



تقويم الأداء في المنظمات الإعلامية

تقويم الأداء في المنظمات الإعلامية

الأهداف :

تنمية مهارات المشاركين بأسس عملية التقويم ومدخله ومعاييرها في إطار طبيعة عمل وأسلوب أداء المنظومة الإعلامية التي تسعى للحصول على منتج إعلامي نهائي في سوق متنافس يتطلب التواجد والاستمرار فيه مزيداً من مقومات الجودة والإبداع .

- الإلمام بمفهوم التقويم باعتباره أحد وظائف الإدارة .
- إكتساب مهارات التقويم وعلاقتها بالتخطيط الإعلامي .
- التخطيط الإعلامي دعامة المنتج الإعلامي النموذجي .
- تحقيق الجودة في المنتج الإعلامي النهائي .
- إجادة مهارات تقويم العمل الإعلامي المرئي والمسموع والمقروء .
- الإلمام بطبيعة عمل المنظمات الإعلامية.

المحتوى العلمي :

- المتغيرات العالمية وتأثيرها على الأداء الراهن في المؤسسات الإعلامية .
- طبيعة عمل ووظيفة وأسلوب أداء المنظومة الإعلامية .
- صناعة الإعلام والتحديات التي تواجهها .
- طبيعة ومواصفات المنتج الإعلامي .
- أهمية ومطالب تقويم الإعلام المسموع .
- أهمية ومطالب تقويم الإعلام المرئي .
- أهمية ومطالب تقويم الإعلام المقروء .
- أدوات التقويم المستخدمة مع المنتج الإعلامي .
- مدخل تقويم الأداء .
- معايير الأداء الإعلامي .
- مقومات الجودة والإبداع في المنتج الإعلامي .
- دور ومهام الإدارة والقيادة في تقويم الأداء بالمنظمات الإعلامية .
- العلاقة بين عملية التقويم وعملية تخطيط العمل الإعلامي .
- تطبيقات عملية وأمثلة.

المشاركون :

رؤساء المؤسسات الإعلامية ونوابهم والمديرين التنفيذيين ومساعدتهم والمدراء في كافة القطاعات الإعلامية ورؤساء القنوات التليفزيونية ورؤساء تحرير الصحف والمجلات ومحترري الصحف - ومعدّي ومقدمي ومخرجي البرامج الإذاعية والتليفزيونية.

