

معاونت پژوهش، برنامه‌ریزی و سنجش مهارت

دفتر پژوهش، طرح و برنامه‌ریزی درسی

استاندارد آموزش شغل

مدیر تبلیغات و بازاریابی درجه ۱

گروه شغلی

امور مالی و بازرگانی

کد ملی آموزش شغل

۳	۳	۲	۲	۳	۰	۴	۵	۰	۰	۴	۰	۰	۰	۱
ISCO-۰۸				سطح مهارت	شناسه گروه			شناسه شغل			شناسه شایستگی			نسخه

۱/۱/۲۰۳۳-۴

تاریخ تدوین استاندارد: ۸۸/۱/۱



خلاصه استاندارد

<p>تعریف مفاهیم سطوح یادگیری</p> <p>آشنایی: به مفهوم داشتن اطلاعات مقدماتی/شناسایی: به مفهوم داشتن اطلاعات کامل / اصول: به مفهوم میانی مطالب نظری / توانایی: به مفهوم قدرت انجام کار</p>	
<p>مشخصات عمومی شغل :</p> <p>مدیریت تبلیغات و بازاریابی شغلی است که در آن مدیر بازاریاب توان مدیریت یک یا چند واحد تبلیغاتی و بازرگانی را دارد و می‌تواند با شناخت وضعیت بازار و ویژگی‌های انواع تبلیغات و تاثیر رسانه‌ها در تبلیغات اقدام به بازاریابی و تبلیغ از کالاهای گوناگون کند. مدیر تبلیغات باید با روانشناسی و جامعه‌شناسی تبلیغات، انواع برندها، تکنیک‌های خلاقیت، سبک‌های تبلیغات، تاکتیک‌های تبلیغ و بازاریابی آشنا باشد.</p>	
<p>ویژگی‌های کارآموز ورودی :</p> <p>حداقل میزان تحصیلات : دیپلم</p> <p>حداقل توانایی جسمی : متناسب با شغل</p> <p>مهارت‌های پیش‌نیاز این استاندارد : بازاریاب درجه ۲</p>	
<p>طول دوره آموزشی :</p> <p>طول دوره آموزش : ۷۹ ساعت</p> <p>- زمان آموزش نظری : ۷۳ ساعت</p> <p>- زمان آموزش عملی : ۶ ساعت</p> <p>- زمان کارآموزی در محیط کار : - ساعت</p> <p>- زمان اجرای پروژه : - ساعت</p> <p>- زمان سنجش مهارت : - ساعت</p>	
<p>روش ارزیابی مهارت کارآموز :</p> <p>۱- امتیاز سنجش نظری (دانش فنی) : ۲۵٪</p> <p>۲- امتیاز سنجش عملی : ۷۵٪</p> <p>۲-۱- امتیاز سنجش مشاهده‌ای : ۱۰٪</p> <p>۲-۲- امتیاز سنجش نتایج کار عملی : ۶۵٪</p>	
<p>ویژگی‌های نیروی آموزشی :</p> <p>حداقل سطح تحصیلات : لیسانس بازرگانی با ۴ سال سابقه کار ، فوق لیسانس بازرگانی با ۲ سال سابقه کار</p>	



فهرست توانایی های شغل

ردیف	عنوان توانایی
۱	توانایی انجام روانشناسی و جامعه شناسی تبلیغات
۲	توانایی خلق و ارتقای نام تجاری (برند)
۳	توانایی انجام مفاهیم و تکنیکهای خلاقیت
۴	توانایی تهیه پیام تبلیغاتی
۵	توانایی کار با رسانه ها
۶	توانایی انجام برنامه ریزی رسانه ای
۷	توانایی تهیه و انجام سبکهای تبلیغات
۸	توانایی انجام تکنیکها و تاکتیکهای تبلیغات و بازاریابی
۹	توانایی برنامه ریزی کمپین تبلیغاتی
۱۰	توانایی انجام پروژه برنامه ریزی و مدیریت راهبردی کمپین خلاقانه و هوشمند
۱۱	توانایی انجام اصول بهداشتی و حفاظت فنی



شماره	شرح	زمان آموزش		
		نظری	عملی	جمع
۱	توانایی انجام روانشناسی و جامعه شناسی تبلیغات ۱-۱ آشنایی با جامعه شناسی تبلیغات ۱-۲ آشنایی با اصول روانشناسی تجاری - جایگاه سازی ۱-۳ آشنایی با رفتار مصرف کننده ۱-۴ آشنایی با جاذبه های تبلیغات ۱-۵ آشنایی با روشهای تاثیر بر انواع مخاطب	۸	-	۸
۲	توانایی خلق و ارتقای نام تجاری (برند) ۲-۱ آشنایی با روشهای انتخاب نام تجاری (برند) - تاثیر و مفاهیم روانشناسی حروف - تاثیر و مفاهیم روانشناسی رنگها ۲-۲ آشنایی با مفهوم جایگاه سازی ۲-۳ آشنایی با شناخت رقبا - مونیتورینگ	۸	-	۸
۳	توانایی انجام مفاهیم و تکنیکهای خلاقیت ۳-۱ آشنایی با تکنیکهای خلاقیت در تبلیغات ۳-۲ آشنایی با تکنیک توفان ذهنی ۳-۳ آشنایی با تکنیک تریز ۳-۴ آشنایی با تکنیک دلفی ۳-۵ آشنایی با تکنیک اسکمپر ۳-۶ آشنایی با تکنیک سناریو نویسی ۳-۷ آشنایی با تکنیک گروه اسمی	۸	-	۸



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
۱۰	-	۱۰	<p>توانایی تهیه پیام تبلیغاتی</p> <p>۴-۱ آشنایی با روشهای انتخاب نام تجاری</p> <p>- تاثیر و مفاهیم روانشناسی حروف</p> <p>- تاثیر و مفاهیم روانشناسی رنگها</p> <p>- ویژگی های یک پیام تبلیغاتی</p> <p>۴-۲ آشنایی با شعار تبلیغاتی (اسلوگان)</p> <p>- ویژگیهای یک شعار تبلیغاتی</p> <p>- جایگاه متن و تصویر در آگهی</p> <p>- اصول نگارش پیام برای رسانه های مختلف</p>	
۷	-	۷	<p>توانایی کار با رسانه</p> <p>۵-۱ آشنایی با روشهای تبلیغ در رسانه های چاپی</p> <p>- انواع رسانه های چاپی</p> <p>- مزایا و معایب رسانه های چاپی</p> <p>- روشهای تبلیغ در تلویزیون</p> <p>- مزایا و معایب تلویزیون</p> <p>- روشهای تبلیغ در رادیو</p> <p>- مزایا و معایب رادیو</p> <p>- روشهای تبلیغ در روزنامه</p> <p>- مزایا و معایب روزنامه</p> <p>- روشهای تبلیغ در مجله</p> <p>- مزایا و معایب مجله</p> <p>- روشهای تبلیغات محیطی</p> <p>- مزایا و معایب تبلیغات محیطی</p>	

زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			<ul style="list-style-type: none"> - روش های تبلیغ در اینترنت - مزایا و معایب تبلیغات در اینترنت - سایر روش های تبلیغ 	
۸	-	۸	<p>توانایی برنامه ریزی رسانه ای</p> <ul style="list-style-type: none"> ۶-۱ آشنایی با مشخصات و ویژگیهای رسانه ها ۶-۲ آشنایی با شاخصهای رسانه ای - تعاریف رسانه ای (دسترسی ، مخاطب ، تاثیر ناخالص ، فراوانی و ...) ۶-۳ آشنایی با GRP ۶-۴ آشنایی با CPM - طراحی برنامه رسانه ای - تعیین اهداف رسانه ای - تعیین استراتژی رسانه ای - خرید رسانه - مسئولیتها و وظایف خریدار رسانه 	۶
۸	-	۸	<p>توانایی تهیه و انجام سبکهای تبلیغات</p> <ul style="list-style-type: none"> ۷-۱ آشنایی با سبک کلاسیک در تبلیغات ۷-۲ آشنایی با سبک باروک در تبلیغات ۷-۳ آشنایی با سبک مدرنیسم در تبلیغات ۷-۴ آشنایی با سبک رئالیسم در تبلیغات ۷-۵ آشنایی با سبک ناتورالیسم در تبلیغات ۷-۶ آشنایی با سبک رمانتیسم در تبلیغات ۷-۷ آشنایی با سبک فوتوریسم در تبلیغات 	۷

زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			<p>۷-۸ آشنایی با سبک داداییسم در تبلیغات</p> <p>۷-۹ آشنایی با سبک امپرسیونیسم در تبلیغات</p> <p>۷-۱۰ آشنایی با سبک سمبولیسم در تبلیغات</p> <p>۷-۱۱ آشنایی با سبک پست مدرن در تبلیغات و ...</p>	
۸	-	۸	<p>توانایی انجام تکنیکها و تاکتیکهای تبلیغات و بازاریابی</p> <p>۸-۱ آشنایی با تاکتیکهای مبتنی بر ورزش</p> <p>۸-۲ آشنایی با تاکتیکهای مبتنی بر هنر</p> <p>۸-۳ آشنایی با تاکتیکهای مبتنی بر خلاقیت</p> <p>۸-۴ آشنایی با تاکتیکهای مدیریتی و بازرگانی در تبلیغات</p> <p>۸-۵ آشنایی با تاکتیکهای مدیریتی و مهندسی در تبلیغات</p> <p>۸-۶ آشنایی با تاکتیکها و استراتژیهای آینده پژوهی در تبلیغات</p> <p>۸-۷ آشنایی با تاکتیکهای مبتنی بر روانشناسی</p> <p>۸-۸ آشنایی با تاکتیکهای مبتنی بر خصوصیات حیوانی</p> <p>۸-۹ آشنایی با تاکتیکهای سیاسی</p> <p>۸-۱۰ آشنایی با تاکتیکهای فلسفی</p> <p>۸-۱۱ آشنایی با تاکتیکها و استراتژیهای جنگی</p>	
۴	-	۴	<p>توانایی برنامه ریزی کمپین تبلیغاتی</p> <p>۹-۱ شناسایی اصول تعریف کمپین</p> <p>- انواع تحقیقات مورد نیاز در کمپین</p> <p>۹-۲ شناسایی اصول جایگاه سازی</p> <p>- اهداف یک کمپین</p> <p>- مخاطب شناسی</p>	



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			<ul style="list-style-type: none"> - بودجه بندی - زمان اجرا - تدوین استراتژی کمپین - طرح ریزی - برنامه ریزی و مدیریت کمپین - خلق و تولید پیام - ایده پردازی - مشارکت کنندگان کمپین - روشهای ارزیابی اثربخشی تبلیغات 	
۴	-	۴	<p>توانایی انجام اصول بهداشتی و حفاظت فنی</p> <ul style="list-style-type: none"> ۱۰-۱ آشنایی با بیماری های ناشی از شغل ۱۰-۲ آشنایی با علل بروز حوادث شغلی و نحوه پیشگیری از بروز آن ها ۱۰-۳ آشنایی با اصول انجام کمک های اولیه <ul style="list-style-type: none"> - حمل مجروح - علائم حیاتی - احیای قلبی- ریوی - تنفس مصنوعی - مسمومیت - پانسمان خونریزی ها ۱۰-۴ آشنایی با علل آتش سوزی ها و اصول اطفاء حریق ۱۰-۵ آشنایی با شرایط مطلوب محیط کار 	



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

نام شغل: مدیر تبلیغات و بازاریابی درجه ۱

اهداف و ریز برنامه درسی

زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			شناسایی اصول بهداشت روانی	۱۰-۶
			شناسایی اصول جعبه کمک‌های اولیه و نحوه استفاده از آن	۱۰-۷



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

نام شغل : مدیر تبلیغات و بازاریابی درجه ۱

فهرست استاندارد تجهیزات ، ابزار ، مواد و وسایل رسانه ای

ردیف	مشخصات فنی	تعداد	شماره
۱	ویدئو پروجکشن با پرده نمایش		
۲	لب تاپ		
۳	تخته وایت برد		
۴	صندلی		
۵	میز		