

عنوان مقاله:

واکاوی نقش مدیریت تبلیغات، بر آینده شغلی فارغ التحصیلان رشته ی طراحی گرافیک

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی مدیریت و صنعت گردشگری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مهدی نصیری - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته تاریخ هنر، گروه مطالعات عالی هنر، دانشکده هنرهای تجسمی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

علی خاکسار - استادیار گروه مطالعات عالی هنر، دانشکده هنرهای تجسمی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

صنعت تبلیغات در دهه اخیر، فقط نمایش یک محصول نیست. تبلیغات می کوشد تا هر چه بیشتر مردم را غرق در دنیای برندها کند. در این دوران، شاخص های کلیدی آگهی های تبلیغاتی تاثیرگذار، دچار تحول شده است. مدیریت این جریان هنری- تبلیغاتی دیگر تنها بر عهده مدیران هنری، مدیران بازاریابی و گرافیست ها نیست. در صنعت تبلیغات، به مفهوم جدیدی بنام مدیریت تبلیغات برمی خوریم. مدیران تبلیغات افرادی هستند، دارای تخصص های هنری و مدیریتی. آن ها شیوه های نوین بازاریابی را می دانند؛ توانایی مدیریت بودجه های کلان تبلیغاتی را دارند و با مدیریت بحران آشنا هستند. فارغ التحصیلان رشته ی طراحی گرافیک که در خط مقدم صنعت تبلیغات قرار دارند، می بایست با علم مدیریت تبلیغات آشنا شده، تا توانایی مدیریت پروژه های کلان تبلیغاتی را داشته باشند. پژوهش حاضر رویکردی کاربردی به موضوع مدیریت تبلیغات داشته و با استفاده از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و گردآوری اطلاعات به شیوه مطالعات کتابخانه ای و میدانی به بررسی و مذاقه پیرامون موضوع مدیریت تبلیغات خواهد پرداخت. مسئله ی بنیادین پژوهش حاضر، واکاوی نقش مدیریت تبلیغات، بر آینده شغلی فارغ التحصیلان و دانشجویان رشته طراحی گرافیک در ایران می باشد، تا حلقه گم شده مابین مدیریت تبلیغات و هنر طراحی گرافیک واکاوی شود. یافته های پژوهش حاضر نشان داد، اکثر فارغ التحصیلان رشته طراحی گرافیک با علم مدیریت تبلیغات بیگانه بوده و یکی از نیازهای اساسی تحصیلات تکمیلی در ایران، تهیه و تدوین سرفصل های به روز این رشته است.

کلمات کلیدی:

مدیریت تبلیغات، طراحی گرافیک، تبلیغات، برندینگ.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1406953>

