

المستوى: ثانية ليسانس

التخصص: اعلام

الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الأول في مقياس: اقتصاديات وسائل الاعلام

أجب عن الأسئلة التالية:

1. تعريف المؤسسة الإعلامية كمؤسسة اقتصادية: 3 نقاط

المؤسسة الإعلامية هي كيان إداري له شخصية معنوية متخصصة أو متنوع، يقوم بنشاط إعلامي، ويعمل طبقاً لأهداف مخطط لها، ينفذها أشخاص متخصصون، يستخدمون وسائل معينة، ويعملون بموجب نظام معلوم. كما تُعرف كمنظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعاً ما تُؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية، المالية، والمادية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زمني أو مكاني.

2. أربع خصائص للمؤسسة الإعلامية الاقتصادية: 4 نقاط

1. الشخصية القانونية المستقلة: تمتلك المؤسسة الإعلامية حقوقاً وصلاحيات من جهة، وواجبات ومسؤوليات من جهة أخرى.
2. القدرة على الإنتاج: قدرة المؤسسة على أداء الوظيفة التي وُجدت من أجلها، وهي إنتاج المحتوى الإعلامي.
3. ضمان الموارد المالية: الحاجة لتوفير التمويل لضمان استمرار عملياتها، سواء عن طريق الاعتمادات الحكومية أو الإيرادات الذاتية أو القروض.
4. التلاؤم مع البيئة المحيطة: يجب أن تكون المؤسسة متلائمة مع البيئة التي وُجدت فيها وتستجيب لها، فإذا كانت ظروف البيئة ملائمة تستطيع أداء مهمتها في أحسن الظروف.

3. ثلاث وظائف من وظائف المؤسسة الإعلامية مع توضيح دورها: 6 نقاط

أ (الوظيفة الإدارية:

تسعى الإدارة العليا للوصول إلى الأهداف المحددة من خلال القيام بمهام التخطيط، التوجيه، الرقابة، والتنسيق بين المستويات المختلفة. تعمل هذه الوظيفة على وضع أهداف معقولة قادرة على تحقيقها عن طريق الوسائل المتاحة. دورها في النجاح: تحقيق التنظيم الأمثل للموارد والعمليات، وضمان تنفيذ الخطط بكفاءة لتحقيق أهداف المؤسسة.

ب (وظيفة الإنتاج:

تُعتبر من أهم الوظائف الاقتصادية حيث تتعلق بخلق المنافع الشكلية للموارد والخامات من خلال تحويلها إلى سلع تشبع حاجات ورغبات المستهلكين. في المجال الإعلامي، تشمل إنتاج الكتب، المجلات، الصحف المطبوعة، والبرامج المرئية والمسموعة. دورها في النجاح: الإنتاج هو النشاط الجوهري للمؤسسة الإعلامية، فبدونه لا يمكن تقديم محتوى يلبي احتياجات الجمهور.

ج (وظيفة التسويق:

تقوم على تسويق السلع والمنتجات وتوزيعها وترويجها بشكل يؤدي إلى توافرها بين يدي المستهلك في الزمان والمكان المناسبين. تتضمن الأنشطة التي تشمل انتقال السلع والخدمات من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها، وتشمل العناصر الأربعة: السلعة، التسعير، التوزيع، والترويج.

دورها في النجاح: تضمن وصول المحتوى الإعلامي للجمهور المستهدف بالطريقة المثلى، وتحقيق الإيرادات اللازمة لاستمرارية المؤسسة.

4. المقصود بصناعة الإعلام ولماذا أصبح صناعة متكاملة: 6 نقاط

المقصود بصناعة الإعلام:

صناعة الإعلام هي واحدة من أقوى البنيات الصناعية في العصر الحديث، ومصدر قوتها يكمن ليس فقط في الأموال الهائلة التي تُستثمر فيها، بل أيضاً في التأثير الخطير الذي تلعبه على مستوى الأفراد والجماعات والحكومات والأنظمة، إضافة للتطورات المتلاحقة والتقنيات المعقدة التي تشهدها اليوم والتي تزيد من فاعليتها.

لماذا أصبح الإعلام صناعة متكاملة في وقتنا الحاضر؟

لعدة أسباب:

1. امتلاك إمكانيات تقنية متطورة: يمتلك الإعلام موارد تقنية حديثة جعلته صناعة متخصصة شأنها شأن أي صناعة أخرى.
2. التأثير الواسع: أصبح للإعلام تأثير على المجتمعات المحلية والدولية من خلال قدرته على التأثير في الرأي العام وتوجيه السلوك.
3. التطور السريع: التطور الملحوظ في مجال الإعلام المرئي والمسموع والمقروء من خلال ازدياد دور النشر المحلية والعربية والدولية.
4. الحاجة لاستثمارات ضخمة: تتطلب المؤسسات الإعلامية رأس مال ضخيم، كادر بشري متخصص، معدات متطورة، وأنظمة استقبال وإرسال، مما يجعلها صناعة متكاملة تحتاج لموارد هائلة.
5. الطابع التجاري والمنافسة: أصبحت وسائل الإعلام تعمل في سوق مشترك وفق مفهوم تدفق المعلومات، مما أضفى عليها الطابع التجاري وضرورة المنافسة لتقديم محتوى متميز.

نقطة للتنظيم الاجابة

بالتوفيق

أستاذ المقياس: علي بن ناصر