

قابل توجه دانشجویان دانشگاه جامع علمی و کاربردی واحد ۱۲؛

محتوای درسی شیوه های اقناع و تبلیغ در بهار ۱۴۰۴

محتوای درسی شیوه های اقناع و تبلیغ جهت بهره مندی دانشجویان دانشگاه جامع علمی و کاربردی واحد ۱۲ در بهار ۱۴۰۴ می باشد.

به گزارش خبرنگاران گروه آکادمی خبرگزاری گزارش خبر، درس "شیوه های اقناع و تبلیغ" در دانشگاه علمی کاربردی به بررسی اصول و فنون اقناع و تبلیغ مؤثر در ارتباطات پرداخته و هدف آن آموزش تکنیک هایی است که به کمک آن ها می توان افراد را به پذیرش نظر یا اقدام خاصی ترغیب کرد. به طور کلی، محتوای این درس شامل موارد زیر است:

۱. مبانی نظری اقناع:

- تعریف اقناع و تفکیک آن از دیگر مفاهیم مشابه.

- بررسی نظریه های اقناع و چگونگی تأثیرگذاری بر مخاطب.

۲. عناصر اقناع:

- شناخت و تجزیه و تحلیل مخاطب.

- استفاده از پیام های مناسب و مؤثر.

- انتخاب روش های متنوع اقناع (احساسی، منطقی و اخلاقی).

۳. فنون تبلیغ:

- شناخت ابزارهای تبلیغاتی (دیجیتال، چاپی، محیطی و غیره).

- طراحی کمپین های تبلیغاتی مؤثر.

- تجزیه و تحلیل بازار و نیازهای مخاطبان.

۴. مهارت های ارتباطی:

- تقویت مهارت های گفتاری و نوشتاری.

- اهمیت زبان بدن و ارتباط غیرکلامی در فرآیند اقناع.

۵. استراتژی های ایجاد تأثیر:

- استفاده از داستان گویی و ارائه مثال های واقعی.

- ایجاد اعتماد و صداقت برای جلب نظر مخاطب.

۶. ارزیابی و تحلیل نتایج:

- اندازه گیری تأثیر تبلیغات و اقناع ها.

- جمع آوری بازخورد و بررسی چرخه اقناع.

این درس به دانشجویان کمک می کند تا بتوانند به صورت حرفه ای در عرصه تبلیغ و اقناع فعالیت کنند و به بهبود مهارت های ارتباطی و استراتژیک آنان کمک می نماید.

