

الفصل السادس

التدريب والتأهيل على الحملات الإعلامية

- ١- تعاريف التدريب على الحملات الإعلامية
- ٢- أهداف التدريب على الحملات الإعلامية
- ٣- وظائف التدريب على الحملات الإعلامية
- ٤- الفرق بين التعليم والتدريب في الحملات الإعلامية
- ٥- الفرق بين التدريب والخبرة في الحملات الإعلامية
- ٦- أسس لتدريب على الحملات الإعلامية
- ٧- المعوقات التي تواجه التدريب على الحملات الإعلامية
- ٨- أنواع التدريب على الحملات الإعلامية
- ٩- التأهيل للحملات الإعلامية
- ١٠- مفهوم التأهيل للحملات الإعلامية
- ١١- مكونات التأهيل للحملات الإعلامية
- ١٢- أهداف التأهيل للحملات الإعلامية

تعريف التدريب :

تعدد التعريفات لمفهوم التدريب ومنها تعريف الدكتور محمود علم الدين التدريب في مجال وسائل الاتصال الجماهيرية أو الاتصال بالجمهور بأنه تلك العملية المنظمة المخطط لها لاستثارة ونقل بعض الخبرات والمهارات والمعلومات والأفكار إلى العاملين في وسائل الاتصال الجماهيرية (جرائد - مجلات - راديو - تليفزيون - سينما - إدارة العلاقات العامة - الإعلان) بفرض تنشيط خبراتهم وتجديد أفكارهم ومعلوماتهم.

يعرف الدكتور محمود علم الدين التدريب بأنه عملية مخططة لتعديل الاتجاهات أو المعارف أو المهارات أو السلوكيات وذلك بهدف تحقيق الأداء الفعال في إطار نشاط ما أو مجموعة من الأنشطة .

ويرى اتجاه آخر أن التدريب هو عملية تعديل إيجابي تناول سلوك الفرد من الناحية المهنية أو الوظيفة بهدف كسب المعارف والخبرات والمهارات التي يحتاج إليها الإنسان وتحصيل المعلومات التي تنقصه، والاتجاهات الصالحة للعمل من أجل رفع مستوى كفاية في الأداء وزيادة إنتاجه بحيث تتحقق فيها الشروط المطلوبة لإتقان العمل وفاعليته مع السرعة والاقتصاد في التكلفة والجهود المبذولة وفي الوقت المستغرق.

ويحيل رأي آخر إلى تعريف التدريب بأنه :

نشاط مخطط يهدف إلى إحداث تغيرات في الفرد والجماعة من ناحية المعلومات والخبرات والمهارات ومعدلات الأداء وطرق العمل والسلوك والاتجاهات مما يجعل هذا الفرد أو تلك الجماعة صالحين لشغل وظائفهم بكفاءة وإنتاجه.

ويعرف التدريب بأنه: ضرورة أساسية لبناء كفاءة الأفراد عند الالتحاق بالعمل ومعالجة مشاكلهم أثناء الأداء وتطوير قدراتهم إلى مراكز وظيفة تفيد الأفراد من ناحية والمشروع من ناحية أخرى كما يرى الدكتور محمد جمال برعى.

وتعريف اسما حسين حافظ التدريب الصحفي الذي يتم في الأساس في أقسام وشعب الصحافة : مهمة ومسئولية أعضاء جهاز التدريس الصحفي أساسياً في إعداد وتأهيل طلبه التخصص على الوجه الذي يقتضيه تخريج أجيال الصحفيين الصاعدة بأعلى مستوى من الكفاءة والخبرة العملية بناء على الجهد المنظم والمخطط الهادف إلى تنمية القدرات واكتساب وصقل المهارات الفردية وذلك في إطار ما ينهي تحقيقه من تكامل بين الدراسة النظرية وجوانب الممارسة التطبيقية والمران بالاستعانة بصفة أساسية في المؤسسات الصحفية. كما يرى منصور فهمي. تعريف المؤلف " رفعت الضبع " للتدريب على عمل الحملات الاعلامية: هو عملية لإكتساب المعلومات والمهارات الجديدة التي تحقق اقناع الجمهور بسرعة أو خدمة او فكرة محددة .

أهمية التدريب الاعلامي وفقا لرأى الدكتورة أسما حافظ

- ١- تنشيط العمل في المؤسسات الاعلامية وتعديل مسارها.
- ٢- يوفر فرضاً حقيقية لتحسين اتجاهات الاعلاميين وصقل مهارتهم وتزويدهم بالمعارف اللازمة لتلبية احتياجات العمل الذي يقومون به.
- ٣- تنمية روح الانتماء للمؤسسة الاعلامية عن طريق تبادل الأداء والمشاركة في وضع السياسات.
- ٤- يساعد على توفير إتقان اللغة العربية وبعض اللغات الأجنبية المساعدة على فهم المصطلحات العلمية.
- ٥- اكتساب المهارات والمعارف اللازمة لتولى المناصب العليا.
- ٦- إتاحة فرصة التدريب على برامج الكمبيوتر والإنترنت.
- ٧- رفع كفاءة الاعلاميين القدامى وتحديث معارفهم وتنمية مهاراتهم وقدراتهم وتغيير اتجاهاتهم أو تعديلها أو التأكد على صحتها.
- ٨- تبادل الخبرات من خلال تبادل الزيارات بين المؤسسات التليفزيونية في الداخل والخارج.
- ٩- اكتساب الخبرات الجديدة عن طريق المنح الدراسية.

١٠- تتبع أهمية التدريب العملي أثناء الدراسة النظامية أو الأكاديمية للطلاب داخل المؤسسات الاعلامية سواء في أثناء العام الدراسي أو في الأجازات الصحفية وفق التخصص المطلوب.

١١- التدريب التخصصي على أداء عمل معين مرتبط بالعمل الأصلي بهدف اكتساب مهارات جديدة لرفع مستوى الأداء من خلال التدريب العملي.

أهداف التدريب على إنجاز الحملات الاعلامية :

تشتمل على النقاط التي نذكر منها :

- ١- تغيير الاتجاهات وتطويرها.
- ٢- تقديم المعرفة.
- ٣- تنمية المهارات.
- ٤- مساعدة العاملين على أداء الأعمال والوظائف الحالية بأحسن مستوى ممكن.
- ٥- تزويد الفرد وإكساب معارف أو مهارات لازمة لممارسة العمل أو أداء المهام التي يعهد بها إليه والمقصود تدريبية ومرانه عليها.
- ٦- تنمية العاملين للقيام بالوظائف المستقبلية.
- ٧- تخريج الكفاءات المؤهلة لتحمل عبء العمل ومسئولية في شتى المجالات .
- ٨- تكوين قدرات مهارية على ممارسة جوانب العمل الذي يتم التدريب عليه وذلك عن طريق المران العملي والأنشطة التطبيقية وذلك حتى يتمكن من أداء العمل وحدة دون الاعتماد على غيره وتجديد تلك المهارة باستمرار.
- ٩- زيادة ثقة المتدرب بنفسه والارتقاء بمستواه التعليمي والثقافي وتدعيم اتجاهاته إلى التفكير والابتكار.
- ١٠- زيادة القدرة على الاطلاع و البحث والدراسة.
- ١١- تزويد الطلاب بالأسس المعرفية عن الأنساق الاجتماعية التي يعيش فيها الأفراد والأسر والجماعات ومنهم أشكال التفاعلات بين الإنسان وبيئته التي يعيش فيها.

١٢- تعليم المتدربين الإدراك والفهم والتتويج للحاجات الإنسانية من خلال إدراك الفروق والتشابه في الخبرات والحاجات والمعتقدات بين الناس.

وظائف التدريب على الحملات الإعلامية

١- نقل المتدربين :

يعمل التدريب على تزويد المتدربين بما يهمهم ويتصل بشئون عملهم من معلومات وحقائق عن الموضوعات الجديدة المختلفة.

٢- التثقيف : يعتبر التدريب أحد مصادر الإشباع الثقافي والحضاري حيث اتسع دورها وتأثيرها كأداة لتعليم وتثقيف وتنوير وتوعية المتدربين. فالثقافة يتبع مفهومها لتمثل على إشباع الاحتياج الإنساني لمختلف جوانب المعرفة في شتى المجالات المختلفة.

٣- المشاركة المجتمعية :

تنمية الحس الأمني والشعور بالمسؤولية لدى الجماهير وذلك من خلال أسس عملية.

٤- التنمية :

إن التنمية والتطوير كمقصد هام وهدف أساسي مرتبط بكافة أهداف ووظائف التدريب حيث تؤدي إلى تحقيق الارتقاء والتطور الحضاري بالمجتمع والأخذ بيده نحو التقدم.

٥- الإحساس بالمسؤولية :

نتيجة التدريب من غرس الشعور بالمسؤولية الإنسانية والقانونية تجاه المؤسسة ومتابعة المتغيرات والمستحدثات في مجال المهنة .

٦- التعارف والترفيه :

ينتج عن التدريب إلي التعارف الاجتماعي والثقافي و المهاري والفقرات الترويحية .

الفرق بين التعليم والتدريب في الحملات الاعلامية

من حيث	التعليم	التدريب
المفهوم	هو الدراسة النظامية في المدرسة أو الكلية أو الجامعة أو أي مؤسسة تهدف إلى بناء الإنسان	هو الأداة أو الوسيلة التي تكفل للفرد ممارسة أحد الأعمال بذاته واستغلال حصيلة التعليم من أجل أغراض الحياة العملية
الهدف	يهدف التعليم إلى تزويد الفرد بحصيلة معينة من العلم أو المعرفة النظرية في مجال ما	يهدف إلى تحسس أداء العاملين ورفع كفاءتهم وذلك حتى يؤديوا أعمال بكفاءة مطلوبة
درجة الاهتمام	يهتم بالمعارف ويركز على الموضوع	يهتم بالفرد ويركز على الشخصية
الوظيفة	السببية في أداء مهمة محددة	لها بعد واحد وهو الكيفية
من حيث أهميته	التعليم هدف أساسي في حد ذاته	وسيلة لتحقيق هدف أو علي الأكثر

ويوجه عام...

فالتدريب والتعليم وجهان لعمله واحدة في إطار العملية التعليمية فالتعليم والتدريب المستمر هو الطريق الأمثل للوصول إلى الكوادر التليفيزيون النوعية القادرة على البذل والعطاء .

الفرق بين التدريب والتأهيل في الحملات الإعلامية

من حيث	التأهيل	التدريب
التعريف	عملية مخططة لتعديل الاتجاهات والمعارف والمهارات أو السلوكيات بهدف تحقيق الأداء الفعال في إطار نشاط أو مجموعة من الأنشطة	إكساب الفرد مجموعة من المعارف والقدرات والمهارات والصفات العامة والخبرات والتدريب
شروط الحدث	يمثل متطلباً تجهيزياً عام ما يتم قبل أو بعد الالتحاق فعلياً بالعمل على السواء	قد يكون التأهيل شرطاً أساسياً للالتحاق ببعض الوظائف أو الأعمال يتم قبل المزاولة أو الممارسة

ملحوظة : التدريب أكثر شمولاً وأعمق متخصص من التأهيل .

الفرق بين التدريب والخبرة في الحملات الإعلامية

من حيث	الخبرة	التدريب
المفهوم	عملية لتعديل الاتجاهات السلوكيات في إطار مجموعة من الأنشطة	هي درجة عالية من المعرفة والدراية تتم اكتسابها بالفعل نتيجة ممارسة عملية. وتعرض لعدد من المواقف والظروف أو المصائب
الفترة الزمنية	يحتاج إلى مدى زمني أقل من الخبرة	يحتاج إلى مدى زمني طويل
شروط اكتسابها	عام	خاص

ويوجه عام ..

- إن التدريب ← يؤدي إلى تحقيق الخبرة وقصر المدة اللازمة لإكساب الخبرة وبالتساؤل ← يؤدي إلى قلة الوقوع في الأخطاء .
- الحصول على الخبرة ← يعتبر مؤشراً نجاح العمل التدريبي وارتفاع مستواه .

الخطوات الواجب إتباعها للمتدربين في الحملات الاعلامية لاكتساب المهارة التالية :

- ١- التفهم الواعي لاحتياجات التدريب حتى يمكن رسم سياسية على أسس عملية سليمة.
 - ٢- الحصر الشامل المتكاملة للبرامج التدريبية اللازمة والمواد التدريبية (النظرية -- العملية).
 - ٣- الإلمام التام بجميع الأنشطة والجوانب التطبيقية المطلوب المران عليها لاكتساب المهارة بطريقة جيدة.
 - ٤- الابتعاد التام على الارتجال والعشوائية والاهتمام بالتخطيط التدريبي.
- وبوجه عام :

إذا كان التخطيط في غاية الأهمية فالأهم ولاشك هو ← التنفيذ وحسن التطبيق لأسس وعناصر الخطة المترسمة والالتزام بها .

أسس التدريب على الحملات الاعلامية

- ١- تحديد هدف التدريب : يجب أن يكون هدف التدريب يتسم بالوضوح والدقة والقابلية للقياس وأن تكون تلك الأهداف متكاملة غير متعارضة وبشكل قابل للقياس والتحقيق.
- ٢- حصر موضوعات أو محتويات المادة المنهجية والجوانب العملية للتدريب : نشير هنا إلى أن المادة التعليمية والجوانب العملية في التدريب يجب أن تكون موجهة أكثر لخدمة المتدرب بدلاً من تكون موجهة لخدمة المدرب أو الجهة القائمة بالتدريب. كما ترى الدكتورة فوزية فهيم.
- ٣- اختيار أساليب التدريب بما يتناسب كل جانب من الجوانب التدريبية: تتنوع أساليب التدريب وأوجه ممارسة أنشطة المختلفة وتطبيقاته العملية وكذلك جوانب التدريب عديدة ومختلفة باختلاف المجال الذي يحدده التدريب.

٤- تحديد الفترة الزمنية اللازمة للتدريب : يجب مراعاة ساعات التدريب اللازمة والمدة الزمنية التي يتم خلالها التدريب دون إفراط أو تفريط وذلك لتحقيق أقصى فائدة ممكنة للتدريب وتجنب مضيعة الوقت والجهد والمال وذلك بالنسبة للمدرب أو جهة المتدرب. وفقا لرأى الدكتور عماد السباعي.

٥- تحويل المنهج إلى برنامج تدريبي ووضع الجدول الزمني للتنفيذ ومراجعة البرنامج قبل تنفيذه : وذلك يعني تحويل النظري إلى تطبيقي أو عملي والتأكد من مراجعة المنهج قبل تحويله إلى برنامج والتبصير من مدي ملائمة لمستوى المتدربين والتأكد من أنه يشتمل على الموضوعات التدريبية اللازمة لتحقيق الهدف النهائي.

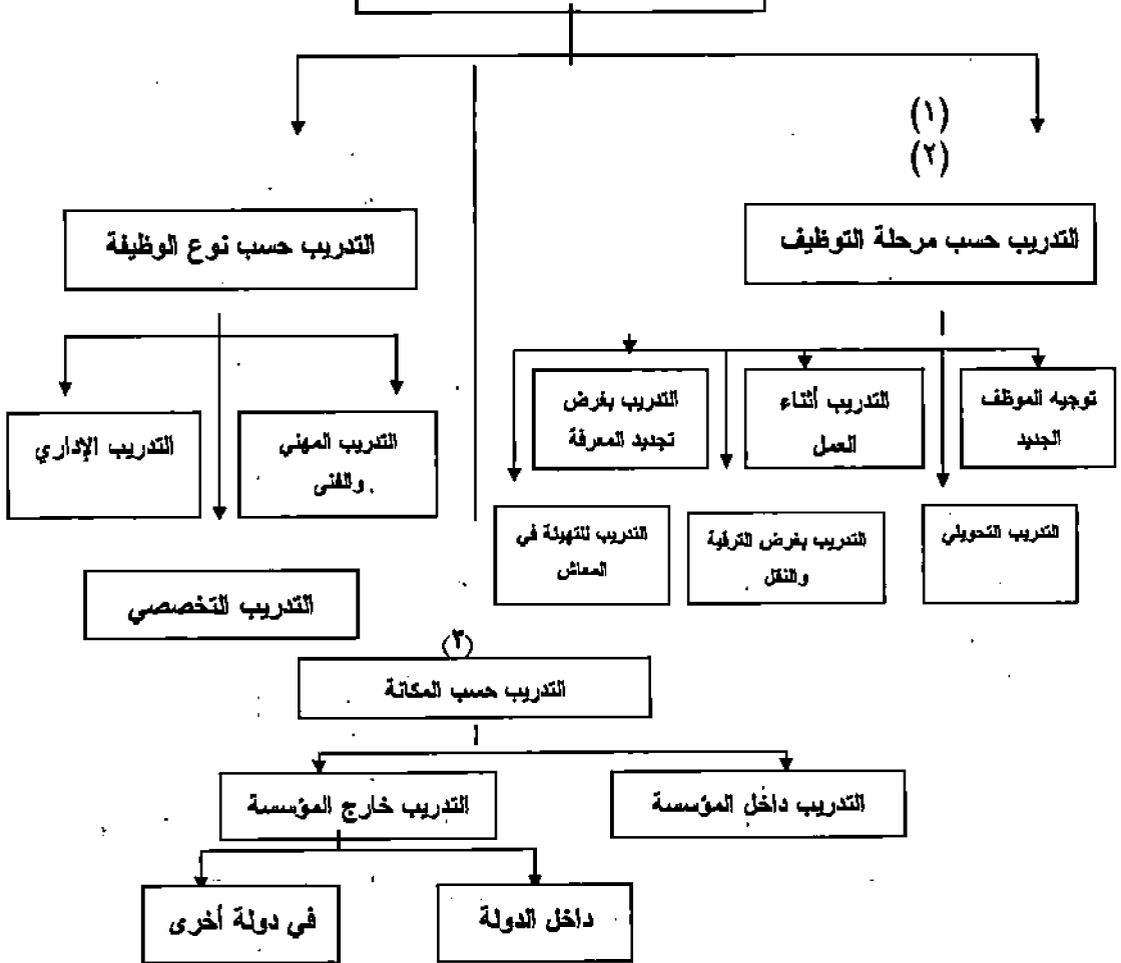
المعوقات التي تواجه التدريب على الحملات الاعلامية

يرى الدكتور حسين محمد البدوي أن :

- ١- نقص واضح في الخبرة والمهارة لدى معظم مشرفي التدريب الذي يتم اختيار بناء على السمعة الشخصية دون مراعاة عنصر الكفاءة أو المهارة .
- ٢- أن المؤسسات التدريبية غير قادرة على استيعاب وتنفيذ خطط برامج التدريب العملي .
- ٣- عدم استخدام أساليب علمية مقننة تساعد على معرفة مردود العملية التدريبية وذلك لتقييم جهود وإنجازات المتدربين أثناء العمل التدريبي .
- ٤- ندرة أو قلة الدور المهني للأخصائي الحملات الاعلامية في مختلف المؤسسات التدريبية وهامشية الدور الذي يقوم به ما يعقد فيه وفي خبراته وقدراته كمدرب لهم .
- ٥- عدم تدريب فريق عمل الحملات الاعلامية والافتقار على تدريبهم في المؤسسات التدريبية .
- ٦- قلة توفير الإشراف العلمي على التدريب من أساتذة في مجال التخصص.

- ٧- لا يوجد التحفيز المطلوب في العملية التدريبية للأساتذة والخبراء .
- ٨- عدم وضوح فلسفة وأهداف التدريب لبعض المدربين وغالبية المتدربين.
- ٩- التدريب الطلابي لا يشمل جميع مراحل الدراسة الجامعية .
- ١٠- عدم استثمار العطلة الصيفية في التدريب.
- ١١- افتقاد خطة الدراسة إلى لائحة عملية حديثة للتدريب.
- ١٢- قلة الفترة الزمنية المناخ فيها التدريب.
- ١٣- ندرة تنظيم برامج تدريبية للقائمين على التدريب على الحملات الاعلامية داخل المؤسسات الاعلامية وخارجها .

أنواع التدريب على الحملات الإعلامية



أنواع التدريب على الحملات الإعلامية

أولاً: التدريب حسب المرحلة الوظيفية :

تدريب الموظفين الجدد : هو التدريب الذي يقوم للموظفين الجدد بهدف خلق اتجاهات نفسية وإيجابية لديهم على العمل حتى تضمن فاعلية كبيرة في التدريب.

توجيه الموظف الجديد :

١- التدريب بغرض تجديد المعرفة والمهارة: هو التدريب الذي يقدم حينما نتقدم معارف ومهارات الأفراد وخاصة حينما يكون هناك أساليب تكنولوجية وأنظمة جديدة.

٢- التدريب بغرض تغيير المسمى الوظيفي : يقوم التدريب بسد الاختلافات والفروق في المهارات والمعارف وذلك نتيجة اختلاف المهارات والمعارف الحالية للفرد عن المهارات والمعارف المطلوبة في الوظيفة.

٣- التدريب للتهيئة في المعاش : هو ذلك التدريب الذي يتم في المنظمات الراقية بهدف تهيئة كبار السن من العاملين إلى الخروج للمعاش.

٤- التدريب التحويلي : هو تدريب الموظفين على مهنة جديدة تختلف عن مهنة الأولي أو تختلف عن تخصصه .

ثانياً : أنواع التدريب حسب المسمى الوظيفي :

١- التدريب المهني والفني : يهتم هذا النوع من التدريب بالمهارات اليدوية والميكانيكية.

٢- التدريب التخصصي : يهتم هذا النوع من التدريب باكتساب المتدرب بمعارف ومهارات خاصة بوظائف أعلى.

٣- التدريب الإداري : يتضمن هذا التدريب المعارف والمهارات الإدارية والإشرافية لتقلد المناصب الإدارية.

ثالثاً : التدريب حسب مكانة :

- ١- التدريب داخل المؤسسة : هو ذلك التدريب الذي يعقد داخل المؤسسة سواء للمدربين من الداخل أو الخارج.
- ٢- التدريب خارج المؤسسة : هو ذلك التدريب الذي يتم خارج المؤسسة وقد يكمن داخل نفس الدولة أو خارجها .
- ٢- التدريب على الحملات الاعلامية أثناء العمل :

كما يرى الدكتورة ناهد أبو العيون

- أ- نظام التدريب الأكاديمي : هو ذلك النظام الذي يجمع بين الدراسة المنظمة المتخصصة في إحدى المدارس والمعاهد أو الكليات وبين ممارسة العمل الصحفي في مؤسسة إعلامية تربوية معينة وذلك لاكتساب الخبرات المهنية إلى جانب المعارف الأكاديمية.

ب- المناقشة

- ج- التعاون الإقليمي في التدريب : وذلك من خلال تنظيم حلقات دراسية ودورات في مراكز تدريبية.

د- عقد لقاءات مع خبراء الحملات الاعلامية في الدول الرائدة.

- هـ- الاستعانة بالمتخصصين من غير العاملين في المؤسسات كمستشارين أو كخبراء مساعدين.

- و- إيفاد العاملين في مؤسسة ما في زيارات أكبر في الدولة نفسها مشابهة في دولة متقدمة أو لمؤسسة أكبر في الدولة نفسها للإطلاع على سير العمل أو للإطلاع على المستحدثات والتقنيات بها

- ز- المراكز التدريبية التي تنشئها بعض المؤسسات الاعلامية والتدريبية أو تشارك في تمويلها بالتدريب العاملين بالفعل أو الراغبين في الالتحاق بالعمل في تلك الصحف.

- ٣- التدريب الصحفي والتليفزيوني النوعي وفقاً لمؤسسات التدريب :
- أ- التدريب أثناء العمل : يتم التدريب أثناء العمل عندما تقوم المؤسسة الاعلامية بوضع جدول لبرنامج تدريبي حيث يصبح بإمكان المتدرب الاستفادة القصوى من التدريب لمعايشة الواقع العام للمجتمع.
- ب- الاستعانة بأحد المتخصصين : يتم الاستعانة ببعض المتخصصين في مجال التدريب على الحملات الاعلامية ليقوم بتدريب الأفراد العاملين لديها.
- ج- التدريب بالخارج : هو التدريب الذي يتم من خلال استغلال الفرصة التدريبية التي تتاح لفريق الحملات الاعلامية.
- د- التدريب الأكاديمي : هو التدريب الذي يمنح للطلاب داخل الجامعة أو المعهد الأكاديمي.

التأهيل في الحملات الاعلامية

- مفهوم التأهيل.
 - مكونات التأهيل.
 - أهداف التأهيل.
- أولاً : مفهوم التأهيل للحملات الاعلامية :
- يعرف التأهيل بأنه إكساب الفرد مجموعة من المعارف والقدرات والمهارات والصفات العامة والخبرات عن الحملات الاعلامية.
- تعريف المؤلف " رفعت الضبع " للتأهيل للحملات الاعلامية : هو عملية إكساب المهارات والمعلومات اللازمة لفريق العمل.
- ثانياً : أهداف التأهيل في الحملات الاعلامية :
- ١- تزويد الطلاب بالمعارف والقدرات والمهارات التي تمكنهم من الوفاء بنجاح باحتياجات المهنة .
 - ٢- تنمية معارف المتدربين بدور الحملات الاعلامية في المجتمع.

٣- إعداد الخريجين بحيث يمكنهم خضوع الحملات الاعلامية للتحليل والنقد.

٤- تزويد الممارسين لمهن الحملات الاعلامية بمزيد من التعليم أثناء العمل.

مكونات عملية التأهيل للحملات الاعلامية :

- الأستاذ في الحملات الاعلامية .
- المنهج في الحملات الاعلامية .
- الطلاب .
- الكتاب .
- الإمكانيات والمعدات .
- الإدارة الجامعية .

وفيما يلي عرض موجز لهذه المكونات :

أولاً : المنهج

يعرف المنهج بأنه: مجموعة متنوعة من الخبرات التي يتم تشكيلها وإتاحة الفرصة للمتعلم المرود بها وهو ما يتم عبر عمليات التدريس التي تظهر نتائجها فيما يتعلمه الطلاب وقد يكون هذا من خلال المدرسة وغيرها من المؤسسات التعليمية أو مؤسسات اجتماعية أخرى ويشترط في هذه الخبرات أن تكون منطقية وقابلة للتطبيق والتأثير . وفقاً لفلسفة الحملات الاعلامية.

هناك عدة أمور ينبغي مراعاتها في المنهج :

- ١- أن يكون غالبية المواد المقررة متصلة بالحملات الاعلامية . اتصال وثيق ويضاف إليها مواد ومعارف عامة.
 - ٢- أن تغطي المناهج الجوانب الاتصالية المتخصصة واللازمة للحملات الاعلامية حتى يتسنى له ممارسة العمل المهني داخل المؤسسة الاعلامية.
- فقد بذلت جهود كبيرة لتوصيف المناهج في الحملات الاعلامية ، فتنقسم المناهج التي يتم تدريسها إلى عدة مجموعات.

- مواد ثقافية تهدف إلى التكوين الثقافي من معارف سياسية – اقتصادية – اجتماعية .
- مواد نظرية في مجال الحملات : نظريات إعلام الصحافة والإذاعة والتليفزيون الدعاية الرأي العام – التشريعات الاعلامية وأخلاقياته أصول التربية وعلم النفس والصحة النفسية والتربية الاجتماعية والإحصاء.
- مواد تطبيقية: التحرير الصحفي.
- مواد عملية: الإخراج الصحفي والتصوير.
- مواد متخصصة في مجال الصحافة: إذاعة – تليفزيون – علاقات عامة – الاتكيت والبروتوكول

ثانياً : الأساتذة وفقاً لمعجم المصطلحات

يعرف أستاذة الجامعة بأنه كل مشغل بالتدريس والبحث من الأساتذة والأساتذ المساعدین والمدرسين ويستخدم عدة مصطلحات للإشارة إلى الأستاذ الجامعي منها أستاذ Professor ومعلم Teacher ومحاضر Lecture وعضو هيئة التدريس Faculty Member.

وهناك عدة أدوار يقوم بها أستاذ الجامعة للدكتور أحمد حسين اللقاني :

١- الدور الأكاديمي: يشير إلى الأنشطة التي يضطلع عليها أستاذ الجامعة وتتعلق بالتدريس والبحث العلمي والخدمة العامة وتنقسم إلى (خدمة الجامعة – خدمة المجتمع).

٢- الدور الإداري : يقصد بها الأعمال الإدارية التي ارتبطت بأستاذ الجامعة كرئاسة القسم أو وكالة الكلية أو عمادتها أو رئاسة الجامعة.

ثالثاً : الطلاب :

يعد الطالب هو الأساس في العملية التدريبية حيث أنه المستهدف منها فطالب الحملات الاعلامية يجب أن يكون لديه الآتي :

١. المقدرة على التعبير اللغوي السليم.
٢. أن يكون واسع الأفق.
٣. أن يكون لديه ثقافة واسعة.
٤. أن يجتاز الاختبارات التي تنظمها كليات وأقسام الاعلام .
٥. أن يكون لديه قدرة على الإبداع والابتكار.
٦. أن يكون خاليا من الأمراض النفسية والتشوهات الخلقية والجسمية.

رابعاً : الكتاب :

توفير الحملات الاعلامية المناسبة في مختلف التخصصات من المشكلات الأساسية التي تواجه كل من أساتذة الاعلام وطالب الحملات الاعلامية وتقف أمام تحصيله الدراسي ، فما زالت المكتبات تندر من المؤلفات الحملات الاعلامية التي تكفي للاحتياجات الحملات الاعلامية.

خامساً : الإمكانيات التدريبية :

- ١- لا بد من توافر الإمكانيات والمعدات من حيث الكم والكيف لتحقيق الأغراض الحملات الاعلامية.
- ٢- لا بد من توافر مكتبة الحملات الاعلامية تحنوى على الكتب القيمة في التخصصات الاعلام والاقناع والرأى العام.
- ٣- أن تكون خدمات هذه المكتبة
- ٤- متاحة لاستخدام الطلاب وأعضاء هيئة التدريس.