

إدارة المؤسسات الإعلامية

الدكتور: توفيق عمري

DGM411

إدارة المؤسسات الإعلامية

المحاضرة التعريفية



إدارة المؤسسات الإعلامية

المحاضرة التعريفية

DGM411

إدارة المؤسسات الإعلامية

Prepared by
Dr. TEWFIK AMRI

لمحة عن أستاذ المقرر

د.توفيق عمري أستاذ الإعلام والاتصال
دكتوراه إتصال استراتيجي- جامعة الجزائر
- عضو هيئة التدريس بجامعة ميد أوشن- كلية الإعلام
والتسويق.
- مُحَرَّر أخبار ومراسل سابق بقنوات تلفزيونية عربية.
- مُدَرَّب في مَجَال تِقْنِيَّات السَّمْعِي المَرئِي.
- لَدِيهِ اِهْتِمَامَات عِلْمِيَّة بَحْثِيَّة في مَجَال المِيديَا الجَدِيدَة
والتَحَوُّلات الرَقْمِيَّة، وَلَهُ مَوَلِّفَات عِلْمِيَّة فَرْدِيَّة وَجَمَاعِيَّة،
وَمِنْشُورَات عِلْمِيَّة بِمَجَلَّات دُولِيَّة وَجَزَائِرِيَّة، مُشْرِف
عَلَى تَأْطِير أَبْحَاث طَلَبَةِ الدُّكْتُورَاه وَالْمَاجِيسْتِير
وَالْبَكَالُورِيُوس.



المحاضرة التعريفية

محتويات المحاضرة التعريفية:

- 1-توصيف المقرر.
- 2-محتويات المقرر.
- 3-مخرجات التعلم لدى الطالب.
- 4-طريقة التدريس والتقييم.
- 5-مدخل إلى إدارة المؤسسات الإعلامية.
- 6-مراجع المقرر المعتمدة.



01 توصيف المقرر

يتضمّن مقرر "إدارة المؤسسات الإعلامية" مجموعة من الموضوعات المهمة، التي تكسب الطالب المعرفة والمهارات الأساسية، في فهم كيفية إنشاء وإدارة المؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها: (الصّحف الرّقمية، الإذاعات الرّقمية، المنصّات الاخبارية، وكالات الأنباء)، بما يشمل الهياكل التنظيمية، التّخطيط الاستراتيجي، إدارة الموارد البشرية والمالية، كما يُركّز الشّق الثاني من المقرر، على إدارة مؤسسات التّسويق الرّقمي ووكالات الإعلان والعلاقات العامة، في ظلّ التحولات التكنولوجية والسّوقية المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم.



1- مدخل مفاهيمي في إدارة المؤسسات الإعلامية الرقمية:

- تعريف المؤسسة الإعلامية الرقمية.
- أنواع المؤسسات الإعلامية الرقمية.
- الفرق بين الإدارة العامة والإدارة الإعلامية.

2- عناصر إدارة المؤسسة الإعلامية الرقمية:

- الإدارة التحريرية الرقمية.
- الإدارة التقنية.
- إدارة الموارد البشرية.
- الإدارة المالية.
- إدارة الجمهور والتفاعل.
- السياسة الإعلامية للمؤسسة.



3- التَّخْطِيط الاستراتيجي في المؤسسة الإعلامية الرِّقْمِيَّة:

- مفهوم التَّخْطِيط، مراحل التَّخْطِيط الاستراتيجي، مقاربات وإسقاطات عن مؤسسات حقيقية.
- إعداد الخطط الاتِّصالية التَّشْغِيلِيَّة.
- تحليل البيئة الداخلية والخارجية.
- دراسات الجمهور والسُّوق الإعلامي الرِّقْمِي.

4- التَّدْرِيْب في وسائل الإعلام الرِّقْمِيَّة :

- الأهداف، الأساليب، النطاق، عوامل النجاح.

5- قوانين وأخلاقيات إدارة المؤسسات الإعلامية الرِّقْمِيَّة:

- الإطار القانوني للمؤسسات الإعلامية الرِّقْمِيَّة.
- أخلاقيات المهنة والمسؤولية الاجتماعية.

6- مدخل مفاهيمي في التسويق الرقّمي (Digital Marketing) :

7- إدارة التسويق الرقّمي:

- تحديد الجمهور المستهدف، تصميم إستراتيجية رقمية، إدارة المحتوى، تحليل الأداء، إدارة الميزانية.

8- مهارات إدارة التسويق الرقّمي:

- فهم السلوك الرقّمي للمستهلك، التحليل باستخدام أدوات رقمية، الإبداع في كتابة المحتوى، إدارة الحملات الإعلانية، أساسيات التصميم والبرمجة.

9- مؤشرات قياس الأداء في التسويق الرقّمي.

10- استراتيجيات التسويق والإعلان الرقّمي والعلاقات العامة.

- علاقة المؤسسة الإعلامية الرقّمية بوكالات الإعلان.

- تطوير استراتيجيات التسويق مع المؤسسات.

أولاً : المعرفة والفهم:

❖ الإطّلاع الواسع وفهم المبادئ الأساسية، لإدارة المؤسسات الإعلامية الرّقمية والمؤسسات التّسويقية.

❖ فهم أساليب وآليات التّخطيط الإعلامي الناجح، في الاعلام الرّقمي والتّسويق الرّقمي.

ثانياً :المهارات الذّهنية:

❖ تحليل التحدّيات التي تواجه الإدارة الإعلامية الحديثة، ومؤسسات الإعلان والتّسويق.



03

مخرجات التعلم لدى الطالب

ثالثاً: المهارات المهنية:

- ❖ تطبيق المهارات الأساسية في التخطيط والتنظيم والرقابة، داخل بيئة إعلامية ناجحة.
- ❖ المساهمة في إنشاء وإدارة مؤسسات إعلامية رقمية، وكذا مؤسسات تسويق رقمية، مواكبة للتطور الرقمي الراهن .

رابعاً: المهارات العامة:

- ❖ المساهمة في تحسين الأداء المؤسسي، داخل وسائل الإعلام الرقمية والمؤسسات التسويقية الرقمية.
- ❖ المساهمة بقدر كبير، في تقديم خدمة إعلامية مجتمعية للجمهور.



04

طريقة التدريس والتقييم



حلقة نقاش أسبوعية



إختبار أسبوعي

✓ مقدمة :

في خضمّ التحول الرّقمي المتسارع الذي يشهده العالم اليوم، أصبحت إدارة المؤسسات الإعلامية الرّقمية، تتطلّب فهماً عميقاً لخصائص الإعلام الرّقمي، من حيث: **سرعة النّشر، وتنوع المنصات، وتفاعل الجمهور الفوري**، إضافة إلى ضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية مثل: الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات المتراكمة. وإدارة المؤسسات الإعلامية الرّقمية، تتطلب أيضاً: التركيز على إنشاء قنوات تواصل متعدّدة المنصّات مثل: **مواقع الويب، التطبيقات، وسائل التواصل الاجتماعي، والبث عبر الإنترنت**، لضمان وصول المحتوى إلى أكبر شريحة ممكنة من الجمهور. كما تتطلب هذه الإدارة تطوير سياسات واستراتيجيات مرنة، تواكب الاتجاهات الناشئة مثل الإعلام التفاعلي والبث الحي وتحقيق التوازن في جودة المحتوى.

✓ مفهوم إدارة المؤسسات الإعلامية:

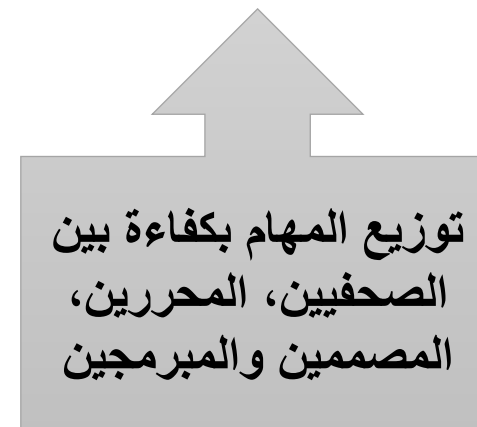
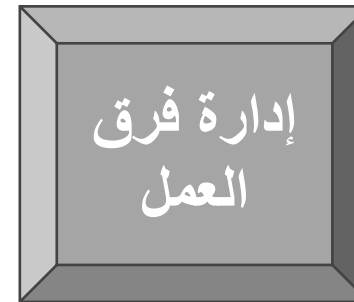
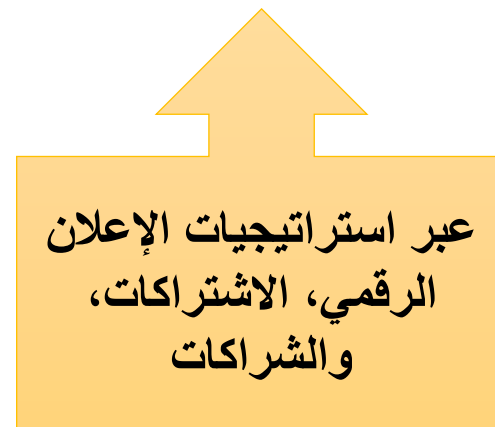
"إدارة المؤسسات الإعلامية هي: عملية تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة الموارد البشرية والتقنية والمالية، داخل المؤسسات الإعلامية لتحقيق أهدافها بفعالية، تتضمن هذه العملية إدارة المحتوى، التسويق، العلاقات العامة، التمويل، إدارة الأفراد، والتعامل مع التطورات التكنولوجية".

بشكل عام، إدارة المؤسسات الإعلامية هي: "عملية معقدة، تتطلب مجموعة واسعة من المهارات والمعرفة، وهي ضرورية لنجاح واستدامة أي مؤسسة إعلامية في العصر الحالي".

05

مدخل الى إدارة المؤسسات الإعلامية

ركائز إدارة المؤسسات الإعلامية الرقمية :



تصنيفات المؤسسات الإعلامية الرقمية:



1. حسب طبيعة الملكية:

- مؤسسات حكومية: تُدار وتموّل من قبل الدولة، وتهدف غالبًا إلى خدمة السياسات الإعلامية الوطنية.
- مؤسسات خاصة: يملكها أفراد أو شركات، وتركّز على تحقيق الربح، إلى جانب الأهداف الإعلامية.
- مؤسسات أهلية/غير ربحية: تديرها منظمات أو جمعيات، وتركّز على قضايا المجتمع أو التعليم.

تصنيفات المؤسسات الإعلامية الرقمية:

2. حسب نموذج التمويل:

- مدعومة بالإعلانات الرقمية: تعتمد على عائدات الإعلانات والرعايات.
- مدعومة بالاشتراكات: تقدّم محتوى متميز، مقابل رسوم شهرية أو سنوية.
- مدعومة بالمنح أو التبرعات: تعتمد على الدعم الخارجي أو الجماهيري.

3. حسب مدى الانتشار:

- محلية: تستهدف جمهورًا داخل مدينة أو منطقة معينة.
- إقليمية: تغطّي أكثر من دولة أو منطقة جغرافية واسعة.
- عالمية: تخاطب جمهورًا دوليًا بمحتوى متعدد اللغات.

تصنيفات المؤسسات الإعلامية الرقمية:



4. حسب شكل المحتوى المهيمن:

- نصية رقمية (مقالات، تقارير).
- مرئية رقمية (فيديوهات، بث مباشر).
- صوتية رقمية (بودكاست، إذاعات إنترنت).
- تفاعلية (استطلاعات، خرائط تفاعلية، ألعاب إعلامية).

- 1- البلوشي عبد الله بن مبارك: "إدارة المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي"، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان، 2020.
- 2- الدليمي عبد الرزاق: "إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان، 2014.
- 3- الشكعة سامي: "الإدارة الإعلامية في المؤسسات الصحفية"، دار الفكر العربي، 2010.
- 4- زيد عبد الله: "إدارة الإعلام: الأسس والتطبيقات"، دار الفكر العربي، القاهرة، 2016.
- 5- عبد العزيز ياسر: "إدارة المؤسسات الإعلامية في ظل الإعلام الجديد"، المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، مصر، 2018.
- 6- سمير الهاشمي: "استراتيجيات التسويق الإلكتروني"، دار صفاء، عمّان، 2020 .
- 7- كفاح الربيعي: "التسويق الرقمي وإدارة الحملات الإعلانية"، دار وائل، الأردن، 2021.



تمنيتي بالنجاح للجميع