اهداف و آینده شغلی و بازار کار رشته مدیریت رسانه

اهداف و آینده شغلی و بازار کار رشته مدیریت رسانه

به گزارش مدیرسنتر، برای دانشجویان دانشکده صدا وسیمامشخص است که در سازمان مربوط، مشغول کار می‌شوند و دانشجویان مقطع ارشد، دانشگاه‌های تهران و علامه و پیام نور می‌تواند به‌عنوان کارشناس رسانه، مسئول روابط عمومی، پژوهشگر و محقق و... در سازمان‌های مختلف کشور جذب کار شوند وبا توجه به محدودیت پذیرش در مقطع ارشد معمولاً میزان بی کاری در این رشته، پایین است.

سه رویکرد متفاوت در سه دانشکده در مقطع ارشد

: مدیریت رسانه دراین دانشکده**1. دانشکده صدا وسیما**
به‌صورت مدیریت در رسانه است؛ یعنی سازمانی رسانه‌ای موجود است
و فرد با نگاه مدیریت و آشنا با علوم ارتباطات شغلی را برای خود بر می‌گزیند؛ و
دانشجویان این دانشگاه به‌طور رایج در 4 حوزه پژوهشگری، ناظر و بازبین پخش، سردبیرخبروتحلیل
گر سیاسی و رسانه‌ای وارد سازمان می‌شوند. پذیرش در این دانشگاه تنها منوط به رتبه
کنکور نبوده و مراحل مختلف (چون مصاحبه عمومی، تخصصی، عقیدتی، معاینات پزشکی و...)
را شامل می‌شود؛ و پس از تحصیل تعهد خدمت به میزان دو برابر تحصیل وجود دارد و پس
از آن در صورت احراز شرایط به‌طور رسمی، کارمند سازمان صدا وسیما می‌گردد.

مدیریت رسانه دراین دانشگاه توسط اساتید کارکشته ارتباطاتی، مدیریت می‌گردد وبیشتر**2. دانشکده علوم ارتباطات علامه:**
3. دانشکده مدیریت دانشگاه مدیریت بر رسانه‌ای و با فضای ارتباطاتی است. وپس از تحصیل هیچ تعهدی برای کار وجود ندارد.
مدیریت رسانه در این دانشگاه نیز با دیدگاه مدیریتی عجین است و با نگاه مدیریت بر رسانه سازگاری دارد. در حال حاضر در میان**تهران:**
دانشگاه‌های دولتی، تنها این دانشگاه دکترای مدیریت رسانه را دارد. وپس از تحصیل هیچ تعهدی برای کار وجود ندارد.

گردآوری: مدیرسنتر