# نشست تخصصی
## دوره پیوسته تبلیغات

امراله فرهادی

در شماره پیشین فصل‌نامه ویژه ( شماره ۷ – صفحات ۱۲ و ۱۳ ) به تفصیل در خصوص اهداف، الزامات، برنامه‌ریزی‌ها و شرایط تشکیل دوره تخصصی پیوسته مدیریت تبلیغات پرداختیم و تاکنون ۱۹ نفر هم برای شرکت در این دوره ثبت‌نام کرده‌اند .

بر آن بودیم که انشا ا... در بهار سال ۱۳۸۷ ( پس از تعطیلات نوروزی ) آغاز دوره را از سر بگیریم. به همین‌خاطر و با توجه به اهمیت خاص سرفصل‌های آموزشی و برای بررسی و مطالعه بیشتر، نشست علمی تخصصی‌ای را با حضور بزرگواران، خانم شهرزاد اسفرجانی و آقایان: کامران کاتوزیان، مجید دوخته‌چی‌زاده، دکتر علیرضا صدرمحمدی و افشین آشتی در تاریخ ۱۲ دی ماه برگزار کردیم.

در این نشست ۴ ساعته مدعوین به گفتگو و تبادل‌نظر در خصوص اهداف دوره، نیاز وافر جامعه و دست‌اندرکاران بازاریابی و تبلیغات پرداخته و دیدگاه‌ها و نظریات حرفه‌ای خود را به چالش کشاندند.

**نتایج برآمده از این نشست به شرح زیر است:**

می‌خواهیم با برگزاری این دوره‌ها، سواد و دانش تبلیغاتی علاقه‌مندان را به صورت آکادمیک ، حرفه‌ای و عملی طی یکسال آموزش و کار موازی به سطح مطلوب و شایسته‌ای برسانیم تا درپایان دوره:

- فارغ‌التحصیلان بتوانند با جرات و شهامت و تکیه بر دانش خود مدیریت پروژه‌های تبلیغاتی ( Brand Manager )کارآمدی را عهده‌دار شوند .
- یا بتوانند، هرکدام به تنهایی به خوبی یک موسسه تبلیغاتی جمع و جور را اداره کنند.
- و یا مدیریت یک یا چند واحد از یک آژانس تبلیغاتی بزرگ ( مانند ؛ مدیریت پروژه، مدیریت یک نام تجاری، مدیریت رسانه و ...) را بر عهده بگیرند.
- و یا راهبری و اداره‌ی یک تیم کارآمد را برای برنامه‌ریزی موثر و پیشبرد اهداف تبلیغاتی یک نام تجاری ملی یا بین المللی ( Brand Name ) دریک آژانس تبلیغاتی بپذیرند.
- و یا بتوانند مدیریت یک تیم را در یک مجموعه آزاد برای ایده‌پردازی و پیشنهاد پروژه‌های تبلیغاتی موثر ( Ad.Campaign ) به موسسات بزرگ تبلیغاتی عهده‌دار شوند.
- و نیز روابط عمومی سازمان‌ها و نهادها و نام‌های تجاری تولیدکنندگان بزرگ کشور را ( به عنوان Brand Manager ) مدیریت‌کرده و با دانش روز حرف‌های تازه‌ای برای گفتن داشته‌باشند.

طبعاً دلیلی هم ندارد که شرکت‌کنندگان در این دوره‌ها حتماً طراح گرافیک باشند. اما بدیهی است‌که شرکت‌کنندگان می‌بایست با علاقه‌مندی خاص و شناخت جامع از شغلی که دارند و یا در آینده نزدیک به انتظارشان نشسته است برای حضور و آموزش در این دوره‌ها اقدام نمایند.

بنابراین در این رهگذر، بسیاری از عزیزان در حوزه‌های مختلف مدیریتی آژانس‌ها و یا کانون‌های تبلیغاتی، صاحبان و مدیران استودیوهای شخصی گرافیک و تبلیغات، مدیران کالا ( Brand Manager ) درکارخانجات تولیدی و تجاری، مسئولان حوزه‌های گوناگون روابط عمومی و ارتباطات اعم از فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و ... به خوبی می‌توانند با بهره‌گیری از مضامین و محتوای آموزشی این دوره دانش شغلی خود را به‌روز کرده و یا تکمیل کنند .

یکی دیگر از نکات حائز اهمیت این نشست، تاکید بر اهمیت کارگاه‌های تخصصی، پروژه‌های عملی و اجرایی و کار گروهی داوطلبان در طول دوره است که بتوانند با مضمون‌های واقعی، کمپین‌های تبلیغاتی اثر بخشی را طراحی و ارائه نمایند.