتشارات سروش.
۴. میری، رضا و عظیمی دولت آبادی، امیر (۱۳۸۶). مبانی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت.
۵. مردوخی، بایزید (۱۳۹۱). روش‌شناسی آینده‌نگری. تهران: نشر نی.
۶. آشنا، حسام‌الدین (۱۳۸۸). از سیاست تا فرهنگ. تهران: انتشارات سروش.
۷. Hancock, Alan (۱۹۸۰). Communication Planning for Development. Paris: UNESCO.
۸. Hancock, Alan (۱۹۹۲). Communication Planning Revisted. Paris: UNESCO.
۹. McQuil, Denis & Siuner, Karen (۱۹۹۸), Media policy, Convergence, Concentration & Commerce. London: Sage.
۱۰. S. Eko, Lyombe (۲۰۱۲). New Media, Old Regimes: Case Studies in Comparative Communication Law and Policy, US: Lexington Books.
۱۱. Puppis , Manuel & Just, Natascha (۲۰۱۲). Trends in Communication Policy Research, New Theories Methods and Subject. Bristol: Intellect Books.



دروس پیشنهادی: نظریه‌های ارتباطات جمعی، رسانه‌ها و افکار عمومی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: شناخت مخاطبان عنوان درس به انگلیسی: Audience Analysis
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری*	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار					

هدف:

- ۱- آشنا کردن دانشجویان با مفهوم مخاطب
- ۲- آشنایی با ویژگی های مخاطب
- ۳- آشنایی با چگونگی تعامل مخاطب با رسانه هاست.

سرفصل درس:

- ۱- بررسی مفهوم مخاطب
- ۲- تاریخچه مطالعه درباره مخاطب و مخاطب پژوهی
- ۳- هدف از مطالعه مخاطب
- ۴- چگونگی شکل گیری مخاطب
- ۵- ترکیب مخاطبان، تنوع مخاطبان
- ۶- مخاطبان و زمینه اجتماعی
- ۷- مخاطبان و کارکرد رسانه‌ها
- ۸- چرایی استفاده از رسانه‌ها، انواع استفاده از رسانه‌ها توسط مخاطب
- ۹- گزینشگری مخاطبان، سلاقی، علایق و رجحان های مخاطب



- ۱۰- قدرت مخاطب، تحول مخاطبان
- ۱۱- مخاطبان و پیام آفرینان، تصورات ارتباط‌گران از مخاطب
- ۱۲- تأثیر بر مخاطب، چگونگی دریافت پیام از سوی مخاطب و معنای آن
- ۱۳- مخاطب به مثابه بازار
- ۱۴- مسئولیت در مقابل مخاطب
- ۱۵- مخاطب و رسانه‌های جدید.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	٪۲۰	٪۸۰		

منابع:

۱. مک کوایل، دنیس (۱۳۸۰). مخاطب‌شناسی. ترجمه مهدی منتظر قائم. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۲. مک کوایل، دنیس (۱۳۸۴). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. ترجمه پرویز اجلالی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۳. Webster, James G., Phalen, Patricia F. & Lichty, Lawrence W. (۲۰۱۳). Ratings Analysis: Audience Measurement and Analytics. Fourth Edition. London: Routledge.



دروس پیشنهادی: روش تحقیق در علوم اجتماعی، تحلیل محتوای پیام‌های ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۳	عنوان درس به فارسی: روش‌های کیفی پژوهش‌های ارتباطی	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۶۴		عنوان درس به انگلیسی: Qualitative Methods in Communication Research
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>						

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با روش‌های تحقیق کیفی و مطالعه در علوم ارتباطات با توجه به نظریه‌های تفسیری- فرهنگی و انتقادی
- ۲- بررسی تحقیقات و مطالعات انجام شده با این روش‌ها در علوم ارتباطات.

سرفصل درس:

- ۱- جایگاه و اهمیت روش‌های کیفی در پژوهش‌های ارتباطی
- ۲- رویکردهای نظری در روش کیفی: پارادایم تفسیری، اتومندولوژی، کنش تعاملی نمادین، اتنوگرافی، مطالعات فرهنگی و تحلیل گفتمان
- ۳- طرح تحقیق و طرح مسئله
- ۴- مطالعه موردی در روش کیفی
- ۵- تکنیک‌های جمع آوری داده‌ها: مصاحبه عمقی، مشاهده، گروه‌های متمرکز و مطالعات اسنادی
- ۶- اعتبار و روایی در تحقیق کیفی
- ۷- تحلیل و تفسیر داده‌ها
- ۸- نگارش و ارائه گزارش تحقیق
- ۹- کار عملی: انجام یک کار تحقیقی با یکی از روش‌های کیفی



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	٪۵۰	٪۵۰		

منابع:

۱. لیندلف، تامس (۱۳۹۲). روشهای کیفی در علوم ارتباطات. ترجمه عبدالله گیویان، تهران: انتشارات همشهری.
۲. Flick, Uwe (۲۰۱۴). *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*. London: SAGE Publications.
۳. Schreier, M. (۲۰۱۲). *Qualitative Content Analysis in Practice*. London: Sage Publications.



دروس پیشنهادی: English for communications studies (۱)	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: زبان تخصصی (۲) عنوان درس به انگلیسی: English for Communication Studies (۲)
	عملی			۲	
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:	
	عملی			۳۴	
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار					

هدف:

- ۱- هدف اصلی این درس تسلط یافتن دانشجویان دوره کارشناسی رشته مطالعات ارتباطی به متون تخصصی رشته مطالعات
- ۲- ارتقای مهارت‌های بیانی و شنیداری به منظور بحث و گفتگو در حوزه تخصصی مطالعات ارتباطی به زبان انگلیسی و درک مفاهیم بنیادین مطالعات ارتباطی، رسانه، فرهنگ و تکنولوژی‌های ارتباطی و پارادایم‌های متفاوت در این زمینه است.

سرفصل درس:

- ۱- تجاری سازی و فراملیتی سازی رسانه‌ها
- ۲- مخاطب رسانه‌ها
- ۳- تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی
- ۴- جهانی شدن رسانه‌های ارتباطی
- ۵- شبکه‌های ماهواره‌ای
- ۶- ارتباط جمعی و جامعه‌سنی
- ۷- زمینه اجتماعی ارتباط جمعی
- ۸- رسانه‌های جمعی و فرهنگ
- ۹- رسانه‌ها و پوشش خبری
- ۱۰- تحقیقات رسانه‌ای



- ۱۱- برنامه‌های تلویزیونی
 ۱۲- انتشار اخبار و اطلاعات
 ۱۳- شبکه‌های اجتماعی

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	۴۰٪	۶۰٪		

منابع:

۱. Zia Hosseini, Mohammad. Marefat, Fahimeh (۲۰۰۹). *English for the student of Journalism and Mass Media*. Tehran: SAMT.
۲. Hicks, Wynford. (۲۰۱۳). *English for Journalists*. Fourth edition. Routledge.
۳. Hicks, Wynford (۲۰۰۷). *Media Skills*. Third Edition. Abington: Routledge.
۴. Evans, Harold, Gillan, Crawford. (۲۰۰۰). *Essential English for Journalists, Editors and Writers (Pimlico)*. UK: Random House UK.
۵. Aqili, Vahid. Tavakoli, Ahmad (۲۰۱۱). *Specialized English for Journalism and Communication students*. Second Edition. Tehran: Saniyeh Press.
۶. Maingay, Susan. Tribble, Chris. *Longman Language Activator*. UK: Longman Corpus Network.
۷. MURPHY. R (۲۰۰۴). *English Grammar in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stafford-Yilmaz, L. Zwier, L (۲۰۰۵). *۴۰۰ Must-Have Words for the TOEFL*. NY: McGraw Hill Companies.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: فرهنگ و فناوری ارتباطات	
	عملی			۲		
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:		عنوان درس به انگلیسی: Culture and the Communication Technology
	عملی			۳۲		
	نظری *	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار						

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با نسبت‌ها و روابط نظری و عملی ممکن و موجود میان فرهنگ و فناوری‌های ارتباطی و تبیین چارچوبی برای بحث درباره تاثیر نقش فناوری در رابطه با فرهنگ.
- ۲- شناخت، درک و آگاهی از مفاهیم بنیادین درباره فرهنگ و تکنولوژی
- ۳- شناخت و ایجاد درک عمیق درباره پارادایم‌های متفاوت در این زمینه و همچنین حصول درکی علمی درباره رابطه فناوری‌های ارتباطی و فرهنگ از اهداف اساسی در این رابطه

سرفصل:

۱. بر تحول فناوری‌های ارتباطی: انواع فناوریهای نوین ارتباطی، تکنولوژی تله‌ماتیک، تکنولوژی اتونرونیک، تکنوکراتهای دهه ۵۰ و ۶۰، منتقدین دهه ۷۰
۲. بررسی فناوری‌ها: دو دیدگاه "مقوله سخت‌افزاری و تجهیزات فنی" و "ناسازگاری‌ها و ناهماهنگی‌های فرهنگی اجتماعی"
۳. تفاوت تکنولوژی قدیم و نوین، تعریف تکنولوژی نوین، کنش متقابل علم و تکنولوژی، ویژگی‌های تکنولوژی نوین، خواص کاربردی تکنولوژی نوین، عوامل موثر در توسعه تکنولوژی، فرا حوزه و فراساخت بودن تکنولوژی
۴. تکنولوژی و فرهنگ: مفهوم فرهنگ، نظریه سیستم‌ها، کلیت نظام‌های اجتماعی (اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی)
۵. کنش متقابل تکنولوژی و نظام‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصاد



۶. کنش متقابل علم و تکنولوژی با فرهنگ، اثرات مستقیم و غیر مستقیم بر فرهنگ، تاثیر بروی میسّم بازنمایی ها، تاثیر بروی نظام علوم و فنون، تاثیر بروی ارزش ها و معیارها، کنش متقابل علم و تکنولوژی با قطب های مختلف زندگی اجتماعی، تاثیر بروی الگوهای زندگی اجتماعی، تغییرات در حوزه مادی، ساختارزدایی و نوسازی ساختاری
۷. تغییرات ناشی از صنعتی شدن بر فرهنگ، فرهنگ و ساختارزدایی فرهنگی، گسیختگی فرهنگی
۸. فناوری های ارتباطی و ایجاد الگوی کیفی زیست بوم نوین
۹. علم و تکنولوژی به مثابه گسترده ترین جریان عقل باورانه، وحدت و یکپارچگی فرهنگی در چارچوب عناصر جدید، ترزلر ریشه های فرهنگی سستی، جهان به عنوان مجموعه ای قابل فهم و قابل تغییر
۱۰. فرهنگ در دوره جهانی شدن: صنایع فرهنگی، مسئله قدرت و رشد کمپانی های چندملیتی، کنترل بازار تولید و توزیع محصولات رسانه ای، تمرکز قدرت و سرمایه در جهت دهی و هدایت محتوای فرهنگی
۱۱. مفاهیم جهانی شدن، موانع جهانی شدن، حوزه های جهانی شدن، جهانی شدن فرهنگی، تاریخچه جهانی شدن، دیدگاه ها: یکسان سازی فرهنگی، تکثر فرهنگی، گسترش تجدد یا مدرنیته
۱۲. دیدگاه امپریالیسم فرهنگی، جهانی شدن فرهنگ آمریکایی، نظریه مک دونالدیزاسیون و کوکاکولازسیون، مخالفان و موافقان، تکثر گرایی فرهنگی و فرهنگ هایبرید، زیست چند فرهنگی
۱۳. اقتصاد فرهنگی، دیالکتیک عام/خاص، خاص گرایی فرهنگی
۱۴. مقوله هویت، هویت اجتماعی، عوامل هویت ساز، جهانی شدن و هویت فرهنگی
۱۵. جهانی شدن و سیاستگذاری های فرهنگی، فناوری های ارتباطی، فرهنگ و دموکراسی.

ارزشیابی مستمر	آزمون های نهایی		میان ترم	تجهیزات مورد نیاز
	نوشته ای	عملکردی/پروژه		
	٪۸۰	٪۲۰		پروژکتور

منابع:

۱. پیسی، آرنولد (۱۳۶۷). تکنولوژی و فرهنگ. ترجمه بهرام شالگونوی. تهران: انتشارات مرکز.
۲. تامپسون، جان ب. (۱۳۷۸). ایدئولوژی و فرهنگ مدرن. ترجمه مسعود اوحدی. تهران: موسسه فرهنگی آینده پویان.
۳. لادریر، ژان (۱۳۷۹). رویارویی علم و تکنولوژی با فرهنگها. ترجمه پروانه سپرده. تهران: موسسه پژوهشی فرهنگ و ارتباطات.
۴. لال، جیمز (۱۳۸۳). رسانه ها، ارتباطات و فرهنگ، رهیافتی جهانی. ترجمه مجید نکو دوست. تهران: انتشارات روزنامه ایران.
۵. گل محمدی، احمد (۱۳۸۶). جهانی شدن فرهنگ، هویت. تهران: نشر نی.
۶. پستمن، نیل (۱۳۹۵). تکنوپولی: سلیم فرهنگ به تکنولوژی. ترجمه صادق طباطبائی. تهران: اطلاعات.
۷. هایدگر، مارتین و دیگران (۱۳۹۰). فرهنگ و تکنولوژی (ارغنون). ترجمه شاپور اعتماد. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.



۸. اشتریان، کیومرث (۱۳۸۹). دانش ضمنی و سیاست های انتقال تکنولوژی با تاکید بر فناوری اطلاعات و ارتباطات. تهران: دانشگاه تهران.

۹. توکل، محمد (۱۳۹۰). جامعه‌شناسی تکنولوژی. تهران: جامعه‌شناسان.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: سواد رسانه‌ای
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری*	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					عنوان درس به انگلیسی: Media Literacy

هدف:

- ۱- آشنایی با سواد رسانه‌ای به عنوان روشی برای اندیشیدن پیرامون رسانه‌ها، روشی برای واکاوی محتوای رسانه‌ای: تصاویر، مقالات نشریات، آگهی‌های تبلیغاتی، برنامه‌های تلویزیونی، فیلم‌های سینمایی، فیلم‌های مستند، محتوای وبسایت‌ها و...
- ۲- آگاهی در مورد دیدگاه‌های چندگانه، گرایش‌های اقتصادی رسانه‌ها و ایدئولوژی صاحبان رسانه‌ها.

سرفصل درس:

- ۱- شناخت پیام‌های بصری: سواد بصری
- ۲- شناخت معانی نهفته در پیام‌های رسانه‌ای
- ۳- شناخت ایدئولوژی نهفته در نظام‌های رسانه‌ای
- ۴- آگاهی از نقش رسانه‌ها در بازتعمای طبقه، جنسیت و نژاد
- ۵- شناخت صنایع رسانه‌ای و ساز و کار اقتصادی آنها
- ۶- بسط مهارت‌های رسانه‌ای: تولید محتوای رسانه‌ای در قالب‌های مختلف
- ۷- استفاده از مهارت‌های رسانه‌ای برای نقد رسانه‌ها
- ۸- مقایسه رسانه‌های جایگزین با رسانه‌های جریان اصلی



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور و دسترسی به اینترنت	٪۴۰	٪۶۰		

منابع:

۱. پاتر، دبلیو. جیمز (۱۳۹۱). بازشناسی رسانه های جمعی با رویکرد سواد رسانه ای. ترجمه امیر یزدیان و همکاران. قم: مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.
۲. باکینگهام، دیوید (۱۳۸۹). آموزش رسانه ای: یادگیری، سواد رسانه ای و فرهنگ معاصر. ترجمه حسین سرفراز. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۳. پاتر، دبلیو. جیمز (۱۳۹۱). نظریه سواد رسانه ای: رهیافتی شناختی. ترجمه ناصر اسدی و همکاران. تهران: انتشارات سیمای شرق.
۴. سیلور بلات، آرت و همکاران (۱۳۹۳). رویکردهایی به سواد رسانه ای. ترجمه امیر یزدیان. قم: مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.
۵. تیلستون، دانا واکر (۱۳۹۰). آنچه هر معلم باید درباره رسانه و تکنولوژی بداند. مترجمین محسن خادمی و یاسر دهقان. شیراز: مشکوه قلم.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: مطالعات فضای مجازی	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲		عنوان درس به انگلیسی: Cyberspace Studies
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>						

هدف:

- ۱- آشنایی با ادبیات تحقیق رایج در حوزه رسانه‌های جدید و فضای مجازی
- ۲- آشنایی با چارچوب‌های مفهومی و یافته‌های کاربردی در حوزه فضای مجازی.

سرفصل درس:

- ۱- ریشه‌های فضای مجازی و رویکردهای گوناگون نسبت به آن
- ۲- چگونگی تشکیل جامعه مجازی و احساس تعلق به آن
- ۳- جامعه مجازی و زندگی واقعی: تاثیرات بر زندگی، روابط و اجتماعات
- ۴- تقسیم تمرکز و اضافه بار اطلاعاتی: انجام همزمان چند کار (multitasking)
- ۵- هویت و بازنمایی خود در فضای مجازی
- ۶- شبکه‌سازی و شبکه‌های اجتماعی: انواع شبکه‌سازی اجتماعی انسان
- ۷- سرمایه اجتماعی: چگونگی اعتماد مردم به شبکه‌ها و استفاده از آنها
- ۸- اقدام جمعی: افق‌ها، اطلاع‌رسانی و سازمان‌دهی در فضای مجازی برای اقدام جمعی
- ۹- حوزه عمومی در فضای مجازی: جامعه، رسانه‌ها و خودتنظیمی.



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	۲۰ درصد	۸۰ درصد		

منابع:

۱. بل، دیوید (۱۳۸۹). درآمدی بر فرهنگ های سایبر. ترجمه م. کوثری و ح. حسینی. تهران: جامعه شناسان.
۲. بل، دیوید (۱۳۹۰). نظریه پردازان فرهنگ سایبری. ترجمه م. شفیعیان. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۳. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ. جلد اول، ظهور جامعه شبکه ای. ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: طرح نو.
۴. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). شبکه های خشم و امید: جنبش های اجتماعی در عصر اینترنت. ترجمه مجتبی قلی پور. تهران: نشر مرکز.
۵. وستر، فرانک (۱۳۸۰). نظریه های جامعه اطلاعاتی. ترجمه اسماعیل قدیمی. تهران: قصیده سرا.
۶. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). قدرت ارتباطات. ترجمه حسین بصریان جهرمی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۷. حافظ نیا، محمد رضا (۱۳۹۱). جغرافیای فضای مجازی. تهران: انتشارات سمت.
۸. وستر، فرانک و رابینز، کوین (۱۳۸۵). عصر فرهنگ فناورانه. ترجمه مهدی داودی. تهران: نشر توسعه.
۹. شکرخواه، یونس (۱۳۹۰). فضای مجازی، ملاحظات اخلاقی، حقوقی و اجتماعی. تهران: دانشگاه تهران.
۱۰. Rheingold, Howard (۲۰۰۰). The Virtual Community. Revised Edition. MA: The MIT Press.
۱۱. Rheingold, Howard (۲۰۱۲). Net Smart: How to Thrive Online. MA: The MIT Press.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۱	عنوان درس به فارسی: مهارت‌های حرفه‌ای	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲		عنوان درس به انگلیسی: Vocational Skills
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی*					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input checked="" type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>						

هدف:

- ۱- آماده سازی دانشجو برای جستجوی محتوای علمی و خبری از منابع گوناگون علمی و خبری از جمله کتاب‌ها و نشریات علمی، مطبوعات، خبرگزاری‌ها و رسانه‌های مجازی.
- ۲- آموزش ساختار و ملزومات مقاله علمی برای تقویت قدرت تشخیص دانشجو.
- ۳- توانمندسازی دانشجو برای کاربرد ابزار رسانه‌ای در کار تحقیق

سرفصل درس:

- ۱- مهارت‌های استفاده از موتورهای جستجوی اینترنتی: تشخیص منشأ مطالب با جستجو بر اساس زمان انتشار، یافتن مضمون و منشأ تصاویر از طریق ابزار جستجو بر اساس عکس، یافتن مطالب حذف شده در پایگاه‌های آرشیو صفحات وب و...
- ۲- مهارت‌های جستجوی منابع خبری اینترنتی: سایت‌های خبرگزاری‌ها، سایت‌های نشریات، پورتال‌های سازمان‌ها و...
- ۳- مهارت‌های جستجوی منابع کتابخانه‌ای: کتابخانه دانشکده و دانشگاه، کتابخانه ملی، کتابخانه مجلس شورای اسلامی و...
- ۴- مهارت‌های کسب آمار معتبر از پایگاه‌های آماری چون بانک مرکزی، مرکز آمار و مقالات علمی



۵- معرفی مفاهیم درجه‌بندی نشریات علمی، نمایه‌های بین‌المللی، ضرب تأثیر و نحوه کسب این اطلاعات برای نشریات علمی

۶- معرفی پایگاه‌های اطلاعاتی نشریات و کتاب‌های علمی (مانند مگیران، سیولیکا، پایگاه مجلات تخصصی نور و پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی برای نشریات داخلی و پایگاه‌های بین‌المللی مانند Ebsco, Springer, SAGE, ScienceDirect).

۷- کارگاه جستجو و دریافت مقاله در پایگاه‌های اطلاعاتی نشریات و کتب علمی

۸- شناخت اصول نگارش مقالات علمی برای تشخیص مقاله علمی از ژورنالیستی.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
امکان بازدید و برگزاری کارگاه در کتابخانه، دسترسی به کارگاه کامپیوتر همراه با پروژکتور و دسترسی اینترنت.	۱۰۰درصد			

منابع:

۱. فتوحی، محمود. (۱۳۹۱). آیین نگارش مقاله علمی پژوهشی. تهران: انتشارات سخن.

۲. Edwards, Vanessa (۲۰۱۶). Research Skills for Journalists. London: Routledge.



دروس پیشنهادی:	نظری				
مبانی مطالعات ارتباطی	عملی	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: کارآموزی عنوان درس به انگلیسی: Internship
	نظری	اصلی		۲	
	عملی			تعداد ساعت:	
	نظری	تخصصی		۱۲۸	
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

۱. حضور دانشجوی در یک موسسه حرفه‌ای رسانه‌ای یا تحلیلگر رسانه‌ای به منظور:
۲. آشنایی با عملکرد و سلسله مراتب موسسات رسانه‌ای،
۳. مقایسه آموزش‌های نظری در حوزه رسانه با واقعیت‌های عینی،
۴. کسب تجربه و آموزش عملی برای فعالیت حرفه‌ای در حوزه رسانه.

سرفصل درس:

درس از نوع کارآموزی است.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
	۱۰۰٪			



منابع: ندارد

تحلیل محتوای پیام‌های ارتباطی	عملی	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: روش‌های تحلیل شبکه‌های اجتماعی
	نظری				
	عملی	اصلی		۲	
	نظری *	تخصصی		تعداد ساعت:	
	عملی *				
	نظری	اختیاری		۴۸	
عملی					
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input checked="" type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>					

هدف:

معرفی روش تحلیل شبکه‌های اجتماعی یا به عبارت دیگر رسانه‌های اجتماعی است. شبکه‌های اجتماعی امروز مهد افکار عمومی و ارتباطات میان‌فردی است. افکار و ارتباطاتی که دانشگاهیان و مراکز علمی پژوهشی را واداشته است به دنبال تحلیل، پژوهش و بررسی آنها بروند. یکی از همین روش‌های پژوهش در شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی، تحلیل شبکه‌های اجتماعی است. تحلیل شبکه‌های اجتماعی روشی علمی است که روابط بین افراد یا سازمان‌ها را در شبکه‌ها یا رسانه‌های اجتماعی بررسی و تحلیل می‌کند.

سرفصل درس:

- ۱- رسانه‌های اجتماعی: معرفی رسانه‌های اجتماعی، رسانه‌های تحت شبکه تلفن همراه، رسانه‌های تحت شبکه اینترنت
- ۲- ارتباط رسانه‌های اجتماعی و پژوهش: رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزار پژوهش، رسانه‌های اجتماعی به عنوان موضوع پژوهش، رسانه‌های اجتماعی به عنوان میدان پژوهش
- ۳- قابلیت‌های روش‌های سستی برای پژوهش درباره رسانه‌های اجتماعی: الگوهای مصرف: پیمایش، سیاهه‌نویسی، مطالعات طولی؛ شناسایی دلایل، باورها و تمایلات: مصاحبه، گروه متمرکز، کیو
- ۴- کاوش در محتوای تولیدشده از سوی کاربران: مجموعه داده‌های بزرگ و اهمیت آنها، داده‌کاوی کمتی و متنی، چالش تبدیل داده‌های بدون ساختار به اطلاعات مفید، نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های متنی،
- ۵- کاوش در چند رسانه‌ای‌های اجتماعی مشهور: کاوش در توییتر، کاوش در فیس‌بوک، کاوش در لینکدین، تلگرام و...



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
کارگاه کامپیوتر و پروژکتور	٪۵۰	٪۵۰		

منابع:

۱. افتاده، جواد (۱۳۹۴). تحلیل شبکه‌های اجتماعی. تهران: نشر ثابته.
۲. میرمحمدصادقی، میلاد (۱۳۹۱). تحلیل شبکه‌های اجتماعی با NodeXL. تهران: انتشارات دانشگاهی کیان.
۳. نوک، دیوید و کالینسکی اچ، جیمز (۱۳۸۷). تحلیل شبکه. ترجمه مزگان عظیمی هاشمی و مریم اسکافی. مشهد: انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد.
۴. بروگمن، یرون (۱۳۸۹). درآمدی بر شبکه‌های اجتماعی. ترجمه خلیل میرزایی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۵. Cantijoch, M., Gibson, R., & Ward, S. (Eds.). (۲۰۱۴). *Analyzing Social Media Data and Web Networks*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
۶. Hill, C. A., Dean, E., & Murphy, J. (Eds.). (۲۰۱۳). *Social media, sociality, and survey research*. NJ: John Wiley & Sons.
۷. Russell, M. A. (۲۰۱۳). *Mining the Social Web: Data Mining Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, GitHub, and More*. CA: O'Reilly Media, Inc..
۸. Kazienko, P., & Chawla, N. (۲۰۱۵). *Applications of Social Media and Social Network Analysis*. Berlin: Springer.
۸. Poynter, R. (۲۰۱۰). *The handbook of online and social media research: Tools and techniques for market researchers*. NJ: John Wiley & Sons.
۹. Ravindran, S. K., & Garg, V. (۲۰۱۵). *Mastering Social Media Mining with R*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: روزنامه‌نگاری در فضای مجازی	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۴۸		عنوان درس به انگلیسی: Online Journalism
	عملی					
	نظری*	تخصصی				
	عملی*					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input checked="" type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>						

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با توانمندی‌های لازم برای استفاده از ابزارهای نوین رسانه‌ای (نظیر فضای سایبر، رسانه‌های اجتماعی، نرم‌افزارهای کاربردی تحت وب و...) به منظور استفاده در همه زمینه‌ها و ژانرهای روزنامه‌نگاری.
- ۲- شناخت تغییرات صورت گرفته در بستر تولید، نشر و دریافت اطلاعات و اثری که این تحولات ارتباطی بر حوزه روزنامه‌نگاری و رسانه‌ها گذاشته است.

سرفصل درس:

- ۱- آشنایی با زیست بوم جدید رسانه‌ها: سایت‌ها، وبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های اجتماعی
- ۲- درباره روزنامه‌نگاری در شبکه‌ها: شناخت زیست بوم، شناخت جایگاه خود، شناخت مدار گردش اطلاعات، اهمیت دادن به کاربران و محتوای روزنامه‌نگاری شهروندی
- ۳- ویژگی‌ها و مهارت‌های روزنامه‌نگار شبکه‌ای: زیستن در بستر شبکه‌ها، تطبیق اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری با زیست بوم جدید، فهم تحول چرخه نشر خبر
- ۴- متن در رسانه‌های جدید
- ۵- نگارش صحیح فارسی در رسانه‌های جدید
- ۶- هایپرلینک
- ۷- هشتگ و ابزارهای اجتماعی
- ۸- عکس، صوت و محتوای چندرسانه‌ای



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی پروژه	نوشتاری		
پروژکتور، دسترسی به اینترنت و کارگاه کامپیوتر	٪۴۰	٪۶۰		

منابع:

۱. شکرخواه، بونس (۱۳۸۴). روزنامه نگاری سایبر: جامعه اطلاعاتی و آزادی بیان. تهران: انتشارات ثابیه.
۲. الوندی، پدram (۱۳۹۴). روزنامه نگاری شبکه ای. تهران: انتشارات ثابیه.
۳. الوندی، پدram (۱۳۸۸). روزنامه نگاری شهروندی. تهران: انتشارات همشهری.
۴. سلطان آبادی، محمود (۱۳۹۳). روزنامه نگاری در رسانه های اجتماعی. تهران: انتشارات ثابیه.
۵. کتابدار، علیرضا (۱۳۹۳). روزنامه نگاری آنلاین. تهران: انتشارات ثابیه.
۶. خرمی، محمدمین (۱۳۹۳). روزنامه نگاری چندرسانه ای. تهران: انتشارات ثابیه.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: دین و رسانه عنوان درس به انگلیسی: Religion and Media
	عملی				
	نظری	اصلی		۲	
	عملی				
	نظری*	تخصصی		تعداد ساعت:	
	عملی				
	نظری	اختیاری		۳۲	
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با نقش ارتباطات در مطالعات دین، رسانه‌ها و گونه‌های مختلف دینداری
- ۲- آشنایی با مفهوم رسانه‌ای شدن آیین‌های دینی.

سرفصل درس:

۱. رسانه‌ها و دین: بررسی مهمترین نظریات دین و رسانه
۲. فلسفه رسانه: رسانه دین، رسانه دینی، دین رسانه‌ای
۳. ارتباطات دینی (با تأکید بر اسلام)
۴. آیین‌های دینی و رسانه
۵. رادیو، تلویزیون و دینداری
۶. دینداری در فضای مجازی
۷. فیلم و سینمای دینی
۸. تبلیغات دینی در فضای تصویر و کلمه
۹. دین و ارتباطات سنتی (با تأکید بر اسلام)
۱۰. دین و رسانه‌های مکتوب (با تأکید بر اسلام)



۱۱. آسیب‌شناسی برنامه‌های دینی در رسانه‌ها
۱۲. رابطه‌شناسی نهادهای دینی و رسانه‌ها در ایران
۱۳. آینده پژوهی ارتباط دین و رسانه‌ها در منطقه و جهان.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشته‌ای		
پروژکتور	۴۰٪	۶۰٪		

منابع:

۱. هورر، استوارت و گروه مولفان (۱۳۸۹). بازانديشي درباره رسانه، دين و فرهنگ. ترجمه مسعود آريايي نيا. تهران: انتشارات سروش.
۲. گروه نویسندگان (۱۳۹۱). جستارهایی در رسانه؛ جلد سوم: دین و رسانه. ترجمه ابوالفضل حری و گروه مترجمان. قم: دانشگاه ادیان و مذاهب.
۳. جوادی یگانه، محمدرضا و عبداللهیان، حمید (۱۳۸۶). دین و رسانه (مجموعه مقالات). دفتر پژوهش‌های رادیو.
۴. گروه نویسندگان (۱۳۹۰). دین و رسانه؛ رسانه دینی، دین رسانه‌ای (مجموعه مقالات همایش). قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۵. حسام مظاهری، محسن (۱۳۸۷). رسانه شیعه. تهران: چاپ و نشر بین الملل.
۶. هورر، استوارت (۱۳۸۸). دین در عصر رسانه. ترجمه علی عامری مهابادی، فتح محمدی و اسماعیل اسفندیاری. تهران: مرکز پژوهش‌های صدا و سیما و دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
۷. دانیل ای، استوت (۱۳۹۳). دین و رسانه. ترجمه امیر یزدیان. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۸. باهنر، ناصر (۱۳۸۷). رسانه‌ها و دین. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
۹. سعید، ادوارد (۱۳۷۹). اسلام رسانه‌ها. ترجمه اکبر افسری. تهران: توس.
۱۰. استوت، دنیل ای. (۱۳۹۳). دین و رسانه: مفاهیم بنیادین یک رشته مطالعاتی نوظهور. ترجمه امیر یزدیان. قم: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی.
۱۱. بشیر، حسن (۱۳۸۷). تعامل دین و ارتباطات. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۱۲. بهار، مهري (۱۳۹۳). دین و رسانه. تهران: نشر علم.
۱۳. جوادی یگانه، محمدرضا (۱۳۸۷). دین و رسانه. به کوشش، حمید اللهیان؛ [برای] دفتر پژوهش‌های رادیو. تهران: طرح آینده.
۱۴. بی‌نام (۱۳۹۰). مجموعه مقالات دین و رسانه: رسانه دینی و دین رسانه‌ای. تهیه کننده مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما. قم: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی.
۱۵. زارعی، عیسی (۱۳۹۰). کتابشناسی توصیفی دین و رسانه (فارسی-انگلیسی). قم: صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: مطالعات فیلم و سینما	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲		عنوان درس به انگلیسی: Film and Cinema Studies
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار						

هدف:

مطالعه و شناخت فیلم به عنوان یک رسانه و هنر از منظر اجزا و ساختار و محتوا

سرفصل درس:

- ۱- فیلم به عنوان هنر: طبیعت فیلم، راه‌های نگاه به فیلم، گفت‌وگو، فیلم، فیلم از جهت فلسفی
- ۲- ارتباط فیلم و سایر هنرها: عکاسی، تئاتر، طراحی، ادبیات
- ۳- فیلم به مثابه رسانه: سیر تحول رسانه مکتوب به رسانه‌های دیداری، تکنولوژی رسانه‌های مکانیکی و الکترونیک، سینما، تلویزیون، فیلم و موبایل، فیلم و اینترنت، فیلم و آموزش، فیلم و اطلاعات، گاه‌شناسی فیلم و رسانه
- ۴- فناوری تصویر: دوربین، لنز، مواد خام، مشخصات نوری و رنگی و قطع، جلوه‌های ویژه، تفاوت ویدیو و فیلم، فیلم دیجیتال
- ۵- فناوری صدا: تدوین و همگام‌سازی صدا و تصویر
- ۶- زبان فیلم: نشانه‌شناسی فیلم، رمزگذاری، میزانشن، مونتاز



- ۷- تاریخچه فیلم از جهات صنعتی، سیاسی و زیبایی شناسی: پیدایش فیلم، سینمای صامت، رئالیسم و اکسپرسیونیسم، هالیوود، ژانرهای سینمایی، ستاره‌ها، سینمای مؤلف، نئورئالیسم و سینمای جهان، سینمای موج نو، سینمای نوین ایران، سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی
- ۸- سینما از منظر ارتباطات و سینما به مثابه تفریح
- ۹- نظریه فیلم: منتقد، سینمای فلسفی و سینمای شاعرانه، اکسپرسیونیسم و رئالیسم، نظریه‌های مونتاژ، میزاسن، آندره بازن، جان لوک گدار، متز، نظریه‌های معاصر
- ۱۰- سینما به عنوان رسانه جدید: از آنالوگ تا دیجیتال، واقعیت سینمایی و واقعیت مجازی

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور و دسترسی به اینترنت.	٪۴۰	٪۶۰		

منابع:

۱. فلیس، ویلیلم (۱۳۹۲). مبانی سینما. ترجمه رحیم قاسمیان. تهران: نشر ساقی.
۲. جانتی، لویس (۱۳۸۱). شناخت سینما. ترجمه ایرج کریمی. تهران: ن شر روزگار.
۳. شارف، استفان (۱۳۹۳). عناصر سینما. ترجمه محمد شهبان و فریدون خامنه پور، تهران: انتشارات هرمس.
۴. رفیعا، بزرگمهر (۱۳۷۴). ماهیت سینما. تهران: انتشارات امیرکبیر.
۵. بازن، آندره (۱۳۸۲). سینما چیست؟. ترجمه محمد شهبان. تهران: نشر هرمس.
۶. کیسییر، آلن (۱۳۹۳). درک فیلم. ترجمه بهمن طاهری. تهران: نشر چشمه.
۷. وولن، پتر (۱۳۸۹). نشانه‌ها و معنی در سینما. ترجمه عبدالله تربیت بهمن طاهری. تهران: انتشارات سروش.
۸. هیل، جان (۱۳۸۸). رویکرد انتقادی در مطالعات فیلم. ترجمه علی عامری مهابادی. تهران: نشر سوره مهر.
۹. Butler, Andrew M. (۲۰۰۵). Film Studies. Harpenden: Oldcaste Books.
۱۰. Benyahia, Sarah (۲۰۰۶). AS Film Studies. London: Routledge.
۱۱. Buckland, Warren (۲۰۰۹). Film Theory and Contemporary Hollywood Movies. London: Routledge.
۱۲. Monaco, James (۲۰۰۹). How to read a film. Fourth Edition. Oxford: Oxford University Press.
۱۳. Villarejo, Amy (۲۰۰۷). Film Studies, The Basics. London: Routledge



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: ارتباطات اجتماعی در جهان اسلام عنوان درس به انگلیسی: Mass Communication in the Islamic World
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری*	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- شناخت عمیق اهمیت ارتباطات اجتماعی در اسلام، پیشینه تاریخی و نقش ارتباطات اجتماعی در گسترش و اعتلای تمدن اسلامی
- ۲- شناخت سیر ارتباطات اجتماعی در جهان اسلام، موقعیت کنونی جوامع اسلامی در برابر وسایل ارتباط جمعی نوین،
- ۳- شناخت ارجحیت‌های ارتباطی مسلمانان در برابر جریان یکسویه اطلاعات.

سرفصل درس:

- ۱- بنیاد ارتباطات اجتماعی در فرهنگ اسلامی: ارتباطات عمومی در فرهنگ اسلامی، مبانی فرهنگی و تاریخی وعظ و خطابه، مسجد به عنوان کانون اجتماعات، خصلت اجتماعی عبادات، مشخصات جامعه شناختی منبر به عنوان رسانه عمومی
- ۲- نقش مسلمانان در گسترش فرهنگ مکتوب ارتباطی: وضعیت مسلمانان در پیشرفت صنعت کاغذ و کتاب‌سازی، وقایع نویسی و تاریخ‌نویسی، اطلاع‌رسانی و کتابخانه، وضعیت جوامع اسلامی در مواجهه با صنعت چاپ (عثمانی، ایران، مصر و هند)



- ۳- سیر ارتباطات اجتماعی در جهان اسلام: شناخت ارتباطات سنتی و شفاهی، معارضه‌جویی میان شیوه‌های حکومتی و مردمی در بهره‌وری از کانون‌ها و ابزارهای ارتباطی (مسجد، منبر، نقل وقایع تاریخی و...)، روند شکل‌گیری ارتباطات فرهنگی (نهضت ترجمه، اختلاط فرهنگی)، تحلیل محتوای پیام‌رسانی عمومی (لوحه‌های تاریخی و...)، بررسی جامعه‌شناختی کتابت و کتاب‌خوانی، چاپ، چگونگی آغاز روزنامه‌نگاری در جهان اسلام (شمال آفریقا، هند و خاورمیانه)، نحوه ورود جوامع اسلامی به جهان شینداری و دیداری
- ۴- موقعیت فرهنگی جوامع اسلامی در برابر توسعه وسایل ارتباط جمعی نوین: چگونگی گسترش فرهنگ غربی از طریق وسایل ارتباط جمعی نوین: تولید فرهنگی، وضعیت نامتعادل قدرت، ثروت در سطح جهانی، فقدان توسعه سخت‌افزاری ارتباطات، عناصر مساعد و نامساعد در توسعه فرهنگ ارتباطی جوامع اسلامی
- ۵- ویژگی‌های مشترک نظم نوین جهانی و جریان آزاد اطلاعات (فرهنگ واحد در عین پاره‌افزایی و تنوع)، رابطه نظم اقتصادی و سیاسی جهان با نظم ارتباطی و پیامدهای آن در برابر جریان اطلاعاتی کشورهای پیشرفته، ضرورت شناخت هویت دینی و ملی در جریان ارتباطات جهانی
- ۶- شناخت گرایش‌های عمده در نظم نوین جهانی و جریان آزاد اطلاعات (جهان‌گرایی، منطقه‌گرایی، محل‌گرایی و...)
- ۷- ارجحیت‌های ارتباطی مسلمانان در جهان امروز: ارجحیت‌های خبری و فرهنگی، مکانیزم‌های ارجحیت‌یافتن اخبار، نقش عوامل فرهنگی و اجتماعی در ارزش‌گذاری خبری، نقش عوامل سیاسی و اقتصادی جهانی در ارجحیت‌های جهانی خبری، راه‌های افزایش جریان مبادلات خبری میان جوامع اسلامی و مقابله با سلطه خبری خبرگزاری‌های بزرگ بین‌المللی
- ۸- مبانی توسعه ارتباطات جمعی در جوامع اسلامی: ضرورت شناخت مشخصات وسایل ارتباط جمعی جدید راه‌ها و شیوه‌های عملی ارتقای کیفیت و تولید فرهنگی و خبری، نقش رسانه‌ها در توسعه جوامع اسلامی، بازآفرینی فرهنگ اسلامی و ملی، آینده‌نگری نقش رسانه‌ها
- ۹- تقریب و وحدت جهان اسلام و تعاملات فکری و فرهنگی مسلمانان.

ارزشیابی مستمر	میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	
		نوشتاری	عملکردی/پروژه
		٪۸۰	٪۲۰

منابع:

۱. محسنیان راد، مهدی (۱۳۹۳). ایران در چهار کهکشان ارتباطی: سیر تحول تاریخ ارتباطات در ایران، از آغاز تا امروز (سه جلدی). تهران: انتشارات سروش.
۲. بشیر، حسن (۱۳۸۷). تعامل دین و ارتباطات. به اهتمام حسن بشیر. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۳. بشیر، حسن (۱۳۹۰). تعزیه. با ویراستاری روح‌الله فیض. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۴. بشیر، حسن (۱۳۹۳). دعوت اسلامی؛ مفاهیم بنیادین در فرهنگ اسلامی. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۵. وحدت، فرزین (۱۳۹۵). اخلاق اسلامی و و شیخ مدرنیت. ترجمه عسگر قهرمان پور. تهران: چاپخش.
۶. سعید، ادوارد (۱۳۷۹). اسلام رسانه‌ها. ترجمه اکبر افسری. تهران: توس.



۷. طباطبایی، علامه محمدحسین (۱۳۴۸). روابط اجتماعی در اسلام. ترجمه جواد حجتی کرمانی. تهران: انتشارات بعثت.
۸. مطهری، مرتضی (۱۳۶۹). اهتراز روح: مباحثی در زمینه زیبایی شناسی و هنر. تهران: حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی.
۹. یوسف زاده، حسن و همکاران (۱۳۹۱). شاخص های ارتباطات اجتماعی در جامعه اسلامی. تهران: پژوهشگاه بین المللی المصطفی (ص).
۱۰. مولانا، حمید (۱۳۸۵). جهان اسلام و چالشهای دنیای معاصر. تهران: کیهان.
۱۱. شولسنه، راینهارد (۱۳۸۹). تاریخ جهان اسلام در قرن بیستم. ترجمه ابراهیم توفیق. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۱۲. عوض المشیخی، محمدبن (۱۳۸۹). رسانه ها در کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس. ترجمه حسن بشیر. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: مطالعات رادیو و تلویزیون		
	عملی			۲			
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:		عنوان درس به انگلیسی: Radio and Television Studies	
	عملی			۳۲			
	نظری*	تخصصی		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/>			
	عملی						
	نظری	اختیاری					سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>
	عملی						

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با تاریخچه رادیو و تلویزیون،
- ۲- شناخت تعاریف رادیو و تلویزیون، «مطالعات رادیو» و «مطالعات تلویزیون» به مثابه یک رشته
- ۳- شناخت تاریخچه «مطالعات رادیو» و «مطالعات تلویزیون»، مهمترین نظریه پردازان مطالعات رادیو و تلویزیون.

سرفصل درس:

- ۱- پیشینه رادیو: از ارسال پیام برای کشتی‌ها تا پخش موسیقی و اخبار، دوران طلایی رادیو
- ۲- دلایل بقای رادیو: رسانه همراه و ارزان
- ۳- خصوصیات رادیو به عنوان رسانه نامرئی
- ۴- موج جدید توجه به مطالعات رادیو پس از گسترش رادیوهای اینترنتی و پادکست
- ۵- پیشینه تلویزیون
- ۶- تعاریف نظریه پردازان اصلی
- ۷- تلویزیون به مثابه نهاد و صنعت
- ۸- تلویزیون به مثابه متن



۹- تلویزیون به مثابه تجربه اجتماعی و فرهنگی

۱۰- نظریه‌ها و مفاهیم مرتبط با تلویزیون

۱۱- مطالعات تلویزیون در ایران.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور.	٪۲۰	٪۸۰		
دسترسی به اینترنت				

منابع:

۱. دالگرن، پیتز (۱۳۹۰). تلویزیون و گستره عمومی. ترجمه مهدی شفقتی. تهران: انتشارات سروش.
۲. بوردیو، پیر (۱۳۹۰). درباره تلویزیون و سلطه ژورنالیسم. ترجمه ناصر فکوهی. تهران: انتشارات فرهنگ جاوید.
۳. سعدی پور، اسماعیل و خوشگویان فرد، علیرضا و طالبی دلیر، معصومه (۱۳۹۰). اثرسنجی در حوزه رسانه با تأکید بر تلویزیون. تهران: انتشارات مرکز تحقیقات صداوسیما.
۴. پوپل، یوزف (۱۳۷۹). تاثیر تلویزیون بر کودکان. تهران: انتشارات سروش.
۵. پوپر، کارل و کندری، جان (۱۳۷۴). تلویزیون خطری برای دموکراسی. ترجمه شهیدی مودب. تهران: انتشارات اطلاعات.
۶. صادقی، فواد (۱۳۹۲). پایان تک صدایی (چهارده گفتگو درباره رادیو و تلویزیون خصوصی). تهران: انتشارات میراث اهل قلم.

v. Abercrombie, N. (۱۹۹۶) Television and Society. Cambridge: Polity.

۸. Allen, R. C. and Hill, A. (eds) (۲۰۰۴) The Television Studies Reader. London and New York: Routledge.

۹. Ang, I. (۱۹۸۵) Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination. London: Methuen.

۱۰. Bonner, F. (۲۰۰۳) Ordinary Television. London: Sage.

۱۱. Crisell, Andrew (۱۹۹۴). Understanding Radio. London and New York: Routledge.

۱۲. Fiske, J. (۱۹۸۷) Television Culture. London and New York: Routledge.

۱۳. Fiske, J. and Hartley, J. (۱۹۷۸) Reading Television. London: Routledge.

۱۴. Silverstone, R. (۱۹۹۴) Television and Everyday Life. London: Routledge.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: مبانی رسانه‌های دیجیتال عنوان درس به انگلیسی: Introduction to Digital Media
	عملی			۲	
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:	
	عملی				
	نظری*	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار					

هدف:

آشنایی دانشجویان با مشخصات کلی رسانه‌های دیجیتال و سیر رشد آنها.

سرفصل درس:

۱. اصول رسانه دیجیتال: نمایش عددی، بخش بندی، خودکاری، تنوع پذیری، تغییر رمز
۲. نشانه‌های موردی و مشهور رسانه دیجیتال
۳. اینترنت یا واسط: زبان اینترنت فرهنگ، اینترنت انسان فرهنگ، صفحه‌نمایش و کاربرد، بازنمایی و شیبه‌سازی در اینترنت
۴. عملکرد رسانه دیجیتال: منوها، فیلترها، پلاگین‌ها، منطق انتخاب، ساخت و ترکیب در رسانه دیجیتال، عمل از راه دور
۵. عنصر خیال در رسانه دیجیتال: رنالیسم تصنعی و مخالفانش، سینما و انیمیشن، تصویر تصنعی و موضوع آن
۶. فرم‌ها در رسانه دیجیتال: پایگاه داده و منطق آن، ساختار روایی و پایگاه داده، الگوریتم در پایگاه داده، فضای جهت‌دار در رسانه دیجیتال.



تجهيزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور و دسترسی به اینترنت	۴۰٪	۶۰٪		

منابع:

۱. لازار، جانانان، فنگک، جینجوان هایدی و هاگهایزر، هری (۱۳۹۲). روش های تحقیق در فناوری اطلاعات ۱ (با تاکید بر تعامل انسان و رایانه). ترجمه کاوه و عباس بازرگان. تهران: نشر کندوکاو.
۲. ترلو، کریستین، تومیک، آلیس و لنگل، لورد (۱۳۹۰). ارتباطات کامپیوتر-سواسط. ترجمه سروناز تربتی. تهران: انتشارات جامعه شناسان.
۳. Manovich, Lev (۲۰۰۱). *The Language of New Media*. MA: The MIT Press.
۴. Bolter and Grusin (۲۰۰۲). *Remediation: Understanding New Media*. MA: The MIT Press



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: اصول گرافیک	
	عملی			۲		
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:		عنوان درس به انگلیسی: Graphic Design - Elements and Principles
	عملی			۴۸		
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
<input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/> آموزش تکمیلی عملی: دارد						
<input type="checkbox"/> سفر علمی <input checked="" type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار						

هدف:

- ۱- ارتقای ظرفیت شناختی دانشجویان از کاربردهای گرافیک در فضای ارتباطی
- ۲- افزایش علاقه مندی و تمایل به کارگیری اصول یادگرفته شده به صورت عملیاتی و افزایش مهارت و توانمندی به کارگیری دانش در محیط کار حرفه‌ای.

سرفصل درس:

- ۱- آشنایی با تاریخ هنر ایران و جهان
- ۲- آشنایی با مکاتب هنری معاصر
- ۳- آشنایی با اصول و مبانی ارتباط تصویری
- ۴- آشنایی با مبانی هنرهای تجسمی
- ۵- آشنایی با مبانی حجم سازی
- ۶- آشنایی با تاریخ و مبانی عکاسی
- ۷- آشنایی با مبانی خوشنویسی و طراحی حروف (تایپوگرافی)



- ۸- مبانی صفحه آرایی
 ۹- اصول و مبانی چاپ (دستی تا دیجیتال)
 ۱۰- آشنایی با هنرهای سنتی ایران
 ۱۱- آشنایی با مبانی تصویر متحرک
 ۱۲- تجزیه، تحلیل و نقد آثار ارتباط تصویری
 ۱۳- آشنایی مقدماتی با نرم افزارهای گرافیکی (گرافیک رایانه‌ای تا متحرک‌سازی).

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور ، رایانه به تعداد دانشجویان برای آموزش عملی نرم افزار و دسترسی به اینترنت	۴۰٪	۶۰٪		

منابع:

۱. گاردنر، هلن (۱۳۹۲). هنر در گذر زمان. ترجمه: محمد تقی فرامرزی، تهران: نشر نگاه .
۲. مرزبان، پرویز (۱۳۹۴). خلاصه تاریخ هنر: با تجدیدنظر و سه بخش الحاقی. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۳. نامی، غلامحسین (۱۳۹۴). مبانی هنرهای تجسمی (ارتباطات بصری). تهران: نشر توس.
۴. ایتن، یوهانس (۱۳۸۸). طرح و فرم: دوره مبانی هنرهای تجسمی در باهاوس. ترجمه فرهاد گشایش عربعلی شروه (مصحح). تهران: نشر مارلیک.
۵. هوفمان، آرمین (۱۳۹۲). مبانی طراحی گرافیک. ترجمه مهرانوش ارشدی، تصحیح الهام جهان فرض. تهران: کتاب آبان.
۶. تاسک، پتر (۱۳۹۴). سیر تحول عکاسی. تهران: انتشارات سمت.



دروس پیشنهادی: کاربرد رایانه در علوم ارتباطات، اصول گرافیک	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: گرافیک رایانه‌ای عنوان درس به انگلیسی: Computer Graphic
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری *	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input checked="" type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

آشنایی اولیه دانشجویان با مفاهیم اساسی گرافیک رایانه‌ای و یادگیری یک نرم افزار گرافیکی دو بعدی در سطح مقدماتی.

سرفصل درس:

- ۱- مقدمه‌ای بر گرافیک
- ۲- مفاهیم اساسی گرافیک رایانه‌ای
- ۳- معرفی گرافیک دو بعدی رایانه‌ای: پیکسلی یا بیت‌مپ
- ۴- معرفی گرافیک دو بعدی رایانه‌ای: برداری
- ۵- معرفی گرافیک سه بعدی رایانه‌ای
- ۶- مقدمه‌ای بر پویانمایی
- ۷- گرافیک وب
- ۸- آموزش مقدماتی یک نرم افزار گرافیک پیکسلی (مانند فتوشاپ) شامل تعیین حالت و پروفایل رنگ، تعیین وضوح، ابزارهای تصحیح رنگ و نور، کار با لایه‌ها، اعمال افکت، ابزارهای ترمیم، حذف و دستکاری اجزای تصویر، افزودن متن به تصویر و قالب‌بندی آن، تغییر رنگ بخشی از تصویر، حذف حاشیه‌های اضافه و پس‌زمینه، تغییر قالب فایل گرافیکی، فشرده‌سازی و تهیه خروجی گرافیک برای فضای وب و ...



تجهيزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور، کارگاه با رایانه به تعداد دانشجویان برای آموزش عملی نرم افزار، دسترسی به اینترنت.	٪۴۰	٪۶۰		

منابع:

۱. نویانی، شادی (۱۳۸۸). کارگاه گرافیک رایانه ۱. تهران: انتشارات دیباگران تهران.
۲. Johnson, Michael (۲۰۰۲). Problem Solved - A Primer In Design & Communication. London: Phaidon.
۳. Vaughan, Tay (۲۰۱۴). Multimedia: Making It Work. Ninth Edition. NY: McGraw-Hill Education.



دروس پیشنهادی: کاربرد رایانه در علوم ارتباطات	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: تدوین دیداری - شنیداری		
	عملی			۲			
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:		عنوان درس به انگلیسی: Audiovisual Editing	
	عملی			۳۲			
	نظری *	تخصصی		آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد			
	عملی						
	نظری	اختیاری					<input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار
	عملی						

هدف:

آشنایی با مفاهیم اولیه تدوین صدا و تصویر و یادگیری مقدماتی ابزار نرم‌افزاری و سخت‌افزاری برای تدوین یک گزارش کوتاه ویدئویی.



سرفصل درس:

- ۱- مفاهیم صوت، تصویر، چندرسانه‌ای
- ۲- مفهوم فرمت (قالب) و کدک (رمزگذار رمزگشا) در محتوای دیجیتال
- ۳- آشنایی با چگونگی ضبط و پخش صدا و تصویر آنالوگ
- ۴- آشنایی با چگونگی ضبط و پخش صدا و تصویر دیجیتال
- ۵- آموزش عملی تدوین صدا با یک نرم‌افزار ویرایش صدا (مانند آوداسیتی) شامل تبدیل قالب، حذف بخشی از صدا، ترکیب چند صدا، مفهوم ترک، اعمال افکت
- ۶- اصول اولیه تدوین ویدئو

۷- آموزش عملی تدوین ویدئو با یک نرم افزار تدوین فیلم (مانند پریمیر یا معادل های آسانتر): ترکیب ویدئوها، کوتاه کردن، همگام سازی صدا و تصویر، اعمال افکت، ایجاد تیراز و زیرنویس.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور، کارگاه با رایانه به تعداد دانشجویان برای آموزش عملی نرم افزار و دسترسی به اینترنت.	٪۴۰	٪۶۰		

منابع:

۱. رایس، کارل و میلار، گوین (۱۳۸۹). فن تدوین فیلم. ترجمه وازریک درساهاکیان. تهران: انتشارات سروش.
۲. Vaughan, Tay (۲۰۱۴), Multimedia: Making It Work. Ninth Edition. NY: McGraw-Hill Education.



دروس پیشنهادی: گرافیک رایانه‌ای	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: طراحی وب عنوان درس به انگلیسی: Web Design
	عملی			۲	
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:	
	عملی			۳۲	
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

۱- آشنایی با مفاهیم اولیه طراحی برای وب

۲- یادگیری مهارت‌های اولیه برای اعمال طراحی مورد نظر در فضای وب.

سرفصل درس:

۱- آشنایی با مفاهیم و هنر طراحی

۲- آشنایی با طراحی برای وب

۳- معرفی زبان برنامه نویسی وب (HTML)

۴- معرفی مفهوم تک و تگ‌های مهم در HTML

۵- آموزش عملی قالب‌بندی متن با کدهای HTML نحوه ساخت پیوندها، قالب بندی پاراگراف، نام، حالت و اندازه

فونت، تعیین رنگ، ساخت جدول، چیدمان اجزای صفحه، وارد کردن عکس و قالب بندی آن

۶- آموزش اولیه با CSS برای قالب بندی و طراحی صفحه

۷- آشنایی با جاوا اسکریپت و نحوه وارد کردن اسکریپت‌های موجود در صفحات وب (یادگیری برنامه نویسی با جاوا

اسکریپت مد نظر نیست).



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور، رایانه به تعداد دانشجویان برای آموزش عملی نرم افزار و دسترسی به اینترنت	٪۴۰	٪۶۰		

منابع:

۱. سلیمی زاده، زهرا و پورعبدل، فاطمه (۱۳۹۱). طراحی صفحات وب (مقدماتی). تهران: انتشارات دیباگران تهران.
۲. Golombisky & Hagen (۲۰۱۳). White Space is Not Your Enemy: A Beginner's Guide to Communicating Visually through Graphic, Web & Multimedia Design. Second Edition. MA: Focal Press.
۳. Robbins, Jennifer Niederst (۲۰۱۲), Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics. Fourth Edition. CA: O'Reilly Media.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: اخلاق رسانه با تاکید بر ارزش های اسلامی	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲		عنوان درس به انگلیسی: Media Ethics Based on Islamic Values
	عملی					
	نظری *	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار						

هدف:

- ۱- مطالعه و ارتقای شناخت علمی پیرامون اخلاق رسانه و اخلاقیات رسانه، مبانی دینی و اسلامی اخلاق
- ۲- اخلاق شناسی حرفه‌ای و اخلاق نهادی.

سرفصل درس:

- ۱- چیستی اخلاق رسانه
- ۲- تعریف دو مفهوم اخلاق (ethics) و اخلاقیات (morality)
- ۳- دین و اخلاق (با تاکید بر اصول اخلاقی در اسلام)
- ۴- فلسفه اخلاق
- ۵- اخلاق و حقوق
- ۶- کاربرد اخلاق در رسانه
- ۷- نظریه‌ها و اخلاق هنجاری در رسانه‌ها
- ۸- عوامل بیرون رسانه‌ای موثر بر اخلاق حرفه‌ای
- ۹- عوامل درون رسانه‌ای موثر بر اخلاق حرفه‌ای
- ۱۰- اخلاق و مسئولیت‌های فردی ارتباط‌گران
- ۱۱- اخلاق نهادی ارتباطی
- ۱۲- اخلاق شناسی حرفه‌ای
- ۱۳- حریم خصوصی
- ۱۴- اخلاق، رسانه‌های جدید و فضای مجازی
- ۱۵- اخلاق نشر.



تجهيزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور و دسترسی به اینترنت	٪۴۰	٪۶۰		

منابع:

۱. خائیکی، هادی (۱۳۸۸). چارچوبی برای پژوهش در اخلاق رسانه. فصلنامه علمی پژوهشی اخلاق در علوم و فناوری. سال چهارم، شماره‌های ۱ و ۲.
۲. نهرانیان، مجید (۱۳۸۰). روزنامه‌نگاری صلح، بحثی در زمینه اصول اخلاقی رسانه‌های جهانی. ترجمه حسن نورایی بیدخت. فصلنامه رسانه. سال دوازدهم، شماره ۴.
۳. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۵). اصول اخلاق حرفه روزنامه‌نگاری. فصلنامه رسانه. سال هفدهم، شماره ۲.
۴. فرقانی، محمدمهدی (۱۳۹۳). اصول اخلاق حرفه روزنامه‌نگاری؛ اعتمادساز و منزلت آفرین. در روزنامه‌نگاری، ارتباطات و جامعه. تهران: انتشارات اطلاعات.
۵. فرانکا، ویلیام (۱۳۷۶). فلسفه اخلاق. ترجمه هادی صادقی. قم: موسسه فرهنگی طه.
۶. قراملکی، احدفرامرز و نوچه فلاح، رستم (۱۳۸۶). موانع رشد اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌ها. تهران: موسسه دین‌پژوهی پشرا.
۷. قراملکی، احدفرامرز (۱۳۸۲). اخلاق حرفه‌ای. ناشر مولف.
۸. سینگر، پتر (۱۳۸۸). یک جهان: اخلاق جهانی شدن. ترجمه محمد آزاده. تهران: نشر نی.
۹. بدیو، آلن (۱۳۸۹). اخلاق، رساله‌ای در ادراک شر. ترجمه باوند نهبور. تهران: نشر چشمه.
۱۰. وحدت، قرزین (۱۳۹۵). اخلاق اسلامی و و شیخ مدرنیت. ترجمه عسگر قهرمان پور. تهران: چاپخش.
۱۱. حری، عباس (۱۳۹۱). اخلاق انتشارات علمی. شیراز: تخت جمشید.
۱۲. اسلامی، محمدتقی و علیزاده، مهدی و دبیری، احمد (۱۳۸۶). اخلاق کاربردی: چالش‌ها و کاوش‌های نوین در اخلاق عملی. قم: انتشارات پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۱۳. قنبری، بخشعلی (۱۳۹۴). اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر نهج البلاغه. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۱۴. فولادی و نداد، محمد (۱۳۹۳). اصول اخلاقی حاکم بر رسانه از دیدگاه اسلام با تأکید بر سیمای جمهوری اسلامی ایران. قم: انتشارات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
۱۵. Plaisance, P.L., (۲۰۰۸), Ethics of media content. In The International Encyclopedia of Communication, ed. By Wolfgang Dancbach, Vol. IV, USA: Blackwell



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: ارتباطات همراه عنوان درس به انگلیسی: Mobile Communication
	عملی				
	نظری	اصلی		۲	
	عملی				
	نظری*	تخصصی		تعداد ساعت:	
	عملی				
	نظری	اختیاری		۳۲	
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشناسازی دانشجویان با ارتباطات همراه (سیار)، سیر تحول تکنولوژی ارتباطات سلولی، ظهور انقلاب شبکه‌های اجتماعی
- ۲- آشناسازی دانشجویان با نظریات و مفاهیم بنیادین
- ۳- بررسی تبعات و آثار سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی ارتباطات با رویکردی تحلیلی-انتقادی.

سرفصل درس:

- ۱- سیر تحول تاریخی ارتباطات همراه
- ۲- تکنولوژی ارتباطات همراه و شبکه‌های سلولی
- ۳- انقلاب ارتباطات همراه
- ۴- انقلاب شبکه‌های اجتماعی
- ۵- ظهور سیستم عامل جدید اجتماعی (social operating system) مشکل از افراد شبکه‌ای شده
- ۶- ارتباطات همراه و فرهنگ
- ۷- روابط شبکه‌ای شده، خانواده‌های شبکه‌ای شده، اطلاعات شبکه‌ای شده
- ۸- شکل‌گیری تجربه بین فرهنگی
- ۹- شکاف دیجیتالی و تحرک اجتماعی
- ۱۰- رسانه‌های همراه و تحرکات سیاسی



۱۱-ارتباطات همراه و اقتصاد (تجارت همراه، بانکداری همراه، خدمات تعاملی همراه)

۱۲-ارتباطات همراه و آموزش

۱۳-چند رسانه ای های همراه؛ استفاده و تاثیرات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور، رایانه به تعداد دانشجویان برای آموزش عملی نرم افزار و دسترسی به اینترنت.	٪۴۰	٪۶۰		

منابع:

۱. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، قدرت هويت. ترجمه حسن چاووشیان. تهران: انتشارات طرح نو.
۲. فاضلی، نعمت الله (۱۳۸۵). دیجیتالی شدن به سبک ایرانی و ایرانی شدن به سبک دیجیتال. فصلنامه رسانه. شماره ۶۷
۳. ذکائی، محمد سعید (۱۳۸۳). جوانان و فراغت مجازی. فصلنامه مطالعات جوانان. شماره ۶
۴. Rainie, H. and Wellman, B. (۲۰۱۲). Networked: the new social operating system. MA: The MIT Press.
۵. Katz, J. E. (۲۰۰۸). Handbook of Mobile Communication Studies. MA: The MIT Press.
۶. Castells, M. Fernandez-Ardevol, M. Linchuan Qiu, J. Sey, A. (۲۰۰۷) Mobile communication and society; a global perspective. The MIT Press.



دروس پیشنهادی: ارتباطات بین‌المللی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: ارتباطات میان فرهنگی عنوان درس به انگلیسی: Intercultural Communication	
	عملی			۲		
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲		
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
<input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار						

هدف:

مطالعه و ارتقای شناخت علمی پیرامون نسبت میان فرهنگ و ارتباطات، نظریه‌ها و روندهای ارتباطات میان فرهنگی و راهبردهای علمی در ارتباطات میان فرهنگی.

سرفصل درس:

- ۱- مفهوم فرهنگ، ارتباطات و ارتباط میان فرهنگی
- ۲- ارتباطات جمعی و مطالعات فرهنگی: شکل‌ها و شیوه‌ها
- ۳- عوامل اجتماعی - فرهنگی موثر در ارتباطات: تبدیل عوامل اجتماعی - فرهنگی به مقوله‌ها و متغیرهای ارتباطی
- ۴- نظریه‌ها و روندهای ارتباطات میان فرهنگی
- ۵- نظریه‌های فرهنگ و ارتباطات میان فرهنگی
- ۶- گفت‌وگو و برخورد میان فرهنگ‌ها و تمدن‌ها
- ۷- ارتباطات میان فرهنگی مسلمانان و غرب
- ۸- گفت‌وگو، کنش ارتباطی و تفاهمی
- ۹- گفت‌وگو و اقیانوس‌های همیشه
- ۱۰- گفت‌وگو و منطبق مکالمه
- ۱۱- گفت‌وگو و نظریه جماعت
- ۱۲- گفت‌وگو و نظریه جامعه شبکه‌ای



۱۳- تنوع و تکثر فرهنگی

۱۴- راهبردهای عملی در ارتباطات میان فرهنگی

۱۵- توانش ارتباطی و ظرفیت‌های آن

۱۶- سفر، مهاجرت، تجارت، جهانگردی

۱۷- دیپلماسی فرهنگی

۱۸- مدیریت تبادل و تفاوت‌های فرهنگی، مطالعات موردی.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور و دسترسی به اینترنت	۴۰٪	۶۰٪		

منابع:

۱. بشیریه، حسین و دیگران (۱۳۸۴). گفت‌وگوی تمدن‌ها، مبانی مفهومی و نظری. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲. دالمایر، فرد و دیگران (۱۳۸۴). گفت‌وگوی تمدن‌ها، اندیشه، دانش و عمل. ترجمه حمیرا مشیرزاده و بهرام مستقیم. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۳. خانیکی، هادی (۱۳۹۲). در جهان گفت‌وگو. تهران: نشر هرمس.
۴. گودیکانست، ویلیام (۱۳۸۳). پیوند تفاوت‌ها: راهنمای ارتباط کارآمد بین گروهی. ترجمه علی کریمی مله و مسعود هاشمی. تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۵. بشیر، حسن (۱۳۹۵). دیپلماسی گفت‌وگویی: تعامل سیاست، فرهنگ و ارتباطات. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۶. گودیکانست، ویلیام (۱۳۹۶). نظریه پردازای درباره ارتباطات میان فرهنگی (دو جلدی). ترجمه حسن بشیر. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۷. بشیر، حسن (۱۳۹۴). دیپلماسی عمومی: سیاست‌ها و برنامه‌های جهانی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۸. لاری، سماور (۱۳۷۹). ارتباط بین فرهنگ‌ها. ترجمه غلامرضا کیانی و سیداکبر میرحسینی. تهران: انتشارات باز.
۹. کری، جیمز (۱۳۷۶). ارتباطات و فرهنگ. ترجمه مریم داداشی، انتشارات نقطه.
۱۰. غمامی، سید محمد علی، اسلامی‌تھا، اصغر (۱۳۹۵). همشناسی فرهنگی؛ الگوی قرآنی ارتباطات میان فرهنگی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۱۱. رضی، حسین (۱۳۷۷). ارتباطات میان فرهنگی (تاریخ، مفاهیم و جایگاه). فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق (ع)، ش ۶، ۷، (تابستان، پاییز ۱۳۷۷): ص ۱۳۵-۱۶۶.
۱۲. فقیهی، سیدمهدی (۱۳۹۳). دیپلماسی فرهنگی در سیاست خارجی. رامیان (گلستان): نشر کیسان.
۱۳. صالحی امیری، رضا (۱۳۸۹). دیپلماسی فرهنگی. تهران: ققنوس.



بخش دوم
سرفصل دروس اختیاری
رشته مطالعات ارتباطی

- روان‌شناسی رسانه‌ها
- ارتباطات بحران
- ارتباطات محیط زیست
- ارتباطات سلامت
- ارتباطات سنتی در ایران
- جهانی شدن و رسانه‌ها
- روزنامه نگاری رادیویی و تلویزیونی
- ارتباطات سازمانی
- کودک و رسانه
- تکنولوژی‌های ارتباطی
- اصول روابط عمومی
- اصول تبلیغات بازرگانی
- روزنامه‌نگاری شهروندی



دروس پیشیاز: روانشناسی اجتماعی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: روانشناسی رسانه‌ها عنوان درس به انگلیسی: Media Psychology
	عملی			۲	
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:	
	عملی				
	نظری	تخصصی		۳۲	
	عملی				
	نظری *	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با روانشناسی رسانه‌ها از طریق بررسی مفاهیم، نظریه‌ها و مکاتب روانشناسی اجتماعی و ارتباطات و کاربرد آنها در تولید پیام‌های ارتباطی
- ۲- آشنایی با ویژگی‌های مخاطبان و رسانه‌ها و آثار روانی و اجتماعی پیام‌ها و روش‌های مقابله با کژکارکردها

سرفصل درس:

- ۱- مقدمه‌ای بر روانشناسی رسانه‌ها: تشریح اهمیت روانشناسی رسانه‌ها، پیوند رسانه‌ها و روانشناسی
- ۲- مروری بر نظریه‌های ارتباطی مرتبط با روانشناسی رسانه‌ها: نظریه‌های تاثیر، کاشت، استفاده و خشنودی و مخاطب فعال
- ۳- اقتناع در روانشناسی رسانه: حوزه ادراک، شناخت، شکل‌گیری و تغییر نگرش‌ها، شخصیت
- ۴- ابعاد روان‌شناختی تاثیر رسانه‌ها: خشونت و رسانه‌ها، رسانه‌ها و جامعه‌پذیری، اقتناع و تبلیغ
- ۵- روانشناسی مخاطبان رسانه‌ها: رسانه‌ها و کودکان؛ رسانه‌ها و نوجوانان، و ...
- ۶- آینده روانشناسی رسانه‌ها: تحولات رسانه‌ها و روابط آنها با مخاطبان پس از ظهور اینترنت و وب ۲ آثار روانی و اجتماعی رسانه‌های جدید



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	۲۰٪	۸۰٪		

منابع:

۱. آلپورت، جی دیلو (۱۳۷۴). روان‌شناسی شایعه. ترجمه ساعد دبستانی. تهران: انتشارات سروش.
۲. انکینسون، ریتا (۱۳۷۷). زمینه روان‌شناسی. ترجمه محمد تقی براهنی و همکاران، تهران: انتشارات رشد.
۳. ارونسون، الیور (۱۳۶۶). روان‌شناسی اجتماعی. ترجمه حسین شکرکن، چاپ سوم. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۴. باندورا، آلبرت (۱۳۷۲). نظریه یادگیری اجتماعی. ترجمه فرهاد ماهر. تهران: راهگشا.
۵. جابلز، دیوید (۱۳۹۲). روان‌شناسی رسانه. ترجمه سوسن علیزاده فرد و ریحانه السادات روحانی. تهران: انتشارات سادس.
۶. حکیم آرا، محمدعلی (۱۳۸۸). روان‌شناسی رسانه. ترجمه و تألیف. تهران: دانشکده صدا و سیما.
۷. ریچموند، ورجینیا و جیمز مک کروسکی (۱۳۸۷). رفتار غیرکلامی. ترجمه ف. موسوی و ژ. عبدالله‌پور. تهران: دانژه.
۸. ساترلند، ماکس (۱۳۸۰). روان‌شناسی تبلیغات. ترجمه سینا قربانلو. تهران: انتشارات مبلغان.
۹. کاورانی، محمد (۱۳۸۷). روان‌شناسی و تبلیغات با تأکید بر تبلیغ دینی. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۱۰. میلر، جورج (۱۳۶۸). روان‌شناسی ارتباط. ترجمه محمد رضا طالبی. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
۱۱. جاوت، گارث، ادانل، ویکتوریا (۱۳۹۰). تبلیغات و اقناع. ترجمه حسین افخمی. تهران: همشهری.
۱۲. بینگر، اتولر (۱۳۷۶). ارتباطات اقناعی. ترجمه علی رستمی. تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما.
۱۳. کیا، علی‌اصغر، سعیدی، رحمان (۱۳۸۳). مبانی ارتباط، تبلیغ و اقناع. تهران: روزنامه ایران: موسسه انتشاراتی.
۱۴. Chamberlain, K., & Hodgetts, D. (۲۰۰۸). Social Psychology and Media. Social and Personality Psychology Compass, ۲, ۱۱۲۵-۱۱۰۹
۱۵. Giles, D.C. & Shaw, R.L. (۲۰۰۹). The Psychology of News Influence and Development of Media Framing Analysis. Social and Personality Psychology Compass. ۳(۴), ۳۹۳-۳۷۵. ۳۱
۱۶. Giles, David (۲۰۰۳). Media Psychology. NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: ارتباطات بحران	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲		عنوان درس به انگلیسی: Crisis Communication
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>						

هدف:

- ۱- برجسته کردن شیوه مواجهه رسانه‌ها با شرایط بحران
- ۲- آشنا کردن دانشجویان با شیوه‌های اطلاع رسانی در وضعیت بحرانی. الگوها و وسایل ارتباطی در مواجهه با بحران.

سرفصل درس:



- ۱- تعریف بحران، مدیریت بحران، ارتباطات بحران
- ۲- رسانه‌ها و افکار عمومی در شرایط بحران
- ۳- آمادگی برای مدیریت بحران، پایش محیطی، استراتژی‌های ارتباطات بحران
- ۴- اجزای یک برنامه ارتباطات بحران، طراحی برنامه، اجرا، ارزیابی اثرات ارتباطات بحران
- ۵- روزنامه نگاری بحران، چگونگی تنظیم داستان خبری برای بسترهای مختلف رسانه‌ای
- ۶- ارتباطات بحران در حوزه‌های مختلف: سیاسی (رسوایی‌ها، نشت اخبار و ...)، اجتماعی (زلزله) و پوشش اخبار جنگ
- ۷- ارتباطات بحران در رسانه‌های جدید
- ۸- اخلاق رسانه‌ای در مواجهه با بحران: محرمانه بودن اطلاعات، رازداری، شایعه و ...

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	۲۰٪	۸۰٪		

منابع:

۱. خانیکی، هادی (۱۳۸۷). ارتباطات مخاطره، ارتباطات بحران: زمینه‌ها، مفاهیم و نظریه‌ها. فصلنامه رسانه. شماره ۷۴.
۲. جباری ثانی و امیرخانی، امیرحسین (۱۳۸۸). مدیریت دانش در مدیریت بحران. سزوان: محمدعلی جباری ثانی.
۳. هادو، کیم اس و هادو، جرج دی (۱۳۹۲). ارتباطات زمان بحران در جهان متغیر. ترجمه علی اکبر جلابی. تهران: انتشارات سازمان پیشگیری و مدیریت بحران تهران.
۴. کاپولا، دیمون پی (۱۳۹۲). اطلاع رسانی برای آمادگی در شرایط اضطراری. ترجمه مهدی جاوید. تهران: انتشارات سازمان پیشگیری و مدیریت بحران تهران.
۵. نصراللهی، اکبر (۱۳۸۹). مدیریت پوشش خبری بحران. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۶. فرقانی، محمد مهدی (۱۳۹۳). روزنامه‌نگاری بحران؛ دو تصویر ملی. در روزنامه‌نگاری، ارتباطات و جامعه. تهران: انتشارات اطلاعات.



دروس پیشنهادی: مبانی ارتباطات و توسعه	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: ارتباطات محیط زیست
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری *	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- برجسته کردن محیط زیست در مطالعات ارتباطی
- ۲- آشنا کردن دانشجویان با نقش ارتباطات در مسائل زیست محیطی
- ۳- آشنایی با مهمترین چالش های زیست محیطی کشور و جهان.

سرفصل درس:

- ۱- بر ساخت اجتماعی مفهوم طبیعت، رابطه انسان و طبیعت، دیدگاه ادیان در خصوص این رابطه
- ۲- رویکردهای نظری در ارتباطات محیط زیست: نظریه های ارتباطات مشارکتی، بازاریابی اجتماعی، نظریه مبادله و ...
- ۳- زمینه های ارتباطات محیط زیست: سیاست، فرهنگ، اجتماع، سازمان، زمینه ملی و بین المللی
- ۴- مناقشات زیست محیطی و ارتباطات: سازماندهی عمل جمعی، ذینفعان، تضاد، پوشش خبری
- ۵- درک عموم از موضوعات زیست محیطی، درگیری عموم در موضوعات زیست محیطی، روزنامه نگاری شهروندی در حوزه محیط زیست (حوزه عمومی و شهروندان زیست محیطی)
- ۶- پوشش رسانه های جمعی از مسائل زیست محیطی
- ۷- فرهنگ، توسعه پایدار و رسانه ها
- ۸- کمپین سازی، برنامه ریزی برای یک کمپین زیست محیطی، ویژگی های یک کمپین موفق، ذینفعان، مخاطبان، تیم کمپین

و ...



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	۲۰٪	۸۰٪		

منابع:

۱. کانلر، فیلیپ و دیگران (۱۳۹۲). *بازاریابی اجتماعی، برای حفاظت از محیط زیست*. ترجمه کامییز حیدرزاده و حسین علی سلطانی. انتشارات سیه.
۲. امامی راد، امیر محمد و دیگران (۱۳۹۰). *آلودگی های زیست محیطی و راهکارهای کنترل آنها (با تاکید بر روش های جدید)*. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد صنعتی امیرکبیر.
۳. سانن، فیلیپ دبلیو. (۱۳۹۳). *درآمدی بر جامعه شناسی محیط زیست*. ترجمه صادق صالحی. تهران: انتشارات سمت.
۴. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۴). *اسلام و محیط زیست*. قم: مرکز نشر اسرا.
۵. فولتر ریچارد (۱۳۹۳). *اسلام و محیط زیست*. ترجمه محمد خواجه حسینی. مشهد: انتشارات جهاد دانشگاهی.
۶. Brossard, D., & Lewenstein, B. V. (۲۰۰۹). A Critical Appraisal of Models of Public Understanding of Science: Using Practice to Inform Theory. In L. Kahlor & P. Stout (Eds.), *Communicating Science: New Agendas in Communication* (pp. ۱۱-۳۹). New York: Routledge.
- v. Cox, R. (۲۰۰۶). *Environmental communication and the public sphere*. Thousand Oaks, CA: SAGE.



دروس پیشنهادی: مبانی ارتباطات و توسعه	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: ارتباطات سلامت	
	عملی					
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲		عنوان درس به انگلیسی: Health Communication
	عملی					
	نظری	تخصصی				
	عملی					
	نظری	اختیاری				
	عملی					
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار						

هدف:

آشنایی دانشجویان با شیوه‌های آگاه‌سازی، تاثیرگذاری و برانگیزاندن مخاطبان نسبت به موضوعات سلامت بر اساس برنامه‌ریزی مدون و مبتنی بر نظریه با هدف پیشگیری از بیماری‌ها، ارتقای سلامت و کیفیت زندگی افراد جامعه.

سرفصل درس:

- ۱- بازاریابی اجتماعی
- ۲- شاخص‌های ارتباطات و ارتقای سلامت
- ۳- آموزش سلامت
- ۴- شبکه‌های اجتماعی و آموزش سلامت
- ۵- تاریخچه ارتباطات سلامت در ایران و جهان
- ۶- کمپین‌های رسانه‌ای در ارتباطات سلامت
- ۷- ارتباطات ریسک
- ۸- سواد بهداشتی
- ۹- طراحی پیام سلامت
- ۱۰- مروری بر نظریه‌های اقناع
- ۱۱- مروری بر نظریه نشر نوآوری‌ها.



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	٪۲۰	٪۸۰		

منابع:

۱. باقینبی مقدم، محمدحسین و همکاران (۱۳۸۴). آموزش بهداشت، ارتباطات و تکنولوژی آموزشی. انتشارات سبحان.
۲. معتمدزاد، کاظم (۱۳۸۸). ارتباطات در جهان معاصر: تحول اندیشه ها، نهادها و عملکردهای ارتباطی. تهران: نشر شهر.
۳. کاتلر، فیلیپ و دیگران (۱۳۹۲). بازاریابی اجتماعی، برای حفاظت از محیط زیست. ترجمه کامیز حیدرزاده و حسین علی سلطانی. تهران: انتشارات سبته.
۴. ینگر، اتولر (۱۳۷۶). ارتباطات افقاعی. ترجمه علی رستمی. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
۵. راجرز، ا.ام. و شومیکر، اف. ف. (۱۳۷۹). رسائش نوآوریها: رهیافتی میان فرهنگی. ترجمه عزت اله کرمی و ابوطالب
۶. فنایی. شیراز: دانشگاه شیراز.
۷. شفیع سروسنائی، ابراهیم (به کوشش) (۱۳۹۵). سلامت جنسی در جامعه اسلامی با تاکید بر نقش رسانه ملی. تهران: پژوهش های اسلامی رسانه، چاپ اول، ۲ ج.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی، تاریخ اجتماعی ارتباطات در ایران	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: ارتباطات سنتی در ایران عنوان درس به انگلیسی: Traditional Communication in Iran
	عملی			۲	
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با موارث فرهنگی و تاریخچه ارتباطات سنتی در ایران
- ۲- ارتباطگران، پیام‌ها، مراکز و شیوه‌های ارتباطات سنتی و رابطه آن با انواع دیگر ارتباط به ویژه ارتباطات نوین.

سرفصل درس:

- ۱- تعاریف و مفاهیم ارتباطات سنتی
- ۲- پیشینه و سیر تحول ارتباطات سنتی
- ۳- انواع ارتباطات سنتی، ارتباطات سنتی رسانه‌ای شده
- ۴- جایگاه ارتباطات سنتی در مطالعات ارتباطی معاصر
- ۵- ارتباطات سنتی و حوزه عمومی
- ۶- زیر ساخت‌های ارتباطات سنتی
- ۷- مراکز و نهادهای ارتباطات سنتی
- ۸- پیام‌ها و محتوای ارتباطات سنتی
- ۹- ارتباطگران سنتی
- ۱۰- شیوه‌های عملکرد ارتباطات سنتی
- ۱۱- عملکرد و نحوه شکل‌گیری برخی از مراکز ارتباطات سنتی: مسجد و منبر، بازار، قهوه‌خانه، زورخانه، حمام عمومی، معماری شهری و روستایی



۱۲ شناخت برخی از ارتباط‌گران، پیام‌ها و شیوه‌های ارتباطات سنتی: وعظ، خطابه، سخنوری، سخنرانی، تعزیه، نقالی

۱۳ برخی ویژگی‌های ارتباطات سنتی

۱۴- نقش شبکه ارتباطات سنتی در برخی از جنبش‌های اجتماعی ایران: جنگ ایران و روس، نهضت تنباکو، انقلاب مشروطه، انقلاب اسلامی.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور	٪۲۵	٪۷۵		

منابع:

۱. فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۷). درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۲. فتحی، اصغر (۱۳۵۸). منبر: یک رسانه عمومی در اسلام. تهران: پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران.
۳. یک جهان چندین صدا (۱۳۶۹). ترجمه ایرج پاد. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی رسانه. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۴. استوت، دانیل (۱۳۹۳). دین و رسانه. ترجمه یزدیان. تهران: مرکز پژوهش‌های صدا و سیما.
۵. بیات، حجت اله (۱۳۹۴). دین و مبانی ارتباطات. قم: سازمان چاپ و نشر دارالحدیث.
۶. چلووسکی، پیتر (۱۳۸۹). تعزیه: آئین و نمایش در ایران. ترجمه داود حاتمی. تهران: انتشارات سمت.
۷. رودبنولر، اریک (۱۳۸۸). ارتباطات آئینی. ترجمه عبدالله گیویان. تهران: دانشگاه امام صادق.
۸. کاشانی، مجید (۱۳۹۰). نقش رسانه‌ها بر دین‌گرایی و دین‌پذیری در جوامع مختلف. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۹. جرج، سوزان (۱۳۹۰). دین و تکنولوژی در قرن بیست و یکم. ترجمه علی اصغر دارابی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۱۰. باهنر، ناصر (۱۳۸۷). رسانه‌ها و دین: از رسانه‌های سنتی اسلامی تا تلویزیون. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

۱۱. Suniala, Johanna, (۲۰۱۳). Media and Ritual: Death, Community and Everyday Life. London: Routledge.

۱۲. Turner, Victor (۱۹۹۱). The ritual process: structure and anti-structure. NY: Cornell University press.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی، ارتباطات بین‌المللی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: جهانی شدن و رسانه‌ها (مطالعه انتقادی)			
	عملی			تعداد ساعت:				
	نظری	اصلی		۲		عنوان درس به انگلیسی: Globalization and the Media (Critical Study)		
	عملی							
	نظری	تخصصی					۳۲	
	عملی							
	نظری	اختیاری						
	عملی							
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/>								
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>								

هدف:

۱- آشنایی دانشجویان با حوزه‌های جدیدی از مطالعات مربوط به جهانی شدن و ارتباطات، با شیوه‌های تحقیق و نگارش مقاله

۲- آشنایی با نقد کتابهای این حوزه و برداشتن قدم عملی در جهت کارورزی علمی در این حوزه

سرفصل درس:

- ۱- تعاریف و مفاهیم بنیادین جهانی شدن
- ۲- تحلیل تاریخی جهانی شدن
- ۳- ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی جهانی شدن
- ۴- نظریه‌های جهانی شدن
- ۵- فرهنگ و جهانی شدن
- ۶- مطالعه انتقادی رویکردهای جهانی شدن و جهانی‌سازی
- ۷- نکتزگرایی فرهنگی و فرهنگ‌هایبرید، زیست چند فرهنگی
- ۸- جهانی شدن ارتباطات و اینترنت
- ۹- جهانی شدن رسانه و توسعه مشارکت
- ۱۰- تأثیرات جهانی شدن رسانه
- ۱۱- نظام شبکه‌ای و هویت
- ۱۲- جهانی شدن و شهروندی



۱۳ جهانی شدن و ایران: چشم اندازها و سیاست‌ها

۱۴ جهانی شدن و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور و دسترسی به اینترنت.	۴۰٪	۶۰٪		

منابع:

۱. آلبرو، مارتین (۱۳۸۰). عصر جهانی: جامعه‌شناسی پدیده جهانی شدن. ترجمه نادر سالارزاده و بیتا اسکندی نژاد. تهران: موسسه انتشارات آزاد اندیشان.
۲. بهکیش، محمدمهدی (۱۳۸۰). اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن. تهران: نشر نی.
۳. ناملینسون، جان (۱۳۸۱). جهانی شدن فرهنگ. ترجمه محسن حکیمی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۴. ترنر، برایان (۱۳۸۱). شرق‌شناسی، پست‌مدرنیسم و جهانی شدن. ترجمه غلامرضا کیانی و محمد رضا تاجیک، تهران: مرکز بررسی‌های استراتژیک، فرهنگ گفتمان ریاست جمهوری.
۵. رابرتسون، رونالد (۱۳۸۰). جهانی شدن: تئوری اجتماعی و فرهنگی جهانی. ترجمه کمال پولادی. تهران: نشر ثالث.
۶. سجادپور، محمد کاظم (۱۳۸۱). (گردآورنده مجموعه مقالات). جهانی شدن: برداشت‌ها و پیامدها. تهران: وزارت امور خارجه.
۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۹). جهانی شدن، گفتارهایی در باره پدیده یکپارچگی جهانی. ترجمه علی اصغر سعیدی. تهران: انتشارات علم و ادب.
۸. مارفلیت، فیل (۱۳۸۰). جهانی شدن و جهان سوم. ترجمه حسن سوزانی، تهران: وزارت امور خارجه.
۹. مجموعه مقالات هویت ملی و جهانی شدن (۱۳۸۴). تهران: موسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
۱۰. هابرماس، یورگن (۱۳۸۰). جهانی شدن و آینده دموکراسی، منظومه پسا ملی. ترجمه کمال پولادی. تهران: نشر مرکز.
۱۱. هودشتیان، عطا (۱۳۸۰). مدرنیته، جهانی شدن و ایران. تهران: چاپخش.
۱۲. کرین، دایانا و دیگران، (۱۳۸۸). فرهنگ جهانی (رسانه، هنر، سیاست‌گذاری و جهانی شدن). ترجمه نعمت الله فاضلی و مرتضی قلیچ. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۱۳. برگر، پیتر (۱۳۸۴). چند جهانی شدن. ترجمه لادن کیان مهر و علی کمالی. تهران: انتشارات روزنه.
۱۴. پیسی، ارنولد (۱۳۷۶). تکنولوژی در تمدن جهان. نجمه فریدون بدره‌ای، تهران: نشر و پژوهش فرزانه روز.
۱۵. رجایی، فرهنگ (۱۳۷۹). پدیده جهانی شدن، وضعیت بشری و تمدن. تهران: انتشارات آگاه.
۱۶. ساموئل‌بی، هانتینگتن (۱۳۷۸). برخورد تمدن‌ها و بازسازی نظم جهانی. ترجمه محمدعلی و حمید رفیعی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۷. سلیمی، حسین (۱۳۷۹). فرهنگ‌گرایی، جهانی شدن و حقوق بشر. وزارت امور خارجه.
۱۸. والرشتاین، ایمانوئل (۱۳۷۷). سیاست و فرهنگ در نظام متحول جهانی. ترجمه پیروز ایزدی، تهران: نشر نی.



۱۹. رابرتسون، رولاند (۱۳۸۰). جهانی شدن: تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی. ترجمه کمال پولادی، تهران: ثالث: مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها.
۲۰. ریتزر، جرج (۱۳۹۴). جهانی شدن: مبانی. ترجمه سیدعلی اصغر ترابی، افشین زرگر. تهران: سبز آرنج.
۲۱. ریتزر، جرج (۱۳۹۴). جهانی شدن (بایسته‌ها). ترجمه عسگر قهرمانپور. تهران: شرکت چاپخش.
۲۲. کجویان، حسین (۱۳۸۹). نظریه‌های جهانی شدن: پیامد چالش‌های فرهنگ و دین. تهران: نشر نی.
۲۳. کرین، دایانا، نیوکو ناواشیما، کنجی کاوازاکی (۱۳۸۸). فرهنگ جهانی؛ رسانه، هنر، سیاست‌گذاری و جهانی شدن. مترجمان نعمت‌اله فاضلی، مرتضی قلیچ. تهران: دانشگاه امام صادق (ع): وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۴. گل محمدی، احمد (۱۳۹۲). جهانی شدن، فرهنگ، هویت. تهران: نشر نی.
۲۵. محمدی، علی (۱۳۸۵). اسلام در مواجهه با جهانی شدن. تلخیص و ترجمه امیر مازیار. تهران: مرکز مطالعات جهانی

شدن.

۲۶. Boyd-Barrett, O. and T. Rantanen (eds.) (۱۹۹۸). The Globalization of News. London: Sage.
۲۷. Herman, E. and R. McChesney (۱۹۹۷). The Global Media - The New Missionaries of Corporate Capitalism. London: Cassell.
۲۸. Hirst, P. and G. Thompson (۱۹۹۹). Globalisation in Question - The International Economy and the Possibilities of Governance. Second Edition. Cambridge: Polity.
۲۹. Lechner, F. and Boli, J. (eds.) (۲۰۱۲). The Globalization Reader. NJ: Blackwell.
۳۰. Lull, J. (۲۰۰۰). Media, Communications, Culture: A Global Approach. Second Edition. Cambridge: Polity.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: روزنامه‌نگاری رادیویی و تلویزیونی عنوان درس به انگلیسی: Broadcast Journalism
	عملی			۳	
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:	
	عملی				
	نظری	تخصصی		تعداد ساعت:	
	عملی				
	نظری	اختیاری		تعداد ساعت:	
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/>					
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input checked="" type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با امکانات و محدودیت‌های رادیو و تلویزیون در پوشش رویدادهای خبری
- ۲- آشنایی با تکنیک‌های تهیه برنامه‌های خبری برای رادیو و تلویزیون و تفاوت‌های مهم موجود میان روزنامه‌نگاری مطبوعاتی و روزنامه‌نگاری برای رادیو و تلویزیون
- ۳- آشنایی با تکنیک‌های ضبط و برنامه‌های خبری رادیویی و تلویزیونی.

سرفصل درس:

- ۱- آشنایی با تحریریه خبر در رادیو و تلویزیون
- ۲- برنامه کار در اتاق خبر
- ۳- کارکرد صدا در رادیو
- ۴- کارکرد صدا و تصویر در تلویزیون
- ۵- آشنایی با تکنیک‌های ضبط صدا و تصویر
- ۶- خبر رادیویی و تلویزیونی: خلاصه خبر، شیوه‌های تنظیم خبر برای رادیو و تلویزیون، زاویه خبر، شروع خبر، نقل قول در خبر رادیویی و تلویزیونی، پیشینه خبر، زبان خبر، پایان خبر، خوانش خبر، ویرایش خبر رادیویی و تلویزیونی و ...
- ۷- بررسی ویژگی‌های مصاحبه، گزارش، میزگرد، تفسیر در رادیو و تلویزیون.



تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور و استودیو.	۴۰٪	۶۰٪		

منابع:

۱. یورک، آیور (۱۳۷۹). مبانی گزارشگری تلویزیونی. ویراستاری مهدخت بروجردی علوی. تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما.
 ۲. قاضی‌زاده، علی اکبر (۱۳۸۱). گزارشگری در رادیو. تهران: تحقیق و توسعه صدا.
 ۳. مک کوی، کونسی (۱۳۸۱). برنامه‌سازی خلاق در رادیو. ترجمه ناصر بلیغ. تهران: سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
 ۴. نوربرگ، اریک گت. (۱۳۸۶). خط مشی‌های برنامه‌سازی برای رادیو. ترجمه ناصر بلیغ. تهران: طرح آینده.
 ۵. میلرسون، جراللد (۱۳۹۳). فن برنامه‌سازی تلویزیونی. ترجمه مهدی رحیمیان. چاپ هفتم. انتشارات سروش.
 ۶. باتلر، جرمی (۱۳۸۸). تلویزیون، کاربرد و شیوه‌های نقد. ترجمه مهدی رحیمیان. تهران: انتشارات دانشکده صدا و سیما.
 ۷. پاسدار، محمدرضا (۱۳۸۷). تهیه‌کنندگی برای تلویزیون. تهران: انتشارات دانشکده صدا و سیما.
- A. Millerson, Gerald & Owens, Jim (۲۰۰۹). Television Production. Fourteenth Edition. MA: Focal Press.



دروس پیشنهادی: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: ارتباطات سازمان عنوان درس به انگلیسی: Organizational Communication
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری *	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشنایی با فرآیند و کارکرد ارتباطات در سازمان‌ها
- ۲- آشنایی با عوامل موثر بر ساختار سازمانی و ارتباط موثر در سازمان.

سرفصل درس:

- ۱- مقدمه و تعاریف
- ۲- تاریخچه مطالعات در زمینه ارتباطات سازمانی
- ۳- رویکردهای کلاسیک
- ۴- رویکردهای روابط انسانی
- ۵- رویکردهای سیستمی
- ۶- رویکردهای فرهنگی
- ۷- رویکردهای انتقادی و پست مدرن
- ۸- فرایند جامعه پذیری
- ۹- فرایندهای کنترل عملکرد
- ۱۰- فرایندهای تصمیم گیری



۱۱- فرایندهای حمایت اجتماعی

۱۲- فرایندهای مدیریت تعارض

۱۳- فرایندهای ارتباط خارجی

۱۴- فرایندهای تکنولوژیک

۱۵- فرایندهای مدیریت تنوع

۱۶- کانالهای ارتباطی در سازمان

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور		٪۱۰۰		

منابع:

۱. میلر، کاترین (۱۳۷۷). ارتباطات سازمانی. ترجمه آذر قبادی. تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
۲. فرهنگی، علی اکبر و صفرزاده، حسین (۱۳۹۵). نظریه‌های ارتباطات سازمانی. تهران: موسسه خدمات فرهنگی رسا.
۳. مهدیه، امید (۱۳۹۴). ارتباطات سازمانی: مفاهیم، الگوها، ابزارها. تهران: موسسه کتاب مهربان نشر.



دروس پیشیناز: ندارد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: کودک و رسانه
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشنایی دانشجویان با تعریف و ویژگی های کودک، مواجهه کودک با رسانه،
- ۲- آشنایی با نظریه های کودک و رسانه، اثرات رسانه بر کودک، سیاست گذاری، برنامه سازی برای کودک و بازنمایی کودک در رسانه.

سرفصل درس:

- ۱- مواجهه کودک و رسانه: تعریف کودک و ویژگی های دوران کودکی، فرایندهای شناختی کودک، دریافت و ادراک کودک، خیال و واقعیت برای کودک
- ۲- نظریه های کودک و رسانه: جایگاه کودک در مدل های ارتباطی، نظریه نسل ها (اشتراوس و هاو)، نظریه یادگیری اجتماعی (بندورا)، نظریه کاشت (گرینر)، نظریه طرحواره
- ۳- اثرات رسانه بر کودک: تاریخچه نگرانی از اثرات رسانه ها، تحقیقات درباره اثرات رسانه ها بر کودکان، خشونت و رابطه جنسی، اعتیاد به تلویزیون، اینترنت و بازی رایانه ای، نقش والدین و مربیان، آموزش سواد رسانه ای به کودک
- ۴- سیاست گذاری و وضع قانون: نظام های درجه بندی محتوای رسانه ای (رادیو تلویزیون، فیلم، بازی رایانه ای، اینترنت، موسیقی)، قوانین و مقررات برای حفاظت از کودکان در برابر محتوای نامناسب، محدودیت های تبلیغات و اسپانسرهای کودک، کودکان و مسائل اینترنت (هرزه نگاری، حریم خصوصی، سوء استفاده جنسی و...) ...



۵- برنامه‌سازی برای کودک، معرفی و نقد برنامه‌های رادیو تلویزیونی کودک در ایران و جهان، معرفی و نقد بازی‌های رایانه‌ای ایرانی و خارجی، معرفی و نقد وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی کودک، معرفی و نقد شرکت‌ها و کارگاه‌های برنامه‌سازی مشهور در ایران و جهان

۶- کودک در رسانه: بازنمایی کودک در فیلم‌های سینمایی، بازنمایی اقلیت‌های قومی، تزاوی، مذهبی و جنسیتی در برنامه‌های کودک، اسلام‌هراسی و ایران‌هراسی در بازی‌های رایانه‌ای.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون‌های نهایی		میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور، دسترسی به اینترنت، امکان نمایش فیلم و بازی‌های رایانه‌ای مرتبط.		۱۰۰٪		

منابع:

۱. کندانیز، رز ام. (۱۳۹۴). کودکان و نوجوانان نسل هزاره؛ خانواده و رسانه‌های جمعی. ترجمه فرزانه نژادکی و فرج حسینیان. تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۲. دگانتانو، گلوریا (۱۳۹۳). فرزندپروری در عصر رسانه. ترجمه محمدرضا رستمیو فروغ ادیسی. تهران: انتشارات همشهری.
۳. مش، گوستاو اس. و تلمود، ایلان (۱۳۹۴). نوجوان دیجیتال؛ دنیای اجتماعی نوجوانان در عصر اینترنت. ترجمه اسماعیل سعدی‌پور، مینا آذرینوش. تهران: انتشارات رشد.
۴. ساروخانی، باقر و ایزددوست، صدیقه (۱۳۹۴). کودکان و رسانه‌های جمعی. تهران: انتشارات دانشگاه صدا و سیما.
۵. گوئتر، بری و مک‌آلر، جیل (۱۳۸۰). کودک و تلویزیون. ترجمه نصرت فنی. تهران: انتشارات سروش.
۶. حکیم آرا، محمدعلی (۱۳۸۸). روان‌شناسی رسانه. ترجمه و تألیف، تهران: دانشکده صدا و سیما.
۷. باهنر، ناصر (۱۳۹۰). دین، کودک و رسانه. تهران: اتحادیه رادیو و تلویزیون‌های اسلامی.
۸. باهنر، ناصر (۱۳۹۰). مآخذ شناسی دین، کودک و رسانه. تهران: اتحادیه رادیو و تلویزیون‌های اسلامی.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: تکنولوژی‌های ارتباطی
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					
عنوان درس به انگلیسی: Communication Technologies					

هدف:

آشنایی دانشجویان با چگونگی پیدایش، کاربرد و آثار تکنولوژی‌های ارتباطی، برای این منظور با بهره گرفتن از مدل اکوسیستم تکنولوژی‌های ارتباطی گرنر و همکاران (۲۰۱۶) هر تکنولوژی ارتباطی در لایه‌های زیر بررسی می‌شود: سخت‌افزار، نرم‌افزار و محتوا؛ زیرساخت‌های سازمانی؛ نظام اجتماعی و کاربران.

سرفصل درس:

- ۱- مقدمه‌ای بر فناوری‌های ارتباطی: چارچوب مطالعه تکنولوژی‌های ارتباطی در چهار لایه مذکور
- ۲- پیشینه و فناوری چاپ: پیدایش چاپ، انواع چاپ، حروفچینی و صحافی نشریات، نشر الکترونیک
- ۳- پیشینه و فناوری عکاسی: پیدایش فیلم، اجزاء و کارکرد دوربین آنالوگ
- ۴- پیشینه و فناوری سینما و ویدئو: تصاویر متحرک، نحوه عملکرد دوربین فیلمبرداری، عکاسی و فیلمبرداری دیجیتال، یکسک‌ها و سنورها، فرمت‌ها و کدک‌ها
- ۵- پیشینه و فناوری رادیو: امواج رادیویی، تجهیزات ارسال و دریافت برنامه‌های رادیویی، تحولات رادیو، صدای آنالوگ و دیجیتال، پادکست و انواع آن، مقایسه با رادیوی دیجیتال و اینترنتی، تفاوت تجهیزات مورد نیاز ساخت پادکست و رادیو
- ۶- پیشینه و فناوری تلویزیون: تلویزیون سیاه و سفید، استانداردهای تلویزیون رنگی، انواع پخش تلویزیونی، پخش زنده، تلویزیون دیجیتال، وضوح بالا، پخش بر اساس تقاضا (on demand)، رقابت OTT ها با تلویزیون‌های سنتی، تلویزیون اینترنتی یا IPTV



- ۷- پیشینه و معرفی فناوریهای مخابراتی: از سلفور تا تلگراف، اختراع تلفن، شبکه مخابراتی قدیمی و مبتنی بر حافظه کامپیوتری، از سیم مسی تا فیبر نوری، فکس
- ۸- ارتباطات سیار و تلفن همراه هوشمند: از تلفن بی سیم داخل خودرو تا شبکه سلولی موبایل، خدمات افزوده موبایل، نسل های شبکه موبایل، تلفن همراه هوشمند و ویژگی های آن، شبکه های اجتماعی موبایلی، نرم افزارهای پیام رسان موبایلی، تحولات بخش خدمات بر اساس برنامه های گوشی های هوشمند
- ۹- پیشینه و معرفی ماهواره ها: انواع ماهواره ها و کارکردشان، خصوصیات ماهواره های ارتباطی، مدارهای گردش ماهواره ها
- ۱۰- پیشینه و انواع کامپیوترها، اینترنت و شبکه سازی: از مین فریم تا کامپیوتر شخصی، واسط های کاربری متنی و گرافیکی، شکل گیری نشر رومیزی، اینترنت و وب، مفاهیم پایه ای شبکه سازی، نحوه عملکرد وب
- ۱۱- شبکه های اجتماعی و داده های بزرگ: زمینه های پیدایش، سبک زندگی متأثر از شبکه های اجتماعی، داده های بزرگ و امکان پیش بینی روندها و نگرش ها، تلاش برای جهت دهی به افکار عمومی، تبلیغات هدفمند
- ۱۲- بازی های ویدئویی و کامپیوتری: پیدایش صنعت بازی های ویدئویی، بازی کامپیوتری به مثابه رسانه، ژانرهای بازی، انواع گرافیک دو بعدی، سه بعدی و واقعیت مجازی.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور، دسترسی به اینترنت و امکان نمایش فیلم و بازی های رایانه ای مرتبط.	۲۰٪	۸۰٪		

منابع:

۱. بن، دیوید (۱۳۹۱). راهنمای جدید چاپ و گرافیک. ترجمه حمید لباف. تهران: انتشارات فرهنگسرای میردشتی.
۲. بریگر، ایسا و برک، پیتر (۱۳۹۱). تاریخ اجتماعی رسانه ها (از گوتمبرگ تا اینترنت). ترجمه حسن نمک دوست نهرانی. تهران: انتشارات همشهری.
۳. لاودن، کنت و لاودن، جین پرایس (۱۳۹۴). فناوری اطلاعات و ارتباطات: مفاهیم و کاربردها. ترجمه حمید محسنی. تهران: انتشارات کتابدار.
۴. نارولا، اوما و هنسن، جریس (۱۳۸۱). تکنولوژی های جدید ارتباطی در کشورهای در حال توسعه. ترجمه داود حیدری. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
۵. Grant, August E. & Meadows, Jennifer H. (۲۰۱۶). Communication Technology Updates and Fundamentals. ۱۵th edition. USA: Focal Press.

دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: اصول روابط عمومی عنوان درس به انگلیسی: Principles of Public Relations
	عملی			۳	
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:	
	عملی			۴۸	
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف:

- ۱- آشنا ساختن دانشجویان با فلسفه و تاریخچه روابط عمومی در ایران و جهان
- ۲- آشنایی با تعاریف و مفاهیم روابط عمومی، ضرورت و اهمیت اطلاع رسانی در جوامع معاصر با تأکید بر مسئولیت اخلاقی و حرفه‌ای کارگران روابط عمومی.

سرفصل درس:

- ۱- مقدمه: تاریخچه روابط عمومی در ایران و جهان
- ۲- تعاریف روابط عمومی
- ۳- روابط عمومی و اقناع
- ۴- اکولوژی
- ۵- روابط عمومی و افکار عمومی
- ۶- روابط عمومی و ایماژ
- ۷- سازمان روابط عمومی (داخلی و خارجی)
- ۸- فرایند در روابط عمومی
- ۹- عامه در روابط عمومی



۱۰- ابزار و ادوات ارتباطی

۱۱- ارتباط با رسانه‌ها

۱۲- روابط عمومی تخصصی

۱۳- روابط عمومی به عنوان یک حرفه و اصول اخلاقی حاکم بر آن

۱۴- آشنایی با ادبیات روابط عمومی.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشتاری		
پروژکتور، دسترسی به اینترنت.	٪۲۰	٪۸۰		

منابع:

۱. کوهن، پائولا مارانتز (۱۳۸۷). درسنامه روابط عمومی. ترجمه سید محمد خاموشی و میرسعید قاضی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۲. میرسعید قاضی، علی (۱۳۹۲). تئوری و عمل در روابط عمومی و ارتباطات. تهران: مبتکران.
۳. شکرخواه، یونس (۱۳۹۳). روابط عمومی از زاویه ارتباطات. تهران: سپه‌ای شرق.
۴. اسمیت، رونالد دی. (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی استراتژیک روابط عمومی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.



دروس پیشنهادی: کلیات علم اقتصاد	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: اصول تبلیغات بازرگانی عنوان درس به انگلیسی: Principles of Commercials
	عملی			۲	
	نظری	اصلی		تعداد ساعت:	
	عملی			۳۲	
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار					

هدف:

- ۱- فراهم آوردن زمینه‌های آشنایی دانشجویان با آگهی‌های بازرگانی و نقش آن در زندگی اجتماعی
- ۲- آشنایی با کاربرد تبلیغی رسانه‌ها و اصول و شیوه‌های تبلیغ تجاری و نقش آژانس‌های تولید آگهی.

سرفصل درس:

- ۱- تاریخچه تبلیغات بازرگانی در ایران و جهان
- ۲- تعریف، مفاهیم و انواع تبلیغات بازرگانی
- ۳- جایگاه تبلیغات بازرگانی در مقایسه با سایر پیام‌های رسانه‌ای
- ۴- اهداف و انگیزه‌ها
- ۵- اصول و شیوه‌های تولید
- ۶- زبان و محتوای تبلیغات تجاری
- ۷- کاربرد تبلیغ در رسانه‌ها
- ۸- نقش و آثار اجتماعی و اقتصادی تبلیغات تجاری
- ۹- شیوه بررسی اثرات پیام‌های تبلیغی تجاری



- ۱۰- ارزیابی نظرات موافقان و مخالفان
 ۱۱- تبلیغات بازرگانی و فن آوری های نوین ارتباطی.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی/پروژه	نوشته‌ای		
پروژکتور، دسترسی به اینترنت	۲۰٪	۸۰٪		

منابع:

۱. جاوت، گارث، ادائل، ویکتوریا (۱۳۹۰). تبلیغات و اقناع. ترجمه حسین افخمی. تهران: همشهری.
۲. بینگر، اتولر (۱۳۷۶). ارتباطات اقناعی. ترجمه علی رستمی. تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما.
۳. کیا، علی اصغر، سعیدی، رحمان (۱۳۸۳). مبانی ارتباط، تبلیغ و اقناع. تهران: روزنامه ایران: موسسه انتشاراتی.
۴. اسکندری، علی (۱۳۹۱). تاثیر تبلیغات بازرگانی بر کودکان. ویراستاری احمد ارژمند. تهران: مبلغان.



دروس پیشنهادی: مبانی مطالعات ارتباطی	نظری	پایه	نوع واحد	تعداد واحد: ۳	عنوان درس به فارسی: روزنامه‌نگاری شهروندی
	عملی				
	نظری	اصلی		تعداد ساعت: ۴۸	
	عملی				
	نظری	تخصصی			
	عملی				
	نظری	اختیاری			
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار					

هدف:

آشنایی دانشجویان با تاثیرات گسترش اینترنت و وب جهان گستر و پس از آن تولد و فراگیری وب تعاملی، که به مرور شهروندان را از صرف مخاطب بودن در زیست‌بوم رسانه‌ها، به مشارکت‌کننده‌های فعال ارتباطات خودانگیز (Mass Self Communication) تبدیل کرده است که در محتوا خود تولید، در پخش خود گردان و در دریافت خود‌گزین هستند.



سرفصل درس:

- ۱- ظهور اینترنت، وب جهان گستر و وب تعاملی: ورود شهروندان به چرخه روزنامه‌نگاری و شکل‌گیری زیست‌بوم جدید رسانه‌ها
- ۲- روزنامه‌نگاری شهروندی و بارقه‌های امید: صدای بی‌صداها و ابزار هوشی
- ۳- محتوای تولید شده توسط کاربران: (User Generated Content) زمینه‌های تولد، اهمیت یافتن و مسیرهایی که طی شد؛ رسانه‌های شخصی، پلتفرم‌های اجتماعی، رسانه‌های بزرگ و پیام‌رسان‌های موبایلی
- ۴- کاربران و رسانه‌های شخصی: تولد و زوال وبلاگ‌نویسی
- ۵- کاربران و رسانه‌های کنشگر: وب‌سایت‌های کنشگران جهانی، ملی و محلی
- ۶- کاربران و رسانه‌های بزرگ: از رسانه‌های جایگزین تا حضور مخاطبان در طراحی و تولید برنامه‌های خبری در تلویزیون
- ۷- کاربران و شبکه‌های اجتماعی: فرصت‌ها و تهدیدهای قدرت یافتن پلتفرم‌ها
- ۸- کاربران و نخبگان سیاسی: تجربه‌های جدیدی از سیاست‌مداران وبلاگ‌نویس تا گفت‌وگوهای توییتری
- ۹- کاربران و روزنامه‌نگاران: نقش روزنامه‌نگاری شهروندی در حرفه روزنامه‌نگاری و تولد روزنامه‌نگاری شبکه‌ای

- ۱۰- روزنامه‌نگاری شهروندی و تحولات سیاسی: شبکه‌های خشم و امید
- ۱۱- روزنامه‌نگاری شهروندی و تحولات فرهنگی: از روزنامه‌نگاری مشارکتی تا بازناب سبک زندگی شهروندان
- ۱۲- روزنامه‌نگاری شهروندی و تحولات اقتصادی: اقتصاد دیجیتال از بورس آنلاین در کره جنوبی تا خرده‌فروشی در ایران
- ۱۳- روزنامه‌نگاری شهروندی و روابط بین‌الملل: عصر دیپلماسی دیجیتال
- ۱۴- کژکار کردهای متأخر: ظهور خیرجملی به عنوان میراث پایانی روزنامه‌نگاری شهروندی
- ۱۵- مبانی نظری روزنامه‌نگاری شهروندی: از حوزه عمومی جایگزین هابرماس، تا مباحث مختلف کاسلتر
- ۱۶- چهره‌های کلیدی در موضوع روزنامه‌نگاری شهروندی: کریس آتن Chris Atten، کلمنکیا رودریگز Clemencia Rodriguez، جان داویننگ John Downing.

تجهیزات مورد نیاز	آزمون های نهایی		میان ترم	ارزشیابی مستمر
	عملکردی پروژه	نوشتاری		
- پروژکتور - دسترسی به اینترنت - دو جلسه از کلاس در قالب سخنرانی عمومی - سخنران صاحب‌نظر - دو جلسه از کلاس در قالب پخش دو فیلم (داستانی یا مستند)	۵۰٪	۵۰٪		

منابع:

۱. الوندی، پدram (۱۳۸۵). روزنامه‌نگاری شهروندی. تهران: انتشارات همشهری.
۲. قوتلو قاجار، مصطفی (۱۳۹۳). روزنامه‌نگاری شهروندی. انتشارات نایه.
۳. الوندی، پدram (۱۳۹۳). روزنامه‌نگاری شبکه‌ای. تهران: انتشارات نایه.
۴. مولایی، محمد مهدی (۱۳۹۳). روزنامه‌نگاری ویکی. تهران: انتشارات نایه.
۵. جهانشاهی، امید (۱۳۹۳). روزنامه‌نگاری جایگزین. تهران: انتشارات نایه.
۶. گود، لوک و دیگران (۱۳۹۳). روزنامه‌نگاری شهروندی و دموکراسی. ترجمه محمود سلطان آبادی. تهران: انتشارات نایه.



۷. سلطان آبادی، محمود (۱۳۹۳). روزنامه‌نگاری در رسانه‌های اجتماعی. تهران: انتشارات نایه.
۸. آلن، استوارت (۱۳۹۳). گفتارهایی در روزنامه‌نگاری شهروندی. تهران: انتشارات همشهری.
۹. شلدون، پویسا (۱۳۹۶). رسانه‌های اجتماعی: اصول و کاربردها. ترجمه حسین حسینی تهران: انتشارات نایه.
۱۰. بومن، شاین و ویلیس، کریس (۱۳۹۲). روزنامه‌نگاری مشارکتی. ترجمه محمود سلطان آبادی. تهران: نشر علم.

۱۱. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). شبکه‌های خشم و امید. ترجمه مجتبی قلی‌پور. تهران: نشر مرکز.
۱۲. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات (سه جلدی). ترجمه احد عقیلیان و افشین خاکباز. تهران: نشر طرح نو.
۱۳. بیولا، کورنلیو و هلمز، مارکوس (۱۳۹۵). دیپلماسی دیجیتال نظریه و عمل. ترجمه رعنا کاظمی مهرآبادی. تهران: نشر کتاب پارسه.
۱۴. بی‌نام (۱۳۹۴). توسعه به کمک رسانه‌های اجتماعی. تهران: سازمان فناوری اطلاعات ایران.
۱۵. خاتیکی، هادی و بصیریان جهرمی، حسین (۱۳۹۲). کنشگری و قدرت در شبکه‌های اجتماعی مجازی. فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی. شماره ۶۱، تابستان ۱۳۹۲.
۱۶. خاتیکی، هادی و بابایی، محمود (۱۳۹۱). تاثیر سازوکارهای ارتباطی اینترنت بر الگوهای تعامل کنشگران فضای سایبر ایران. فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۵۶، بهار ۱۳۹۱.
۱۷. خاتیکی، هادی و الوندی، پدram (۱۳۹۰). "مشارکت اجتماعی آنلاین" و توسعه "جماعت‌های محلی" در ایران، مطالعه موردی "شبکه خویشاوندی فشارکی‌ها". فصلنامه رفاه اجتماعی. سال یازدهم، شماره ۴۱، تابستان ۱۳۹۰.
۱۸. خاتیکی، هادی و الوندی، پدram (۱۳۸۹). رسانه‌های شهروندی و حوزه عمومی جایگزین. فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی. شماره ۵۱، زمستان ۱۳۸۹.
۱۹. رضایی، محمد، خلیلی اردکانی، محمدعلی و ضابطیان، بهرننگ (۱۳۹۴). حیات فیس بوکی در ایران: ساخت خود زنانه در فیس بوک. فصلنامه رسانه‌های نوین. شماره ۱، بهار ۱۳۹۴.

