

دوره تخصصی پیوسته مدیریت تبلیغات



پیش نیازهای دوره

بنابر پیش بینی شورای طرح و برنامه، برای آن دسته از شرکت کنندگانی که در زبان انگلیسی، آشنایی با واژگان و عبارات تخصصی، کار با کامپیوتر و جستجو در اینترنت و دیگر زمینه های مربوط به مدیریت تبلیغات ضعف ها و نیازهایی دارند، پیش از هر دوره یا به صورت همزمان، کلاس هایی برگزار می شود که می تواند به بهره گیری هرچه بیشتر شرکت کنندگان کمک کند. شایان ذکر است که این کلاس ها برپایه برنامه ای مستقل از کلاس های اصلی دوره برگزار خواهد شد.

آشنایی با فرهنگ، هنر و ادبیات، همچنین ارتباط دوسویه این مقولات با صنعت تبلیغات، درس دیگری است که در یک یا دو دوره ۱۰ جلسه ای به شرکت کنندگان پیشنهاد می شود.

آشنایی کلی و عمومی با مبانی هنرهای تجسمی، خصوصاً گرافیک و کاربردهای حرفه ای آن در تبلیغات نیز از نیازهای دیگری است که برای شرکت کنندگان در دوره "مدیریت تبلیغات" پیش بینی شده است. این کلاس ها نیز در ۱۰ جلسه به طور مجزا تدریس خواهد شد.

ظرفیت پذیرش:

به دلیل محدودیت پذیرش، متقاضیان این دوره در دو گروه ۲۰ نفره ثبت نام می شوند. پذیرش داوطلبان، پس از تکمیل پرسشنامه و برگزاری مصاحبه ورودی تخصصی، منوط به تایید شورای طرح و برنامه خواهد بود. انجام این مراحل با این هدف صورت می گیرد که داوطلبان شرکت کننده در هر دوره، از سطح علمی نسبتاً یکسانی برخوردار بوده و روند آموزش آنان بهترین کارایی ممکن را داشته باشد.

دستیابی به توانایی ها، ضعف ها و قوت های شرکت کنندگان در کلاس ها از اهداف اصلی مصاحبه و آزمون ورودی به شمار می آید. زیرا این امر برای کارهای گروهی شرکت کنندگان در طول دوره کاملاً ضروری است.

زمان تشکیل کلاسها:

تمامی کلاس ها از ساعت ۱۵:۳۰ (بعد از ظهر) و بنابر ضرورت در برخی از صبح های روز پنجشنبه تشکیل می شود.

مزیت های دوره مدیریت تبلیغات

سرفصل های آموزشی و عناوین درس های این دوره به گونه ای انتخاب شده که علاوه بر همخوانی با الگوهای استاندارد بین المللی، می تواند کمبود نیروی مدیریتی تبلیغات کشور و دشواری های ناشی از آن را برطرف ساخته و با پرورش نیروهای شایسته برای آژانس های تبلیغاتی از یکسو و سفارش دهندگان تبلیغات (صاحبان برندها) از سوی دیگر، قابلیت های هر دو گروه را ارتقاء دهد.

طراحان و اساتید این دوره، با نگاهی خاص و بوم شناسانه به تبلیغات ایران و مشکلات و نارسایی های این حرفه، تلاش کرده اند که تمامی مباحث را به گونه ای کاربردی و منطبق با نیازهای بازار ایران تعریف و برنامه ریزی کنند.

به همین منظور، اکثر درس های این دوره به صورت تلفیقی (نظری و عملی / کارگاهی) و همراه با نمونه هایی از کارهای تبلیغاتی اجرا شده در داخل و خارج کشور طراحی شده است.

برنامه آموزشی این دوره

زمان شروع:

دوره تخصصی مدیریت تبلیغات که از مهرماه سال جاری (۱۳۸۷) آغاز شده و تا پایان مرداد ماه سال آینده ادامه خواهد داشت، به طور معمول هفته ای دو جلسه و گاه بنابر ضرورت هفته ای سه جلسه برگزار خواهد شد.

تعداد جلسات:

کلاس های این دوره، طی ۸۲-۸۴ جلسه دوساعته و در مدت ۴۰ هفته برگزار می شود.

