



وظایف مدیریت در سازمان‌های رسانه‌ای

ارائه کننده:

فیصل کریمی، استاد دانشگاه هرات

www.FaisalKarimi.com

وظایف مدیران در سازمان‌های رسانه‌ای

لوتر گولیک وظایف هفت‌گانه‌ای به شرح زیر برای مدیران تعریف کرده است:



1. برنامه ریزی Planning
2. سازماندهی Organizing
3. به کارگماردن نیروی انسانی Staffing
4. هدایت کردن و رهبری Directing
5. هماهنگی Co-ordinating
6. گزارشدهی / نظارت و کنترل Reporting
7. بودجه بندی Budgeting

برنامه ریزی





برنامه ریزی

❑ برنامه ریزی پلی است که زمان "حال" را به "آینده" مربوط می سازد.

❑ تعیین اهداف کمی و کیفی سازمان ها

❑ ایجاد یک استراتژی کلی برای دستیابی به این اهداف

❑ افزایش احتمال رسیدن به اهداف

❑ تمرکز بر روی اهداف و احتراز از تغییر مسیر

❑ تهیه ابزاری برای کنترل



چیستی برنامه ریزی



- ۱- برنامه ریزی عبارت است از تصمیم گیری در مورد اینکه چه کارهایی باید انجام گیرد.
- ۲- برنامه ریزی عبارتست از تعیین هدف و یافتن یا پیش بینی کردن راه تحقق آن.
- ۳- برنامه ریزی عبارتست تصور و طراحی وضعیت مطلوب در آینده و یافتن و پیش بینی کردن راهها و وسایلی که رسیدن به آن را فراهم کند.
۴. برنامه ریزی یعنی ارائه طریق بر عملیات آینده که متضمن نتایج معین با هزینه مشخص و دوره زمانی معلوم است.

برنامه ریزی

تعریف :

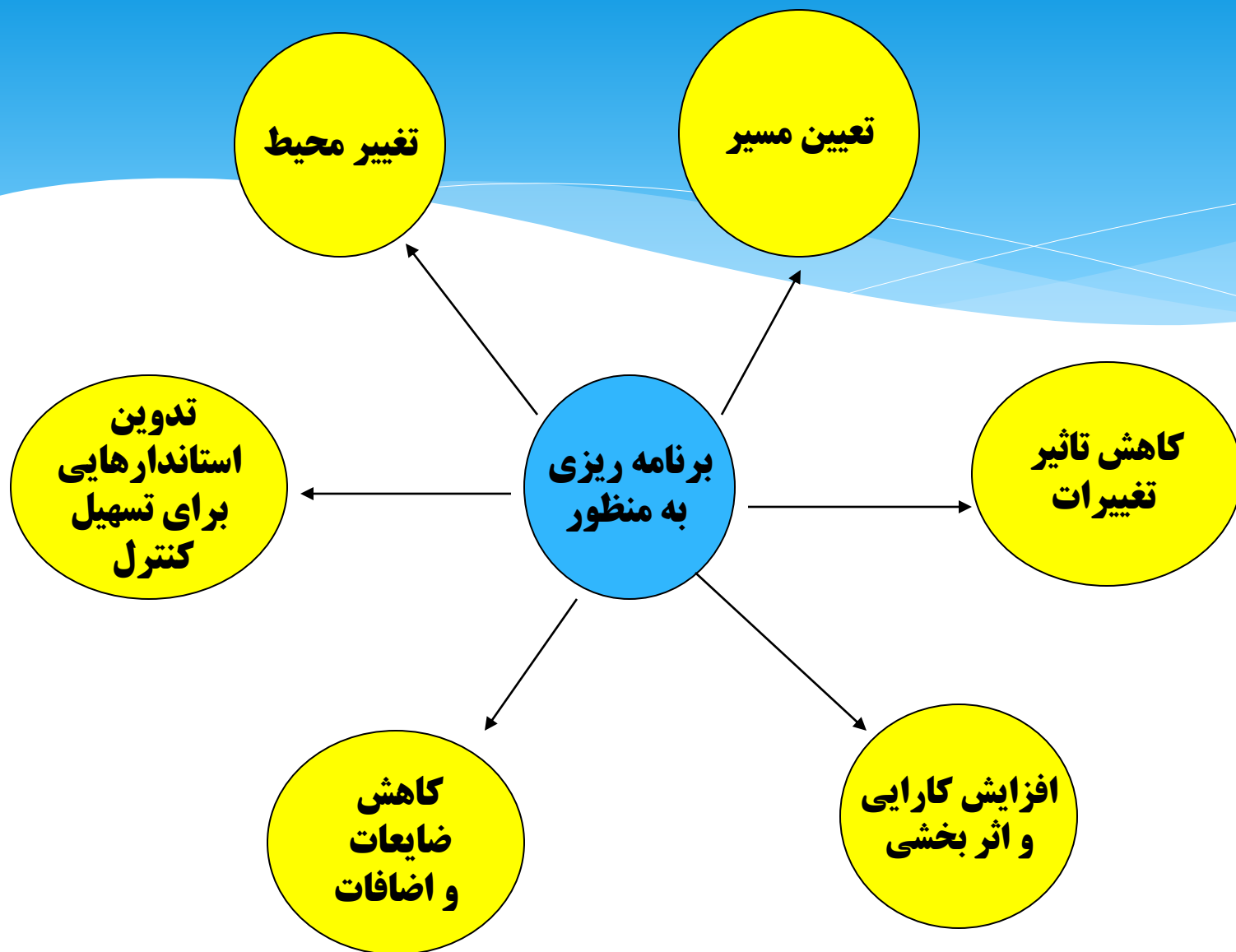
طراحی و تصور وضعیت مطلوب و یافتن و پیش بینی کردن راهها و وسایلی که نیل به آن را میسر سازد همراه با تعهد اجرای آن در مدت معین

برنامه ریزی یعنی پیش از تصمیم گرفتن برای اینکه چه کاری انجام شود؟ چه زمانی؟ توسط چه کسی؟

در برنامه ریزی سازمانهای رسانه‌ای، اولین گام ضروری نخست شناخت هدفهای سازمان رسانه‌ای است.



**PLANNING
IS NOT
OPTIONAL**



انواع برنامه ریزی

- (1) برنامه ریزی استراتژیک (بلند مدت و جامع) - Strategic Planning
- (2) برنامه ریزی عملیاتی (میان مدت؛ تاکتیکی یا اجرایی) - Tactical Planning
- (3) برنامه ریزی فنی (کوتاه مدت) - Technical Planning

فرایند برنامه ریزی استراتژیک

1. تعیین و تبیین اهداف آینده سازمان

2. شناخت وضع کلی موجود سازمان

* تشخیص اهداف و استراتژیهای موجود

* تجزیه و تحلیل منابع و شرایط داخلی سازمان (نقاط قوت و ضعف)

* تجزیه و تحلیل شرایط محیطی سازمان (فرصتها و تهدیدها)

3. تدوین و بررسی استراتژیهای مطلوب و انتخاب بهترین گزینه

4. اجرای استراتژی جدید

5. کنترل استراتژی جدید در عمل و مشاهده بازخورد

برنامه ریزی بلند مدت

- تبیین کننده ی اهداف کلان و نهایی سازمان است.
 - منشا فلسفه ی وجودی یک سازمان است.
 - مدیران سطح بالا این نوع برنامه ریزی را انجام می دهند.
 - مدیران باید با تجزیه و تحلیل محیط **فرصت ها و تهدید ها** را شناسایی کنند.
 - این برنامه ریزی مانند چتری بر سر سایر برنامه ریزی ها قرار می گیرد.
 - جهت دهنده، خط دهنده، راهنما و هدایت کننده سایر برنامه هاست.
- چند مثال از استراتژی های اصلی در سازمان ها: استراتژی رشد، ثبات، کاهش و رقابتی هستند.

برنامه ریزی استراتژیک (بلند مدت)

ما هم می توانیم، **آینده دلخواه خود را تصویر** کرده و در راه رسیدن به آن برنامه ریزی نماییم. می توان مسائل و رویدادها را قبل از وقوع، تجزیه و تحلیل نماییم (آینده سازی فعال)

آینده را می توان به وجود آورد و آن را به **شکل دلخواه ساخت**. مهم آن است که بدانیم **آینده مطلوب** چیست و **راه رسیدن** با آن چگونه با استفاده از Vision است؟ ترسیم و درک آینده مطلوب "چشم انداز" مهارت تجسم و عینیت بخشیدن امکان پذیر می باشد، دقیقاً آن چیزی که در فرآیند برنامه ریزی استراتژیک دنبال می شود.

برنامه ریزی استراتژیک

”تنها چیزی که برای **شروع** نیاز داریم یک **رویاست**، رویایی که بتواند ما را در بهتر از گذشته بودن یاری دهد. تنها چیزی که باید در **وجودمان** داشته باشیم **باور** است، باوری که تضمین کند رویایمان به واقعیت خواهد رسید. تنها چیزی که باید انجام دهیم **عمل** است و زمان **همین حال** است.“

برنامه ریزی استراتژیک

تعریف استراتژی:

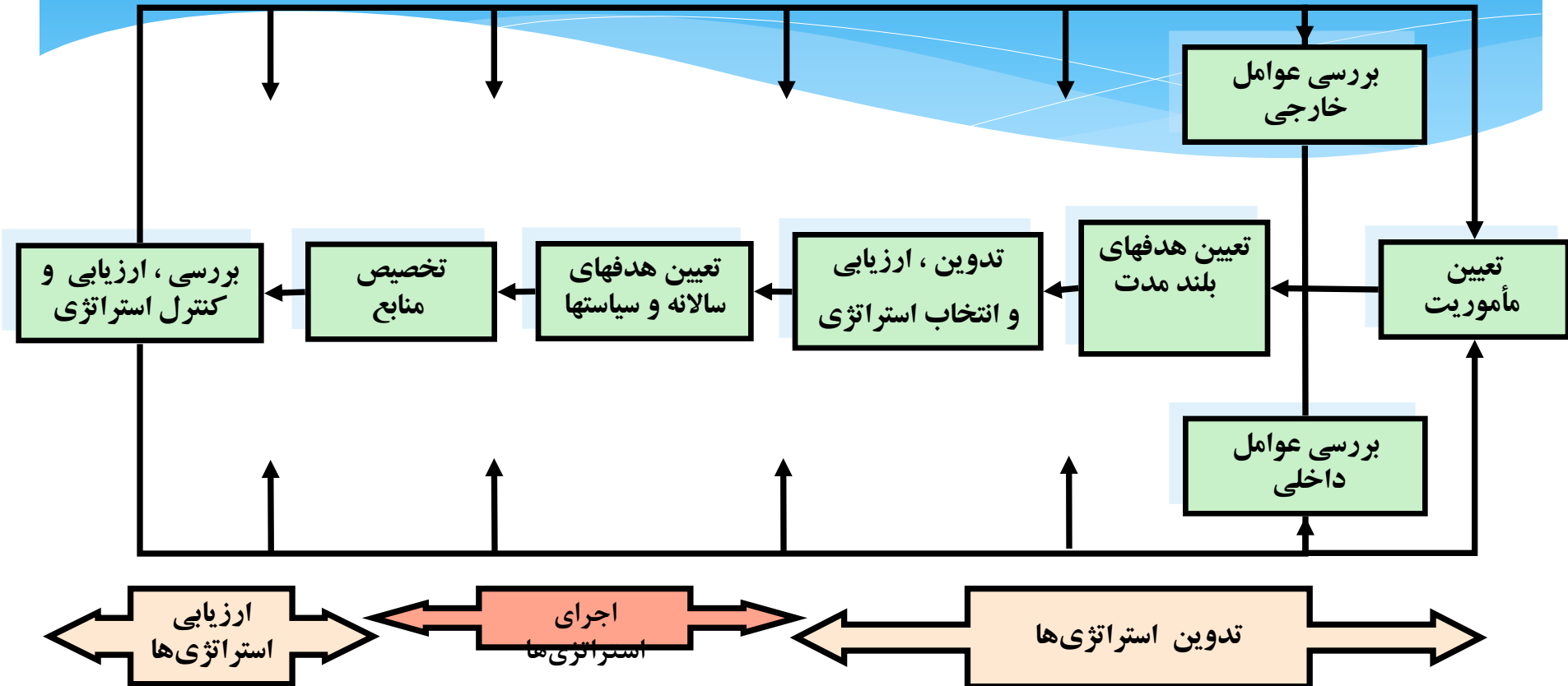
برنامه، الگوی رفتاری، سیاست یا تصمیمی است که **سمت و سوی دیدگاهها و جهت حرکت سازمان را نشان می دهد** و به معنی راهبرد می باشد.

تعریف برنامه ریزی استراتژیک:

* تلاش منظم و سازمان یافته به منظور اخذ تصمیمات بنیادی که شکل دهنده فعالیت آتی و بلند مدت سازمان می باشد.

الگوی جامع مدیریت استراتژیک

بازخور



روش اجرایی برنامه ریزی استراتژیک

۱- تدوین چشم انداز:

چشم انداز سازمان باید خلاصه، بیاد ماندنی، مطلوب و ایده آل مناسب را به تصویر بکشد و همه سطوح را در نظر بگیرد.

۲- تدوین مأموریت:

- دلیل وجودی سازمان
- جایگاه مشتریان (ارباب رجوع) و ذینفعان
- نیازها یا مشکلات بارز فعلی
- بازبینی مأموریت فعلی سازمان

۳- ارزش ها و اصول رفتاری:

ارزش ها ملاک تصمیم گیری مشترک در کلیه شغلها و موقعیت هاست و باورهای مشترک کارکنان هر سازمان است.

