



جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی علمی - کاربردی

**دوره های آموزش عالی تکمیلی بین سطوح تحصیلی  
مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس تک درس  
کاربرد روابط عمومی و بازاریابی در هتل (مارکوم)  
در سطح مدیران ارشد**



**گروه فرهنگ و هنر**

این برنامه در جلسه ۱۱۳ مورخ ۱۳۹۴/۱۰/۳۰ گروه فرهنگ و هنر به تصویب رسید و بر اساس مصوبه جلسه ۲۵۳ مورخ ۱۳۹۴/۹/۱۵ شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی علمی-کاربردی از تاریخ ابلاغ، برای مؤسسات و مراکز آموزش علمی-کاربردی که مجوز اجرای آن را دارند قابل اجرا است.

بسمه تعالی

نظام آموزش عالی تکمیلی بین سطوح تحصیلی

برنامه آموزشی و درسی تک درس

## کاربرد روابط عمومی و بازاریابی در هتل (مارکوم) در سطح مدیران ارشد

بر اساس مصوبه جلسه ۲۵۳ مورخ ۱۳۹۴/۹/۱۵ شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی علمی -  
کاربردی، گروه فرهنگ و هنر در جلسه ۱۱۳ مورخ ۱۳۹۴/۱۰/۳۰ تک درس کاربرد روابط  
عمومی و بازاریابی در هتل (مارکوم) در سطح مدیران ارشد را تصویب نمود. این برنامه از  
تاریخ ابلاغ در موسسات و مراکز آموزشی علمی - کاربردی که مجوز اجرای آن را از دانشگاه جامع  
علمی - کاربردی اخذ نموده‌اند، قابل اجراست.

یوسفعلی زیاری

سرپرست دفتر برنامه ریزی آموزشی مهارتی و دبیر شورای  
برنامه ریزی آموزشی و درسی علمی - کاربردی

غلامرضا زهتابیان

سرپرست معاونت آموزشی و نائب رئیس  
شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی علمی - کاربردی

رای صادره جلسه ۱۱۳ مورخ ۱۳۹۴/۱۰/۳۰ گروه فرهنگ و هنر در خصوص برنامه آموزشی و درسی دوره تک درس کاربرد  
روابط عمومی و بازاریابی در هتل (مارکوم) در سطح مدیران ارشد صحیح است. به واحدهای مجری ابلاغ شود.

محمد اخباری

رئیس شورای برنامه ریزی آموزشی و درسی علمی - کاربردی



رونوشت :

معاون محترم آموزشی دانشگاه جامع علمی - کاربردی جهت ابلاغ به واحدهای مجری

باسمه تعالی

#### مقدمه:

با در نظر گرفتن شرایط موجود زیرساخت های کنونی کشور و طولانی بودن امور مربوط به بازسازی و ساخت زیرساخت های جدید، تأکید بر امر آموزش در راستای انتقال فناوری های نوین و آشنایی با قوانین، راهکارها و مقررات با هدف افزایش کارایی و اثربخشی و بالا بردن کیفیت خدمات و محصولات ارائه شده، راهبردی ضروری خواهد بود که می تواند تا حدودی آمارهای حاکی از ضعف در زمینه آموزش و بهسازی نیروی انسانی ایران را تعدیل کند. در حالی که جستجوی وسیعی در بازار موجود صنعت گردشگری کشور برای جذب نیروهای کارآمد وجود دارد، اما اکثر دانش آموختگان رشته های گردشگری و هتلداری فاقد مهارت عملی برای ورود به بازار کار هستند و نیاز دارند دوره کوتاه مدت ویژه ای را به طور عملی و کاربردی بگذرانند تا بتوانند خدمات مورد نظر را به خوبی انجام دهند. بدیهی است تفاهم نامه های این مرکز یا موسسات حرفه ای و سطح ممتاز هتلداری در دنیا خود فرصتی را جهت بروز رسانی و تبادل تجربیات بوجود خواهد آورد. اجرای این دوره ها عموماً بصورت کوتاه مدت خواهد بود که به لحاظ کارگاهی بودن آن با توجه به امکانات خاص و منحصر بفرد گروه هتل های هما می تواند تحولی را در بخش آموزش این صنعت در راستای نیل به اجرای روش های استاندارد بین المللی که لازمه پیشرفت این رشته می باشد، بوجود آورد.

کمال هنر، مهارت و توانایی یک هتل در ارائه خدمات آن بستگی به داشتن میهمان مناسب با آن خدمات دارد که در اصل این مهم بر عهده بخش بازاریابی هتل است. روابط عمومی در کنار بازاریابی عمل مستشاری و بازوی توانمندی برای این واحد محسوب می گردد. روابط عمومی عملگر و متبصر که با اطلاع رسانی صحیح و به موقع به عرضه داشته های مجموعه متبوعش می پردازد که اگر این نباشد کار آن سازمان به خوبی صورت نگرفته و کار بازاریابی به ضعف می گراید.

در توضیح فوق متوجه می شویم که قسمتی از بخش بازاریابی با روابط عمومی شدیداً درگیر و مکمل است. با اینکه بخش های مختلف هتل با یکدیگر ارتباط دارند ولی از هم استقلال نیز دارند. لذا با گذشت زمان جهت رفع شکافهای کاری و افزایش بهره‌وری بدون اختلال در عملیات اجرایی، بخشی بنام *MARCOM* در هتل ایجاد گردید. این بخش که از تلاقی *Marketing* (بازاریابی) و *Communication* (روابط عمومی) حاصل گردید، نقش به سزایی در عملیات بازاریابی و روابط عمومی دارد آنچنان که توسعه و پیشرفت های در هتل توسط این بخش اجرایی می گردد.

#### هدف و ضرورت دوره:

هدف از برگزاری دوره های تخصصی مارکوم تربیت نیروی کارآمد در سطح مدیران ارشد و در نهایت بهبود تصویر کشورمان در جهان است. چرا که رضایتمندی هر چه بیشتر گردشگران علاوه بر بازگشت مجدد آنها، ابزاری مفید برای تبلیغ کشور ایران خواهد بود.



شایستگی ها و مهارت های قابل انتظار:

- طرح ، توسعه بهتر برندینگ، تعامل رسانه ای و اعتباری هتل در سطح جامعه، تنوع محصولات و ارائه راهکارهای عملی فروش آن که در نهایت باعث بالا رفتن فروش که همان هدف اصلی هتل است می باشد.
- تسلط بر روش های چگونگی به کار گیری اعضای دپارتمان مارکوم
- مدیریت و ارتباط موثر بین مدیران بازاریابی و روابط عمومی

سطح آموزشی:

- تکمیلی بین سطوح تحصیلی دیپلم و کاردانی (دیپلم - کاردانی)
- تکمیلی بین سطوح تحصیلی کاردانی و کارشناسی (کاردانی - کارشناسی)
- تکمیلی بین سطوح تحصیلی کارشناسی و کارشناسی ارشد (کارشناسی - کارشناسی ارشد)
- تکمیلی بین سطوح تحصیلی کارشناسی ارشد و دکتری (کارشناسی ارشد - دکتری)

ضوابط و شرایط پذیرش ورودی:

- داشتن حداقل مدرک کارشناسی ترجیحا مرتبط
- داشتن سابقه اجرایی ، مدیریت هتل و مدیر دپارتمان
- گواهینامه این دوره از هتل اسکول هاگ هلند ، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و گروه هتل های هما می باشد.

ب- نحوه پذیرش:

- آزمون تعیین سطح ، مصاحبه حضوری ، عدم نیاز به آزمون و یا مصاحبه
- سایر روش ها با ذکر مورد: در صورتی که مدیر هتل و یا مدیر دپارتمان باشند مصاحبه حضوری ضرورتی ندارد.

جدول ساعت نظری و عملی تک درس:

درصد استاندارد ساعت	درصد	ساعت	
حد اکثر ۳۰ درصد	٪۳۰	۲۰	نظری
حد اقل ۷۰ درصد	٪۷۰	۴۰	عملی
۱۰۰	۱۰۰	۶۰	جمع

• مجموع ساعت تک درس حد اقل ۳۰ حد اکثر ۱۰۰ ساعت است



دوره تک درس کاربرد روابط عمومی و بازاریابی در هتل (مارکوم) در سطح مدیران ارشد

نام تک درس: کاربرد روابط عمومی و بازاریابی در هتل (مارکوم) در سطح مدیران ارشد		
عملی	نظری	
۴۰	۲۰	ساعت

الف: هدف درس: توسعه بهتر برندینگ و بالا رفتن فروش در صنعت هتلداری و گردشگری

ب: سر فصل آموزشی:

زمان آموزش (ساعت)		رئوس مطالب و ریز محتوا		ردیف
عملی	نظری	ریز محتوا	رئوس مطالب	
۴۰	۲۰	<ol style="list-style-type: none"> <li>۱. فرایند مدیریت</li> <li>۲. پیاده سازی تکنیک ها</li> <li>۳. پیوند سازمان یا هتل به بیرون</li> <li>۴. مفاهیم برندینگ در هتل</li> <li>۵. مفاهیم اولیه فروش در هتل</li> <li>۶. مفاهیم بازاریابی و روابط عمومی</li> <li>۷. ارتباط بین بازاریابی و روابط عمومی</li> <li>۸. بکار گیری تکنیک های فروش</li> <li>۹. بکارگیری تکنیک های مدیریت</li> <li>۱۰. حمایت از هماهنگ کننده بازاریابی و مدیر بازاریابی و روابط عمومی</li> <li>۱۱. ایجاد، توسعه و فروش ( عرضه ) رویدادهای کلیدی برای هتل</li> <li>۱۲. ایجاد ارتباط موثر با بازار هدف در جهت منافع محصولات و خدمات هتل</li> <li>۱۳. ارتباط کاری با رسانه ها و مقامات رسمی برای افزایش و پوشش رسانه ای</li> <li>۱۴. کار کردن و درک همه بخش های هتل و ترویج برنامه ریزی شده برای دستیابی به هدف و چالش ها</li> <li>۱۵. مدیریت و کنترل بودجه بازاریابی با استفاده از منابع به صورت اثربخش</li> </ol>	مدیریت محتوا	



ج: منبع درسی، مولفان: آقای محمدکیانی و آقای راب بلتمن از هلند

دوره تک درس کاربرد روابط عمومی و بازاریابی در هتل (مارکوم) در سطح مدیران ارشد

د) استانداردهای آموزشی (شرایط آموزشی و یادگیری مطلوب) تک درس: کاربرد روابط عمومی و بازاریابی در هتل (مارکوم) در سطح مدیران ارشد

۱- ویژگی های مدرس: (درجه علمی - سوابق تخصصی و تجربی): به پیوست

- حداقل مدرک تحصیلی دانشگاهی، نام رشته/رشته های تحصیلی متجانس:

- گواهی نامه ها و یا دوره های آموزشی مورد نیاز:

- حداقل سابقه تدریس مرتبط (به سال):

- حداقل سابقه تخصصی در حوزه شغلی مورد نظر (با ذکر حوزه شغلی به سال):

- میزان تسلط به زبان انگلیسی: عالی  خوب

- میزان تسلط به رایانه: عالی  خوب

- سایر ویژگی ها با ذکر موارد:

۲- مساحت، تجهیزات و وسایل مورد نیاز (براساس کلاس ۲۵ نفره و گروه های آزمایشگاهی و کارگاهی (کار عملی) ۲ نفره)

- مساحت مورد نیاز: ۱- کلاس  مترمربع، ۲- آزمایشگاه  مترمربع، ۳- کارگاه  مترمربع، ۴- عرصه  مترمربع، ۵- مزرعه  مترمربع و

سایر موارد با ذکر نام و مقدار

- فهرست ماشین آلات و تجهیزات، وسایل و امکانات مورد نیاز:

۱- ۴- ۷-

۲- ۵- ۸-

۳- ۶- ۹-

۳- روش تدریس و ارائه تک درس: سخنرانی ، مباحثه ای ، تمرین و تکرار ، آزمایشگاهی ، کارگاهی ، پژوهشی گروهی ،

مطالعه موردی ، بازدید ، فیلم و اسلاید  و

سایر با ذکر مورد.....

۴- نحوه ارزیابی تک درس با توجه به هدف تعریف شده: آزمون کتبی ، آزمون عملی ، آزمون شفاهی ، ارائه پروژه ،

ارائه نمونه کار  و..... سایر روشها با ذکر مورد.....



# ضمیمه



### مشخصات تهیه کننده برنامه

الف: مرکز / موسسه تهیه کننده برنامه:

نام مرکز / موسسه تهیه کننده برنامه	نشانی، تلفن، پست الکترونیکی
مرکز آموزش گروه هتل های هما	نشانی: خیابان ولیعصر - روبروی توانیر - بن بست شمس - پلاک ۳
	تلفن: ۸۸۸۸۳۱۳۰
	آدرس پست الکترونیکی:

ب: اعضای گروه تدوین کننده برنامه:

نام و نام خانوادگی اعضای گروه تدوین کننده	مدرک تحصیلی	تلفن	پست الکترونیکی
علی رحیم پور	کارشناسی ارشد		
مریم همتی	کارشناسی ارشد		
راب بلنمن	متخصص بازاریابی و برنامه ریزی استراتژیک		
محمد کیانی	کارشناسی ارشد مدیریت بین الملل		

