

# **دوره های آموزشی رشته های شغلی کارشناس و کاردان روابط عمومی**

**« کد ۱۲ »**

**موضوع بند ۲/۱ ج نظام آموزش کارکنان دولت**

## فهرست دوره‌های آموزشی رشته‌های شغلی کارشناس و کاردان روابط عمومی

کد دوره	مدت ساعت دوره	پست	عنوان دوره آموزشی
۱۲/۱	۲۴	پژوهش و افکار سنجی - مدیر و معاون روابط عمومی	شناخت افکار عمومی
۱۲/۲	۱۲	مدیر و معاون روابط عمومی - ارتباط مردمی روابط عمومی	ارتباطات مردمی
۱۲/۳	۴۸	سمعی و بصری - عکاسی و فیلمبرداری	عکاسی و فیلمبرداری در روابط عمومی
۱۲/۴	۳۴	سمعی و بصری - فیلمبرداری	ارتباطات تصویری در روابط عمومی
۱۲/۵	۴۶	چاپ و نشر	تکنولوژی چاپ و نشر
۱۲/۶	۳۰	تبلیغات - اطلاع‌رسانی - روابط عمومی - مدیر و معاون روابط عمومی	تبلیغات در روابط عمومی
۱۲/۷	۲۴	کلیه پستها	هنر خوب نوشتن در روابط عمومی
۱۲/۸	۲۴	تبلیغات - امور همایشها و مراسم - تشریفات	اصول و آداب تشریفات
۱۲/۹	۲۴	آرشیو	آرشیو در روابط عمومی
۱۲/۱۰	۲۴	مدیر و معاون روابط عمومی	استراتژی و مدیریت استراتژیک در روابط عمومی
۱۲/۱۱	۲۴	مدیر و معاون روابط عمومی	روابط عمومی و توسعه
۱۲/۱۲	۱۲	کلیه پستها	پاسخگویی و مشتری‌فرمانی در روابط عمومی
۱۲/۱۳	۳۲	امور مطالعات و تحقیقات اجتماعی - افکار سنجی - روابط عمومی	روش تحقیق در روابط عمومی
۱۲/۱۴	۲۴	کلیه پستها	رویکردهای نوین در روابط عمومی
۱۲/۱۵	۴۰	کلیه پستها	کاربرد اینترنت و فن‌آوری (it) در روابط عمومی
۱۲/۱۶	۳۰	مدیر و معاون روابط عمومی - مسئول برنامه‌ریزی	برنامه‌ریزی استراتژیک در روابط عمومی

## فهرست دوره‌های آموزشی رشته‌های شغلی کارشناس و کاردان روابط عمومی

کد دوره	میزان ساعت دوره	پست	عنوان دوره آموزشی
۱۲/۱۷	۱۸	مسئول امور تبلیغات- برگزاری مراسم- امور تشریفات	مدیریت همایش‌ها و گردهمایی‌ها
۱۲/۱۸	۱۲	کلیه پستها	اصول گزارش‌نویسی در روابط عمومی
۱۲/۱۹	۲۴	تبلیغات- مسئول برگزاری مراسم- روابط عمومی	اصول و فنون تبلیغات و دفتر تبلیغاتی در روابط عمومی
۱۲/۲۰	۳۰	انتشارات- امور مطبوعات- چاپ و نشر روابط عمومی- مسئول نشریه	انتشارات در روابط عمومی
۱۲/۲۱	۲۴	روابط عمومی- امور مطبوعاتی- ارتباط با رسانه‌ها	اصول و مبانی ارتباط جمعی
۱۲/۲۲	۱۶	مدیر و معاون روابط عمومی	مدیریت روابط عمومی
۱۲/۲۳	۳۴	ارتباط با رسانه‌ها- امور مطبوعاتی- سمعی و بصری	ارتباطات رسانه‌ای در روابط عمومی
۱۲/۲۴	۵۴	سمعی و بصری- گزارشگر و خبرنگار- امور عکاسی و فیلمبرداری	عکاسی خبری
۱۲/۲۵	۳۰	کلیه پستها	مبانی، اصول و نظریه‌های روابط عمومی
۱۲/۲۶	۲۴	کلیه پستها	مخاطب شناسی در روابط عمومی
۱۲/۲۷	۳۴	انتشارات- ارتباط با رسانه‌ها- گزارشگر و خبرنگار	خبر نویسی در روابط عمومی
۱۲/۲۸	۲۴	انتشارات- خبرنگار و گزارشگر- ارتباط با رسانه‌ها- امور مطبوعاتی	مصاحبه خبری
۱۲/۲۹	۲۰	بانک اطلاعات- روابط عمومی	اصول و مبانی اطلاع‌رسانی
۱۲/۳۰	۴۵	انتشارات- تبلیغات	گرافیک و صفحه‌آرایی
۱۲/۳۱	۴۶	پژوهش و افکار سنجی- تحقیقات اجتماعی- امور مطالعات	تحلیل محتوی پیامهای ارتباطی
۱۲/۳۲	۱۲	تبلیغات- روابط عمومی- مدیر و معاون روابط عمومی	اقتناع و تبلیغ
۱۲/۳۳	۳۰	مترجم	ترجمه ساده متون خبری
۱۲/۳۴	۲۰	مترجم	شنود صوتی و تصویری

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۱

عنوان دوره: شناخت افکار عمومی

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند : عوامل شکل‌گیری و توجه به افکار عمومی را توضیح دهند- باتوجه به شیوه‌ها و مراحل مختلف سنجش، افکار عمومی را سنجش، ارزیابی و تحلیل نمایند.

### محتوی دوره:

- عوامل شکل‌گیری افکار عمومی.
- دلایل توجه به افکار عمومی.
- گروه‌های بهره‌ور از افکار عمومی.
- کارکردها و هدفهای افکار سنجی.
- شیوه‌های سنجش افکار عمومی.
- مراحل تدوین طرح افکار سنجی.
- تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس علم آمار.
- چگونگی تحلیل افکار عمومی.

مدت زمان دوره: ۲۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

عنوان دوره: ارتباطات مردمی

کد دوره: ۱۲/۲

هدف دوره: از فراگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: کارکرد و اهداف ارتباطات مردمی ، نحوه ارتباط با تشکلهای مردمی و اصناف و چگونگی پاسخگویی به آنها را توضیح دهند.

### محتوی دوره:

- کلیات
- ارتباطات مردمی، تعریف، کارکرد و اهداف
- نحوه برگزاری جلسات ارتباطی و ملاقاتهای مردمی
- واحد پاسخگوئی به ارباب رجوع
- ارتباط با تشکلهای مردمی و اصناف
- بولتن ویژه پیامهای مردمی برای مدیران
- بازدید از یکی از ادارات ارتباط با مردمی وزارتخانه‌ها

مدت زمان دوره: ۱۲ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۳

عنوان دوره: عکاسی و فیلمبرداری در روابط عمومی

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: سیستم های مختلف عکاسی و فیلمبرداری را توضیح دهند- با توجه به تکنیک های عکاسی و فیلمبرداری، از رویدادها و مراسم های مختلف عکس و فیلم تهیه نمایند- از نرم افزارهای گرافیکی در مستندسازی استفاده نمایند.

### محتوی دوره:

- سیستم های مختلف عکاسی.
- سیستم های مختلف تصویربرداری.
- عکاسی دیجیتالی.
- تجهیز لابراتور دیجیتال.
- انتخاب دوربین و تجهیزات برای روابط عمومی.
- تکنیک های عکاسی مصاحبه.
- تکنیک های عکاسی همایش - اجتماعات.
- تکنیک های فیلمبرداری مصاحبه - همایش.
- سیستم های آرشیو فیلم و عکس.
- چاپ و ظهور - دیجیتال - آنالوگ.
- تکنیک های ضبط و پخش فیلم در روابط عمومی.
- اصول ترکیب بندی در فیلم و عکس.
- آشنایی با مستندسازی در روابط عمومی.
- آشنایی با قراردادهای عکاسی و فیلمبرداری در روابط عمومی.
- آشنایی با نرم افزارهای گرافیکی و تدوین.

مدت زمان دوره: ۴۸ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۴

عنوان دوره: ارتباطات تصویری در روابط عمومی

هدف دوره: از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: با ادبیات تصویری و نحوه ارزشیابی و همچنین چگونگی صفحه بندی روزنامه ها آشنا می شوند.

### محتوی دوره:

- روانشناسی رنگها (کاربرد رنگها در اطلاع رسانی/دکوارسیون/تأسیسات).
- ادبیات تصویری (آرایش اطلاعات تصویری/تأیید بر طراحی انواع پوسترهای تبلیغاتی و آموزش و تفاوت های آنها) و کاربرد آن در روابط عمومی.
- صفحه بندی صفحات روزنامه ها (نحوه تهیه انواع بروشور).
- گرافیک محیطی و کاربرد آن در روابط عمومی.

مدت زمان دوره: ۳۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۵

عنوان دوره: تکنولوژی چاپ و نشر

هدف دوره: از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: انواع فرآورده های چاپ و نشر در روابط عمومی و کاربرد هر یک را شرح دهند- مراحل چاپ و توزیع اقدام چاپی را بیان کنند.

### محتوی دوره:

- معرفی و کلیات.
- جایگاه چاپ و نشر در روابط عمومی.
- انواع فرآورده های چاپ و نشر در روابط عمومی (بروشور، کتاب، نشریه، کاتالوگ).
- مراحل تولید مواد چاپ.
- کاغذ و انواع آن.
- لیتوگرافی و انواع خروجی ها (فیلم و زینگ).
- چاپ و انواع آن.
- صحافی و انواع آن.
- توزیع اقلام چاپی.
- آشنائی با قطع محصولات چاپی.
- نحوه عقد قرارداد و انجام محاسبات مربوط.
- روابط عمومی بعنوان ناظر چاپ و نشر.

مدت زمان دوره: ۴۶ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۶

عنوان دوره: تبلیغات در روابط عمومی

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: یک برنامه تبلیغاتی را طراحی کرده و پس از اجرا ارزیابی نمایند- با توجه به در نظر گرفتن استراتژیهای مختلف شعار تبلیغاتی تدوین کنند.

### محتوی دوره:

- مفهوم تبلیغات- ارتقاء تبلیغاتی- نکات مورد توجه در طراحی یک برنامه تبلیغاتی (تعیین هدف، بودجه و تبلیغات).
- تهیه پیام تبلیغاتی (سبکهای مختلف اجرا نمودن پیام)- انتخاب رسانه تبلیغاتی.
- ارزیابی تبلیغات- درک تبلیغات توسط مخاطبان- عوامل مؤثر در درک تبلیغات- گزینش ادراکی.
- عوامل مؤثر در گزینش ادراکی (عوامل داخلی شامل، تازگی و آشنایی، حرکت و جنبش، تکرار و تداوم، درجه اختلاف با محیط، اندازه یا شدت).
- عوامل داخلی (انگیزش، تجارب و فراگرفته های قبلی فرد، شخصیت).
- تدوین شعار تبلیغاتی استراتژی نوین تبلیغات- مسائل و موضوعات مورد توجه در تدوین شعار تبلیغاتی.

مدت زمان دوره: ۳۰ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۷

عنوان دوره: هنر خوب نوشتن در روابط عمومی

هدف دوره: از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره بتوانند: نامه ها، گزارشها، مقاله ها و ... را با توجه به اصول علمی نگارش تهیه و تنظیم نمایند.

### محتوی دوره:

- اهمیت نویسندگی در روابط عمومی - تفاوت تبلیغات و روابط عمومی - پژوهش و نویسندگی، نویسندگی دقیق و رعایت منافع مخاطب.
- ارائه مفاهیم ساده و آسان از دیدگاههای پیچیده - مجلات صنفی و تجاری و نحوه تهیه آنها - نحوه تهیه و ارائه نمایشنامه.
- دستور، دیکته و نقطه گذاری - یادداشتها و نامهها - گزارشها و پیشنهادها - انواع ارائه یادداشت - نامه و بخشهای مختلف آن.
- نامه های عمومی، نقش و اهمیت آنها - اوراق حاوی اطلاعات اولیه و تعیین موقعیت با اطلاعات توجیهی.
- نشریات در خدمت رسانه های نوشتاری - گزارشها و انواع آن - اعلامیه و گزارش ویژه و نحوه تنظیم آنها.
- تهیه مقاله برای مطبوعات و صدا و سیما - خبرنگارها - اصول و معیارهای مورد توجه در خبرنگارها.
- نقش و اهمیت خبرنگارها، گزارشها و مقالهها در اطلاع رسانی درون سازمان و افکار عمومی.

مدت زمان دوره: ۲۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۸

عنوان دوره: اصول و آداب تشریفات

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: اصول و روشهای تشریفات در نشستهای مختلف را توضیح دهند- رویدادهای مختلف (بازدیدها و ...) را برنامه ریزی و اجرا نمایند.

### محتوی دوره:

- مفهوم، تعریف و کاربردهای تشریفات- تشریفات در روابط عمومی- اصول روابط با مشتری- مراحل تشریفات.
- آیین تشریفات در همایشها و کنفرانسهای خبری داخلی.
- آیین تشریفات در مراسم تودیع و معارفه.
- آداب تشریفات برای مقامات درون و برون سازمانی.
- بازدید مقامات ارشد نظام از سازمان.
- افتتاحیهها و بهره برداری از طرحها.
- تشریفات مربوط به مذاکرات رسمی و غیر رسمی.
- بازدیدهای عمومی و تورهای سیاحتی همایشهای بین المللی.
- مباحث اجرائی تشریفات و شرایط و توانمندیهای عوامل ستادی و اجرائی.
- اطلاع رسانی در فرآیند تشریفات (اصول تشریفات/ استقبال/ حمل و نقل/ اسکان/ پذیرائی/ بدرقه).

مدت زمان دوره: ۲۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۹

عنوان دوره: آرشیو در روابط عمومی

هدف دوره: از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره بتوانند: منابع دیداری و شنیداری را در واحد روابط عمومی ضبط و نگهداری نمایند.

### محتوی دوره:

- مقدمه.
- تعریف آرشیو.
- علل ابهام در آرشیو (دیداری - شنیداری).
- تفاوت های آرشیو و کتابخانه.
- سابقه منابع آرشیو (دیداری - شنیداری).
- منابع دیداری - شنیداری (عکس، سینما، رادیو، تلویزیون، ویدیو، ضبط صوت).
- نگهداری منابع آرشیوی (دیداری - شنیداری).
- عوامل نگهداری منابع آرشیوی (دیداری - شنیداری).
- ساختمان، دما، رطوبت، نور، گرد و غبار، خطرات ناشی از آب، قفسه بندی).

مدت زمان دوره: ۲۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۱۰

عنوان دوره: استراتژی و مدیریت استراتژیک در روابط عمومی

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: مفاهیم و اهمیت استراتژی را توضیح دهند و در برنامه‌ریزی و سازماندهی روابط عمومی از رویکردهای نوین استراتژیک بهره‌گیری نمایند.

### محتوی دوره:

- اهمیت مدیریت استراتژیک در روابط عمومی - مفهوم استراتژی - تعاریف استراتژی به عنوان یک برنامه - استراتژی به عنوان یک روش - استراتژی به عنوان یک الگو - استراتژی به عنوان یک موقعیت - استراتژی به عنوان یک دیدگاه.
- ابعاد کلیدی استراتژی - مفاهیم رویکردهای استراتژی (استراتژی خطی، استراتژی تطبیقی، استراتژی توصیفی).
- مفاهیم روابط عمومی - رویکردهای استراتژی از نظر ویستینگون (رویکرد کلاسیک، تکاملی، فرآیندی سیستماتیک (اصولی)).
- سطح استراتژی - استراتژی سازمانی - استراتژی تجاری یا رقابت آمیز - استراتژی عملیاتی یا کاربردی.
- استراتژی رقابت آمیز و اهداف آن - استراتژی کلی یا توانمندسازی متمایز.

مدت زمان دوره: ۲۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۱۱

عنوان دوره: روابط عمومی و توسعه

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: مفاهیم و شاخصهای مختلف توسعه را توضیح دهند- کارکردهای روابط عمومی را در توسعه و در بیرون و خارج از سازمان تشریح نمایند.

### محتوی دوره:

- تعریف و مفهوم توسعه.
- ابعاد و شاخصهای توسعه.
- توسعه فرهنگی، توسعه سیاسی، توسعه اجتماعی و توسعه اقتصادی.
- نقش ارتباطات و اطلاعات در توسعه.
- کارکرد روابط عمومی در مشارکت عمومی برای تحقق توسعه.
- کارکرد روابط عمومی در تغییر نگرشها براساس تسهیل روند توسعه.
- کارکرد روابط عمومی‌ها در توسعه.
- کارکرد پژوهش روابط عمومی در توسعه.
- کارکرد اطلاع‌رسانی و خبررسانی روابط عمومی‌ها در توسعه.
- کارکرد آموزش روابط عمومی‌ها در عرصه درون و بیرون سازمان در توسعه.
- کارکرد تقسیم سازی روابط عمومی‌ها در عرصه درون و بیرون سازمان در توسعه.
- کارکرد نظارتی و هدایت کنندگی روابط عمومی در عرصه درون و بیرون سازمان در توسعه.
- کارکرد افکار سنجی روابط عمومی در توسعه.
- کارکرد در توسعه فرهنگی و اقتصادی.

مدت زمان دوره: ۲۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۱۲

عنوان دوره: پاسخگویی و مشتری فرمانی در روابط عمومی

هدف دوره: از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: اهمیت، اهداف و انواع پاسخگویی و همچنین ضرورت آن را از دیدگاه امام علی (ع) را توضیح دهند.

### محتوی دوره:

- مقدمه.
- تعریف پاسخگویی.
- پاسخگویی، خدمت به مشتری.
- وظایف مدیریت و کارکنان روابط عمومی نسبت به مشتری.
- لزوم پاسخگویی در اسلام.
- پاسخگویی از دیدگاه امام علی (ع).
- راهبردهای پاسخگویی.
- اهداف و نتایج پاسخگویی.
- پیامدهای پاسخگویی و راههای مبارزه با آن.
- دلایل عدم پاسخگویی سازمانها.

مدت زمان دوره: ۱۲ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۱۳

عنوان دوره: روش تحقیق در روابط عمومی

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: برای یک پروژه تحقیقاتی طرح تحقیق بنویسند و آن را اجرا و گزارش نمایند.

**محتوی دوره:** مفاهیم تحقیق و پژوهش - انواع روشهای تحقیق در روابط عمومی - کاربرد پژوهش در روابط عمومی - اصول طرح تحقیق نویسی در روابط عمومی - روشهای جمع آوری اطلاعات - فرضیات، اهداف و سؤالات تحقیق - تعاریف، نظری و عملیاتی متغیرها - جامعه آماری، نمونه گیری و روش تجزیه گیری - اصول و شیوه های استخراج و تحلیل داده ها - ارائه گزارش

مدت زمان دوره: ۳۲ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۱۴

عنوان دوره: رویکردهای نوین در روابط عمومی

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: ۱- انواع گرایش‌های نوین در حوزه علوم رفتاری و روابط عمومی را توضیح دهند. ۲- روابط عمومی در بخشهای دولتی و خصوصی و بین‌المللی را مقایسه نمایند.

**محتوی دوره:** بررسی نظریه‌های جدید در علوم ارتباطات - تکنیک‌های روابط عمومی مبتنی بر تکنولوژی جدید ارتباطی - ساختار و تشکیلات روابط عمومی مبتنی بر ارتباطات سیستمی - روابط عمومی‌های باز و بسته - کارکرد روابط عمومی‌ها در تشریح و توصیف، توجیه و تبیین، تفهیم و تفاهم - جذب و درون‌سازی - ابلاغ و انتشار - روابط عمومی بر حسب وظایف و اهداف خاص هر سازمان - روابط عمومی در بخشهای دولتی خصوصی و نیمه خصوصی - مقایسه روابط عمومی در سطح ملی و بین‌المللی - روابط عمومی در سطح ملی و آتی در قرن حاضر - پژوهش و ارزیابی برای تدوین یک برنامه روابط عمومی - بررسی نظریه‌های انتقادی به روابط عمومی - کار عملی (تهیه گزارش در خصوص توجه یا گرایش به رویکردهای نوین در روابط عمومی)

مدت زمان دوره: ۲۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۱۵

عنوان دوره: کاربرد اینترنت و فن آوری اطلاعات (IT) در روابط عمومی

هدف دوره: از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: از قابلیت های اینترنت در روابط عمومی استفاده نمایند...

### محتوی دوره:

- روابط عمومی به منزله یک متمایز کننده- چالش اینترنت در روابط عمومی- دلایل استفاده کارگزاران روابط عمومی از اینترنت (تقاضای تعلیم یادگیری در مقابل تقاضای تبلیغ شناساندن خود، نیاز به اجرای برنامه در زمان مقرر، نیاز به ایجاد عادت در مخاطبان)- پست الکترونیکی- وب سایت.
  - روابط رسانه ای از طریق شبکه- کنترل مراقبت از شبکه- نتایج محصول- روابط سرمایه گذاری- نفوذ پست الکترونیکی
  - ایجاد یک وب سایت جذاب- مدیریت وب سایت- قواعد شش گانه وب سایت برای توجه کارگذار یا کارشناسان روابط عمومی (قابلیت دسترسی به اطلاعات، کاربرد رنگ، تسهیل در کاربرد، هدف، محل درج اطلاعات)- کیت های مطبوعاتی دیجیتالی.
  - اطلاعیه خبری از طریق خطوط خبری- خطوط عمومی، خطوط مالی- خطوط در ازای پرداخت- تبلیغات شبکه ای.
  - آشنایی با سایت های خبری و وبلاگ های روابط عمومی.
  - مراقبت کنترل شبکه اینترنت- تبلیغات کالا در شبکه اینترنت- روابط سرمایه گذاری در شبکه اینترنت.
  - اینترنت ها، اکسترانت ها، سی دی رام ها در روابط عمومی.
- نظرسنجی اینترنتی.

مدت زمان دوره: ۴۰ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۱۶

عنوان دوره: برنامه ریزی استراتژیک در روابط عمومی

هدف دوره: از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: برای اجرای روابط عمومی یک برنامه ریزی استراتژیک تدوین نموده و آنرا اجرا و ارزیابی نمایند.

### محتوی دوره:

- مفهوم برنامه ریزی
- مفهوم برنامه ریزی استراتژیک
- ضرورت های برنامه ریزی
- تدوین برنامه ریزی استراتژیک در روابط عمومی و عواملی که باید مورد توجه قرار گیرد شامل: (شناخت و تحلیل ارزیابی نقاط ضعف سازمان، شناخت و تحلیل ارزیابی نقاط قوت سازمان، شناخت و تحلیل و ارزیابی فرصت های مهیا شده برای سازمان، شناخت و تحلیل و ارزیابی تهدیدات خارجی موجود برای سازمان).
- تدوین برنامه ریزی راهبردی برای روابط عمومی (۱- شناخت و تحلیل نقاط قوت روابط عمومی و جایگاه آن در سازمان، ۲- شناخت و تحلیل ارزیابی نقاط ضعف روابط عمومی، ۳- شناخت و ارزیابی فرصت های استراتژیک، ۴- شناخت، تحلیل و ارزیابی تعهدات استراتژیک).
- اصول ارزیابی برنامه های روابط عمومی.
- طرح ریزی یک برنامه استراتژیک با توجه به نتایج بدست آمده.

مدت زمان دوره: ۳۰ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۱۷

عنوان دوره: مدیریت همایش‌ها و گردهمایی‌ها

هدف دوره: از فراگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: انواع همایش‌ها و گردهمایی‌ها را برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی نمایند.

### محتوی دوره:

- بررسی موضوعی و مفهوم گردهمایی و همایش و دیگر نشست‌های عمومی (جمعی).
- تعریف مدیریت همایش‌ها و گردهمایی‌ها، تعیین اهداف در برگزاری همایش‌ها و گردهمایی‌ها، امکان‌سنجی و پژوهش برای برنامه‌ریزی بهتر همایش‌ها و گردهمایی‌ها.
- سازماندهی منابع مورد نیاز - انتخاب زمان و مکان مناسب در برگزاری همایش و گردهمایی‌ها.
- مدیریت اطلاعات و ارتباطات - همایش و گردهمایی‌ها (تبلیغات، اطلاعیه‌ها، انتشار اخبار، پوشش‌دهی رسانه‌های جمعی و ...).
- طراحی برنامه اجرایی گردهمایی‌ها و همایش‌ها (شروع تا پایان برحسب زمان، امکانات، عوامل اجرایی هزینه‌ها و ...).
- ارزیابی کیفی و کمی از همایش‌ها و گردهمایی‌ها از نظر کمی و کیفی در روابط عمومی‌ها و ارائه گزارش تحقیقی.

مدت زمان دوره: ۱۸ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۱۸

عنوان دوره: اصول گزارش نویسی در روابط عمومی

هدف دوره: از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: انواع گزارشهای اداری و ... را با توجه به قواعد آن تهیه و تدوین نمایند..

### محتوی دوره:

- تعاریف و اصطلاحات.
- کاربرد گزارش.
- انواع گزارش از دیدگاه کاربرد (گزارشهای اداری، گزارشهای مالی و اجرائی، گزارشهای بازرگانی) - انواع گزارش از نظر محتوی (گزارشهای اطلاعاتی، گزارشهای تحلیلی و تحقیقاتی، گزارشهای مشاوره‌ای) - شکل‌های مختلف گزارش (گزارش کتبی، گزارش شفاهی، گزارش تصویری، گزارشهای تلفیقی).
- ارکان گزارش.
- مراحل تنظیم گزارش (آماده شدن برای تهیه گزارش، جمع‌آوری اطلاعات، تنظیم اطلاعات جمع‌آوری شده، تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری - تنظیم و نگارش گزارش).

مدت زمان دوره: ۱۲ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۱۹

عنوان دوره: اصول و فنون تبلیغات و دفتر تبلیغاتی در روابط عمومی

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: اصول و فنون تبلیغات را توضیح دهند، انواع تبلیغات را با توجه به الگوها طبقه‌بندی نمایند - نقش و جایگاه دفتر تبلیغاتی و رابطه آنرا با روابط عمومی تشریح نمایند.

### محتوی دوره:

- اصول و فنون تبلیغات (مفاهیم و تعاریف تبلیغات، بازاریابی پژوهشی، آمیخته بازاریابی و عناصر آن، پنج الگو برای طبقه‌بندی انواع تبلیغات، کاربرد انواع جذب در تبلیغات، سبکها یا فنون تبلیغات، کاربرد فرآیند ارتباط در تبلیغات، مراحل آمادگی خریدار یا مخاطب، رابطه روابط عمومی یا تبلیغات برای انواع رسانه‌های تبلیغات، معیارهای انتخاب رسانه مناسب برای تبلیغات، نگاهی به سنجش اثربخشی تبلیغات.
- دفتر تبلیغاتی (تاریخچه تشکیل دفتر تبلیغاتی، تعریف و جایگاه دفتر تبلیغاتی، دفتر تبلیغات داخلی و خارجی، دلایل استفاده از خدمات دفتر تبلیغاتی، مشاغل تبلیغات، رابطه روابط عمومی با دفتر تبلیغاتی)

مدت زمان دوره: ۲۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۲۰

عنوان دوره: انتشارات در روابط عمومی

هدف دوره: از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: مسائل حقوقی و قانونی حاکم بر انتشار نشریات را توضیح دهند.

### محتوی دوره:

- انتشارات ادواری (نشریه داخل سازمانی، نشریه برون سازمانی).
- تعاریف، تاریخچه، اهداف، محتوی، صفحه آرائی.
- آشنایی با مسائل قانونی و حقوقی نشریات سازمانی.
- بررسی وضعیت فعلی نشریات درون سازمانی.
- درست نویسی ویراستاری در نشریات سازمانی.
- بررسی تعدادی از نشریات در حال انتشار.
- انتشارات غیر ادواری
- بروشور، کتاب و کتابچه، پوستر، گزارش سالیانه، کاتالوگ، تراکت و ...

مدت زمان دوره: ۳۰ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۲۱

عنوان دوره: اصول و مبانی ارتباط جمعی

هدف دوره: از فراگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: انواع ارتباط و مدل‌های ارتباطی را توضیح دهند- نقش، وظایف و ویژگی‌های وسایل ارتباط جمعی را تشریح نمایند.

### محتوی دوره:

- سابقه تاریخی مطالعات ارتباطی
- بررسی مفهوم ارتباط
- بررسی عناصر ارتباط و مدل‌های ارتباطی
- اطلاع و ارتباط- سیر تاریخی ارتباطات سنتی تا ارتباطات جمعی
- نقش و وظایف وسایل ارتباط جمعی از دیدگاه تئوری پردازان ارتباطات
- روش‌های مطالعه در وسایل ارتباطی (مکاتب غیر تکنولوژی و جامعه شناسی ارتباطات)
- ارتباطات و رفتارهای جمعی
- ویژگی‌های وسایل ارتباط جمعی و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی
- مطالعه وضعیت ارتباط جمعی در ایران

مدت زمان دوره: ۲۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۲۲

عنوان دوره: مدیریت روابط عمومی

هدف دوره: از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: بر واحدهای روابط عمومی، برنامه ریزی، سازماندهی و نظارت و ارزیابی داشته باشند.

### محتوی دوره:

- نقش و جایگاه مدیریت در روابط عمومی - روابط عمومی و مدیریت رسانه‌ای - مهمترین موانع و کاستی در مدیریت روابط عمومی
- دستاوردهای یک مدیریت خوب روابط عمومی برای سازمان - ارتباط با مدیریت بالای سازمان - خصوصیات و اعمال مدیر روابط عمومی
- معمای ناکار آمدی مدیریت روابط عمومی - نقش مدیر در ارزیابی روابط و کارایی در روابط عمومی - اهمیت ارزیابی روابط عمومی
- مهمترین شاخصهای مورد ارزیابی در روابط عمومی (نظارت متقابل، اطمینان، رضایت، رابطه جمعی، تعهد) - مفهوم ارزیابی روابط عمومی
- بودجه ریزی در روابط عمومی
- اصول مورد توجه در ارزیابی و سنجش روابط عمومی - تعیین اهداف قابل ارزیابی در روابط عمومی
- تعیین اهداف به منظور ارزیابی موقعیت برنامه‌ها در روابط عمومی

مدت زمان دوره: ۱۶ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۲۳

عنوان دوره: ارتباطات رسانه‌ای در روابط عمومی

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: انواع رسانه‌ها و نقش آنها را در اطلاع‌رسانی توضیح دهند- وسایل سمعی و بصری را با توجه به اصول فنی نگهداری و سرویس‌دهی نمایند.

### محتوی دوره:

- تعریف رسانه.
- انواع رسانه (طبقه‌بندی رسانه‌ها).
- کارکرد رسانه‌های جمعی.
- نقش رسانه‌ها در تسهیل اطلاع‌رسانی.
- تکنیک‌های رسانه‌ای.
- اصول کاربرد رسانه‌ها در روابط عمومی ( با تأکید بر مخاطب و پیام).
- اصول فنی آرشیو رسانه‌ها.
- نگهداری و سرویس‌دهی و آماده سازی وسایل سمعی و بصری.
- مراکز تولید و تهیه رسانه‌ها در ایران.
- بریده جراید در روابط عمومی.
- شیوه‌های ارتباط با خبرنگاران.
- سفرهای مطبوعاتی.

مدت زمان دوره: ۳۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

عنوان دوره: عکاسی خبری

کد دوره: ۱۲/۲۴

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: اهمیت عکاسی و کاربرد آن را در روابط عمومی توضیح دهند- از انواع مراسمها و رویدادها عکس تهیه نمایند.

### محتوی دوره:

- اهمیت عکاسی و کاربرد آن در روابط عمومی.
- دوربین، عدسیها، وسایل نورپردازی و فیلترها و ...
- چگونگی و طرز تهیه عکس.
- اصول کادربندی و شناخت ارزشهای هنری در عکاسی.
- کمپوزیسیون و زیبا شناسی، لابراتور عکاسی و مراحل چاپ و ظهور عکس.
- عکاسی، انواع عکاسی خبری و چگونگی شناخت مفاهیم خبری
- نقش عناصر خبر در عکاسی خبری، صفات و خصوصیات عکاسی خبری
- تفاوت عکس خبری با عکس تفسیری، چگونگی جستجو جمع آوری عکسها به منظور اهداف مختلف روابط عمومی.
- طرز تهیه عکس از مراسم مختلف و رویدادهای متفاوت.
- تجزیه و تحلیل انواع عکاسی خبری.
- وسایل و تجهیزات مورد نیاز (امکان استفاده از لابراتور، امکان استفاده از استودیو عکاسی، امکان استفاده از وسایل سمعی و بصری (فیلمهای خبری، عکسهای خبری، اسلاید، اورهد و ...).

مدت زمان دوره: ۵۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۲۵

عنوان دوره: مبانی، اصول و نظریه‌های روابط عمومی

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: مبانی، نظریه‌ها و اصول روابط عمومی را توضیح دهند- با توجه به تکنیک‌های خبرنگاری، خبرهای جامع تدوین نمایند- فرآیند اطلاع‌رسانی و اهمیت آن را در روابط عمومی تشریح نمایند.

### محتوی دوره:

- مقدمه- تاریخچه روابط عمومی- مفاهیم روابط عمومی- اهداف روابط عمومی- الگوها و نظریه‌های روابط عمومی- افکار عمومی (درون و خارج سازمان).
- شناسایی افکار عمومی، اهمیت و جایگاه و ستون‌های پژوهش افکار عمومی در روابط عمومی.
- ارتباطات و روابط عمومی- الگوها و نقش‌های روابط عمومی- مشخصه‌های اصلی روابط عمومی- نقش روابط عمومی در افزایش مشارکت مردم
- بحران و روابط عمومی- وظایف روابط عمومی در قبل، حین و بعد از بحران- تشریفات و روابط عمومی- تشریفات و ارتباطات.
- اصول روابط عمومی (تفاهم‌گرایی، تحقیق، اخلاق، مدیریتی بودن فعالیت).
- روابط عمومی و ارتباط آن با رسانه- خبرنگاری در روابط عمومی و آشنایی با تکنیک‌های خبرنگاری.
- فرآیند اطلاع‌یابی، اطلاع‌رسانی و اطلاع‌سناسی و ارتباطات آنها با روابط عمومی- اهمیت ارتباطات میان فردی در روابط عمومی.
- ارکان روابط عمومی (تحقیق، برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی).
- تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاع‌رسانی قابل استفاده در روابط عمومی- اقناع و متقاعد سازی در فعالیتهای روابط عمومی.
- اهمیت و لزوم کلی برنامه‌های روابط عمومی.

مدت زمان دوره: ۳۰ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۲۶

عنوان دوره: مخاطب شناسی در روابط عمومی

هدف دوره: از فرآگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره بتوانند: وظایف اصلی روابط عمومی را نام ببرند- انواع مخاطب در روابط عمومی و نقش آنها را تشریح نمایند.

### محتوی دوره:

- مقدمه- موسسات و ارتباط آنها با محیط- تعاریف روابط عمومی (تعاریف مفهومی روابط عمومی).
- تعاریف کاربردی روابط عمومی- وظایف اصلی روابط عمومی (اطلاع رسانی، تبلیغ و ترغیب، مشارکت جویی، همگرایی و وحدت بخشی)- مخاطب و مخاطب شناسی در روابط عمومی و ارتباطات- مخاطب شناسی از آغاز تا کنون.
- نظریه‌های مخاطب شناسی.
- تفاوت مفهوم مخاطبان در روابط عمومی و رسانه‌ها- تقسیم بندی مخاطبان در روابط عمومی- تفاوت بین روزنامه نگاری و روابط عمومی (از نظر حوزه عمل، مخاطبان، رسانه‌ها)- فعالیتهای روابط عمومی در ایران- نمودار سازمانی دفاتر و واحدهای روابط عمومی سازمانها- نقش دفاتر روابط عمومی سازمانها- انتظارات و توقعات مدیریت سازمان از روابط عمومی.

مدت زمان دوره: ۲۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۲۷

عنوان دوره: خبرنگاری در روابط عمومی

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: ارزشها و اهمیت تهیه و تنظیم خبر در روابط عمومی را توضیح بدهند- انواع خبر را با توجه به سبکهای مختلف خبر تهیه نمایند.

### محتوی دوره:

- ارزشهای هفتگانه خبری.
- استفاده از ارزشها و عناصر خبری در تنظیم خبر.
- تهیه و تنظیم خبر کنفرانسها، سمینارها، سخنرانیها، جلسات رسمی، اخبار قضایی و ...
- مفاهیم اساسی در خبرنگاری و شناخت خبر.
- سبکهای خبرنگاری (سبک هرم وارونه، سبک تاریخی همراه با لید، سبک تشریحی، مقایسه)، سبکهای خبرنگاری و شناخت خبر.
- تعریف لید، انواع لید، استفاده از روشها و عناصر خبری در لید.
- خلاصه و زنده بودن خبر، تطبیق و تناسب تیتر با مطلب روشن و دقیق بودن تیتر، داشتن ویژگی جلب توجه.
- تیتر خبری، خبر اختصاص، تفسیری و مقاله و پرتاژ و مطالب تحقیقی ...
- اشکال تیتر، مواردیکه بایستی از نظر تیترنویسی رعایت شود.
- جوابیه، تکذیب و توضیح.

مدت زمان دوره: ۳۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۲۸

عنوان دوره: مصاحبه خبری

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزش بتوانند: ویژگیهای مصاحبه و مصاحبه شونده را توضیح دهند- انواع مصاحبه های خبری و مطبوعاتی را با توجه به اصول و تکنیکهای مصاحبه انجام دهند.

### محتوی دوره:

- تعریف مصاحبه و کاربرد آن در روابط عمومی.
- ویژگیهای مصاحبه.
- گروه مصاحبه شونده.
- ویژگیهای مصاحبه کننده.
- نحوه تداوم و آماده شده برای انجام مصاحبه.
- نقش اطلاعات شخص مصاحبه شونده و مصاحبه کننده در انجام یک مصاحبه.
- نحوه شروع مصاحبه.
- طرز برخورد با مصاحبه شونده.
- ضرورت برقراری ارتباط با مصاحبه شونده، انواع مصاحبه، شفاهی، عمقی، تحلیلی، هدایت شونده، گسترده، آزاد، خبری، تفسیری، عملی).
- مصاحبه های غیر حضوری (تلفنی) و کاربرد آن.
- موارد استفاده از انواع مصاحبه ها.
- مصاحبه تلفنی و اصول کاربرد آن.

مدت زمان دوره: ۲۴ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۲۹

عنوان دوره: اصول و مبانی اطلاع‌رسانی

هدف دوره: از فراگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: اطلاعات را تهیه، ذخیره، ارزیابی و ارائه نمایند.

### محتوی دوره:

- تعریف اطلاع‌رسانی
- تهیه، تولید، ذخیره، ارزیابی و اشاعه اطلاعات
- مطالعه و آینده‌های ارتباطی در جامعه
- اصول کتابداری و فهرست نویسی
- رده بندی اطلاعات
- نمایه سازی، آرشیو، رسانه‌ها، فناوری اطلاعات، معماری اطلاعات، جامعه اطلاعاتی، اقتصاد اطلاعات، نشر الکترونیکی

مدت زمان دوره: ۲۰ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۳۰

عنوان دوره: گرافیک و صفحه آرایی

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: انواع محصولات انتشاراتی را به شکل مناسب، زیبا و هدفدار به مخاطب ارائه نمایند.

### محتوی دوره:

- تعریف گرافیک و اهمیت کاربرد آن در دنیای امروز.
- بررسی تاریخچه گرافیک و سیر تحول آن در جوامع تا به امروز.
- الفبای گرافیک.
- بیان و ارائه از طریق تصویر.
- الفبای فرم و مبحث رنگ.
- ظاهر، ساخت و تشکیلات در بیان تصویری.
- اندازه، مقدار و جهت، تقسیم و موقعیت در هنر گرافیک.
- پرسپکتیو، طراحی گرافیک، روشها و تجزیه و تحلیل.
- اندازه و انواع حروف.
- گراورسازی و کلیشه سازی.
- نقش گرافیک در ایران.
- انتقال پیام در وسائل ارتباط جمعی.

مدت زمان دوره: ۴۵ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۳۱

عنوان دوره: تحلیل محتوای پیامهای ارتباطی

**هدف دوره:** از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: نقش ها و کاربردهای تجزیه و تحلیل محتوای پیامهای ارتباطی را توضیح دهند- محتوای روزنامه ها و ... را بررسی و تحلیل نمایند- در تحلیل محتوای پیامها از نرم افزار SPSS استفاده نمایند.

### محتوی دوره:

- مبانی تحقیق در محتوای پیامهای ارتباطی.
- ضرورتها و کاربردهای تجزیه و تحلیل محتوای.
- شیوه های تجزیه و تحلیل محتوای و مراحل آن.
- شناخت روزنامه و تلویزیون.
- اصول و روشهای تحقیق: نمونه گیری و ارزیابی و انتخاب.
- روشهای بررسی محتوای روزنامه، پیامهای تلفنی و ... در رابطه با روابط عمومی.
- کار عملی (انجام مطالعه موردی).
- روش کار با SPSS در تحلیل محتوای و تجزیه و تحلیل داده های آن.
- ارائه کار عملی و گزارش تحلیلی.

مدت زمان دوره: ۴۶ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۳۲

عنوان دوره: اقناع و تبلیغ

هدف دوره: از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: خصوصیات و تأثیرات تبلیغ و اقناع در روابط عمومی را توضیح دهند.

### محتوی دوره:

- کلیات و معرفی (مفهوم تبلیغ، رسالت و اهمیت تبلیغات در روابط عمومی).
- فرآیند پذیرش پیام.
- روش های اقناع.
- تبلیغ.
- ویژگیهای تبلیغ (ویژگیهای القایی، ویژگیهای آموزشی و ...).
- لزوم تبلیغ.
- تأثیرات تبلیغ.
- تهیه برنامه تبلیغی با توجه به ویژگیهای آن.

مدت زمان دوره: ۱۲ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۳۳

عنوان دوره: ترجمه متون ساده خبری

هدف دوره: از فراگیران انتظار می‌رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: متن های خبری به زبان انگلیسی را ترجمه کنند.

### محتوی دوره:

- سبک‌های نگارش خبر در روزنامه ها و نشریات دوره ای انگلیسی زبان
- تعریف ترجمه و فرآیند آن
- انواع ترجمه
- شیوه های ترجمه خبری
- جنبه های معنایی واژگان خبری در ترجمه خبر
- شیوه های بکارگیری هنجارهای فرهنگی اجتماعی زبان مبدا و مقصد در ترجمه
- اصول و تکنیکهای ترجمه
- ترجمه یک متن خبری

مدت زمان دوره: ۳۰ ساعت

## مشخصات دوره های آموزشی

کد دوره: ۱۲/۳۴

عنوان دوره: شنود صوتی و تصویری

هدف دوره: از فراگیران انتظار می رود پس از پایان دوره آموزشی بتوانند: مطالب خبری و سخنرانیها و...را از روی نوار و فیلم یادداشت برداری و گزارش نمایند.

### محتوی دوره:

- تمرین آواها، تمرین الگوهای زبان، آهنگ، جمله، تکیه
- یادداشت برداری از روی نوار، درک مطلب از طریق گوش کردن نوار و..
- گفتگو در حد مطالب مطروحه در نوار یا متن با توجه به لغات و اصطلاحات بکار برده شده
- شیوه های بکارگیری هنجارهای فرهنگی اجتماعی زبان مبدا و مقصد در ترجمه
- اصول و تکنیکهای ترجمه

مدت زمان دوره: ۲۰ ساعت