

UNIVERSITY OF DELHI

CNC-II/093/1/Misc./2025/17
Dated: 04.11.2025

NOTIFICATION

Sub: Amendment to Ordinance V

Following addition be made to Appendix-II-A to the Ordinance V (2-A) of the Ordinances of the University;

Add the following:

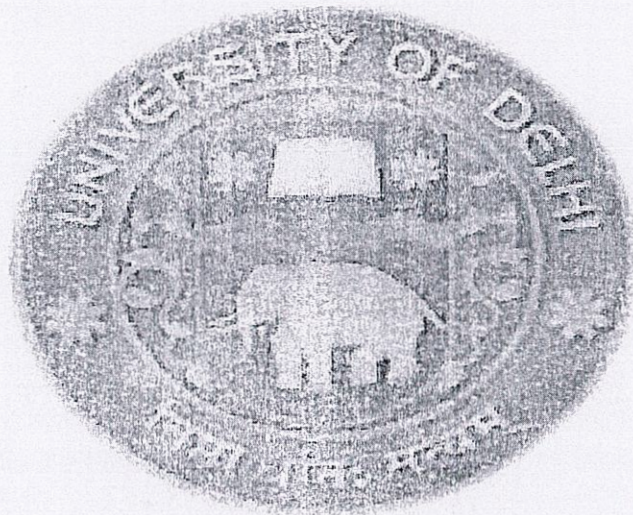
The pool of Generic Electives offered by the Department of Hindi for undergraduate students other than the students of Hindi Journalism & Mass Communication / Hindi Patrakarita for Semester-VII/VIII, are notified herewith for the information of all concerned as per **Annexure-1**.


REGISTRAR

UNIVERSITY OF DELHI

UNDERGRADUATE PROGRAMMES FOR BA(HONS.) & BA (PROG.)

Pool of Generic Elective for semester 7-8 ✓



मीडिया और जेंडर स्टडीज़

CREDIT DISTRIBUTION, ELIGIBILITY AND PRE-REQUISITES OF THE COURSE

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Pre-requisite of the course (if any)
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
GE मीडिया और जेंडर स्टडीज़ (क)	4	3		1	12 th Pass	NIL

Learning Objective

- लिंग और जेंडर की मूलभूत अवधारणा से परिचित कराना।
- मीडिया की कार्य-संस्कृति में जेंडर से संबंधित मुद्दों की जानकारी देना।
- पितृसत्ता एवं मातृसत्ता की अवधारणा की समझ विकसित करना।

Course Learning Outcomes

- विद्यार्थी लिंग और जेंडर की मूल अवधारणा से परिचित हो सकेंगे।
- छात्र मीडिया में जेंडर से संबंधित मुद्दों के प्रति संवेदनशील होंगे।
- स्त्रीत्व तथा पुरुषत्व की अवधारणाओं का आलोचनात्मक अध्ययन कर पाएंगे।

इकाई-1. मीडिया और जेंडर स्टडीज़ : परिचय और मुद्दे

10 घंटे

- जेंडर स्टडीज़ : अर्थ, अवधारणा, उद्देश्य, प्रकार,
- संस्कृतिकरण और जेंडर, जेंडर संबंधी पूर्वाग्रह, संघर्ष और मीडिया
- जेंडर संबंधी मुद्दे : पहचान, अस्मिता, नागरिकता संबंधी प्रश्न

इकाई- 2. स्त्री और मीडिया

10 घंटे

- स्त्रीवादी चिंतन की भारतीय अवधारणा
- लैंगिकता का निर्माण, मीडिया में ट्रांसजेंडर
- मीडिया में लैंगिक असमानता: समाचार कवरेज, परिचर्चा, विशेष कार्यक्रम

इकाई-3. मीडिया में महिलाएँ: विविध परिप्रेक्ष्य

10 घंटे

- मीडिया संस्थानों में कार्यरत महिलाओं की स्थिति (वेतन, भेदभाव, उत्पीड़न)
- लैंगिकता का नियमन : विपम कार्य-समय, सॉफ्ट स्टोरी बीट,
- मीडिया में आदिवासी, दलित, खानाबदोश, संभ्रांत तथा कामकाजी महिलाओं का कवरेज



इकाई-4. स्त्री छवि और मीडिया कानून

15 घंटे

- मीडिया में स्त्री छवि: प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक, सोप ओपेरा, फिल्मस, डिजिटल, विज्ञापन और वीडियो गेम
- मीडिया में जेंडर विषयक सामग्री और उसकी भाषा
- जेंडर संबंधी संवैधानिक प्रावधान: समानता का अधिकार, यौन उत्पीड़न संबंधी कानून, जेंडर संबंधी कानून

प्रायोगिक कार्य :

30 घंटे

- मुख्यधारा मीडिया तथा वैकल्पिक मीडिया में जेंडर विषयक खबरों की रिपोर्ट प्रस्तुति।
- जेंडर पर समूह चर्चा और वार्ता।
- मीडिया में जेंडर विषयक कार्यक्रमों का अध्ययन एवं परियोजना कार्य।
- मीडिया में कार्यरत महिला मीडियाकर्मी से भेंटवार्ता, साक्षात्कार।
- सर्वे के आधार पर मीडिया में महिलाओं की भागीदारी, वेतन, कार्यक्रम की प्रकृति तथा कार्य-घंटे पर रिपोर्ट प्रस्तुति।

सहायक पुस्तकें :

- संपादक- किरण प्रसाद, वूमेन एंड मीडिया : चैलेंजिंग फेमिनिस्ट डिस्कोर्स, द वूमेन प्रेस, दिल्ली
- कृष्ण कुमार, चूड़ी बाजार में लड़की, राजकमल प्रकाशन, दिल्ली
- शिक्षा में जेंडर विमर्श' राष्ट्रीय फोकस समूह का आधार पत्र (2008) नई दिल्ली, एनसीआरटी
- नारी चेतना के आयाम, अलका प्रकाश, लोकभारती पुस्तक विक्रेता तथा वितरक, इलाहाबाद
- नारी प्रश्न, सरला माहेश्वरी, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली
- समकालीन नारीवाद और दलित स्त्री का प्रतिरोध, अनीता भारतीय, स्वराज प्रकाशन, नई दिल्ली
- भारत में स्त्री असमानता, डॉ. गोपा जोशी, दिल्ली विश्वविद्यालय: हिंदी माध्यम कार्यान्वयन निदेशालय
- आधी दुनिया का सच, कुमुद शर्मा, सामयिक प्रकाशन
- सुरेश ओझा, महिला कानून, प्रकाशन वर्ष- 2019, वाग्देवी प्रकाशन
- महादेवी वर्मा, श्रंखला की कड़ियाँ, लोकभारती प्रकाशन
- शर्मा, कुमुद, आधी दुनिया का सच, सामयिक पेपरबैक्स



CREDIT DISTRIBUTION, ELIGIBILITY AND PRE-REQUISITES OF THE COURSE

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Pre-requisite of the course (if any)
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
GE-स्वास्थ्य एवं संस्कृति संबंधी पत्रकारिता (ख)	4	3		1	12 th Pass	NIL

Learning Objective

- स्वास्थ्य और अध्यात्म संचार से अवगत कराना
- सांस्कृतिक पत्रकारिता के विविध पक्षों की जानकारी देना
- स्वास्थ्य और सांस्कृतिक पत्रकारिता के क्षेत्र में रोजगार की संभावना से अवगत कराना

Course Learning Outcomes

- विद्यार्थी स्वास्थ्य और अध्यात्म संचार के बारे में जान सकेंगे।
- सांस्कृतिक पत्रकारिता को समझ सकेंगे।
- स्वास्थ्य एवं सांस्कृतिक पत्रकारिता के क्षेत्र में रोजगार की संभावना तलाश सकेंगे।

इकाई-1. स्वास्थ्य संचार: सिद्धांत, स्वरूप और परिवेश

10 घंटे

- स्वास्थ्य संचार, आवश्यकता एवं सिद्धांत
- महत्व और वर्तमान स्थिति
- स्वास्थ्य संचार के क्षेत्र एवं कार्य
- स्वास्थ्य संचार की प्रक्रिया एवं संचार के उपकरण

इकाई-2. जन स्वास्थ्य के परिप्रेक्ष्य में स्वास्थ्य पत्रकारिता

10 घंटे

- प्राकृतिक और राष्ट्रीय आपदा: स्वास्थ्य संचार की चुनौतियाँ एवं बाधाएँ
- स्वास्थ्य संचार के सामाजिक-सांस्कृतिक और नैतिक व कानूनी आयाम
- जन स्वास्थ्य और मीडिया
- प्रभावी स्वास्थ्य संचार अभियान निर्माण

इकाई-3. सांस्कृतिक पत्रकारिता

10 घंटे

- सांस्कृतिक पत्रकारिता की अवधारणा
- सांस्कृतिक पत्रकारिता की आवश्यकता एवं महत्व
- सांस्कृतिक पत्रकारिता के माध्यम (समाचार पत्र, पॉडकास्ट, टेलीविजन, सोशल मीडिया)



- धर्म, धर्म और रिलीजन
- अध्यात्म: अर्थ, अवधारणा, अध्यात्म का भारतीय दृष्टिकोण
- प्रमुख पर्व, त्यौहार, सांस्कृतिक विरासत

प्रायोगिक कार्य :

30 घंटे

- किसी सरकारी या निजी अस्पताल के संचार प्रक्रिया का अध्ययन करना
- किसी स्वास्थ्य या अध्यात्म से जुड़ी हस्ती का साक्षात्कार करना
- किसी स्वास्थ्य अभियान केस स्टडी तैयार करना
- स्वास्थ्य या अध्यात्म संबंधी विषय पर वीडियो रिपोर्ट या वृत्तचित्र बनाना
- मीडिया में सांस्कृतिक पत्रकारिता की वर्तमान स्थिति पर रिपोर्ट तैयार करना

सहायक पुस्तकें :

- भारत में स्वास्थ्य पत्रकारिता -यशवंत कोठारी, चौखंभा संस्कृत प्रतिष्ठान प्रकाशन
- स्वास्थ्य पत्रकारिता -रूपचंद गौतम
- Medical journalism -Divyanshu Kumar ,Priyanka Publication
- Yoga education and Spiritual Journalism -Ajay Bhardwaj ,Kanishka Publishers
- आध्यात्मिक पत्रकारिता, प्रोफेसर सुखनंदन सिंह
- पत्रकारिता के विविध आयाम, डॉ. दीनानाथ साहनी, बिहार हिंदी ग्रन्थ अकादमी
- Spiritual Journalism, Prof. Sukhnandan Singh, Evincepub Publishing
- सांस्कृतिक पत्रकारिता, डॉ. टी.डी.एस. आलोक, हरियाणा साहित्य अकादमी
- सांस्कृतिक रिपोर्टिंग, साक्षी गौतम, एकेडेमिक पब्लिकेशन
- मीडिया और संस्कृति, रूपचंद गौतम, श्री नटराज प्रकाशन



कॉर्पोरेट संचार एवं जनसम्पर्क

CREDIT DISTRIBUTION, ELIGIBILITY AND PRE-REQUISITES OF THE COURSE

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Pre-requisite of the course (if any)
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
GE कॉर्पोरेट संचार एवं जनसम्पर्क (ग)	4	3		1	12 th Pass	NIL

Learning Objective

- विद्यार्थियों में कॉर्पोरेट संचार की एक बुनियादी समझ बनाने के लिए, कॉर्पोरेट संचार और पीआर की विभिन्न जटिलताओं से अवगत कराना।
- विद्यार्थियों को उन कॉर्पोरेट संचार के मुख्य गतिविधियों से परिचित कराना।
- जनसंपर्क, विज्ञापन और विपणन के बीच अंतर की समझ पैदा करना।

Course learning outcomes

- विद्यार्थियों को कॉर्पोरेट संगठन और उनके विभिन्न संचार भूमिकाओं से परिचित होने और सीखने का अवसर प्राप्त होगा।
- विद्यार्थी कॉर्पोरेट संचार और जनसंपर्क प्रक्रियाओं की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।
- विद्यार्थियों को जनसंपर्क और कॉर्पोरेट संचार के संगठनात्मक संदर्भ को सीखने का अवसर प्राप्त होगा।
- जनसम्पर्क में प्रभावी संचार के लिए आवश्यक कौशल की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।

इकाई-1. कॉर्पोरेट संचार

10 घंटे

- कॉर्पोरेट संचार : स्वरूप और विकास
- कॉर्पोरेट संचार के प्रकार, विशेषताएं और सीमाएं
- कॉर्पोरेट संचार के तत्त्व और उपकरण - कर्मचारी संबंध, मीडिया संबंध, उपभोक्ता संबंध, निवेशक संबंध, प्रभावित करने वाले संबंध, हितधारक, गैर-लाभकारी सार्वजनिक संबंध, कॉर्पोरेट समुदाय की भागीदारी और संबंधित विपणन।

इकाई-2. कॉर्पोरेट संचार : रणनीतियाँ और अनुप्रयोग

10 घंटे

- कॉर्पोरेट प्रशासन, कॉर्पोरेट पहचान, कॉर्पोरेट विज्ञापन
- ब्रांड निर्माण में कॉर्पोरेट संचार, वित्तीय बाजार और संचार
- कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व और सतत विकास

इकाई-3. जनसम्पर्क

10 घंटे



- जनसम्पर्क - अवधारणा, परिभाषा, भूमिका, कार्य, नए उभरते रज्जान
- जनसंपर्क का संक्षिप्त इतिहास और कॉर्पोरेट संचार - ऐतिहासिक संबंध।
- जनसंपर्क के सिद्धांत और मॉडल - जेएम ग्रुनिंग का सिमेट्रिकल जनसम्पर्क मॉडल, ऐसिमेट्रिकल जनसंपर्क सिद्धांत, संगठनात्मक जनसंपर्क सिद्धांत, संघर्ष जनसंपर्क सिद्धांत, संरचनात्मक-कार्यात्मक जनसंपर्क सिद्धांत, उत्कृष्टता जनसंपर्क सिद्धांत

इकाई-4. जनसम्पर्क : रणनीतियाँ और अनुप्रयोग

15 घंटे

- जनसम्पर्क प्रचार उपकरण- प्रेस कॉन्फ्रेंस, प्रेस विज्ञप्ति, बैठकें, घोषणाएँ, कॉर्पोरेट मार्केटिंग सेवाएँ, प्रचार, प्रचार और विज्ञापन
- जनसम्पर्क और ब्रांड पहचान, छवि और प्रतिष्ठा, नैतिकता और जिम्मेदारियाँ, जनमत, संकट प्रबंधन, प्रतिष्ठा निर्माण, जनसम्पर्क अभियान और मूल्यांकन, सरकारी जनसम्पर्क, लॉबिंग, सार्वजनिक मामले और राजनीतिक जनसम्पर्क।
- इन-हाउस जनसम्पर्क - संरचना, भूमिका और कार्य, जनसम्पर्क कंसल्टेंसी- संरचना, भूमिका और कार्य, इन-हाउस जनसम्पर्क और जनसम्पर्क कंसल्टेंसी के बीच अंतर, जनसम्पर्क प्रक्रिया अभियान : शोध, रणनीति, माप, मूल्यांकन और प्रभाव

प्रायोगिक कार्य:

30 घंटे

- कॉर्पोरेट संचार और जनसंपर्क के लिए कंटेंट निर्माण करना।
- कॉर्पोरेट संचार और जनसम्पर्क के लिए किसी सामाजिक मुद्दे पर ऑडियो निर्माण करना।
- कॉर्पोरेट संचार और जनसम्पर्क के लिए ब्लॉग बनाना, फीचर और लेख लिखना।
- कॉर्पोरेट संचार के लिए विज्ञापन का निर्माण करना।
- किसी एक कंपनी के कॉर्पोरेट संचार के रणनीतियों का मूल्यांकन करना।
- किसी दो कॉर्पोरेट संचार का केस स्टडी कर उसका विश्लेषण करना।
- किसी एक सरकारी एवं एक प्राइवेट कंपनी के कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सबिलिटी (कॉर्पोरेट का सामाजिक उत्तरदायित्व) का तुलनात्मक विश्लेषण करना।

सहायक सामग्री:

- पंत, एन, सी. (2004). जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम, तक्षशिला प्रकाशन. नई दिल्ली।
- Danny, M., & Desanto, B., (2011). Public Relations: A Managerial Perspective, SAGE.
- Gregory, A., (2008). Public Relations in Practice, (2nd edition), Kogan Page India Pvt. Ltd.
- Jethwaney, J., & Sarkar, N. N., (2015). Public Relations Management, Sterling Publishers.
- Jugenheimer, D. W., Bradley, S. D., Kelley, L. D., & Hudson, J. C., (2014). Advertising and Public Relations, (2nd edition), Routledge.
- L'etang, J., (2008). Public Relations, Concepts, Practice and Critique, SAGE.



- Parsons, Patricia, J., (2005). Ethics in Public Relations: A Guide to Best Practice, Kogan Page.
- Prabhakar, Naval ,N.Basu (2021). Public Relations Strategies and Concepts. New Delhi: Common Wealth.
- PRSA. APR Study Guide, PRSA New York.
- Pushpendra, P.Singh, Sameer(2022). Public Relations Management. New Delhi: JNANADA.
- Puthenthara, M., (2012). Perspectives of Public Relations, DC Books.
- Smith, D. R., (2012). Becoming A Public Relations Writer, (4th edition), Routledge.
- Theaker, A., & Yaxley, H., (2013). The Public Relations Strategic Toolkit, Routledge.
- Theaker, A., (2012). The Public Relations Handbook, (4th edition), Routledge.
- Rath, & Chand. (2020, December 23).A Question of Trust, Pan Macmillan India
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2014). It's Not Just PR: Public Relations in Society (2nd ed.).Atlantic Publishers.
- Moloney, K., & McGrath, C. (2020). Rethinking Public Relations. Routledge.
- Lipschultz, J.H. (2020). Social Media Measurement and Management. Routledge.
- Kaul, A., & Chaudhri, V. (2017). Corporate Communication Through Social Media. Sage.
- Singh, C.L., & Gupta, M. (2023). Introduction to Corporate Communication. Routledge.
- Murgan, A. (2018). Event Management. Avon Publication





समाचार पत्र एवं पत्रिका

CREDIT DISTRIBUTION, ELIGIBILITY AND PRE-REQUISITES OF THE COURSE

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Pre-requisite of the course (if any)
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
GE समाचार पत्र एवं पत्रिका (क)	4	3		1	12 th Pass	NIL

Learning Objective

- समाचार पत्र-पत्रिकाओं के इतिहास से परिचित कराना।
- स्वतंत्रता पूर्व और स्वातंत्र्योत्तर पत्रकारिता की भूमिका से अवगत कराना।
- प्रमुख पत्रकारों और संपादकों के योगदान से परिचित कराना।
- भारतीय पत्रकारिता के नए ट्रेंड से परिचित कराना।

Course Learning Outcomes:

- समाचार पत्र-पत्रिकाओं के इतिहास से परिचित होंगे।
- स्वतंत्रता पूर्व और स्वातंत्र्योत्तर पत्रकारिता की भूमिका से अवगत होंगे।
- प्रमुख पत्रकारों और संपादकों के योगदान से परिचित होंगे।
- भारतीय पत्रकारिता में स्वतंत्रता पूर्व से आज तक आए बदलाव से परिचित होंगे।

इकाई-1, प्रिंट मीडिया: परिचय

10 घंटे

- प्रिंटिंग प्रेस का इतिहास
- भारत में समाचार पत्र मुद्रण और ब्रिटिश नीति
- प्रिंट मीडिया में डिजिटल तकनीक

इकाई-2, भारत में प्रेस

10 घंटे

- भाषाई प्रेस का संक्षिप्त परिचय
- स्वतंत्रता आंदोलन में प्रेस
- समाचार पत्रों का वर्तमान परिदृश्य

इकाई-3, प्रमुख समाचार पत्र और पत्रकार

10 घंटे

- प्रमुख समाचार पत्र
- प्रमुख संपादक
- प्रमुख पत्रकार



- साहित्यिक पत्रिकाएं
- बाल एवं महिला पत्रिकाएं
- विविध पत्रिकाएं

प्रायोगिक कार्य:

30 घंटे

- स्वतंत्रता आंदोलन में हिन्दी पत्रकारिता की भूमिका पर रिपोर्ट, फीचर, लेख तैयार करना।
- प्रमुख पत्रकारों, संपादक पर रिपोर्ट, लेख, फीचर लेखन।
- प्रमुख पत्र-पत्रिकाओं पर ब्लॉग लेखन, यूट्यूब वीडियो, वृत्तचित्र और पॉडकास्ट तैयार करना
- वर्तमान प्रमुख पत्रकारों और संपादकों से साक्षात्कार।

सहायक पुस्तकें:

- संचार और विकास, श्यामाचरण दुबे, प्रकाशन विभाग, सूचना व प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार, नई दिल्ली
- भारतीय पत्रकारिता कोश, विजयदत्त श्रीधर, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
- भारतीय पत्रकारिता का इतिहास, जे. नटराजन, प्रशासन विभाग, सूचना व प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार नई दिल्ली
- हिंदी पत्रकारिता: जातीय चेतना और खड़ी बोली साहित्य की निर्माण भूमि, डॉ. कृष्ण विहारी मिश्र, भारतीय ज्ञानपीठ, दिल्ली
- हिंदी पत्रकारिता विविध आयाम, डॉक्टर वेद प्रताप वैदिक, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, नई दिल्ली
- भारतीय पत्रकारिता: नींव के पत्थर, मंगल अनुजा,, मध्य प्रदेश हिंदी ग्रंथ अकादमी, भोपाल
- हिंदी के प्रमुख समाचार पत्र और पत्रिकाएं (दो खंड) माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल
- इंडियन न्यूजपेपर रिवॉल्यूशन: केपीटलाइज्म, पॉलिटिक्स, और इंडियन लैंग्वेज प्रेस 1977-99, राँबिन जेफ्री, ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, नई दिल्ली
- ई संसाधन-[https://swayam.gov.in /](https://swayam.gov.in/)



पत्रकारिता के रचनात्मक आयाम



CREDIT DISTRIBUTION, ELIGIBILITY AND PRE-REQUISITES OF THE COURSE

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Pre-requisite of the course (if any)
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
GE पत्रकारिता के रचनात्मक आयाम (ख)	4	3		1	12 th Pass	NIL

Learning Objective

- पत्रकारिता में रचनात्मकता की जानकारी प्रदान करना।
- पत्रकारिता के विविध रूपों में रचनात्मक कार्य संस्कृति की व्यावहारिक समझ विकसित करना।
- रोजगारपरक संभावनाओं की जानकारी प्रदान करना।

Course Learning Outcomes:

- रचनात्मकता की अवधारणा से परिचित होंगे।
- पत्रकारिता के विद्यार्थियों में रचनात्मक कार्य की व्यावहारिक समझ विकसित होगी।
- पत्रकारिता के क्षेत्र में रोजगार के अवसर तलाश पाएंगे।

इकाई-1. रचनात्मक लेखन : सामान्य परिचय

10 घंटे

- रचनात्मकता की अवधारणा, स्वरूप और सिद्धांत
- रचनात्मकता के अभिव्यक्ति क्षेत्र : विज्ञापन, कार्टून, एनीमेशन, ब्लॉग, फिल्म, रील, पॉडकास्ट, फीचर
- व्यावसायिकता के दौर में रचनात्मकता : वर्तमान स्थिति, संभावनाएं

इकाई-2. प्रिंट मीडिया एवं रचनात्मकता

10 घंटे

- प्रिंट मीडिया और रचनात्मकता के विविध आयाम
- पत्र-पत्रिकाओं का मुद्रण और रचनात्मकता
- प्रिंट मीडिया की भाषा एवं रचनात्मकता

इकाई-3. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया: रचनात्मक अभिव्यक्ति

10 घंटे

- रेडियो एवं रचनात्मकता: कार्यक्रम और भाषा , जिंगल, पॉडकास्ट
- टेलीविजन की रचनात्मक भाषा, स्टूडियो सेटअप, अभिव्यक्ति, कार्यक्रम निर्माण



- सोशल मीडिया और रचनात्मकता : कंटेंट निर्माण की प्रकृति और प्रयोग, ब्लॉग, रील, शॉर्ट्स

इकाई-4. रचनात्मकता: विचार और तकनीक

15 घंटे

- दबाव की संस्कृति और रचनात्मक पत्रकारिता - मीडिया हाउस, राजनीतिक, आर्थिक, वैचारिक, टीआरपी
- एजेंडा सेटिंग और रचनात्मकता- वीडियो, व्हाट्सएप, फेसबुक, लेख, पेड न्यूज
- पत्रकारिता प्रशिक्षण और रचनात्मकता - वाक और अभिव्यक्ति कौशल, प्रभावी प्रस्तुति

प्रायोगिक कार्य:

30 घंटे

- प्रिंट अथवा इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में रचनात्मक प्रयोगों का अध्ययन और रिपोर्ट तैयार करना।
- सोशल मीडिया की रचनात्मकता पर समूह चर्चा, भेंटवार्ता, साक्षात्कार।
- रेडियो अथवा टेलीविजन की रचनात्मकता पर परियोजना कार्य।
- प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के भाषिक वैशिष्ट्य पर लेख लिखना।

सहायक पुस्तकें:

- रवींद्र शुक्ला, सूचना प्रौद्योगिकी और समाचार पत्र, प्रकाशन वर्ष- 2008, राजकमल प्रकाशन, दिल्ली
- संपादक- सुधीश पचौरी, अचला शर्मा, नए जनसंचार माध्यम और हिंदी, प्रकाशन वर्ष- 2018, राजकमल प्रकाशन
- डॉ. विजय कुलश्रेष्ठ, हिंदी पत्रकारिता और सर्जनात्मक लेखन, प्रकाशन- 2007, राजस्थान हिंदी ग्रन्थ अकादमी, जयपुर
- अरुण कुमार भगत, पत्रकारिता सर्जनात्मक लेखन और रचना प्रक्रिया, प्रकाशन- 2022, राष्ट्रीय पुस्तक न्यास
- मंजु मुकुल, सम्प्रेषण : चिन्तन और दक्षता, प्रकाशन- 2017, शिवालिक प्रकाशन



खेल पत्रकारिता

CREDIT DISTRIBUTION, ELIGIBILITY AND PRE-REQUISITES OF THE COURSE

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Pre-requisite of the course (if any)
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
GE खेल पत्रकारिता (ग)	4	3		1	12 th Pass	NIL

Learning Objective

- खेल पत्रकारिता के विकास की जानकारी देना।
- खेल पत्रकारिता की लेखन एवं प्रसारण शैली का कौशल विकास।
- खेल रिपोर्टिंग की विशेषता एवं उद्देश्यों से अवगत कराना।

Course Learning Outcomes:

- विद्यार्थी खेल पत्रकारिता के विकास एवं महत्त्व की जानकारी प्राप्त करेंगे।
- लेखन प्रसारण एवं खेल रिपोर्टिंग में दक्षता प्राप्त कर सकेंगे।
- खेल पत्रकारिता में रोजगार के अवसर प्राप्त कर सकेंगे।

इकाई-1. खेल पत्रकारिता का परिचय

10 घंटे

- खेल पत्रकारिता: अवधारणा एवं महत्त्व
- खेल पत्रकारिता का उद्भव एवं विकास
- प्रमुख भारतीय खेल पत्रकार

इकाई-2. खेल पत्रकारिता: सामग्री संकलन एवं निर्माण

10 घंटे

- खेल रिपोर्टिंग का स्वरूप: प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक एवं डिजिटल माध्यम
- खेल लेखन के विविध रूप: फीचर, साक्षात्कार, संपादकीय, टिप्पणी, फोटोग्राफी, लाइव रिपोर्टिंग
- खेल पत्रकारिता संबंधी आचार संहिता

इकाई-3. खेल प्रसारण माध्यम और तकनीक

10 घंटे

- रेडियो, टेलीविजन और डिजिटल माध्यम
- खेल प्रसारण में मीडिया का प्रभाव एवं प्रबंधन
- सोशल मीडिया और खेल पत्रकारिता: प्रमुख यूट्यूब चैनल, फेसबुक, इंस्टाग्राम



इकाई-4. खेल संस्थाएँ: संरचना और नीतियाँ

15 घंटे

- प्रमुख खेल संस्थाओं की मीडिया निर्देशिका: IOC, FIFA, ICC, BCCI, HOCKEY INDIA
- प्रमुख खेल संस्थाओं के प्रसारण अधिकार और मार्केटिंग
- खेल फिल्मों और समीक्षा: लगान, चक दे इंडिया, मैरीकॉम, भाग मिल्खा भाग, दंगल

प्रायोगिक कार्य:

30 घंटे

- विभिन्न समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं में खेल संबंधी समाचारों एवं फीचर का विश्लेषणात्मक अध्ययन
- महाविद्यालय में आयोजित खेल दिवस के प्रसारण का 5 मिनट का विडियो निर्माण
- किन्हीं दो क्षेत्रीय, राजकीय अथवा राष्ट्रीय स्तर के खिलाड़ियों का साक्षात्कार एवं दृष्य निर्माण
- खेल वृत्तचित्र, खेल फिल्म समीक्षा

सहायक पुस्तकें:

- खेल पत्रकारिता, पदमपति शर्मा, प्रभात प्रकाशन, दिल्ली
- खेल पत्रकारिता के आयाम, डॉ. आशीष द्विवेदी, हिंदी बुक सेंटर, दिल्ली
- खेल पत्रकारिता, प्रो. अनिल कुमार उपाध्याय, भारती प्रकाशन, दिल्ली
- खेल पत्रकारिता, डॉ. जितेन्द्र कुमार, खेल साहित्य केंद्र, दिल्ली
- आधुनिक पत्रकारिता, डॉ अर्जुन तिवारी, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी
- पत्रकारिता के विविध रूप, रामचंद्र तिवारी, आलेख प्रकाशन, दिल्ली
- जनमाध्यम और पत्रकारिता, प्रवीण दीक्षित, सहयोगी साहित्य संस्थान, कानपुर

