

آغاز به کار دوره پیوسته یکساله تخصصی مدیریت تبلیغات

اولین دوره پیوسته «مدیریت تبلیغات» بر اساس برنامه درسی تدوین شده که در خبرنامه شماره ۱۰ آمده بود. در مهر ماه ۱۳۸۷ در یک کلاس بیست نفره در مدرسه ویژه آغاز به کار کرد.

در این دوره، اساتید مدرسه ویژه، عناوین درسی تخصصی را بشرح زیر طی یکسال تدریس خواهند کرد:

- مبانی و اصول بازار یابی: علی قدس
- مبانی و اصول تبلیغات: شهرزاد اسفراجانی - رضارستم پیشه و احمد علی افخمی
- تحقیقات بازار یابی و مطالعات رفتار مصرف کننده: دکتر منصور احسان - پریسا پروشانی - شهرزاد اسفراجانی
- نوشتن خلاصه برای تبلیغات / نشانه شناسی: پیام بهتاش - احسان رضوانی
- طراحی و برنامه ریزی تبلیغ در رسانه ها / رسانه های نوین: صفا صفری - علی بخشی
- مبانی و اصول طراحی: امراه فرهادی - مهرداد محمد زاده - هومن مرتضوی - سیامک فیلی زاده - علی رشیدی (استاد میهمان)
- روابط عمومی: یلدا فریور صدی - دکتر یونس شکر خواه (استاد میهمان)
- تبلیغات نام تجاری و طراحی هویت سازمانی: نژده هوانسیان
- ارتباطات منسجم (یکپارچه) بازار یابی: علی قدس - صبا کامکار

دانشجویانی که بعد از پاسخگویی و تکمیل پرسشنامه های تخصصی و مصاحبه حضوری در این دوره پذیرفته شده اند عبارتند از:

- بهروز اصلاحی • امیر مصطفی اعرابی پور
- ایمان ایزدیان • الهام بدل زاده • سارا پرنیان پور
- نجمه تسلیمی • تیم تقوی پویا • وحید رئیس زاده
- شهرزاد روحانی • سید جلال سید صالحی
- شهرام سیف هاشمی • ترلان شش بلوکی
- ستاره شفیع • سعاده عجمی نژاد • یونس فقیهی
- آنوسا قریشی • نیکی کریمی • بابک معدنار
- احمد نوروزی مطلق • شیرین هاشمی ورجه

چند روز پیش از شروع کلاس ها اساتید دوره به همراه دانشجویان پذیرفته شده در یک نشست شرکت کرده و پس از معارفه های لازم به بحث و تبادل نظر پرداختند. بخشهایی از این گفتگوها بشرح زیر است:

– امراله فرهادی ضمن خوش آمد گویی به همع عزیزان،

اعم از اساتید بزرگوار و ارجمندی که قبول زحمت کرده اند و دانشجویانی که با درک درستی از نیازمندی هایشان به جمع ما پیوسته اند، امروز را سر آغاز میمونی برای آینده مدرسه ویژه می دانم. چرا که به گونه ای به بخشی از رویاهای چند ساله دست یافته ایم. رویاهایی که از سالها پیش در کنار عزیزانی همچون خانم اسفراجانی، دکتر صدر محمدی، افشین آشتی، مجید دوخته چی زاده و... در انجمن صنفی کانونهای تبلیغاتی، با عنوان مدرسه تبلیغات در سر داشتیم و بیش از همه خوشحالم که امروز توانسته ایم علاوه بر حاصل ۷۰-۶۰ ساله دانش و تجربه کاری خودمان، عزیزان دیگری را نیز به عنوان استاد مدرس به مدرسه ویژه دعوت کنیم تا از دانش و تجربیات حرفه ای به روز آنان بهره بگیریم.

جلسه معارفه دانشجویان "دوره مدیریت تبلیغات"



به شما علاقه مندان پویا و مشتاق هم تبریک می گویم، چرا که برای اولین بار این شناس را داشته اید تا از چنین دوره حرفه ای آکادمیکی بهره مند شوید. از طرف دیگر غبطه می خورم، چرا که در دوران و سن و سال ما هیچگاه چنین امکان و اعتباری وجود نداشت. ماهواره مانند تشنگان کوپری طی این ۳۰ سال گذشته له له زدیم و سعی کردیم از هر امکان دست نیافتنی و دست یافتنی نصیبی ببریم تا بلکه کارهایمان حرفه ای تر و علمی تر شود. به هر تقدیر امروز اینجائیم؛ با کوله باری از تجربه، دانش و معلوماتی در حد وسع مان، اما مشتاق و دل سپرده به یاد دادن. با تشکر بیکران از حمایت و حضور اساتید گرانقدر و شور و شوق شما دانشجویان عزیز.

شهرزاد اسفراجانی: در خصوص این دوره، برنامه ریزی کردیم تا پروژه هر مدرس به وسیله مدرس دیگر دنبال شود. خانم صدی دارند این شیوه را محقق می کنند، یعنی مورد مطالعاتی ای که در کلاس اول به عنوان تحقیقات بازار یابی انتخاب می شود در کلاس های بعدی هم همان موضوع مورد مطالعه قرار خواهد گرفت.

اجازه بدهید اول توضیح بدهم که چه کار کرده ایم و در این مدت چه فعالیت هایی داشتیم، تمرکز اصلی ما روی مطالب و محتوا، در آوردن و هماهنگ کردن آنها با الگوهای بین المللی بود. چون این کار بیشترین وقت ما را گرفت، کمی از نظر بازار یابی، عقب ماندیم و کمی هم دست تنها شدیم این چند موضوع باعث شد که کلاس گروه دوم ما با کیفیتی که هدفمان بود، شکل نگیرد. به همین دلیل، خواستیم کلاسی با کیفیت خوب داشته باشیم. با پر کردن فرم های ۱ و ۲ و با مصاحبه از بین بیش از پنجاه نفر، دانشجویان فعلی را انتخاب کردیم. الان بیست و چند نفر دانشجوی منتخب داریم. در صحبت هایی که با آقای فرهادی داشتیم و تصمیم گرفتیم که هدف ما کیفیت باشد نه منافع مالی. فکر می کنیم در ایران برای اولین بار گروه مدرسان و محتوایی که ارائه می کنیم، دارای چنین کیفیتی باشد. برای آموزش،

از مدرسه بازگانی استفاده نکردیم بلکه خواستیم از یک مدرسه گرافیک یک شاخه تبلیغات جدا کنیم، چاره دیگری نداشتیم و آقای فرهادی هم با تمام توان شان از این امر حمایت کردند. سعی کردیم از بهترین اساتیدی که دارند کار می کنند یا حرف تازه ای برای گفتن دارند، انتخاب کنیم. به هر صورت موانع برای شروع خیلی زیاد بود. شاید به نظر نمی رسد ولی فکر می کنم اگر مدیریت تبلیغات در این مدرسه کوچک بخواد پا بگیرد به حمایت واقعی دست اندرکاران این حرفه نیاز دارد و ما می توانیم این مدرسه کوچک را تبدیل به جایی بکنیم که هم همکاران خودمان و هم مشتریان مان از آن بهترین بهره را بگیرند.

پریسا پروشانی: ابتدا می پرسم رسالت ما چیست؟ در این آموزشگاه چه کسانی تربیت می شوند؟ چه کاره خواهند شد؟ آیا در آژانس های تبلیغاتی کار خواهند کرد؟ از نظر مشتریان آنها باز هم مشتری ما خواهند بود منتها باید بازتری که نسبت به تبلیغات دارند؟

شهرزاد اسفراجانی: فکر می کنم، بین دو بخش مشتری و آژانس پخش خواهند شد. ولی به شرطی که آدمهای با کیفیت، موثر و متفکری باشند نه فقط مجری. در حال حاضر تعریفی که از مدیران پروژه داریم، غالباً "همان مسئولان اجرایی هستند که کار را اجرایی کنند، فقط کمی هم انگلیسی می دانند و فکر می کنند هیچ نیازی به اطلاعات بیشتر ندارند. مطلوب ما این نیست، هدف ما پرورش دادن یکسری افراد است که مفید تر از اینها باشند، شرط مادر کلاس اول، دانستن انگلیسی پیشرفته است. امیدواریم خروجی این مدرسه، به هر گوشه این صنعت که برود کارش را درست انجام بدهد. اینها می توانند خروجی های نهایی این مجموعه باشند. مشتری در حال حاضر دارد تمایل پیدا می کند که استودیو درون سازمانی خودش را قوی کند. چرا؟ در آنجا چه می گذرد؟ خودش دارد تصمیم می گیرد. پس اگر کسی را می فرستد یا کسی را می گیرد باید کسی باشد که تعلیم دیده باشد و درست عمل کند. فکر می کنیم اینها نیازها و خلاء هایی هستند که اگر بوسیله افراد حرفه ای پر شود، درست تر عمل خواهد کرد.

اسفراجانی: امیدواریم خروجی این مدرسه، به هر گوشه این صنعت که برود اعم از مشتری یا آژانس تبلیغاتی، کارش را درست انجام بدهد.