

کارگاه‌های مهارت‌های اداری شرکت پدیده تبار تقدیم می گردد.

ردیف	عنوان دوره	ساعت
۱	اداب و تشریفات ویژه مراسم رسمی	۱۶ ساعت
۲	اصول قراردادهای اداری	۸ ساعت
۳	مدیریت اداری اثربخش	۸ ساعت
۴	مهارت های کلیدی برای روسای دفتر	۱۶ ساعت
۵	آیین نگارش و مکاتبات اداری	۱۶ ساعت

• گروه اساتید:

استاد قوجانی / استاد بیدارمغز / استاد صافی / استاد اعرابی / استاد قوامی

• هدف:

تغییرات فن آوری سبب دگرگونی در شبکه ها و روش های سازمان می شود و هر تغییری کسب دانش و مهارت های جدید را ضروری می سازد. فعالیت های اداری در جامعه ما که دولت از حجم بزرگی برخوردار است محسوب می شود، رشد چشمگیر و قابل توجهی را به خود اختصاص داده است از این رو هرچه دانش و مهارت های کارکنان با نیازهای جامعه و پیشرفت های علمی، تغییرات فن آوری هماهنگی و انطباق بیشتری داشته باشد درجه اطمینان از موفقیت فرد و سازمان بالاتر می رود.

• مخاطبان:

مدیران و مدیران روابط عمومی - مدیران اداری - دستیاران اداری و سرپرستان - روسای دفاتر مدیران

- در صورت معرفی بیش از ۵ نفر در هر دوره ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می گردد.
- در صورت شرکت در کل بسته آموزشی یک دوره به صورت رایگان تقدیم می گردد.

• نحوه آموزش و زمان:

ارائه مطلب، بحث گروهی، تعامل فردی، فعالیت گروهی



نحوه آموزش		نوع آموزش	
☐	تئوری	☒	حضور
☒	عملی - تئوری	☐	نیمه حضور
☐	عملی	☐	غیر حضور



• روش آموزش:

ریز فعالیت ها و آموزش در طول دوره بدین شرح است:

تدریس محتوا	۶۰٪	شامل تدریس و ارائه محتوای آموزشی
کارگاه و مورد کاوی	۳۰٪	شامل ارائه یک نمونه مسئله و استفاده از فعالیت گروهی جهت تحلیل آن
سؤال و جواب	۱۰٪	ساعت پاسخگویی به سئوالات

• تکنیک ها و مزیت های تدریس:

■	- آموزش بوسیله کامپیوتر	□	- روش سخنرانی
■	- آموزش انفرادی	□	- روش پرسش و پاسخ
■	- روش حل مسأله	■	- روش ایفای نقش
□	- روش ارائه پروژه (طرح)	□	- روش بحث گروهی
□	- روش ترکیبی	□	- روش آموزش برنامه ای
■	- تدریس مشارکتی و فعال	□	- روش گردش علمی

• شیوه ارزشیابی از فراگیر:

ارزشیابی نهایی (پایان دوره)

• شرایط مدرس دوره:

مدرک تحصیلی: لیسانس / فوق لیسانس / دکتری

• شرایط برگزاری و دستاوردهای دوره:

استفاده از اساتید مجرب در طول دوره
ارایه جزوات و متون آموزشی به صورت CD به تعداد لازم
ارزشیابی از دوره و ارایه آن به سازمان
ارایه گواهی پایان دوره به شرکت کنندگان
پذیرایی از شرکت کنندگان (در محل شرکت)
استفاده شرکت کنندگان در دوره از سمینارهای تخصصی با شرایط ویژه



▪ مواد و وسایل آموزشی و کمک آموزشی:

دیداری و شنیداری		تجهیزات		کمک آموزشی	
☐	نوار ویدیویی	☐	صوت ضبط	☒	ماژیک
☐	تلویزیون مدار بسته	☐	رایانه	☐	لوازم التحریر
☒	فیلمهای آموزشی	☒	میکروفون و بلندگو	☐	کلاسور
☐	ویدئو کنفرانس	☐	هدفون	☒	وایت برد
☐	وب کنفرانس	☐	اورهد	☒	آموزشی CD
☐	نوار ضبط صوت	☐	ترانس پارس	☒	ویدئو پروژکتور
☐	نمودار، جدول و پوستر			☐	دسترسی به اینترنت
☒	اسلاید			☐	نرم افزار آموزشی
☐	کتاب/ مقاله و نشریه				
☒	جزوه				

▪ محل برگزاری آموزش:

داخل شرکت / داخل موسسه

در صورت تمایل سازمان کارگاه‌های فوق به صورت سمیناری برگزار می‌شود.



عنوان کارگاه: " اصول و شیوه‌های روش تحقیق و گزارش نویسی "

▪ مقدمه:

با گذشت زمان تشریفات دست خوش تغییر گردیده و متناسب با تغییر و تحول در زندگی مردم، تشریفات نیز دگرگون شده است. امروزه حتی برای افراد، سازمان ها و کسب و کار های بسیار کوچک نیز می بینیم رعایت تشریفات رسمی اهمیتی ویژه دارد و به طوری همه گیر شده است که اگر کسی این موارد ریز را در نظر نگیرد ممکن است خیلی زود از رقبای فردی و شرکتهای خود جا بماند. هدف دوره حاضر ترسیم و ارائه تصویری روشن از نقش تشریفات رسمی در سازمان هاست.

▪ محتوای آموزش:

- ✓ تعریف مراسم و انواع آن و چرایی آشنایی با آداب و تشریفات .
- ✓ تفصیل مقدمات شرکت و حضور در مراسم .
- ✓ اصول ظاهر آراسته و لباس برازنده .
- ✓ هنر معرفی و معارفه و اصول حریم های اجتماعی آداب دست دادن .
- ✓ نحوه تعامل و گفتگو در مراسم .
- ✓ اصول استوار رفتار و کردار و مهارت های زیستی و هنرهای اکتسابی .
- ✓ رعایت مبانی زمان در مناسبت ها .
- ✓ شئون گوناگون و اهمیت ارتقای آنها .



عنوان کارگاه : " اصول قراردادهای اداری "

▪ مقدمه :

یکی از کاربردی ترین برنامه های آموزشی در حوزه مدیریت اداری ، اصول قراردادهای اداری می باشد که با هدف تربیت و توسعه توانمندی های مدیران و کارشناسان ارشد در بحث قرارداد های مختلف در حوزه های مختلف مثل صنایع و کسب و کارهای تولیدی، خدماتی و ... طراحی و ارائه گردیده است. مجموعه مهارت هایی که علاقه مندان می توانند با شرکت در این رویداد آموزشی بدست آورند، طیف وسیعی از مهارت های پایه ای مورد نیاز را در بر می گیرد.

• محتوای آموزش

- ✓ مفاهیم قراردادها: مفاهیم قراردادهای اداری / تعریف قراردادهای اداری / عناصر قراردادهای اداری / اقسام قراردادهای اداری / تفاوت قراردادهای اداری با قراردادهای مدنی و غیر اداری.
- ✓ اجرا قراردادها: مراحل تکوین اجرا و اقسام قراردادهای اداری / اجرای قراردادهای اداری (ضمانت اجرا) / نقش سازمان اداری در اجرای قراردادها / اختتام قراردادهای اداری / کسورات قرارداد و شرایط آن / شروط اجرای قرارداد.
- ✓ حل اختلاف در قراردادها: طرق حل اختلاف ناشی از قراردادهای اداری / شرایط حل اختلاف / داوری ها و قواعد تفسیر قراردادها / قطعیت یک قرارداد ضمیم و پیوستهای قرارداد / احراز هویت طرفین قرارداد و نمایندگان آنها / سایر شرایط مهم در قراردادها و فسخ قرارداد.



عنوان کارگاه: "مدیریت اداری اثربخش"

▪ مقدمه:

مدیریت اداری اثربخش در واقع جنبه های انسانی سازمان را در بر می گیرد، زیرا انسان عامل مهمی در نیل به اهداف سازمان و مدیریت به شمار می رود. واقعیت این است که رابطه نزدیکی بین نحوه مدیریت منابع انسانی و امکان نیل به اهداف سازمانی وجود دارد، مدیریت اداری تخصص ویژه ای است که کوشش می نماید تا در جهت کسب رضایت کارکنان و تأمین هدف های سازمانی گام برداشته و سیاست گذاری نماید.

▪ محتوای آموزش:

- ✓ اولویت بندی کردن و هماهنگی میان وظایف متعدد.
- ✓ برنامه ریزی، تصمیم گیری و حل مشکلات اداری.
- ✓ مدیریت افکار و احساسات در شرایط مختلف.
- ✓ برقراری ارتباطات موثر در تمام سطوح سازمانی.
- ✓ مدیریت و هماهنگی اداری، جلسات، سخنرانی ها.
- ✓ ایجاد انگیزه در کارکنان برای رسیدن به وظایف شغلی.
- ✓ ارائه بازخورد سازنده به افراد به صورت انفرادی.



عنوان کارگاه: "مهارت های کلیدی برای روسای دفتر"

مقدمه:

همانطور که می دانیم یک مسئول دفتر خوب، اگر به درستی مورد آموزش قرار گیرد و مهارت های کلیدی این شغل را بداند، می تواند عامل مهمی در افزایش بهره وری مدیران پر مشغله باشد. این دوره در جهت ارتقاء دانش و تسهیل در انجام امور جاری و بهبود کار و کارایی بهتر در امور محوله مسئولین محترم دفاتر برگزار می گردد. بدیهی است که این امر نقش مهمی در ارتقاء عملکرد مدیران و کمک به بهره وری بیشتر خواهد شد.

محتوای آموزش:

- ✓ تعریف رئیس دفتر و شرح شغل رئیس دفتر
- ✓ عملیات اداری رئیس دفتر و مراحل گردش نامه توسط رؤسای دفاتر
- ✓ عوامل افزایش یا کاهش اعتبار رؤسای دفاتر
- ✓ وضعیت ظاهری رؤسای دفاتر و اعتماد به نفس رؤسای دفاتر
- ✓ مدیریت استرس توسط رؤسای دفاتر
- ✓ روابط عمومی و قدرت تصمیم گیری رؤسای دفاتر و ارتباطات تلفنی و اصول بین المللی آن
- ✓ مهارت دقت و مدیریت زمان در رؤسای دفاتر
- ✓ مهارتهای ارتباطی در شغل رؤسای دفاتر و ارتباطات غیر کلامی



عنوان کارگاه: "آیین نگارش و مکاتبات اداری و گزارش نویسی"

مقدمه:

یکی از مهمترین ابزارهای رسیدن به هدف های سازمان، ایجاد ارتباطات رسمی از طریق نوشته های اداری است. مکاتبات اداری زبان رسمی سازمان محسوب شده و موجب موفقیت و پیشرفت سازمان خواهد شد. لذا یکی از ارکان ساختار ادارت، نوشتار اداری است که از سویی دیگر بیانگر میزان دانش، تخصص کاردانی کارکنان و مدیران سازمان است. این دوره به منظور ارتقای سطح مکاتبات اداری و شیوه نامه استاندارد تنظیم مکاتبات اداری تدوین گردیده است و امید است با به کارگیری این شیوه نامه بتواند در نیل به استانداردسازی مکاتبات اداری و نوشتار رسمی سازمان های دولتی گامی مهم بردارد.

محتوای آموزش:

- ✓ مراحل نگارش نامه های اداری و روش شیوا نویسی در مکاتبات اداری
- ✓ ویرایش و اصول بازنگری در پیش نویس
- ✓ قواعد و دستور العمل های خلاصه سازی نوشته های اداری
- ✓ گزارش نویسی و نحوه پاراگراف بندی
- ✓ شناخت واژه های نادرست و بیگانه در نامه های اداری و اصلاح آن ها
- ✓ مراحل تنظیم گزارش (گردآوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل داده ها، شیوه صحیح و بهینه نگارش، نتیجه گیری)
- ✓ انواع جداول، تصاویر، اشکال و نمودارها، کاربرد و نسبت اطلاعات میان آن ها
- ✓ ترفند های نگارشی در مکاتبات
- ✓ طراحی گزارش (اداری، اجتماعی و فنی)



کارگاه‌های مهارت‌های بازاریابی شرکت پدیده تبار تقدیم می‌گردد.

ردیف	عنوان	ساعت
۱	استراتژی‌های تسخیر بازار	۱۶
۲	بازاریابی تلفنی	۸
۳	بایدها و نبایدها در زمان بحران اقتصادی	۸
۴	شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات مجازی	۸
۵	شناخت بازار هدف	۱۶

گروه استادان: استاد عباسی. استاد نوروزی. استاد موسوی. استاد غفاری

هدف:

مهارت‌های بازاریابی در ذهن هر فرد هرچه که باشد نتیجه و هدف یکی است و آن هم جذب مشتری و کسب موفقیت در این زمینه است پس دانستن اصل رازهای پیشرفت در بازاریابی و فروش نیاز بسیاری از افراد جامعه است. چه صاحب یک شرکت بزرگ با صدها کارمند باشید، چه تجارت کوچکی داشته باشید که همه مشتریان را به اسم بشناسید، مهارت‌های مدیریت روابط همیشه شما را از رقبایان جدا کرده و کمکتان می‌کند مشتریان را حفظ کنید.

مخاطبان:

سرپرستان شرکت‌های توزیع و پخش کالا- کارشناسان و کارمندان فروش تلفنی - مدیران اجرایی/مدیران برند/مدیران مالی / مدیران بازاریابی- مدیران و کارشناسان امور بازاریابی - مدیران کسب و کارهای نو پا

- در صورت معرفی بیش از ۳ نفر در هر دوره ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می‌گردد.
- در صورت شرکت در کل بسته یک دوره به صورت رایگان تقدیم می‌گردد.



نحوه آموزش و زمان:

ارائه مطلب، بحث گروهی، تعامل فردی، فعالیت گروهی

نوع آموزش		نحوه آموزش	
☒	حضور	☐	تئوری
☐	نیمه حضور	☒	عملی - تئوری
☐	غیر حضور	☐	عملی



▪ روش آموزش:

ریز فعالیت ها و آموزش در طول دوره بدین شرح است:

تدریس محتوا	۵۰٪	شامل تدریس و ارائه محتوای آموزشی
کارگاه و مورد کاوی	۴۰٪	شامل ارائه یک نمونه مسئله و استفاده از فعالیت گروهی جهت تحلیل آن
سؤال و جواب	۱۰٪	ساعت پاسخگویی به سؤالات

▪ تکنیک ها و مزیت های تدریس:

■	- آموزش بوسیله کامپیوتر	□	- روش سخنرانی
□	- آموزش انفرادی	■	- روش پرسش و پاسخ
■	- روش حل مسئله	■	- روش ایفای نقش
□	- روش ارائه پروژه (طرح)	■	- روش بحث گروهی
□	- روش ترکیبی	□	- روش آموزش برنامه ای
■	- تدریس مشارکتی و فعال	□	- روش گردش علمی

▪ شیوه ارزشیابی از فراگیر:

ارزشیابی نهایی (پایان دوره)

▪ شرایط مدرس دوره:

مدرک تحصیلی: لیسانس / فوق لیسانس / دکتری

▪ شرایط برگزاری و دستاوردهای دوره:

- استفاده از اساتید مجرب در طول دوره
- ارایه جزوات و متون آموزشی به صورت CD به تعداد لازم
- ارزشیابی از دوره و ارایه آن به سازمان
- ارایه گواهی پایان دوره به شرکت کنندگان
- پذیرایی از شرکت کنندگان (در محل شرکت)
- استفاده شرکت کنندگان از سمینارهای تخصصی با شرایط ویژه



▪ مواد و وسایل آموزشی و کمک آموزشی:

دیداری و شنیداری		تجهیزات		کمک آموزشی	
☐	نوار ویدیویی	☐	صوت ضبط	☒	ماژیک
☐	تلویزیون مدار بسته	☒	رایانه	☐	لوازم التحریر
☒	فیلمهای آموزشی	☒	میکروفون و بلندگو	☐	کلاسور
☐	ویدئو کنفرانس	☐	هدفون	☒	وایت برد
☐	وب کنفرانس	☐	اورهد	☒	آموزشی CD
☐	نوار ضبط صوت	☐	ترانس پارس	☒	ویدئو پروژکتور
☐	نمودار، جدول و پوستر			☒	دسترسی به اینترنت
☐	اسلاید			☐	نرم افزار آموزشی
☐	کتاب / مقاله و نشریه				
☒	جزوه				

▪ محل برگزاری آموزش:

داخل سازمان / داخل شرکت

در صورت تمایل سازمان کارگاههای فوق به صورت سمیناری برگزار می شود .



عنوان کارگاه: "استراتژی های تسخیر بازار"

▪ مقدمه:

تسخیر بازار به معنای رساندن محصول در زمان و مکان مناسب، به مشتریان هدف است. توزیع یکی از ارکان اساسی و تاکتیک های بازاریابی است که به همراه دیگر عوامل همچون محصول، قیمت، و پیشبرد (ترویج)، برای متقاعد ساختن مشتریان به کار گرفته می شود. توزیع مؤثر می تواند مزیت رقابتی یک بنگاه اقتصادی نسبت به رقبای خودش باشد. تصمیم درباره کانال توزیع و فروش کالا، از جمله مهمترین تصمیماتی است که فرا روی مدیران قرار دارد. تصمیم درباره توزیع کالا بر سایر تصمیمات بازاریابی تاثیر مستقیم می گذارد.

▪ محتوای آموزش:

- ✓ تعریف توزیع و کانال توزیع و وظایف و نقش آنان.
- ✓ سطوح کانال های توزیع و استراتژی های انتخاب کانال توزیع.
- ✓ تحقیقات بازار یا بازار کاوی انتخاب استراتژی مناسب بازاریابی در شرکت های توزیع و پخش.
- ✓ تعریف تسخیر بازار و روش های تسخیر بازار.
- ✓ جایگاه سازی یا موضع سازی در شرکتهای پخش.
- ✓ انواع سیستم بازاریابی در شرکت های توزیع و پخش و تکنیک های متقاعد کردن .



عنوان کارگاه: "بازاریابی تلفنی"

▪ مقدمه:

بازاریابی و فروش تلفنی یکی از رایجترین ابزارهای بازاریابی و فروش است. شرکت های بزرگ قادرند به بهترین نحو از این ابزار کارآمد و پر سود بیشترین درآمد را کسب کنند. حتما شنیده اید که شرکت هایی کوشیده اند با استفاده از این ابزار محصولات خود را به فروش برسانند اما در عمل مشتریان از آنان ناراضی شدند و به دیگران نیز سفارش کردند محصولات آنان را نخرند. این دلیلی است بر آنکه بازاریابی و فروش تلفنی یک دانش علمی به همراه پشتوانه تجربی و مهارت های عملی است که تنها افراد واجد شرایط و آموزش دیده قادرند از آن بهره برداری کنند به درآمد زایی برسند.

• محتوای آموزش:

- ✓ انواع روش ها و ابزارهای مورد استفاده در بازاریابی تلفنی.
- ✓ ماهیت، کارکرد، نقش و مزیت های تلفن در بازاریابی / مفهوم بازاریابی تلفنی و مراحل آن.
- ✓ آمادگی قبل از تماس در بازاریابی تلفنی / روش شروع، ادامه و اتمام مکالمه در بازاریابی تلفنی.
- ✓ روش دسترسی به شخص، افراد سطوح مختلف از جمله مسئولین دفتر مدیران، مدیران مورد نظر در بازاریابی تلفنی.
- ✓ روش ایجاد زمینه دیدار و مذاکره حضوری در بازاریابی تلفنی.
- ✓ مدیریت زمان و روش استفاده مناسب انتقال سریع و موثر مطالب در مکالمات بازاریابی تلفنی.
- ✓ روش مدیریت موثر ارتباط و استفاده از هوش هیجانی و ادبیات مورد استفاده در مکالمات بازاریابی تلفنی.



عنوان کارگاه: "بایدها و نبایدها در زمان بحران اقتصادی"

• مقدمه:

بیشتر شرکت های موفق در دوران رکود شرکت هایی هستند که نه تنها از هزینه های بازاریابی خود نمی کاهند بلکه با به کار بردن شیوه هایی هوشمندانه در بازاریابی، خود را با رفتار جدید مصرف کنندگان وفق می دهند. در واقع واکنش مناسب به دوران رکود این نیست که یک خودکار قرمز در دست بگیرید و روی بسیاری از هزینه ها خط بکشید بلکه باید در این دوران هوشمندانه تر و موثرتر عمل کرد.

• محتوای آموزش:

- ✓ اقدامات اولیه برای برنامه ریزی بازاریابی در بحران اقتصادی
- ✓ بودجه بازاریابی در زمان بحران
- ✓ اصول و راه های کاهش هزینه های بازاریابی
- ✓ قطع و یا ادامه اطلاع رسانی صحیح (تبلیغات و روابط عمومی)
- ✓ برانگیختن رشد درآمد و بازاریابی فروش های پرهزینه و کاهش هزینه های پر فروش
- ✓ مراقبت از مشتریان کنونی و حفاظت از برند
- ✓ حرکت به سمت اقتصاد برای بقاء و کسب بازار های طولانی مدت



عنوان کارگاه: " شبکه های اجتماعی و تبلیغات مجازی "

• مقدمه:

امروزه شبکه های اجتماعی تبدیل به یکی از محبوب ترین مکان ها در فضای اینترنت شده اند. بازاریابی شبکه های اجتماعی یکی از راهکار هایی است که شما هم می توانید در میان مردم رفته و کالا و خدمات خود را به افراد معرفی کنید. ولی بازاریابی شبکه های اجتماعی را از کجا شروع کنیم؟ در بازاریابی شبکه های اجتماعی به چه نکاتی باید توجه کنیم؟ تاثیر بازاریابی شبکه های اجتماعی بر روی کسب و کار ما چیست؟

• محتوای آموزش:

- ✓ بررسی شبکه های اجتماعی کنونی موثر و نقش آنان در بازاریابی
- ✓ مدل های بازاریابی استارت آپ ها (شبکه ای، پارتیزانی)
- ✓ بازاریابی از طریق تلفن همراه (موبایلی) و اینترنت (اینترنتی)
- ✓ تبلیغات الکترونیک و روش های آن / ابزارهای نوین نظرسنجی در بازاریابی الکترونیک
- ✓ مدیریت تجربه های مشتریان در شبکه های اجتماعی / طراحی سناریوی حضور در شبکه های اجتماعی
- ✓ یکپارچه سازی شبکه های اجتماعی سازمان / ترفندهای به اشتراک گذاری ویدئو در شبکه های اجتماعی
- ✓ ارتباط شبکه های اجتماعی با برندینگ سازمان
- ✓ طراحی مسابقات در شبکه های اجتماعی در راستای افزایش تعامل مشتری



عنوان کارگاه: "شناخت بازار هدف"

• مقدمه:

اگر یک فروشنده هستید، برای به حداکثر رساندن فروش نیاز به درک مشتریان خود دارید. شما محصولاتتان را به چه کسانی خواهید فروخت؟ آنها چرا باید محصولات شما را بخرند؟ هرچه بیشتر مشتریان خود را بیشتر بشناسید و درک کنید رشد کسب و کارتان سریع تر خواهد شد. کسب و کارهای جدید با شناسایی بازار هدف خود دید بسیار وسیعی در مورد آینده شان می سازند.

• محتوای آموزش:

- ✓ بخش بندی بازار: شناسایی مبانی برای بخش بندی بازار / ارائه تصویری از بخش های بدست آمده.
- ✓ تعیین بازار مورد هدف: ارائه معیارهایی برای تعیین میزان جذابیت بخش های بازار / گزینش بخش (یا بخش های مورد نظر).
- ✓ تعیین جایگاه در بازار: تعیین جایگاه برای هر یک از بخش های بازار / بازاریابی برای هر یک از بخش های بازار.
- ✓ آشنایی با معیارها و ویژگی های جذابیت بازار (بازار / رقابت / عوامل فناوری / عوامل اجتماعی و سیاسی).
- ✓ آشنایی با معیارهای بازار هدف (اندازه بازار / استعداد بازار / موقعیت بازار / هزینه / سازگاری بازار هدف با اهداف و منابع سازمانی / تناسب محصول / شباهت بازار / شرایط سیاسی - قانونی / پیش بینی نسبت سود به حجم سرمایه گذاری / پیش بینی فروش بالقوه)



کارگاه های مهارت های فروش شرکت پدیده تبار تقدیم می گردد.

ردیف	عنوان دوره	ساعت
۱	مدیریت ارتباط با مشتریان	۱۶
۲	مدیریت شکایات مشتریان	۸
۳	مدیریت موثر خدمات پس از فروش	۱۶
۴	مشتري مداری و وفادارسازی آنان	۱۲
۵	مهارت فروش در شرایط بحرانی	۱۲

گروه استادان:

استاد عباسی. استاد غفاری. استاد کیمیایی. استاد بهبودی. استاد بازیار. استاد ایباک. استاد محمدی پور

هدف:

در ایران و جهان، فروش هم مانند بسیاری از حوزه های دیگر، عمدتاً به شکل بازاری و غیرعلمی ارائه می شود و یا چنان علمی و پیچیده که کسی رغبتی برای یادگیری آن ندارد. در سری دانش و مهارت فروش، در این بسته آموزش فروش را به همان شیوه علمی - کاربردی ارائه می گردد.

مخاطبان:

دفاتر بیمه - مدیران و کارشناسان فروش - مدیران و کارشناسان فروش - کارشناسان و مسئولین فروش

- در صورت معرفی بیش از ۵ نفر در هر دوره ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می گردد.
- در صورت شرکت در کل بسته آموزشی یک دوره به صورت رایگان تقدیم می گردد.

نحوه آموزش و زمان:

ارائه مطلب، بحث گروهی، تعامل فردی، فعالیت گروهی



نحوه آموزش		نوع آموزش	
☐	تئوری	☒	حضورى
☒	عملی - تئوری	☐	نیمه حضورى
☐	عملی	☐	غیر حضورى



• روش آموزش:

ریز فعالیت ها و آموزش در طول دوره بدین شرح است:

تدریس محتوا	۵۰٪	شامل تدریس و ارائه محتوای آموزشی
کارگاه و مورد کاوی	۴۰٪	شامل ارائه یک نمونه مسئله و استفاده از فعالیت گروهی جهت تحلیل آن
سؤال و جواب	۱۰٪	ساعت پاسخگویی به سؤالات

• تکنیک ها و مزیت های تدریس:

■	- آموزش بوسیله کامپیوتر	□	- روش سخنرانی
■	- آموزش انفرادی	□	- روش پرسش و پاسخ
■	- روش حل مسأله	■	- روش ایفای نقش
■	- روش ارائه پروژه (طرح)	■	- روش بحث گروهی
□	- روش ترکیبی	□	- روش آموزش برنامه ای
■	- تدریس مشارکتی و فعال	□	- روش گردش علمی

• شیوه ارزشیابی از فراگیر:

ارزشیابی نهایی (پایان دوره)

• شرایط مدرس دوره:

مدرک تحصیلی: لیسانس / فوق لیسانس / دکتری

• شرایط برگزاری و دستاوردهای دوره:

استفاده از اساتید مجرب در طول دوره

ارایه جزوات و متون آموزشی به صورت CD به تعداد لازم

ارزشیابی از دوره و ارایه آن به سازمان

ارایه گواهی پایان دوره به شرکت کنندگان

پذیرایی از شرکت کنندگان (در محل شرکت)

استفاده شرکت کنندگان در دوره از سمینارهای تخصصی با شرایط ویژه



• - مواد و وسایل آموزشی و کمک آموزشی:

دیداری و شنیداری		تجهیزات		کمک آموزشی	
☐	نوار ویدیویی	☐	صوت ضبط	☒	ماژیک
☐	تلویزیون مدار بسته	☒	رایانه	☐	لوازم التحریر
☒	فیلمهای آموزشی	☒	میکروفون و بلندگو	☐	کلاسور
☐	ویدئو کنفرانس	☐	هدفون	☒	وایت برد
☐	وب کنفرانس	☐	اورهد	☒	آموزشی CD
☐	نوار ضبط صوت	☐	ترانس پارس	☒	ویدئو پروژکتور
☒	نمودار، جدول و پوستر			☒	دسترسی به اینترنت
☒	اسلاید			☐	نرم افزار آموزشی
☐	کتاب/ مقاله و نشریه				
☒	جزوه				

محل برگزاری آموزش:

داخل شرکت / داخل موسسه

در صورت تمایل سازمان کارگاههای فوق به صورت سمیناری برگزار می شود



عنوان کارگاه: "مدیریت ارتباط با مشتریان"

• مقدمه:

مدیریت ارتباط با مشتری یا CRM به همه فرآیندها و فناوری‌هایی گفته می‌شود که در شرکت‌ها و سازمان‌ها برای شناسایی، ترغیب، گسترش، حفظ و ارائه خدمت به مشتریان به کار می‌رود. شرکت‌های بیمه با استفاده از CRM می‌توانند چرخه فروش را کوتاه‌تر و وفاداری مشتری به ایجاد روابط نزدیک‌تر و درآمد را افزایش دهند. سیستم مدیریت روابط با مشتری می‌تواند کمک کند تا مشتریان موجود حفظ شوند و مشتریان جدیدی نیز جذب شوند.

• محتوای آموزش:

- ✓ مفاهیم و تعاریف مدیریت ارتباط با مشتری در صنعت بیمه.
- ✓ استفاده از سیستم‌های CRM در صنعت بیمه.
- ✓ دلایل نیاز صنعت بیمه به مدیریت CRM و نحوه ارتباط و رفتار مناسب با مشتری در ارائه خدمات بیمه.
- ✓ انتظارات مشتری از ارائه دهنده خدمات بیمه / روانشناسی رفتار مشتریان در صنعت بیمه.
- ✓ چگونگی ایجاد شرایط مناسب جهت مراجعه مجدد مشتری.
- ✓ نحوه دریافت بازخورد از مشتری و توسعه و بهبود خدمات طراحی مسابقات در شبکه‌های اجتماعی در راستای افزایش تعامل مشتری.



عنوان کارگاه : " مدیریت شکایات مشتریان "

• مقدمه:

مدیران فروش و نمایندگان فروش شایسته اعتراضات مشتریان را فرصت هایی برای کسب پیشنهادات جدید می دانند و با آن برخورد شایسته می کنند. مشتریان راضی منبع سود شرکت ها هستند. شرکت هایی که نمی توانند مشتریان را راضی نگهدارند، در درازمدت از بازار حذف خواهند شد. ارائه خدمات به مشتریان با کیفیت عالی و به طور مستمر، موجب ایجاد مزیت های رقابتی برای شرکت می شود.

• محتوای آموزش:

- ✓ دلایل اصلی برای توجه به شکایت مشتریان.
- ✓ انواع شاکیان و نحوه برخورد با آنها و دلایل شکایت مشتریان یا نارضایتی آنها.
- ✓ دلایل عدم اعلام شکایات مشتریان و راهکارهای رسیدگی به شکایات مشتریان.
- ✓ عواقب و پیامدهای مهیا نبودن شرایط برای شکایات و عوامل موثر بر شکایت مشتری.
- ✓ الزامات برخورد با مشتریان شاکی و مواردی که در برخورد با شکایات باید رعایت شود.
- ✓ تشریح الزامات استاندارد مدیریت شکایات مشتریان نحوه دریافت بازخورد از مشتری و توسعه و بهبود خدمات.
- ✓ طراحی مسابقات در شبکه های اجتماعی در راستای افزایش تعامل مشتری.



عنوان کارگاه: "مدیریت موثر خدمات پس از فروش"

• مقدمه:

یکی از واقعیت های بسیار مهم در فضای کسب و کار این است که بدانیم مشتریان رفتار خرید خود را متناسب با شرایط اقتصادی (رونق به رکود) تغییر می دهند. اگر شرکت به دنبال موفقیت فروش در هر شرایط مختلف محیطی است باید رویکردهای فروش خود را متناسب با نیازها و الزامات محیطی نماید. در شرایط بحرانی، ترس و تعویق در خرید گریبان گیر بسیاری از مشتریان است. لذا ضروری است تا مهارت ای لازم جهت رو به رو شدن با این شرایط را بدست آوریم

• محتوای آموزش:

- ✓ تفکر مشتری مداری به عنوان پایه و اساس موفقیت و بایدها و نبایدها و ویژگی های خدمات بعد از فروش.
- ✓ دلایل ترک رابطه مشتری ناراضی و محورهای خدمات بعد از فروش.
- ✓ شبکه خدمات و پوشش خدمات / پیگیری خدمات و رفع اشکالات .
- ✓ تعریف گارانتی و خدمات و بررسی ابعاد هر یک و نحوه انتخاب بهترین شیوه ارائه خدمات پس از فروش.
- ✓ بررسی و آسیب شناسی دلایل نارضایتی مشتریان و آشنایی با عناصر موثر در افزایش رضایت مشتریان.
- ✓ بررسی و آسیب شناسی دلایل ترک خرید توسط مشتریان و سهم برنامه های خدمات پس از فروش.
- ✓ تقسیم بندی خدمات و ارائه تعریف خدمات پیش و حین فروش و بررسی اهمیت و آخرین یافته ها در حوزه خدمات پس از فروش.



عنوان کارگاه: "مدیریت ارتباط با مشتری و وفادارسازی آنان"

• مقدمه:

سال‌ها پیش پیتر دراگر گفته بود: هدف از هر کسب‌وکاری، ایجاد و حفظ مشتری است» شاید این بهترین و خلاصه‌ترین تعریف از مفهوم مدیریت ارتباط با مشتری باشد. عوامل متعددی برای عدم موفقیت با ارتباط با مشتریان وجود دارد، مطالعات نشان می‌دهند این امر ناشی از وجود شکافی میان احساسات و عملکرد است. وفاداری مشتریان در واقع نشان‌دهنده احساس مثبت مشتریان نسبت به خدمات یا محصولات شرکت یا سازمان است. در حقیقت مشتری تمایل به تعامل بیشتر با سازمان، استفاده از خدمات و حتی در میان گذاشتن تجارب خود در این خصوص دارد؛ اما سود اقتصادی این وفاداری تنها در صورتی قابل لمس است که احساسات عملی شوند.

• محتوای آموزش:

- ✓ انواع منافع حاصل از ارتباط با مشتری
- ✓ آشنایی با مفهوم نردبان وفاداری و راهبردهای موثر از ماتریس ارزش مشتری
- ✓ رابطه بین وفاداری و سود آوری و آشنایی با راهبردهای وفادارسازی و انتخاب یک راهبرد موثر
- ✓ کارکرد یک برنامه کامل وفاداری و رویکردهای موثر در وفادار سازی مشتریان
- ✓ الگوهای نوین وفادارسازی مشتریان
- ✓ مشتری مداری و فرا مشتری مداری
- ✓ خلق ارزش برای مشتریان و مفهوم رفتار مصرف کننده و الگوهای نوین آن



عنوان کارگاه: "مهارت فروش در شرایط سخت / بحرانی"

• مقدمه:

یکی از واقعیت های بسیار مهم در فضای کسب و کار این است که بدانیم مشتریان رفتار خرید خود را متناسب با شرایط اقتصادی (رونق به رکود) تغییر می دهند. اگر شرکت به دنبال موفقیت فروش در هر شرایط مختلف محیطی است باید رویکردهای فروش خود را متناسب با نیازها و الزامات محیطی نماید. در شرایط بحرانی، ترس و تعویق در خرید گریبان گیر بسیاری از مشتریان است. لذا ضروری است تا مهارت ای لازم جهت رو به رو شدن با این شرایط را بدست آوریم.

• محتوای آموزش:

- ✓ شناسایی کامل شرایط بحران، دلایل، قوت، ضعف، فرصت، تهدید.
- ✓ جلوگیری از تصمیمات عجولانه در شرایط بحران و جلوگیری از دام های فروش و بازاریابی در شرایط بحران.
- ✓ رعایت اصول بازاریابی و دقت در اجرای اصول در شرایط بحرانی.
- ✓ مدیریت نقدینگی در شرایط رکود و داشتن توان تبلیغات.
- ✓ تمرکز بر اهداف و تلاش جهت بقای سازمان (جلوگیری از ورشکستگی در دوران رکود).
- ✓ راهبردهای متقاعد کردن مشتریان بی میل به خرید و ارائه پیشنهادهای کم ریسک به آنان.
- ✓ راهبرد استخدام فروشندگان برتر برای تیم های فروش و توجه و اهمیت بیشتر به شرکت های پخش و توزیع کالا.
- ✓ استفاده از روش های ترغیب فروش (قرعه کشی، تخفیف، اهدای جایزه).



کارگاه‌های مهارت‌های مدیریتی شرکت پدیده تبار تقدیم می‌گردد.

ردیف	عنوان دوره	ساعت
۱	استقبال از تغییر در سازمان ها	۸
۲	رهبری موثر تیم	۱۶
۳	گوش دادن فعال	۸
۴	مدیریت تعارض و مقابله با هیجان ها	۸
۵	مدیریت و سرپرستی هتل	۱۶

• گروه استادان :

استاد عزیزاده . استاد عالم تبریز . استاد ناصحی فر . استاد شهابی . استاد یوسفی . استاد قربانی . استاد ضیا

• هدف :

اکتساب مهارت های مدیریتی مستلزم آموزش نظریه‌های علوم رفتاری بویژه تئوری‌های سازمان، مدیریت و تصمیم‌گیری و کاربرد عملی آنهاست. مدیر آموزشی برای اینکه بتواند محیط آموزشی را بشناسد، روابط متقابل میان عوامل مختلف را درک کند، اولویت‌های آموزشی را تشخیص دهد، تصمیمات مؤثر اتخاذ کند و با اقدامات خود بهترین نتایج را عاید نظام آموزشی سازد، باید از مهارت ادراکی قابل ملاحظه‌ای برخوردار باشد.

• مخاطبان :

مدیران و ناظران و هدایت کنندگان سازمان ها / مدیران و ناظران و رهبران تیم های سازمانی / مدیران و کارشناسان فروش / مدیران و سرپرستان / مدیران هتل

- در صورت معرفی بیش از ۵ نفر در هر دوره ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می‌گردد.
- در صورت شرکت در کل بسته آموزشی یک دوره به صورت رایگان تقدیم می‌گردد.

نحوه آموزش و زمان:

ارائه مطلب، بحث گروهی، تعامل فردی، فعالیت گروهی



نحوه آموزش		نوع آموزش	
☐	تئوری	☒	حضور
☒	عملی - تئوری	☐	نیمه حضور
☐	عملی	☐	غیر حضور



• روش آموزش:

ریز فعالیت ها و آموزش در طول دوره بدین شرح است:

تدریس محتوا	۶۰٪	شامل تدریس و ارائه محتوای آموزشی
کارگاه و مورد کاوی	۳۰٪	شامل ارائه یک نمونه مسئله و استفاده از فعالیت گروهی جهت تحلیل آن
سؤال و جواب	۱۰٪	ساعت پاسخگویی به سؤالات

• تکنیک ها و مزیت های تدریس:

□	- آموزش بوسیله کامپیوتر	■	- روش سخنرانی
□	- آموزش انفرادی	■	- روش پرسش و پاسخ
■	- روش حل مسأله	□	- روش ایفای نقش
■	- روش ارائه پروژه (طرح)	■	- روش بحث گروهی
□	- روش ترکیبی	□	- روش آموزش برنامه ای
■	- تدریس مشارکتی و فعال	□	- روش گردش علمی

• شیوه ارزشیابی از فراگیر:

ارزشیابی نهایی (پایان دوره)

• شرایط مدرس دوره:

مدرک تحصیلی: لیسانس / فوق لیسانس / دکتری

• شرایط برگزاری و دستاوردهای دوره:

استفاده از اساتید مجرب در طول دوره

ارایه جزوات و متون آموزشی به صورت CD به تعداد لازم

ارزشیابی از دوره و ارایه آن به سازمان

ارایه گواهی پایان دوره به شرکت کنندگان

پذیرایی از شرکت کنندگان (در محل شرکت)

استفاده شرکت کنندگان در دوره از سمینارهای تخصصی با شرایط ویژه



• مواد و وسایل آموزشی و کمک آموزشی

کمک آموزشی		تجهیزات		دیداری و شنیداری	
■	ماژیک	□	ضبط صوت	□	نوار ویدیویی
□	لوازم التحریر	■	رایانه	□	تلویزیون مدار بسته
□	کلاسور	■	میکروفون و بلندگو	■	فیلمهای آموزشی
■	وایت برد	□	هدفون	□	ویدئو کنفرانس
■	آموزشی CD	□	اورهد	□	وب کنفرانس
■	ویدئو پروژکتور	□	ترانس پارس	□	نوار ضبط صوت
■	دسترسی به اینترنت			□	نمودار، جدول و پوستر
□	نرم افزار آموزشی			■	اسلاید
				□	کتاب/ مقاله و نشریه
				■	جزوه

• محل برگزاری آموزش :

داخل شرکت / داخل سازمان

در صورت تمایل سازمان کارگاههای فوق به صورت سمیناری برگزار می شود



عنوان کارگاه: "استقبال از تغییر در سازمان ها"

• مقدمه:

سازمان های موفق در جهان امروز سازمان هایی هستند که تغییر را در چارچوب تشکیلاتی خود بگنجانند. همان طور که می دانیم بنیان هر سازمان، بر پایه برآورده سازی نیازها است و از آنجایی که نیاز انسان ها دائم در حال تغییر و یا میل به سمت نیاز جدید است، بنابراین لزوم تغییر در سازمان ها همواره دیده می شود و احساس نیاز به مدیریت بر روی این تغییرات بیش از پیش خود را نشان می دهد. مدیران سازمان باید تلاش لازم برای تغییر و استقبال از آن را فراهم آورند و چنین تلاش هایی را تشویق و ترغیب نمایند.

• محتوای آموزش:

- ✓ درک چالش ها و منافع حاصل از تغییرات .
- ✓ چگونگی برخورد افراد با تغییر و رشد نمودن با آن /بررسی رویکردهای تغییرسازمانی / آشنا شدن با مقاومت افراد نسبت به تغییرات / شناسایی مراحل تغییر و تغییر عادات افراد / اصول ها برای تغییرات سریع فرد سازمان.
- ✓ روشن ساختن نگرانی های داخلی و خارجی در مورد تغییرات / شناسایی و اولویت بندی کردن برای عبور از تغییرات / تلاش جهت بدست آوردن اولویت ها / چگونگی کارکرد قانون پارتو برای عبور از تغییرات / تعیین اهداف به صورت SMART/ بررسی لیست کارهای روزانه و مدیریت زمان خود.
- ✓ به کارگیری تکنولوژی و استفاده از مزیت های آن جهت صرفه جویی در وقت/ کنار زدن مزاحمت ها که مانع دستیابی به اهداف میشود.
- ✓ یادگیری و استفاده از روش نه گفتن به موانع / مشخص کردن میزان جلسات / درک واکنش خود نسبت به تغییرات / افزایش ریسک و انعطاف پذیری / شناسایی ویژگی های شخصی محکم و تلاش جهت بهبود آن /مقابله با استرس ، اضطراب و خشم در محیط کار / روشن کردن دیدگاه خود که یک فرمول شخصی است برای انجام موفقیت.



عنوان کارگاه : "رهبری موثر تیم"

• مقدمه:

آیا در فکر ایجاد یک تیم کارآمد هستید؟ آیا می‌خواهید زمانی را که به حل مناقشات تیم خود اختصاص می‌دهید، محدود کنید؟ نتایج تحقیقات نشان داده است که این دو موضوع با هم ارتباط دارند: مطالعات نشان می‌دهند تیم‌هایی دارای رهبری موثر هستند بالاترین کارایی را دارند افراد تیم در زمان بروز مشکل بلافاصله و با حفظ احترام به یکدیگر با مساله روبه‌رو می‌شوند. این کار نه تنها باعث رشد نوآوری، اعتماد و بهره‌وری می‌شود بلکه کار رهبر تیم را هم برای واسطه‌گری در تیم‌ها کم می‌کند.

• محتوای آموزش:

- ✓ چگونگی هماهنگی و شفاف سازی و تمرکز بر اعضای تیم ، تلاش جهت افزایش خلاقیت.
- ✓ نحوه بازخورد دادن که موجب نتایج تحریک کننده، الهام بخش شود .
- ✓ حوه تعیین اهداف و مرزهایی که موجب تغییر و توانمند و بالغ شدن اعضای تیم می گردد.
- ✓ چگونگی حل و فصل مشکلات رایج که تاثیر منفی بر بهره وری تیم دارد.
- ✓ چگونگی تشویق جهت ارائه کردن ایده ها و افکار بدون در خطر انداختن اهداف و چشم انداز تیم.
- ✓ چگونگی ارائه و ارتباط با مدیریت رده بالا در مورد موفقیت ها، اهداف و دستاورد های تیم.
- ✓ ایجاد کردن روش های نو جهت تسهیل و سرعت بخشی به تصمیم گیری گروهی و حل مساله.



عنوان کارگاه: " گوش دادن فعال "

• مقدمه:

گوش دادن یکی از اساسی ترین مهارت های ارتباطات بین فردی محسوب می شود. گوش دادن با شنیدن تفاوت دارد و به صورت اتفاقی رخ نمی دهد؛ بلکه فرایند فعالی بوده که براساس تصمیم آگاهانه و درک از پیام های گوینده شکل می گیرد. قصد ما در این دوره صرفاً بیان این تفاوت نیست، بلکه می خواهیم ضمن بیان ضرورت توجه به مهارت گوش دادن فعال به عنوان یک مهارت کلیدی در بهبود ارتباطات برای مدیران و کارشناسان، راهکارهایی برای توسعه آن ارائه کنیم.

• محتوای آموزش:

- ✓ تفاوت گوش دادن و شنیدن و اهداف گوش دادن
- ✓ انواع گوش دادن / حاشیه ای / بادقت / فعال / انتقادی
- ✓ شناسایی و تسلط بر مشکلات یا ویژگی های شخصی برای تبدیل شدن به یک شنونده ی خوب
- ✓ درک قدرت شنیدن اثربخش و نحوه استفاده ی آن برای رشد و توسعه خود
- ✓ سوال درست پرسیدن در زمان درست برای بهبود عملکرد
- ✓ آگاه شدن از ارتباطات غیر کلامی و به دست آوردن عمق معنای هر پیام
- ✓ نشانه های غیر کلامی توجه یا شنیدن فعال
- ✓ برای اینکه شنونده ی خوبی بود باید چه کارهایی انجام داد.



عنوان کارگاه: "مدیریت تعارض و مقابله با هیجان ها"

• مقدمه:

تعارض و هیجان های ناشی از آن جزئی طبیعی و عادی از زندگی روزمره ما واقعیتی است که بشر در طول تاریخ با آن آشنا بوده ولی متأسفانه به دلیل عدم مدیریت صحیح، بیشتر به ستیزه جویی و دشمن مبدل شده است، تعارض ها خود به خود به وجود نمی آیند، بلکه عواملی سبب بروز آن می شود. برای انتخاب شیوه بهتر برخورد با تعارض ها و هیجان های ناشی از آن، نخست باید منشأ بروز تعارض را شناسائی و دلایل آن را تعیین کنیم .

• محتوای آموزش:

- ✓ شناخت هیجان های خود و دیگران .
- ✓ ارتباط هیجان ها با احساسات ، تفکر و رفتار.
- ✓ مقابله با ناکامی ، خشم ، بی حوصلگی ، ترس و اضطراب.
- ✓ مقابله با هیجان های شدید دیگران و بررسی های شناختی در مورد مدیریت تعارض.
- ✓ مدیریت تعارض میان فردی و تشخیص منشأ تعارض میان فردی.
- ✓ شیوه های برخورد با تعارض در ارتباط با ارباب رجوع.
- ✓ رفع تعارضات میان فردی با استفاده از رویکرد مختلف.
- ✓ مورد کاوی تعارض میان فردی و تکنیک های مدیریت تعارض.



عنوان کارگاه: "مدیریت و سرپرستی هتل"

• مقدمه:

امروزه تنها داشتن سرمایه برای مدیریت و توسعه هتلداری کافی نیست بلکه دانش، مهارت و توانمندی های نیروی انسانی از جمله مدیران هتل ها عاملی بسیار کلیدی می باشد. یکی از مهمترین عوامل موثر در موفقیت مدیریت هتلداری نحوه اداره و مهارت های مدیر است. بنابراین هر اندازه که آگاهی مدیریت هتل و ارتباط او با بخش های دیگر هتل بیشتر باشد به همان اندازه موفقیت هتل بیشتر خواهد شد و به اهداف مدیریت نزدیکتر می باشد.

• محتوای آموزش:

- ✓ شناخت انواع هتل و خدمات پشتیبانی
- ✓ نظارت بر بخش های مختلف هتل: پذیرش، اتاقداری، رستوران، مالی
- ✓ تقسیم کار در بخش های مختلف
- ✓ ایمنی و بهداشت و پیشگیری از حوادث در هتل
- ✓ مهارت های فردی: اداب معاشرت، رفتار، گفتار، پوشش
- ✓ قوانین و مقررات و ضوابط هتلداری
- ✓ اصول و روابط در هتل ها



کارگاه های مهارت های آموزشی شرکت پدیده تبار تقدیم می گردد.

ردیف	عنوان دوره	ساعت
۱	مستندسازی و ممیزی داخلی مبتنی بر استاندارد ISO 29990:2010، مبانی، تشریح الزامات	۸
۲	تکنیک های نیازسنجی و استاندارد سازی مشاغل به شیوه دیکوم	۸
۳	مریی گری از مفهوم تا اجرا	۸

• گروه استادان :

استاد فیروز نوری . استاد بزاز جزایری . استاد دوستی . استاد صفایی واحد

• هدف :

هدف از تشکیل این دوره آموزش نیروی انسانی متخصص برای شرکتهای دولتی و خصوصی است. مفهوم آموزش بر خلاف پرورش یک نظام نیست بلکه آموزش فعالیتی است هدفمدار و از پیش طراحی شده که هدفش فراهم کردن فرصتها و موقعیتهایی است که امر یادگیری را در درون یک نظام پرورشی تسهیل کند و سرعت بخشد.

• مخاطبان :

مدیران/ کارشناسان/ کارمندان واحد های آموزشی و پژوهشی

- در صورت معرفی بیش از ۵ نفر در هر دوره ۱۰٪ تخفیف ویژه محاسبه می گردد.
- در صورت شرکت در کل بسته آموزشی یک دوره به صورت رایگان تقدیم می گردد.



• نحوه آموزش و زمان :

ارائه مطلب، بحث گروهی، تعامل فردی، فعالیت گروهی

نوع آموزش		نحوه آموزش	
☒	حضور	☐	تئوری
☐	نیمه حضور	☒	عملی - تئوری
☐	غیر حضور	☐	عملی



• روش آموزش:

ریز فعالیت ها و آموزش در طول دوره بدین شرح است:

تدریس محتوا	۷۰٪	شامل تدریس و ارائه محتوای آموزشی
کارگاه و مورد کاوی	۲۰٪	شامل ارائه یک نمونه مسئله و استفاده از فعالیت گروهی جهت تحلیل آن
سؤال و جواب	۱۰٪	ساعت پاسخگویی به سؤالات

• تکنیک ها و مزیت های تدریس:

■	- روش سخنرانی	□	- آموزش بوسیله کامپیوتر
■	- روش پرسش و پاسخ	□	- آموزش انفرادی
□	- روش ایفای نقش	■	- روش حل مسأله
■	- روش بحث گروهی	■	- روش ارائه پروژه (طرح)
■	- روش آموزش برنامه ای	□	- روش ترکیبی
□	- روش گردش علمی	■	- تدریس مشارکتی و فعال

• شیوه ارزشیابی از فراگیر:

ارزشیابی نهایی (پایان دوره)

• شرایط مدرس دوره:

مدرک تحصیلی: لیسانس / فوق لیسانس / دکتری

• شرایط برگزاری و دستاوردهای دوره:

استفاده از اساتید مجرب در طول دوره

ارایه جزوات و متون آموزشی به صورت CD به تعداد لازم

ارزشیابی از دوره و ارایه آن به سازمان

ارایه گواهی پایان دوره به شرکت کنندگان

پذیرایی از شرکت کنندگان (در محل شرکت)

استفاده شرکت کنندگان در دوره از سمینارهای تخصصی با شرایط ویژه



• مواد و وسایل آموزشی و کمک آموزشی:

کمک آموزشی		تجهیزات		دیداری و شنیداری	
■	ماژیک	□	صوت ضبط	□	نوار ویدیویی
□	لوازم التحریر	■	رایانه	□	تلویزیون مدار بسته
□	کلاسور	■	میکروفون و بلندگو	□	فیلمهای آموزشی
■	وایت برد	□	هدفون	□	ویدئو کنفرانس
■	آموزشی CD	□	اورهد	□	وب کنفرانس
■	ویدئو پروژکتور	□	ترانس پارس	□	نوار ضبط صوت
■	دسترسی به اینترنت			■	نمودار، جدول و پوستر
□	نرم افزار آموزشی			□	اسلاید
				□	کتاب/ مقاله و نشریه
				■	جزوه

• محل برگزاری آموزش:

داخل شرکت / داخل سازمان

در صورت تمایل سازمان کارگاههای فوق به صورت سمیناری برگزار می شود.



عنوان کارگاه: "مبانی، تشریح الزامات، مستندسازی و ممیزی داخلی مبتنی بر استاندارد ISO 29990:2010"

• مقدمه:

با توجه به رشد روز افزون علم و آموزش های کوتاه مدت؛ با هدف بالا بردن سطح عملی و کمک به تحقق این امر مباحث کیفیت مراکز آموزشی ISO 29990:2010 که جدیدترین استاندارد است که تا کنون در زمینه آموزش تدوین گردیده که ویژگی های اصلی این استاندارد از سایر استانداردهای حوزه آموزش متمایز می باشد. طراحی و در دسترس علاقه مندان قرار داده شده است، که نکته قابل توجه در این استاندارد این است که صرفاً به فرایند آموزش نمی پردازد بلکه به سایر فرایندها مانند مدیریت منابع انسانی، مدیریت مالی و مدیریت ریسک و ... می پردازد.

• محتوای آموزش:

- ✓ تعاریف و مفاهیم یادگیری و طرح های تجاری یادگیری
- ✓ تعاریف و مفاهیم مربوط به یادگیرنده ها و مفاهیم ارائه دهندگان خدمات یادگیری
- ✓ الزامات استاندارد ISO 29990 و تعاریف نیازسنجی یادگیری
- ✓ طراحی خدمات یادگیری و پایش تحویل خدمات یادگیری
- ✓ مدیریت ارائه دهندگان خدمات یادگیری و مدیریت کسب و کار و استراتژی های یادگیری
- ✓ مدیریت منابع انسانی ارائه دهندگان یادگیری و مدیریت امور مشتریان یادگیری



عنوان کارگاه : "تکنیک های نیازسنجی و استاندارد سازی مشاغل به شیوه دیکوم"

• مقدمه:

در سالهای اخیر روشهای متعددی برای سنجش نیازهای آموزشی ارائه شده است. اما با این حال، مهمترین دغدغه های مسئولین آموزش های سازمانی همواره این بوده است که از چه روش یا روشهایی با توجه به شرایط سازمانی و ویژگیهای کارکنان، که مناسب آنها باشد میتوانند استفاده کنند، یکی از مهمترین روشهای نیازسنجی الگوی تحلیل وظایف یا دیکوم (DACUM) می باشد.

• محتوای آموزش:

- ✓ مروری بر استراتژی های آموزشی
- ✓ آشنایی با مفهوم آموزش مبتنی بر صلاحیت
- ✓ شناخت روش های نیازسنجی آموزشی
- ✓ تجزیه و تحلیل شغل / آشنایی با روش دیکوم
- ✓ نحوه برگزاری کارگاه دیکوم
- ✓ نحوه سنجش اثربخشی آموزشی



عنوان کارگاه: "مربی گری از مفهوم تا اجرا"

• مقدمه:

مربی گری یکی از مفاهیم به نسبتاً جدید می باشد که هدف آن بهسازی عملکرد کارکنان از طریق هدایت آنها جهت انجام کارها توسط رشد خودشان است. در واقع مربیان پرسنل را تشویق می کنند که با انجام کارهای چالش برانگیز به تجربیات خود بیافزایند. در اصل کارایی، یادگیری و توسعه یک فرد را تسهیل می کنند، همچنین کارمندان را در تعیین و تحقق اهداف یاری می کنند تا شرایط مناسب برای توسعه مستمر آن ها مهیا شود.

• محتوای آموزش:

- ✓ مفهوم، کاربرد و اهمیت مربیگری و منتورینگ
- ✓ ویژگی ها و شایستگی های مربیان اثربخش
- ✓ خودآگاهی نسبت به سبک، توانایی و عملکرد خود در حوزه ی مربیگری
- ✓ آمادگیها و اقدامات اولیه پیش از شروع یک رابطه ی مربیگری
- ✓ مراحل یک رابطه ی مربیگری و اصول و چالش های هر مرحله: ۱- شروع رابطه و انتقال انتظارات مربی ۲- ارزیابی سطح شایستگی و انگیزش مخاطب ۳- تعیین اهداف مربیگری و توافق بر روی آن ها ۴- هدایت جلسات و گفتگوهای مربیگری
- ✓ طرح ریزی و برنامه ریزی برای اقدامات توسعه ای
- ✓ ارزیابی، بازنگری و اصلاح رویه ها و برنامه های مربیگری، و یادگیری مربی از تجاربش
- ✓ مربیگری در تیم ها و نحوه ی استفاده از آموزه های دوره و تداوم یادگیری در حوزه ی مربیگری