

طرح دوره نظری و عملی یا course plan

سال تحصیلی: ۱۴۰۴-۱۴۰۵	نیمسال: دوم
رشته: آموزش بهداشت و ارتقای سلامت	دوره: روزانه
گروه آموزشی: آموزش بهداشت و ارتقای سلامت	نام درس: کاربرد رسانه در ارتقاء سلامت و آموزش بهداشت
نام مسوول درس (واحد): دکتر حسین شهنازی	شماره درس: ۱۴۱۱۶۳۱۰۹
روز و ساعت برگزاری: سه شنبه - ۱۰-۸	محل برگزاری: کلاس گروه
تعداد و نوع واحد: ۱/۵ نظری <input type="checkbox"/> ۰/۵ عملی <input type="checkbox"/>	دروس پیش نیاز: ندارد
تلفن: ۰۳۱۳۷۹۲۳۲۴۳	ساعت و روزهای تماس: سه شنبه ۱۶-۱۴ و چهارشنبه ۱۲-۱۰
آدرس ایمیل: h_shahnazi@yahoo.com	آدرس دفتر: دانشکده بهداشت - طبقه همکف - گروه آموزش بهداشت و ارتقای سلامت - اتاق ۲۲۰
تعداد دانشجو: ۲	نام نماینده دانشجویان و شماره همراه:
<p>هدف کلی درس: در این درس فراگیران با شناخت نقش رسانه در سلامت فرد و جامعه و عوامل مؤثر بر آن، به مهارت های لازم در بکارگیری و ارزشیابی رسانه ها در جهت ارتقاء سلامت فرد و جامعه دست می یابند.</p>	
<p>اهداف اختصاصی:</p> <p>در پایان این درس انتظار می رود فراگیران قادر باشند:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. اهمیت، ضرورت و نقش رسانه ها در سلامت فرد و جامعه را شرح دهند. ۲. با نقش رسانه در جامعه و شکل دهی دانش، نگرش و رفتار فرد و جامعه آشنا شوند. ۳. انواع رسانه های سنتی و مدرن: ساختار و کارکرد رسانه ها در ایران را بشناسند. ۴. استانداردهای تولید رسانه را یاد بگیرند. ۵. با تکنولوژی های مدرن ارتباطی و رسانه های جدید آشنا شوند. ۶. نقش رسانه در ارتقاء سلامت در سطح محلی، ملی و بین المللی را بیان نمایند. ۷. جایگاه سلامت در رسانه ها را شرح دهند. ۸. با اصول پژوهش رسانه و سلامت آشنا شوند. 	
<p>منابع اصلی درس (عنوان کتاب، نام نویسنده، سال و محل انتشار، نام ناشر، شماره فصول یا صفحات مورد نظر در این درس - در صورتی که مطالعه همه کتاب یا همه مجلدات آن به عنوان منبع ضروری نباشد)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Grey, A., Owen, L., Bowling, K., Ryan, H., McVey, D. 'A Breath of fresh Air: Tackling Smoking through the Media, Latest Edition. 2- Hastings, G.B., Haywood, A.J. (1994). 'Social marketing: A critical response.' Health Promotion International, 9, 59-63. 3- French, J. Components of successful media campaigns. Latest Edition. 4- Evaluating mass media approaches to health promotion: a review of methods, Latest Edition. 5- Mary E. Carney. Using media literacy education for health promotion: A qualitative meta-analysis of effective program components. Latest Edition. 6- Stephen M. Alessi & Stanley R. Trollip, Multimedia for learning; Methods and development, Latest Edition. 	

نحوه ارزشیابی دانشجو و بارم مربوط به هر ارزشیابی

بارم: ۵
بارم: ۱۵

الف) ارائه کلاسی

ب) آزمون پایان دوره (نظری)

وظایف دانشجو:

- حضور فعال در کلاس و شرکت در بحثهای کلاسی
- رعایت نظم و انضباط عمومی
- انجام تکالیف کلاسی شامل تحقیق و ارائه مباحث مورد نظر استاد درس

سیاست مسوول دوره در مورد برخورد با غیبت و تاخیر دانشجو یا هرگونه نقض قوانین در کلاس درس:

به ازای هر غیبت (در صورت مجاز نبودن) به میزان ۰/۲۵ از نمره نهایی دانشجو کسر می گردد.
تأخیر در ورود به کلاس (پس از حضور استاد) به هیچ عنوان قابل پذیرش نیست و در صورت وقوع اجازه ورود به کلاس داده نخواهد شد.

تاریخ امتحان میان ترم: به جای امتحان میان ترم تکالیف پژوهشی و آموزشی در طول دوره ارائه می گردد که میانگین نمرات آنها بخشی از نمره نهایی این درس خواهد بود.
تاریخ امتحان پایان ترم: -

سایر تذکرات مهم برای دانشجویان:

برنامه زمان بندی تدریس و ارائه مطالب

عنوان مطالب	ارائه دهنده	شیوه ارائه	جلسه ۵
نگارش پیام	دکتر شهنازی	مجازی (بارگذاری فایل)	۱
انواع یادگیری فعال و اصول استفاده مؤثر از رسانه	دکتر شهنازی	مجازی (بارگذاری فایل)	۲
تصاویر و نحوه استفاده از آنها	دکتر شهنازی	مجازی (بارگذاری فایل)	۳
راهنماهای آموزشی	دکتر شهنازی	مجازی (بارگذاری فایل)	۴
اصول طراحی پیام در حوزه سلامت	دکتر شهنازی	حضوری	۵
معرفی آزمونهای سنجش مهارتهای سواد بیماران	دکتر شهنازی	حضوری	۶
فرآیند تولید رسانه (انتخاب رسانه- طراحی- پیش آزمون و اثر بخشی): پمفلت و بروشور- ارائه نمونه و چک لیست ارزشیابی	دانشجو/ مدرس	حضوری	۷
فرآیند تولید رسانه (انتخاب رسانه- طراحی- پیش آزمون و اثر بخشی): کتاب و کتابچه- ارائه نمونه و چک لیست ارزشیابی	دانشجو/ مدرس	حضوری	۸
فرآیند تولید رسانه (انتخاب رسانه- طراحی- پیش آزمون و اثر بخشی): مجله و بولتن- ارائه نمونه و چک لیست ارزشیابی	دانشجو/ مدرس	حضوری	۹
فرآیند تولید رسانه (انتخاب رسانه- طراحی- پیش آزمون و اثر بخشی): پوستر- ارائه نمونه و چک لیست ارزشیابی	دانشجو/ مدرس	حضوری	۱۰
فرآیند تولید رسانه (انتخاب رسانه- طراحی- پیش آزمون و اثر بخشی): Multi-media و پایگاه اطلاع رسانی اینترنتی- ارائه نمونه و چک لیست ارزشیابی	دانشجو/ مدرس	حضوری	۱۱
فرآیند تولید رسانه (انتخاب رسانه- طراحی- پیش آزمون و اثر بخشی): برنامه تلویزیونی- تیزر رادیویی- ارائه نمونه و چک لیست ارزشیابی	دانشجو/ مدرس	حضوری	۱۲
فرآیند تولید رسانه (انتخاب رسانه- طراحی- پیش آزمون و اثر بخشی): فیلم آموزشی- همایش- ارائه نمونه و چک لیست ارزشیابی	دانشجو/ مدرس	حضوری	۱۳
فرآیند تولید رسانه (انتخاب رسانه- طراحی- پیش آزمون و اثر بخشی): کلاس آموزشی- نمایشگاه- ارائه نمونه و چک لیست ارزشیابی	دانشجو/ مدرس	حضوری	۱۴
فرآیند تولید رسانه (انتخاب رسانه- طراحی- پیش آزمون و اثر بخشی): کارگاه آموزشی- ارائه نمونه و چک لیست ارزشیابی	دانشجو/ مدرس	حضوری	۱۵
جمع بندی	دانشجو/ مدرس	حضوری	۱۶