



دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

بسم الله الرحمن الرحيم

طرح پیشنهادی دوره دکتری «رسانه و سلامت»

مشخصات کلی برنامه و سرفصل دروس

دانشگاه صدا و سیما

دانشکده ارتباطات

بهمن ۱۳۹۱

دوره دکتری رسانه و سلامت

فصل اول مشخصات کلی دوره

دوره دکتری رسانه و سلامت

باسمه تعالی

«مقاله «سلامت و بهداشت و درمان» جزء اولویت‌های اصلی و مسائل درجه یک کشور است.»
مقام معظم رهبری (دام ظلّه)

مقدمه:

رسانه های در عصر کنونی، نقشی بی بدیل در هدایت افکار عمومی سراسر جهان یافته اند و روابط فردی و اجتماعی، رفتار، عاداتها، نگرش ها و در نهایت سبک زندگی انسان ها در همه جوامع متأثر از رسانه هاست.

بر این اساس، ارائه الگوهای سبک زندگی سالم و راه‌های پیشگیری از ابتلاء آحاد جامعه به انواع بیماری ها و نارسایی های جسمی و روانی، در ارتقاء سلامت جامعه و حتی کاهش قابل توجه هزینه های مدیریت کشور، نقش عمده‌ای ایفا می‌کند. در این چارچوب، ضروری است رسانه‌ها و سایر نهادهای و سازمان ها، برای آموزش، پیشگیری، فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی عمومی در زمینه ارتقاء فرهنگ سلامت جامعه تلاش کنند. آموزش و فرهنگ سازی برای تحقق سبک زندگی سالم از مهم ترین عوامل و راهکارهای پیشگیری از ابتلاء افراد به بیماری های متنوع امروزی است. به همین دلیل، ارتقاء آگاهی و سواد سلامت جامعه به عنوان محور عدالت در سلامت و به عنوان سرمایه و نه هزینه اجتماعی محسوب می شود. اهمیت سبک زندگی بیشتر به این دلیل است که سبب ارتقاء کیفیت زندگی در ابعاد جسمی، روحی، روانی و اجتماعی می شود. بنابراین برای نهادینه کردن سبک زندگی سالم مبتنی بر آموزه های اسلامی، باید شرایط محیطی فراهم و آموزش های لازم به مردم داده شود. تردیدی نیست که برای تحقق این امر، فرهنگ سازی، آموزش عمومی، توانمند سازی و هماهنگی دیگر نهادها و سازمان های موثر بر تامین، حفظ و توسعه سلامت مردم، لازم است و باید به گونه‌ای عمل شود که مردم شیوه زندگی سالم را انتخاب کنند تا با این راهکار هزینه‌های درمانی کشور هم کاهش یابد.

بر اساس سند چشم انداز ۱۴۰۴ باید سالم ترین مردم منطقه باشیم و برای ایجاد سبک زندگی سالم باید از نقطه‌ای شروع کنیم که راهکار آن لحاظ کردن ارتقاء سلامت در برنامه‌های راهبردی تمام وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها و نیز تصمیم‌گیری‌های کلان کشور است که موجب می شود روح سلامت محوری در تمام

دوره دکتری رسانه و سلامت

فعالیت‌های جامعه دمیده شود و این سیاستگذاری بر مبنای اعتقاد به این خواهد بود که هر تصمیم گیرنده‌ای، مستقیم یا غیر مستقیم بر سلامت جامعه تاثیر می‌گذارد.

رسانه‌ها اعم از رادیو و تلویزیون، روزنامه‌ها، سایتها و ... نقش مهمی در اصلاح یا تقویت نگرش مردم دارند، رسانه‌های گروهی حتی می‌توانند با درگیر کردن موسسات، آنها را ملزم به پاسخگویی در ارائه نوع خدمات سلامت محور کنند.

از سوی دیگر، بسیاری از روش‌های درمانی و تغذیه که در فرهنگ اسلامی وجود دارد، متناسب با آموزه‌های پزشکی و روش‌های علمی روز است که از گذشته در سبک زندگی اسلامی وجود داشته است. بنا به فرموده مقام معظم رهبری، میراث گرانبغی به نام سبک زندگی اسلامی داریم که حتی در روش تغذیه نه تنها منافاتی با دانش روز ندارد که در بعضی موارد تکمیل کننده تغذیه و درمان از لحاظ پزشکی است. بر این اساس، باید تلاش کرد تا با برداشتن گام‌های اولیه در جهت احیای سبک زندگی منطبق بر فرهنگ و تمدن اسلامی، تکیه بر اهمیت پیشگیری بر اساس الگوهای سبک زندگی مبتنی بر مبانی فرهنگ اسلامی، آموزش اصول اولیه سبک زندگی به اقشار جامعه با محوریت خانواده، معرفی انواع غذاها و محصولات غذایی مبتنی بر فرهنگ بومی و ایجاد ارتباط بین دانشگاهیان، مردم و تولیدکنندگان محصولات غذایی و یا داروهای گیاهی تغییراتی را با هدف رسیدن به سبک زندگی اسلامی مورد نظر ایجاد کرد.

طراحی دوره دکتری رسانه و سلامت آغازی بر پیوند بی‌انتهای سلامت و رسانه است. تلاشی که ساحت علمی کشورمان را هر چه بیشتر به اندیشیدن در خصوص سرنوشت و تعالی بشر و سلامت فرد و جامعه سوق می‌دهد. در این زمان که چنین دوره‌ای برای نخستین بار ارائه می‌شود، چندین دانشگاه در سراسر جهان ارائه کننده دوره دانشگاهی سلامت و رسانه برخی با قدری تفاوت در نام_ در مقاطع مختلف آموزشی (کارشناسی ارشد و دکتری) هستند.

با توجه به گستردگی علوم نظری و کاربردی هم در حوزه سلامت و هم در حوزه رسانه‌ها، به ویژه رسانه‌های فراگیر و تأثیرگذاری مانند تلویزیون و اینترنت در جهان امروز و ضرورت شناخت و درک بنیادی از مفاهیم و کاربردهای رسانه به منظور پرورش نظریه پردازان رسانه‌ای و گسترش مرزهای دانش علمی و عملی مطابق آموزه‌های اسلامی در حوزه رسانه، دوره دکتری رسانه و سلامت، یکی از دوره‌های آموزش عالی تحصیلات تکمیلی است که به منظور آموزش و تربیت نیروی انسانی مورد نیاز رسانه‌های

دوره دکتری رسانه و سلامت

ارتباط جمعی کشور در مقام مدرس و دارای توانایی نظریه پردازی و مدیریت راهبردی در سطوح عالی رسانه طراحی شده است.

اهداف و مشخصات کلی:

دوره دکتری رسانه و سلامت، یکی از دوره های آموزش عالی است که به منظور آموزش و تربیت نیروی انسانی مورد نیاز کشور برای بهره مندی هرچه بهتر و مؤثرتر از رسانه ها در زمینه اطلاع رسانی، بالا بردن سطح آگاهی، اصلاح یا تقویت نگرش و در نهایت تغییر رفتار فردی- اجتماعی برای ترویج و ارتقاء سلامتی افراد و جامعه برنامه ریزی شده است. اهداف اساسی این دوره عبارتند از:

۱. ایجاد ارتباط میان حوزه سلامت و حوزه رسانه از طریق آموزش و تربیت نیروی متخصص که به مشارکت آموزشی و پژوهشی در تولید محتوای علمی بین رشته ای حوزه رسانه و سلامت بپردازند.

۲. تربیت افراد آگاه و مسلط بر آخرین یافته های علمی در گستره های مطالعاتی رسانه و سلامت که توانایی مشارکت در نقد مدبرانه دانش های موجود و نظریه پردازی و توسعه دانش بومی را داشته باشند و بتوانند با مفهوم پردازی فعالیتهای رسانه ای زمینه ساز کاربرد هوشمند رسانه ها در خدمت توسعه و ارتقاء سلامت جامعه باشند.

۳. کمک به ارتقاء سطح سلامت و بهداشت عمومی جامعه و توسعه دانش سلامت عامه از طریق انتشار بهینه، مؤثر و به موقع اطلاعات حوزه سلامت در رسانه

ضرورت و اهمیت:

سلامت، موهبتی الهی است و انسان سالم، رکن اصلی سلامت، رشد و کمال جامعه است. اهمیت این امر در یک جامعه اسلامی دو چندان می شود چون اسلام، دین سلامت است و به طور گسترده ای به سلامت همه مخلوقات به ویژه انسان در تمام ابعاد توجه دارد. از سوی دیگر، رسانه ها نیز در جهان معاصر یکی از مؤثرترین ابزارها و سازوکارهای انتقال دانش و ایجاد تحول فرهنگی و اجتماعی به شمار می آیند. امروزه، هم دانش سلامت بشر به سرعت در حال تغییر و تحول است و هم رسانه ها با پیشرفتهای مختلفی روبرو بوده اند که هم وظایف و نقش های آنها را گسترده تر کرده و هم مخاطبانشان را با توسعه دسترسی به اطلاعات و اخبار، به مخاطبانی فعال بدل ساخته است. علاوه بر آن، در دهه های اخیر، قلمرو آموزش و

دوره دکتری رسانه و سلامت

پژوهش در حوزه مطالعات بین رشته ای، گسترش چشم گیری یافته است؛ به گونه ای که اکنون در بسیاری از دانشگاه های دنیا، اولویت تحقیقات بر پایه پژوهش های بین رشته ای قرار دارد.

سرعت پیشرفت علم در قرن بیستم و به تبع آن، ظهور گرایش های تخصصی، مواجه شدن پژوهشگران با زمینه های تخصصی متنوع و فراوان، فقدان دیدگاه مشترک بین پژوهشگران به علت تخصص گرایی، این مسئله را مشخص کرد که هر چند نگاه تخصصی به زمینه های مطالعاتی موجبات پیشرفت سریع در حوزه های مختلف را فراهم آورده اما نبود ارتباط منطقی بین این زمینه ها، در بعضی از حوزه های علم، به یک معضل تبدیل شده است و تحقیقات علمی با چالش های زیادی دست به گریبان شده اند که ذهن محققان را به خود مشغول کرده است. البته این چالش های تحقیقاتی در حوزه علوم انسانی بیشتر به چشم می خورد و ضرورت تعریف حوزه های بین رشته ای را مضاعف می کند، زیرا به نظر می رسد وابستگی علوم انسانی بیشتر از سایر حوزه های دانش است. بنابراین، اهمیت و لزوم تشکیل و تکوین دوره های آموزشی میان رشته ای در بیشتر زمینه های علوم انسانی بیش از پیش نمایان و ورودشان به حوزه های علمی، امری اجتناب ناپذیر محسوب می گردد.

از دیدگاهی دیگر نیز می توان گفت در عصر حاضر پدیده جهانی سازی به عنوان پدیده ای چند بعدی، فرایندی و چالش برانگیز، نظام آموزشی را به عنوان یکی از حوزه های بنیادی، تحت تأثیر قرار داده است. بنابراین تأمل در گسترش کمی و کیفی دوره های آموزش ارتباطات با گرایشهای مختلف آن در فضاهای رقابتی رسانه ها امری مهم و ضروری است و رسانه های فعال در نظام جمهوری اسلامی را در دفاع از ارزش ها، آرمان ها و گسترش آنها در عرصه های ملی و فراملی یاری می رساند.

گسترش فهم نظری و تدقیق در رابطه رسانه و سلامت، به عنوان یک دوره میان رشته ای، به نحوی که به خلق دانش بومی کمک کند و زمینه های مشارکت علمی دانش پژوهان کشور را در مبادلات علمی در سطح جهان فراهم سازد، خود جلوه ای از خیزش علمی و جهت گیری جهانی کشور به حساب خواهد آمد. در واقع و به شکلی خاص، راه اندازی دوره دکتری رسانه و سلامت، به منظور فراهم ساختن پلی میان دانشمندان و مصرف کنندگان علوم مرتبط با سلامت و حضور متخصصان با صلاحیت و متبحر حوزه سلامت در رسانه و گامی استوار در تجهیز رسانه های نظام اسلامی به بصیرتی راهنما و دانشی بومی در عرصه تقابل فرهنگی در جامعه جهانی و ارتقاء سلامت آحاد مردم در جامعه اسلامی است و هم مروج الگوهای سبک زندگی سالم مبتنی بر فرهنگ ملی و اسلامی خواهد بود.

دوره دکتری رسانه و سلامت

ضرورت بالا بردن سطح فرهنگ سلامتی و سلامت جامعه، نیاز مبرم کشور به فعالیت حرفه ای و عمیق در زمینه نشر دانش پزشکی و سلامت (افزایش کمی و کیفی آن)، انتشار پژوهش ها و گسترش فعالیت های مرتبط با این حوزه در سطوح ملی و جهانی نیز از کارکردهای مورد انتظار در اجرای این دوره است. بر این اساس، تربیت تعداد زیادی نیروی فارغ التحصیل علاقه مند و پُرتوان در این زمینه ضروری است تا با بهره گیری از دانش و نظریه های موجود در زمینه دانش سلامت و شیوه های ترویج و ارتقاء آن از یک سو و دانش رسانه و ارتباطات از سوی دیگر، هم چون یک مهندس و پژوهشگر دانش آموخته به فعالیت و پژوهش مؤثر در زمینه تخصصی خود بپردازند.

عنوان دوره

عنوان دوره، «دکتری رسانه و سلامت» است.

نقش و توانایی دانش آموختگان

این دوره به منظور تربیت دانش آموختگانی که توانایی های زیر را داشته باشند طراحی شده است:

۱. مسلط به فنون و روش های روزآمد در زمینه رسانه و به ویژه رسانه و سلامت
۲. مسلط به روش های پیشرفته و روزآمد مرتبط با فناوری نشر اطلاعات
۳. توانایی همکاری در فعالیت های آموزشی و پژوهشی مرتبط با رشته رسانه و سلامت
۴. توانایی سیاستگذاری و مدیریت تولیدات رسانه ای در زمینه سلامت در سطوح محلی، ملی و بین المللی
۵. توانایی همکاری و مشارکت در تولیدات رسانه در زمینه سلامت
۶. توانایی ارائه مشاوره و نظارت بر سلامت محور بودن همه برنامه های رسانه
۷. توانایی تهیه و تولید برنامه های مرتبط با سلامت در رسانه
۸. انجام دادن پژوهش در حوزه رسانه و سلامت
۹. توانایی نگارش انواع مقالات مرتبط با پژوهش های سلامت
۱۰. توانایی همکاری در اجرای پایان نامه های مرتبط با رشته رسانه و سلامت
۱۱. توانایی برقراری ارتباط میان تولیدکنندگان و مصرف کنندگان نتایج پژوهش های مرتبط با سلامت و هم چنین اطلاع رسانی به سایر متخصصان
۱۲. توانایی تدریس در رشته های مرتبط در دانشکده صدا و سیما و سایر مراکز آموزشی کشور

دوره دکتری رسانه و سلامت

طول و شکل دوره:

دوره دکتری رسانه و سلامت، متشکل از دو بخش آموزشی و پژوهشی است. دانشجویان در دوره آموزشی ملزم به گذراندن ۱۸ واحد اصلی و تخصصی هستند. با توجه به تک گرایشی بودن این رشته، دروس گرایشی در طراحی دروس در نظر گرفته نشده و دانشجویان ملزم به گذراندن واحدهای اصلی و تخصصی هستند.

تبصره:

دروس جبرانی^۱ و اختیاری، به اقتضاء موقعیت هر دانشجو توسط گروه و استاد راهنمای دوره^۲ برای هر فرد، جداگانه تعیین می گردد.

هر دانشجو موظف است طی مدت زمان مجاز (طبق آیین نامه وزارت علوم) تحت نظر استادان راهنما و مشاور، پژوهش خود را انجام دهد و پس از تدوین رساله، از آن دفاع کند. موفقیت در دفاع از رساله به معنی به پایان رساندن دوره دکتری است.

در مرحله پژوهشی این دوره نیز درس رساله دکتری با ارزش ۱۸ واحد به هر دانشجو ارائه خواهد شد. هر دانشجو موظف است طی مدت زمان مجاز (طبق آیین نامه وزارت علوم) تحت نظر استادان راهنما و مشاور، پژوهش خود را انجام دهد و پس از تدوین رساله، از آن دفاع کند. موفقیت در دفاع از رساله به معنی به پایان رساندن دوره دکتری است.

شرایط ورود به دوره دکتری

همه دانش آموختگان مقطع دکتری عمومی در رشته های پزشکی، داروسازی، دندانپزشکی و دکتری حرفه ای علوم آزمایشگاهی و نیز مقطع کارشناسی ارشد رشته های علوم پزشکی و یا علوم پایه مرتبط مورد تأیید وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و یا وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری می توانند در آزمون ورودی این دوره شرکت کنند.

۱. گروه آموزشی مرتبط و مستقر در دانشگاه، دروس جبرانی را برای جبران ضعف یا تقویت بنیه علمی دانشجویان تعیین می کند.

۲. فرآیند آموزشی دانشجویان هر دوره، با نظارت استاد یا استادانی معین، اجرا خواهد شد که این استادان، الزاماً استاد راهنمای رساله دانشجویان به حساب نمی آیند.

دوره دکتری رسانه و سلامت

تبصره:

در صورت تساوی نمرات آزمون کتبی تخصصی و داشتن شرایط مشابه در مصاحبه شفاهی، داوطلبانی که سابقه و تجربه مفید کار رسانه‌ای بیشتر و سوابق علمی قابل قبول‌تری (از جمله در زمینه انجام دادن پژوهش‌های مرتبط با رشته یا انتشار مقالات علمی) داشته باشند در اولویت خواهند بود. همچنین داوطلبان تحصیل در این دوره باید از شرایط عمومی ورود به دوره‌های آموزش عالی، مطابق آیین‌نامه دکتری مصوب وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری نیز برخوردار باشند.

تعداد و نوع واحدهای درسی

مجموع واحدهای درسی در این دوره ۳۶ واحد و به شرح زیر است:

تعداد واحد	نوع درس
۱۸ واحد	واحدهای آموزشی
۱۸ واحد	پایان‌نامه

فصل دوم
برنامه دروس

دوره دکتری رسانه و سلامت

فهرست دروس جبرانی

ملاحظات (پیش نیاز/ زمان ارائه)	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
-	-	۳۲	۳۲	۲	رسانه شناسی	۱۰۱
-	-	۳۲	۳۲	۲	همه گیرشناسی (اپیدمیولوژی) بیماری‌های واگیر و غیر واگیر	۱۰۲
-	-	۳۲	۳۲	۲	روش های پژوهش در رسانه	۱۰۳
-	-	۳۲	۳۲	۲	مفاهیم و نظریه‌های ارتباطات جمعی	۱۰۴
-	-	۳۲	۳۲	۲	نظام ارائه خدمات بهداشتی و درمانی در ایران و جهان	۱۰۵
-	-	۳۲	۳۲	۲	روانشناسی رسانه	۱۰۶
-	-	۳۲	۳۲	۲	سبک زندگی سالم و سلامت اجتماعی	۱۰۷
-	-	۳۲	۳۲	۲	بهداشت معنوی و روش شناسی فهم زبان قرآن	۱۰۸
				۱۶	جمع واحد	

- بنابر آیین نامه وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری، دانشجو در صورت نیاز و طبق تشخیص گروه، ۶ واحد درسی را به عنوان دروس جبرانی خواهد گذراند.

دوره دکتری رسانه و سلامت

فهرست دروس تخصصی

ملاحظات (پیش‌نیاز/زمان ارائه)	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
-	-	۳۲	۳۲	۲	اخلاق رسانه و سلامت	۲۰۱
-	-	۳۲	۳۲	۲	مبانی خبر و ژورنالیسم	۲۰۲
-	-	۳۲	۳۲	۲	مخاطب‌شناسی و افکار عمومی در حوزه سلامت	۲۰۳
-	-	۳۲	۳۲	۲	جامعه‌شناسی تبلیغات و سلامت	۲۰۴
-	۳۲	۱۶	۴۸	۲	مبانی برنامه‌سازی و تولید خبر رادیو تلویزیونی	۲۰۵
-	۳۲	۱۶	۴۸	۲	ارتباطات سلامتی	۲۰۶
-	-	۳۲	۳۲	۲	تجزیه و تحلیل پیام‌های ارتباطی	۲۰۷
-	-	۳۲	۳۲	۲	فلسفه، اصول و الگوها در آموزش بهداشت و ارتقاء سلامت	۲۰۸
-	-	۳۲	۳۲	۲	مدیریت رسانه	۲۰۹
				۱۸	جمع واحد	

- دانشجویان، ملزم به گذراندن ۱۸ واحد درسی فوق می باشند.

فصل سوم

سرفصل دروس جبرانی

دوره دکتری رسانه و سلامت

سرفصل دروس جبرانی

ملاحظات (پیش نیاز/ زمان ارائه)	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
-	-	۳۲	۳۲	۲	رسانه شناسی	۱۰۱
-	-	۳۲	۳۲	۲	همه گیرشناسی (اپیدمیولوژی) بیماری‌های واگیر و غیرواگیر	۱۰۲
-	-	۳۲	۳۲	۲	روش های پژوهش در رسانه	۱۰۳
-	-	۳۲	۳۲	۲	مفاهیم و نظریه‌های ارتباطات جمعی	۱۰۴
-	-	۳۲	۳۲	۲	نظام ارائه خدمات بهداشتی و درمانی در ایران و جهان	۱۰۵
-	-	۳۲	۳۲	۲	روانشناسی رسانه	۱۰۶
-	-	۳۲	۳۲	۲	سبک زندگی سالم و سلامت اجتماعی	۱۰۷
-	-	۳۲	۳۲	۲	بهداشت معنوی و روش شناسی فهم زبان قرآن	۱۰۸
				۱۶	جمع واحد	

دوره دکتری رسانه و سلامت

رسانه شناسی

درس پیش نیاز: ندارد	نظری	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: رسانه شناسی عنوان درس به انگلیسی: Medialogy کد درس: ۱۰۱
	عملی				
	نظری	تعداد ساعت: ۳۲			
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار					

هدف کلی درس:

آشنا ساختن دانشجویان با مفاهیم مرتبط با رسانه، پیدایش و سیر تحول رسانه ای در جهان و ایران و نگرش اسلامی به فعالیت های رسانه ای

سرفصل مطالب:

- چیستی رسانه
- پیدایش و تاریخ تحول رسانه در جهان
- تحولات رسانه ها در ایران
- تاریخچه تلویزیون در ایران
- رسانه ها، انواع و ویژگی های آن
- نقش ها و وظایف وسایل ارتباط جمعی
- نقش ها و کاربردهای تلویزیون
- رابطه جامعه، نهاد، سازمان و نقش رسانه ها
- مخاطبان رسانه ها
- نظریه همگرایی رسانه ها
- تخصصی شدن رسانه ها در دنیای کنونی

دوره دکتری رسانه و سلامت

- دین و رسانه
- نگرش صاحب‌نظران مسلمان به رسانه های غربی
- رسانه مطلوب در دیدگاه های اسلامی
- سیاست و رسانه
- روانشناسی رسانه
- فرهنگ و رسانه
- اخلاق و رسانه
- رقابت و همزیستی رسانه‌ها

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
		نوشتاری	
		عملی	

منابع:

۱. برای درک رسانه‌ها (۱۳۷۷)، تألیف: مارشال مک لوهان، ترجمه: سعید آذری، مرکز تحقیقات صدا و سیما.
۲. انحصار نوین رسانه ای (۱۳۸۵)، تألیف: بن. اچ. باگدیکیان، ترجمه: علی رضاعبادی، انتشارات: روایت فتح
۳. تاریخچه رادیو و تلویزیون (۱۳۶۸)، تألیف: پیر آلبر - آندره، ژان تودسک، ترجمه: جمشید ارجمند، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
۴. تلویزیون، تکنولوژی. شکل فرهنگی (۱۳۸۵)، تألیف: ریموند ویلیامز، ترجمه: منوچهر بیگدلی خمسه، اداره کل پژوهش‌های سیما.
۵. تلویزیون و برنامه‌هایش (۱۳۸۲)، تألیف: هلن دوسینی، ترجمه: لیلا ملا، اداره کل پژوهش‌های سیما.
۶. مطالعاتی جامعه‌شناختی درباره رادیو (۱۳۸۸)، دکتر حسن خجسته، دفتر پژوهش‌های رادیو
۷. Understanding Media: the Extensions of Man By Marshall McLuhan, 2001
۸. Media Impact: An Introduction to Mass Media By Shirley Biagi, 2010
۹. Media Literacy By W. James Potter, 2010

دوره دکتری رسانه و سلامت

اپیدمیولوژی بیماری های واگیر و غیر واگیر

درس پیش نیاز: ندارد	نظری	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۲ تعداد ساعت: ۳۲	عنوان درس به فارسی: اپیدمیولوژی بیماری های واگیر و غیر واگیر عنوان درس به انگلیسی: Epidemiology of Communicable & Non-Communicable Diseases
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار					کد درس: ۱۰۲

هدف کلی درس:

آشنایی با مبانی و اصول همه گیری شناسی و کاربرد آموخته ها برای تحلیل مشکلات بهداشتی جامعه و کنترل و پیشگیری از بیماریهای واگیردار و غیر واگیردار شایع

سرفصل مطالب:

- آشنایی با اهداف و مباحث مقدماتی اپیدمیولوژی و تغییر الگوهای سلامت
- مفاهیم سلامت و بیماری، سطوح پیشگیری و برخی اصطلاحات اپیدمیولوژی
- تاریخچه طبیعی بیماری ها، الگوهای انتقال بیماری، انواع اپیدمی ها و مدل های اپیدمیولوژی
- فاکتورهای مربوط به عامل بیماری زا، محیط و میزبان
- مقیاس های اندازه گیری در اپیدمیولوژی (شاخص ها و میزان های موربیدیتی - مورتالیتی)
- ادامه مبحث قبل (روایی و پایایی آزمون های تشخیصی) و منابع اطلاعاتی در بهداشت اجتماعی
- غربالگری و بیماریابی
- انواع مطالعات و روش های همه گیری شناسی توصیفی
- مطالعات و روش های همه گیری شناسی تحلیلی
- برآورد خطر

دوره دکتری رسانه و سلامت

- ارتباط و علیت و تفسیر ارتباط علیتی
- طبقه بندی بیماری های واگیردار و نکات مهم بیماری های واگیردار شایع منتقله از راه گوارش
- بیماری های واگیردار شایع منتقله از راه های تنفسی و پوست
- سایر بیماری های مهم و شایع واگیردار بندپایان، سرم و تماس جنسی
- بیماری های غیر واگیردار مزمن شایع در ایران
- کم خونی، فقر آهن، کمبود ید، دیابت، کم کاری و پر کاری تیروئید
- سرطان های شایع (پوست، ریه، گوارش، کبد و مثانه)، آسم
- حوادث و سوانح

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
		نوشتاری	
		عملی	

منابع:

۱. اپیدمیولوژی و کنترل بیماری های شایع در ایران (۱۳۹۰)، مولف: دکتر فریدون عزیزی
۲. اپیدمیولوژی جامع در علوم بهداشتی (۱۳۸۹)، مولف: پروانه خراسانی، منیژه اسکندری
۳. اپیدمیولوژی لئون گوردیس (۱۳۸۹)، مولف: دکتر پیمان سلامتی، دکتر خسرو سبحانیان
۴. در آمدی بر اپیدمیولوژی مازنر (۱۳۸۹)، مولف: جودیت. س. مازنر، شیر اکرامر
۵. مبانی اپیدمیولوژی بیگل هول (۱۳۸۸)، مولف: دکتر پیمان سلامتی، دکتر فرزاد منتظر
۶. اصول طب پیشگیری و پزشکی اجتماعی (جلد ۱ و ۲). پارک، ترجمه دکتر شجاعی تهرانی
۷. Modern Epidemiology (۲۰۰۸), by Kenneth J. Rothman, Sander Greenland, Timothy L. Lash, ۳۵۵ pp, ۰-۷۶۵۰-۰۰۰۰-۰۰۰۰ Publishers, Philadelphia.
۸. Gordis L. Epidemiology (2008), 4th ed. Philadelphia: Saunders.
۹. Epidemiology: An Introduction (2012), Kenneth J. Rothman.
۱۰. Modern Epidemiology (2008) Kenneth J. Rothman; Sander Greenland.

دوره دکتری رسانه و سلامت

روشهای پژوهش در رسانه

درس پیش نیاز: ندارد	نظری	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۲ تعداد ساعت: ۳۲	عنوان درس به فارسی: روش های پژوهش در رسانه عنوان درس به انگلیسی: Methodologies of Research in media کد درس: ۱۰۳
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
<p>آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد</p> <p><input type="checkbox"/> سفر علمی <input checked="" type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار</p>					

هدف کلی درس:

آشنایی با مبانی و انواع روش های پژوهش کمی و کیفی در حوزه ارتباطات و رسانه، تقویت و تکمیل مهارت های پژوهشی برای نگارش رساله دکتری، مقالات معتبر بین المللی و علمی - پژوهشی و نیز سایر پژوهش ها و پروژه های علمی - تحقیقاتی.

سرفصل مطالب:

- علم، دانش، تحقیق، روش پژوهش و مفاهیم کلیدی آن (مسئله، مفهوم، نظریه و ...)
- مفاهیم، اهداف و انواع پژوهش
- روش های پژوهش کمی و مبانی اندیشگی آن ها
- رویکردهای معرفت شناختی و هستی شناختی روش های کمی پژوهش به پدیده های ارتباطی
- پرسش ها و مسائل اصلی روش های کمی پژوهش در ارتباطات
- انواع روش های کمی پژوهش در حوزه ارتباطات
- نقد مبانی فکری و نتایج کاربرد پژوهش های کمی در حوزه ارتباطات
- روش های پژوهش کیفی و مبانی اندیشگی آن ها
- رویکردهای معرفت شناختی و هستی شناختی روش های کیفی پژوهش به پدیده های ارتباطی
- پرسش ها و مسائل اصلی روش های کیفی پژوهش در ارتباطات

دوره دکتری رسانه و سلامت

- انواع روش های کیفی پژوهش در حوزه ارتباطات
- نقد مبانی فکری و نتایج کاربرد پژوهش های کیفی در حوزه ارتباطات
- شیوه نگارش طرح نامه پژوهشی در حیطه رسانه ها
- شیوه نگارش طرح نامه رساله دکتری
- انتخاب و نگارش موضوع و عنوان پژوهش، توسط دانشجویان و نقد، تحلیل، تصحیح و تکمیل عناوین پژوهشی
- استناد در پژوهش: شیوه انجمن روانشناسی آمریکا (APA) و شیوه های ونکوور، هاروارد، شیکاگو، سرت ادبی
- تدوین مقاله علمی، شامل چکیده، مقدمه، موارد و روش ها، یافته ها، بحث، نتیجه گیری و منابع

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
		نوشتاری	
		عملی	

منابع:

۱. شیوه تحقیق در رادیو و تلویزیون (۱۳۸۷)، ام، آدل، ترجمه محمد رضا پاسدار، انتشارات دانشکده صدا و سیما.
۲. راهنمای تحقیق برای تولیدات رسانه ای (۱۳۸۸)، چتر، کتی، ترجمه دکتر عبدالله گیویان، انتشارات دانشکده صدا و سیما.
۳. مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی (۱۳۸۹)، محمد رضا حافظ نیا، انتشارات سمت.
۴. شیوه های استناد در نگارش های علمی، رهنمودهای بین المللی (۱۳۸۵)، عباس حری اعظم شاهبداغی، انتشارات دانشگاه تهران.
۵. روش تهیه پژوهشنامه (۱۳۷۸)، علی اکبر سیف، نشر دوران.
۶. راهنمای نگارش گزارش های علمی و فنی (۱۳۸۵)، سیروس علیدوستی و مریم ناخدا، انتشارات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران).
۷. دستور خط فارسی (۱۳۸۱)، فرهنگستان زبان و ادب فارسی، انتشارات فرهنگستان زبان و ادب فارسی.
۸. روش های تحقیق رسانه ای (۱۳۸۴)، بری گونتر، ترجمه مینو نیکو، اداره کل پژوهش های سیما.

دوره دکتری رسانه و سلامت

۹. راهنمای نگارش و ویرایش (۱۳۷۷)، محمد جعفر یاحقی و محمد مهدی ناصح، انتشارات آستان قدس رضوی، (چاپ پانزدهم).
۱۰. راهنمای نگارش و تدوین پایان‌نامه (ویژه دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری) (۱۳۷۸)، محمد حسین یارمحمدیان و وحید اصفهانیان، اصفهان: انتشارات مانی.
۱۱. تحقیق در رسانه های جمعی، تألیف: راجر دی. ویمر، جوزف آر. دومینیک، ترجمه دکتر کاووس سید امامی، انتشارات سروش.
۱۲. روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، دکتر باقر ساروخانی باقر، ۳ جلد.
۱۳. روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، تألیف: ریمون کیوی و لواک کامپنهود، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، نشر فرهنگ معاصر.
۱۴. روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات، تألیف: تامس آر لیندلف، برایان سی تیلور، ترجمه دکتر عبدا... گیویان، انتشارات همشهری.
۱۵. روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، چاوا فرانکفورد و دیوید نچمیاس، ترجمه دکتر لاریجانی و رضا فاضلی. انتشارات سروش.
۱۶. De-Westernizing Communication Research (2011), *Altering Questions and Changing ...* By Georgette Wang.
۱۷. Mapping Communication & Media Research (2010), *Conjunctures, Institutions, Challenges* by Juha Koivisto, Peter D. Thomas.
۱۸. Distinctive Qualities in Communication Research (2009) By Donal A. Carbaugh.
۱۹. Routledge Handbook of Applied Communication Research By Kenneth N. Cissna, 2009
۲۰. MLA Handbook for Writers of Research Papers (2009), Gibaldi, Joseph, New York: Modern Language Association of America.
۲۱. A Manual for Writers of Research Papers (2007), Turabian, Kate L., Theses, and Dissertations: Chicago Style for Students and Researchers, Chicago: University of Chicago Press.
۲۲. Research for Media Production (۲۰۰۲), Chater, Kathy, Oxford: Focal Press.
۲۳. Researching for Television and Radio (۲۰۰۱), Emm, Adele, Oxford: Focal Press.
۲۴. A Handbook of Media and Communication Research (2002), Jensen Klaus Braun: Qualitative And Quantitative Methodologies, London; New York: Routledge.

مفاهیم و نظریه های رسانه ها و ارتباطات جمعی

درس پیش نیاز: ندارد	نظری	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: مفاهیم و نظریه های رسانه ها و ارتباطات جمعی عنوان درس به انگلیسی: Concepts and Theories of Media and Mass Communication کد درس: ۱۰۴
	عملی				
	نظری	تعداد ساعت: ۳۲			
	عملی				
	نظری	آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد			
	عملی				
	نظری	سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>			
	عملی				

هدف کلی درس:

آشنا کردن دانشجویان با مفاهیم ارتباطات جمعی و حوزه رسانه ها و سیر تحول نظریه های ارتباطات با رویکرد تحلیلی - هنجاری ارتباطات و رسانه ها در ایران و جهان. این درس، با توجه به فن آوری های نو و شیوه های نوین برنامه سازی و نظام های چندرسانه ای، به نظریه های جدید در این حیطه ها می پردازد. این نظریه ها، شامل نظریه های جدید در ارتباطات، مخاطب شناسی، زیبایی شناسی و تولید رادیو و تلویزیونی است.

سرفصل مطالب:

- تعاریف و مفاهیم اساسی ارتباطات و تقسیم بندی آن
- فرآیند ارتباط، عناصر، ویژگی های اثربخشی ارتباط و مدل های ارتباطی
- ارتباط جمعی، شناخت نقش ها و کارکردهای آن و معیارها و ارزش های انتخاب پیام
- مفاهیم اساسی در ژورنالیسم، اعتبار منبع، ارتباط، مراحل و فرآیند گزینشگری و معیارهای انتخاب خبر
- نظریه های ارتباطات و سیر تحول تاریخی آن

دوره دکتری رسانه و سلامت

- تقسیم بندی نظریه های ارتباطات بر اساس دو پارادایم مسلط و منتقد با رویکرد تحلیلی، انتقادی، پارادایم هنجاری جمهوری اسلامی ایران
- (نظریه های تاثیر گذاری رسانه ها، استحکام و جریان دو مرحله ای ارتباط، نظریه های ایده آلیستی، نظریه رویکرد های اقتصادی رسانه، نظریه خودمختاری جامعه و رسانه ها از یکدیگر، نظریه وابستگی اطلاعات، نظریه های رسانه ها و قدرت، نظریه های افناع، اشاعه نوآوری و فرآیند اشاعه نوآوری، برجسته سازی و پیشگامان آن، نظریه شکاف آگاهی، نظریه هنجاری رسانه ها، مطالعات انتقادی در ارتباطات و...)
- نظریه های مربوط به مخاطب (مخاطب شناسی)
- جهان سوم و مطالعات انتقادی در ارتباطات
- نظریه های ارتباطات و توسعه

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
		نوشتاری	
		عملی	

منابع:

۱. مبانی کلی نظریه های ارتباط جمعی (۱۳۹۱)، امیرپور، مهناز؛ بهرامیان، شفیع، تهران: جامعه شناسان.
۲. نظریه های رسانه: اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی (۱۳۹۱)، مهدی زاده، سیدمحمد، تهران: همشهری.
۳. نظریه های ارتباطات جمعی (۱۳۹۰)، بهرامیان، شفیع، تهران: رشدآوران.
۴. فرهنگ های دیجیتال: درک رسانه های جدید (۱۳۹۱)، کریبر، گلن؛ مارتین، رویستون (ویراستاران)، ترجمه وازگن سرکیسیان، تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
۵. تلویزیون و سیاست عمومی: تغییر و تداوم در عصر آزادسازی جهانی (۱۳۹۰)، وارد، دیوید، ترجمه سید مرتضی موسویان، تهران: دانشکده صداوسیما.
۶. زیبایی شناسی و فلسفه رسانه (۱۳۸۸)، حسینی، سیدحسن (زیر نظر)، ترجمه گروه مترجمان، تهران: مهرنیوشا.
۷. تلویزیون: شیوه های نقد و کاربردها (۱۳۸۸)، باتلر، جرمی جی، ترجمه مهدی رحیمیان، تهران: دانشکده صداوسیما.
۸. کاربرد نظریه های ارتباطات (۱۳۸۷)، ویندال، سون، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: جامعه شناسان.

دوره دکتری رسانه و سلامت

۹. کندوکاوی در ماهیت و کارکرد تلویزیون (۱۳۸۵)، ماندر، جری، ترجمه آیدنژین میرشکار، تهران: کتاب صبح.
۱۰. فلسفه هنرها: درآمدی بر زیبایی‌شناسی (۱۳۸۳)، گراهام، گوردون، ترجمه مسعود علیا، تهران: ققنوس.
۱۱. نظریه‌های انتقادی تلویزیون (۱۳۸۳)، کرنر، جان، ترجمه علی عامری مهابادی، اداره کل پژوهش‌های سیما.
۱۲. تلویزیون و گستره عمومی: جامعه مدنی و رسانه‌های گروهی (۱۳۸۰)، دالگرن، پیتر، ترجمه مهدی شفقتی، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای.
۱۳. تلویزیون و دکترین‌های آن در غرب (۱۳۷۲)، بیویوکوف، نیکلای سیمینوویچ، ترجمه محمد حفاظی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۱۴. وسایل ارتباط جمعی، تألیف دکتر معتمد نژاد، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۵. ارتباط شناسی، تألیف دکتر مهدی محسنیان راد، انتشارات سروش.
۱۶. جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، تألیف ژان کازنو، ترجمه دکتر باقر ساروخانی و دکتر منوچهر محسنی، انتشارات اطلاعات.
۱۷. جامعه شناسی ارتباطات، دکتر باقر ساروخانی، انتشارات اطلاعات.
۱۸. مبانی ارتباط جمعی، تألیف دکتر سید محمد دادگران، انتشارات فیروزه.
۱۹. نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، تألیف دکتر هرمز مهرداد، انتشارات فاران.
۲۰. شناخت ارتباطات جمعی، تألیف ملوین دفلور، اورت ای. دنیس، ترجمه: سیروس مرادی، انتشارات دانشکده صداوسیما.
۲۱. درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات جمعی، دنیس مک کوایل، ترجمه: پرویز اجلالی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۲۲. McQuail's Mass Communication Theory By Denis McQuail, 7ed, (۲۰۱۱)
۲۳. Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture (۲۰۱۰),
By Stanley Baran.
۲۴. Channels of Discourse: Television and Contemporary Criticism (1992),
Allan, R, Chapel Hill: University of North Carolina Press.
۲۵. Reality TV: The Work of Being Watched (۲۰۰۴), Andrejevic, Mark Lanham,
Rowman and Littlefield Publishers.
۲۶. Reading Media Theory: Thinkers, Approaches, Contexts Barlow (2009),
David, Mills, Brett, New York: Pearson Longman.
۲۷. Television Studies: The Key Concepts (۲۰۰۲), Casey, Neil James, London,
New York: Routledge.
۲۸. Critical Ideas in Television Studies (1999), Corner, John, Oxford: Clarendon Press.

۲۹. Tele-visions: An Introduction to Studying Televisions (2006), Creeber, G
London: BFI.
۳۰. Key Themes in Media Theory (2007), Laughey, Dan, New York: Open University
Press.
۳۱. The CNN Effect: The Myth Of News, Foreign Policy, And Intervention
(۲۰۰۲), Robinson, Piers, london: Routledge.
۳۲. A Companion to Television (۲۰۰۵), Wasko, Janet, Malden: Blackwell
.Publications

نظام خدمات بهداشتی درمانی در ایران و جهان

درس پیش نیاز: ندارد	نظری	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: نظام خدمات بهداشتی درمانی در ایران و جهان عنوان درس به انگلیسی: Iran & World Health Services & Policies
	عملی			۲	
	نظری	تعداد ساعت:			
	عملی	۳۲			
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					کد درس: ۱۰۵

هدف کلی درس:

آشنایی دانشجویان با نظام خدمات سلامت در ایران و جهان

سرفصل مطالب:

- تاریخچه علم بهداشت (علم بهداشت در دوران باستان، دوران انقلاب علم بهداشت، سلامت نوین، سلامت در قرن ۲۱)
- مفاهیم بیماری و سلامت (مفاهیم سلامت، تعاریف سلامت، ابعاد سلامت، مفهوم بهزیستی)
- مراقبت و پیشگیری (تعریف پیشگیری، سطوح پیشگیری، انواع مداخلات بهداشتی)
- سطوح مراقبت (تعریف مراقبت، کاربرد و اهمیت، سطوح مراقبت از سلامت، سطوح مراقبت در ایران، مداخلات سلامتی)
- اصول مراقبت (عدالت در توزیع خدمات، مشارکت مردم، هماهنگی بین بخشی، فن آوری مناسب ارائه خدمات)
- خطرات تهدیدکننده سلامت در جهان و ایران

دوره دکتری رسانه و سلامت

- گذار سلامت
- سیمای سلامت در جهان و ایران
- نقش سازمان های فراملی در توسعه سلامت
- آشنائی با فعالیت های جمعیت هلال احمر
- آشنائی با فعالیت های سازمان بهزیستی

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
		نوشتاری	
		عملی	

منابع:

- ۱- کتاب جامع بهداشت عمومی (۱۳۹۱)، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، چاپ سوم.
- ۲- کتاب جامع بهداشت عمومی (۱۳۸۳)، حاتمی، دکتر حسین و همکاران، تهران، انتشارات ارجمند.
- ۳- درسنامه پزشکی پیشگیری و اجتماعی (۱۳۷۲)، پارک، جی. ای، ترجمه دکتر حسین شجاعی
تهرانی، رشت، انتشارات دانشگاه علوم پزشکی گیلان.
- ۴- کلیات بهداشت عمومی (۱۳۶۷)، صادقی حسن آبادی، دکتر علی، شیراز، انتشارات دانشگاه شیراز.
- ۵- Park's Textbook of Preventive and Social Medicine 21 Edition (2011), by BANARSIDAS BHANOT PUBLISHERS
- ۶- Short Textbook of Preventive and Social Medicine (2010), G.N., M.D. Prabhakara, Jaypee Brothers Medical Pub; 2 edition.
- ۷- Introduction to Health Services (2007), Stephen J. Williams Paul R. Torrens.
- ۸- Health Care Management: Organization Design and Behavior Stephen M. Shortell (2005), Stephen M. Shortell, Arnold D. Kaluzny.

دوره دکتری رسانه و سلامت

روانشناسی رسانه

درس پیش نیاز: ندارد	نظری	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: روانشناسی رسانه عنوان درس به انگلیسی: Media Psychology کد درس: ۱۰۶
	عملی			۲	
	نظری			تعداد ساعت:	
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
<p>آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد</p> <p><input type="checkbox"/> سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار</p>					

هدف کلی درس:

آشنایی با فرآیندهای روانی مواجهه انسان با فرآیندهای ارتباطی و رسانه ای

سرفصل مطالب:

- مبانی روانشناسی عمومی (تعاریف، مفاهیم، روش های بررسی و تحقیق
- علم النفس، روانشناسی اسلامی و قابلیت های آن در رسانه های سنتی و نوین، کارکردهای روانشناختی رسانه ها
- مفاهیم روانشناسی یادگیری و کاربردهای آن در رسانه ها
- انگیزه و هیجان و نقش رسانه ها در جهت دهی آنها
- اقناع و القاء، ساز و کارهای رسانه ای آن
- شناخت و تاثیر رسانه بر آن
- کارکرد مغز و فرآیندهای تاثیر گذاری رسانه ای بر آن
- روانشناسی رنگ و کارکردهای آن در فعالیتهای رسانه ای
- رسانه و جنبه های روانشناختی کاربرد موسیقی
- روانکاوی، مفاهیم آن و چگونگی بهره گیری از آن در تحلیل فرآورده های رسانه ای

روش ارزیابی:

پروژه	آزمون های نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
	نوشتاری		
	عملکردی		

منابع:

۱. روانشناسی شایعه، تألیف گردن آل پورت، لئو پستمن، ترجمه: ساعد دبستانی، مرکز تحقیقات صداوسیما.
۲. روانشناسی رسانه، تألیف دکتر محمد علی حکیم آرا، انتشارات دانشکده صداوسیما.
۳. ارتباطات متقاعدگرانه و تبلیغ، تألیف دکتر محمدعلی حکیم آرا، انتشارات دانشکده صداوسیما.
۴. Persuasive communication By James Brian Stiff, Paul A. Mongeau, 2003
۵. Persuasion in the media age By Timothy A. Borchers, 2005
۶. Persuasive Language in Media Texts By Iris Breuer, Melanie Naphtine, Scott Evans, 2008

دوره دکتری رسانه و سلامت

سبک زندگی سالم و سلامت اجتماعی

درس پیش نیاز: ندارد	نظری	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۲ تعداد ساعت: ۳۲	عنوان درس به فارسی: سلامت اجتماعی و سبک زندگی سالم عنوان درس به انگلیسی: Healthy Life Style and Social Health کد درس: ۱۰۷
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
<p>آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد</p> <p>سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/></p>					

هدف کلی درس:

آشنایی با نقش سبک زندگی سالم، اصول پایه ای در شکل گیری آن و همچنین ابعاد سبک زندگی سالم در ارتقاء سلامت، شناخت مفهوم سلامت اجتماعی و قلمرو آن، اصول، اهداف و راهبردهای ارتقاء سلامت روانی - اجتماعی.

سرفصل مطالب:

- تعاریف سلامتی، ابعاد سلامتی، طیف سلامتی، عوامل تعیین کننده سلامتی
- تعریف سبک زندگی سالم و ابعاد آن
- اصول پایه ای در شکل گیری سبک زندگی سالم
- گذار اپیدمیولوژیکی و ارتباط آن با سبک زندگی سالم
- تعریف شهر سالم و خصوصیات آن
- مشخصات محیط کار سالم و نقش آن در ارتقاء سلامت
- سبک زندگی سالم در کودکان، جوانان، زنان و ...
- ارتباط بین تغذیه و سبک زندگی سالم
- ارتباط بین ورزش و سبک زندگی سالم
- ارتباط بین آموزش جنسی و سبک زندگی سالم
- نقش سبک زندگی سالم در ارتقاء سالمندان
- نقش سبک زندگی سالم در ارتقاء سلامت معلولان
- نقش سبک زندگی سالم در پیشگیری از اعتیاد

دوره دکتری رسانه و سلامت

- تعاریف سلامت اجتماعی، سلامت روانی، کیفیت زندگی، رفاه اجتماعی، توسعه انسانی، توسعه پایدار و ...
- مفهوم ارتقاء (Promotion) و رابطه آن با پیشگیری (Prevention)
- نظریه های پایه برای عوامل تعیین اجتماعی
- تعاریف و اهمیت تعیین کننده های اجتماعی سلامت،
- سرمایه اجتماعی و ارتباط آن با سلامتی
- سنجش سلامت اجتماعی، شاخص ها، وضعیت اقتصادی اجتماعی خانوارها، نشانگرهای بهداشتی، زیست محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
- شاخص های توسعه انسانی (Human Development Index)
- شاخص های سلامت اجتماعی در چند کشور جهان (Social Health Index)
- شاخص رفاه و آسایش ورمونت (Vermont Social Well-being Index)
- شاخص های کیفیت زندگی (Quality of Life Index)
- شاخص های جامعه سالم، توسعه پایدار و ...
- تفسیر نابرابری در سلامت و سیاست گذاری برای کاهش نابرابری
- تاریخچه و معرفی برنامه های جهانی برای ارتقاء تعیین کننده های سلامتی و ارتقاء وضعیت سلامت در دنیا
- برنامه های بلند مدت ملی توسعه اقتصادی اجتماعی
- تعاریف و انواع انحرافات اجتماعی (جرم، اعتیاد، فحشا و انحرافات جنسی، خشونت) و نظریه ها و سبب شناسی آن
- روش های پیشگیری از انحرافات اجتماعی
- مشاوره
- تدبیر فشار روانی (Stress Management)
- تدبیر خشم (Anger Management)
- حل اختلاف (Conflict Resolution)
- آگاه سازی (Information, Education, Communication)
- پیشگیری مبتنی بر محیط های اجتماعی (محل، مدرسه، محل کار)
- اصول، اهداف و راهبردهای ارتقاء سلامت روانی - اجتماعی
- نمونه های برنامه های ارتقاء سلامت روانی - اجتماعی

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
		نوشتاری	
		عملکردی	

منابع:

۱. کتاب جامع بهداشت عمومی (۱۳۹۱)، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، چاپ سوم.
۲. مولفه های اجتماعی سلامت (۱۳۸۷)، نویسنده: مایکل مارموت، ریچارد ویلکینسون، مترجم: علی منتظری، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، پژوهشگاه علوم انسانی، فرهنگ و مطالعات اجتماعی.
۳. سلامت اجتماعی و قلمرو آن (۱۳۸۹)، محمدنبی، مریم، موسسه تحقیقات بهبود زندگی زنان.
۴. پرستاری بهداشت جامعه (۱۳۸۱)، حلم سرشت، پ. و، دل پیشه. تهران: انتشارات چهر.
۵. درسنامه پرستاری بهداشت جامعه (۱۳۸۲)، بی.تی. باسواتا، ترجمه میرمحمد حسینی، یوسف حمیدزاده اربابی. تهران: نشر بشری.
۶. درسنامه پرستاری بهداشت جامعه (۱۳۸۲)، ایلدر ابادی، اسحق. تهران: نشر سالمی.
۷. پرستاری بهداشت جامعه (۱۳۸۷)، لانکستر. ترجمه وحیده حسینی، نسرين جعفری. تهران: جامعه نگر.
۸. درسنامه پرستاری و بهداشت مادران و نوزادان (۱۳۸۷)، لیفر، گلوریا، ترجمه مهناز شوقی، مهناز سنجری. تهران: سالمی.
۹. بهداشت جامعه برای کارشناسی رشته های علوم پیراپزشکی و بهداشتی و غیر بهداشتی (۱۳۸۲)، اخویسی، احمد. تهران: دانشگاه آزاد واحد تهران جنوب.
۱۰. درسنامه پزشکی پیشگیری اجتماعی جی، ای پارک، ک. پارکر (۱۳۸۴)، ترجمه حسین شجاعی تهرانی. تهران: نشر سماط.
۱۱. عزیزی، فریدون (۱۳۸۳). اپیدمیولوژی و کنترل بیماری های شایع در ایران، تهران: خسروی.
- ۱۰ انصاری پور، مسعود. سالمندی و سلامت (کتاب سبز) (۱۳۸۴)، تهران: حیان
- ۱۱ درسنامه نوزادان (۱۳۸۶)، فروغی پور لیلا، تهران: اندیشه رفیع.
- ۱۲ درسنامه پرستاری کودکان دانال. وانگ (۱۳۸۷) و دیگران، ترجمه مهناز سنجری، مهناز شوقی، تهران: جامعه نگر: سالمی.

- ۱۳ . Taking Action on Healthy Living (2003), Health Canada.
- ۱۴ Park's Textbook of Preventive and Social Medicine 21 Edition (2011), by BANARSIDAS BHANOT PUBLISHERS
- ۱۵ Short Textbook of Preventive and Social Medicine (2010), G.N., M.D. Prabhakara, Jaypee Brothers Medical Pub; 2 edition.
- ۱۶ Methods in Social Epidemiology. San Francisco: Jossey-Bass, 2006.
- ۱۷ Social Determinants of Health. Oxford University Press, 2005.
- ۱۸ Health Promotion and Patient education. A Professional guide by P. Webb (the last edition)
- ۱۹ Health and Health care later life CL by Victor C (the last edition)
- ۲۰ Health Risk Messages: A step by step guides. Kim Witte, Gary Meyer, Dennis martell.
- ۲۱ Health promotion philosophy , Prejudice and practice
- ۲۲ Health & health care later life CL by Victor C(the last edition)
- ۲۳ Caring fir children with HIV&AIDS By Rosie Claxton and Tony Harrison(the last edition)
- ۲۴ Health promotion and aging,4th edition
- ۲۵ practical for health professionals by David Haber.(the last edition)
- ۲۶ Health promotion and patient education: a professional guide by P.webb. (the last edition)
- ۲۷ Sociology as Applied to Medicine (2002 Acambler G (Ed), Bailliere Tindal.
- ۲۸ As Outline of Sociology as Applied to Medicine Wright (۲۰۰۴), Armstrong, D.
- ۲۹ Sociological Approches to Health and health Care. Groom helm, (۲۰۰۲), Morgan M. Calnam M and manning N.
- ۳۰ Education and Social Change (Sociology and Social Change) by Amanda Coffey) the last edition.

بهداشت معنوی و روش شناسی فهم زبان قرآن

درس پیش نیاز: ندارد	نظری	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: بهداشت معنوی و روش شناسی فهم زبان قرآن عنوان درس به انگلیسی: Spritual Health & Holy Quran: A Methodology کد درس: ۱۰۸
	عملی				
	نظری			تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
<p>آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد</p> <p>سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/></p>					

هدف کلی درس:

شناخت مفاهیم و روش های هدایتی، روایتی و هنری قرآن کریم برای کاربرد آنها به عنوان شیوه های مطلوب اشاعه و ترویج سلامت معنوی در تولیدات رسانه ای.

سرفصل مطالب:

- آشنایی با مباحث و روش های تفسیر قرآن کریم: تفسیر عرفانی، تطبیقی، اجتماعی، تاریخی، ادبی و علمی
- روش های تبلیغ در قرآن کریم، الگوهای روایتی در قرآن کریم
- انسان شناسی و سیر انفسی در قرآن کریم، خودشناسی و خداشناسی، شخصیت شناسی بندگان خاص خداوند در قرآن کریم (الگوهای انسانی و ضد انسانی در بیان قرآن)
- ارتباطات و انواع آن از منظر قرآن کریم (ارتباط با خدا، ارتباط با انسان ها)
- انواع براهین در بیان قرآن کریم، نماد پردازی و نشانه شناسی در قرآن کریم

پروژه	آزمون های نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
	نوشتاری		
	عملکردی		

منابع:

۱. احدیان، محمد؛ محمدی، داوود (۱۳۸۶)، طراحی و تولید برنامه‌های ویدئویی، تلویزیونی و فیلم‌های آموزشی، تهران: پیوند نو.
۲. بالدوین، هانتلی (۱۳۸۳)، چگونه آگهی تلویزیونی بسازیم، ترجمه حمید گرشاسبی، تهران: سروش.
۳. برخوردار، ایرج (۱۳۸۱)، اصول تهیه برنامه‌های رادیویی، تهران: اداره کل تحقیق و توسعه صدا.
۴. پاسدار، محمد رضا (۱۳۸۷)، تهیه‌کنندگی برای تلویزیون با نگاه سیستمی، تهران: دانشکده صدا و سیما.
۵. پرینگل، پیترو؛ استار، مایکل (۱۳۸۸)، مدیریت رسانه‌های الکترونیکی، ترجمه طاهر روشندل، انتشارات دانشکده صداوسیما.
۶. زتل، هربرت (۱۳۸۴)، راهنمای تولید برنامه‌های تلویزیونی، ترجمه علی رجبزاده طهماسبی و سید مجیدالدین طباطبایی‌راد، انتشارات دانشکده صدا و سیما.
۷. فلمینگ، کارول (۱۳۸۴)، دستینه رادیو، ترجمه ناصر بلیغ، تهران: اداره کل تحقیق و توسعه رادیو.
۸. قربانی، حسن (۱۳۸۷)، چگونه گزارش خبری تلویزیونی بسازیم، تهران: سروش، ۱۳۸۵.
۹. کلارک، باری (۱۳۸۰)، تهیه‌کنندگی، تدارک و ساخت برنامه‌های ترکیبی، ترجمه سیدرضا شبیری، امور آموزش حوزه معاونت صدای صدا و سیما.
۱۰. مارکس، آلن (۱۳۸۲)، مهارت های حرفه‌ای برنامه‌سازی ورزشی برای رادیو تلویزیون، ترجمه حمید ایرانی ها، تهران: شبکه سوم سیمای جمهوری اسلامی ایران.
۱۱. مک‌لوی، کوینسی (۱۳۸۱)، برنامه‌سازی خلاق در رادیو، ترجمه ناصر بلیغ، تهران: تحقیق و توسعه صدا.
۱۲. میرفخرایی، تزا (۱۳۸۵)، مفاهیم نظری و عملی خبر تلویزیونی، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.

دوره دکتری رسانه و سلامت

۱۳. میلرسون، جرالده (۱۳۸۱)، تولید و کارگردانی در تلویزیون، ترجمه غلامرضا طباطبایی، تهران: سمت.

۱۴. میلرسون، جرالده (۱۳۸۵)، فن برنامه‌سازی تلویزیونی، ترجمه مهدی رحیمیان، تهران: سروش، ۱۵. نوربرگ، اریک (۱۳۸۳)، خط‌مشی‌های برنامه‌سازی برای رادیو، ترجمه ناصر بلیغ، تهران: تحقیق و توسعه صدا.

۱۶. بهزاد دماری، (۱۳۹۱)، بهداشت معنوی، تهران، طب و جامعه.

۱۷. عبدالرضا کردی، (۱۳۸۸)، سلامت معنوی و خلاقیت، تهران، مطالعات خانواده.

۳۱ Holland, Patricia (2004). The Television Handbook, London: Routledge (reprint).

۳۲ Kenny, Robert (2004), Teaching TV Production In A Digital World: Integrating Media Literacy, Westport, Conn. : Libraries Unlimited.

۳۳ Kirkham, James D. (1991). Television Production Today!, Illinois: National Textbook Company.

۳۴ McLeish, Robert (2005), Radio Production, London: Focal Press (5th edition).

فصل چهارم
سرفصل دروس تخصصی

دوره دکتری رسانه و سلامت

سرفصل دروس تخصصی

ملاحظات (پیش‌نیاز/زمان ارائه)	ساعت			تعداد واحد	نام درس	کد درس
	عملی	نظری	جمع			
-	-	۳۲	۳۲	۲	اخلاق رسانه و سلامت	۲۰۱
-	-	۳۲	۳۲	۲	مبانی خبر و ژورنالیسم	۲۰۲
-	-	۳۲	۳۲	۲	مخاطب شناسی و افکار عمومی در حوزه سلامت	۲۰۳
-	-	۳۲	۳۲	۲	جامعه شناسی تبلیغات و سلامت	۲۰۴
-	۳۲	۱۶	۴۸	۲	مبانی برنامه سازی و تولید خبر رادیو تلویزیونی	۲۰۵
-	۳۲	۱۶	۴۸	۲	ارتباطات سلامتی	۲۰۶
-	-	۳۲	۳۲	۲	تجزیه و تحلیل پیام های ارتباطی	۲۰۷
-	-	۳۲	۳۲	۲	فلسفه، اصول و الگوها در آموزش بهداشت و ارتقاء سلامت	۲۰۸
-	-	۳۲	۳۲	۲	مدیریت رسانه	۲۰۹
				۱۸	جمع واحد	

دوره دکتری رسانه و سلامت

اخلاق رسانه و سلامت

درس پیش نیاز: ندارد	نظری	جبرانی	نوع واحد: تخصصی	تعداد واحد: ۲	عنوان درس به فارسی: اخلاق رسانه و سلامت (با رویکرد رسانه و سلامت) عنوان درس به انگلیسی: Media and Health Ethics
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد					کد درس: ۲۰۱
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف کلی درس:

آشنایی با نظرات و احکام فقهی، حقوقی و اخلاقی درباره رسانه و سلامت، آشنا کردن دانشجویان با اصول اخلاق اسلامی و حرفه ای در فعالیت های رسانه ای و سلامت و بالا بردن سطح تخصص آنان در زمینه های حقوقی مرتبط با فعالیت های خبری رسانه، حقوق مخاطبان و دیگر نهادهای اجتماعی داخلی، خارجی و بین المللی با تأکید بر حوزه سلامت، آشنایی با نظریات و احکام فقهی، حقوقی و اخلاقی درباره رادیو و تلویزیون و تلاش برای پایه ریزی اصول نظری و کاربردی در امور فقهی، حقوقی و اخلاق رسانه ای رادیو و تلویزیون با توجه به منابع فقهی، حقوقی و اخلاقی؛ آشنایی با نظرات ولی فقیه و کارشناسان دینی و رسانه ای در زمینه اخلاق رسانه ای.

سرفصل دروس:

- مفاهیم و تعاریف
- مبانی اخلاق اسلامی و ویژگی های اصلی اخلاق
- حدود و ثغور اخلاق، تفاوت اخلاق و حقوق و معیار تفاوت آنها
- حریم خصوصی و حقوق عمومی (حریم اجتماعی مخاطبان)

دوره دکتری رسانه و سلامت

- اخلاق در ارتباطات و مفهوم آن در رسانه‌ها
- حوزه های اخلاق رسانه ای و قواعد آن در اسلام (احکام فقهی رسانه)
- اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای در روزنامه نگاری
- شارلاتانیسم رسانه ای و شیوه های آن
- قلمرو های حقوق و قوانین ارتباطات
- سیر تحول در عرصه حقوق رسانه‌ها
- آزادی بیان در غرب، کشورهای اسلامی و قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- حقوق مخاطبان خبر و حریم خصوصی شهروندان
- حقوق مربوط به جمع آوری، دریافت، انتقال و انتشار اطلاعات و اخبار
- حقوق و مسئولیت‌های خبرنگاران
- قانون مطبوعات و جرایم خبری
- حقوق خبر در فضای مجازی
- آشنایی با حرفه آموزش سلامت، تاریخچه آن و مسئولیت های آموزش دهندگان سلامت
- نقش آموزش دهندگان سلامت در نیازسنجی سلامت جامعه و رعایت اصول اخلاقی
- اصول و فرآیند نیازسنجی و طی مراحل نیازسنجی و رعایت اصول و نکات اخلاقی
- بررسی مقالات و نقد آن توسط دانشجو در خصوص رعایت اصول اخلاقی در هنگام آموزش (فعالیت دانشجو)
- بررسی پایان نامه های آموزشی و استخراج نکات اخلاقی آن از نظر نیازسنجی (فعالیت دانشجو)
- طراحی برنامه آموزش سلامت و رعایت نکات اخلاقی در آن
- بررسی مقالات و پایان نامه های آموزشی و استخراج نکات اخلاقی آن از نظر طراحی مداخله آموزشی (فعالیت دانشجو)
- اجرای برنامه آموزشی سلامت و رعایت نکات اخلاقی آن
- بررسی مقالات و پایان نامه های آموزشی و استخراج نکات اخلاقی آن از نظر اجرای برنامه آموزش سلامت (فعالیت دانشجو)
- ارزشیابی برنامه آموزش سلامت و رعایت نکات اخلاقی در آن

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
		نوشتاری	
		عملکردی	

منابع:

۱. نگاه دیگر به اخلاق رسانه ای (ترجمه مجموعه مقالات خارجی)، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۲. حقوق ارتباطات (جلد یکم)، دکتر کاظم معتمد نژاد، دکتر رویا معتمد نژاد، دفتر مطالعات توسعه رسانه‌ها.
۳. چالش‌های حقوقی پخش مستقیم برنامه های ماهواره ای، گروه مطالعات حقوقی سازمان صداوسیما، انتشارات سروش.
۴. حقوق تبلیغات بازرگانی در ایران و جهان، تألیف: دکتر محسن اسماعیلی، نشر شهر و مرکز تحقیقات صداوسیما.
۵. ویژه نامه رسانه و حقوق (فصلنامه پژوهش و سنجش - زمستان ۱۳۸۳)
۶. نظارت بر مطبوعات در حقوق ایران، تألیف: محمد ابراهیم انصاری لاری، انتشارات سروش.
۷. اخلاق روزنامه‌نگاری، تألیف محمد فولاد، موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی. قم
۸. قانون مطبوعات و سیر تحول آن در حقوق ایران، تألیف دکتر محسن اسماعیلی، انتشارات سروش
۹. پزشک و ملاحظات اخلاقی، جلد اول دکتر باقر لاریجانی، انتشارات برای فردا، ۱۳۸۳
۱۰. پزشک و ملاحظات اخلاقی، جلد دوم، موارد کاربردی، ترجمه دکتر علی جعفریان و ... انتشارات برای فردا، ۱۳۸۳
۱۱. Media law and ethics By Roy L. Moore, Michael D. Murray, 2007
۱۲. Media law and ethics: a casebook By Roy L. Moore, 2008
۱۳. The Journalist's Guide to Media Law By Mark Pearson, Pearson, Mark and Polden, Mark, Mark Polden, 2010
۱۴. Mass media law and ethics: ethics and law for journalists By Nimbari Anokari, 2004
۱۵. . Health & health care later life CL by Victor C(the last edition)
۱۶. Caring fir children with HIV&AIDS By Rosie Claxton and Tony Harrison(the last edition)

دوره دکتری رسانه و سلامت

۱۷. Health promotion and aging,4th edition
۱۸. practical for health professionals by David Haber.(the last edition)
۱۹. Health promotion and patient education: a professional guide by P. web.
(the last edition)

دوره دکتری رسانه و سلامت

درس پیش نیاز: ندارد	نظری	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: مبانی خبر و ژورنالیزم * عنوان درس به انگلیسی: An Introduction to News and Journalism		
	عملی			۲			
	نظری			تعداد ساعت:			
	عملی			۳۲			
	نظری			تخصصی			
	عملی						
	نظری						
	عملی						
کد درس: ۲۰۲							
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد							
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>							

هدف کلی درس:

آشنا کردن دانشجویان با اصول و مبانی و مفاهیم خبر و توانمند ساختن آنان در جمع آوری، پردازش و تنظیم خبر در سبک‌های مختلف خبری.

سرفصل‌ها: * در این درس، مثال‌ها و موارد توصیفی از حوزه سلامت انتخاب و ارائه شود.

- شناخت اخبار (تعاریف خبر، صفات خبر، انواع خبر و ...)
- جست‌وجو و جمع آوری اخبار
- دروازه بانی یا گزینش‌گری خبر و مدل‌های دروازه بانی
- مفاهیم خبر؛
 - ارزش‌های خبری
 - عناصر خبری
 - سبک‌های خبر نویسی
 - لید نویسی
 - تیتر و عنوان خبر
- آشنایی با خبرگزاری‌های داخلی و خارجی
- آشنایی با ویژگی‌های اخبار رادیو و تلویزیون
- تفاوت خبر نویسی در رسانه‌های جمعی رادیو، تلویزیون، مطبوعات، خبرگزاری‌ها و ...

دوره دکتری رسانه و سلامت

- کاربرد مصاحبه در خبر و چگونگی تنظیم آن
- گزارش‌های خبری، انواع و چگونگی تنظیم گزارش
- برنامه ریزی پخش خبر در رادیو و تلویزیون

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
		نوشتاری	
		عملکردی	

منابع:

۱. خبر، تألیف دکتر یونس شکرخواه، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
۲. اصول خبرنگاری، اکبر نصرالهی، انتشارات سروش
۳. روش‌های مصاحبه خبری، تألیف دکتر مهدی محسنیان راد، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
۴. روزنامه نگاری نوین، دکتر نعیم بدیعی، حسین قندی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی
۵. اخبار تلویزیونی، تألیف ری وایت، ترجمه محمد رضا حسن زاده، مرکز تحقیقات صداوسیما
۶. Broadcast News Writing, Reporting, and Producing By Ted White, Frank Barnas, 2010
۷. Writing for broadcast news: a storytelling approach to crafting TV and radio ... By Charles Raiteri, 2006
۸. Broadcast news writing for professionals By Jeff Rowe, 2006

مخاطب شناسی و افکار عمومی در حوزه سلامت

	نظری	جبرانی			
--	------	--------	--	--	--

دوره دکتری رسانه و سلامت

درس پیش نیاز: ندارد	عملی		نوع واحد:	تعداد واحد: ۲	مخاطب شناسی و افکار عمومی در حوزه سلامت عنوان درس به انگلیسی: Audience and Public Opinion Studies in Health Field
	نظری			تعداد ساعت: ۳۲	
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری		تخصصی		
عملی					
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					کد درس: ۲۰۳

هدف کلی درس:

آشنایی عمیق دانشجویان با مخاطب رسانه ها و افکار عمومی، ویژگی ها و انواع آن و نقش وسایل ارتباط جمعی به ویژه رادیو و تلویزیون در جهت دهی و هدایت افکار عمومی

سرفصل دروس:

- تعاریف و مفاهیم مربوط به مخاطب
- تاریخچه مخاطب اولیه (ارتباطات سنتی)
- شناخت مخاطب رسانه ها، انواع و ویژگی های آن
- ماهیت مخاطب در عصر کنونی
- تکنیک های اثرگذاری بر مخاطب
- افکار عمومی، تعاریف، مفاهیم و انواع آن
- رسانه ها و افکار عمومی
- نقش رسانه ها در جهت دهی و هدایت افکار عمومی در حوزه سلامت
- عوامل موثر در تاثیر گذاری بر افکار عمومی در حوزه سلامت
- سنجش افکار عمومی و کاربرد آن در مسائل سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی

دوره دکتری رسانه و سلامت

- آشنایی با سازمان های سنجش افکار

روش ارزیابی:

ارزشیایی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
		نوشتاری	
		عملکردی	

منابع:

۱. مخاطب شناسی، تألیف دنیس مک کوایل، ترجمه دکتر مهدی منتظر قائم، دفتر معاونت و توسعه رسانه ها
۲. تلویزیون و مخاطبان آن، تألیف اندرو ارنبرگ، پاتریک باروایز، ترجمه فرهاد رادپور، مرکز تحقیقات صداوسیما
۳. تلویزیون و گستره عمومی، تألیف پیتر دالگرن، ترجمه مهدی شفقتی، انتشارات سروش
۴. افکار عمومی و شیوه های اقناع، تألیف کاظم متولی، انتشارات بهجت
۵. کتاب جامع بهداشت عمومی، جلد دوم، چاپ سوم (۱۳۹۱). مدیریت برنامه های تندرستی، ابوالحسنی، فرید.
۶. اصول بازاریابی در بخش سلامت (۱۳۹۱)، اریک. ان برکویتز، ترجمه محمد عرب، تهران انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران.

۷. Public Opinion By Walter Lippmann, 2007
۸. The News and Public Opinion: Media Effects on Civic Life By Maxwell McCombs, Lance Holbert, Spiro Kioussis, 2011
۹. Public Opinion By William Albigh, 2007
۱۰. Education and Social Change (Sociology and Social Change) by Amanda Coffey (the last edition)
۱۱. Medicine as Culture: Illness, Disease and the Body in Western Societies by Deborah Lupton (the last edition)
۱۲. Society and Health by Rosemary Gillespie (the last edition)

جامعه شناسی تبلیغات و سلامت

عنوان درس به فارسی:	تعداد واحد: ۲	نوع واحد:	جبرانی	نظری	درس پیش نیاز:
				عملی	

دوره دکتری رسانه و سلامت

ندارد	نظری	پایه	تخصصی	تعداد ساعت: ۳۲	جامعه‌شناسی تبلیغات و سلامت عنوان درس به انگلیسی: Sociology of Advertisement and Health کد درس: ۲۰۴
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد					
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف کلی درس:

شناخت شیوه‌های تبلیغ و اقناع و چگونگی تاثیرگذاری بر مخاطبان در حوزه سلامت

سرفصل دروس:

- نظریه‌های جامعه‌شناسی سلامت
- پیام و چگونگی نفوذ آن در مخاطبان
- شیوه‌های مختلف ترغیب و اقناع
- انواع تبلیغ (تجاری و بازرگانی، سیاسی - دولتی)
- روش عملی تبلیغ و روش تجربی تبلیغ
- روانشناسی پیام‌های تبلیغاتی
- کاربرد و هدف تبلیغ
- امکانات و محدودیت‌های تبلیغ
- تاثیر تبلیغ بر مخاطبان
- افکار عمومی و تبلیغ
- نقش و اهمیت تبلیغ در جامعه و نظام اقتصادی
- دولت و تبلیغات

دوره دکتری رسانه و سلامت

- بررسی های آماری در زمینه هزینه های گوناگون تبلیغ
- تبلیغ و مصرف کنندگان
- مناسبات و سایل ارتباط جمعی با سازمان ها و آژانس های تبلیغاتی و بررسی تاثیر مبلغ در فعالیت و سایل ارتباط جمعی
- تاریخچه و نقش جامعه شناسی در ارتقاء سلامت
- تاثیر طبقه اجتماعی، درآمد، مسکن و جنسیت بر سلامت
- تاثیر سطح آموزش، استرس، محیط کار، و دوران اول زندگی بر سلامت
- عصر اینترنت، جامعه و ارتقاء سلامت
- روابط محیط، جامعه و سلامت و بیماری
- رابطه ارزش، هنجار، رفتار اجتماعی و وجدان اجتماعی با ارتقاء سلامت
- نهاد، کنترل اجتماعی، نظم اجتماعی، پایگاه اجتماعی و ارتقاء سلامت
- تاثیر جامعه پذیری بر سبک زندگی سالم و ارتقاء سلامت
- تاثیر عوامل فرهنگی در تصمیمات بهداشتی و ارتقاء سلامت
- نظریه های جامعه شناسی و ارتقاء سلامت

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
		نوشتاری	
		عملکردی	

منابع:

۱. نظریه های جامعه شناسی، دکتر توسلی
۲. نظریه های جامعه شناسی، دکتر آزاد ارمکی

دوره دکتری رسانه و سلامت

۳. جزوه نظریه‌های جامعه‌شناسی، دکتر عبداللهی (دانشگاه علامه)
۳. مراحل اساسی اندیشه در جامعه‌شناسی، ریمون آرون. ترجمه باقر پرهام
۴. مبانی ارتباط، تبلیغ و اقناع، دکتر علی اصغر کیا، دکتر رحمان سعیدی
۵. تبلیغات در رسانه های ارتباط جمعی جهان، احمد رشتی؛ ترجمه عبد الجلیل شریف زاده
۶. درآمدی بر جامعه شناسی سلامت و بیماری (۱۳۹۲)؛ کوین وایت؛ ترجمه محسن ناصری راد، تهران: نشر دانشگاهی.
۶. جامعه شناسی پزشکی (۱۳۷۲)؛ دیوید آرمسترانگ، تهران: موسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.
۷. جامعه شناسی پزشکی (۱۳۷۶)؛ منوچهر محسنی، تهران: طهوری.
۸. جامعه‌شناسی برای گروه‌های علوم پزشکی، مترجم مریم یارمحمد توسکی، تهران: پیام دیگر

۹. ()

Amanda Coffey) the last edition(

۱۰. Western

Societies by Deborah Lupton (the last edition (

۱۱. Society and Health by Rosemary Gillespie (the last edition(

۱۲. (۲۰۰۲), Tindal.

Tindal.

۱۳. (۲۰۰۴),

Armstrong D.

۱۴. (۲۰۰۱), ..

۱۵. (۲۰۰۳),

Conras R and Eochelie K (Eds). St ,Martins Press, New York, ۲۰۰۳

۱۶. (۲۰۰۲),

Calnam M and manning N .. Groom helm.

ارتباطات سلامتی

دوره دکتری رسانه و سلامت

درس پیش نیاز: ندارد	نظری	جبرانی	نوع واحد: تخصصی	تعداد	عنوان درس به فارسی: ارتباطات سلامتی عنوان درس به انگلیسی: Health Communication کد درس: ۲۰۷
	عملی			واحد: ۲	
	نظری			تعداد	
	عملی			ساعت:	
	نظری			۳۲	
	عملی				
	نظری				
عملی					
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف کلی درس:

آشنایی، مطالعه و کاربرد روش ها و فن آوری های ارتباطی به منظور اطلاع رسانی و اثرگذاری بر تصمیمات فردی و گروهی است که با هدف ترویج و ارتقاء سلامت انجام می گیرد. پیوند قلمروهای ارتباطات و سلامت به عنوان عنصری ضروری از تلاش هایی که سلامت فردی و همگانی را بهبود می بخشد و به تمام جوانب پیشگیری از بیماری و ارتقاء سلامت کمک می کند.

سرفصل دروس:

- روابط میان درمان پذیر و درمان گر؛
- مواجهه، جستجو و استفاده از اطلاعات سلامت؛
- تبعیت افراد از توصیه ها و رژیم های غذایی کلینیکی؛
- ساخت برنامه ها و پیام های سلامت همگانی؛
- انتشار اطلاعات در خصوص خطر سلامت گروهی و فردی؛
- تصورات ذهنی از سلامت در رسانه های گروهی و فرهنگ به طور گسترده؛
- آموزش مصرف کنندگان درباره نحوه دستیابی به سلامت همگانی و سیستم مراقبت بهداشتی؛

دوره دکتری رسانه و سلامت

- توسعه و گسترش بهره مندی از تکنولوژی هایی که از راه دور به ارائه خدمات در زمینه سلامت می پردازند.
- آشنایی با انواع سیستم های و الگوهای ارتباطی موجود و مؤثر در آموزش سلامت
- پیام شناسی و مهندسی پیام سلامت در رسانه های دیداری شنیداری

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
		نوشتاری	
		عملکردی	

منابع:

۱. نظریه های ارتباطات (۱۳۸۱)، سورین ، ورتنر و تانکارد ، جمیز، ترجمه علیرضا دهقان ، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۲. برنامه ریزی ارتقاء و سلامت براساس مدل های تغییر رفتار (۱۳۸۸)، دیدارلو علیرضا و شجاعی زاده داود و محمدیان هاشم، تهران: نشر آثار سبحان.
۳. دستور العمل فنی برنامه های آموزش سلامت (۱۳۸۳)، رفیعی فر، شهرام و دیگران ، تهران، نشر تندیس.
۴. برنامه آموزش و ارتقاء سلامت مبتنی بر توانمند سازی مردم و جوامع (۱۳۸۴)، رفیعی فر، شهرام و همکاران، تهران، نشر تندیس.
۵. شورای پژوهش حوزه سلامت برای توسعه، پژوهش در ضرورت های ملی و تعیین اولویت ها (۱۳۸۲)؛ کوهرد، ترجمه مازیار جاوید روزی و دیگران ، تهران، انتشارات اندیشمند .
۶. فرهنگ اصطلاحات و مفاهیم آموزش و ارتقاء سلامت (۱۳۸۶)، مودست ، نائومی و تایایوز، تری، ترجمه محسن شمس، تهران، انتشارات تندیس.
۷. سلامت در مسیر توسعه (۱۳۸۷)؛ علی اصغر هدایتی - علیرضا کلانتری مهرجردی - دکتر امیر امیرخانی، جهاددانشگاهی واحد علوم پزشکی شهید بهشتی.

۸. Health Communication, Healthy People ۲۰۱۰. Lead Agency: Office of Disease Prevention and Health Promotion

۹. • Hornik, R. "Public Health Communication: Making Sense of Contradictory Evidence." ۲۰۰۲, In R. Hornik (ed.), Public Health Communication: Evidence for Behavior Change. New York: Erlbaum,
۱۰. U.S. Department of Health and Human Services, Office of Disease Prevention and Health Promotion. Healthy People 2010.
۱۱. Cline R., American Public Health Association (APHA) Health Communication Working Group Brochure, 2003.
۱۲. Health Communication: From Theory to Practice 2007, Schiavo, R. San Francisco: Jossey-Bass.
۱۳. The Routledge Handbook of Health Communication (2 ed.) (2011). Thompson, Teresa; Roxanne Parrott, Jon Nussbaum. ISBN 978-0-203-۸۴۶۰۶-۳.
۱۴. "The History and Developments of the Field of Health Communication". Health communication Research: a guide to developments and directions (1998). Kreps, G. L.; et al. Westport, Conn.: Greenwood Press.
۱۵. "Why Health Communication is Important in Public Health"(2009). [R. N.]; Lapinski.
۱۶. "Communication for Health"(2008). Maibach, E. W.
۱۷. Health communication and public health] (2009). Ringo Ma. (Ed.). Jiankang chuanbo yu gonggong weisheng [Hong Kong: Hong Kong Educational. (in Chinese and English)
۱۸. [How much do you know about doctor-patient communication?] (2009). Ringo Ma. (Ed.). Yi bing goutong zhi duoshao Hong Kong: KAI Education. (in Chinese and English)
۱۹. The Routledge Handbook of Health Communication (2003).Teresa L. Thompson; Alicia Dorsey; Roxanne Parrott; Katherine Miller ,Taylor & Francis. ISBN 978-1-4106-0768-3.
۲۰. Using theory to understand the effect of health-related news coverage on health policymaking (2005). Yanovitzky, I. In L. C. Lederman, D. Gibson, & M. Taylor (Eds.), Communication theory: A Casebook Approach (2nd ed.) (pp. 413-431). Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt.

تجزیه و تحلیل پیام های ارتباطی

عنوان درس به فارسی:	تعداد واحد: ۲	نوع واحد:	جبرانی	نظری	درس پیش نیاز:
				عملی	

دوره دکتری رسانه و سلامت

ندارد	نظری	پایه	تخصصی	تعداد ساعت: ۳۲	تجزیه و تحلیل پیام های ارتباطی * عنوان درس به انگلیسی: Communicative Messages Analysis کد درس: ۲۰۷
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد					
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>					

هدف کلی درس:

آشنایی با کاربرد تجزیه و تحلیل محتوای پیام های ارتباطی در زمینه های گوناگون، بررسی و نقد تحقیقات انجام شده

سرفصل دروس: * در این درس، مثال ها و موارد توصیفی از حوزه سلامت انتخاب و ارائه شود.

● مقدمه و مروری بر مباحث درس روش های تحلیل و بررسی پیام های ارتباطی

- اهمیت بررسی پیام به عنوان یکی از عناصر ارتباط
- مقایسه تحلیل کیفی و کمی پیام ها
- تحلیل پیام های ارتباطی آشکار و نهان
- اصول و مراحل تحلیل محتوای پیام های ارتباطی
- تحلیل های تطبیقی و منفرد

● نقد و بررسی نمونه هایی از تحقیقات ارتباطی در زمینه تحلیل محتوا

- مفاهیم، فنون و راهبردهای مدیریت پیام در رسانه
- شناخت مخاطبان پیام؛ شمار، کیفیت و پسند مخاطبان
- کاربرد فناوری در طراحی و انتقال پیام
- مدیریت پیام در فضای رقابتی رسانه ها
- شناخت عنصر «هماهنگی» در طراحی و مدیریت پیام

دوره دکتری رسانه و سلامت

- فرآیند تعیین، تولید و انتشار پیام؛ موضوع‌یابی، پوشش رسانه‌ای، برجسته‌سازی
- پیام‌شناسی و مهندسی پیام در رسانه‌های دیداری شنیداری

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
		نوشتاری	
		عملکردی	

منابع:

۱. رادیو تلویزیون، خدمت عمومی: چالش قرن بیست و یکم (۱۳۸۴)، اتکینسون، دیوید، ترجمه مرتضی ناقب‌فر، تهران، سروش.
۲. تلویزیون و مخاطبان آن (۱۳۷۸)، باروایز، پاتریک، ترجمه فرهاد رادپور، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای.
۳. فرآیند تأثیرگذاری پیام‌های اقناعی (۱۳۹۰)، بنوا، ویلیام ال؛ بنوا، پاملا جی، ترجمه مینو نیکو و وازگن سرکیسیان، تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
۴. عصر تبلیغات: استفاده و سوء استفاده روزمره از اقناع (۱۳۷۹)، پراتکانیس، آنتونی آر، ترجمه کاووس سیدامامی، محمد صادق عباسی، تهران: سروش.
۵. دستنامه مدیریت رسانه (۱۳۸۸)، پرایس، گرت، ترجمه طاهر روشندل اربطانی و حمیدرضا پاکدل، تهران: سروش.
۶. تبلیغات در رسانه‌های ارتباط جمعی (۱۳۸۳)، رشتی، جیهان احمد، قم: ندای دوست.
۷. مدیریت سازمان‌های رسانه‌ای در بی بی سی و سی ان ان (۱۳۸۲)، شانکلمن، لوسی، ترجمه ناصر بلیغ، تهران: طرح آینده.
۸. اصول مخاطب‌شناسی تبلیغی (۱۳۸۴)، صادقی، عبدالمجید، قم: انتشارات زمزم هدایت.
۹. مجموعه مقالات مدیریت و رسانه (۱۳۸۸)، عالی‌زاده، عبدالرضا (به کوشش)، تهران: آسیا.
۱۰. مجموعه مقالات مدیریت و رسانه ۲ (۱۳۸۹)، عالی‌زاده، عبدالرضا (به کوشش)، تهران: آریانا قلم.

دوره دکتری رسانه و سلامت

درس پیش نیاز: ندارد	عملی		نوع واحد: تخصصی	تعداد واحد: ۲ تعداد ساعت: ۳۲	فلسفه، اصول و الگوهای آموزش بهداشت و ارتقاء سلامت عنوان درس به انگلیسی: Philosophy, Principles and Methods in Health Education and Health Promotion آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
	نظری				
	عملی				
کد درس: ۲۰۸					

هدف کلی درس:

آشنا ساختن دانشجویان با الگوهای رفتار و نقش آن در تغییر رفتار و ارتقاء بهداشت جامعه

سرفصل دروس:

- ۱- آشنایی با فلسفه رفتار و چگونگی تغییر رفتار
- ۲- تئوری ها و اصول تغییر رفتار
- ۳- آشنایی با الگوهای مطالعه رفتار در آموزش بهداشت
- ۴- آشنایی با الگوهای ارتقاء سلامت
- ۵- الگوهای ارتقاء سلامت
- ۶- نظریه های یادگیری در آموزش بهداشت و کاربرد آنها
- ۷- نظریه های یادگیری در آموزش بهداشت و کاربرد آنها
- ۸- کاربرد نظریه های یادگیری در آموزش بهداشت
- ۹- مباحث جدید در آموزش بهداشت و ارتقاء سلامت

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه
----------------	----------	-----------------	-------

دوره دکتری رسانه و سلامت

ارائه پروژه پایانی بر پایه درس (به اختیار استاد)	نوشتاری عملکردی	تعیین موضوع پروژه پایانی برای هر دانشجو (به اختیار استاد)	ارزیابی میزان آشنایی با مفاهیم
--	--------------------	---	--------------------------------

منابع:

۱. برنامه ریزی ارتقاء سلامت بر اساس مدل های تغییر رفتار (۱۳۸۸)، علیرضا دیدارلو، داوود شجاعی زاده، هاشم محمدیان، انتشارات دانشگاه علوم پزشکی شیراز
۲. الگوهای مطالعه رفتار در آموزش بهداشت، تألیف داوود شجاعی زاده
۳. روانشناسی و ارتقاء سلامت (۱۹۹۷)، سیمون مورفی و پال بنت، ترجمه دکتر عبدالعزیز افلاک سیر و دکتر ندا گلشنی.
۴. ازاریابی تغییرات اجتماعی، تغییر رفتار برای ارتقاء بهداشت (۲۰۱۱)، آلن اندریسن، مترجم: دکتر ناصر بلیغ و همکاران.
۵. کتاب فرهنگ اصطلاحات و مفاهیم آموزش و ارتقاء سلامت، تألیف : نائومی مودست و تری تامایوز، ترجمه دکتر محسن شمس و اکرم کریمی شاهنجرینی.

۶. Health: the foundations for achievement, 2nd edition by David Seedhouse. (The last edition)
۷. Promoting health by Jeanne Sampson Katz, Alyson Peberdy, and Jenny Douglas. (The last edition)
۸. Promoting health: a practical guide by Linda Ewles and Ina Simnett. (The last edition)
۹. Health education: a cognitive behavioral approach by Donald A. Read, Jones and Bartlett publishers. (The last edition)
۱۰. Principles of health education and health promotion by J Thomas Butler, Morton publishing company. (The last edition)
۱۱. Practicing the application of health education skills and competencies by Bette B. Keyser, Marilyn J Morrow, Kathleen Doyle, and Roberta Ogletree. (The last edition)

دوره دکتری رسانه و سلامت

مدیریت رسانه

(با تأکید بر نظام‌های عقیدتی و اقتصادی)

درس پیش نیاز: ندارد	نظری	جبرانی	نوع واحد: اختصاصی	تعداد واحد:	عنوان درس به فارسی: مدیریت رسانه * (با تأکید بر نظام‌های عقیدتی و اقتصادی) عنوان درس به انگلیسی: Media Management (with an Emphasis on the Ideological and Economic Systems)
	عملی			۲	
	نظری	تعداد			
	عملی	ساعت:			
	نظری	۳۲			
	عملی				
	نظری				
	عملی				
آموزش تکمیلی عملی: ندارد				کد درس: ۲۰۹	

هدف کلی درس:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم، روش‌ها و نظام‌های مدیریت کلان رسانه‌ها به ویژه رادیو و تلویزیون؛ برنامه‌ریزی، هدایت و نظارت سازمانی در چارچوب سیاست‌های جامعه و رسانه؛ شناخت عناصر و راهبردهای سازمان‌های رسانه‌ای، عملکرد عقیدتی و اقتصادی نظام رسانه‌های رادیو و تلویزیون؛ مدیریت کلان رسانه‌ای با توجه به دستاوردهای نوین فناوری و ارتباطی.

سرفصل مطالب: * در این درس، مثال‌ها و موارد توصیفی از حوزه سلامت انتخاب و ارائه شود.

- مفاهیم پایه مدیریت سازمانی
- نظریه‌های مدیریت رسانه‌ها
- برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و نظارت سازمانی
- مدیریت رسانه‌ای و سیاست‌های جامعه

دوره دکتری رسانه و سلامت

- عناصر و راهبردهای سازمان‌های رسانه‌ای
- مدیریت عقیدتی در رسانه‌ها
- مدیریت اقتصادی در رسانه‌ها
- مدیریت رسانه در فضای رقابتی امروز

روش ارزیابی:

پروژه	آزمون‌های نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
	نوشتاری		
	عملی		

منابع:

۱. مدیریت در رسانه رادیو (۱۳۸۹)، آذردهشتی، امیرهوشنگ، تهران، طرح آینده.
۲. نکته‌هایی در باب مدیریت در رسانه (۱۳۹۰)، امامی، اکرم (به کوشش)، تهران: طرح آینده.
۳. دستنامه مدیریت رسانه (۱۳۸۸)، پرایس گرت، ترجمه طاهر روشندل اربطانی و حمید رضا پاکدل، تهران، سروش.
۴. مدیریت رسانه: کتاب راهنما برای صاحبان رسانه در کشورهای آسیایی (۱۳۸۹)، پرایس، گرت، ترجمه محمد باقر سپهری، اردبیل، مهر غزال.
۵. مدیریت رسانه‌های الکترونیک (۱۳۹۱)، پرینگل، پیتر کی، ترجمه علی اکبر فرهنگی، تهران، سروش.
۶. مدیریت رسانه (۱۳۹۰)، تهران، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، وحید خاشعی.
۷. مدیریت در فضای نوین ارتباط بی بی سی و سی ان ان (۱۳۸۲)، شانکلمن، لوسی، ترجمه ناصر بلیغ، تهران: طرح آینده.
۸. مجموعه مقالات مدیریت و رسانه (۱۳۸۸)، عالی‌زاده، عبدالرضا (به کوشش)، تهران، آسیا.
۹. مجموعه مقالات مدیریت و رسانه ۲ (۱۳۸۹)، عالی‌زاده، عبدالرضا (به کوشش)، تهران، آریانا قلم.

دوره دکتری رسانه و سلامت

۱۰. مدیریت استراتژیک رسانه (۱۳۹۰)، عالی‌زاده، عبدالرضا (گردآورنده)، ترجمه عبدالرضا عالی‌زاده و مجتبی لشکربلوکی، تهران، آریانا قلم.
۱۱. مدیریت راهبردی رسانه‌ها از نظریه تا عمل (۱۳۹۱)، کونگ لوسی، ترجمه وحید خاشعی و علی دهقان، تهران، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
۱۲. مدیریت رسانه (۱۳۸۸)، ویکس ژان لوبلان، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی و اداره کل پژوهش‌های رادیو.
۱۳. راهنمای روابط عمومی و مهارت‌های ارتباطی برای رؤسای سازمان‌ها (۱۳۹۰)، هالستین، ویلیام ج. تهران، انتشارات کارگزار روابط عمومی.

۱۴. Management of Electronic Media (۲۰۰۲), Albarran, Alan B., Belmont: Wadsworth/Thomson Learning.
۱۵. The Media Economy (2010), Albarran, Alan B., New York : Routledge/Taylor & Francis.
۱۶. Managing In the Media (2001), Block, Peter, Focal Press.
۱۷. Strategic Management In The Media: From Theory To Practice (۲۰۰۸), Küng, Lucy, London; Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
۱۸. Encyclopedia Of Media Management In Electronic Age (۲۰۰۹), Sethi, Sumit , New Delhi: Anmol Publications.