

خطة دراسية لدرجة الماجستير

1.	الكلية	كلية الدراسات العليا
2.	القسم	الصحافة والاعلام والاتصال الرقمي
3.	اسم الدرجة العلمية (بالعربية)	ماجستير الاتصال الرقمي
4.	اسم الدرجة العلمية (بالإنجليزية)	Master's Degree in Digital Communication
5.	المسار	الرسالة

رقم الخطة	رقم التخصص	الدرجة	رقم القسم	رقم الكلية	السنة	رسالة/شامل
رقم الخطة	091	8	09	23	2023	الرسالة

أولاً: أحكام وشروط عامة:

1. تتفق الخطة مع تعليمات برامج الدراسات العليا النافذة.
2. التخصصات التي يمكن قبولها: كافة حقول المعرفة
أن يكون حاصلًا على درجة البكالوريوس في أي حقل من حقول المعرفة من الجامعة الأردنية أو أي جامعة تعترف بها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

ثانياً: شروط خاصة :- لا يوجد.

ثالثاً: تتكون مواد هذه الخطة من (33) ساعة معتمدة موزعة كما يلي:

1. مواد إجبارية (15) ساعات معتمدة كما يلي:

رقم المادة	اسم المادة	الساعات المعتمدة	نظري	عملي / مختبر أو استديو*	المتطلب السابق
2309701	نظريات الاتصال الرقمي	3	3	-	-
2309702	صناعة المحتوى الرقمي	3	1	2	-
2309703	الوسائط الإعلامية المتعددة	3	1	2	-
2309704	أخلاقيات الاتصال وتشريعاته	3	2	1	-
2309705	مناهج البحث	3	2	1	-
2309706	التدريب الميداني	صفر ساعة	-	-	-

* الساعة المعتمدة الواحدة تعادل: ساعتان عمليتان في المختبر أو الاستديو

2. مواد اختيارية: (9) ساعات معتمدة يتم اختيارها مما يلي:

رقم المادة	اسم المادة	الساعات المعتمدة	نظري	عملي / مختبر أو استديو	المتطلب السابق
2309707	علم البيانات في الاتصال	3	2	1	-
2309708	الإعلان والتسويق الرقمي	3	2	1	-
2309709	الاتصال الثقافي والانساني	3	3	-	-
2309710	شبكات التواصل الاجتماعي	3	1	2	-
2309711	التخطيط للاتصال الاستراتيجي	3	2	1	-
2309712	الرأي العام والدراسات الاستطلاعية	3	2	1	-
2309713	الاتصال المؤسسي	3	2	1	-
2309714	كتابة الأخبار وتحريرها	3	1	2	-
2309715	الإنتاج المرئي الرقمي	3	1	2	-
2309716	الأمن والسلامة الرقمية	3	2	1	-
2309717	الريادة في الاتصال والإعلام الرقمي	3	2	1	-
2309718	موضوع خاص	3	3	-	-

3. رسالة جامعية (9) ساعة معتمدة ورقمها (2309799).

وصف المواد لبرنامج ماجستير " الاتصال الرقمي " مسار الرسالة

أولاً: المواد الإجبارية

(3 ساعات معتمدة)

نظريات الاتصال الرقمي

تتناول هذه المادة المنظور العلمي التفسيري لظاهرة الاتصال الجماهيري الرقمي، والمفاهيم الأساسية المرتبطة بها، وانواع الاتصال ومجالاته ؛ وتشتمل على النماذج والنظريات التي قدمتها مدارس فكرية متعددة، في الاتصال الجماهيري مع التركيز على الاتصال الرقمي ومنها النظرية التاريخية للاتصال، ونظريات النظم الإعلامية، ونظريات تأثير الاتصال والإعلام التقليدية ونظريات تأثير الإعلام الرقمي ونظريات البناء التنظيمي لوسائل الإعلام، ونظريات القائم بالاتصال وحراسة البوابة الإعلامية التقليدية وحراسة البوابة في العصر الرقمي ونظريات الاعتماد على وسائل الإعلام والحاجات والإشاعات ونظريات الاجندة بمستوياتها المتعددة ونظرية للولب الصمت، ونظريات العنف والإعلام والذعر الإعلامي في العصر الرقمي، كما تتناول النظريات الإعلامية النقدية (الإعلام ومدرسة فرانكفورت والنظرية الثقافية النقدية ونظرية الاقتصاد السياسي والإعلام ونظرية الهيمنة) وتناقش المادة النماذج والاطر النظرية الحديثة المفسرة للإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي، واهمها نظرية الشبكات .

(3 ساعات معتمدة)

صناعة المحتوى الرقمي

تسعى هذا المادة إلى تمكين الطلبة من المفاهيم والمهارات الأساسية في مجال انشاء المحتوى الإعلامي الرقمي، وتشتمل على فهم سمات المحتوى الرقمي واشكاله وقوابله، وتطور مفهوم الرسالة الإعلامية وسماتها في العالم الرقمي واستراتيجيات الوصول والاقناع في المحتوى الرقمي، كما تشمل المادة على دراسة جمهور الوسائل الرقمية ومحركات التفاعل مع المحتوى. وفي جانب المهارات يتعلم الطلبة انتاج الصورة الرقمية وانتاج الفيديو الرقمي وانتاج القصة المصورة، وتمثيل البيانات والمعلومات الإعلامية رقمياً. وتشتمل المادة على اكساب الطلبة مهارات الكتابة واعداد المحتوى الإعلامي الخاص بالوسائل الرقمية مثل التقارير للصحافة الرقمية ومخطط وصف المشاهد (الستوري بورد storyboard) للفيديوهات القصيرة .

(3 ساعات معتمدة)

الوسائط الإعلامية المتعددة

تهدف هذه المادة الى تطوير قدرات الطلبة ومهارتهم في التعامل مع الوسائط الإعلامية الرقمية المتعددة، وتشتمل على فهم تطبيقات الوسائط الرقمية المتعددة في المجالات الاتصالية والإعلامية، واساليب اعداد وانتاج محتوى إعلامي واحد من خلال استخدام وسائط متعددة (Cross-media content)، كما تشمل على اعداد المحتوى والكتابة للمواقع الالكترونية، واعداد الرسائل للشبكات الاجتماعية، واعداد المحتوى والكتابة للتدوين الصوتي (البودكاست podcasts) واعداد المحتوى والكتابة للصورة والسردي القصصي الرقمي . والتعرف على برمجيات تحرير الفيديو والصوت والادوات الرقمية للعروض والتمثيل المعلوماتي.

(3 ساعات معتمدة)

أخلاقيات الاتصال وتشريعاته

تتناول هذه المادة الأسس الاخلاقية والتشريعية التي تقوم عليها المهن الإعلامية والاتصالية، والأسس التنظيمية التي تنظم هذه الاعمال وتحديدًا في العصر الرقمي، وتتضمن فهم الاطر التشريعية والتنظيمية العالمية والاطر الوطنية ، ومواثيق الشرف ومدونات السلوك التي تحكم مهن الاتصال والإعلام الرقمي، كما تتناول القيم المهنية مثل : حماية الخصوصية، السرية، تجنب التشهير، تجنب التضليل ونشر الاشاعات، حقوق الملكية الفكرية، اخلاقيات جمع البيانات واستخدامها، حرية الوصول للمعلومات، المحتوى الاخلاقي، واتفاقية المشاع الرقمي الابداعي، وتضارب المصالح، واخلاقيات الاخبار وقيمها، والتعامل مع شكاوى الجمهور، وحقوق القائمين بالاتصال والتزاماتهم تجاه مجتمع وسائل الاتصال الرقمي.

مناهج البحث

(3 ساعات معتمدة)

تهدف هذه المادة إلى تعزيز قدرات الطلبة في مجالات جمع المعلومات ومعالجتها وتحويلها إلى معرفة باستخدام الأساليب والادوات العلمية والانتقال الى انتاج معرفة متخصصة في مجالات الاتصال. وذلك باستخدام مناهج البحث العلمي في مجالات العلوم الاجتماعية والادوات العلمية في مجالات الاتصال والإعلام حيث يدرس الطلبة تصميم ادوات جمع المعلومات مثل الاستبيان والمقابلة والمجموعات المركزة واساليب تحليل المضمون وتحليل الخطاب والدراسات الحديثة في الرصد الإعلامي وفي تحليل بيانات الجمهور على الوسائل الرقمية والتطبيقات الاحصائية في بحوث الاتصال والإعلام.

التدريب الميداني

(1 ساعة معتمدة)

تتكون هذه المادة من 200 ساعة تدريب تطبيقي في احدى مؤسسات الإعلام أو الاتصال المحلية أو الإقليمية التي يتم اختيارها بموافقة من مشرف المادة وضمن معايير محددة وخطة عمل واضحة تطلب الموافقة المسبقة عليها. خلال فترة التدريب، تقدم المؤسسة التي يتدرب فيها الطالب تقرير حضور يسلم أسبوعياً، وفي نهاية التدريب، تقدم جهة التدريب تقرير تقييم لأداء المتدربين. كما ويتوقع من الطلبة بعد انتهاء فترة التدريب اعداد عرض تقديمي يبين رسالة المؤسسة التي تم اختيارها للتدريب ونقاط الاستفادة من هذه التجربة.

ثانياً: المواد الاختيارية

علم البيانات في الاتصال

(3 ساعات معتمدة)

أصبح علم البيانات في مجال الإعلام والاتصال حجر الزاوية في قيادة عملية صنع القرار. إذ تقوم المؤسسات بالاستثمار في تحليل البيانات للبقاء في صدارة المنافسة، حيث يُستخدم تحليل الوسائط الاجتماعية لدعم استراتيجيات التنقيب عن الرأي، ومراقبة فعالية الحملات، وإنشاء إعلانات ومحتوى سياقي وشخصي يعتمد على تحليل مشاعر الأفراد. تقدم هذه المادة لمحة عامة عن علم البيانات، وتغطي موضوعات مثل جمع البيانات، والتكامل، والإدارة، والنمذجة، والتحليل، والتمثيل المرئي، والتنقيب، واتخاذ القرارات المستنيرة اعتماداً على تحليل البيانات. وسيتم تعزيز المهارات المهنية، مثل الاتصال والعرض التقديمي ورواية القصص باستخدام البيانات. كما سيكتسب الطلاب خبرة عملية من خلال العمل على المشكلات العملية في وسائل الإعلام والتواصل.

الإعلان والتسويق الرقمي

(3 ساعات معتمدة)

تقدم هذه المادة التسويق الرقمي من منظور الاتصال الذي يراعي طبيعة القائم بالاتصال والجمهور المستهدف والرسالة الاعلانية والوسيلة الملائمة، وتشتمل المادة على المفاهيم الاساسية في الإعلان والتسويق الرقمي وانواعه ومجالاته (التسويق التجاري والتسويق السياسي واعلانات الخدمة العامة وتسويق الافكار)، وتركز المادة على الادوات الرقمية للتسويق والترويج، واساليب استخدام الشبكات الاجتماعية في التسويق، واستراتيجيات التسويق الرقمي، وتصميم الإعلانات الرقمية وانتاجها، وتطوير العلامات التجارية التسويقية، والحملات الترويجية الرقمية، ودراسة البيانات الضخمة للجمهور المستهدف .

الاتصال الثقافي و الإنساني

(3 ساعات معتمدة)

تجمع هذه المادة معارف ومهارات متعددة ومنكاملة من العلوم الانسانية والاجتماعية، وتشتمل على فهم الاتصال الإنساني والعمليات المرتبطة به، ودور الاتصال في تطور الحضارة الانسانية، وماذا يعني المنظور الاتصالي في فهم الظواهر الاجتماعية والسياسية والثقافية ، وتتناول المادة مهارات الاتصال الجيدة ومستوياتها وتحديدًا في البيئة الرقمية، وفي الجانب الثقافي تشتمل المادة على فهم دور الاتصال في حوار الثقافات، وفي التبادل الثقافي والاستعارة الثقافية بين الشعوب، والصور النمطية والصور الذهنية، والدبلوماسية العامة والاتصال ، وتأثير كل من الاتصال من منظوري التعاون والصراع والاختلافات الثقافية على التفاعل بين الشعوب .

شبكات التواصل الاجتماعي

(3 ساعات معتمدة)

تسعى هذه المادة إلى بناء قدرات الطلبة في التعامل مع الشبكات الاجتماعية بكفاءة وفعالية ؛ وتتضمن المادة فهم شبكات التواصل الاجتماعي وآليات عملها وانواعها والخدمات التي تقدمها، كما تشتمل على إنتاج المحتوى الخاص بالشبكات الاجتماعية، واساليب ادارة الحسابات والتفاعل على هذه الشبكات، والرصد الإعلامي والاستماع الاجتماعي على الشبكات الرقمية ، وفهم عمل الخوارزميات التي تعمل بها الشبكات، وفهم جمهور الشبكات الاجتماعية، وتقديم هذه المادة عرضا لتقنيات واساليب جذب الجمهور إلى الجانب القيم الاخلاقية لاستخدام الشبكات .

التخطيط للاتصال الاستراتيجي

(3 ساعات معتمدة)

يعد التخطيط للاتصال الاستراتيجي اساسا متينيا لعمل المؤسسات العامة والخاصة في العالم المعاصر وادارة حملات التغيير ونشر الافكار والخدمات والسلع الجديدة، تتكون هذه المادة من خمس وحدات دراسية اساسية ؛ اولا : المفاهيم الأساسية في التخطيط للاتصال الاستراتيجي، ثانيا : نظريات ونماذج الاتصال الاستراتيجي وادارة التغيير باستخدام وسائل الاتصال، ثالثا ؛ ادوات تحليل البيئة الاتصالية الداخلية والخارجية رابعا : التخطيط للحملات الاتصالية والإعلامية، خامسا : نماذج وحالات دراسية لخطة حملات اتصالية وإعلامية بما في ذلك خطط الأزمات والطوارئ في قطاعات متعددة، كما تتطلب المادة تكليف الطلبة بإعداد مشاريع خطط في الاتصال الاستراتيجي سواء خطة اتصالية لمؤسسة ما، او حملة اتصالية وإعلامية في موضع ما ؛ تشمل تحديد الاهداف والجمهور وتحليله، وتحليل البيئة الاتصالية، وتحديد الرسائل الإعلامية ومنهجية الوصول والتغيير .

الرأي العام والدراسات الاستطلاعية

(3 ساعات معتمدة)

تتناول هذه المادة المفاهيم الأساسية في دراسات الرأي العام وانواعه ومستوياته واهميته ودوره في العالم المعاصر، ونظريات تشكل الرأي العام وتطورها، ومراحل تكوين وتشكيل الرأي العام، وعلاقة وسائل الإعلام بالرأي العام المعاصر، والقوى المؤثرة في الرأي العام، وقادة الرأي وعلاقتهم بالجمهور والنخب، والرأي العام والتضليل، والرأي العام والديمقراطية، ويدرس الطلبة حالات دراسية على قوة الرأي العام على المستويات المحلية والاقليمية والدولية. كما تغطي المادة اساليب قياس الرأي العام والدراسات الاستطلاعية والمسوحات المتخصصة، ومبادئ تحليل وقراءة استطلاعات الرأي العام. كما تركز على الاتجاهات التطبيقية في دراسات الجمهور سواء جمهور وسائل الإعلام التقليدية وجمهور شبكات التواصل الاجتماعي وجمهور الدعاية السياسية وجمهور الإعلانات التجارية.

الاتصال المؤسسي

يتناول هذا المساق مفاهيم العلاقات العامة والاتصال المؤسسي وأسس تنظيمهم بالمؤسسات، بالإضافة إلى الوظائف والأنشطة التي تمارسها المؤسسات في التواصل مع الفئات المختلفة من أصحاب المصالح، وتحديد دور تكنولوجيا الاتصال في دعم الممارسة الاتصالية الإلكترونية في هذا الإطار؛ حيث يركز المساق على تكامل الاتصالات الداخلية والخارجية بالمؤسسات، وتطبيقات نظم الاتصالات والإدارة الإلكترونية في دعم التوجه للمؤسسات الرقمية، ورصد تأثير الأنظمة الإدارية ونمط القيادة على فعالية إدارة الاتصالات بالعلاقات العامة والاتصالات المؤسسية، ودورهما في فترات التغيير المؤسسي، وكذلك إدارة الصراع والخلاف والنزاع المؤسسي عبر استخدام الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة.

كتابة الأخبار وتحريها

(3 ساعات معتمدة)

تجمع هذه المادة بين أصول كتابة الاخبار وتحريها وبين الاتجاهات الحديثة في كتابة الاخبار في وسائل الإعلام الرقمية؛ حيث تتناول مفهوم الاخبار وقيم الاخبار؛ ما الذي يجعل الاحداث أخبارا، وقوالب وأشكال كتابة الاخبار، واساليب كتابة الاخبار في الصحافة التقليدية واساليب كتابة الاخبار في الصحافة الرقمية، ومصادر جمع المعلومات والخبر ومعالجتها إعلاميا والتحقق منها، والاستخدام السليم للغة في كتابة الاخبار وقواعد التخييص. وفي الجانب الفني يتعلم الطلبة صياغة العناوين الإخبارية وانواع المقدمات وكتابتها وأشكال السرد الاخباري والتعامل مع الاقتباسات والعزو للمصادر.

الإنتاج المرئي الرقمي

(3 ساعات معتمدة)

تتناول هذه المادة الأسس العلمية والتطبيقية المتقدمة في إنتاج المواد المرئية مثل التصوير الرقمي وإنتاج الصورة وإنتاج البوستر والمواد الترويجية الرقمية، وإساليب تصميم المواد الاتصالية المرئية، وتصوير الفيديو ومراحل إنتاجه المتعددة، والقصاص الإخبارية المرئية من خلال الصور ومن خلال الفيديو، ويتعلم الطلبة في المختبر أسس التعامل مع برمجيات المونتاج وتحويل النصوص والأرقام والبيانات إلى محتوى بصري جذاب.

الأمن والسلامة الرقمية

(3 ساعات معتمدة)

تقدم هذه المادة الأسس المعرفية لموضوعات أمن المعلومات والسلامة الرقمية. وذلك من خلال تمكين الطلبة من المهارات والإدوات اللازمة للتعامل مع تحديات الأمن السيبراني. وتشتمل المادة مبادئ ومتطلبات التصفح الآمن للإنترنت، ومصادر التهديد على الإنترنت وحماية البيانات والحسابات الشخصية واستعادتها، ومبادئ حماية حسابات وبيانات المؤسسات، والتعرف على البرامج الضارة وإساليب تطبيقات التشفير وتحليل المخاطر في البيئة الرقمية والسلوك الآمن في أوقات الأزمات ذات الأبعاد الرقمية، كما تتناول التعامل مع الابتزاز والانتحال وسرقة الحسابات والهوية الرقمية.

الريادة في الاتصال والإعلام الرقمي

(3 ساعات معتمدة)

ريادة الأعمال الرقمية هي استخدام الأدوات الرقمية لإنشاء أعمال ابتكارية قائمة على الإنترنت ؛ ويعد الإعلام الرقمي مجالاً واسعاً لتطوير أفكار ريادية وتحويلها إلى شركات ناشئة، إلى جانب حاجة الرياديين في مختلف المجالات إلى مهارات اتصالية وإعلامية لإنجاح أعمالهم، تتناول هذه المادة المفاهيم الأساسية في ريادة الأعمال والابتكار الاقتصادي والاجتماعي والثقافي، ودور الاتصال والإعلام في تطوير الأعمال الريادية، ومجالات تطوير الأفكار الريادية في الإعلام والاتصال، والتخطيط لإنشاء شركات ريادية في مجالات الإعلام والاتصال.

موضوع خاص

(3 ساعات معتمدة)

تركز هذه المادة على أحد المواضيع المختارة أو المستجدة المتصلة بالاتصال الرقمي عموماً أو أي موضوع مهم ذي صلة بنتائج تعلم البرنامج. والغاية هنا التعمق في دراسة الموضوع المختار من جميع جوانبه وإتاحة الفرصة للطلبة للاطلاع على ما هو مهم وجديد، وتمكينهم من التفكير به بعمق وربما إجراء دراسة معمقة عليه. يُقترح الموضوع من قبل أي من أعضاء هيئة التدريس المعيّنين بالبرنامج أو أي من القائمين عليه، على أن تتم الموافقة على الموضوع من قبل المجلس الأكاديمي المعني، وذلك بعد تقديم المبررات الكافية ومخطط المادة التفصيلي.