

سورة الاحقاف





# سند راہبردی



## سند راهبردی دانشکده دین و رسانه

به کوشش دکتر عادل صادقی دهلان (کارشناس ارشد سیستم)

دی ماه ۱۴۰۱

### اعضای کارگروه:

دکتر کمال اکبری (رییس دانشکده)

دکتر محمد حسنی سعدی (معاون آموزش و پژوهش)

دکتر وحید حیاتی (مدیر گروه هنرهای رسانه ای)

دکتر علی محمد رضوی (مدیرگروه فرهنگ و ارتباطات اسلامی)

جناب آقای مهدی حسین پور (مدیر فرهنگی و دانشجویی)

جناب آقای عباس آشکار (مدیر پشتیبانی و اجرایی)

دکتر عیسی زارعی (مدیر پژوهش)

جناب آقای سیدعلی هاشمی نژاد (مدیر مالی)

قم . بلوار امین جنب کوچه ۴ صندوق پستی ۳۷۱۸۵/۳۱۷۱

تلفن: ۰۲۵۳۲۹۰۴۰۰۶ | [www.qomirib.ac.ir](http://www.qomirib.ac.ir)

## ●●● مقدمه

تدوین سند راهبردی دانشکده به عنوان سندی جامع، گامی مهم در ارائه نقشه راه و برنامه های عملیاتی دانشکده دین و رسانه در سال های آتی محسوب میشود .

این سند علاوه بر روشن کردن نحوه و میزان حرکت در حوزه های کلان احصاء شده، می تواند چارچوبی برای ارائه گزارش نظارتی سالانه درخصوص پیشرفت برنامه ها، که یکی از فواید ضمنی این سند است ، ارائه کند. برقراری ارتباط بین بر نامه و بودجه سالانه از دیگر تمهیدات صورت گرفته در تهیه برنامه راهبردی دانشکده است که این امر با پیشبینی بودجه برنامه های عملیاتی در هر سال محقق می شود.

توجه به فرمایشات مقام معظم رهبری در احکام روسای سابق و فعلی سازمان صداوسیما در حوزه های پیام و محتوا، ساختار، سرمایه انسانی، برون مرزی، فنی و زیر ساخت و حوزه فضای مجازی راهبردها و رهنمودهای کلان ابلاغ شده است. نقش دانشکده دین و رسانه در تحقق یافتن راهبردهای بیان شده غیرقابل انکار است، به طوریکه شناسایی، جذب و تربیت سرمایه انسانی موردنظر سازمان و نیز ارائه آموزش های روزآمد و اثربخش در همه رشته ها و تخصص ها و در همه سطوح از مدیران تا کارشناسان به عنوان مشخص ترین و مهمترین وظایف دانشکده قلمداد میشود. از دیگر اسناد حائز اهمیت در تدوین سند راهبردی دانشکده، سند نقشه جامع علمی کشور است. در تدوین این سند به عنوان نقشه راه در مسیر علم و فناوری، کوشش شده با الهام از اسناد بالادستی دیگر از جمله سند چشم انداز جمهوری اسلامی ایران و برنامه توسعه و نیز بهره گیری از ارزشهای بنیادین و اهداف راهبردی نظام جمهوری اسلامی ایران، چشم انداز علم و فناوری کشور استفاده شود. این سند، جامع، پویا و آینده نگر بوده و توانسته بر اساس ارزش های اسلامی، با نگاه به داخل کشور و

تجربیات بومی موجود، نظریه ها و نمونه های علمی موفق، ساختارها و الزامات تحول راهبردی علم و فناوری را برای دستیابی به اهداف چشم انداز بیست ساله کشور ترسیم کند. در این سند «جمهوری اسلامی ایران با اتکال به قدرت لایزال الهی و با احیای فرهنگ و برپایی تمدن نوین اسلامی - ایرانی برای پیشرفت ملی، گسترش عدالت و الهام بخشی در جهان، کشوری برخوردار از انسان های صالح، فرهیخته، سالم و تربیت یافته در مکتب اسلام و انقلاب و با دانشمندانی در تراز برترین های جهان؛ توانا در تولید و توسعه علم و فناوری و نوآوری و به کارگیری دستاوردهای آن و پیشتاز در مرزهای دانش و فناوری با مرجعیت علمی در جهان خواهد بود.» بر این اساس، نظام آموزش عالی کشور به عنوان بخش تأثیرگذار، نیازمند تقویت مبانی و اصول متناسب با آرمانهای مطرح شده در این سند بوده تا بتواند با ارتقاء عملکرد و بهبود نظام کاری، به محقق شدن افق ترسیم شده یاری رساند. در پاسخ گویی به نیازها و حرکت در جهت رفع چالشها، برنامه ریزی هو شمندانه ای را طلب می کند. تعیین فعالیت های اثربخش برای تحقق اهداف به بهترین شکل ممکن، محصول برنامه ریزی است. ضروری است برنامه ریزی با تحلیل صحیح از ارزش های حاکم و با استفاده از روش های نوین علمی انجام شود. بنابر این برای تحقق اهداف می بایست قبل از اقدام به عمل، بر پایه توانایی های عقلی و ذهنی به برنامه ریزی دقیق پرداخت. به طور کلی، سازمان ها با تغییر و تحولات مختلفی در داخل و به خصوص محیط بیرونی مواجه اند. از این رو بدون داشتن برنامه ای دقیق به هیچ وجه نمی توانند به حیات و توسعه خود تداوم بخشند. در این شرایط دیگر نمیتوان از تصمیمگیری ای مقطعی و مبتنی بر قضاوت های شهودی استفاده کرد. بدین ترتیب در دستیابی به اهداف، سازمانهایی موفق خواهند بود، که بتوانند از علم مدیریت راهبردی نهایت استفاده را ببرند.

تدوین سند راهبردی در سازمان ها، پایه برنامه های عملیاتی است. در مقابل برنامه های عملیاتی جزئی دستیابی به اهداف کلی را بیان میکنند. از این رو، برای کارآمد شدن سازمان ها بایستی برنامه راهبردی تهیه و تنظیم شود تا بتوان ضمن انجام فعالیت هایی همسو، به اهداف متعالی نیز دست یافت.

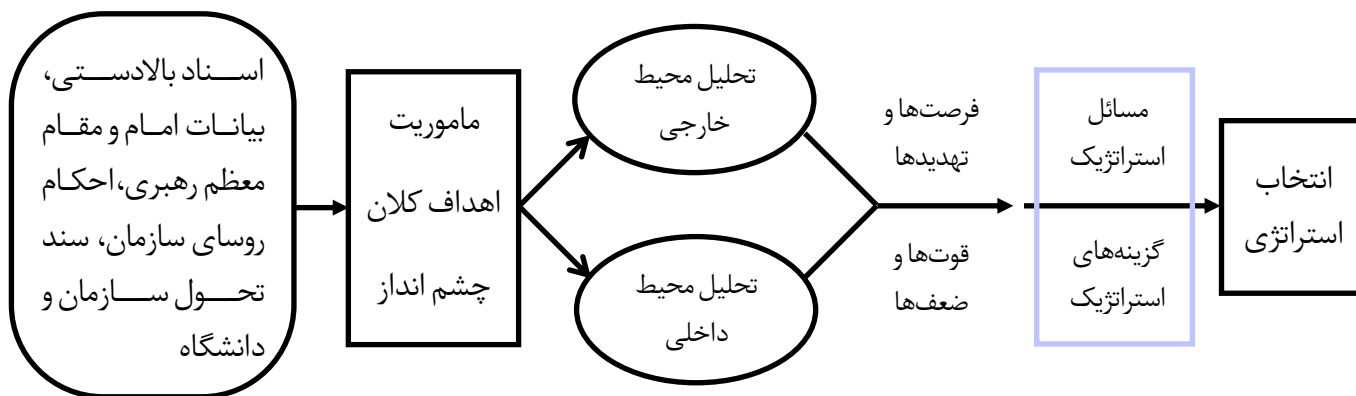
از مهمترین پیامدهای اصلی نگاه سند راهبردی، دستیابی به دیدگاهی مشترک بوده است تا بتوان بر اساس آن، همکاری مستمری را برای رسیدن به اهداف، بین زیرمجموعه های درون سازمان تحقق بخشید. امید که به یاری حق، شاهد اجرایی شدن آن و نیز ترویج تفکر راهبردی و استقرار نظام عملکرد مبتنی بر برنامه باشیم.

- کمال اکبری
- رییس دانشکده دین و رسانه



● ● ● مراحل برنامه ریزی راهبردی دانشکده در قالب دو مرحله انجام شده است. مرحله نخست شامل تشکیل کارگروه برنامه ریزی راهبردی دانشکده، تعیین ذی نفعان دانشکده، تعیین مأموریت، چشم انداز و بیانیه ارزشی است. در مرحله دوم از طریق ماتریس SWOT، به شناخت نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید پرداخته شده است. با توجه به ماهیت سازمان صدا و سیما که ضمن استفاده از بودجه عمومی کشور، خود دارای منابع درآمدی مشخص است در راهبرد دانشکده دین و رسانه مدل زیر بکار گرفته شد که از مراحل سه گانه تدوین، اجرا، و ارزیابی استراتژی، صرفاً تدوین استراتژی مد نظر بوده است.

## مدل برنامه ریزی استراتژیک



## ●●● بیانیه ماموریت و ارزش دانشکده

دانشکده صدا و سیما ی قم به مثابه یک مرکز راهبردی تربیت نیروی انسانی و تولید دانش مورد نیاز سازمان صدا و سیما مأموریت:

تربیت علمی و هنری نیروی انسانی فرهیخته و مورد نیاز سازمان از میان کارشناسان علوم دینی و تولید دانش، فنون و هنرهای رسانه‌ای

بر اساس اهداف کلان زیر بر عهده دارد:

۱. تربیت نیروی انسانی متعهد، متخصص متناسب با نیازهای رسانه طراز جمهوری اسلامی؛
۲. تولید دانش دینی - رسانه‌ای مورد نیاز رسانه ملی و رسانه‌های جهان اسلام؛
۳. ایجاد مرکزی علمی به منظور ارائه دانشکده ای الگو در حوزه دین و رسانه؛
۴. ارائه الگوی سازمانی متعالی و پایبند به اصول الزامات و اخلاق حرفه ای
۵. ارتباط متقابل و سازماندهی شده با حوزه‌های علمیه و رسانه ملی

در ایفای ماموریت فوق اهم " اصول و ارزش‌های حاکم بر دانشکده " عبارتند از :

۱. آرمان‌ها و ارزش‌های اسلام، انقلاب و جمهوری اسلامی؛
۲. علم محوری، پژوهش‌گرایی و نوآوری؛
۳. واقع‌گرایی و نیاز محوری؛



۴. روحیه جهادی معطوف به اسلامی سازی رسانه؛

۵. درك مقتضیات زمان و مکان؛

۶. ارزش‌های میراث فرهنگ و تمدن اسلامی؛

۷. کاربردی کردن معارف دینی در رسانه.

## چشم انداز دانشکده دین و رسانه

۱. مرکز راهبردی برای تربیت نیروی انسانی مورد نیاز شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی
۲. بهره‌مند از مزیت رقابتی پایدار در میان مراکز آموزش عالی حوزه علوم و فنون هنر و رسانه در سطوح داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی
۳. برخوردار از دانش آموختگانی متخصص و متعهد در عرصه مدیریت و علوم و فنون دین و رسانه
۴. دارای مرجعیت علمی در آموزش رسانه، هنر و ارتباطات
۵. بهره‌مند از نظام آموزشی پویا، پژوهش محور و کارآمد
۶. نظریه پرداز و ارائه کننده الگوهای «طراحی»، «استقرار» و «کارآمدی» رسانه تراز اسلام و انقلاب اسلامی
۷. برخوردار از تعامل مؤثر آموزشی و پژوهشی با دیگر مراکز علمی و آموزشی علوم دینی و رسانه‌ای داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی
۸. بهره مند از ظرفیت‌های ارزشمند و غنی حوزه‌های علمیه کشور
۹. حلقه اتصال و تعامل بین حوزه علمیه و رسانه ملی در حوزه آموزش دین و رسانه
۱۰. برخوردار از ترکیبی متوازن از استادان و محققان تراز اول علوم و فنون دین و رسانه در سطح بین‌المللی

## ●●● اهم فرصت‌ها

۱. نگرش مثبت و اهتمام مدیران ارشد سازمان نسبت به مأموریت دانشکده (تحقق رسانه اسلامی)؛
۲. برخورداری از امتیاز انتساب (غیررسمی) دانشکده به حوزه علمیه؛
۳. نیاز سازمان به مباحث مرتبط به حوزه دین و رسانه؛
۴. امکان بهره‌گیری از تجربیات مدیران و اساتید دانشگاه تهران؛
۵. امکان بهره‌مندی از امکانات سازمان و مراکز؛
۶. روند رو به رشد توجه ارکان مدیریت و طلاب حوزه‌های علمیه به جایگاه، اهمیت و ضرورت بهره‌گیری از هنر، رسانه و علوم ارتباطات جهت نشر فرهنگ اسلامی؛
۷. امکان بهره‌گیری از معارف غنی حوزوی؛
۸. نیاز راهبردی حوزه علمیه به ظرفیت‌های شکل‌گرفته در دانشکده؛
۹. نیاز مبرم نظام آموزش عالی به نیروی انسانی و دانش مرتبط با هنر و رسانه اسلامی؛
۱۰. امکان استفاده از دانش و تجربیات سایر مراکز آموزشی و پژوهشی؛
۱۱. توجه و تأکید رهبری و طبقات مراجع بر دانشکده به عنوان مرکزی علمی و اسلامی؛
۱۲. مطالبات رهبری و مسئولان بلند پایه نظام نسبت به تحقق رسانه اسلامی؛
۱۳. نیاز روزافزون مراکز و دستگاه‌های فرهنگی- هنری کشور به نیروی انسانی و دانش مربوط به هنر و رسانه در داخل و خارج از کشور؛
۱۴. وجود زمینه برای همکاری‌های مشترک با نخبگان جهان اسلام و امکان جذب دانشجوی بین الملل؛

## ●●● اهم تهديدھا

۱. فقدان اهتمام برخی مديران ارشد نسبت به مأموريت دانشکده (تحقق رسانه اسلامي)؛
۲. بی‌توجهی سازمان به جایگاه و کارکردهای دانشکده؛
۳. عدم احساس نیاز سازمان به مباحث مرتبط با حوزه دين و رسانه؛
۴. استفاده ابزاري و نگاه شعاري از سوی سازمان؛
۵. عدم تخصیص امکانات و بودجه کافی به دانشکده؛
۶. عدم تناسب فضای روانی حوزه علمیه برای ورود به عرصه مسایل هنر و ارتباطات؛
۷. جذب فضلاي دارای استعداد توسط ساير مراکز؛
۸. روند کاهش تمایل طلاب و فضلا برای ورود به دانشکده؛
۹. سير سکولار توليد دانش و منابع علمي؛
۱۰. عدم آموزش و مهارت فنی پرسنل و کارکنان؛
۱۱. سرعت بالای غرب در دگرگونی دانش و تکنولوژی اطلاع رسانی و انفعال ما؛
۱۲. شیوع و مقبولیت مواد، روش‌ها، الگوها و دانش‌های سکولار غربی؛
۱۳. فقدان دانش، فنون و الگوهای قابل ارائه به مراکز آموزشی خارجی؛
۱۴. محدودیت‌های سازمانی برای ارتباط با ساير دانشگاه‌ها؛
۱۵. تسلط دانش و مهارت رسانه‌ای غربی بر کل جهان از جمله کشور ما.
۱۶. میراث داری علوم ارتباطات مدرن؛

## ●●● اهم نقاط قوت

۱. امکان جمع بین معرفت دینی و دانش رسانه‌ای و توجه به نیازهای تخصصی و محتوایی سازمان صدا و سیما؛
۲. امکان طراحی و اجرای آموزش‌های تخصصی در حوزه علوم و فنون دین و رسانه؛
۳. وجود انگیزه‌های الهی در دانشجویان برای آموزش؛
۴. دسترسی به منابع و متخصصان حوزه علمیه؛
۵. توانمندی دانشجویان برای استنباط از منابع دینی؛
۶. تأمین نسبی آینده شغلی فراگیران؛
۷. وجود امکانات نسبی در عرصه فعالیت‌ها و تولیدات رسانه‌ای؛
۸. هویت حوزوی و طلبگی؛
۹. وجود روحیه تعبد و تعهد دینی در اغلب دانشجویان؛
۱۰. برخورداری دانش‌جویان از دانش دینی؛
۱۱. بهره‌مندی از توان تولید دانشجویی؛
۱۲. وجود تعهد دینی در اغلب کارکنان.



## ●●● اهم نقاط ضعف

۱. فقدان دانش و فنون و الگوهای هنری - ارتباطی اسلامی برای آموزش به فراگیران؛
۲. فقدان هیأت علمی ثابت؛
۳. عدم امکان بهره‌مندی از مدرسان صاحب تجربه و تخصص در علوم و فنون دین و رسانه؛
۴. فقدان امکانات مورد نیاز برای تولید دانش، فنون و الگوهای هنری ارتباطی؛
۵. فقدان پژوهشگران توانا در انجام پژوهش‌های مرتبط با حوزه دین و رسانه؛
۶. کمبود فرصت دانشجویان برای پرداختن به فعالیت‌های پژوهشی به دلیل مشکلات معیشتی؛
۷. کمبود فضای علاقمند به عرصه فعالیت‌های رسانه‌ای ارتباطی؛
۸. نداشتن خوابگاه و تسهیلات خوابگاهی؛
۹. فقدان انگیزه کافی فراگیران برای تحقق اهداف دانشکده؛
۱۰. فقدان سازو کار عینی ارتقاء امور رفتاری و اخلاقی؛
۱۱. نداشتن فضا و ساختمان مناسب برای تولید آموزش و تولید برنامه‌ای؛
۱۲. ضعف تجهیزات و امکانات آموزشی و تولیدی



## ●● راهبردهای دانشکده

۱. جذب و تربیت بخشی از نیروی انسانی مورد نیاز صدا و سیما در زمینه علوم ارتباطات، تولید سیما، ادبیات نمایشی، دین و رسانه و فلسفه رسانه
۲. افزایش رشته های آموزشی جدید براساس نیازهای سازمان
۳. تولید علم و نظریه پردازی در حوزه دین و رسانه و حرکت به سمت پژوهش محوری در آموزش
۴. حرکت به سمت مطالعات آینده پژوهی
۵. محوریت دادن به نیازهای رسانه ملی در حوزه آموزش، پژوهش، تولیدی و کاربردی کردن آن
۶. ارتقاء جایگاه و تثبیت موقعیت دانشکده در میان مراکز علمی و فرهنگی بعنوان برند فکری و علمی در سطح ملی و بین المللی
۷. تقویت برنامه محوری و استقرار و کارآمدسازی روش ها و نظام ها
۸. افزایش توانایی علمی - مهارتی دانشجویان
۹. بازنگری سرفصل ها، دوره ها و متون آموزشی و رشته های مرتبط با هنر و رسانه با رویکرد دینی
۱۰. تأمین فضا و امکانات رفاهی و آموزشی مناسب برای اساتید، دانشجویان



## برنامه راهبردی دانشکده

●●● برنامه راهبردی از یک طرف با مقاصد آرمانی و از طرف دیگر با راهبردها در ارتباط هستند ، به طوریکه به صورت رهنمود هایی مشخص برای تحقق مقاصد آرمانی به شمار رفته و به عنوان نتایج معینی هستند که پس از تعیین و اجرای راهبرد به دست می‌آیند.

برنامه راهبردی رهنمودهایی در مورد نحوهٔ محقق ساختن مقاصد آرمانی ارائه می‌دهند. برنامه راهبردی، مقاصدی هستند که سازمان در جهت دستیابی به آنها حرکت می‌کند. این اهداف به طور مستقیم از مقاصد آرمانی منتج میشوند.

با تعیین حوزه های شش گانه : حوزهٔ سرمایه‌انسانی ( شامل اعضای هیئت علمی، دانشجویان، کارکنان)، حوزهٔ آموزشی، حوزهٔ پژوهش ، حوزهٔ ساختار و مدیریت، حوزه همکاری های علمی، آموزشی و بین الملل در جهان اسلام) ، اهداف زیر به عنوان مهمترین و با اولویت ترین راهبردها (در قالب جدول) مشخص شد.

برنامه راهبردی	حوزه کلان	برنامه عملیاتی
شناسایی و جذب هیأت علمی متخصص و متعهد با رویکرد هیأت علمی کارآفرین، نخبه، انقلابی	۱. سرمایه انسانی ۱-۱. اعضای هیات علمی	ارتقاء سطح علمی و توانمند سازی اعضای هیأت علمی از طریق ایجاد فرصت‌های مطالعاتی، تورهای علمی تکمیل و جذب اعضای هیات علمی به تعداد ۹ نفر برای گروه ارتباطات ۲ نفر، هنرهای رسانه ای ۲ نفر و فلسفه رسانه ۵ نفر با تاکید بر جذب از داخل
اصلاح هرم هیأت علمی		اصلاح هرم هیات علمی از طریق جذب استاد برای رشته های جدید مثل فلسفه رسانه، دین و رسانه، نویسندگی برای رادیو تلویزیونو مطالعات دینی فیلم ...
دانشکده		- برگزاری نشست های فصلی با موضوع مباحث فرهنگی، اجتماعی و ...
شناسایی، جذب و تربیت سرمایه انسانی مؤمن و متعهد، انقلابی، متخصص، کارآمد، دانشور و کارآفرین از طریق تعامل و همکاری با شورای عالی نیروی انسانی سازمان صداوسیما	۲-۱. دانشجو	مطالعه و تاسیس مقطع کارشناسی ارشد پیوسته از طلاب سطح ۱ ایجاد ظرفیت پذیرش دانشجوی رسانه از طلاب خارجی جذب دانشجو متناسب با نیاز سنجی شغلی سالانه در تعامل با منابع انسانی سازمان شناسایی و جذب استعداد های برتر از طریق ایجاد تورهای استعدادیابی سالانه در تعامل با مراکز حوزوی و دانشگاهی اصلاح فرایند جذب و ارزیابی نظام آموزشی، تقویت بعد معرفت دینی، ارزشی و انقلابی دانشجو با تاکید بر ادامه تحصیل هم زمان با دروس حوزوی برگزاری دوره های آموزشی در تعامل مستقیم با مراکز فنی و تولیدی با هدف تقویت مهارت افزایی دانشجویان تقویت و گسترش تشکل ها و کانون های علمی، معرفتی، ورزشی و فرهنگی دانشجویان

## حوزه کلان

## برنامه راهبردی

## برنامه عملیاتی

### ۲. آموزش

طراحی و راه‌اندازی رشته‌های جدید مبتنی بر نیاز رسانه ملی متناسب با تحولات سپهر رسانه‌ای جهان

بازنگری در برنامه‌های آموزشی رشته‌های تحصیلی موجود

توجه به روزآمدسازی و ارتقاء کیفیت روش‌های تدریس و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین آموزشی به‌منظور تدریس اثربخش

نهادینه کردن فرهنگ مهارت‌گرایی، چند مهارت‌ه کردن، پژوهش‌محوری و کارآفرینی در دوره‌های تحصیلی دانشکده

ایجاد رشته‌های جدید: مطالعات دینی فیلم، فیلم نامه نویسی رادیو و تلویزیون با رویکرد سریال، رشته تولید در فضای مجازی ...

ایجاد دانشکده مجازی و پذیرش دانشجو از داخل و خارج

نیاز سنجی تالیف کتب علمی متناسب با رشته‌ها

اجرا و گسترش طرح مهارت افزایی در رشته‌های موجود

تجهیز کارگاه و استودیو و کلاسها و فناوری‌های نوین آموزشی و کمک آموزشی

ایجاد امکانات رفاهی و خوابگاه دانشجویی

مطالعه استقرار رشته‌های علوم انسانی دانشگاه در دانشکده قم مثل ارتباطات، مدیریت رسانه، فلسفه رسانه

مطالعه و راه‌اندازی دوره دکتری در رشته‌های مطالعات رادیو و تلویزیون، شبکه‌های مجازی و... با همکاری دانشگاه معین

### ۳. پژوهش

ارتباط پژوهشی تنگاتنگ با رسانه ملی

مشارکت هدفمند و محصول محور با مراکز آموزشی، پژوهشی و صنعتی

تجاری‌سازی نتایج پژوهش‌ها در راستای ثروت آفرینی

برنامه‌ریزی برای رسیدن به قطب علمی برودکست و برودبند و دستیابی به جایگاه مرجعیت

ایجاد پژوهشکده مطالعات دینی رسانه ای

برگزاری نشست‌های تخصصی و کارگاه‌های آموزشی

اعزام اساتید به همایش‌های تخصصی، داخلی و خارجی

راه‌اندازی و تجهیز کتابخانه و مرکز اطلاع‌رسانی

بستر سازی جهت مطالعات نظری مناسب با تولید

ایجاد سامانه دیجیتال، داده‌ها و اسناد

راه‌اندازی کرسی نظریه پردازان فقه رسانه، اخلاق رسانه و کلام

راه‌اندازی کرسی خارج اخلاق و کلام و رسانه و تبدیل یافته‌ها به متون

تبدیل مجله علمی ترویجی موجود به علمی پژوهشی



حوزه کلان	برنامه راهبردی	برنامه عملیاتی
	علمی بر اساس نقشه جامع علمی کشور	نظریه پردازی در زمینه دین و رسانه تدوین اولویت های پژوهشی سازمان از طریق نیاز سنجی سالانه برای کاربردی کردن پایان نامه ها برنامه ریزی برای ارتقاء کیفیت مهارت افزایشی دانشجویان با ارائه حداقل یک مقاله علمی تخصصی برای رشته های علوم انسانی و یک کار تولیدی برای رشته های فنی هدایت پایان نامه ها بر اساس نیاز سازمان تالیف کتب علمی و متون درسی
۴. ساختار و مدیریت:	بازطراحی ساختار الگوی نیروی انسانی و فرآیندهای دانشکده با رویکرد دانشگاه های نسل سوم ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینان در بین اعضای هیأت علمی، مدیران و کارکنان تجهیز و بروزرسانی فنی، سخت افزار، سیستم ها و سامانه ها گسترش پایدار منابع مالی دانشکده و زمینه سازی برای ایجاد ردیف بودجه مستقل	ایجاد دوره های آزاد و مجازی کوتاه مدت توسعه نظام اداری الکترونیک در راستای اصلاح فرایندها و ارائه مطلوب خدمات از طریق دیجیتال سازی آرشیو و اتوماسیون تجهیز کارگاه، استودیو، کلاس ها و فناوری های نوین آموزشی و کمک آموزشی اصلاح ساختار و الگو متناسب با راهبردهای دانشکده
۵. حوزه همکاری های علمی، آموزشی و بین الملل در جهان اسلام)	همکاری فعال با دانشگاه ها و مراکز آموزشی، پژوهشی و صنعتی داخل و خارج از کشور برندسازی و معرفی توان آموزشی و پژوهشی دانشکده در سطح منطقه و جهان اسلام	ارتقای سطح آگاهی و معرفت دینی، سیاسی و اجتماعی دانشجویان، دانشجویان و اعضای هیات علمی متناسب با رشته تخصصی، علایق و تجارب آنان از طریق تقویت و گسترش حوزه دروس علوم اسلامی ایجاد دوره های کارگاهی حضوری و برگزاری نشست های سالانه و از راه دور



## حوزه کلان

## برنامه راهبردی

## برنامه عملیاتی

همکاری فعال با مراکز حوزوی و دانشگاهی منطقه ای و جهان اسلام، برگزاری جشنواره سالانه مشترک، برگزاری همایش ها و فرصت های مطالعاتی	بسترسازی به منظور تبادل استاد و دانشجو، برگزاری همایش ها، فرصت های مطالعاتی و تولید معرفت علمی مورد نیاز تمدن نوین اسلام
برندسازی دانشکده دین و رسانه و معرفی توان آموزشی و پژوهشی آن در سطح کشور، منطقه و جهان اسلام در حوزه رسانه و مطالعات دینی	همکاری مؤثر با اتحادیه رادیو و تلویزیون های اسلامی، یونسکو
	... و



پیوست برنامه عملیاتی

دانشکده دین و رسانه

(صدا و سیما-قم)

۱۴۰۶-۱۴۰۱

حوزه سرمایه انسانی: هیات علمی									
راهبرد ۱ و ۲: شناسایی و جذب هیأت علمی متخصص و متعهد با رویکرد هیأت علمی کارآفرینی؛ اصلاح هرم هیأت علمی دانشکده									
امکانات و تجهیزات	واحد همکار	۱۴۰۵-۱۴۰۱					واحد سنجش	برنامه عملیاتی	کد برنامه
		۱۴۰۵	۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱			
		۱	۱	۱	۱	۱	فرصت	ارتقاء سطح علمی و توانمند سازی اعضای هیأت علمی از طریق ایجاد فرصت‌های مطالعاتی، تورهای علمی	۱
		۱	۱	۲	۱	۳	تعداد	تکمیل و جذب اعضای هیات علمی به تعداد ۹ نفر برای گروه ارتباطات ۲ نفر، هنرهای رسانه ای ۲ نفر و فلسفه رسانه ۵ نفر با تاکید بر جذب از داخل	۲
		۱	۱	۲	۱	۳	تعداد	اصلاح هرم هیات علمی از طریق جذب استاد برای رشته های جدید مثل فلسفه رسانه، دین و رسانه و ...	۳
		۲	۲	۲	۲	۲	تعداد	برگزاری نشست های فصلی با موضوع مباحث فرهنگی، اجتماعی و...	۴

### حوزه سرمایه انسانی: دانشجو

راهبرد ۳: شناسایی، جذب و تربیت سرمایه انسانی مؤمن و متعهد، انقلابی، متخصص، کارآمد، دانشور و کارآفرین  
از طریق تعامل و همکاری با شورای عالی نیروی انسانی سازمان صداوسیما

کد برنامه	برنامه عملیاتی	واحد سنجش	۱۴۰۵-۱۴۰۱					امکانات و تجهیزات
			۱۴۰۵	۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱	
۱	مطالعه و تاسیس مقطع کارشناسی ارشد پیوسته از طلاب سطح ۱	نیازسنجی		۱	۱	۱	-	
۲	ایجاد ظرفیت پذیرش دانشجوی رسانه از طلاب خارجی	تعداد	۶۰	۶۰	۶۰	۵۰	۱۰	
۳	جذب دانشجو متناسب با نیاز سنجی شغلی سالانه در تعامل با منابع انسانی سازمان	تعداد	۶۰	۶۰	۶۰	۶۰	۶۰	
۴	شناسایی و جذب استعدادهای برتر از طریق ایجاد تورهای استعدادیابی سالانه در تعامل با مراکز حوزوی و دانشگاهی	تعداد	۵	۵	۵	۵	۵	
۵	اصلاح فرایند جذب و ارزیابی نظام آموزشی، تقویت بعد معرفت دینی، ارزشی و انقلابی دانشجو با تاکید بر ادامه تحصیل هم زمان با دروس حوزو	درصد	۲۰	۲۰	۳۰	۲۰	۱۰	
۶	برگزاری دوره های آموزشی در تعامل مستقیم با مراکز فنی و تولیدی با هدف تقویت مهارت افزایی دانشجویان	تعداد	۵	۵	۵	۵	۵	
۷	تقویت و گسترش شکل ها و کانون های علمی، معرفتی، ورزشی و فرهنگی دانشجویان	تشکل	۱	۱	۱	۱	۱	

## حوزه آموزش

راهبرد: ۴-۵-۶-۷ : طراحی و راه‌اندازی رشته‌های جدید مبتنی بر نیاز رسانه ملی متناسب با تحولات سپهر رسانه‌ای جهان؛ بازنگری در برنامه‌های آموزشی رشته‌های تحصیلی موجود؛ توجه به روزآمدسازی و ارتقاء کیفیت روش‌های تدریس و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین آموزشی به‌منظور تدریس اثربخش؛ نهادینه کردن فرهنگ مهارت‌گرایی، چند مهارته کردن، پژوهش‌محوری و کارآفرینی در دوره‌های تحصیلی دانشکده

کد برنامه	برنامه عملیاتی	واحد سنجش	۱۴۰۵-۱۴۰۱					امکانات و تجهیزات
			۱۴۰۵	۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱	
۱	ایجاد رشته‌های جدید: مطالعات دینی فیلم، فیلم نامه نویسی رادیو و تلویزیون با رویکرد سریال و ...	رشته	۱	۱	۱	۱	-	واحد همکار
۲	ایجاد دانشکده مجازی و پذیرش دانشجو از داخل و خارج	درصد	۳۰	۳۰	۲۰	۲۰	-	
۳	تالیف کتب علمی متناسب با رشته‌ها	عنوان	۴	۴	۳	۳	-	
۴	اجرا و گسترش طرح مهارت‌افزایی در رشته‌های موجود	دوره	۴	۴	۴	۳	۳	
۵	تجهیز کارگاه و استودیو و کلاسها و فناوری‌های نوین آموزشی و کمک آموزشی	درصد	۱۰	۱۰	۳۰	۳۰	۲۰	
۶	ایجاد امکانات رفاهی و خوابگاه دانشجویی	درصد	۳۰	۳۰	۲۰	۲۰	-	
۷	مطالعه استقرار رشته‌های علوم انسانی دانشگاه در دانشکده قم مثل فلسفه رسانه و ...	درصد	۴۰	۳۰	۲۰	۱۰	-	
۸	مطالعه و راه‌اندازی دوره دکتری در رشته‌های مطالعات رادیو و تلویزیون، شبکه‌های مجازی و ... با همکاری دانشگاه معین	نیازسنجی		۴۰	۴۰	۲۰	-	
۹	تقویت و گسترش شکل‌ها و کانون‌های علمی، معرفتی، ورزشی و فرهنگی دانشجویان	تعداد	۱	۴۱	۱	۱	۱	



### حوزه پژوهش

راهبرد: ۸-۹-۱۰: مشارکت هدفمند و محصول محور با مراکز آموزشی، پژوهشی و صنعتی؛ تجاری سازی نتایج پژوهش ها در راستای ثروت آفرینی؛ برنامه ریزی برای رسیدن به قطب علمی برودکست و برودبند و دستیابی به جایگاه مرجعیت علمی بر اساس نقشه جامع علمی کشور

کد برنامه	برنامه عملیاتی	واحد سنجش	۱۴۰۱-۱۴۰۵					امکانات و تجهیزات
			۱۴۰۵	۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱	
۱	برگزاری نشست های تخصصی و کارگاههای آموزشی	تعداد	۶	۶	۶	۶	۴	
۲	اعزام اساتید به همایش های تخصصی، داخلی و خارجی	تعداد	۱	۱	۱	۱	-	
۳	راه اندازی و تجهیز کتابخانه و مرکز اطلاع رسانی	درصد	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	
۴	بستر سازی جهت مطالعات نظری مناسب با تولید --- ایجاد سامانه دیجیتال، داده ها و اسناد	تعداد	۱	۱	۱	۱	-	
۵	راه اندازی کرسی نظریه پردازی فقه رسانه، اخلاق رسانه و کلام	تعداد	۱	۱	۱	۱	-	
۶	راه اندازی کرسی خارج اخلاق و کلام و رسانه و تبدیل یافته ها به متون تبدیل مجله علمی ترویجی موجود به علمی پژوهشی	عنوان	۳	۳	۳	۳	۳	
۷	نظریه پردازی در زمینه دین و رسانه تدوین اولویت های پژوهشی سازمان از طریق نیاز سنجی سالانه برای کاربردی کردن پایان نامه ها	دوره	۳	۳	۳	۳	۳	
۸	برنامه ریزی برای ارتقاء کیفیت مهارت افزای دانشجویان با ارائه حداقل یک مقاله علمی تخصصی برای رشته های علوم انسانی و یک کار تولیدی برای رشته های فنی	نیازسنجی	۳	۳	۳	۳	-	
۹	هدایت پایان نامه ها بر اساس نیاز سازمان	عنوان	۳	۳	۳	۳	-	

### حوزه ساختار و مدیریت

راهبرد ۱۱-۱۲-۱۳: بازطراحی ساختار الگوی نیروی انسانی و فرآیندهای دانشکده با رویکرد دانشگاه‌های نسل سوم؛-ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینان در بین اعضاء هیأت علمی، مدیران و کارکنان؛ گسترش پایدار منابع مالی دانشکده و زمینه‌سازی برای ایجاد ردیف بودجه مستقل

امکانات و تجهیزات	واحد همکار	۱۴۰۵-۱۴۰۱					واحد سنجش	برنامه عملیاتی	کد برنامه
		۱۴۰۵	۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱			
		۲۰	۳۰	۳۰	۲۰	-	درصد	ایجاد پژوهشکده مطالعات دینی رسانه ای	۱
		۴۰	۳۰	۲۰	۱۰	-	درصد	توسعه نظام اداری الکترونیک در راستای اصلاح فرایندها و ارائه مطلوب خدمات از طریق دیجیتال سازی آرشیو و اتوماسیون	۲
		۱۰	۲۰	۲۰	۳۰	۲۰	درصد	تجهیز کارگاه، استودیو، کلاس ها و فناوری های نوین آموزشی و کمک آموزشی	۳
		۲۰	۳۰	۲۰	۳۰	-	درصد	اصلاح ساختار و الگو متناسب با راهبردهای دانشکده	۴
		۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	۲۰	درصد	تجهیز و بروزرسانی فنی، سخت افزار، سیستم ها و سامانه ها	۵

### حوزه همکاری های علمی، آموزشی و بین الملل در جهان اسلام

راهبرد: ۱۴-۱۵-۱۶-۱۷: همکاری فعال با دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، پژوهشی و صنعتی داخل و خارج از کشور؛ برندسازی و معرفی توان آموزشی و پژوهشی دانشکده در سطح منطقه و جهان اسلام؛ بسترسازی به منظور تبادل استاد و دانشجو، برگزاری همایش‌ها، فرصت‌های مطالعاتی و تولید معرفت علمی موردنیاز تمدن نوین اسلام؛ همکاری مؤثر با اتحادیه رادیو و تلویزیون‌های اسلامی، یونسکو و

کد برنامه	برنامه عملیاتی	واحد سنجش	۱۴۰۱-۱۴۰۵					امکانات و تجهیزات
			۱۴۰۵	۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱	
۱	ارتقای سطح آگاهی و معرفت دینی، سیاسی و اجتماعی دانشگاهیان، دانشجویان و اعضای هیات علمی متناسب با رشته تخصصی، علایق و تجارب آنان از طریق تقویت و گسترش حوزه دروس علوم اسلامی	دوره	۱	۱	۱	۱	-	واحد همکار
۲	ایجاد دوره های کارگاهی حضوری و برگزاری نشست های سالانه و از راه دور	تعداد	۵	۵	۵	۵	۴	امکانات و تجهیزات
۳	همکاری فعال با مراکز حوزوی و دانشگاهی منطقه ای و جهان اسلام، برگزاری جشنواره سالانه مشترک، برگزاری همایش ها و فرصت های مطالعاتی	همایش	۱	۱	۱	۱	-	واحد همکار
۴	برندسازی دانشکده دین و رسانه و معرفی توان آموزشی و پژوهشی آن در سطح کشور، منطقه و جهان اسلام در حوزه رسانه و مطالعات دینی	درصد	۲۰	۲۰	۳۰	۲۰	۱۰	امکانات و تجهیزات

