



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی علمی - کاربردی

مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس  
دوره کاردانی حرفه ای  
تبلیغات

به روش اجرای ترمی و پودمانی

گروه فرهنگ و هنر

این برنامه به پیشنهاد گروه فرهنگ و هنر در جلسه ۲۰۴ مورخ ۱۳۹۱/۶/۱۹ شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی علمی - کاربردی مطرح شد و با اکثریت آراء به تصویب رسید. این برنامه از تاریخ ابلاغ برای موسسات و مراکز آموزشی علمی - کاربردی که مجوز اجرای آن را دارند قابل اجرا است.



بسمه تعالی

## برنامه آموزشی و درسی دوره کاردانی حرفه ای

### تبلیغات

مصوبه جلسه ۲۰۴ مورخ ۱۳۹۱/۶/۱۹ شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی  
علمی - کاربردی

شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی علمی - کاربردی در جلسه ۲۰۴ مورخ ۱۳۹۱/۶/۱۹ براساس پیشنهاد گروه فرهنگ و هنر برنامه آموزشی و درسی دوره تبلیغات را مطرح و تصویب کرد. این برنامه از تاریخ ابلاغ در موسسات و مراکز آموزشی علمی - کاربردی که مجوز اجرای آن را از دانشگاه جامع علمی - کاربردی اخذ نموده اند، قابل اجراست.

رای صادره جلسه ۲۰۴ مورخ ۱۳۹۱/۶/۱۹ شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی علمی - کاربردی در

خصوص برنامه آموزشی و درسی کاردانی حرفه ای

### تبلیغات

صحیح است. به واحدهای مجری ابلاغ شود.

عبدالرسول پور عباس

رئیس شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی علمی - کاربردی

رونوشت :

معاون محترم آموزشی دانشگاه جامع علمی - کاربردی جهت ابلاغ به واحدهای مجری.

مورد تأیید است:

علیرضا جمالزاده

مدیر شورای

برنامه ریزی آموزشی و درسی علمی - کاربردی

عیسی کشاورز

سرپرست دفتر

برنامه ریزی آموزشی مهارتی

رجبعلی پورزونی

نایب رئیس

شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی



## فهرست مطالب

|                          |   |
|--------------------------|---|
| فصل اول                  | ۴ |
| مشخصات کلی برنامه آموزشی |   |

|                                                        |   |
|--------------------------------------------------------|---|
| مقدمه                                                  | ۵ |
| تعریف و هدف                                            | ۵ |
| ضرورت و اهمیت                                          | ۵ |
| قابلیت‌ها و مهارت‌های مشترک فارغ‌التحصیلان             | ۶ |
| قابلیت‌ها و توانمندی‌های حرفه‌ای فارغ‌التحصیلان        | ۶ |
| مشاغل قابل احراز                                       | ۷ |
| ضوابط و شرایط پذیرش دانشجو                             | ۷ |
| طول و ساختار دوره                                      | ۷ |
| جدول مقایسه‌ای جهت‌گیری نظری و مهارتی دروس بر حسب ساعت | ۸ |
| جدول استاندارد تعداد واحدهای درسی                      | ۸ |

|            |   |
|------------|---|
| فصل دوم    | ۹ |
| جداول دروس |   |

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| جدول دروس عمومی             | ۱۰ |
| جدول دروس مهارت‌های مشترک   | ۱۱ |
| جدول دروس پایه              | ۱۱ |
| جدول دروس اصلی              | ۱۱ |
| جدول دروس تخصصی             | ۱۲ |
| جدول دروس آموزش در محیط کار | ۱۳ |
| جدول ترم‌بندی               | ۱۴ |
| جدول مشخصات پودمان          | ۱۶ |
| جدول نحوه اجرای پودمان      | ۱۷ |

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| فصل سوم                                                  | ۲۲ |
| سرفصل دروس، ریز محتوا و استانداردهای آموزشی در مرکز مجری |    |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| الف: هدف درس               | ۲۳ |
| ب: سرفصل آموزشی            | ۲۳ |
| ج: منبع درسی               | ۲۳ |
| د: استانداردهای آموزشی درس | ۲۴ |



|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| فصل چهارم.....                                    | ۶۹ |
| سرفصل دروس و استانداردهای اجرای آموزش در محیط کار |    |
| کاربینی.....                                      | ۷۰ |
| کارورزی ۱.....                                    | ۷۱ |
| کارورزی ۲.....                                    | ۷۳ |
| پیوست ۱.....                                      | ۷۵ |
| پیوست ۲.....                                      | ۷۶ |

ضمائم:

|                           |    |
|---------------------------|----|
| مشخصات تدوین کنندگان..... | ۷۸ |
|---------------------------|----|



## فصل اول

### مشخصات کلی برنامه آموزشی



### مقدمه:

هم‌اکنون در دنیای صنعت و تجارت مبارزه سختی در جریان است. برخی از رقبا به دلایل گوناگون از صحنه رقابت خارج می‌شوند. اما در عوض تعداد بیشتری جای آنان را می‌گیرد. همه تولیدکنندگان می‌خواهند کالا و خدمات خود را هر چه بیشتر به فروش رسانند تا از این راه سود بیشتری به دست آورند.

تبلیغ به مفهوم امروزی آن، مجموعه پیچیده‌ای از رشته فعالیتهای گوناگون است که در یک چارچوب مشخص، بر پایه اصولی معین در قالب برنامه‌هایی مدرن برای دستیابی به هدف یا هدفهای تدوین شده صاحبان تبلیغ عمل می‌کنند. از این رو به شرط ورود به این عرصه از کار و موفق شدن در آن، از یک سو داشتن آگاهی گسترده و درک عمیق از اصول و مفاهیم، روشها و شیوه‌های عمل تبلیغات جاری و از سوی دیگر، برخورداری از مهارت و توانایی در تدوین طرحها و برنامه‌های فکورانه بازاریابی، اجرا و ارزشیابی آنها برای تعیین درجه نیل به هدف یا هدفهای تبلیغ کننده است.

### تعریف و هدف:

دوره کاردانی حرفه ای تبلیغات در قالب آموزشهای مهارت و فناوری به برنامه درسی اطلاق می‌شود که دانشجویان با کسب مجموعه‌ای از دانش و مهارتهای عملی در تبلیغات بتوانند امور محوله در مشاغل قابل احراز را به گونه‌ای شایسته انجام دهند.

### ضرورت و اهمیت:

تبلیغات در جهان امروز و در عصر انفجار اطلاعات، در مراودات اقتصادی و فرهنگی از جایگاه علمی - تخصصی و در ابعادی وسیع‌تر، هنری برخوردار است. فرد فعال در عرصه تبلیغات با بهره‌گیری از علوم مختلف از جمله روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد و آمار و نیز شناخت فرهنگ و آداب و رسوم مخاطبان، می‌تواند در عرصه رقابتها بهترین و کارآمدترین شیوه‌ها را به کار گیرد.

با تمام توجهی که دنیای پیشرفته به این امر نشان می‌دهد و درجه بالایی از هزینه‌ها را به امر تبلیغات اختصاصی می‌دهد و در کشورها با وجود نیاز حیاتی به توسعه اقتصادی، این امر ناشناخته و کم اهمیت شمرده می‌شود.



**قابلیت ها و مهارت های مشترک فارغ التحصیلان :**

- الف - گزارش نویسی و مستند سازی
- ب - ارائه گزارش نتایج کار و جریان فعالیت ها (Presentation)
- پ - انجام کار گروهی
- ت - طبقه بندی و پردازش اطلاعات
- ث - بهره گیری از رایانه
- ج - برقراری ارتباط موثر در محیط کار
- چ - سازماندهی و اداره کردن افراد تحت سرپرستی و آموزش آنها
- ح - خودآموزی و یادگیری مستمر در راستای بالندگی شغلی
- خ - ایجاد کسب و کارهای کوچک و کارآفرینی
- د - رعایت اخلاق حرفه ای و تنظیم رفتار سازمانی
- ذ - اجرای الزامات بهداشت، ایمنی و محیط زیست (HSE)
- ر - تفکر نقادانه و اقتضایی
- ز - خلاقیت و نوآوری

**قابلیت ها و توانمندی های حرفه ای فارغ التحصیلان :**

- بتواند نمایشگاه برگزار کند.
- بتواند تبلیغات اینترنتی تولید نماید.
- بتواند تصویر و عکس تبلیغاتی تهیه کند.
- بتواند لوگو و نشان تجاری تهیه کند.
- بتواند طراحی بسته بندی محصول را انجام دهد.
- بتواند اوراق اداری را طراحی نماید.
- بتواند تابلو و بنر و پوستر تبلیغاتی طراحی کند.
- بتواند به عوامل موثر بر بازار مسلط باشد.
- بتواند مانیتورینگ رسانه را انجام دهد.
- بتواند آمارهای مورد نیاز تبلیغات را جمع آوری و نگهداری و بازیابی نماید.
- بتواند نظر مخاطبان را در مورد تبلیغ بیبرد.
- بتواند خرید رسانه ای مناسب برای تبلیغات انجام دهد.
- بتواند برای رسانه های (نوشتاری، محیطی، دیداری و شنیداری و اینترنتی) برنامه ریزی کند.
- بتواند شعار مناسب تبلیغاتی بنویسد.
- بتواند متن بروشور تبلیغاتی تهیه کند.



**مشاغل قابل احراز:**

- متصدی امور اجرایی تبلیغ
- مجری تبلیغات
- متصدی امور بررسی بازار (بازاریاب)
- بازاریاب رسانه‌ای (متصدی امور رسانه ای)
- نویسنده پیام‌های تبلیغاتی

**ضوابط و شرایط پذیرش دانشجو:** (رشته تحصیلی دیپلم - گواهی سلامت...):

- داشتن دیپلم کامل متوسطه
- داشتن شرایط عمومی تحصیل در نظام آموزش عالی کشور

**طول و ساختار دوره :**

دوره کاردانی حرفه‌ای مبتنی بر نظام واحدی و متشکل از مجموعه‌ای از دروس نظری و مهارتی است و با توجه به قابلیت‌ها و مهارت‌های مشترک و حرفه ای به ۲ بخش «آموزش در مرکز مجری» و «آموزش در محیط کار» تقسیم می‌شود. مجموع واحدهای هر دوره بین ۶۸ تا ۷۲ واحد و مجموع ساعات آن ۱۷۵۰ تا ۲۱۰۰ ساعت می‌باشد که در طول حداقل ۲ و حداکثر ۳ سال قابل اجرا است. این دوره به دو روش نیمسال و پودمانی اجرا می‌شود.

**۱. آموزش در مرکز مجری :**

بخش آموزش در مرکز مجری شامل ۶۳ تا ۶۷ واحد، معادل ۱۲۵۰ تا ۱۵۵۰ ساعت است. هر واحد نظری معادل ۱۶ ساعت، هر واحد آزمایشگاهی معادل ۳۲ ساعت، هر واحد کارگاهی و پروژه معادل ۴۸ ساعت است. در موارد خاص دروس آزمایشگاهی و کارگاهی یک واحدی را می‌توان به ترتیب ۴۸ و ۶۴ ساعت در نظر گرفت.

**۲. آموزش در محیط کار:**

این بخش از آموزش عبارت است از مجموعه فعالیت هایی که دانشجو به منظور تسلط عملی و درک کاربردی از آموخته های خود در آغاز، حین و پایان دوره تحصیلی، در محیط کار واقعی انجام می دهد. این بخش شامل یک درس کاربینی و ۲ درس کارورزی در مجموع به میزان ۵ واحد، معادل ۵۱۲ ساعت است. هر واحد کاربینی معادل ۳۲ ساعت و هر واحد کارورزی معادل ۱۲۰ ساعت می‌باشد.



## دوره کاردانی حرفه ای تبلیغات

جدول مقایسه‌ای جهت گیری نظری و مهارتی دروس بر حسب ساعت (بدون احتساب دروس عمومی):

| نوع درس | جمع ساعت | درصد | درصد استاندارد |
|---------|----------|------|----------------|
| نظری    | ۵۹۲      | ۳۸/۷ | حداکثر ۴۰      |
| مهارتی  | ۹۳۶      | ۶۱/۳ | حداقل ۶۰       |
| جمع     | ۱۵۲۸     | ۱۰۰  |                |

جدول استاندارد تعداد واحدهای درسی:

| دروس                                  | استاندارد (تعداد واحد)                         | برنامه مورد نظر |
|---------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------|
| عمومی (مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی) | ۱۱                                             | ۱۱              |
| عمومی (مصوب مجلس شورای اسلامی)        | ۱                                              | ۱               |
| مهارت‌های مشترک                       | ۸                                              | ۸               |
| پایه                                  | ۵-۱۰                                           | ۱۰              |
| * اصلی                                | ۱۴-۲۰                                          | ۱۴              |
| * تخصصی                               | ۲۰-۲۸                                          | ۲۲              |
| "گروه درس" اختیاری (در صورت لزوم)     | حداکثر ۶ واحد از دروس تخصصی برای هر "گروه درس" | —               |
| کاربینی                               | ۱                                              | ۱               |
| کارورزی ۱                             | ۲                                              | ۲               |
| کارورزی ۲                             | ۲                                              | ۲               |
| جمع کل                                | ۶۸-۷۲                                          | ۷۱              |



## فصل دوم

### جداول دروس



جدول دروس عمومی :

| ردیف | شماره درس | نام درس                                                  | تعداد واحد | ساعت |      |
|------|-----------|----------------------------------------------------------|------------|------|------|
|      |           |                                                          |            | نظری | عملی |
| ۱    |           | فارسی                                                    | ۳          | ۴۸   | -    |
| ۲    |           | زبان خارجی                                               | ۳          | ۴۸   | -    |
| ۳    |           | یک درس از گروه درس « مبانی نظری اسلام » <sup>۱</sup>     | ۲          | ۳۲   | -    |
| ۴    |           | یک درس از گروه درس « اخلاق و تربیت اسلامی » <sup>۲</sup> | ۲          | ۳۲   | -    |
| ۵    |           | تربیت بدنی ۱                                             | ۱          | -    | ۳۲   |
| ۶    |           | جمعیت و تنظیم خانواده <sup>۳</sup>                       | ۱          | ۱۶   | -    |
| جمع  |           |                                                          | ۱۲         | ۱۷۶  | ۳۲   |
|      |           |                                                          |            | ۲۰۸  |      |

۱. گروه درس « مبانی نظری اسلام » شامل ۴ درس ( ۱- اندیشه اسلامی (۱) ۲- اندیشه اسلامی (۲) ۳- انسان در اسلام ۴- حقوق اجتماعی - سیاسی در اسلام) مطابق مصوبه جلسه ۵۴۲ شورای عالی انقلاب فرهنگی است.
  ۲. گروه درس « اخلاق و تربیت اسلامی » شامل ۵ درس ( ۱- فلسفه اخلاق - ۲- اخلاق اسلامی ۳- آئین زندگی ۴- عرفان عملی اسلام ) مطابق مصوبه جلسه ۵۴۲ شورای عالی انقلاب فرهنگی و ۵- درس آشنایی با دفاع مقدس مصوب جلسه ۷۷۷ مورخ ۱۳۸۹/۱۱/۹ شورای برنامه ریزی آموزش عالی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است.
  ۳. این درس بر اساس مصوبه جلسه ۸۲۳ مورخ ۱۳۹۱/۱۲/۶ شورای برنامه ریزی آموزشی عالی با عنوان دانش خانواده و جمعیت به ارزش ۲ واحد از نیمسال اول سال تحصیلی ۹۲-۹۳ قابلیت اجرا دارد.
- \* دانشجویان اقلیت های دینی می توانند دروس مورد نظر خود را بدون هیچ محدودیتی از بین کلیه دروس معارف اسلامی انتخاب کرده و بگذرانند. (مطابق مصوبه جلسه ۵۴۲ شورای عالی انقلاب فرهنگی است.)
- \*\* دروس رتبه های ۱ و ۲ باید در دو جلسه ۱/۵ ساعته در ۱۶ هفته تدریس شود.



## دوره کاردانی حرفه ای تبلیغات

جدول دروس مهارت های مشترک:

| ردیف | شماره درس | نام درس                           | تعداد واحد | ساعت |      |     | پیش نیاز | هم نیاز |
|------|-----------|-----------------------------------|------------|------|------|-----|----------|---------|
|      |           |                                   |            | نظری | عملی | جمع |          |         |
| ۱    |           | کاربرد فناوری اطلاعات در ارتباطات | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -        | -       |
| ۲    |           | کارآفرینی                         | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -        | -       |
| ۳    |           | فرهنگ عمومی                       | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -        | -       |
| ۴    |           | اصول سرپرستی                      | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -        | -       |
|      |           | جمع                               | ۸          | ۱۲۸  | -    | ۱۲۸ | -        | -       |

جدول دروس پایه:

| ردیف | شماره درس | نام درس            | تعداد واحد | ساعت |      |     | پیش نیاز | هم نیاز |
|------|-----------|--------------------|------------|------|------|-----|----------|---------|
|      |           |                    |            | نظری | عملی | جمع |          |         |
| ۱    |           | ارتباط تصویری      | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -        | -       |
| ۲    |           | ارتباطات انسانی    | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -        | -       |
| ۳    |           | روان شناسی اجتماعی | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -        | -       |
| ۴    |           | جامعه شناسی فرهنگی | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -        | -       |
| ۵    |           | هنر و ارتباطات     | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -        | -       |
|      |           | جمع                | ۱۰         | ۱۲۸  | ۶۴   | ۱۹۲ | -        | -       |

جدول دروس اصلی:

| ردیف | شماره درس | نام درس                | تعداد واحد | ساعت |      |     | پیش نیاز                            | هم نیاز |
|------|-----------|------------------------|------------|------|------|-----|-------------------------------------|---------|
|      |           |                        |            | نظری | عملی | جمع |                                     |         |
| ۱    |           | رسانه شناسی            | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -                                   | -       |
| ۲    |           | حقوق فرهنگی و رسانه ای | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -                                   | -       |
| ۳    |           | اطلاعات آماری          | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -                                   | -       |
| ۴    |           | مبانی بازاریابی        | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | ارتباطات انسانی، جامعه شناسی فرهنگی | -       |
| ۵    |           | چاپ و نشر              | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -                                   | -       |
| ۶    |           | متون تخصصی             | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -                                   | -       |
| ۷    |           | روابط عمومی و تبلیغات  | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | ارتباطات انسانی، رسانه شناسی        | -       |
|      |           | جمع                    | ۱۴         | ۱۶۰  | ۱۲۸  | ۲۸۸ | -                                   | -       |



جدول دروس تخصصی:

| ردیف | شماره درس | نام درس                        | تعداد واحد | ساعت |      |     | پیش نیاز                                        | هم نیاز |
|------|-----------|--------------------------------|------------|------|------|-----|-------------------------------------------------|---------|
|      |           |                                |            | نظری | عملی | جمع |                                                 |         |
| ۱    |           | اصول و فنون تبلیغات            | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | رسانه شناسی، روان شناسی اجتماعی                 | -       |
| ۲    |           | کانونهای تبلیغاتی              | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -                                               | -       |
| ۳    |           | پیام نویسی در تبلیغات          | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | روان شناسی اجتماعی، ارتباطات انسانی             | -       |
| ۴    |           | عکاسی تبلیغاتی                 | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | جامعه شناسی فرهنگی، روانشناسی اجتماعی           | -       |
| ۵    |           | ارتباط با رسانه                | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | رسانه شناسی                                     | -       |
| ۶    |           | کاربرد نرم افزار ها در تبلیغات | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -                                               | -       |
| ۷    |           | برگزاری نمایشگاه               | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | جامعه شناسی فرهنگی، ارتباطات انسانی             | -       |
| ۸    |           | نظر سنجی                       | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | ارتباطات انسانی، رسانه شناسی، روانشناسی اجتماعی | -       |
| ۹    |           | طراحی                          | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -                                               | -       |
| ۱۰   |           | خوشنویسی و طراحی حروف          | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -                                               | -       |
| ۱۱   |           | مخاطب شناسی                    | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | جامعه شناسی فرهنگی، روانشناسی اجتماعی           | -       |
| جمع  |           |                                |            | ۱۷۶  | ۳۵۲  | ۵۲۸ |                                                 |         |



جدول دروس آموزش در محیط کار:

| ردیف | نام دوره         | تعداد واحد |      | زمان اجرا                                                  |
|------|------------------|------------|------|------------------------------------------------------------|
|      |                  | واحد       | ساعت |                                                            |
| ۱    | کاربینی (بازدید) | ۱          | ۳۲   | ابتدای دوره (از ثبت نام دانشجو تا پیش از پایان نیمسال اول) |
| ۲    | کارورزی ۱        | ۲          | ۲۴۰  | پایان نیمسال دوم                                           |
| ۳    | کارورزی ۲        | ۲          | ۲۴۰  | پایان دوره                                                 |



جدول ترم بندی (پیشنهادی) :

ترم اول

| پیش نیاز | ساعت |      |      | تعداد واحد | نام درس                |
|----------|------|------|------|------------|------------------------|
|          | جمع  | عملی | نظری |            |                        |
| -        | ۳۲   | ۳۲   | -    | ۱          | کاربینی                |
| -        | ۳۲   | -    | ۳۲   | ۲          | ارتباطات انسانی        |
| -        | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | روان شناسی اجتماعی     |
| -        | ۳۲   | -    | ۳۲   | ۲          | جامعه شناسی فرهنگی     |
| -        | ۳۲   | -    | ۳۲   | ۲          | هنر و ارتباطات         |
| -        | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | رسانه شناسی            |
| -        | ۳۲   | -    | ۳۲   | ۲          | حقوق فرهنگی و رسانه ای |
| -        | ۶۴   | =    | ۶۴   | ۴          | دو درس از دروس عمومی   |
| -        | -    | -    | -    | ۱۷         | جمع                    |

ترم دوم

| پیش نیاز                            | ساعت |      |      | تعداد واحد | نام درس                   |
|-------------------------------------|------|------|------|------------|---------------------------|
|                                     | جمع  | عملی | نظری |            |                           |
| -                                   | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | طراحی                     |
| -                                   | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | خوشنویسی و طراحی حروف     |
| -                                   | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | ارتباط تصویری             |
| -                                   | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | چاپ و نشر                 |
| ارتباطات انسانی، جامعه شناسی فرهنگی | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | مبانی بازاریابی           |
| -                                   | ۳۲   | -    | ۳۲   | ۲          | یک درس از مهارت های مشترک |
| -                                   | ۶۴   | -    | ۶۴   | ۴          | دو درس از دروس عمومی      |
| -                                   | ۲۴۰  | ۲۴۰  | -    | ۲          | کارورزی ۱                 |
| -                                   | -    | -    | -    | ۱۸         | جمع                       |



دوره گردانی حرفه ای تبلیغات

ترم سوم

| پیش نیاز                            | ساعت |      |      | تعداد واحد | نام درس                  |
|-------------------------------------|------|------|------|------------|--------------------------|
|                                     | جمع  | عملی | نظری |            |                          |
| جامعه شناسی فرهنگی، ارتباطات انسانی | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | برگزاری نمایشگاه         |
| -                                   | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | کانونهای تبلیغاتی        |
| ارتباطات انسانی، رسانه شناسی        | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | روابط عمومی و تبلیغات    |
| -                                   | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | نظر سنجی                 |
| -                                   | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | مخاطب شناسی              |
| -                                   | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | ارتباط با رسانه          |
| -                                   | ۳۲   | -    | ۳۲   | ۲          | اطلاعات آماری            |
| -                                   | ۳۲   | -    | ۳۲   | ۲          | یک درس از مهارتهای مشترک |
| ارتباطات انسانی، رسانه شناسی        | ۶۴   | -    | ۶۴   | ۴          | دو درس از دروس عمومی     |
| -                                   | -    | -    | -    | ۱۲         | جمع                      |

ترم چهارم

| پیش نیاز                     | ساعت |      |      | تعداد واحد | نام درس                       |
|------------------------------|------|------|------|------------|-------------------------------|
|                              | جمع  | عملی | نظری |            |                               |
| -                            | ۳۲   | -    | ۳۲   | ۲          | متون تخصصی                    |
| -                            | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | اصول و فنون تبلیغات           |
| -                            | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | کاربرد ترم افزارها در تبلیغات |
| ارتباطات انسانی، رسانه شناسی | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | پیام نویسی در تبلیغات         |
| -                            | ۴۸   | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | عکاسی تبلیغاتی                |
| -                            | ۳۲   | -    | ۳۲   | ۲          | یک درس از مهارتهای مشترک      |
| -                            | ۳۲   | -    | ۳۲   | ۲          | یک درس از دروس عمومی          |
| -                            | ۲۴۰  | ۲۴۰  | -    | ۲          | کارورزی ۲                     |
| -                            | -    | -    | -    | ۲۰         | جمع                           |



دوره کاردانی حرفه ای تبلیغات

مشخصات پودمان‌ها

| ردیف | نام پودمان        | نام درس                       | تعداد واحد | ساعت |      |     | پیشنیاز | پودمان پیشنیاز |
|------|-------------------|-------------------------------|------------|------|------|-----|---------|----------------|
|      |                   |                               |            | نظری | عملی | کل  |         |                |
| ۱    | فرهنگ و رسانه     | کاربینی                       | ۱          | -    | ۳۲   | ۳۲  | -       | -              |
|      |                   | جامعه شناسی فرهنگی            | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -       | -              |
|      |                   | حقوق فرهنگی و رسانه ای        | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -       | -              |
|      |                   | روان شناسی اجتماعی            | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       | -              |
|      |                   | رسانه شناسی                   | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       | -              |
|      |                   | ارتباطات انسانی               | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -       | -              |
| ۲    | امور هنری         | طراحی                         | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       | -              |
|      |                   | خوشنویسی و طراحی حروف         | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       | -              |
|      |                   | ارتباط تصویری                 | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       | -              |
|      |                   | چاپ و نشر                     | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       | -              |
| ۳    | کار در محیط (۱)   | کارورزی ۱                     | ۲          | -    | ۲۴۰  | ۲۴۰ | -       | -              |
| ۴    | تبلیغ و بازاریابی | مبانی بازاریابی               | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       | فرهنگ و رسانه  |
|      |                   | اطلاعات آماری                 | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -       |                |
|      |                   | برگزاری نمایشگاه              | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       |                |
|      |                   | کانونهای تبلیغاتی             | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       |                |
|      |                   | روابط عمومی و تبلیغات         | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       |                |
| ۵    | ارتباط با مخاطب   | نظر سنجی                      | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       | فرهنگ و رسانه  |
|      |                   | مخاطب شناسی                   | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       |                |
|      |                   | ارتباط با رسانه               | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       |                |
|      |                   | هنر و ارتباطات                | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -       |                |
|      |                   | متون تخصصی                    | ۲          | ۳۲   | -    | ۳۲  | -       |                |
| ۶    | پیام تبلیغاتی     | اصول و فنون تبلیغات           | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       | فرهنگ و رسانه  |
|      |                   | کاربرد نرم افزارها در تبلیغات | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       |                |
|      |                   | پیام نویسی در تبلیغات         | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       |                |
|      |                   | عکاسی تبلیغاتی                | ۲          | ۱۶   | ۳۲   | ۴۸  | -       |                |
| ۷    | کار در محیط ۲     | کارورزی ۲                     | ۲          | -    | ۲۴۰  | ۲۴۰ | -       | -              |
|      |                   | جمع کل                        |            |      |      | ۱۶۴ |         |                |
|      |                   |                               | ۵۱         | ۵۹۲  | ۱۰۵۶ | ۸   |         |                |

\*مجموع ساعات آموزشی هر پودمان ۱۶۰ تا ۴۸۰ ساعت است.

\*تعداد پودمان های هر دوره با احتساب پودمانهای کار در محیط ، ۶ تا ۹ پودمان است.

\*دروس عمومی و مهارت‌های مشترک به ارزش ۲۰ واحد بر اساس محدوده زمانی تعریف شده برای هر پودمان (بین ۱۶۰ تا ۴۸۰ ساعت) در پودمان‌های پایه و تخصصی در قالب جدول نحوه اجرای پودمان‌ها ارائه می‌شود



جدول نحوه اجرای بودمان‌های آموزشی دوره کاردانی حرفه‌ای تبلیغات

| توضیحات | ساعت |      | تعداد واحد | هفته دوم               | هفته اول |
|---------|------|------|------------|------------------------|----------|
|         | عملی | نظری |            |                        |          |
|         | -    | ۳۲   | -          | ۱                      | کاربینی  |
| -       | -    | ۳۲   | ۲          | جامعه شناسی فرهنگی     |          |
| -       | -    | ۳۲   | ۲          | حقوق فرهنگی و رسانه ای |          |
| -       | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | روان شناسی اجتماعی     |          |
| -       | ۳۲   | ۱۶   | ۲          | رسانه شناسی            |          |
| -       | -    | ۳۲   | ۲          | ارتباطات انسانی        |          |

|                                      |                                                |                          |
|--------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------|
| نام بودمان: فرهنگ و رسانه            | تعداد واحد: ۱۱                                 | ساعت کل بودمان: ۳۲۴ ساعت |
| نام بودمان پیش‌نیاز: _____           | امکان ارائه دروس عمومی:                        |                          |
| وجود ندارد: <input type="checkbox"/> | وجود دارد: <input checked="" type="checkbox"/> |                          |
| تعداد درس: ۳                         | تعداد واحد: ۶                                  |                          |

| توضیحات | ساعت |      | تعداد | هفته دوم | هفته اول              |
|---------|------|------|-------|----------|-----------------------|
|         | عملی | نظری |       |          |                       |
|         | -    | ۳۲   | ۱۶    | ۲        |                       |
| -       | ۳۲   | ۱۶   | ۲     |          | خوشنویسی و طراحی حروف |
| -       | ۳۲   | ۱۶   | ۲     |          | ارتباط تصویری         |
| -       | ۳۲   | ۱۶   | ۲     |          | چاپ و نشر             |

|                                      |                                                |                     |
|--------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------|
| نام بودمان: امور هنری                | تعداد واحد: ۸                                  | ساعت کل بودمان: ۱۹۲ |
| نام بودمان پیش‌نیاز: _____           | امکان ارائه دروس عمومی و توانمندسازی مشترک:    |                     |
| وجود ندارد: <input type="checkbox"/> | وجود دارد: <input checked="" type="checkbox"/> |                     |
| تعداد درس: ۴                         | تعداد واحد: ۶                                  |                     |



جدول نحوه اجرای پودمان‌های آموزشی دوره کاردانی حرفه‌ای تبلیغات

| توضیحات | ساعت |      | تعداد واحد | ۸ هفته دوم | ۸ هفته اول | ردیف |
|---------|------|------|------------|------------|------------|------|
|         | عملی | نظری |            |            |            |      |
| -       | ۲۴۰  | -    | ۲          |            | ۱ کارورزی  | ۳    |

نام پودمان: کار در محیط ۱  
 تعداد واحد: ۲ ساعت کل پودمان: ۲۴۰  
 نام پودمان پیش‌نیاز: -  
 امکان ارائه دروس عمومی و مهارت‌های مشترک:  
 وجود ندارد: ☐  
 وجود دارد: ☒  
 تعداد درس: ۳ تعداد واحد: ۶



جدول نحوه اجرای پودمان های آموزشی دوره کاردانی حرفه ای تبلیغات

| توضیحات | ساعت |    | تعداد واحد | ۸ هفته دوم | ۸ هفته اول            | نام پودمان: تبلیغ و بازاریابی<br>تعداد واحد: ۱۰<br>ساعت کل پودمان: ۳۳۴ ساعت |
|---------|------|----|------------|------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
|         | نظری |    |            |            |                       |                                                                             |
|         | عملی |    |            |            |                       |                                                                             |
| -       | ۳۲   | ۱۶ | ۲          |            | مبانی بازاریابی       |                                                                             |
| -       | -    | ۳۲ | ۲          |            | اطلاعات آماری         |                                                                             |
| -       | ۳۲   | ۱۶ | ۲          |            | برگزاری نمایشگاه      |                                                                             |
| -       | ۳۲   | ۱۶ | ۲          |            | کانونهای تبلیغاتی     |                                                                             |
| -       | ۳۲   | ۱۶ | ۲          |            | روابط عمومی و تبلیغات |                                                                             |

|                                      |                                                |                          |
|--------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------|
| نام پودمان: تبلیغ و بازاریابی        | تعداد واحد: ۱۰                                 | ساعت کل پودمان: ۳۳۴ ساعت |
| نام پودمان پیش نیاز: فرهنگ و رسانه   | امکان ارائه دروس عمومی و مهارت های مشترک:      |                          |
| وجود ندارد: <input type="checkbox"/> | وجود دارد: <input checked="" type="checkbox"/> |                          |
| تعداد درس: ۳                         | تعداد واحد: ۶                                  |                          |

| توضیحات | ساعت |      | تعداد واحد | ۸ هفته دوم | ۸ هفته اول      | تعداد واحد |
|---------|------|------|------------|------------|-----------------|------------|
|         | عملی | نظری |            |            |                 |            |
|         |      |      |            |            |                 |            |
| -       | ۳۲   | ۱۶   | ۲          |            | نظر سنجی        |            |
| -       | ۳۲   | ۱۶   | ۲          |            | مخاطب شناسی     |            |
| -       | ۳۲   | ۱۶   | ۲          |            | ارتباط با رسانه |            |
| -       | -    | ۳۲   | ۲          |            | هنر و ارتباطات  |            |
| -       | -    | ۳۲   | ۲          |            | متون تخصصی      |            |

|                                      |                                                |                     |
|--------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------|
| نام پودمان: ارتباط با مخاطب          | تعداد واحد: ۱۰                                 | ساعت کل پودمان: ۲۰۸ |
| نام پودمان پیش نیاز: فرهنگ و رسانه   | امکان ارائه دروس عمومی و مهارت های مشترک:      |                     |
| وجود ندارد: <input type="checkbox"/> | وجود دارد: <input checked="" type="checkbox"/> |                     |
| تعداد درس: ۴                         | تعداد واحد: ۸                                  |                     |





جدول نحوه اجرای پودمان‌های آموزشی دوره کاردانی حرفه‌ای تبلیغات

| توضیحات | ساعت |      | تعداد واحد | ۸ هفته دوم | ۸ هفته اول | روز و تاریخ |
|---------|------|------|------------|------------|------------|-------------|
|         | عملی | نظری |            |            |            |             |
| -       | ۲۴۰  | -    | ۲          |            | کاروی ۲    |             |

نام پودمان: کار در محیط ۲  
 تعداد واحد: ۲ ساعت کل پودمان: ۲۴۰  
 نام پودمان پیش‌نیاز:  
 امکان ارائه دروس عمومی و مهارت‌های مشترک:  
 وجود ندارد: ☐  
 وجود دارد: ☒  
 تعداد درس: ۳ تعداد واحد: ۶



## فصل سوم

سرفصل دروس، ریز محتوا و استانداردهای آموزشی  
(آموزش در مرکز مجری)



|                                                                                                     |      |      |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| نام درس: ارتباط تصویری                                                                              |      |      | پیش نیاز/هم نیاز: _____     |                                                                                                                                                                                                       |  |
| عملی                                                                                                | نظری | واحد |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
| ۱                                                                                                   | ۱    | ساعت |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
| ۳۲                                                                                                  | ۱۶   | ساعت |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
| الف: هدف درس: با مبانی و اصول ارتباط تصویری آشنا شود و بتواند جزئیات تصاویر را گزارش نماید.         |      |      |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                   |      |      |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
| زمان آموزش (ساعت)                                                                                   |      | ردیف | رئوس مطالب و ریز محتوا      |                                                                                                                                                                                                       |  |
| عملی                                                                                                | نظری |      |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
|                                                                                                     |      |      | رئوس مطالب                  | ریز محتوا                                                                                                                                                                                             |  |
| -                                                                                                   | ۱    | ۱    | آشنایی با ارتباط تصویری     | تعریف ارتباط تصویری، اهمیت و کاربرد آن در تبلیغ<br>آشنایی با عناصر اولیه در ارتباط بصری (نقطه، خط، سطح، حجم، فضا، جهت، حرکت، بافت، تعادل، ریتم، نور، سایه، هماهنگی، تناسب و ترکیب بندی) همراه با مثال |  |
| ۸                                                                                                   | ۴    | ۲    | انواع تصاویر و کاربرد هر یک | تجسم و تصویر، انواع تصویر هندسی، ترسیمی، پرسپکتیو همراه با مثال<br>تعریف نشانه: اهمیت و انواع آن، مفاهیم نشانه ها<br>درک تصویری                                                                       |  |
| ۸                                                                                                   | ۴    | ۳    | رنگ                         | رنگ و کلیات مربوط به آن، جدول رنگها، رنگهای اولیه و مکمل و چگونگی تضاد آنها، رنگهای سرد و گرم<br>روان شناسی رنگ و نقش و اهمیت رنگ در تصاویر و برنامه های تبلیغاتی                                     |  |
| ۸                                                                                                   | ۲    | ۴    | نور                         | نور، ویژگیها و شیوه های ارائه نور در جهت ارائه پیام های تصویری<br>نقش و اهمیت نور در پیامهای تصویری و تصاویر تبلیغاتی                                                                                 |  |
| ۸                                                                                                   | ۳    | ۵    | ترکیب و هماهنگی             | ترکیب بندی، تعریف و اهمیت و کاربرد آن در تصاویر<br>آشنایی با مفهوم و جایگاه ریتم در تصاویر و نحوه تأثیرگذاری ریتم های مختلف بر مخاطبان آثار هنری و اهمیت آن در آثار تبلیغاتی                          |  |
| -                                                                                                   | ۲    | ۶    | واژه های انگلیسی            | آشنایی با واژه ها، اصطلاحات انگلیسی مرتبط با درس                                                                                                                                                      |  |
| ج: منبع درسی:                                                                                       |      |      |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
| - موناری، برونو (۱۳۸۷)، طراحی و ارتباطات بصری، مترجم: پاینده شاهنده، تهران: انتشارات سروش، چاپ پنجم |      |      |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
| - داندیس، دونیس (۱۳۶۹)، سواد بصری، مترجم: منوچهر سپهر، تهران: انتشارات سروش                         |      |      |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
| - نامی، غلامحسین (۱۳۷۳)، مبانی هنرهای تجسمی ارتباط بصری، انتشارات توس                               |      |      |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
| - پور خلیلی، سهراب/ احسانی محمدسعید (۱۳۸۸)، طراحی محیطهای چند رسانه ای                              |      |      |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
| - گپس، جنوری (۱۳۶۸)، زبان و تصویر، مترجم: فیروزه مهاجر، تهران: انتشارات سروش                        |      |      |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |
| - احمدی، بابک (۱۳۸۹)، از نشانه های تصویری تا متن، تهران: نشر مرکز، چاپ دهم                          |      |      |                             |                                                                                                                                                                                                       |  |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: ارتباط تصویری

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/رشته های تحصیلی متجانس: حداقل کارشناسی ارشد پژوهش هنر، گرافیک، ارتباط تصویری

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- وایت برد  
۲- صندلی ۲۵ عدد  
۳- میز و صندلی مدرس

و....

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☐، تمرین و تکرار ☒، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه

موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☒ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☒، آزمون شفاهی ☐، ارائه پروژه ☐،

ارایه نمونه کار ☐ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



| نام درس: ارتباطات انسانی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | پیش نیاز/هم‌نیاز:---        |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---|
| عملی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | نظری | واحد                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ۲                           | - |
| عملی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | نظری | ساعت                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ۳۲                          | - |
| الف: هدف درس: دانشجو به اهمیت ارتباطات انسانی آشنا شود و اصول مؤثر در ارتباط انسانی را درک نماید.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                             |   |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                             |   |
| زمان آموزش (ساعت)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |      | ردیف                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                             |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |      | رئوس مطالب و ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                             |   |
| عملی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | نظری | ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | رئوس مطالب                  |   |
| -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ۶    | حوزه علم ارتباطات انسانی، رابطه آن با سایر علوم و اهمیت آن<br>تعریف ارتباط (دیدگاههای مختلف)،<br>انواع نشانه‌ها (طبیعی، تصویری، نماد)<br>تعریف پیام، تعریف معنی (دیدگاه برلو)، مشخصات ارتباط (فرهنگ، تمادین، ...)<br>عملکرد ارتباطات انسانی (پیوستگی، اطلاعاتی، تأثیرگذاری، تصمیم‌گیری، تصدیق، تفریح و سرگرمی) | موضوع علم ارتباطات انسانی   | ۱ |
| -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ۸    | ارتباط با خود، ارتباط با دیگران، نظریه دین بارنلوند، پنجره جوهری (سطوح آگاهی)، نظریه هایدلر (تعادل روانی)<br>ارتباط مؤثر، بازخورد، اهمیت و نقش آن، یادگیری ارتباط انسانی<br>عوامل اثربخش در ارتباط میان فردی (گشودگی، همدلی، حمایتگری، مثبت‌گرایی، تساوی)<br>شخصیت افراد و الگوهای ارتباطی آنها                | اصول کلی در ارتباطات انسانی | ۲ |
| -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ۴    | گوش کردن،<br>بیان کردن (مشاهدات، احساسات، افکار و نیاز)                                                                                                                                                                                                                                                        | ارتباط کلامی                | ۳ |
| -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ۸    | ویژگیهای ارتباط غیرکلامی و کاربرد آن، زبان ارتباطات غیرکلامی (جرچن روش و ولدن کیز)<br>نشانه‌های مربوط به فاصله (تحقیقات هال) و زمان<br>نشانه‌های دیناری (حرکات چهره، تماس چشمی، حرکات اندام و دستها، زبان رفتار، زبان اشیاء)<br>نشانه‌های بیانی (طنین، ضریب سختگویی، دانگ یا گام صدا)                          | ارتباط غیرکلامی             | ۴ |
| -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ۴    | موبایل، شبکه‌های اجتماعی... بر ارتباطات انسانی<br>آسیب‌های فناوری‌های نوین بر ارتباطات انسانی                                                                                                                                                                                                                  | تأثیر فناوریهای نوین        | ۵ |
| -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ۲    | آشنایی با اصطلاحات و واژه‌های انگلیسی مرتبط با درس                                                                                                                                                                                                                                                             | واژه‌های انگلیسی            | ۶ |
| ج: منبع درسی:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                             |   |
| - مک کی، مانیو و دیگران (۱۳۸۲)، پیامها: چگونه با دیگران ارتباط برقرار کنیم؟ مترجمان: حمید رضا تقوی، محمد شهاب شمس، تهران: انتشارات سنا.<br>- باستانی، قادر (۱۳۸۶)، اصول و تکنیک‌های برقراری ارتباط مؤثر با دیگران، تهران: انتشارات ققنوس.<br>- آرزیل، مایکل (۱۳۷۸)، روانشناسی ارتباط و حرکات بدن، مترجم: مرجان فرجی، تهران: انتشارات مهتاب.<br>- تی‌هال، ادوارد (۱۳۷۶)، بعد پنهان، مترجم: منوچهر طبیبیان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.<br>- فرهنگی، علی‌اکبر (۱۳۷۳)، ارتباطات انسانی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.<br>- محسنیان راد، مهدی (۱۳۸۰)، ارتباط شناسی، تهران: انتشارات سروش، چاپ چهارم.<br>- اون، هارچی اکریستین، ساندروزا دیوید، ویکسون (۱۳۷۷)، مهارتهای اجتماعی در ارتباطات میان فردی، مترجمان: خشیار بیگی، مهرداد فیروزبخت، تهران: انتشارات رشد.<br>- ایچ هزلو، ابراهام (۱۳۷۵)، انگیزش و شخصیت، مترجم: احمد رضوانی، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی. |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                             |   |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: ارتباطات انسانی

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، مدیریت با کلبه گرایشها

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال):

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی □ خوب □

- میزان تسلط به رایانه: عالی □ خوب □

- سایر ویژگی ها با ذکر موارد:

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع، ۲- آزمایشگاه ۴ مترمربع، ۳- کارگاه ۴ مترمربع، ۴- عرصه ۵ مترمربع، ۵- مزرعه ۶ مترمربع و سایر موارد با ذکر نام و مقدار

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱-

۲-

۳-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی، مباحثه ای، تمرین و تکرار، آزمایشگاهی، کارگاهی، پژوهشی گروهی، مطالعه موردی، بازدید، فیلم و اسلاید و بحث گروهی، سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی، آزمون عملی، آزمون شفاهی، آرایه پروژه، آرایه نمونه کار و ارائه کنفرانس در کلاس



|                                                                                                                                                              |      |      |                           |                                                                                |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|--|
| نام درس: روان شناسی اجتماعی                                                                                                                                  |      |      | پیش نیاز / هم نیاز: _____ |                                                                                |  |
| عملی                                                                                                                                                         | نظری |      |                           |                                                                                |  |
| ۱                                                                                                                                                            | ۱    | واحد |                           |                                                                                |  |
| ۳۲                                                                                                                                                           | ۱۶   | ساعت |                           |                                                                                |  |
| الف: هدف درس: دانشجو اصول حاکم بر رفتار اجتماعی و گروه های اجتماعی بشناسد. چگونگی نشر اندیشه و رفتار جدید را در مردم یاد بگیرد. با افکار عمومی نیز آشنا شود. |      |      |                           |                                                                                |  |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                                                            |      |      |                           |                                                                                |  |
| زمان آموزش (ساعت)                                                                                                                                            |      | ردیف |                           | رئوس مطالب و ریز محتوا                                                         |  |
| عملی                                                                                                                                                         | نظری |      |                           | ریز محتوا                                                                      |  |
| -                                                                                                                                                            | ۵    | ۱    |                           | روان شناسی اجتماعی                                                             |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | تعریف روانشناسی اجتماعی، سیر تحول و حوزه علم روانشناسی اجتماعی                 |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | اجتماعی شدن، تعامل اجتماعی (تقلید، تلقین، ...)، فرهنگ پذیری                    |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | گروه ها، انواع گروه ها (ابعاد، درجه سازماندهی، هدف نوع رهبری)                  |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | شیوه ورود به گروه، پدیده های گروه (آسان سازی، هنجارهای گروه همبستگی)           |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | نفوذ اجتماعی و کنترل (همنوایی، کنترل)، پذیرش، نظارت اجتماعی                    |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | نگرشها و تکوین آنها                                                            |  |
| -                                                                                                                                                            | ۵    | ۲    |                           | نوآوری                                                                         |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | تعریف نوآوری، کاربرد آن و ضرورت نشر نوآوری ها، عناصر نشر نوآوری ها،            |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | ویژگی های نوآوری ها (مزیت نسبی، سازگاری، پیچیدگی، آزمون پذیری، قابلیت رویت)    |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | فرایند تصمیم گیری نوآوری (فردی، جمعی)، کانالهای ارتباطی (میان فردی و جمعی)     |  |
| -                                                                                                                                                            | ۵    | ۳    |                           | اشاعه نوآوری ها                                                                |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | گروه های پذیرا (نوآوران، نخستین پذیرندگان، اکثریت زودپذیر، کندپذیر، دیرپذیران) |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | الگوهای تزیینی و دو مرحله ای پیام، الگوهای اجتماعی رهبران فکری                 |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | آشنایی با پدیده های جمعی چون افکار عمومی، عقاید قالبی، نگرشها                  |  |
| -                                                                                                                                                            | ۱    | ۴    |                           | واژه های انگلیسی                                                               |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | آشنایی با واژه ها و اصطلاحات انگلیسی مرتبط با درس                              |  |
| ۳۲                                                                                                                                                           | -    | ۵    |                           | راهنمای عملی                                                                   |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | ۱- کارگیری روشهای تحقیقی روانشناسی اجتماعی در یک نمونه                         |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | الف - مشاهده (تحقیق میدانی)                                                    |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | ب- زمینه یابی (پرسشنامه و مصاحبه)                                              |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | ج- جامعه شناسی                                                                 |  |
|                                                                                                                                                              |      |      |                           | ۲- تحلیل مراحل اجرای یک تغییر اجتماعی با توجه به عناصر نشر نوآوری ها           |  |
| ج: منبع درسی:                                                                                                                                                |      |      |                           |                                                                                |  |
| - راجرز، لورت ام / فلوید، شومیکر (۱۳۸۴)، رسالت نوآوری های رفیافتی میان فرهنگی، ترجمه عزتلا کرم و ابوطالب فنایی، شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.               |      |      |                           |                                                                                |  |
| - کریمی، یوسف (۱۳۸۲)، روانشناسی اجتماعی، تهران: انتشارات ارسباران، چاپ پازدهم.                                                                               |      |      |                           |                                                                                |  |
| - نیول، اودیلی (۱۳۷۰)، روانشناسی اجتماعی، مترجم: سید محمد دادگران، تهران: انتشارات مروارید                                                                   |      |      |                           |                                                                                |  |
| - ارونسون، الیوت (۱۳۶۹)، روانشناسی اجتماعی، مترجم: حسین شکرکن، تهران: انتشارات رشد                                                                           |      |      |                           |                                                                                |  |
| - هلن، شوشا (۱۳۷۹)، کاوش در جامعه شناسی روانی، مترجم: مرتضی کتبی، تهران: نشر نی                                                                              |      |      |                           |                                                                                |  |
| - فیس، باب ام و اشتراب، ولف گانگ (۱۳۹۲)، روانشناسی تبلیغات، مترجمان: محسن شاهین پور و سمیه اولی، تهران: سوره مهر.                                            |      |      |                           |                                                                                |  |
| - کلاین برگ، اتو (۱۳۷۵)، روانشناسی اجتماعی، مترجم: علی محمد کاردان، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ هفتم                                                  |      |      |                           |                                                                                |  |
| - لامارش، لوک (۱۳۸۰)، روانشناسی اجتماعی، حمزه گنجی، تهران: نشر ساوالان                                                                                       |      |      |                           |                                                                                |  |
| - نایب، کلود (۱۳۷۹)، درآمدی بر روانشناسی اجتماعی، مترجم: مرتضی کتبی، تهران: نشرنی                                                                            |      |      |                           |                                                                                |  |
| - محسنی، منوچهر (۱۳۷۹)، بررسی آگاهی ها، نگرشها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران، ناشر دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور،                                   |      |      |                           |                                                                                |  |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: روانشناسی اجتماعی

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد روانشناسی عمومی، روانشناسی اجتماعی، مدیریت فرهنگی، علوم ارتباطات اجتماعی با گرایشهای گوناگون

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

- سایر ویژگی ها با ذکر موارد:

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع، ۲- آزمایشگاه ☐ مترمربع، ۳- کارگاه ☐ مترمربع، ۴- عرصه ☐ مترمربع، ۵- مزرعه ☐ مترمربع و سایر موارد با ذکر نام و مقدار

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- ۲- ۳-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☐، تمرین و تکرار ☐، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه

موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☐ و بحث گروهی ☒

سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، ارائه پروژه ☐،

ارائه نمونه کار ☐ و..... سایر روشها با ذکر مورد: ارائه کار عملی در کلاس ☒



|                                                                                                                                  |                                          |                                                                                                 |                   |      |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------|--|
| نام درس: جامعه شناسی فرهنگی                                                                                                      |                                          |                                                                                                 |                   |      |  |
| پیش نیاز/هم نیاز: _____                                                                                                          |                                          |                                                                                                 |                   |      |  |
| الف: هدف درس: دانشجو با مفهوم فرهنگ، عوامل سازنده فرهنگ، هویت فرهنگی و چگونگی تغییر فرهنگ درک نماید.                             |                                          |                                                                                                 |                   |      |  |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                                |                                          |                                                                                                 |                   |      |  |
| ردیف                                                                                                                             | رئوس مطالب و ریز محتوا                   |                                                                                                 | زمان آموزش (ساعت) |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          |                                                                                                 | نظری              | عملی |  |
| ۱                                                                                                                                | فرهنگ                                    | ریز محتوا                                                                                       |                   |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          | تعاریف، عوامل شکل گیری فرهنگ، تفاوت فرهنگ و تمدن                                                |                   |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          | رابطه بین دین و فرهنگ، تأثیر دین بر فرهنگ، فرهنگ از دیدگاه ادیان                                |                   |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          | تعریف جامعه شناسی فرهنگی و منشأ پیدایش آن، ارتباط فرهنگ و جوامع مختلف                           |                   |      |  |
| ۲                                                                                                                                | هویت فرهنگی                              | علل پیدایش ارزشهای فرهنگی و عملکرد آنها در اجتماع، بررسی تطبیقی ارزشهای فرهنگی در جوامع گوناگون |                   |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          | تعریف فرهنگ ایرانی، اسلامی و غربی و معرفی مؤلفه‌ها و شاخص‌های هر یک                             |                   |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          | عوامل مؤثر بر هویت                                                                              |                   |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          | تجدد گرایی و هویت ایرانی اسلامی                                                                 |                   |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          | شناخت فرهنگ پذیری و تداوم فرهنگی، تحول فرهنگی، پویایی فرهنگی،                                   |                   |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          | تعریف: تغییر فرهنگی، انتقال فرهنگ، تحمیل فرهنگ                                                  |                   |      |  |
| ۳                                                                                                                                | مصادیقی از جامعه شناسی فرهنگی در تبلیغات | بیان ویژگی و عوامل ایجاد کننده: تغییر فرهنگی، انتقال فرهنگ، تحمیل فرهنگ                         |                   |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          | تأثیر فناوری ارتباطی و اطلاعاتی بر فرهنگ                                                        |                   |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          | ۱- جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی                                                                |                   |      |  |
| ۴                                                                                                                                | واژه‌ها انگلیسی                          | ۲- جامعه شناسی مصرف کنندگان                                                                     |                   |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          | ۳- جامعه شناسی تبلیغات                                                                          |                   |      |  |
|                                                                                                                                  |                                          | آشنایی با واژه‌ها و اصطلاحات مرتبط با درس                                                       |                   |      |  |
| ج: منبع درسی:                                                                                                                    |                                          |                                                                                                 |                   |      |  |
| - نجفی، موسی (۱۳۸۹)، هویت ملی ایرانیان و انقلاب اسلامی، تهران: نشر زمان نو.                                                      |                                          |                                                                                                 |                   |      |  |
| - روزاموند بیکنگتون (۱۳۸۰)، فرهنگ و جامعه (جامعه شناسی فرهنگ) مترجم: فریبا عزب دفتری، تهران: نشر قطره                            |                                          |                                                                                                 |                   |      |  |
| - سازگارا، پروین (۱۳۷۷)، نگاهی بر جامعه شناسی با تأکید بر فرهنگ، تهران: نشر کویر                                                 |                                          |                                                                                                 |                   |      |  |
| - روح الامینی، محمود (۱۳۷۰)، انسان شناسی فرهنگی، تهران: انتشارات عطار                                                            |                                          |                                                                                                 |                   |      |  |
| - میرتبار، سید محمد (۱۳۹۰)، رسانه و بازتولید جامعه منتظر، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها. |                                          |                                                                                                 |                   |      |  |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: جامعه شناسی فرهنگی

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد جامعه شناسی یا پژوهش هنر، مدیریت امور فرهنگی، علوم ارتباطات اجتماعی  
- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال):

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☐

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

- سایر ویژگی ها با ذکر موارد:

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع، ۲- آزمایشگاه ☐ مترمربع، ۳- کارگاه ☐ مترمربع، ۴- عرصه ☐ مترمربع، ۵- مزرعه ☐ مترمربع و  
سایر موارد با ذکر نام و مقدار

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

|      |    |    |
|------|----|----|
| ۱-   | ۴- | ۷- |
| ۲-   | ۵- | ۸- |
| ۳-   | ۶- | ۹- |
| و... |    |    |

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☐، تمرین و تکرار ☐، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه  
موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☐ و بحث گروهی ☒ سایر با ذکر مورد: .....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، ارائه پروژه ☐،

ارایه نمونه کار ☐ و..... سایر روشها با ذکر مورد: ارائه کنفرانس در کلاس ☒



|                                                                                                                           |      |                                                                                     |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------------|------|
| نام درس: هنر و ارتباطات                                                                                                   |      | پیش نیاز/هم‌نیاز:--                                                                 |      |
| عملی                                                                                                                      | نظری | واحد                                                                                | ساعت |
| -                                                                                                                         | ۲    | -                                                                                   | ۳۲   |
| الف: هدف درس: دانشجو با انواع هنر آشنا شود و تاثیر آن را در ارتباطات و زندگی فردی واجتماعی درک نماید.                     |      |                                                                                     |      |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                         |      |                                                                                     |      |
| زمان آموزش (ساعت)                                                                                                         |      | ردیف                                                                                |      |
| نظری                                                                                                                      |      | رئوس مطالب و ریز محتوا                                                              |      |
| عملی                                                                                                                      | نظری | ریز محتوا                                                                           |      |
| -                                                                                                                         | ۴    | تعاریف و مفهوم هنر و اهمیت هنر در ارتباطات و زندگی فردی، اجتماعی                    |      |
| -                                                                                                                         | ۴    | تعریف زیبایی و تمایز هنر و زیبایی                                                   |      |
| -                                                                                                                         | ۴    | نظریه ها و ارکان زیبایی و هنر                                                       |      |
| -                                                                                                                         | ۴    | دیدگاه اسلام در مورد هنر                                                            |      |
| -                                                                                                                         | ۱۲   | تأثیر هنر در تغییرات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی                               |      |
| -                                                                                                                         | ۱۲   | تأثیر هنر در حفظ فرهنگ و انتقال فرهنگی                                              |      |
| -                                                                                                                         | ۱۲   | تأثیر هنر در فرد و جامعه                                                            |      |
| -                                                                                                                         | ۱۲   | تأثیر عوامل اجتماعی فرهنگی، اقتصادی و سیاسی بر هنر                                  |      |
| -                                                                                                                         | ۱۲   | تأثیر هنر بر مخاطبان                                                                |      |
| -                                                                                                                         | ۱۲   | معرفی انواع هنر (از هنر اول تا هنر هشتم) و رشته های مختلف هنری در هر یک             |      |
| -                                                                                                                         | ۱۲   | آشنایی با انواع هنرهای زیر از منظر ویژگی، کارکرد، سبکهای متفاوت و تأثیر بر مخاطبان: |      |
| -                                                                                                                         | ۱۲   | هنرهای تجسمی، نمایشی، نقاشی و گرافیکی، خط و تذهیب، عکس، فیلم، موسیقی، خط، شعر و ... |      |
| -                                                                                                                         | ۱۲   | اثر فناوری‌های نوین ارتباطی بر هنر و انواع آن                                       |      |
| -                                                                                                                         | ۱۲   | هنر و رسانه                                                                         |      |
| -                                                                                                                         | ۱۲   | آشنایی با تعاریف هنرهای سنتی (بومی) و هنرهای معاصر (سبک هنری)                       |      |
| -                                                                                                                         | ۴    | آشنایی با معماری، فلز کاری، صنایع دستی، کاشیکاری، قالیبافی، خوشنویسی، تذهیب و تشعیر |      |
| -                                                                                                                         | ۴    | آشنایی با هنر اسلامی و ایرانی                                                       |      |
| ج: منبع درسی:                                                                                                             |      |                                                                                     |      |
| - مارکس،رافائل (۱۳۸۳)، سه پژوهش در جامعه شناسی هنر، پروودون، مارکس، پیکاسو، مترجم: اکبر معصوم بیگی، تهران: انتشارات آگاه. |      |                                                                                     |      |
| - تولستوی، لئون (۱۳۶۴)، هنر چیست؟، مترجم: کاوه دهقان، تهران: انتشارات امیرکبیر                                            |      |                                                                                     |      |
| - ژان، دووینیو (۱۳۷۹)، جامعه شناسی هنر، مترجم: مهدی سخایی، تهران: نشر مرکز (منبع افزوده شده قرمز)                         |      |                                                                                     |      |
| - مطهری، مرتضی (۱۳۶۹)، اهتزار روح، مباحثی در زمینه زیبایی شناسی و هنر، تهران: انتشارات حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی.   |      |                                                                                     |      |
| - پاریزانی، بوردانا (۱۳۸۹)، هنر قرن بیستم، تهران: نشر نظر.                                                                |      |                                                                                     |      |
| - میه، کاترین (۱۳۸۸)، هنر معاصر، مترجم: مهشید نونهالی، تهران: نشر نظر                                                     |      |                                                                                     |      |
| - روزه، باستید (۱۳۷۴)، هنر و جامعه مترجم: غفار حسینی، تهران: انتشارات توس                                                 |      |                                                                                     |      |
| - آریان پور، امیر حسین (۱۳۸۳)، جامعه شناسی هنر، تهران: انتشارات آگاه                                                      |      |                                                                                     |      |
| - شپرد، آن (۱۳۸۳)، مبانی فلسفی هنر، مترجم: علی رامین، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی                                       |      |                                                                                     |      |
| - گلوکس، ریچارد (۱۳۸۳)، سبکهای هنری از امپرسیونیسم تا اینترنت، مترجم: نصرالله تسلیمی، تهران: انتشارات مکاتب قلم نوین      |      |                                                                                     |      |
| - یوزف، یوکلماکس (۱۳۸۲)، هایدگر و هنر، مترجم: محمد جواد سیاقیان، تهران: نشر فرهنگستان هنر                                 |      |                                                                                     |      |
| - رامین، علی (۱۳۸۷)، مبانی جامعه شناسی هنر، تهران: نشر نی.                                                                |      |                                                                                     |      |
| - محسنی، حسین / نفری، بهرام (۱۳۷۹)، اطلاعات عمومی هنر (هنر ایران)، تهران: انتشارات عفاف                                   |      |                                                                                     |      |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: هنر و ارتباطات

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):  
- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/رشته های تحصیلی متجانس: کارشناسی ارشد پژوهش هنر، کارشناسی ارشد تبلیغات و بازاریابی، کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، مدیریت امور فرهنگی

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:  
- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس  
- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):  
- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی □ خوب ■  
- میزان تسلط به رایانه: عالی □ خوب ■

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)  
- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس  
- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- ۲- ۳-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ■، مباحثه ای ■، تمرین و تکرار □، آزمایشگاهی □، کارگاهی □، پژوهشی گروهی □، مطالعه موردی □، بازدید □، فیلم و اسلاید □ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ■، آزمون عملی □، آزمون شفاهی □، ارائه پروژه □، ارائه نمونه کار □ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



|                                                                                                                                                                                   |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| نام درس: رسانه شناسی                                                                                                                                                              |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| پیش نیاز/هم نیاز: __                                                                                                                                                              |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| عملی                                                                                                                                                                              | نظری | واحد                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                   |
| ۱                                                                                                                                                                                 | ۱    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| ۳۲                                                                                                                                                                                | ۱۶   | ساعت                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                   |
| الف: هدف درس: دانشجو عملکرد رسانه ها را در جامعه درک کند و با ویژگی، محتوا و نوع پیام، نوع مخاطبان، ساختار سازمانی، محدودیت ها، نوع انتشار و شرایط دریافت پیام رسانه ها آشنا شود. |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                                                                                 |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| زمان آموزش (ساعت)                                                                                                                                                                 |      | ردیف                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                   |      | رئوس مطالب و ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                   |
| عملی                                                                                                                                                                              | نظری | ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | رئوس مطالب                                                                                                                        |
| -                                                                                                                                                                                 | ۵    | تعریف رسانه ها، ویژگی و اهمیت آنها<br>روند تکوین و سیر ارتباط جمعی در جهان و ایران<br>نقش و کارکرد وسایل ارتباط جمعی ( آموزش، اطلاع رسانی و انتشار خبر و تبلیغات، ایجاد همبستگی میان اجزای جامعه، گذراندن اوقات فراغت)<br>مدل های ارتباط جمعی از دیدگاه نظریه پردازان مدل لاسول، پل لازار سفلد، کلودشن، و وارون ویور (پارازیت)، مدل وایت (دروازه بانی خبر) | ۱ تعریف و عملکرد رسانه ها                                                                                                         |
| -                                                                                                                                                                                 | ۵    | - کتاب، مطبوعات، رسانه های محیطی (بیل بورد و ...)<br>- خبرگزاری ها<br>- رادیو<br>- تئاتر، سینما، تلویزیون<br>- اینترنت، وبلاگ، شبکه های اجتماعی، معرفی (وب ۱، وب ۲، وب ۳)<br>- تلفن همراه                                                                                                                                                                  | ۲ معرفی رسانه های مقابل از منظر: ویژگی، محتوا و نوع پیام، نوع مخاطبان، ساختار سازمانی، محدودیت ها، نوع انتشار و شرایط دریافت پیام |
| ۳۲                                                                                                                                                                                | ۵    | ۱- نقش رسانه ها را بشناسد و تفکیک نماید<br>۲- بین پیام های ارائه شده از دو رسانه متفاوت مثلاً (رادیو و TV) مقایسه انجام دهد.<br>۳- تهیه گزارش از فرایند فعالیت یک رسانه (شامل ساختار، تشکیلات، بودجه، اهداف فرایند تولید پیام)                                                                                                                             | ۳ راهنمای فعالیت عملی                                                                                                             |
| -                                                                                                                                                                                 | ۱    | آشنایی با اصطلاحات و واژه های انگلیسی مرتبط با درس                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ۴ واژه های انگلیسی                                                                                                                |
| ج: منبع درسی:                                                                                                                                                                     |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| - سارا انگلیس (۱۳۷۸)، ارتباطات، مترجم؛ یونس شکر خواه، تهران: نشر آتش                                                                                                              |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| - معتمدنژاد، کاظم، (۱۳۷۱)، وسایل ارتباط جمعی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ دوم.                                                                                             |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| - مهرداد، هرمز (۱۳۸۰)، مقدمه ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، تهران: انتشارات فاران                                                                                             |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| - دادگران، محمد (۱۳۸۱)، مبانی ارتباط جمعی، تهران: نشر فیروزه، چاپ چهارم                                                                                                           |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |
| - سلوین دفلور، اورت ای، دنیس (۱۳۸۲) شناخت ارتباطات جمعی، مترجم؛ سیروس مرادی زیر نظر ناصر باهنر، تهران: انتشارات دانشکده صدا و سیما:                                               |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                   |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: رسانه شناسی

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی کارشناس ارشد ارتباطات اجتماعی

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۳ سال

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال): ۳ سال

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

- سایر ویژگی ها با ذکر موارد:

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع، ۲- آزمایشگاه ☐ مترمربع، ۳- کارگاه ☐ مترمربع، ۴- عرصه ☐ مترمربع، ۵- مزرعه ☐ مترمربع و

سایر موارد با ذکر نام و مقدار

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱-

۲-

۳-

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☐، تمرین و تکرار ☐، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه

موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☐ و بحث گروهی ☒

سایر با ذکر مورد: .....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، ارائه پروژه ☐،

ارایه نمونه کار ☐ و ..... سایر روشها با ذکر مورد: ارائه فعالیت عملی در کلاس ☒





د: اسنادهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: حقوق فرهنگی و رسانه‌ای

- ۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):
  - حداقل مدرک تحصیلی کارشناس ارشد حقوق با شناخت مسائل فرهنگی و رسانه‌ای - کارشناس ارشد مدیریت امور فرهنگی آشنا به مسائل حقوقی - کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی آشنا به مسائل حقوقی رسانه
  - گواهی‌نامه‌ها و یا دوره‌های آموزشی مورد نیاز:
  - حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال):
  - حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال): ۳ سال
  - میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☐
  - میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☐
  - سایر ویژگی‌ها با ذکر موارد:
- ۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروههای آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)
  - مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع، ۲- آزمایشگاه ☐ مترمربع، ۳- کارگاه ☐ مترمربع، ۴- عرصه ☐ مترمربع، ۵- مزرعه ☐ مترمربع و سایر موارد با ذکر نام و مقدار
  - فهرست ماشین‌آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:
- ۱-  
۲-  
۳-
- ۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه‌ای ☐، تمرین و تکرار ☐، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☐ و بحث گروهی ☒ سایر با ذکر مورد: .....
- ۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، ارائه پروژه ☐، ارائه نمونه کار ☐ و ..... سایر روشها با ذکر مورد: ارائه کنفرانس در کلاس ☒



|                                                                                                                        |      |                                                                                                                                                                                                                                 |                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| نام درس: اطلاعات آماری                                                                                                 |      |                                                                                                                                                                                                                                 |                                |
| پیش نیاز/هم نیاز: __                                                                                                   |      |                                                                                                                                                                                                                                 |                                |
| الف: هدف درس: دانشجو بداند چه نوع اطلاعات آماری برای تبلیغات نیاز دارد و چگونه می تواند این اطلاعات را جمع آوری نماید. |      |                                                                                                                                                                                                                                 |                                |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                      |      |                                                                                                                                                                                                                                 |                                |
| ردیف                                                                                                                   |      | رئوس مطالب و ریز محتوا                                                                                                                                                                                                          |                                |
| زمان آموزش (ساعت)                                                                                                      |      |                                                                                                                                                                                                                                 |                                |
| عملی                                                                                                                   | نظری |                                                                                                                                                                                                                                 |                                |
|                                                                                                                        |      | ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                       | رئوس مطالب                     |
| -                                                                                                                      | ۵    | تعریف آمار، کاربرد اطلاعات آمار در تبلیغات، رابطه تبلیغ با اطلاعات آماری<br>تأثیر آمار در برنامه ریزی، اهمیت داده های آماری در برنامه ریزی تبلیغات                                                                              | اهمیت اطلاعات آماری در تبلیغات |
| -                                                                                                                      | ۵    | اطلاعات آماری جمعیت هدف- آمار بازدید کنندگان ، مشترکین، مراجعین<br>آمار مخاطبان رسانه ها (روزنامه ها، کانالهای تلویزیونی و رادیویی- آمار افرادی که در مواجه تبلیغات محیطی قرار می گیرند) بیل بوردها، بدنه اتوبوسها، پل ها و ... | اطلاعات آماری مورد نیاز        |
| -                                                                                                                      | ۱۰   | سرشماری، نمونه گیری، گزارشهای آماری، چک لیست و ...<br>دوره زمانی، به روز کردن اطلاعات آماری<br>مانیتورینگ رسانه ها و نحوه جمع آوری اطلاعات<br>متغیر کیفی و کمی، تبدیل متغیر کیفی به کمی برای آمارگیری                           | شیوه جمع آوری اطلاعات آماری    |
| -                                                                                                                      | ۱۰   | شیوه نگهداری و بازیابی اطلاعات آماری<br>چگونگی تهیه آرشیو اطلاعات آماری<br>شیوه گزارش دهی اطلاعات آماری، رسم نمودارها و جداول و تفسیر اعداد<br>شیوه مقایسه نمودن اطلاعات آماری<br>نرم افزار مدیریت اطلاعات آماری                | استفاده از اطلاعات آماری       |
| -                                                                                                                      | ۲    | آشنایی با اصطلاحات تخصصی این درس                                                                                                                                                                                                | واژه های انگلیسی               |
| ج: منبع درسی:                                                                                                          |      |                                                                                                                                                                                                                                 |                                |
| - جی نیلور، آربن (۱۳۸۱)، سازماندهی اطلاعات، مترجم: محمدحسین دیانی، مشهد: کتابخانه رایانه ای                            |      |                                                                                                                                                                                                                                 |                                |
| - آذرتگ، عبدالحسین (۱۳۷۰)، گزارش اجمالی از وضعیت اطلاع رسانی در ایران، تهران: انتشارات سازمان برنامه و بودجه           |      |                                                                                                                                                                                                                                 |                                |
| - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۷۱)، اطلاعات و تبلیغات، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی                     |      |                                                                                                                                                                                                                                 |                                |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: اطلاعات آماری

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/ رشته های تحصیلی متجانس: کارشناس ارشد تبلیغات و بازاریابی، جمعیت شناسی.

امار و پژوهشگری

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال): ۳ سال

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- ۲- ۳-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☒، تمرین و تکرار ☐، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه

موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☐ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، ارایه پروژه ☐،

ارایه نمونه کار ☐ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



|                                                                                                             |                        |                                                                                                     |                      |      |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|------|--|
| نام درس: مبانی بازاریابی                                                                                    |                        |                                                                                                     |                      |      |  |
| پیش نیاز /هم نیاز:ارتباطات انسانی – جامعه شناسی فرهنگی                                                      |                        |                                                                                                     |                      |      |  |
| الف: هدف درس: دانشجو مفهوم بازاریابی را درک کند و عوامل مؤثر بر آن را بشناسد.                               |                        |                                                                                                     |                      |      |  |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                           |                        |                                                                                                     |                      |      |  |
| ردیف                                                                                                        | رئوس مطالب و ریز محتوا |                                                                                                     | زمان آموزش<br>(ساعت) |      |  |
|                                                                                                             | رئوس مطالب             | ریز محتوا                                                                                           | نظری                 | عملی |  |
| ۱                                                                                                           | مفهوم بازار            | بازار، مفهوم و ماهیت بازار، ضرورت بازار و نقش اقتصادی و سیاسی بازار                                 | ۴                    | ۱۰   |  |
|                                                                                                             |                        | بازار و سیر آن در ایران و نقش بازار در زمینه های مختلف                                              |                      |      |  |
|                                                                                                             |                        | نقش و اهمیت و جایگاه بازاریابی در جهان امروز و اثرات آن در زندگی روزمره مردم                        |                      |      |  |
|                                                                                                             |                        | سیر تحلیلی بازاریابی در طول تاریخ                                                                   |                      |      |  |
| ۲                                                                                                           | محیط بازاریابی         | محیط خرد و کلان شرکت و سازمان محیط طبیعی، محیط سیاسی، محیط اقتصادی، محیط حقوقی                      | ۴                    | ۱۰   |  |
|                                                                                                             |                        | بازاریابی بین المللی و جهانی شدن بازار، بررسی ویژه های عمده پدیده جهانی شدن و اهمیت آن در بازاریابی |                      |      |  |
| ۳                                                                                                           | عوامل بازاریابی        | بازاریابی و عوامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، جغرافیایی و ...                                           | ۶                    | ۱۲   |  |
|                                                                                                             |                        | انواع بازاریابی، تقسیم بندی بازار و شیوه های تعیین بازار و حدود عملیات بازار                        |                      |      |  |
|                                                                                                             |                        | شیوه های بازاریابی: بازاریابی کالا و بازاریابی خدمات، بازاریابی برای محصولات جدید و محصولات قدیم    |                      |      |  |
|                                                                                                             |                        | فن آوری های جدید و اثر آن بر بازاریابی و تجارت                                                      |                      |      |  |
|                                                                                                             |                        | شیوه های پاسخگویی به خریداران الکترونیکی                                                            |                      |      |  |
| ۴                                                                                                           | واژه های انگلیسی       | عوامل قابل کنترل و عوامل غیرقابل کنترل در انواع بازاریابی                                           | ۲                    | -    |  |
|                                                                                                             |                        | آشنایی با واژه ها و اصطلاحات انگلیسی مرتبط با درس در طول ترم                                        |                      |      |  |
| ج: منبع درسی:                                                                                               |                        |                                                                                                     |                      |      |  |
| - بهرام، رنجبران(۱۳۷۸)، بازاریابی و مدیریت بازار، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.                        |                        |                                                                                                     |                      |      |  |
| - زمین، سرجیو(۱۳۸۷)، پایان عصر بازاریابی سنتی، مترجم؛ سینا قربانلو، تهران: انتشارات مبلغان.                 |                        |                                                                                                     |                      |      |  |
| - صناعی، علی(۱۳۸۰)، بازاریابی و تجارت الکترونیک، انتشارات جهاد دانشگاهی اصفهان و انجمن مدیران صنایع اصفهان. |                        |                                                                                                     |                      |      |  |
| - کانلر، فیلیپ و گری آرمسترنگ(۱۳۸۹)، اصول بازاریابی، مترجم؛ علی پارسایان، انتشارات ادبستان و جهان نو.       |                        |                                                                                                     |                      |      |  |
| - کانلر، فیلیپ(۱۳۷۹)، کانلر درمدیریت بازار، مترجم؛ عبدالرضا رضایی نژاد، تهران: نشر فرا.                     |                        |                                                                                                     |                      |      |  |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: مبانی بازاریابی

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/ رشته های تحصیلی متجانس: حداقل کارشناسی ارشد بازاریابی، بازرگانی، اقتصاد  
۱- مدیریت بازاریابی در کلیه گرایشها (با سابقه فعالیت فرهنگی و تبلیغات)، مدیریت بازرگانی با کلیه گرایشها، مدیریت کسب و کار با کلیه گرایشها، مدیریت استراتژیک، برنامه ریزی استراتژیک، مدیریت عملیات (با سابقه فعالیت فرهنگی و تبلیغات)، ۲- مدیریت تبلیغات، مدیریت امور فرهنگی، فرهنگ و ارتباطات ۳- علوم ارتباطات اجتماعی با کلیه گرایشها، روابط عمومی با سابقه مدیریت

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال): ۳ سال

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی □ خوب ■

- میزان تسلط به رایانه: عالی □ خوب ■

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (بر اساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- ۲- ۳-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ■، مباحثه ای ■، تمرین و تکرار □، آزمایشگاهی □، کارگاهی □، پژوهشی گروهی □، مطالعه

موردی □، بازدید □، فیلم و اسلاید □ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ■، آزمون عملی □، آزمون شفاهی □، ارائه پروژه □،

ارایه نمونه کار □ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



|                         |      |      |
|-------------------------|------|------|
| نام درس: چاپ و نشر      |      |      |
| پیش نیاز/هم‌نیاز: _____ |      |      |
| واحد                    | نظری | عملی |
| ۱                       | ۱    | ۱    |
| ساعت                    | ۱۶   | ۳۲   |

الف: هدف درس: با فرایند چاپ و ابزارهای چاپ آشنا شود.

ب: سر فصل آموزشی:

| ردیف | رئوس مطالب و ریز محتوا |                                                                                                                                                                                                        | زمان آموزش (ساعت) |      |
|------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------|
|      | رئوس مطالب             | ریز محتوا                                                                                                                                                                                              | نظری              | عملی |
| ۱    | اهمیت چاپ              | چاپ، اهمیت و نقش آن در جهان امروز<br>سیر چاپ در ایران و جهان<br>کاربرد چاپ در تبلیغات                                                                                                                  | ۲                 | ۸    |
| ۲    | انواع چاپ              | چاپ دستی، سیلک اسکرین، باتیک و انواع چاپهای برجسته و کاربرد آن<br>چاپ (مسطح، اقصت، روتاتیو و هلیو) و کاربرد آن<br>چاپ نوین و دیجیتالی و کاربرد آن<br>چاپ سیلک بر پارچه، چاپ پارچه و بتر                | ۴                 | ۸    |
| ۳    | ابزار چاپ              | آشنایی با مواد شیمیایی و رنگها<br>آشنایی با ابزارهای مختلف و عملکرد هر یک<br>لیتوگرافی و ابزارهای مختلف چاپ و عملکرد هر یک در گذشته و حال                                                              | ۴                 | ۸    |
| ۴    | مراحل نشر و توزیع      | آشنایی با انواع کاغذ، کاربرد آنها در فعالیتهای انتشاراتی و تبلیغاتی<br>مراحل انتشار یک پوستر، بروشور و... از تولید مطلب تا انتشار<br>صحافی، کاربرد و انواع آن<br>نحوه توزیع بروشور، نشریه، پوستر و ... | ۴                 | ۸    |
|      | واژه های انگلیسی       | آشنایی با اصطلاحات چاپ و نشر                                                                                                                                                                           | ۲                 | -    |

ج: منبع درسی:

- آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۷۵)، آشنایی با چاپ و نشر، تهران: انتشارات سمت
- باب الحوایجی، فهیمه (۱۳۸۱)، آشنایی با مبانی چاپ و نشر، تهران: مرکز برنامه‌ریزی و آموزشی نیروی انسانی
- صافی، قاسم (۱۳۶۸)، از چاپخانه تا کتابخانه، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- لاهیجی، جلال (۱۳۶۹)، کتاب آموزش چاپ، تهران: انتشارات خوشه



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: چاپ و نشر

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/ رشته های تحصیلی متجانس: کارشناس ارشد چاپ، علوم ارتباطات اجتماعی، تبلیغات، امور فرهنگی با حداقل ۳ سال سابقه کار مفید در این زمینه، پژوهش هنر

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز::

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال): ۳ سال

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۳-

۲-

۱-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☐، تمرین و تکرار ☐، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه

موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☒ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، ارائه پروژه ☐،

ارایه نمونه کار ☐ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



|                                                                                                                                     |                                                                                                                                        |                                      |                   |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------|------|
| نام درس: متون تخصصی                                                                                                                 |                                                                                                                                        |                                      |                   |      |
| پیش نیاز/هم‌نیاز: --                                                                                                                |                                                                                                                                        |                                      |                   |      |
| واحد                                                                                                                                | ۲                                                                                                                                      | نظری                                 | عملی              |      |
| ساعت                                                                                                                                | ۳۲                                                                                                                                     |                                      |                   |      |
| الف: هدف درس: دانشجو با واژه‌های تخصصی در رابطه با رشته خود آشنا شود و بتواند از آنها در جستجوی متون و سایتهای تخصصی بهره بگیرد.    |                                                                                                                                        |                                      |                   |      |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                                   |                                                                                                                                        |                                      |                   |      |
| ردیف                                                                                                                                | رئوس مطالب و ریز محتوا                                                                                                                 |                                      | زمان آموزش (ساعت) |      |
|                                                                                                                                     | ریز محتوا                                                                                                                              | رئوس مطالب                           | نظری              | عملی |
| ۱                                                                                                                                   | وسایل ارتباط جمعی (۴۰ واژه)، تبلیغات (۴۰ واژه)، افکار عمومی (۴۰ واژه)، اطلاع رسانی (۴۰ واژه)، روابط عمومی (۴۰ واژه)، مدیریت (۴۰ واژه)، | آشنائی با واژه‌های پر کاربرد و تخصصی | ۱۰                | -    |
| ۲                                                                                                                                   | اصول اولیه ترجمه و نگارش در زبان فارسی                                                                                                 | آشنائی با اصول اولیه ترجمه           | ۱۲                | -    |
|                                                                                                                                     | ترجمه حداقل ۵-۷ صفحه متن تخصصی                                                                                                         |                                      |                   |      |
| ۳                                                                                                                                   | مقالات انگلیسی زبان و استخراج واژه‌های مرتبط با واژه‌های تبلیغات                                                                       | استفاده از واژه‌ها                   | ۱۰                | -    |
|                                                                                                                                     | رسم نمودار سازهائی کانونهای تبلیغاتی و مشخص نمودن زیر مجموعه‌های آن به زبان انگلیسی                                                    |                                      |                   |      |
|                                                                                                                                     | تعریف فعالیتهای متمرکز در تبلیغات                                                                                                      |                                      |                   |      |
|                                                                                                                                     | بررسی سایتهای مرتبط با تبلیغات و آشنایی با واژه‌های پر کاربرد در سایتهای تبلیغاتی                                                      |                                      |                   |      |
| ج: منبع درسی:                                                                                                                       |                                                                                                                                        |                                      |                   |      |
| - میرسعید قاضی، علی (۱۳۸۱)، زبان انگلیسی تخصصی روابط عمومی و ارتباطات، چاپ دوم، تهران: نشر علوم نوین                                |                                                                                                                                        |                                      |                   |      |
| - سلطانی، محمدعلی (۱۳۷۸)، زبان انگلیسی برای دانشجویان روزنامه نگاری و ارتباطات اجتماعی، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت                |                                                                                                                                        |                                      |                   |      |
| - ضیاء حسینی، سید محمد/ معرفت، فهیمه (۱۳۸۱)، انگلیسی برای دانشجویان روزنامه‌نگاری و علوم ارتباطات، چاپ سوم، تهران: انتشارات سمت     |                                                                                                                                        |                                      |                   |      |
| - نادری مقام، شراره و هاشمی، شهناز، (۱۳۸۹)، Grammar Reading & Vocabulary for public relations' students، تهران: انتشارات سیمای شرق. |                                                                                                                                        |                                      |                   |      |
| - عالمی، مینو، زبان تخصصی روابط عمومی، تهران: انتشارات دانشگاه جامع علمی-کاربردی.                                                   |                                                                                                                                        |                                      |                   |      |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: متون تخصصی

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته / رشته های تحصیلی متجانس: حداقل کارشناسی ارشد به ترتیب اولویت ۱- آموزش زبان انگلیسی ۲- ادبیات زبان انگلیسی ۳- مترجمی زبان انگلیسی ۱- زبان انگلیسی با کلیه گرایشها آشنا به مسائل اجتماعی و تبلیغاتی ۲۰- علوم ارتباطات اجتماعی با کلیه گرایشها، مدیریت امور فرهنگی، امور فرهنگی با کلیه گرایشها مسلط به زبان انگلیسی یا داشتن مدرک معتبر انگلیسی

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱-

۲-

۳-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☐، تمرین و تکرار ☒، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه

موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☐ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، ارائه پروژه ☐،

ارایه نمونه کار ☐ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



| نام درس: روابط عمومی و تبلیغات                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | نظری              | عملی |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------|
| پیش نیاز/هم نیاز: ارتباطات انسانی - رسانه شناسی - روان شناسی اجتماعی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | واحد              | ۱    |
| الف: هدف درس: دانشجو با حوزه فعالیت روابط عمومی ها آشنا شود و نقش روابط عمومی ها در تبلیغات را درک نماید.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ساعت              | ۳۲   |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                   |      |
| ردیف                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | رئوس مطالب و ریز محتوا     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | زمان آموزش (ساعت) |      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | رئوس مطالب                 | ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | نظری              | عملی |
| ۱                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | معرفی روابط عمومی          | تعریف و مفاهیم روابط عمومی<br>اهمیت و ویژگی روابط عمومی، نقش، وظایف و جایگاه روابط عمومی در سازمانها<br>چگونگی و علل پیدایش و سیر شکل گیری و توسعه روابط عمومی در ایران و جهان<br>نقش و جایگاه روابط عمومی در مؤسسات تجاری، بازاریابی و تبلیغات<br>تفاوت روابط عمومی و تبلیغ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ۴                 | ۶    |
| ۲                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | وظایف روابط عمومی          | چهار نقش روابط عمومی: ایجاد روابط با کارکنان، روابط با مشتریان یا مخاطبان یا سایر سازمانها، روابط با رسانه ها، روابط با اعضای دولت، مجلس و شخصیت های مملکتی<br>همکاری نزدیک با رسانه ها به منظور انتشار اخبار، گزارشها، مصاحبه ها و ...<br>شیوه های اطلاع رسانی در روابط عمومی ها: بولتن، بروشور و سایر انتشارات برگزاری مراسم و تشریفات، برگزاری نمایشگاه و ...                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ۴                 | ۶    |
| ۳                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | نقش روابط عمومی در تبلیغات | آشنایی با سیاست های تشویقی، فعالیتهای ترویجی و آمیزه ارتباطات بازاریابی و فعالیتهای روابط عمومی<br>مراحل اجرای فعالیتهای ترویجی روابط عمومی:<br>شناخت کالا، شناخت کامل مشتری، شناخت گروه های مرجع، شناخت تصمیم گیرندگان، شناخت مشتریان بالقوه، شناسایی روشهای ایجاد انگیزه در مشتریان بالقوه، محاسبه و تخمین مقدار فروش در سال جاری و آینده، برآورد بودجه اطلاع رسانی و برنامه های روابط عمومی در زمینه ترویج و سیاست های تشویقی، اجرا، کنترل و بازنگری...<br>جوایز و هدایای تبلیغاتی، انواع، نقش و کاربرد آن در سیاست های تشویقی برای مصرف کنندگان و فروشندگان و مراکز توزیع و فروش<br>روشهای تبلیغات غیرمستقیم به خاطر قوانین و مقررات، ماهیت کالا، اخلاق و ارزشهای حاکم بر جامعه، ایجاد اعتبار برای شرکت و کالا<br>تلاش در جهت جلب افکار عمومی، تمایلات و احساسات مصرف کننده با فرهنگ سازی، برگزاری مراسم عمومی و فرهنگی، سمینار، سخنرانی، جشن، مسابقات ورزشی و فرهنگی و هنری، تقیل هزینه های عام المنفعه و امور خیریه، پشتیبانی از نیازمندان، حمایت از مادران و کودکان و اجرای برنامه های خدمات عمومی و اجتماعی و گردشهای دسته جمعی و بازدیدها و برنامه های آموزشی | ۶                 | ۲۰   |
| ۴                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | واژه انگلیسی               | آشنایی با اصطلاحات و واژه های انگلیسی مرتبط با درس در طول ترم                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ۲                 | -    |
| ج: منبع درسی:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                   |      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- بلوریان تهرانی، محمد (۱۳۸۰)، بازاریابی و مدیریت بازار، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.</li> <li>- محب علی، داوود / فرهنگ، علی اکبر (۱۳۷۸)، مدیریت بازار، تهران: انتشارات امیرکبیر، چاپ چهارم.</li> <li>- ولز، ویلیام اِجان، برنت / ساندرز، موربارتی (۱۳۸۳)، تبلیغات تجاری، اصول و شیوه های عمل، مترجم: سینا قربانلو، تهران: انتشارات میلغان.</li> <li>- کانلر، فیلیپ و گری آرمسترانگ (۱۳۸۹)، اصول بازاریابی، مترجم: علی پارسائیان، تهران: انتشارات جهان نو.</li> <li>- آگیلوی، دیوید (۱۳۸۰)، رازهای تبلیغات، مترجم: کوروش حمیدی و علی فروزفر، تهران: انتشارات میلغان</li> </ul> |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                   |      |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: روابط عمومی و تبلیغات

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):  
- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته / رشته های تحصیلی متجانس: حداقل کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی و مدیریت امور فرهنگی با آشنایی به اصول بازاریابی و تبلیغات

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:  
- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس  
- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):  
- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒  
- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)  
- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس  
- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- .....  
۲- .....  
۳- .....  
و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☒، تمرین و تکرار ☒، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☐ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، ارایه پروژه ☐، ارایه نمونه کار ☐ و سایر روشها با ذکر مورد.....



|                                                    |      |      |
|----------------------------------------------------|------|------|
| نام درس: اصول و فنون تبلیغات                       | نظری | عملی |
| پیش نیاز/هم‌نیاز: روان شناسی اجتماعی - رسانه شناسی | واحد | ۱    |
|                                                    | ساعت | ۳۲   |

الف: هدف درس: دانشجو اصول تبلیغات را درک کند و با تعدادی از فنون تبلیغ آشنا شود.

ب: سر فصل آموزشی:

| ردیف | رئوس مطالب و ریز محتوا |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | زمان آموزش (ساعت) |      |
|------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------|
|      | رئوس مطالب             | ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | نظری              | عملی |
| ۱    | معرفی تبلیغات          | تعریف تبلیغ و اهمیت و نقش تبلیغ در جامعه<br>سیر تحلیلی تبلیغ در جهان و ایران<br>تعریف تبلیغ در اسلام، حوزه تبلیغ در اسلام<br>نگاهی به نظامهای تبلیغاتی شرق و غرب                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ۳                 | ۴    |
| ۲    | جامعه شناسی تبلیغات    | بررسی نظریه های تبلیغ، جامعه‌شناسی تبلیغ و هنر<br>اصول و مقررات حاکم بر تبلیغات<br>فرهنگ اسلامی و تاثیر آن در تبلیغات<br>اثرات اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، روانی و اخلاقی تبلیغ در جامعه                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ۳                 | ۴    |
| ۳    | اصول و شیوه های تبلیغ  | انواع تبلیغ، عناصر و عوامل تبلیغ<br>معرفی ابزارهای تبلیغ (انواع رسانه ها، ارتباط میان فردی و تبلیغات محیطی و...)<br>نقش و کاربرد ابزارهای تبلیغ (قابلیت‌ها و محدودیت‌ها)<br>روش‌های مختلف تبلیغ (حداقل ۱۰ مورد معرفی شود)<br>روشهای اسلامی تبلیغات<br>نقش هنر در تبلیغ (توجه به ویژگی‌های هنری هر تبلیغ)<br>شعار و پیام تبلیغاتی، ویژگیهای آن<br>شناخت مخاطبان و اهمیت آن در تبلیغ<br>برنامه و بسته تبلیغاتی (کمپین تبلیغاتی) و چگونگی تنظیم آن<br>رقبا و انواع آنها، شیوه‌های مبارزه یا رقابت یا رقا<br>محدودیت‌های تبلیغ (مشکلات فنی، مشکلات فرهنگی و سیاسی،<br>مشکلات قانونی، قدرت رقا، اشباع بازار و مشکلات سرمایه‌ای) | ۱۰                | ۸    |
| ۴    | راهنمای فعالیت عملی    | هر دانشجویی با راهنمایی استاد و مشارکت سایر دانشجویان، تبلیغات موجود در جامعه را از ابعاد گوناگون تجزیه و تحلیل قرار دهد.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | -                 | ۱۶   |

ج: منبع درسی:

- تبلیغات و فرهنگ، عیسی کشاورز، انتشارات سینا، تهران ۱۳۹۰
- ولز، ویلیام/ برنت جان/ موریاتی، ساندرا ارنست (۱۳۸۳)، تبلیغات تجاری، اصول و شیوه های عمل، مترجم: سینا قربانلو، تهران: انتشارات مبلغان
- محمدیان، محمود (۱۳۷۴)، مدیریت تبلیغات، تهران: انتشارات حروفیه
- فیس، باب ام و اشتروپ، ولف گانگ (۱۳۹۲)، روانشناسی تبلیغات، مترجمان محسن شاهین پور و سمیه اولی، تهران: سوره مهر.
- یو بلای، رابرت دابل (۱۳۸۱)، ادبیات تبلیغ مترجم: منیژه بهزاد، تهران: انتشارات
- ساترلند، ماکس (۱۳۸۰)، روانشناسی تبلیغات تجاری، مترجم: سینا قربانلو، تهران: انتشارات مبلغان
- اگیلوی، دیوید (۱۳۸۰)، رازهای تبلیغات، مترجم: کوروش حمیدی، تهران: انتشارات مبلغان
- حسینی، حسن (۱۳۷۲)، تبلیغات و جنگ روانی، تهران: انتشارات دانشگاه امام حسین (ع)



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: اصول و فنون تبلیغات

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/رشته های تحصیلی متجانس: ۱- علوم ارتباطات اجتماعی با کلیه گرایشها، روابط عمومی تبلیغات، خبرنگاری، تحقیق در ارتباطات اجتماعی ۲- مدیریت امور فرهنگی، امور فرهنگی با کلیه گرایشها،

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱-

۲-

۳-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☒، تمرین و تکرار ☒، آزمایشگاهی ☒، کارگاهی ☒، پژوهشی گروهی ☒، مطالعه موردی ☒، بازدید ☒، فیلم و اسلاید ☒ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☒، آزمون شفاهی ☒، ارائه پروژه ☒.

ارایه نمونه کار ☒ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



|                                                                                                                                      |                                   |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| نام درس: کانون های تبلیغاتی                                                                                                          |                                   |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                   |
| پیش نیاز/هم نیاز: __                                                                                                                 |                                   |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                   |
| الف: هدف درس: دانشجو چگونگی تأسیس کانونهای تبلیغاتی را یاد بگیرد و با وظایف آنها آشنا شود.                                           |                                   |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                   |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                                    |                                   |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                   |
| ردیف                                                                                                                                 |                                   | رئوس مطالب و ریز محتوا |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | زمان آموزش (ساعت) |
|                                                                                                                                      |                                   | رئوس مطالب             | ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | نظری<br>عملی      |
| ۱                                                                                                                                    | چگونگی شکل گیری کانونهای تبلیغاتی |                        | تعریف، اهمیت، علل پیدایش و سیر کانون های آگهی تبلیغاتی در ایران و جهان<br>بررسی و تحلیل وضع کانون های آگهی و تبلیغاتی ایران در حال حاضر<br>- دلایل به خدمت گرفتن کانون یا موسسه تبلیغاتی<br>- ضرورت کانون یا موسسه تبلیغاتی<br>- انتظارات مشتری از موسسات تبلیغاتی<br>انجمن های تبلیغاتی: تعریف، هدف، علل پیدایش و سیر آن در ایران و جهان<br>نقش وظایف انجمن های تبلیغاتی                                                                                                        | ۴<br>۶            |
| ۲                                                                                                                                    | کانونهای تبلیغاتی از منظر سازمانی |                        | شرایط و آیین نامه تأسیس کانون های آگهی و تبلیغاتی<br>تشکیلات سازمانی و وظایف کانون های آگهی و تبلیغاتی<br>قوانین و مقررات کانون های آگهی و تبلیغاتی<br>آشنایی با سازمانهای دولتی و غیر دولتی که کانونهای تبلیغاتی با آنها سرو کار دارند (سازمان زیبا سازی شهری، وزارت ارشاد، شهرداری ها و...)، آشنایی با ساختار و وظایف آنها.<br>کانون های آگهی و تبلیغاتی و شیوه های ارتباط با رسانه ها<br>بخش پذیرش و بخش پیام های بازرگانی صدا و سیما و ضوابط و مقررات بخش آگهی در صدا و سیما | ۴<br>۶            |
| ۳                                                                                                                                    | وظایف کانونهای تبلیغاتی           |                        | وظایف مدیران اجرایی کانونهای آگهی و تبلیغاتی از آغاز تا پایان اجرای یک طرح<br>طرح ریزی و به مرحله درآوردن یک برنامه تبلیغاتی:<br>۱. مطالعات اولیه قبل از تنظیم<br>۲. روش جمع آوری اطلاعات<br>۳. شیوه های تنظیم و نکاتی که باید بدان توجه داشت<br>۴. شیوه های انتخاب رسانه<br>۵. شیوه های تنظیم بودجه<br>۶. شیوه های ارائه طرح<br>۷. نحوه اجرا<br>۸. مراحل بعد از اجرا<br>شیوه های اندازه گیری اثر تبلیغ<br>خصوصیات و ویژگیهای یک مشاور تبلیغاتی                                  | ۶<br>۲۰           |
| ۴                                                                                                                                    | واژه های انگلیسی                  |                        | آشنایی با واژه ها و اصطلاحات انگلیسی مرتبط با درس در طول ترم                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ۲<br>-            |
| ج: منبع درسی:                                                                                                                        |                                   |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                   |
| - اربابی، علی محمد (۱۳۷۶)، تبلیغات تجاری، انتشارات کتابخانه فروردین.                                                                 |                                   |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                   |
| - قوانین و مقررات کانونهای آگهی و تبلیغاتی، انتشارات اداره کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.                                    |                                   |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                   |
| - ولز، ویلیام/ جان، برنت / ساندرا، موریارتنی (۱۳۸۳)، تبلیغات تجاری اصول و شیوه های عمل، مترجم: سینا قربانلو، تهران: انتشارات مبلغان. |                                   |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                   |
| - اگیلوی، دیوید (۱۳۸۰)، رازهای تبلیغات، مترجم: کوروش حمیدی و علی فروزفر، تهران: انتشارات مبلغان.                                     |                                   |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                   |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: کانون های تبلیغاتی

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/رشته های تحصیلی متجاس: حداقل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، بازاریابی و تبلیغات

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (یا ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- ۲- ۳-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☒، تمرین و تکرار ☐، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☐ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، ارائه پروژه ☐، ارائه نمونه کار ☐ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



| نام درس: پیام نویسی در تبلیغات                                                                                                                                         |                        |                                                                                                                               | نظری              | عملی |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------|
| پیش نیاز/هم‌نیاز: روانشناسی اجتماعی-ارتباطات انسانی                                                                                                                    |                        |                                                                                                                               | واحد              | ۱    |
| الف: هدف درس: دانشجو انواع پیامهای تبلیغاتی را بشناسد و بتواند بنویسد.                                                                                                 |                        |                                                                                                                               | ساعت              | ۳۲   |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                                                                      |                        |                                                                                                                               |                   |      |
| ردیف                                                                                                                                                                   | رئوس مطالب و ریز محتوا |                                                                                                                               | زمان آموزش (ساعت) |      |
|                                                                                                                                                                        |                        |                                                                                                                               | نظری              | عملی |
| ۱                                                                                                                                                                      | معرفی پیام تبلیغاتی    | رئوس مطالب                                                                                                                    | ۷                 | ۸    |
|                                                                                                                                                                        |                        | ریز محتوا                                                                                                                     |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | پیام، تعریف و نقش و اهمیت آن در تبلیغات                                                                                       |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | وظایف نویسنده پیامهای تبلیغاتی                                                                                                |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | پیام و چگونگی خلق آن و مطالعات اولیه قبل از نگارش پیامهای تبلیغاتی                                                            |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | هدف و پیام، مخاطب و پیام، رسانه و پیام، طرز اجرا و پیام، بودجه و پیام و نقش، هدف، مخاطب، رسانه طرز اجرا و بودجه در نگارش پیام |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | آنچه باید نویسنده درباره طرحهای تبلیغاتی گرافیکی، رادیویی، تلویزیونی، سینمایی، محیطی و وسایل دیجیتالی بداند                   |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | نگاهی درباره شیوههای اجرا و نگارش پیام                                                                                        |                   |      |
| ۲                                                                                                                                                                      | نگارش پیامهای تبلیغاتی | ریز محتوا                                                                                                                     | ۷                 | ۸    |
|                                                                                                                                                                        |                        | شیوههای نگارش شعار                                                                                                            |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | شیوههای نگارش متن آگهیهای جایی با توجه به انواع آن                                                                            |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | شیوه نگارش متن آگهیهای مطبوعاتی                                                                                               |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | شیوههای نگارش متن بروشور و کاتالوگ                                                                                            |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | شیوههای نگارش مطالب فعالیتهای روابط عمومی                                                                                     |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | شیوههای نگارش متن پیامهای تبلیغاتی رادیویی و تلویزیونی                                                                        |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | شیوههای نگارش متن تبلیغاتی رسانه‌های محیطی                                                                                    |                   |      |
|                                                                                                                                                                        |                        | شیوههای نگارش متن تبلیغاتی رسانه‌های دیجیتالی                                                                                 |                   |      |
| ۳                                                                                                                                                                      | واژه‌های انگلیسی       | ریز محتوا                                                                                                                     | ۲                 | -    |
|                                                                                                                                                                        |                        | آشنایی با واژه‌ها و اصطلاحات انگلیسی مرتبط با درس در طول زمان آموزش                                                           |                   |      |
| ۴                                                                                                                                                                      | راهنمای فعالیت عملی    | ریز محتوا                                                                                                                     | -                 | ۱۶   |
| هر دانشجو بتواند پیام تبلیغاتی به صورتهای گوناگون چون شعار تبلیغاتی، آگهی مطبوعاتی، بروشور و کاتالوگ، تبلیغات رادیویی و تلویزیونی، رسانه‌های محیطی یا دیجیتالی بنویسد. |                        |                                                                                                                               |                   |      |

ج: منبع درسی:

- پراتکنیس آنتونی، الیوت آرنسون (۱۳۸۹)، عصر تبلیغات، مترجم: کاووس سید امامی و محمدصادق عباسی، تهران: انتشارات سروش، چاپ ششم.
- بلای، رابرت دبلیو (۱۳۸۸)، ادبیات تبلیغ، مترجم: منیره شیخ جواد، انتشارات سینا، چاپ سوم.
- زان لویی، سروان شرایبر (۱۳۷۱)، نیروی پیام، مترجم: سروش حبیبی، تهران: انتشارات سروش، چاپ دوم.
- ساترلند، ماکس (۱۳۸۰)، روان‌شناسی تبلیغات تجاری، مترجم: سینا قربانلو، تهران: انتشارات میلان.



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: پیام نویسی در تبلیغات

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/ارشته های تحصیلی متجانس: کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی و مدیریت امور فرهنگی، مدیریت یا ادبیات فارسی با حداقل ۳ سال سابقه کار در تبلیغات و ارتباطات.

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱-

۲-

۳-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☒، تمرین و تکرار ☒، آزمایشگاهی ☒، کارگاهی ☒، پژوهشی گروهی ☒، مطالعه

موردی ☒، بازدید ☒، فیلم و اسلاید ☒ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☒، آزمون شفاهی ☒، ارایه پروژه ☒.

ارایه نمونه کار ☒ و سایر روشها با ذکر مورد.....



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        |                                                                                           |                   |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------|
| نام درس: عکاسی تبلیغاتی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                        |                                                                                           | نظری              | عملی |
| پیش نیاز/هم نیاز: جامعه شناسی فرهنگی-ارتباطات انسانی-روان شناسی اجتماعی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                        |                                                                                           | واحد              | ۱    |
| الف: هدف درس: دانشجو بتواند عکس تبلیغاتی مورد نیاز خود را تهیه نماید.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                        |                                                                                           | ساعت              | ۳۲   |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                        |                                                                                           |                   |      |
| ردیف                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | رئوس مطالب و ریز محتوا |                                                                                           | زمان آموزش (ساعت) |      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        |                                                                                           | نظری              | عملی |
| ۱                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | عکس تبلیغاتی           | رئوس مطالب                                                                                | ۲                 | -    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        | ریز محتوا                                                                                 |                   |      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        | تعاریف، تاریخچه عکاسی تبلیغات، اهمیت عکس در تبلیغ                                         |                   |      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        | حقوق انتشار تصویر، اخلاق در عکاسی تبلیغات                                                 |                   |      |
| ۲                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | مقدمات عکاسی           | انواع عکاسی و تفاوت های آن (پرتره، هنری، مستند، اجتماعی و تبلیغاتی)                       | ۴                 | ۴    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        | عکاسی از کالاهای و شخصیتها، عکس در بسته بندی کالاهای                                      |                   |      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        | نور سنجی در عکاسی تبلیغی                                                                  |                   |      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        | ترکیب بندی عکاسی تبلیغی                                                                   |                   |      |
| ۳                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | دوربین عکاسی           | کادر بندی در عکاسی تبلیغی                                                                 | ۵                 | ۴    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        | آشنایی با اجزا دوربین و کارکرد هر یک، مشخصات دوربین مطلوب                                 |                   |      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        | آشنایی با سیستم دوربین دیجیتال                                                            |                   |      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        | آشنایی با دوربین های تلفن همراه                                                           |                   |      |
| ۴                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | آماده سازی عکس         | نور در عکاسی                                                                              | ۵                 | ۸    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        | ادیت و آماده سازی عکس ها با استفاده از نرم افزارهایی چون فوتو شاپ و غیره                  |                   |      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        | زیر نویسی برای عکس تبلیغاتی                                                               |                   |      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                        | انتخاب عکس                                                                                |                   |      |
| ۵                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | راهنمای فعالیت عملی    | هر دانشجو بین ۲۰-۳۰ عکس تبلیغاتی تهیه و در کلاس ارائه نماید و مورد بحث و بررسی قرار گیرد. | -                 | ۱۶   |
| ج: منبع درسی:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                        |                                                                                           |                   |      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- کنت کوپر، فتوژورنالیسم، ترجمه و تدوین: اسماعیل عباسی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها</li> <li>- The story of photography from its beginings to the present day. C ۱۹۸۰</li> <li>- تری پرت، نقد عکس (درآمدی بر درک تصویر)، مترجم: اسماعیل عباسی و کاوه میرعباسی: نشر مرکز</li> <li>- خوانساری، شهریار، تاریخ تطبیقی عکاسی ایران و جهان: نشر علم</li> <li>- لوتر، کن (۱۳۷۱)، عکاسی برای مطبوعات فتوژورنالیسم، مترجم: احمد و خشوری، تهران: انتشارات</li> <li>- جerald مید، بسون (۱۳۶۷)، فن برنامه سازی تلویزیون، مترجم: مهدی رحیمیان، تهران: انتشارات سروش</li> </ul> |                        |                                                                                           |                   |      |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: عکاسی تبلیغاتی

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/رشته های تحصیلی متجانس: کارشناس ارشد عکاسی، علوم ارتباط اجتماعی با کلیه گرایشها، ۲- تکنولوژی آموزشی، گرافیک رایانه ۳- کارشناس عکاسی با ۳ سال سابقه عکاسی خبری و تبلیغی، ۴- خبرگانی در زمینه عکاسی، استفاده از وسایل دیداری و شنیداری و رایانه

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروههای آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- ویدئو پرژکشن برای ارائه تصویر و فیلم ۲- اسپیکر برای شنیدن صدای فیلم و مالتی مدیا

۳- یک دستگاه کامپیوتر مجهز به نرم افزارهای نمایش فیلم و ارائه صدا

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☐، تمرین و تکرار ☐، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه

موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☒ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، ارائه پروژه ☐،

ارایه نمونه کار ☒ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



| نام درس: ارتباط با رسانه                                                                                                                                                          |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | پیش نیاز/هم‌نیاز: رسانه شناسی |      |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------|------|
| نظری                                                                                                                                                                              | عملی                       | واحد                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | نظری                          | عملی | ساعت |
| ۱                                                                                                                                                                                 | ۱                          | ۱                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ۱۶                            | ۳۲   |      |
| الف: هدف درس: دانشجو بتواند ضمن تهیه پیام در قالب‌های گوناگون، برای انتقال پیام‌ها سازمان، رسانه مناسب را انتخاب نماید و ارتباط تعاملی بین روابط عمومی‌ها و رسانه‌ها ایجاد نماید. |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                               |      |      |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                                                                                 |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                               |      |      |
| ردیف                                                                                                                                                                              | رئوس مطالب و ریز محتوا     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | زمان آموزش (ساعت)             |      |      |
|                                                                                                                                                                                   |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | نظری                          | عملی |      |
| ۱                                                                                                                                                                                 | روابط عمومی و رسانه        | نقش افکار عمومی در مشروعیت بخشی به سازمان و تحقق اهداف سازمانی، نقش رسانه‌های جمعی به عنوان ابزار دستیابی به افکار عمومی، ارتباط روابط عمومی‌ها و رسانه: فصول و اهداف مشترک، ضرورت‌های ارتباطی بین آنها، تنگناها و چالش‌های ارتباطی، راهکارهای موفق ارتباطی بین روابط عمومی‌ها و رسانه‌ها                                                                   | ۴                             | ۴    |      |
| ۲                                                                                                                                                                                 | شناخت رسانه                | جایگاه سازمانی و تشکیلاتی ارتباط با رسانه‌ها در روابط عمومی (جایگاه سازمانی، نمودار تشکیلاتی، وضعیت نیروی انسانی)، شناخت سازمان رسانه و ساختار تحریریه رسانه، پژوهش و مدیریت رسانه‌ای: تفاوت رسانه‌های نوشتاری، دیداری و شنیداری جهت شناخت ظرفیت‌ها، محدودیت‌ها و خط مشی رسانه‌ها و غیره...                                                                 | ۴                             | ۴    |      |
| ۳                                                                                                                                                                                 | پیام رسانه‌ای              | (تهیه و تولید و جریان سازی خبر، تهیه و انتشار بیانیه و تهیه جوابیه اعم از توضیح، اصلاحیه، تکذیبیه، تأییدیه و...)، تهیه و ارسال آگهی‌ها، شیوه‌های انتشار آگهی سازمان‌های دولتی و خصوصی در مطبوعات و رادیو و تلویزیون و سایتهای خبری، تهیه مقاله، مصاحبه، گزارش، تحلیل و تفسیر، تبلیغ و سایر فنون ارتباطی و انتخاب رسانه مناسب بر اساس شناخت افکار عمومی      | ۴                             | ۴    |      |
| ۴                                                                                                                                                                                 | تکنیکهای ارتباطات رسانه‌ای | تشکیل جلسه‌های هماهنگی یا خبرنگاران، معرفی و تقدیر از خبرنگاران و رسانه‌های فعال، تشکیل شورای منورنی با خبرنگاران، تشکیل ستاد، راه اندازی بانک اطلاعات، ارتباط با اینترنت، تهیه دستورالعمل و آیین نامه‌های ارتباطی، شیوه‌های دعوت از خبرنگاران خارجی و داخلی از سوی روابط عمومی سازمان‌های دولتی و خصوصی برای حضور در جلسات، بازدیدها، مصاحبه‌ها و کسب خبر. | ۴                             | ۴    |      |
| ۵                                                                                                                                                                                 | راهنمای فعالیت عملی        | دانشجویان انواع پیام‌ها و تولیدات روابط عمومی‌ها را در رسانه‌ها جستجو و دسته‌بندی کرده، در کلاس ارائه نمایند و در مورد آن بحث و گفتگو نمایند.                                                                                                                                                                                                               | -                             | ۱۶   |      |

ج: منبع درسی:

- هیوود، راجر (۱۳۸۶)، همه چیز درباره روابط عمومی، مترجمان: مهرداد موسوی غروی، اکبر نعمت‌الهی، تهران: انتشارات هفت هنر گیتی
- فرقانی، مهدی (۱۳۸۰)، ارتباط با رسانه‌ها، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- بیژنی، مریم، ارتباط با رسانه، تهران: انتشارات مینای خرد
- دیندار فرکوش، فیروز/ صدری لیا، حسین (۱۳۸۲)، روابط عمومی و رسانه، تهران: انتشارات سایه روشن
- سید محسنی، سید شهاب (۱۳۸۱)، ارتباطات رسانه‌ای در روابط عمومی، تهران: انتشارات پارس سینا
- برزی، مسعود (۱۳۸۳)، چگونه روابط عمومی کنیم، تهران: انتشارات بهجت
- سلطانی فر، محمد / هاشمی، شهناز (۱۳۸۲)، پوشش خبری، تهران: انتشارات سیمای شرق



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: ارتباط با رسانه

- ۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):
  - حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته / رشته های تحصیلی متجانس: فوق لیسانس ارتباطات
  - گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:
  - حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس
  - حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):
  - میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒
  - میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒
- ۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)
  - مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس
  - فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

|      |    |    |
|------|----|----|
| ۱-   | ۲- | ۳- |
| و... |    |    |
- ۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☒، تمرین و تکرار ☐، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☒، مطالعه موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☐ و سایر با ذکر مورد.....
- ۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، ارائه پروژه ☐، ارائه نمونه کار ☐ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



| نام درس: کاربرد نرم افزارها در تبلیغات                                                                                 |                        |                                                                                                                              | عملی              | نظری |                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| پیش نیاز /هم نیاز:--                                                                                                   |                        |                                                                                                                              | ۱                 | ۱    | واحد                                                                                                           |
| الف: هدف درس: دانشجو ضمن درک اهمیت کاربرد نرم افزارها در تبلیغات با نرم افزار مورد استفاده در عکاسی یا طراحی آشنا شود. |                        |                                                                                                                              | ۳۲                | ۱۶   | ساعت                                                                                                           |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                      |                        |                                                                                                                              |                   |      |                                                                                                                |
| ردیف                                                                                                                   | رئوس مطالب و ریز محتوا |                                                                                                                              | زمان آموزش (ساعت) |      |                                                                                                                |
|                                                                                                                        |                        |                                                                                                                              | عملی              | نظری |                                                                                                                |
| ۱                                                                                                                      | نرم افزارهای طراحی     | ریز محتوا                                                                                                                    | ۱۶                | ۷    | صفحه آرایی و مکت بندی (کتاب، مجله، بروشور، پوستر، اعلانات دستی و دیواری و...) طراحی سربرگ، پاکت، فولدر، سر برگ |
|                                                                                                                        |                        | معرفی امکانات و محدودیتهای نرم افزار <i>Corel Draw, Free Hand, In Design, Page Maker</i> و آشنایی با یکی از نرم افزارهای فوق |                   |      |                                                                                                                |
| ۲                                                                                                                      | نرم افزارهای عکاسی     | معرفی نرم افزار <i>Illustrator, Photo Shop</i>                                                                               | ۱۶                | ۷    | آشنایی و کار با یکی از نرم افزارهای فوق                                                                        |
|                                                                                                                        |                        | آشنایی با واژه ها و اصطلاحات انگلیسی مرتبط با درس در طول زمان آموزش                                                          |                   |      |                                                                                                                |
| ۳                                                                                                                      | واژه های انگلیسی       |                                                                                                                              | -                 | ۲    |                                                                                                                |
| ج: منبع درسی:                                                                                                          |                        |                                                                                                                              |                   |      |                                                                                                                |
| - کامپیوتر برای همه سری کتابهای <i>ICDL</i> از انتشارات ایزایران.                                                      |                        |                                                                                                                              |                   |      |                                                                                                                |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: کاربرد نرم افزارها در تبلیغات

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/رشته های تحصیلی متجانس: کارشناس کامپیوتر

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۳ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال): ۵ سال

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- ۲- ۳-

و...

۳- روش تدریس وارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☐، تمرین و تکرار ☐، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☒، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه

موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☐ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☐، آزمون عملی ☒، آزمون شفاهی ☐، ارائه پروژه ☐،

ارایه نمونه کار ☐ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



|                                                                                                       |                        |            |                   |                                                                                                                                                                         |      |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|
| نام درس: برگزاری نمایشگاه                                                                             |                        |            |                   | عملی                                                                                                                                                                    | نظری |      |
| پیش نیاز/هم‌نیاز: جامعه‌شناسی فرهنگی - ارتباطات انسانی                                                |                        |            |                   | ۱                                                                                                                                                                       | ۱    | واحد |
|                                                                                                       |                        |            |                   | ۳۲                                                                                                                                                                      | ۱۶   | ساعت |
| الف: هدف درس: با مبانی و اصول نمایشگاه و مقررات آن آشنا شده و بتواند یک نمایشگاه ساده را برگزار نماید |                        |            |                   |                                                                                                                                                                         |      |      |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                     |                        |            |                   |                                                                                                                                                                         |      |      |
| ردیف                                                                                                  | رئوس مطالب و ریز محتوا |            | زمان آموزش (ساعت) |                                                                                                                                                                         |      |      |
|                                                                                                       |                        |            | عملی              | نظری                                                                                                                                                                    |      |      |
| ۱                                                                                                     | معرفی نمایشگاه         | رئوس مطالب | ریز محتوا         |                                                                                                                                                                         |      |      |
|                                                                                                       |                        | ۴          | ۸                 | تعریف نمایشگاه، اهمیت و نقش و کاربرد آن در بازاریابی و تبلیغات                                                                                                          |      |      |
|                                                                                                       |                        |            |                   | علل پیدایش و سیر شکل‌گیری نمایشگاه                                                                                                                                      |      |      |
| ۲                                                                                                     | مبانی و اصول کلی       | ۵          | ۱۲                | انواع نمایشگاه از نظر هدف، منطقه جغرافیایی، نوع و تنوع کار، زمان و مدت برگزاری و ...                                                                                    |      |      |
|                                                                                                       |                        |            |                   | اهداف نمایشگاه                                                                                                                                                          |      |      |
|                                                                                                       |                        |            |                   | مطالعه اولیه قبل از حضور و برگزاری نمایشگاه                                                                                                                             |      |      |
|                                                                                                       |                        |            |                   | آشنایی با مقررات نمایشگاه و رعایت معیارهایی برای حضور و لزوم و علل شرکت در نمایشگاه                                                                                     |      |      |
|                                                                                                       |                        |            |                   | ارزیابی نمایشگاه و نکاتی که کارشناسان بازاریابی باید بدانها توجه کنند                                                                                                   |      |      |
| ۳                                                                                                     | اجرای نمایشگاه         | ۵          | ۱۲                | بررسی علل موفقیت و یا عدم موفقیت در نمایشگاه                                                                                                                            |      |      |
|                                                                                                       |                        |            |                   | برنامه‌ریزی برای مدعوین نمایشگاه                                                                                                                                        |      |      |
|                                                                                                       |                        |            |                   | بودجه نمایشگاه: هزینه‌های اجاره محل، طراحی و ساخت غرفه، هزینه لوازم، تزئینات، دکوراسیون، نورپردازی و ...، هزینه‌های پرسنلی، پذیرایی، هدایا... و هزینه‌های پیش‌بینی نشده |      |      |
|                                                                                                       |                        |            |                   | کارکنان نمایشگاه و غرفه‌ها، مشخصات و ویژگیهای لازم و نکاتی که قبل از افتتاح، افتتاح، طول برگزاری، باید رعایت کرد                                                        |      |      |
|                                                                                                       |                        |            |                   | شیوه‌های تبلیغات نمایشگاه، شیوه‌های اطلاع‌رسانی                                                                                                                         |      |      |
| ۴                                                                                                     | واژه‌های انگلیسی       | ۲          | -                 | چگونگی طراحی غرفه، ساختمان و چیدمان غرفه، غرفه‌آرایی، ایجاد فضاهای لازم، رهنمودهایی برای حضور بهتر در نمایشگاه و رعایت نکات لازم برای انتخاب فضای غرفه‌ها               |      |      |
|                                                                                                       |                        |            |                   | آشنایی با واژه‌ها و اصطلاحات انگلیسی مرتبط با درس در طول ترم                                                                                                            |      |      |
| ج: منبع درسی:                                                                                         |                        |            |                   |                                                                                                                                                                         |      |      |
| - بلوریان، تهرانی، محمد (۱۳۸۰)، بازاریابی و مدیریت بازار، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.          |                        |            |                   |                                                                                                                                                                         |      |      |
| - کمرنی، هادی، باقریان مهدی (۱۳۹۰)، مدیریت نمایشگاه، تهران: کارگزار روابط عمومی.                      |                        |            |                   |                                                                                                                                                                         |      |      |
| - یحیایی ایله ای، احمد (۱۳۸۷)، روابط عمومی حرفه‌ای، تهران: جاجرمی.                                    |                        |            |                   |                                                                                                                                                                         |      |      |
| - باقریان، مهدی (۱۳۸۲)، روابط عمومی کاربردی و فنون برگزاری گردهمایی‌ها، تهران: انتشارات کارگزار       |                        |            |                   |                                                                                                                                                                         |      |      |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: برگزاری نمایشگاه

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته ارشته های تحصیلی متجانس: کارشناس ارشد ۱-علوم ارتباطات اجتماعی با کلیه گرایشها، روابط عمومی و خبرنگاری با سابقه مدیریت ۲-مدیریت امور فرهنگی، مطالعات فرهنگی، فرهنگ و ارتباطات، ۳- مدیریت در کلیه گرایشها با سابقه فعالیت در روابط عمومی

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی □ خوب ■

- میزان تسلط به رایانه: عالی □ خوب ■

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- ۲- ۳-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ■، مباحثه ای ■، تمرین و تکرار □، آزمایشگاهی □، کارگاهی □، پژوهشی گروهی ■، مطالعه

موردی □، بازدید □، فیلم و اسلاید □ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ■، آزمون عملی □، آزمون شفاهی □، ارائه پروژه ■،

ارایه نمونه کار □ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



| نام درس: نظرسنجی                                                                                                                                             |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | پیش نیاز/هم نیاز: --- رسانه شناسی - روان شناسی اجتماعی-ارتباطات انسانی |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------|
| نظری                                                                                                                                                         | عملی                        | واحد                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ۱                                                                      | ۱    |
| نظری                                                                                                                                                         | عملی                        | ساعت                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ۱۶                                                                     | ۳۲   |
| الف: هدف درس: دانشجو با نظرسنجی به عنوان یک روش تحقیق آشنا شود و بتواند در خصوص فعالیت یک رسانه یا نحوه انعکاس یک خبر نظر مردم را جويا و گزارش نماید.        |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                        |      |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                                                            |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                        |      |
| ردیف                                                                                                                                                         | رتوس مطالب و ریز محتوا      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | زمان آموزش (ساعت)                                                      |      |
|                                                                                                                                                              | رتوس مطالب                  | ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | نظری                                                                   | عملی |
| ۱                                                                                                                                                            | معرفی پژوهشهای پیمایشی      | نظرسنجی و اهمیت آن، هدف از نظرسنجی<br>پژوهش پیمایشی چیست؟ تاکید بر پژوهش پیمایشی با توجه به کاربرد آن در رسانه<br>فرایند پژوهش پیمایشی ۱- مسئله ۲- سوالها و فرضیه ها<br>ابزار جمع آوری اطلاعات: پرسشنامه، مصاحبه                                                                                              | ۳                                                                      | -    |
| ۲                                                                                                                                                            | تهیه ابزار جمع آوری اطلاعات | طرز تهیه پرسشنامه: الف - محتوای پرسشها ب - انواع پرسشها (باز و بسته) ج - شکل پرسشها د - ترتیب پرسشها ه- ساختن پرسشنامه<br>- مقیاسهای درجه بندی نگرش (ترستون، کیلرت، گاتمن، فاصله اجتماعی، یوگاردوس، تقارن معنایی)<br>- مصاحبه (هدف، مصاحبه، انواع مصاحبه، اصول مصاحبه)<br>- مزایا و معایب (مصاحبه و پرسشنامه) | ۶                                                                      | ۹    |
| ۳                                                                                                                                                            | روایی و پایایی              | جامعه مورد مطالعه، تغییر حجم نمونه در تحقیق پیمایشی و روش مناسب نمونه گیری<br>اعتبار و پایایی طرح پژوهشی<br>آزمون روایی پرسشنامه (آزمون کرونباخ، آلفا با استفاده از نرم افزار Spss)                                                                                                                           | ۴                                                                      | -    |
| ۴                                                                                                                                                            | گزارش نظرسنجی               | استخراج جداول یک بعدی، دو بعدی<br>استفاده از آزمون آماری مناسب و استفاده از نرم افزار Spss<br>شیوه منبع نویسی                                                                                                                                                                                                 | ۳                                                                      | ۳    |
| و -                                                                                                                                                          | راهنمای فعالیتهای عملی      | انجام یک تحقیق پیمایشی (با تکیه بر تهیه پرسشنامه)                                                                                                                                                                                                                                                             | -                                                                      | ۲۰   |
| ج: منبع درسی:                                                                                                                                                |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                        |      |
| - عابدینی، صمد (۱۳۸۱)، روش تحقیق نظری در علوم اجتماعی، تبریز: نشر فروزش                                                                                      |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                        |      |
| - حافظ نیا، محمد رضا (۱۳۸۹)، مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: انتشارات سمت                                                                       |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                        |      |
| - مارلن ای هنرسون و دیگران (۱۳۸۱)، نحوه نگرش سنجی، مترجم: هوشنگ ناییبی، تهران: انتشارات فرهنگ مکتوب                                                          |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                        |      |
| - دلاور، علی (۱۳۸۳)، روش تحقیق در روان شناسی، تهران: نشر ویرایش                                                                                              |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                        |      |
| - جهانبخش، اسماعیل (۱۳۸۲)، راهنمای ساده کاربرد آزمون های آماری در پژوهشهای علمی با استفاده از Spss، اصفهان: انتشارات موسسه علمی دانش پژوهان                  |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                        |      |
| برین ارکان                                                                                                                                                   |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                        |      |
| - فرانکفورد، جاوا / دیوید نجمیاس (۱۳۸۱)، روشهای پژوهش در علوم اجتماعی، مترجمان: فاضل لاریجانی، رضا فاضلی، با مقدمه ای از باقر ساروخانی، تهران: انتشارات سروش |                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                        |      |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: نظر سنجی

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/رشته های تحصیلی متجانس: حداقل کارشناسی ارشد به ترتیب اولویت در رشته ۱- علوم ارتباطات اجتماعی ۲- علوم اجتماعی با گرایشهای مربوط ۳- روانشناسی و علوم تربیتی با تجربه تحقیق یا تدریس روش تحقیق

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۳ سال

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال): ۳ سال

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

- سایر ویژگی ها با ذکر موارد:

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع یا سایر لوازم مورد نیاز

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- ۲- ۳-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☐، تمرین و تکرار ☐، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☒، پژوهشی گروهی ☐، مطالعه

موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☐ و

سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، ارائه پروژه ☐،

ارایه نمونه کار ☒ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



|                                                                                                                           |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                         |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------|
| نام درس: طراحی                                                                                                            |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | پیش نیاز/هم‌نیاز: _____ |      |
| عملی                                                                                                                      | نظری |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                         |      |
| ۱                                                                                                                         | ۱    | واحد                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                         |      |
| ۳۲                                                                                                                        | ۱۶   | ساعت                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                         |      |
| الف: هدف درس: با اصول طراحی آشنا شود و دانشجو بتواند طرح‌های ساده را رسم کند.                                             |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                         |      |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                         |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                         |      |
| زمان آموزش<br>(ساعت)                                                                                                      |      | رتوس مطالب و ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                         | ردیف |
| عملی                                                                                                                      | نظری |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                         |      |
| ۱۲                                                                                                                        | ۶    | ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | رتوس مطالب              | ۱    |
|                                                                                                                           |      | طراحی و گرافیک، تعریف، اهمیت و سیر آن در جهان و ایران<br>ضرورت و اهمیت طراحی و گرافیک در تبلیغات<br>طراحی ساده با کمترین خطوط، طراحی سریع<br>طراحی از فاصله، طراحی از زوایای گوناگون، شناخت انواع پرسپکتیو<br>ترسیم سایه‌ها، سایه نور طبیعی و نور مصنوعی، سایه جسم بر روی صفحه و جسم دیگر                                                                                   |                         |      |
| ۱۶                                                                                                                        | ۶    | انواع طراحی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                         |      |
|                                                                                                                           |      | آشنایی با انواع طراحی،<br>طراحی انواع پوستر، کاتولوگ، بروشور، تراکت، جعبه،<br>طراحی انواع نشانه، آرم و لوگو (با رعایت اصول و ویژگی آن)<br>اصول طراحی تابلوهای شهری و نقش و اهمیت گرافیک در تابلوهای شهری و برون شهری<br>گرافیک بسته‌بندی و کاربرد و نقش آن در تبلیغات<br>طراحی انواع طرح‌های چاپی بر روی هدایای تبلیغاتی از قبیل خودکار، کیف، لیوان، تی شرت، کلاه، ساک دستی |                         |      |
| ۴                                                                                                                         | ۲    | کاغذ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                         | ۲    |
|                                                                                                                           |      | کاغذ، انواع و ویژگیهای آن،<br>اندازه، وزن، رنگ و کاربرد آن در تبلیغات و رسانه‌ها                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                         |      |
| -                                                                                                                         | ۲    | آشنایی با اصطلاحات و واژه‌های انگلیسی مرتبط با درس                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                         | ۴    |
| ج: منبع درسی:                                                                                                             |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                         |      |
| - اصلانی، مزگان(۱۳۸۱)، بسته‌بندی و تبلیغات در مراکز فروش، تهران: انتشارات.                                                |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                         |      |
| - افشار مهاجر، کامران(۱۳۸۳)، گرافیک مطبوعاتی، تهران: انتشارات سمت، چاپ سوم.                                               |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                         |      |
| - هولیس، ریچارد(۱۳۹۰)، تاریخ مختصر طراحی گرافیک، مترجم: فرهاد گشایش، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ پنجم |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                         |      |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: طراحی

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/رشته های تحصیلی متجانس: حداقل کارشناسی ارشد در رشته ارتباط تصویری،

گرافیک، پژوهش هنر

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی □ خوب ■

- میزان تسلط به رایانه: عالی □ خوب ■

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- حداقل ۱۴ کامپیوتر مجهز به نرم افزارها مورد نیاز

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ■، مباحثه ای □، تمرین و تکرار □، آزمایشگاهی □، کارگاهی ■، پژوهشی گروهی □، مطالعه

موردی □، بازدید □، فیلم و اسلاید □ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی □، آزمون عملی □ ■، آزمون شفاهی □، رایانه پروژه □،

رایانه نمونه کار □ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



|                                                                                           |                          |                                                              |      |                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| نام درس: خوشنویسی و طراحی حروف                                                            |                          | عملی                                                         | نظری |                                                                                   |
| پیش نیاز/هم‌نیاز: _____                                                                   |                          | ۱                                                            | ۱    | واحد                                                                              |
|                                                                                           |                          | ۳۲                                                           | ۱۶   | ساعت                                                                              |
| الف: هدف درس: با انواع خطوط و تاثیر خط در تبلیغات آشنا شود و انواع خطوط را تشخیص دهد.     |                          |                                                              |      |                                                                                   |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                         |                          |                                                              |      |                                                                                   |
| ردیف                                                                                      | رئوس مطالب و ریز محتوا   | زمان آموزش (ساعت)                                            |      |                                                                                   |
|                                                                                           |                          | عملی                                                         | نظری |                                                                                   |
| ۱                                                                                         | اهمیت خط در تبلیغات      | رئوس مطالب                                                   |      |                                                                                   |
|                                                                                           |                          | ریز محتوا                                                    |      |                                                                                   |
|                                                                                           |                          | اهمیت خوشنویسی و طراحی حروف در تبلیغات، جایگاه خط در تبلیغات |      |                                                                                   |
|                                                                                           |                          | آگاهیهای بصری و مهارتهای فنی در خوشنویسی                     |      |                                                                                   |
| ۲                                                                                         | آشنایی با وسایل خوشنویسی | ۸                                                            | ۴    | آشنایی با انواع خطوط سنتی ایران و آگاهی درباره شکل و شناخت زیبایی خاص این شیوه‌ها |
|                                                                                           |                          |                                                              |      | تاثیر خط و قلم بر انسانها                                                         |
| ۳                                                                                         | فعالتهای عملی            | -                                                            | ۲۴   | آشنایی با وسایل خوشنویسی و طرز و ترتیب کار با آنها (مدادها، قلم و...)             |
|                                                                                           |                          |                                                              |      | آشنایی با حروف و فونت رایانه ای و کاربرد آن در تبلیغات                            |
|                                                                                           |                          |                                                              |      | نمونه برداری از خطوط مورد استفاده در تبلیغات و تهیه آرشیو                         |
|                                                                                           |                          |                                                              |      | تجزیه و تحلیل فنی اجزا و اشکال یک نوع قلم                                         |
| بررسی، مقایسه و مطالعه فنی و زیبایی شناسی حروف فارسی و لاتین                              |                          |                                                              |      |                                                                                   |
| تشخیص خطهای دستی و فونتهای پارانه ای                                                      |                          |                                                              |      |                                                                                   |
| ج: منبع درسی:                                                                             |                          |                                                              |      |                                                                                   |
| - مرزی، علی محمد (۱۳۹۰)، خوشنویسی و طراحی حروف، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ سوم |                          |                                                              |      |                                                                                   |
| - رضایی نبرد، امیر (۱۳۹۰)، خوشنویسی بانگش جامع به طراحی حروف، تهران: انتشارات جمال هنر    |                          |                                                              |      |                                                                                   |
| - رضوی، جلال (۱۳۸۰)، اصول طراحی در ساختار خوشنویسی، مشهد: انتشارات آئین تربیت             |                          |                                                              |      |                                                                                   |
| - زارع، غلامرضا (۱۳۸۹)، خودآموز فونت رایانه ای، شیراز: گنجینه علم                         |                          |                                                              |      |                                                                                   |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: خوشنویسی و طراحی حروف

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/رشته های تحصیلی متجانس: کارشناسی ارشد در رشته ارتباط تصویری، گرافیک، پژوهش هنر یا خبره در امر خوشنویسی و کار با رایانه

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سال سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی □ خوب ■

- میزان تسلط به رایانه: عالی □ خوب ■

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- ۲- ۳-

و...

۳- روش تدریس و ارائه درس: سخنرانی ■، مباحثه ای □، تمرین و تکرار □، آزمایشگاهی □، کارگاهی ■، پژوهشی گروهی □، مطالعه

موردی □، بازدید □، فیلم و اسلاید ■ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی □، آزمون عملی ■، آزمون شفاهی □، ارائه پروژه □،

ارایه نمونه کار □ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



|                                                                                                                        |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|--------------------------------|--|
| نام درس: مخاطب شناسی                                                                                                   |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
| پیش نیاز /هم نیاز: جامعه شناسی فرهنگی – روان شناسی اجتماعی                                                             |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
| عملی                                                                                                                   | نظری |                                                                                                                                                                                                                                                                            | واحد |                                |  |
| ۱                                                                                                                      | ۱    |                                                                                                                                                                                                                                                                            | ۱    |                                |  |
| ۳۲                                                                                                                     | ۱۶   |                                                                                                                                                                                                                                                                            | ساعت |                                |  |
| الف: هدف درس: دانشجو شیوه های شناسایی مخاطب را یاد بگیرد و علاقه مندی، نیاز و انگیزه مخاطبان مورد نظر را بتواند بیابد. |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
| ب: سر فصل آموزشی:                                                                                                      |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
| زمان آموزش (ساعت)                                                                                                      |      | رئوس مطالب و ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                                                     |      | ردیف                           |  |
| عملی                                                                                                                   | نظری | ریز محتوا                                                                                                                                                                                                                                                                  |      | رئوس مطالب                     |  |
| ۶                                                                                                                      | ۶    | تعریف و مفهوم مخاطب، ماهیت مخاطب، اهمیت مخاطب شناسی                                                                                                                                                                                                                        |      | مخاطب و نظریه های آن           |  |
|                                                                                                                        |      | مخاطبان رسانه، جایگاه آنان و شیوه های شکل گیری مخاطب                                                                                                                                                                                                                       |      |                                |  |
|                                                                                                                        |      | مخاطب و نظریه های آن: استفاده و رضامندی، شکاف آگاهی، نیاز جویی، تزریقی یا گلوله ای، دومرحله ای ارتباطات، استحکام یا تأثیر محدود، برجسته سازی                                                                                                                               |      |                                |  |
|                                                                                                                        |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
| ۱۰                                                                                                                     | ۱۰   | دسته بندی مخاطبان براساس جمعیت شناسی: (جنس، سن، تحصیلات، شغل موقعیت جغرافیایی، اقتصادی (موقعیت شغلی، درآمد اقتصادی) فرهنگی: (ایدئولوژی و مذهب، سرگرمی و گذران اوقات فراغت)، استفاده از رسانه (رسانه مورد علاقه، محتوای برنامه و زمان استفاده)، گرایش و نگرش سیاسی مخاطبان. |      | شیوه های بررسی و شناخت مخاطبان |  |
|                                                                                                                        |      | مطالعه رفتار و هنجارهای مخاطب، باورها و نگرش مخاطب                                                                                                                                                                                                                         |      |                                |  |
|                                                                                                                        |      | مطالعه روی ابزارها و انگیزش مخاطب                                                                                                                                                                                                                                          |      |                                |  |
|                                                                                                                        |      | شناخت نژادها و اقوام مختلف ایرانی:                                                                                                                                                                                                                                         |      |                                |  |
| ۱۶                                                                                                                     | -    | ویژگی های اقوام مختلف در ایران (اعتقادات، باورها، دین، مذهب، آداب و رسوم، ادب و هنر، شیوه زندگی و کسب و کار، تنوع محیط های اقلیمی و طبیعی بر فرهنگ، فرهنگ خانواده و...)                                                                                                    |      | راهنمای فعالیت عملی            |  |
|                                                                                                                        |      | انواع مخاطب بر اساس رسانه (رسانه های نوشتاری، شنیداری، تصویری، مولتی مدیاها و فناوری های نوین ارتباطی)                                                                                                                                                                     |      |                                |  |
|                                                                                                                        |      | چگونگی دسترسی به مخاطبان هدف                                                                                                                                                                                                                                               |      |                                |  |
|                                                                                                                        |      | معرفی ویژگی مخاطبان هدف                                                                                                                                                                                                                                                    |      |                                |  |
| ج: منبع درسی:                                                                                                          |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
| - مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۵)، مخاطب شناسی، مترجم: منتظر قائم، چاپ سوم، دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها.                 |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
| - فیس، باب ام و اشتروپ، ولف گانگ (۱۳۹۲)، روان شناسی تبلیغات، مترجمان: محسن شاهین پور و سمیه اولی، تهران: سوره مهر.     |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
| - احمدی، حمید (۱۳۷۸)، قومیت و قوم گرایی در ایران از افسانه تا واقعیت، تهران: نشرنی                                     |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
| - نولان، پاتریک/ لنسکی، گرهارد (۱۳۸۰)، جامعه های انسانی، مترجم: ناصر موفقیان، تهران: نشرنی.                            |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
| - بدار، لوک (۱۳۸۰)، روان شناسی اجتماعی، مترجم: حمزه گنجی، تهران: نشر ساوالان.                                          |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
| - رنجبر، محمود ( ۱۳۷۱)، مردم شناسی فرهنگی، تهران: انتشارات دانشکده علوم اجتماعی.                                       |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |
| - دومیتینگ، استرینانی (۱۳۸۰)، نظریه های فرهنگ عامه، مترجم: ثریا پاک نظر، تهران: انتشارات گام نو.                       |      |                                                                                                                                                                                                                                                                            |      |                                |  |



د: استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) درس: مخاطب شناسی

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی):

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/رشته های تحصیلی متجانس: کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، مدیریت امور فرهنگی، مدیریت تبلیغات، مردم شناسی، علوم اجتماعی و مدیریت

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال): ۲ سال سابقه کار یا ۲ سابقه تدریس

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی ☐ خوب ☒

- میزان تسلط به رایانه: عالی ☐ خوب ☒

- سایر ویژگی ها با ذکر موارد:

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس ۳۰ مترمربع ۲- وایت برد ۳- صندلی ۲۵ عدد ۴- میز و صندلی مدرس

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- ۲- ۳-

و...

۳- روش تدریس وارائه درس: سخنرانی ☒، مباحثه ای ☒، تمرین و تکرار ☐، آزمایشگاهی ☐، کارگاهی ☐، پژوهشی گروهی ☒، مطالعه

موردی ☐، بازدید ☐، فیلم و اسلاید ☐ و سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ☒، آزمون عملی ☐، آزمون شفاهی ☐، رایانه پروژه ☐،

رایانه نمونه کار ☐ و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



## فصل چهارم

سرفصل و استانداردهای اجرای دروس آموزش  
در محیط کار



|                                                                   |      |    |
|-------------------------------------------------------------------|------|----|
| نام درس: کاربرینی (بازدید)                                        | واحد | ۱  |
| پیش نیاز/هم‌نیاز: از زمان پذیرش دانشجو تا پیش از پایان نیمسال اول | ساعت | ۳۲ |

الف: اهداف عملکردی (رفتاری)

| ردیف | اهداف عملکردی (رفتاری)                                                                 |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | شناخت مشاغل مورد نظر                                                                   |
| ۲    | تشریح جریان کار و فعالیت‌ها                                                            |
| ۳    | شناخت مواد، تجهیزات، ابزار و ماشین‌آلات مربوط                                          |
| ۴    | شناخت جایگاه، شغلی مورد نظر و نقش آن در مأموریت آن حوزه شغلی                           |
| ۵    | شناخت موضوعات و مسائل جانبی شغل مورد نظر مانند ایمنی، اقتصادی، سختی و پیچیدگی کار و... |
| ۶    | ...                                                                                    |

ب: فضا (محیط) اجرا:

- محل اجرا: کانونهای تبلیغاتی، واحد تبلیغات روابط عمومی‌ها، واحد تبلیغات رسانه‌ها

ج: برنامه اجرایی:

۱. بازدید از محیط کار مطابق اهداف عملکردی به مدت ۱۰ تا ۱۶ ساعت
۲. تهیه و ارائه گزارش کاربرینی توسط دانشجو به مدت ۱۶ تا ۲۲ ساعت به شرح زیر:
  - تهیه گزارش
  - تنظیم گزارش در قالب پاورپوینت
  - ارائه گزارش در کلاس به مدت ۳۰ تا ۴۵ دقیقه
  - بحث و بررسی گزارش دانشجو و راهنمایی مدرس

د: شرایط مدرس کاربرینی:

کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی با سه سال سابقه تدریس یا سابقه کار

ه: نحوه ارزشیابی عملکرد کاربرین:

- ارزشیابی میزان دستیابی به اهداف عملکردی توسط مدرس کاربرینی بر اساس متن گزارش کاربرینی و ارائه آن توسط دانشجو در قالب جدول پیوست ۲ انجام می‌پذیرد.

|                                    |      |     |
|------------------------------------|------|-----|
| نام درس: کارورزی ۱                 | واحد | ۲   |
| پیش نیاز/هم‌نیاز: پایان نیمسال دوم | ساعت | ۲۴۰ |

الف) اهداف عملکردی (رفتاری):

| ردیف | اهداف عملکردی (رفتاری)                                                                                                                                |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | واحد کارورزی را معرفی نماید:<br>- اهداف آن را بازگو کند<br>- وظایف واحد کارورزی خود را بیان کند.<br>- تعداد پرسنل و تخصصهای واحد کارورزی را بیان کند. |
| ۲    | با انتشارات و مراحل آن آشنا باشد و پیگیر امور انتشاراتی کانون تبلیغاتی باشد                                                                           |
| ۳    | با اصول طراحی تبلیغات آشنا باشد                                                                                                                       |
| ۴    | طراحی بسته بندی محصول را انجام دهد                                                                                                                    |
| ۵    |                                                                                                                                                       |

ب: فضا (محیط) اجرا:

- محل اجرا: کانونهای تبلیغاتی، واحد تبلیغات روابط عمومی‌ها، واحد تبلیغات رسانه‌ها
- 

ج: برنامه اجرایی:

| ردیف | شرح فعالیت کارورز | مدت زمان (ساعت) | اهداف عملکردی مرتبط | شغل |
|------|-------------------|-----------------|---------------------|-----|
| ۱    |                   |                 |                     |     |
| ۲    |                   |                 |                     |     |
| ۳    |                   |                 |                     |     |
| ۴    |                   |                 |                     |     |
| ۵    |                   |                 |                     |     |
| ۶    |                   |                 |                     |     |



د: شرایط سرپرست و استاد راهنمای کارورزی:

شرایط سرپرست:

( مدرک و رشته تحصیلی، تجربه کاری، موقعیت شغلی و ... )

شرایط استاد راهنما:

کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی با سه سال سابقه تدریس یا سابقه کار

ه: نحوه ارزشیابی عملکرد کارورز:

برنامه اجرایی:

ارزشیابی کیفیت اجرای برنامه درس کارورزی و مهارت های کسب شده کارورز توسط سرپرست کارورز و در قالب جدول پیوست ۱ انجام می پذیرد.

اهداف عملکردی:

ارزشیابی میزان دستیابی به اهداف عملکردی توسط استاد راهنما بر اساس متن گزارش کارورزی و مصاحبه با دانشجو در قالب جدول پیوست ۲ انجام می پذیرد.

گزارش کارورزی باید در قالب ۳ فصل ( فصل اول، معرفی محیط کار، فصل دوم، شرح فعالیت های کارورز و فصل سوم، نتیجه گیری) تدوین گردد و در بر گیرنده یافته های تجربی در راستای اهداف عملکردی درس کارورزی باشد.



|                                                      |      |     |
|------------------------------------------------------|------|-----|
| نام درس: کارورزی ۲                                   | واحد | ۲   |
| پیش نیاز/هم‌نیاز: پایان دوره (پس از اتمام کلیه دروس) | ساعت | ۲۴۰ |

الف: اهداف عملکردی (رفتاری):

| ردیف | اهداف عملکردی (رفتاری)                                                                                                                                                               |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | وظایف سازمانها و کانونهای تبلیغاتی را بداند.                                                                                                                                         |
| ۲    | بتواند نمایشگاه برگزار کند                                                                                                                                                           |
| ۳    | اوراق اداری را طراحی نماید                                                                                                                                                           |
| ۴    | با عوامل موثر بر بازار مسلط باشد<br>نظر مخاطبان را در مورد تبلیغ ببیند<br>مانیتورینگ رسانه انجام دهد<br>آمارهای مورد نیاز تبلیغات را جمع آوری و نگهداری و بازیابی نماید              |
| ۵    | مخاطب خود را بشناسد<br>با مخاطب خود ارتباط برقرار کند<br>خرید رسانه‌ای مناسب برای تبلیغات انجام دهد<br>برای رسانه‌های (نوشتاری، محیطی، دیداری و شنیداری و اینترنتی) برنامه ریزی کند. |
| ۶    | شعار مناسب تبلیغاتی بنویسد<br>متن بروشور تبلیغاتی تهیه کند<br>با ادبیات تبلیغ آشنا باشد                                                                                              |

ب: فضا (محیط) اجرا:

- محل اجرا: کانونهای تبلیغاتی، واحد تبلیغات روابط عمومی‌ها، واحد تبلیغات رسانه‌ها



ج: برنامه اجرایی:

| ردیف | شرح فعالیت کارورز | مدت زمان (ساعت) | اهداف عملکردی مرتبط | شغل |
|------|-------------------|-----------------|---------------------|-----|
| ۱    |                   |                 |                     |     |
| ۲    |                   |                 |                     |     |
| ۳    |                   |                 |                     |     |
| ۴    |                   |                 |                     |     |
| ۵    |                   |                 |                     |     |
| ۶    |                   |                 |                     |     |

د: شرایط سرپرست و استاد راهنمای کارورزی:

شرایط سرپرست:

( مدرک و رشته تحصیلی، تجربه کاری، موقعیت شغلی و ... )

شرایط استاد راهنما:

کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی یا سه سال سابقه تدریس یا سابقه کار

ه: نحوه ارزشیابی عملکرد کارورز:

برنامه اجرایی:

- ارزشیابی کیفیت اجرای برنامه درس کارورزی و مهارت های کسب شده کارورز توسط سرپرست کارورز و در قالب جدول پیوست ۱ انجام می پذیرد.

اهداف عملکردی:

- ارزشیابی میزان دستیابی به اهداف عملکردی توسط استاد راهنما بر اساس متن گزارش کارورزی و مصاحبه با دانشجو در قالب جدول پیوست ۲ انجام می پذیرد.
- گزارش کارورزی باید در قالب ۳ فصل ( فصل اول، معرفی محیط کار، فصل دوم، شرح فعالیت های کارورز و فصل سوم، نتیجه گیری) تدوین گردد و در بر گیرنده یافته های تجربی در راستای اهداف عملکردی درس کارورزی باشد.



پیوست ۱:

فرم ارزشیابی کارورز\*

| ردیف | شرح فعالیت کارورز | ارزشیابی |       |     |      |
|------|-------------------|----------|-------|-----|------|
|      |                   | ضعیف     | متوسط | خوب | عالی |
| ۱    |                   |          |       |     |      |
| ۲    |                   |          |       |     |      |
| ۳    |                   |          |       |     |      |
| ۴    |                   |          |       |     |      |
| ۵    |                   |          |       |     |      |
| ۶    |                   |          |       |     |      |
| ...  |                   |          |       |     |      |
| جمع  |                   |          |       |     |      |

\* توسط سرپرست کارورز تکمیل می شود



پیوست ۲:

فرم ارزشیابی تحقق اهداف عملکردی\*

| ردیف | عامل ارزیابی | ضریب | نمره ارزیابی (۲۰-۰) | امتیاز | عنوان هدف عملکردی |
|------|--------------|------|---------------------|--------|-------------------|
| ۱    |              |      |                     |        |                   |
| ۲    |              |      |                     |        |                   |
| ۳    |              |      |                     |        |                   |
| ۴    |              |      |                     |        |                   |
| ۵    |              |      |                     |        |                   |
| ۶    |              |      |                     |        |                   |
| جمع  |              | ۱۰۰  |                     | ۲۰     | -                 |

\* توسط مدرس کاربرینی / استاد راهنما کارورزی تکمیل می شود



## ضمائم



مشخصات تدوین کنندگان:

سازمان تدوین کننده:

گروه تدوین کننده: مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر - واحد ۴۱ تهران

| ردیف                                | نام و نام خانوادگی   | مدرک تحصیلی   | شغل (حرفه)                                                                                                           | شماره تماس | ملاحظات |
|-------------------------------------|----------------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------|
| ۱                                   | شهناز هاشمی          | دکتری         | مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی، عضو هیئت علمی سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزش و پرورش                               |            |         |
| ۲                                   | محمد سلطانی فر       | دکتری         | مدیر مرکز آموزش علمی-کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴۱- مدیر گروه رشته علوم ارتباطات اجتماعی دوره دکتری، واحد علوم تحقیقات |            |         |
| ۳                                   | قربانعلی پور مرادبان | دکتری         | مدرس مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴۱ تهران                                                               | ۸۱۰۰       |         |
| ۴                                   | معصومه صادقی         | کارشناسی ارشد | کارشناس مسئول برنامه ریزی درسی                                                                                       |            |         |
| ۵                                   |                      |               |                                                                                                                      |            |         |
| ۶                                   |                      |               |                                                                                                                      |            |         |
| ۷                                   |                      |               |                                                                                                                      |            |         |
| ۸                                   |                      |               |                                                                                                                      |            |         |
| ۹                                   |                      |               |                                                                                                                      |            |         |
| ۱۰                                  |                      |               |                                                                                                                      |            |         |
| ۱۱                                  |                      |               |                                                                                                                      |            |         |
| ۱۲                                  |                      |               |                                                                                                                      |            |         |
| ۱۳                                  |                      |               |                                                                                                                      |            |         |
| رزومه افراد به پیوست ارائه شده است. |                      |               |                                                                                                                      |            |         |

