



***Azerbaijan
Civil Society Strengthening Programme
Training Courses***

Communication Strategies Training

December 2010



This project is funded by the European Union

proqramı

strategiyaları təlimi

maliyyələşdirilir.

Azərbaycan

Vətəndaş cəmiyyətin gücləndirilməsi

Təlim kursları

Kommunikasiya/əlaqə

Fevral 2011

Bu layihə Avropa Birliyi tərəfindən

Kommunikasiya strategiyaları təlimi iştirakçıların ehtiyacları ilə tanış olmaq məqsədilə təşkil olunmuşdur.

- Dərs 1: Kommunikasiya və Strateji kommunikasiya prinsiplərinə giriş/ ön söz
- Dərs 2: Lahiyyə əsaslı kommunikasiya - hədəf alınmış dinləyicilər/ lahiyyənin tərfi/anlayışı
- Dərs 3: Daxili kommunikasiya prinsipləri – gözləntilər/ təlimləndirmə
- Dərs 4:** Xarici kommunikasiya prinsipləri - kommunikasiya planının inkişafı/ Vətəndaş cəmiyyəti təşkilatlarının və mətbuatın əlaqələri
- Dərs 5:** İctimai əlaqələr (İƏ), müştəri münasibətləri/möhkəm idarə etmə və inteqrasiya olunmuş bazar kommunikasiyaları (İBK)/böhran əlaqələri

İştirakçılar kommunikasiya və strateji kommunikasiya prinsipləri ilə məsələnin elmi perspektivinin dərinliyinə getmədən tanış eilməlidirlər. ikinci dərs təşkilatlar üçün hədəf dinləyicilərin və lahiyyənin mənasının müəyyən olunmasına cəhd etmək sahəsində iştirakçıların ehtiyacları istiqamətində daha spesifik /xüsusi olacaq. Bu mərhələdə “lahiyələr və lahiyyə anlayışı/qavrayışı” üçün yeni yanaşma təqdim edilməlidir. Üçüncü və dördüncü dərs əvvəlki təlim sorğularında da qeyd olunmuş iştirakçıların daxili və xarici kommunikasiya ehtiyaclarına yönəldiləcəkdir.. Beşinci dərsdə anlayışlara bir qədər daha texniki baxımdan yanaşılacaq . Halbuki yaxşı məlum olan nümunələr daha asanlıqla başa düşülə bilər.

Müddət	Dərs	Açar və ya əsas fikirlər	Tapşırıqlar/ başqa qeydlər.
45 dəq ¹	1	Kommunikasiya və strateji kommunikasiya prinsiplərinə giriş/ön söz Effektiv kommunikasiya iştirakçılar üçün əlavə informasiya kimi təqdim olunur.	İştirakçıları kommunikasiya haqqında ümumi anlayışlar və daha sonra öz şəxsi fikirlərimizlə tanış etmək Effektiv kommunikasiyada əsas və ya açar fikirləri vurğulamaq. Hədəf dinləyicilər və ya diqqət mərkəzində olan dinləyicilərə subyektlərdən daha çox məqsədlər arasındakı fərqi xatırlatmaq
45dəq	2	Lahiyə əsaslı kommunikasiya – hədəf seçilmiş dinləyicilər/ lahiyənin anlayışı “Lahiyə”nin tərfi	İştirakçıların lahiyə əsaslı kommunikasiya haqqında sadə anlayışlarla tanış edilməsi Lahiyə ilə bağlı yeni perspektivlərin təqdim edilməsi
15 dəq		Tapşırıq A: Lahiyənin təsdiq edilməsi tapşırığı (Əlavə 1-ə istinad, tapşırıq A sənədi)	İştirakçılar yazmaq məqsədilə cüt-cüt qruplara ayrılır və sonra öz lahiyələrini şifahi olaraq həyata keçirirlər./ yerinə yetirirlər.
		Hədəf dinləyicilərin müəyyən olunması Səhmdarlar və müştərilər arasındakı fərqlilik	Bazar təhlilləri PEST

¹ Timing of the lessons and the exercises are flexible.

		“Bağlılıq/əlaqəlilik xəritəsi” haqqında ön söz	Lahiyyə ilə əlaqəli olan şəxslərin daha dəqiq müəyyən olunması üçün əlaqəlilik xəritəsinin çəkilməsində cəld tapşırıq.
45 dəq	3	Daxili kommunikasiya prinsipləri – gözləntilər/təlimləndirmə Dəqiq rollar Clear Expectations Dəqiq gözləntilər	“Daxili kommunikasiyaların “ vacibliyini vurğulamaq Məsləhət verici qərar Hazırlanmış proseslər Dəqiq gözləntilər Tez-tez baş verən şərtlər Mənbələrin nəzarəti
30 dəq		Tapşırıq B: Dəqiq gözləntilər (Əlavə 2-ə istinad, tapşırıq B sənədi)	Dünya QİÇS günü ilə bağlı iştirakçıların press-relizlərinin Yazılması. Ardınca yazı və dəqiq gözləntilər press-reliz kimi iştirakçılar tərəfindən müzakirə ediləcək.

		Təlimləndirmə Təlimləndirmənin 4 növü.	Məsləhət vermənin 6 qaydası Həvəsləndirmənin 6 qaydası
		NAHAR	
15 dəq		Təkrar	
45 dəq	4	Xarici kommunikasiya prinsipləri – Kommunikasiya planının inkişaf etdirilməsi /Vətəndaş cəmiyyəti təşkilatları və mətbuat əlaqələri Kommunikasiya planının inkişaf etdirilməsi nə deməkdir?	İnternet (sosial media) qeyri-hökumət təşkilatlarının və vətəndaş cəmiyyəti təşkilatlarının kommunikasiya planına daxil edilməlidir.

15 dəq		Öz təşkilatın üçün kommunikasiya planını inkişaf etdir. (Əlavə 3-ə istinad, Tapşırıq C sənədi)	Sizing məqsədləriniz nədir? Sizin hədəfləriniz nədir? Sizin hədəfə aldığınız dinləyiciləriniz kimdir? Sizin vaxt bölgünüz/cədvəliniz necədir Sizin vasitələriniz nədir Siz nəticələri necə qiymətləndirəcəksiniz.
		Çay Fasiləsi	
45 dəq	5	İctimai əlaqələr(İƏ), Müştəri münasibətləri/ möhkəm idarə etmə və integrasiya olunmuş bazar əlaqələri.(İBƏ), böhran əlaqələri	İştirakçılar ictimai əlaqələr, möhkəm idarə etmə, Olunmuş bazar münasibətləri və böhranların id anlayışları və nümunələri ilə tanış edilməli və ya edilməlidir.
		Son qeydlər, suallar və şərhlər	

Əlavə 1

Tapşırıq A. lahiyənin təsdiq edilməsi tapşırığı

Zəhmət olmasa, lahiyənin niyyəti və məqsədi haqqında məlumat vermək üçün aşağıdakı "lahiyənin təsdiqlənməsi" sənədini və arzu edilən nəticəni/nailiyyəti, əsas prioritet hədəfi və bunun nə üçün layiqli bir iş olduğunu daxil edərək tamamlayın . Əgər anketi genişləndirənsiz , zəhmət olmasa onu yaddaşdan kənarda 30 saniyə ərzində hər kəsin başa düşə biləcəyi aydın və qeyri- texniki bir dildə qeyd edin.

Lahiyyənin adı

Lahiyə nə əldə edəcək

Lahiyənin əsas prioriteti nədir

Bu lahiyə nəyə görə layiqli bir işdir

Tapşırıq B: Dəqiq gözləntilər

Zəhmət olmasa 1 dekabr Dünya QİÇS günü haqqında press-reviz yaz.

Biz QİÇS –lə mübarizə aparmaq üçün mühüm dərman hazırlayan məşhur həkimlə mətbuat konfransı keçirəcəyik. Mətbuat konfransı dekabrın 1-i Hilton Park otelində keçiriləcək, həmçinin QİÇS-in geniş yayıldığı ölkələrə pulsuz olaraq paylanacaq dərmanın ilkin istifadəsi daxildir.

Biz həmçinin Türkiyə Kipri və Yunan Kiprinin mediasını da mətbuat konfransına dəvət etmək və bizim təşkilatımızın adada gələcək fəaliyyətinin mümkün olması üçün böyük nüfuz yaratmaq məqsədilə dərmanın ilkin istifadəsini reallaşdırmaq istəyirik.

Sizin press-reviziniz

- Maksimum 1 səhifə olmalıdır.
- Foto şəkil daxil edilməlidir.
- Adadakı bütün mediyaya göndərilməlidir.
- Həkimdən sitat daxil edilməlidir.
- Bizim təşkilatı reklam etməlidir.

Əlavə 3

Tapşırıq C: sizin təşkilat üçün kommunikasiya /əlaqə planını inkişaf etdirməyə cəhd edək

Kommunikasiya planı elə yazılı sənəddir ki,

- öz məqsədlərini yerinə yetirmək istəyini təsvir edir.
- həmin məqsədlərin yerinə yetə biləcək yollarını (sizin hədəfləriniz və ya iş proqramınız)
- sizin assosativ/ birgə kommunikasiyalarınız kimə ünvanlandırılacaq (Sizin hədəf dinləyiciləriniz)
- siz öz məqsədlərinizi necə yerinə yetirəcəksiniz (alətlər və vaxt bölgüsü/cədvəl) və
- Siz öz proqramınızın nəticələrini necə ölçərsiniz(qiymətləndirərsiniz)

Planı necə inkişaf etdirək

Tədqiqatçı – kommunikasiya yoxlamasına rəhbərlik et. Cari kommunikasiyalarını qiymətləndir. Bəzi assosasiyalar bunu etmək üçün firmaları icarəyə götürürlər, ancaq kənar yoxlamanın obyektivliyinin qiyməti yüksək ola bilər. Özünüzün şəxsi yoxlamanıza rəhbərlik etmək aşkar edir.

- personalın hər bir üzvü kommunikasiya üçün nə edir
- hər bir kommunikasiya fəaliyyəti nəyi əldə etmək üçün planlaşdırılıb və
- Hər bir fəaliyyət nə dərəcədə effektivdir

Ehtiyacın olduğu/lazım olan cavabları əldə etmək

- kommunikasiya heyəti ilə müzakirə
- digər şöbələrlə söhbət
- idarə heyətinin sədrinin müsahibəsi
- idarə heyətinin müsahibəsi
- kommunikasiya komitələrinin üzvləri ilə söhbət
- üzvlüyün araşdırılması/təhlil edilməsi
- kütləvi fokus-qruplar və
- Sorğunun qeyri-üzvləri

Müəyyənləşdirilmiş məqsədlər. Öz yoxlamanız haqqında məlumatları əldə edərək , özünüzün bütün kommunikasiya məqsədlərinizi- əldə etmək istədiyiniz nəticələri müəyyən edin. Bunlara daxil edilə bilər.

Müəyyənləşdirilmiş dinləyicilər. Sizin assosasiyanızın əlaqə qura biləcəyi , təsir etməyə cəhd edə biləcəyi və ya xidmət göstərə biləcəyi bütün dinləyicilərin siyahısı . Sizin siyahıya daxil edilə bilər.

Müəyyənləşdirilmiş hədəflər. Qeyd olunmuş məqsədlərlə və mümkün hesab edilən insan və maliyyə resursları , müəyyən olunmuş hədəflər başqa sözlə hər bir məqsəd üçün iş proqramı. Hədəflərə qeyd olunmuş məqsədlərə nail olmaq üçün istifadə edə biləcəyiniz ümumi proqramlar, məhsullar və ya xidmətlər daxildir. Məsələn, əgər məqsəd üzvlük xidmətinin inkişaf etdirmək üçündürsə, hədəflərə üzvlük xidmətinin funksiyası üçün təkmilləşdirilmiş təlimlər , birinci dərəcəli üzvlərə yönəlmiş xüsusi kommunikasiyalar, baş verə biləcək narazılıqlar üçün ərizə və üzvlər üçün davamlı informasiya daxildir.

Tanınmış vasitələr. Qeyd olunmuş hədəfləri yerinə yetirmək üçün hansı vasitələrdən istifadə oluna biləcəyi haqda qərara gəl. Bu vasitələr adi parlaq jurnala qədər ol bilər. Nisbətən daha az aydın olan vasitələri afişaları, məruzələri rolodex kartlarını və web saytları nəzərdən keçirməyin.

Cədvəl yaradın. Əgər məqsədlər, hədəflər, dinləyicilər və vasitələr müəyyən olunubsa, nəticələri ləhiyənin nəyi və nə vaxt yerinə yetirəcəyini təsvir edən təqvimdə qeyd et. Məqsədləri məntiqi zamana görə böl. (aylıq, həftəlik,)

Nəticəni qiymətləndir. Nəticələri ölçmək metodunu öz planına daxil et. Sizin qiymətləndirməniz belə forma ala bilər.

- inkişafda olan iş üçün aylıq məruzə
- personalın görüşlərinin təqdimatı üçün formalaşdırılmış şöbə məruzələri
- idarə heyətinin sədrinin və şöbə müdirlərinin dövrü brifinqləri/təlimatları və
- illik məruzə üçün ilin sonunda yekun

Yazılı kommunikasiya planının inkişaf etdirilməsi cəhdlər tələb edir. İlk vaxtlar etdiyiniz 3 və ya 4 günlük plandır. Yeri gəlmişkən, yazılı plan sizin peşənizi bütün il boyu asanlaşdıracaq.