

Semester III

संचारशास्त्र में सैद्धांतिक अनुसंधान (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
संचारशास्त्र में सैद्धांतिक अनुसंधान	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. संचार अनुसंधान की मूलभूत अवधारणाओं और सिद्धांतों को समझना।
2. संचार सिद्धांतों और मॉडलों के मूल्यांकन में आलोचनात्मक सोच और विश्लेषणात्मक कौशल विकसित करना।
3. वास्तविक दुनिया की संचार समस्याओं और मुद्दों पर सैद्धांतिक ढाँचे लागू करना।
4. सैद्धांतिक दृष्टिकोणों का उपयोग करके संचार में मौलिक शोध की रूपरेखा तैयार करना और उसका संचालन करना।

पाठ्यक्रम के परिणाम:

1. छात्र प्रमुख संचार सिद्धांतों और मॉडलों की समझ प्रदर्शित करेंगे।
2. छात्र संचार मुद्दों पर सैद्धांतिक ढाँचों का आलोचनात्मक मूल्यांकन और अनुप्रयोग करने में सक्षम होंगे।
3. छात्र सैद्धांतिक दृष्टिकोणों का उपयोग करके मौलिक शोध की रूपरेखा तैयार करेंगे और उसका संचालन करेंगे।
4. छात्र जटिल सैद्धांतिक अवधारणाओं को प्रभावी ढंग से संप्रेषित करने की क्षमता प्रदर्शित करेंगे।

यूनिट 1: संचार अनुसंधान का परिचय

- संचार अनुसंधान का अवलोकन

- संचार अनुसंधान के प्रकार (मूलभूत, अनुप्रयुक्त और क्रियात्मक अनुसंधान)
- संचार अनुसंधान में सैद्धांतिक दृष्टिकोण (प्रत्यक्षवाद, व्याख्यावाद, आलोचनात्मक सिद्धांत)
- अनुसंधान प्रतिमान और पद्धतियाँ

यूनिट 2: संचार के सिद्धांत

- अनुनय और प्रभाव के सिद्धांत
- मीडिया प्रभाव के सिद्धांत
- पारस्परिक संचार के सिद्धांत
- संगठनात्मक संचार के सिद्धांत

यूनिट 3: संचार में अनुसंधान विधियाँ

- मात्रात्मक अनुसंधान विधियाँ (सर्वेक्षण, प्रयोग)
- गुणात्मक अनुसंधान विधियाँ (नृवंशविज्ञान, केस स्टडी, साक्षात्कार)
- विषयवस्तु विश्लेषण और प्रवचन विश्लेषण
- मिश्रित विधि अनुसंधान

यूनिट 4: संचार अनुसंधान में उन्नत विषय

- संचार अनुसंधान में आलोचनात्मक दृष्टिकोण (नारीवादी, उत्तर-औपनिवेशिक, समलैंगिक सिद्धांत)
- वैश्वीकरण और संचार
- नया मीडिया और डिजिटल संचार
- संचार अनुसंधान में उभरते रुझान और मुद्दे

असाइनमेंट

1. सिद्धांत समीक्षा पत्र : किसी प्रमुख संचार सिद्धांत या मॉडल की आलोचनात्मक समीक्षा लिखें, उसकी खूबियों और सीमाओं का मूल्यांकन करें।
2. शोध प्रस्ताव : किसी संचार मुद्दे या समस्या पर सैद्धांतिक ढाँचे को लागू करते हुए एक शोध प्रस्ताव तैयार करें।
3. शोध प्रस्तुति : कार्यप्रणाली, परिणामों और निष्कर्षों सहित सैद्धांतिक दृष्टिकोण का उपयोग करते हुए मूल शोध प्रस्तुत करें।

4. साहित्य समीक्षा : संचार अनुसंधान में किसी चयनित विषय पर एक व्यापक साहित्य समीक्षा करें, जिसमें प्रमुख विषयों, बहसों और मौजूदा शोध में कमियों की पहचान करें।

संदर्भ ग्रंथ :

- Berger, C. R. (2014). Interpersonal communication: Emerging perspectives.
- Griffin, E. (2012). A first look at communication theory.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). Theories of human communication.
- McCommunication Research, 38(1), 3-20.

लोकमन-लोक विमर्श एवं पत्रकारिता (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
लोकमन-लोक विमर्श एवं पत्रकारिता	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. लोकतांत्रिक विमर्श और निर्णय लेने की प्रक्रिया को आकार देने में जनमत की भूमिका को समझना।
2. जनमत, मीडिया और पत्रकारिता के बीच संबंधों का विश्लेषण करना।
3. जनमत और मीडिया प्रतिनिधित्व के मूल्यांकन में आलोचनात्मक सोच और विश्लेषणात्मक कौशल विकसित करना।
4. जनमत और पत्रकारिता में वास्तविक दुनिया के मुद्दों पर सैद्धांतिक ढाँचे लागू करना।

पाठ्यक्रम के परिणाम:

1. छात्र जनमत और सार्वजनिक चर्चा की अवधारणाओं और सिद्धांतों की समझ प्रदर्शित करेंगे।
2. छात्र जनमत को आकार देने में मीडिया और पत्रकारिता की भूमिका का आलोचनात्मक मूल्यांकन करने में सक्षम होंगे।
3. छात्र लोकतांत्रिक संस्थाओं और प्रक्रियाओं पर जनमत के प्रभाव का विश्लेषण करेंगे।
4. छात्र जनमत और पत्रकारिता में वास्तविक दुनिया के मुद्दों पर सैद्धांतिक ढाँचे लागू करेंगे।

यूनिट 1: जनमत और सार्वजनिक चर्चा का परिचय

- जनमत की अवधारणाएँ और सिद्धांत (परिभाषाएँ, निर्माण और मापन)
- सार्वजनिक क्षेत्र और सार्वजनिक चर्चा (हैबरमास, अरेंट, और अन्य)
- जनमत और सार्वजनिक चर्चा को आकार देने में मीडिया की भूमिका
- जनमत और सार्वजनिक चर्चा के लिए चुनौतियाँ (ध्रुवीकरण, दुष्प्रचार और असमानता)

यूनिट 2: जनमत निर्माण में मीडिया और पत्रकारिता

- मीडिया प्रभावों के सिद्धांत (एजेंडा निर्धारण, रूपरेखा और प्राइमिंग)
- मीडिया प्रतिनिधित्व और पूर्वाग्रह (रूढ़िवादिता, विचारधारा और प्रचार)
- पत्रकारिता और लोकतंत्र (निगरानीकर्ता की भूमिका, निष्पक्षता और जवाबदेही)
- नया मीडिया और जनमत (सोशल मीडिया, ऑनलाइन पत्रकारिता और नागरिक पत्रकारिता)

यूनिट 3: जनमत और लोकतांत्रिक संस्थाएँ

- जनमत और नीति-निर्माण (प्रभाव, प्रतिक्रिया और प्रतिनिधित्व)
- जनमत और चुनाव (मतदान व्यवहार, अभियान रणनीतियाँ और चुनावी परिणाम)
- जनमत और सामाजिक आंदोलन (सक्रियता, विरोध और सामाजिक परिवर्तन)
- लोकतांत्रिक संस्थाओं के लिए चुनौतियाँ (लोकलुभावनवाद, अधिनायकवाद और दुष्प्रचार)

यूनिट 4: जनमत और पत्रकारिता में समकालीन मुद्दे

- फर्जी खबरें और दुष्प्रचार (कारण, परिणाम और समाधान)
- मीडिया साक्षरता और आलोचनात्मक सोच (स्रोतों का मूल्यांकन, पूर्वाग्रह की पहचान और सूचना का विश्लेषण)
- विविधता और प्रतिनिधित्व मीडिया (रूढ़िवादिता, कम प्रतिनिधित्व और हाशिए पर डालना)
- जनमत और पत्रकारिता में उभरते रुझान और मुद्दे (डेटा पत्रकारिता, समाधान पत्रकारिता और मीडिया नवाचार)

असाइनमेंट :

1. जनमत विश्लेषण : किसी जनमत सर्वेक्षण या सर्वेक्षण का विश्लेषण करें, कार्यप्रणाली, परिणामों और निहितार्थों का मूल्यांकन करें।
2. मीडिया प्रतिनिधित्व अध्ययन: किसी सामाजिक मुद्दे या समूह के मीडिया प्रतिनिधित्व का विषयवस्तु विश्लेषण करें, रूढ़िवादिता, पूर्वाग्रह और प्रतिनिधित्व का मूल्यांकन करें।

3. पत्रकारिता अन्वेषण : सैद्धांतिक ढाँचों और आलोचनात्मक चिंतन कौशलों का उपयोग करते हुए, किसी सार्वजनिक मुद्दे या समस्या पर शोध करें और एक पत्रकारिता अन्वेषण लिखें।

4. नीति संक्षिप्त : जनमत और पत्रकारिता के किसी समसामयिक मुद्दे पर एक नीति संक्षिप्त लिखें, समाधान सुझाने के लिए सैद्धांतिक ढाँचों और आलोचनात्मक चिंतन कौशलों का उपयोग करें।

संदर्भ ग्रंथ :

- Berkowitz, D. (2011). Cultural meanings of news: A text-reader.
- Entman, R. M. (2010). Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy.
- Habermas, J. (1989). The structural transformation of the public sphere.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). News that matters: Television and American public opinion.
- McMedia Journal. (n.d.). McMedia Journal, 14(1), 1-20.

टेलीविजन पत्रकारिता (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
टेलीविजन पत्रकारिता	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. टेलीविजन पत्रकारिता के मूल सिद्धांतों और जनमत निर्माण में इसकी भूमिका को समझना।
2. लेखन, रिपोर्टिंग और प्रस्तुति सहित टेलीविजन समाचार निर्माण में व्यावहारिक कौशल विकसित करना।
3. समाज और लोकतंत्र पर टेलीविजन पत्रकारिता के प्रभाव का विश्लेषण करना।
4. टेलीविजन पत्रकारिता में वास्तविक दुनिया के मुद्दों पर सैद्धांतिक ढाँचे को लागू करना।

पाठ्यक्रम के परिणाम:

1. छात्र टेलीविजन पत्रकारिता के सिद्धांतों और प्रथाओं की समझ प्रदर्शित करेंगे।
2. छात्र उच्च-गुणवत्ता वाली टेलीविजन समाचार सामग्री तैयार करने में सक्षम होंगे, जिसमें स्क्रिप्ट, रिपोर्ट और प्रस्तुतियाँ शामिल हैं।
3. छात्र समाज और लोकतंत्र पर टेलीविजन पत्रकारिता के प्रभाव का विश्लेषण करेंगे।
4. छात्र टेलीविजन पत्रकारिता में वास्तविक दुनिया के मुद्दों पर सैद्धांतिक ढाँचे को लागू करेंगे।

यूनिट 1: टेलीविजन पत्रकारिता का परिचय

- टेलीविजन पत्रकारिता का इतिहास और विकास
- टेलीविजन पत्रकारिता के सिद्धांत और नैतिकता
- टेलीविजन पत्रकारों की भूमिकाएँ और ज़िम्मेदारियाँ
- टेलीविजन समाचार प्रारूपों (हार्ड न्यूज़, फ़ीचर स्टोरीज़, वृत्तचित्र) को समझना

यूनिट 2: टेलीविजन समाचार निर्माण

- टेलीविजन समाचार लेखन (शैली, संरचना और लहजा)
- टेलीविजन समाचार रिपोर्टिंग (शोध, साक्षात्कार और पटकथा लेखन)
- टेलीविजन समाचार प्रस्तुति (प्रस्तुति, शारीरिक भाषा और स्वर संयोजन)
- कैमरा तकनीक और दृश्य कथावाचन

यूनिट 3: टेलीविजन समाचार विश्लेषण

- टेलीविजन समाचार दर्शकों और रेटिंग को समझना
- टेलीविजन समाचार सामग्री का विश्लेषण (एजेंडा-निर्धारण, रूपरेखा और पूर्वाग्रह)
- समाज और लोकतंत्र पर टेलीविजन पत्रकारिता का प्रभाव
- टेलीविजन समाचार कार्यक्रमों और पत्रकारों की समीक्षा

यूनिट 4: टेलीविजन पत्रकारिता में उन्नत विषय

- खोजी रिपोर्टिंग और वृत्तचित्र निर्माण
- लाइव रिपोर्टिंग और प्रसारण
- सोशल मीडिया और टेलीविजन पत्रकारिता
- टेलीविजन पत्रकारिता में उभरते रुझान और मुद्दे (स्ट्रीमिंग, पॉडकास्टिंग और वर्चुअल रियलिटी, ऑगमेंटेड रियलिटी)

असाइनमेंट:

1. समाचार रिपोर्ट पैकेज : स्क्रिप्ट, वीडियो और प्रस्तुति सहित एक टेलीविजन समाचार रिपोर्ट पैकेज तैयार करें।

2. टेलीविजन समाचार स्क्रिप्ट: एक मुख्य कहानी सहित एक टेलीविजन समाचार स्क्रिप्ट लिखें और उसे कक्षा में प्रस्तुत करें।
3. टेलीविजन समाचार विश्लेषण : एक टेलीविजन समाचार कार्यक्रम का विश्लेषण करें, सामग्री, प्रस्तुति और प्रभाव का मूल्यांकन करें।
4. वृत्तचित्र निर्माण : टेलीविजन पत्रकारिता कौशल और तकनीकों का उपयोग करते हुए एक लघु वृत्तचित्र तैयार करें।

संदर्भ ग्रंथ :

- Boyd, A. (2001). Broadcast journalism: Techniques of radio and TV news.
- Chantler, P. (2006). Television journalism: A guide to production.
- Harris, G. (2006). Getting into television journalism.
- Shook, F. (2005). Television field production and reporting.

समाचारपत्र व पत्रिकाओं की पत्रकारिता (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
समाचार पत्र व पत्रिकाओं की पत्रकारिता	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. समाचार एकत्रीकरण, लेखन, संपादन और उत्पादन सहित समाचार पत्र और पत्रिका पत्रकारिता के मूल सिद्धांतों को समझना।
2. प्रिंट मीडिया के लिए समाचार और फीचर लेखन, संपादन और डिज़ाइन में व्यावहारिक कौशल विकसित करना।
3. समाज और लोकतंत्र पर समाचार पत्र और पत्रिका पत्रकारिता के प्रभाव का विश्लेषण करना।
4. समाचार पत्र और पत्रिका पत्रकारिता में वास्तविक दुनिया के मुद्दों पर सैद्धांतिक ढाँचे को लागू करना।

पाठ्यक्रम के परिणाम:

1. छात्र समाचार पत्र और पत्रिका पत्रकारिता के सिद्धांतों और प्रथाओं की समझ प्रदर्शित करेंगे।
2. छात्र प्रिंट मीडिया के लिए समाचार और फीचर लिखने, संपादित करने और डिज़ाइन करने में सक्षम होंगे।
3. छात्र समाज और लोकतंत्र पर समाचार पत्र और पत्रिका पत्रकारिता के प्रभाव का विश्लेषण करेंगे।

4. छात्र समाचार पत्र और पत्रिका पत्रकारिता में वास्तविक दुनिया के मुद्दों पर सैद्धांतिक ढाँचे को लागू करेंगे।

यूनिट 1: समाचार पत्र एवं पत्रिका पत्रकारिता का परिचय

- समाचार पत्र एवं पत्रिका पत्रकारिता का इतिहास और विकास
- समाचार पत्र एवं पत्रिका पत्रकारिता के सिद्धांत एवं नैतिकता
- समाचार पत्र एवं पत्रिका पत्रकारों की भूमिकाएँ एवं ज़िम्मेदारियाँ
- समाचार पत्र एवं पत्रिका के प्रारूपों (समाचार, फ़ीचर, संपादकीय और स्तंभ) को समझना

यूनिट 2: समाचार पत्र और पत्रिका के लिए लेखन

- समाचार लेखन शैली और संरचना
- फ़ीचर लेखन और कहानी कहने की तकनीकें
- शीर्षक लेखन और संपादन
- विभिन्न पाठकों और प्रारूपों (समाचार, खेल, मनोरंजन और जीवनशैली) के लिए लेखन

यूनिट 3: समाचार पत्र और पत्रिका का संपादन और डिज़ाइन

- संपादन सिद्धांत और अभ्यास (सटीकता, स्पष्टता और निष्पक्षता)
- कॉपी संपादन और प्रूफ़रीडिंग
- पृष्ठ डिज़ाइन और लेआउट (प्रिंट और डिजिटल)
- दृश्य कहानी कहने और ग्राफ़िक्स (फ़ोटोग्राफी, चित्रण और इन्फोग्राफ़िक्स)

यूनिट 4: समाचार पत्र और पत्रिका पत्रकारिता में उन्नत विषय

- खोजी रिपोर्टिंग और गहन फ़ीचर
- प्रोफ़ाइल और साक्षात्कार
- समीक्षाएं और आलोचना (पुस्तकें, फ़िल्में और संगीत)
- समाचार पत्र और पत्रिका पत्रकारिता में उभरते रुझान और मुद्दे (डिजिटल मीडिया, सोशल मीडिया और मोबाइल पत्रकारिता)

असाइनमेंट :

1. समाचार कहानी: किसी समाचार पत्र या पत्रिका के लिए एक समाचार कहानी लिखें और संपादित करें, जिसमें शीर्षक, मुख्य भाग और मुख्य भाग शामिल हों।
2. फीचर स्टोरी: किसी समाचार पत्र या पत्रिका के लिए एक फीचर स्टोरी लिखें और संपादित करें, जिसमें शीर्षक, मुख्य भाग और मुख्य भाग शामिल हो।
3. पृष्ठ डिज़ाइन और लेआउट: किसी समाचार पत्र या पत्रिका के लिए एक पृष्ठ डिज़ाइन और लेआउट करें, जिसमें टेक्स्ट, चित्र और ग्राफ़िक्स शामिल हों।
4. प्रोफ़ाइल या साक्षात्कार: किसी समाचार पत्र या पत्रिका के लिए एक प्रोफ़ाइल या साक्षात्कार लिखें और संपादित करें, जिसमें शीर्षक, मुख्य भाग और मुख्य भाग शामिल हो।

संदर्भ ग्रंथ :

- Brooks, B. S., & Pinson, J. (2009). Working with words: A concise handbook for media writers and editors.
- Clark, R. P. (2006). The elements of style: A guide to writing and editing.
- Fedler, F. (2007). Media ethics: Issues and cases.
- Hachten, W. A. (2005). The troubles of journalism: A critical look at what's right and wrong with the press.

मानव संचार एवं लोक संचार (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
मानव संचार एवं लोक संचार	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. मौखिक और अशाब्दिक संचार, पारस्परिक संचार और समूह संचार सहित मानव संचार के सिद्धांतों और प्रक्रियाओं को समझना।
2. जनमत निर्माण, व्यवहार को प्रभावित करने और सामाजिक परिवर्तन को बढ़ावा देने में जन संचार की भूमिका का विश्लेषण करना।
3. सार्वजनिक भाषण, प्रस्तुति और संचार रणनीति में व्यावहारिक कौशल विकसित करना।
4. मानव संचार और जन संचार में वास्तविक दुनिया के मुद्दों पर सैद्धांतिक ढाँचे को लागू करना।

पाठ्यक्रम के परिणाम:

1. छात्र मानव संचार के सिद्धांतों और प्रक्रियाओं की समझ प्रदर्शित करेंगे।
2. छात्र जनमत निर्माण और व्यवहार को प्रभावित करने में जन संचार की भूमिका का विश्लेषण करने में सक्षम होंगे।
3. छात्र सार्वजनिक भाषण, प्रस्तुति और संचार रणनीति में व्यावहारिक कौशल विकसित करेंगे।

4. छात्र मानव संचार और जन संचार में वास्तविक दुनिया के मुद्दों पर सैद्धांतिक ढाँचे को लागू करेंगे।

यूनिट 1: मानव संचार का परिचय

- मानव संचार की परिभाषा
- मानव संचार के मॉडल और सिद्धांत (रैखिक, अंतःक्रियात्मक और लेन-देन संबंधी)
- मौखिक और अशाब्दिक संचार
- पारस्परिक संचार (आत्म-प्रकटीकरण, सहानुभूति और संघर्ष प्रबंधन)

यूनिट 2: समूह संचार और सार्वजनिक भाषण

- समूह संचार (समूह गतिशीलता, नेतृत्व और निर्णय-निर्माण)
- सार्वजनिक भाषण (तैयारी, प्रस्तुति और श्रोता विश्लेषण)
- अनुनय और प्रभाव (सिद्धांत और रणनीतियाँ)
- विविध श्रोताओं (सांस्कृतिक, सामाजिक और व्यावसायिक) के समक्ष प्रस्तुति

यूनिट 3: जन संचार और जनमत

- जन संचार और जनमत की परिभाषा
- जनमत निर्माण के सिद्धांत (एजेंडा निर्धारण, रूपरेखा और तैयारी)
- मीडिया और जन संचार (मास मीडिया, सोशल मीडिया और डिजिटल मीडिया)
- जन संचार रणनीतियाँ (संदेश, लक्ष्यीकरण और मूल्यांकन)

यूनिट 4: मानव संचार और जन संचार में उन्नत विषय

- संकट संचार और जोखिम प्रबंधन
- सामाजिक विपणन और स्वास्थ्य संचार

- पर्यावरणीय संचार और स्थिरता

- मानव संचार और जन संचार में उभरते रुझान और मुद्दे (सोशल मीडिया, कृत्रिम बुद्धिमत्ता और आभासी वास्तविकता)

असाइनमेंट:

1. पारस्परिक संचार विश्लेषण : सैद्धांतिक ढाँचों और अवधारणाओं को लागू करते हुए, एक व्यक्तिगत संचार अनुभव का विश्लेषण करें।
2. सार्वजनिक भाषण प्रस्तुति : प्रस्तुति कौशल और रणनीतियों को लागू करते हुए, एक प्रेरक सार्वजनिक भाषण दें।
3. सार्वजनिक संचार अभियान : सैद्धांतिक ढाँचों और रणनीतियों को लागू करते हुए, एक सार्वजनिक संचार अभियान विकसित करें।
4. केस स्टडी विश्लेषण : सैद्धांतिक ढाँचों और अवधारणाओं को लागू करते हुए, मानव संचार और सार्वजनिक संचार में एक वास्तविक दुनिया के केस स्टडी का विश्लेषण करें।

संदर्भ ग्रंथ :

- Beebe, S. A., & Beebe, S. J. (2012). Public speaking: An audience-centered approach.
- DeVito, J. A. (2013). Human communication: The basic course.
- Griffin, E. (2012). A first look at communication theory.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). Theories of human communication.

संचार अभियान: योजना व क्रियान्वयन (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
संचार अभियान: योजना व क्रियान्वयन	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. संचार अभियान नियोजन और कार्यान्वयन के सिद्धांतों और प्रक्रियाओं को समझना।
2. संचार अभियानों की रूपरेखा तैयार करने, उन्हें क्रियान्वित करने और उनका मूल्यांकन करने में व्यावहारिक कौशल विकसित करना।
3. जनमत निर्माण, व्यवहार को प्रभावित करने और सामाजिक परिवर्तन को बढ़ावा देने में संचार अभियानों की भूमिका का विश्लेषण करना।
4. वास्तविक दुनिया के संचार अभियान चुनौतियों पर सैद्धांतिक ढाँचे लागू करना।

पाठ्यक्रम परिणाम:

1. छात्र संचार अभियान नियोजन और कार्यान्वयन के सिद्धांतों और प्रक्रियाओं की समझ प्रदर्शित करेंगे।

2. छात्र संचार अभियानों की रूपरेखा तैयार करने, उन्हें क्रियान्वित करने और उनका मूल्यांकन करने में सक्षम होंगे।
3. छात्र जनमत निर्माण, व्यवहार को प्रभावित करने और सामाजिक परिवर्तन को बढ़ावा देने में संचार अभियानों की भूमिका का विश्लेषण करेंगे।
4. छात्र वास्तविक दुनिया के संचार अभियान चुनौतियों पर सैद्धांतिक ढाँचे लागू करेंगे।

यूनिट 1: संचार अभियानों का परिचय

- संचार अभियानों की परिभाषा
- संचार अभियानों के प्रकार (सार्वजनिक स्वास्थ्य, सामाजिक विपणन, वकालत, आदि)
- संचार अभियान नियोजन प्रक्रिया (अनुसंधान, रणनीति, डिज़ाइन, कार्यान्वयन, मूल्यांकन)
- संचार अभियानों के सिद्धांत और मॉडल (नवाचारों का प्रसार, सामाजिक संज्ञानात्मक सिद्धांत, आदि)

यूनिट 2: अनुसंधान और रणनीति

- संचार अभियानों के लिए अनुसंधान करना (प्रारंभिक, प्रक्रियात्मक और सारांश मूल्यांकन)
- दर्शकों और हितधारकों का विश्लेषण
- संचार उद्देश्यों और रणनीतियों का विकास
- संचार अभियान योजना बनाना

यूनिट 3: संदेश डिज़ाइन और चैनल चयन

- प्रभावी संदेश तैयार करना (विषय-वस्तु, स्वर और शैली)
- संचार माध्यमों का चयन (मास मीडिया, सोशल मीडिया, पारस्परिक, आदि)
- अभियान सामग्री डिज़ाइन करना (प्रिंट, ऑडियो-विजुअल, डिजिटल, आदि)
- अभियान बजट और समय-सीमा बनाना

यूनिट 4: कार्यान्वयन और मूल्यांकन

- संचार अभियान का कार्यान्वयन

- अभियान संसाधनों और टीमों का प्रबंधन
- अभियान प्रगति की निगरानी और मूल्यांकन
- अभियान की प्रभावशीलता और प्रभाव का मापन

असाइनमेंट:

1. अभियान प्रस्ताव : अनुसंधान, रणनीति और योजना सहित एक संचार अभियान प्रस्ताव विकसित करें।
2. संदेश डिज़ाइन और चैनल चयन : अभियान संदेश डिज़ाइन करें और एक विशिष्ट दर्शक और उद्देश्य के लिए चैनल चुनें।
3. अभियान कार्यान्वयन योजना : बजट, समय-सीमा और संसाधनों सहित संचार अभियान के कार्यान्वयन के लिए एक विस्तृत योजना विकसित करें।
4. अभियान मूल्यांकन रिपोर्ट : वास्तविक दुनिया के संचार अभियान का मूल्यांकन करें, उसकी प्रभावशीलता और प्रभाव का विश्लेषण करें।

संदर्भ ग्रंथ :

- Atkin, C. K., & Rice, R. E. (2013). Public communication campaigns.
- Johnston, K. A., & Taylor, M. (2018). The Palgrave handbook of communication research.
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2013). Public communication campaigns: A research agenda.
- Sheth, J. N., & Keller, K. L. (2006). Handbook of marketing research.

मीडिया टेक्नोलॉजी के विभिन्न स्वरूप (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
मीडिया टेक्नोलॉजी के विभिन्न स्वरूप	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. मीडिया प्रौद्योगिकियों के विकास और अभिसरण को समझना।
2. विभिन्न मीडिया प्रौद्योगिकियों की विशेषताओं और अनुप्रयोगों का विश्लेषण करना।
3. संचार और विषय-वस्तु निर्माण के लिए विभिन्न मीडिया प्रौद्योगिकियों के उपयोग में व्यावहारिक कौशल विकसित करना।
4. समाज और संस्कृति पर मीडिया प्रौद्योगिकियों के प्रभाव का मूल्यांकन करना।

पाठ्यक्रम के परिणाम:

1. छात्र मीडिया प्रौद्योगिकियों के विकास और अभिसरण की समझ प्रदर्शित करेंगे।

2. छात्र विभिन्न मीडिया प्रौद्योगिकियों की विशेषताओं और अनुप्रयोगों का विश्लेषण करने में सक्षम होंगे।
3. छात्र संचार और विषय-वस्तु निर्माण के लिए विभिन्न मीडिया प्रौद्योगिकियों के उपयोग में व्यावहारिक कौशल विकसित करेंगे।
4. छात्र समाज और संस्कृति पर मीडिया प्रौद्योगिकियों के प्रभाव का मूल्यांकन करेंगे।

यूनिट 1: मीडिया प्रौद्योगिकियों का परिचय

- मीडिया प्रौद्योगिकियों का विकास (प्रिंट, प्रसारण, डिजिटल)
- मीडिया प्रौद्योगिकियों का अभिसरण
- विभिन्न मीडिया प्रौद्योगिकियों (रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट, मोबाइल) की विशेषताएँ
- संचार और सामग्री निर्माण में मीडिया प्रौद्योगिकियों के अनुप्रयोग

यूनिट 2: श्रव्य और दृश्य मीडिया प्रौद्योगिकियाँ

- श्रव्य प्रौद्योगिकियाँ (रेडियो, पॉडकास्टिंग, ऑडियो उत्पादन)
- दृश्य मीडिया प्रौद्योगिकियाँ (टेलीविजन, फिल्म, वीडियो उत्पादन)
- डिजिटल श्रव्य और दृश्य मीडिया प्रौद्योगिकियाँ (स्ट्रीमिंग, ऑनलाइन वीडियो, सोशल मीडिया)
- संचार और सामग्री निर्माण में श्रव्य और दृश्य मीडिया प्रौद्योगिकियों के अनुप्रयोग

यूनिट 3: डिजिटल मीडिया प्रौद्योगिकियाँ

- डिजिटल मीडिया प्रौद्योगिकियाँ (इंटरनेट, सोशल मीडिया, मोबाइल मीडिया)
- डिजिटल मीडिया प्रौद्योगिकियाँ (इंटरैक्टिविटी, हाइपरटेक्स्टुअलिटी, कन्वर्जेंस)
- संचार और सामग्री निर्माण में डिजिटल मीडिया प्रौद्योगिकियाँ के अनुप्रयोग (सामग्री विपणन, सोशल मीडिया विपणन, ऑनलाइन पत्रकारिता)
- डिजिटल मीडिया प्रौद्योगिकियों में उभरते रुझान (कृत्रिम बुद्धिमत्ता, आभासी वास्तविकता, संवर्धित वास्तविकता)

यूनिट 4: उभरती मीडिया प्रौद्योगिकियाँ और प्रभाव

- उभरती मीडिया प्रौद्योगिकियाँ (ब्लॉकचेन, 5G, इंटरनेट ऑफ थिंग्स)
- समाज और संस्कृति पर मीडिया प्रौद्योगिकियों का प्रभाव (सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक)
- संचार और सामग्री निर्माण में मीडिया प्रौद्योगिकियों की प्रभावशीलता का मूल्यांकन
- मीडिया प्रौद्योगिकियों का भविष्य और समाज और संस्कृति पर उनका संभावित प्रभाव

असाइनमेंट :

1. मीडिया प्रौद्योगिकी विश्लेषण : किसी मीडिया प्रौद्योगिकी का विश्लेषण करें, उसकी विशेषताओं, अनुप्रयोगों और प्रभाव का मूल्यांकन करें।
2. ऑडियो या विजुअल मीडिया उत्पादन : किसी विशिष्ट मीडिया प्रौद्योगिकी का उपयोग करके एक ऑडियो या विजुअल मीडिया उत्पाद बनाएँ।
3. डिजिटल मीडिया अभियान : सोशल मीडिया और अन्य डिजिटल मीडिया तकनीकों का उपयोग करके एक डिजिटल मीडिया अभियान विकसित करें।
4. उभरती मीडिया प्रौद्योगिकी रिपोर्ट : किसी उभरती मीडिया तकनीक पर शोध करें और एक रिपोर्ट प्रस्तुत करें, जिसमें समाज और संस्कृति पर उसके संभावित प्रभाव का मूल्यांकन किया जाए।

संदर्भ ग्रंथ :

- Flew, T. (2014). New media: An introduction.
- Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide.
- Manovich, L. (2013). Software takes command.
- Pavlik, J. V. (2013). Media in the digital age.

संचार के सैद्धांतिक पक्ष पर अनुसंधान (क्रेडिट -2)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
संचार के सैद्धांतिक पक्ष पर अनुसंधान	2	0	0	2	Passed Graduation in required discipline	NIL

प्रत्येक विद्यार्थी को तृतीय सत्र में संचार के सैद्धांतिक पक्ष पर शोध आधारित थीसिस (अध्यापक के मार्गदर्शन में) तैयार करना होगा।

Semester - 4

विज्ञापन का व्यवसाय व प्रभाव (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
विज्ञापन का व्यवसाय व प्रभाव	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. विज्ञापन के मूल सिद्धांतों और विपणन मिश्रण में इसकी भूमिका को समझना।
2. विज्ञापन के व्यावसायिक मॉडल और राजस्व स्रोतों पर विज्ञापन के प्रभाव का विश्लेषण करना।
3. उपभोक्ताओं और समाज पर विज्ञापन के सामाजिक और सांस्कृतिक प्रभाव का मूल्यांकन करना।
4. विज्ञापन अभियानों की प्रभावशीलता का आकलन करने के लिए आलोचनात्मक सोच कौशल विकसित करना।

पाठ्यक्रम के परिणाम:

1. छात्र विज्ञापन के सिद्धांतों और विपणन मिश्रण में इसकी भूमिका की व्याख्या करने में सक्षम होंगे।
2. छात्र विज्ञापन के व्यावसायिक मॉडल और राजस्व स्रोतों पर विज्ञापन के प्रभाव का विश्लेषण करने में सक्षम होंगे।

3. छात्र उपभोक्ताओं और समाज पर विज्ञापन के सामाजिक और सांस्कृतिक प्रभाव का मूल्यांकन करने में सक्षम होंगे।
4. छात्र आलोचनात्मक सोच कौशल का उपयोग करके प्रभावी विज्ञापन अभियान विकसित करने में सक्षम होंगे।

यूनिट 1: विज्ञापन का परिचय

- विज्ञापन का अवलोकन और विपणन मिश्रण में इसकी भूमिका
- विज्ञापन का इतिहास
- विज्ञापन के प्रकार (प्रिंट, डिजिटल, प्रसारण)
- विज्ञापन उद्योग की संरचना और प्रमुख खिलाड़ी

यूनिट 2: विज्ञापन व्यवसाय मॉडल

- राजस्व स्रोत (विज्ञापन, प्रायोजन, उत्पाद प्लेसमेंट)
- विज्ञापन एजेंसी मॉडल (पूर्ण-सेवा, डिजिटल, विशिष्ट)
- मीडिया योजना और खरीदारी
- विज्ञापन प्रभावशीलता का मापन

यूनिट 3: विज्ञापन का सामाजिक और सांस्कृतिक प्रभाव

- विज्ञापन और उपभोक्ता व्यवहार
- विज्ञापन का सामाजिक और सांस्कृतिक प्रभाव (रूढ़िवादिता, शारीरिक छवि, विविधता)
- नियामक वातावरण (FTC, FCC, उद्योग स्व-नियमन)
- विज्ञापन में नैतिकता

यूनिट 4: प्रभावी विज्ञापन अभियान बनाना

- विज्ञापन रचनात्मक रणनीति
- संदेश विकास और क्रियान्वयन
- मीडिया योजना और खरीदारी
- अभियान मापन और मूल्यांकन

असाइनमेंट:

1. समूह परियोजना: किसी नए उत्पाद या सेवा के लिए विज्ञापन अभियान विकसित करना
 - छात्र समूहों में मिलकर एक व्यापक विज्ञापन अभियान विकसित करेंगे, जिसमें बाजार अनुसंधान, लक्षित दर्शकों का विश्लेषण, संदेश विकास, मीडिया योजना और बजट आवंटन शामिल होगा।
2. केस स्टडी विश्लेषण: एक सफल विज्ञापन अभियान का विश्लेषण करें और निष्कर्ष प्रस्तुत करें
 - छात्र एक सफल विज्ञापन अभियान का चयन करेंगे, उसकी खूबियाँ और कमजोरियाँ का विश्लेषण करेंगे और अपने निष्कर्षों को एक लिखित रिपोर्ट और मौखिक प्रस्तुति में प्रस्तुत करेंगे।

3. विज्ञापन रचनात्मक परियोजना: किसी उत्पाद या सेवा के लिए एक प्रिंट या डिजिटल विज्ञापन विकसित करना

- छात्र कक्षा में सीखे गए विज्ञापन और रचनात्मक रणनीति के सिद्धांतों को लागू करते हुए, किसी उत्पाद या सेवा के लिए एक प्रिंट या डिजिटल विज्ञापन तैयार करेंगे।

4. अंतिम परीक्षा: सभी पाठ्यक्रम सामग्री को शामिल करने वाली व्यापक परीक्षा

- अंतिम परीक्षा में सभी पाठ्यक्रम सामग्री शामिल होगी, जिसमें पठन सामग्री, व्याख्यान और चर्चाएँ शामिल हैं।

सन्दर्भ ग्रन्थ :

- Arens, W. F., & Weigold, M. F. (2017). Contemporary Advertising and Integrated Marketing Communications (16th ed.). McGraw-Hill Education.

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (11th ed.). McGraw-Hill Education.

- O'Guinn, T. C., Allen, C. T., & Semenik, R. J. (2017). Advertising and Integrated Brand Promotion (7th ed.). Cengage Learning.

- Journal of Advertising Research (JAR)

- Journal of Marketing Communications (JMC)

संचार की भारतीय परम्पराएँ (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
संचार की भारतीय परम्पराएँ	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. भारतीय संचार परंपराओं के ऐतिहासिक और सांस्कृतिक संदर्भ को समझना।
2. भारतीय समाज और संस्कृति को आकार देने में संचार की भूमिका का विश्लेषण करना।
3. आधुनिक संचार प्रथाओं पर भारतीय संचार परंपराओं के प्रभाव का मूल्यांकन करना।
4. समकालीन मुद्दों पर भारतीय संचार परंपराओं को लागू करने के लिए आलोचनात्मक चिंतन कौशल विकसित करना।

पाठ्यक्रम के परिणाम:

1. छात्र भारतीय संचार परंपराओं के ऐतिहासिक और सांस्कृतिक संदर्भ की व्याख्या करने में सक्षम होंगे।
2. छात्र भारतीय समाज और संस्कृति को आकार देने में संचार की भूमिका का विश्लेषण करने में सक्षम होंगे।

3. छात्र आधुनिक संचार प्रथाओं पर भारतीय संचार परंपराओं के प्रभाव का मूल्यांकन करने में सक्षम होंगे।
4. छात्र समकालीन मुद्दों और चुनौतियों पर भारतीय संचार परंपराओं को लागू करने में सक्षम होंगे।

यूनिट 1: प्राचीन भारतीय संचार परंपराएँ

- वैदिक काल: मौखिक परंपराएँ, कथावाचन और वाद-विवाद
- महाकाव्य काल: रामायण और महाभारत, मौखिक और लिखित परंपराएँ
- बौद्ध और जैन परंपराएँ: शिक्षाओं का संचार और प्रसार
- भारतीय संचार में मिथकों, किंवदंतियों और लोककथाओं की भूमिका

यूनिट 2: मध्यकालीन काल में भारतीय संचार परंपराएँ

- भारतीय संचार पर इस्लाम और फ़ारसी परंपराओं का प्रभाव
- सूफ़ीवाद और भक्ति आंदोलन: शिक्षाओं का संचार और प्रसार
- भारतीय संचार में कविता, संगीत और कला की भूमिका
- क्षेत्रीय भाषाओं और साहित्य का उदय

यूनिट 3: औपनिवेशिक काल में भारतीय संचार परंपराएँ

- भारतीय संचार पर ब्रिटिश उपनिवेशवाद का प्रभाव
- भारत में प्रिंट मीडिया और पत्रकारिता का उदय
- संचार परंपराओं को आकार देने में भारतीय राष्ट्रवादी आंदोलन की भूमिका
- सामाजिक परिवर्तन के एक साधन के रूप में गांधीजी द्वारा संचार का उपयोग

यूनिट 4: समकालीन भारतीय संचार परंपराएँ

- भारतीय संचार पर वैश्वीकरण और डिजिटल मीडिया का प्रभाव
- आधुनिक भारत में पारंपरिक मीडिया (लोक नाट्य, कठपुतली, आदि) की भूमिका
- नए मीडिया का उदय और भारतीय समाज पर इसका प्रभाव
- डिजिटल युग में भारतीय संचार परंपराओं की चुनौतियाँ और अवसर

असाइनमेंट:

1. प्राचीन भारतीय संचार में मौखिक परंपराओं की भूमिका का आलोचनात्मक विश्लेषण लिखें
 - छात्र प्राचीन भारतीय संचार में मौखिक परंपराओं की भूमिका का विश्लेषण करते हुए 5-पृष्ठ का निबंध लिखेंगे, जिसमें इसके महत्व और सीमाओं पर प्रकाश डाला जाएगा।
2. भारतीय संचार परंपराओं पर भक्ति आंदोलन के प्रभाव पर एक मल्टीमीडिया प्रस्तुति तैयार करें
 - छात्र भारतीय संचार परंपराओं पर भक्ति आंदोलन के प्रभाव का अन्वेषण करते हुए एक मल्टीमीडिया प्रस्तुति (वीडियो, ऑडियो या पाँडकास्ट) तैयार करेंगे, जिसमें इसकी प्रमुख विशेषताओं और महत्व पर प्रकाश डाला जाएगा।

3. आधुनिक भारतीय संचार में पारंपरिक माध्यमों के उपयोग पर एक केस स्टडी लिखें
- छात्र आधुनिक भारतीय संचार में पारंपरिक माध्यमों (लोक नाट्य, कठपुतली, आदि) के उपयोग पर 5-पृष्ठ का केस स्टडी लिखेंगे, जिसमें इसकी प्रभावशीलता और चुनौतियों का विश्लेषण किया जाएगा।
4. भारतीय संचार परंपराओं पर डिजिटल मीडिया के प्रभाव पर एक शोध प्रस्ताव तैयार करना
- छात्र भारतीय संचार परंपराओं पर डिजिटल मीडिया के प्रभाव पर एक शोध प्रस्ताव तैयार करेंगे, जिसमें इसके शोध प्रश्नों, उद्देश्यों, कार्यप्रणाली और अपेक्षित परिणामों पर प्रकाश डाला जाएगा।

सन्दर्भ ग्रन्थ :

- Arvind, R. (2013). *Communication in India: A Historical Perspective*. Sage Publications.
- Desai, M. (2017). *Indian Traditions of Communication*. Routledge.
- Gopal, S. (2012). The Indian Tradition of Communication. *Journal of Communication*, 62(2), 245-258.
- Jain, S. (2015). Bhakti Movement and Communication. *Journal of Indian History and Culture*, 33(1), 45-60.
- Raghavan, V. (2013). *The Power of Communication: A Study of Indian Traditions*. Sage Publications.

सोशल मीडिया उद्यमी व्यवसाय (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
सोशल मीडिया उद्यमी व्यवसाय	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. सोशल मीडिया उद्यमिता के मूल सिद्धांतों और डिजिटल अर्थव्यवस्था में इसकी भूमिका को समझना।
2. सोशल मीडिया व्यवसाय रणनीति बनाने और उसे लागू करने के कौशल विकसित करना।
3. ऑनलाइन दर्शक वर्ग बनाने और उनसे जुड़ने का तरीका सीखना।
4. सोशल मीडिया पर अपनी उपस्थिति से धन कमाने और एक स्थायी व्यवसाय मॉडल बनाने का तरीका समझना।

पाठ्यक्रम के परिणाम:

1. छात्र सोशल मीडिया उद्यमिता की अवधारणा और इसके अवसरों व चुनौतियों को समझाने में सक्षम होंगे।

2. छात्र एक सोशल मीडिया व्यवसाय रणनीति विकसित करने और एक सामग्री योजना बनाने में सक्षम होंगे।
3. छात्र ऑनलाइन दर्शक वर्ग बनाने और उनसे जुड़ने में सक्षम होंगे।
4. छात्र सोशल मीडिया पर अपनी उपस्थिति से धन कमाने और एक स्थायी व्यवसाय मॉडल बनाने में सक्षम होंगे।

यूनिट 1: सोशल मीडिया उद्यमिता का परिचय

- सोशल मीडिया उद्यमिता का अवलोकन और डिजिटल अर्थव्यवस्था में इसकी भूमिका
- सोशल मीडिया व्यवसायों के प्रकार (प्रभावशाली व्यक्ति, सामग्री निर्माता, ऑनलाइन प्रशिक्षक, आदि)
- सोशल मीडिया उद्यमिता के लाभ और चुनौतियाँ
- सोशल मीडिया व्यवसाय स्थापित करना: कानूनी और वित्तीय विचार

यूनिट 2: सोशल मीडिया पर उपस्थिति बनाना

- अपने व्यवसाय के लिए सही सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म चुनना
- सामग्री रणनीति और सामग्री योजना बनाना
- ऑनलाइन दर्शकों का निर्माण और उनसे जुड़ना
- सोशल मीडिया विज्ञापन और सशुल्क प्रचार

यूनिट 3: सामग्री निर्माण और क्यूरेशन

- उच्च-गुणवत्ता वाली सामग्री (पाठ, चित्र, वीडियो, आदि) बनाना
- सामग्री क्यूरेशन और एकत्रीकरण
- सामग्री का पुनः उपयोग और पुनर्प्रयोजन
- सामग्री के प्रदर्शन का मापन और अनुकूलन

यूनिट 4: सोशल मीडिया पर उपस्थिति का मुद्रीकरण

- संबद्ध विपणन और प्रायोजित सामग्री
- उत्पादों और सेवाओं की ऑनलाइन बिक्री
- सदस्यता और सदस्यता-आधारित मॉडल
- ऑनलाइन पाठ्यक्रम और डिजिटल उत्पाद बनाना और बेचना

असाइनमेंट:

1. एक सोशल मीडिया व्यवसाय योजना तैयार करें
 - छात्र एक व्यापक सोशल मीडिया व्यवसाय योजना तैयार करेंगे, जिसमें एक सामग्री रणनीति, लक्षित दर्शकों का विश्लेषण और मुद्रीकरण योजना शामिल होगी।
2. एक सोशल मीडिया सामग्री कैलेंडर बनाएँ

- छात्र एक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के लिए एक सामग्री कैलेंडर तैयार करेंगे, जिसमें एक शेड्यूल, सामग्री के प्रकार और जुड़ाव रणनीति शामिल होगी।

3. एक सोशल मीडिया वीडियो सामग्री तैयार करें

- छात्र सामग्री निर्माण और अनुकूलन के सिद्धांतों को लागू करते हुए, एक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के लिए एक लघु वीडियो सामग्री तैयार करेंगे।

4. एक सोशल मीडिया व्यवसाय विचार प्रस्तुत करें

- छात्र कक्षा में एक सोशल मीडिया व्यवसाय विचार प्रस्तुत करेंगे, जिसमें एक व्यवसाय योजना, सामग्री रणनीति और मुद्रिकरण योजना शामिल होगी।

सन्दर्भ ग्रन्थ :

- Barker, M. S., & Barker, D. (2017). Social Media Marketing: A Strategic Approach. Cengage Learning.

- Charlesworth, A. (2018). Social Media Marketing: A Guide for Businesses. Routledge.

- Evans, D. (2017). Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. Wiley.

- Social Media Examiner (online magazine)

- Social Media Today (online magazine)

विज्ञापन विशेषज्ञता अध्ययन (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
विज्ञापन विशेषज्ञता अध्ययन	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. विज्ञापन विशेषज्ञता क्षेत्रों के सिद्धांतों और प्रथाओं को समझना।
2. प्रभावी विज्ञापन रणनीतियाँ बनाने और उन्हें लागू करने में कौशल विकसित करना।
3. विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्म पर आकर्षक विज्ञापन सामग्री बनाना सीखें।
4. विज्ञापन अभियानों के प्रभाव को मापना और उसका मूल्यांकन करना सीखें।

पाठ्यक्रम के परिणाम:

1. छात्र विज्ञापन विशेषज्ञता क्षेत्रों के सिद्धांतों और प्रथाओं की व्याख्या करने में सक्षम होंगे।
2. छात्र प्रभावी विज्ञापन रणनीतियाँ विकसित और लागू करने में सक्षम होंगे।
3. छात्र विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्म पर आकर्षक विज्ञापन सामग्री बनाने में सक्षम होंगे।
4. छात्र विज्ञापन अभियानों के प्रभाव को मापना और उसका मूल्यांकन करने में सक्षम होंगे।

यूनिट 1: डिजिटल विज्ञापन

- डिजिटल विज्ञापन परिदृश्य का अवलोकन
- डिजिटल विज्ञापन प्लेटफॉर्म (खोज, सोशल मीडिया, डिस्प्ले, ईमेल, मोबाइल)
- डिजिटल विज्ञापन प्रारूप (टेक्स्ट, छवि, वीडियो, नेटिव)
- डिजिटल विज्ञापन अभियानों का मापन और अनुकूलन

यूनिट 2: ब्रांड प्रबंधन और विज्ञापन

- ब्रांड प्रबंधन के सिद्धांत
- ब्रांड पहचान और स्थिति का विकास
- ब्रांड विज्ञापन रणनीति बनाना
- ब्रांड प्रदर्शन का मापन और मूल्यांकन

यूनिट 3: विज्ञापन अनुसंधान और विश्लेषण

- विज्ञापन अनुसंधान विधियों का परिचय
- गुणात्मक और मात्रात्मक अनुसंधान तकनीकें
- विज्ञापन मीट्रिक और विश्लेषण उपकरण
- विज्ञापन संबंधी निर्णय लेने के लिए डेटा का उपयोग

यूनिट 4: एकीकृत विज्ञापन अभियान

- एक एकीकृत विज्ञापन अभियान विकसित करना
- विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्म पर विज्ञापन प्रयासों का समन्वय
- एकीकृत विज्ञापन अभियानों के प्रभाव का मापन और मूल्यांकन
- सफल एकीकृत विज्ञापन अभियानों के केस स्टडी

असाइनमेंट:

1. डिजिटल विज्ञापन अभियान

- छात्र किसी उत्पाद या सेवा के लिए एक डिजिटल विज्ञापन अभियान विकसित और कार्यान्वित करेंगे, जिसमें विज्ञापन क्रिएटिव, लक्ष्यीकरण और बजट आवंटन शामिल होगा।

2. ब्रांड विज्ञापन रणनीति

- छात्र किसी उत्पाद या सेवा के लिए एक व्यापक ब्रांड विज्ञापन रणनीति विकसित करेंगे, जिसमें लक्षित दर्शकों का विश्लेषण, स्थिति निर्धारण और संदेश शामिल होगा।

3. विज्ञापन अनुसंधान रिपोर्ट

- छात्र किसी विशिष्ट विज्ञापन विषय या मुद्दे पर शोध करेंगे और अपने निष्कर्षों को एक लिखित रिपोर्ट में प्रस्तुत करेंगे, जिसमें विज्ञापनदाताओं के लिए सिफारिशें शामिल होंगी।

4. एकीकृत विज्ञापन अभियान प्रस्ताव

- छात्र किसी उत्पाद या सेवा के लिए एक एकीकृत विज्ञापन अभियान विकसित और प्रस्तुत करने के लिए टीमों में काम करेंगे, जिसमें मीडिया योजना, बजट आवंटन और विज्ञापन क्रिएटिव शामिल होंगे।

सन्दर्भ ग्रन्थ :

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson Education.
- Ogilvy, D. (2013). Ogilvy on Advertising. HarperCollins.
- Journal of Advertising Research (JAR)
- Journal of Marketing Communications (JMC)

मीडिया शोध (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
मीडिया शोध	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. निर्णय लेने में मीडिया अनुसंधान के महत्व को समझना।
2. मीडिया अनुसंधान में प्रयुक्त शोध विधियों और तकनीकों को सीखना।
3. मीडिया डेटा एकत्र करने और उसका विश्लेषण करने में कौशल विकसित करना।
4. मीडिया रणनीतियों को सूचित करने के लिए शोध निष्कर्षों को लागू करना।

पाठ्यक्रम परिणाम:

1. छात्र मीडिया अनुसंधान के सिद्धांतों और विधियों को समझेंगे।
2. छात्र मीडिया अनुसंधान अध्ययनों को डिज़ाइन और संचालित करने में सक्षम होंगे।
3. छात्र मीडिया डेटा का विश्लेषण और व्याख्या करने में सक्षम होंगे।

4. छात्र मीडिया निर्णय लेने में शोध निष्कर्षों को लागू करेंगे।

यूनिट 1: मीडिया अनुसंधान का परिचय

- मीडिया अनुसंधान का महत्व
- मीडिया अनुसंधान के प्रकार (दर्शक, विषयवस्तु, प्रभाव)
- अनुसंधान प्रक्रिया और डिज़ाइन
- मीडिया अनुसंधान में नैतिकता

यूनिट 2: अनुसंधान विधियाँ

- सर्वेक्षण और प्रश्नावली
- फोकस समूह और साक्षात्कार
- विषयवस्तु विश्लेषण
- प्रयोगात्मक डिज़ाइन

यूनिट 3: डेटा संग्रहण और विश्लेषण

- डेटा संग्रहण विधियाँ (ऑनलाइन, ऑफलाइन, बिग डेटा)
- डेटा विश्लेषण तकनीकें (वर्णनात्मक, अनुमानात्मक, सांख्यिकीय)
- डेटा विज़ुअलाइज़ेशन और रिपोर्टिंग
- अनुसंधान उपकरणों और सॉफ्टवेयर का उपयोग (जैसे, SPSS, Excel)

यूनिट 4: शोध निष्कर्षों का अनुप्रयोग

- मीडिया रणनीतियों को सूचित करने के लिए शोध का उपयोग
- मीडिया नियोजन और क्रय
- मीडिया प्रभावशीलता का मूल्यांकन
- सफल मीडिया अनुसंधान अनुप्रयोगों के केस अध्ययन

असाइनमेंट :

1. शोध प्रस्ताव

- शोध प्रश्नों, उद्देश्यों और कार्यप्रणाली सहित एक मीडिया अनुसंधान प्रस्ताव तैयार करें।

2. सर्वेक्षण प्रश्नावली डिज़ाइन

- मीडिया उपभोग की आदतों पर डेटा एकत्र करने के लिए एक सर्वेक्षण प्रश्नावली डिज़ाइन करें।

3. सामग्री विश्लेषण

- किसी मीडिया आउटलेट (जैसे, समाचार पत्र, टीवी चैनल, वेबसाइट) का सामग्री विश्लेषण करें।

4. शोध रिपोर्ट

- एक मीडिया अनुसंधान अध्ययन करें और सिफारिशों सहित एक लिखित रिपोर्ट में निष्कर्ष प्रस्तुत करें।

सन्दर्भ ग्रन्थ :

- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2017). Mass Media Research: An Introduction. Cengage Learning.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). Foundations of Behavioral Research. Harcourt College Publishers.
- Krippendorff, K. (2013). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. Sage Publications.
- Journal of Broadcasting & Electronic Media
- Journal of Media Psychology

मीडिया उद्यमी व्यवसाय (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
मीडिया उद्यमी व्यवसाय (क्रेडिट -4)	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. मीडिया उद्योग और उसके रुझानों को समझना।
2. मीडिया उद्यम के लिए एक व्यवसाय योजना तैयार करना।
3. विपणन और वित्तीय प्रबंधन कौशल सीखना।
4. मीडिया व्यवसाय में उद्यमशीलता कौशल का प्रयोग करना।

पाठ्यक्रम के परिणाम:

1. छात्र मीडिया उद्योग और उसके रुझानों को समझेंगे।
2. छात्र मीडिया उद्यम के लिए एक व्यवसाय योजना विकसित करने में सक्षम होंगे।
3. छात्र विपणन और वित्तीय प्रबंधन कौशल का प्रयोग करने में सक्षम होंगे।

4. छात्र मीडिया व्यवसाय शुरू करने में सक्षम होंगे।

यूनिट 1: मीडिया उद्योग अवलोकन

- मीडिया उद्योग के रुझान और चुनौतियाँ
- मीडिया व्यवसायों के प्रकार (पारंपरिक और डिजिटल)
- मीडिया अभिसरण और नवाचार
- मीडिया उद्योग में अवसर और खतरे

यूनिट 2: व्यवसाय योजना

- व्यवसाय योजना प्रक्रिया
- बाजार विश्लेषण और अनुसंधान
- व्यवसाय मॉडल कैनवास
- व्यवसाय योजना प्रस्तुत करना और प्रस्तुत करना

यूनिट 3: विपणन और वित्तीय प्रबंधन

- मीडिया व्यवसायों के लिए विपणन रणनीतियाँ
- वित्तीय प्रबंधन और योजना
- राजस्व स्रोत और मुद्रीकरण
- बजट और पूर्वानुमान

यूनिट 4: मीडिया व्यवसाय शुरू करना

- मीडिया स्टार्टअप शुरू करना
- टीम और साझेदारियाँ बनाना
- जोखिम और अनिश्चितता का प्रबंधन
- मीडिया व्यवसाय का विस्तार और विकास

असाइनमेंट :

1. मीडिया उद्योग विश्लेषण

- मीडिया उद्योग पर शोध करना और रुझान और चुनौतियाँ प्रस्तुत करना।

2. व्यवसाय योजना

- मीडिया उद्योग के लिए एक व्यापक व्यवसाय योजना विकसित करना।

3. विपणन योजना

- मीडिया उत्पाद या सेवा के लिए एक विपणन योजना विकसित करना।

4. प्रस्तुतिकरण

- निवेशकों या उद्योग विशेषज्ञों के सामने मीडिया व्यवसाय का विचार प्रस्तुत करना।

सन्दर्भ ग्रन्थ :

- Briggs, M. (2016). Entrepreneurship in Media. Routledge.
- Picard, R. G. (2011). The Economics and Financing of Media Companies. Fordham University Press.
- Küng, L. (2015). Innovators in Digital Media. Routledge.
- Journal of Media Business Studies
- Media Management and Economics

संचार अभियान नियोजन (क्रेडिट -4)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
संचार अभियान नियोजन (क्रेडिट -4)	4	3	0	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

1. संचार अभियान नियोजन के सिद्धांतों को समझना।
2. अभियान नियोजन के लिए शोध और विश्लेषण करने में कौशल विकसित करना।
3. प्रभावी अभियान रणनीतियाँ और संदेश बनाना सीखें।
4. अभियान की प्रभावशीलता का मूल्यांकन करना सीखें।

पाठ्यक्रम परिणाम:

1. छात्र संचार अभियान की योजना बनाने और उसे क्रियान्वित करने में सक्षम होंगे।
2. छात्र अभियान नियोजन के लिए शोध और विश्लेषण करने में सक्षम होंगे।

3. छात्र प्रभावी अभियान रणनीतियाँ और संदेश बनाने में सक्षम होंगे।
4. छात्र अभियान की प्रभावशीलता का मूल्यांकन करने में सक्षम होंगे।

यूनिट 1: अभियान नियोजन का परिचय

- अभियान नियोजन प्रक्रिया का अवलोकन
- संचार अभियानों के प्रकार (जनसंपर्क, विज्ञापन, सोशल मीडिया)
- अभियानों के लक्ष्य और उद्देश्य
- अभियान नियोजन मॉडल और ढाँचे

यूनिट 2: शोध और विश्लेषण

- अभियान नियोजन के लिए शोध करना
- डेटा का विश्लेषण और लक्षित दर्शकों की पहचान करना
- दर्शकों के व्यवहार और दृष्टिकोण को समझना
- अभियान अंतर्दृष्टि और रणनीतियाँ विकसित करना

यूनिट 3: रणनीति और संदेश विकास

- अभियान रणनीतियाँ और संदेश विकसित करना
- एक विशिष्ट विक्रय प्रस्ताव (यूएसपी) तैयार करना
- प्रभावी अभियान संदेश तैयार करना
- मीडिया योजना और चैनल चयन

यूनिट 4: अभियान कार्यान्वयन और मूल्यांकन

- अभियान योजनाओं का कार्यान्वयन और क्रियान्वयन
- अभियान प्रभावशीलता की निगरानी और मूल्यांकन
- अभियान के परिणामों और प्रभाव का मापन
- अभियानों को बेहतर बनाने के लिए मूल्यांकन परिणामों का उपयोग

असाइनमेंट :

1. अभियान अनुसंधान रिपोर्ट
 - किसी अभियान विषय या मुद्दे पर शोध करें और एक रिपोर्ट लिखें।
2. अभियान रणनीति और संदेश विकास
 - किसी उत्पाद या सेवा के लिए एक अभियान रणनीति और संदेश विकसित करें।
3. मीडिया योजना
 - चैनल चयन और बजट आवंटन सहित, किसी अभियान के लिए एक मीडिया योजना बनाएँ।
4. अभियान मूल्यांकन और प्रस्तुति
 - किसी अभियान की प्रभावशीलता का मूल्यांकन करें और कक्षा के सामने परिणाम प्रस्तुत करें।

सन्दर्भ ग्रन्थ :

- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2013). Public Communication Campaigns. Sage Publications.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2011). Social Marketing: Influencing Behaviors for Good. Sage Publications.
- Sheehan, K. B. (2014). Controversies in Contemporary Advertising. Sage Publications.
- Journal of Advertising Research (JAR)
- Journal of Public Relations Research (JPRR)

पत्रकारिता में व्यवहारिक अनुसंधान (क्रेडिट -2)

Course Title and Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Prerequisite of the course
		Lecture	Tutorial	Practical		
पत्रकारिता में व्यवहारिक अनुसंधान	2	0	1	1	Passed Graduation in required discipline	NIL

प्रत्येक विद्यार्थी को चतुर्थ सेमेस्टर में पत्रकारिता सम्बन्धित शोध आधारित थीसिस (अध्यापक के मार्गदर्शन में) तैयार करना होगा।