



الله أكبر

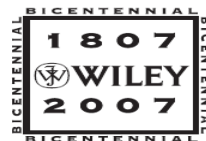
معرفی یکی از منابع آزمون PhD، رشته آموزش بهداشت و ارتقاء سلامت

RENATA SCHIAVO

Health Communication

FROM THEORY TO PRACTICE

SECOND EDITION



John Wiley & Sons, Inc.

ارائه دهنده : معصومه محسنی

part one: introduction to health communication

بخش اول : مقدمه ای بر ارتباطات بهداشتی

part two: health communication approaches and action areas

بخش دوم : ارتباطات بهداشتی ، رویکردها و حوزه های عمل

part three: planning, implementing, and evaluating a health communication program

بخش سوم: برنامه ریزی ، اجرا و ارزیابی یک برنامه ارتباط بهداشتی

part one: introduction to health communication

1 : What Is Health Communication?

2 : Current Health Communication Theories and Issues

3 : Cultural, Gender, Ethnic, Religious ,and Geographical Influences on Conceptions of Health and Illness

➤ Chapter One: What Is Health Communication?

- Defining Health Communication
- Health Communication in the Twenty-First Century: Key Characteristics and Defining Features
- The Role of Health Communication in the Marketing Mix
- Health Communication in Public Health
- Overview of Key Communication Areas
- What Health Communication Can and Cannot Do

➤ فصل اول : ارتباطات بهداشتی چیست؟

- تعریف ارتباطات بهداشتی
- ارتباطات بهداشتی در قرن بیست و یکم: ویژگی ها و تعاریف کلیدی
- نقش ارتباطات بهداشتی در بازاریابی ترکیبی
- ارتباطات بهداشتی در بهداشت عمومی
- مروری بر حوزه های اصلی ارتباطات
- آنچه ارتباطات بهداشتی می تواند و نمی تواند انجام دهد
- مفاهیم کلیدی
- برای بحث و تمرین

➤ Key Concepts ، Chapter One

- Health communication is a multifaceted and multidisciplinary approach to reach different audiences and share health-related information with the goal of influencing, engaging, and supporting individuals, communities, health professionals, special groups, policymakers, and the public to champion, introduce, adopt, or sustain a behavior, practice, or policy that will ultimately improve health outcomes.
- Health communication is an evolving discipline that should always incorporate lessons learned and practical experiences.
- Well-designed programs are the result of an integrated blend of different areas that should be selected in the light of expected behavioral and social outcomes.

➤ نکات کلیدی فصل اول :

- ارتباطات بهداشتی رویکردی چندرشته ای و چند وجهی است برای دسترسی به مخاطبان مختلف جهت به اشتراک گذاشتن اطلاعات مرتبط به سلامتی با هدف تاثیر گذاری، جذب و پشتیبانی افراد، جوامع ، متخصصان بهداشت، گروه های ویژه ، سیاستگذاران، و عموم مردم برای معرفی یک رفتار تا عملکرد یا سیاستی را اتخاذ کنند که در نهایت منجر به بهبود نتایج سلامتی شود.
- ارتباطات بهداشتی یک رشته در حال تکامل است که باید همیشه از درس های آموخته شده و تجربیات عملی استفاده کند.
- برنامه های خوب طراحی شده نتیجه ترکیب یکپارچه حوزه های مختلفی هستند که باید با توجه به انتظارات پیامدهای رفتاری و اجتماعی انتخاب شوند.

➤ Chapter Two: Current Health Communication Theories and Issues

- Key Theoretical Influences in Health Communication
- Select Models for Strategic Behavior and Social Change Communication
- Other Theoretical Influences and Planning Frameworks
- Current Issues and Topics in Health Care: Implications for Health Communication

➤ فصل دوم: نظریه ها و مسائل فعلی ارتباطات بهداشتی

■ تاثیرات نظری کلیدی در ارتباطات بهداشتی

■ انتخاب مدل هایی برای تغییر رفتار استراتژیک و اجتماعی ارتباطات

■ سایر تاثیرات نظری و چارچوب های برنامه ریزی

■ موضوعات و مشکلات فعلی در مراقبت بهداشتی: مفاهیم برای ارتباطات بهداشتی

➤ Key Concepts , Chapter Two

- The theoretical basis of health communication has been influenced by the behavioral and social sciences, health education, social marketing, mass and speech communication, medical models, anthropology, and sociology.
- In this chapter, the most prominent theories and models are divided into the following categories: behavioral and social science theories, mass communication theories, marketing-based models
- There is a recognition of the multidisciplinary nature of health communication.

➤ نکات کلیدی فصل دوم :

■ پایه نظری ارتباطات بهداشتی توسط علوم رفتاری و اجتماعی، آموزش بهداشت، بازاریابی اجتماعی، ارتباطات جمعی و گفتاری، مدل های پزشکی، مردم شناسی و جامعه شناسی تحت تاثیر قرار گرفته است .

■ در این فصل برجسته ترین نظریه ها و مدل هایی که وجود دارد به دسته های زیر تقسیم می شوند : نظریه های علوم رفتاری و اجتماعی ، نظریه های ارتباط جمعی ، مدل های مبتنی بر بازاریابی

■ به رسمیت شناختن ماهیت چند رشته ای ارتباطات بهداشتی

➤ **Chapter Three:
Cultural, Gender, Ethnic, Religious,
and Geographical Influences on
Conceptions of Health and Illness**

- Approaches in Defining Health and Illness
- Understanding Health in Different Contexts: A Brief Comparative Analysis
- Gender Influences on Health Behaviors and Conceptions of Health and Illness
- Health Beliefs Versus Desires: Implications for Health Communication
- Cultural Competence and Implications for Health Communication

- فصل سوم: تأثیرات فرهنگی ، جنسیتی ، قومی ، مذهبی و جغرافیایی بر مفهوم سلامت و بیماری
- رویکردهایی در تعریف سلامت و بیماری
- درک سلامتی در زمینه های مختلف : یک تحلیل مقایسه ای مختصر
- تأثیرات جنسیتی بر رفتارهای بهداشتی و تصورات از سلامتی و بیماری
- اعتقادات بهداشتی در مقابل خواسته ها : مفاهیمی برای ارتباطات بهداشتی
- مفاهیم و صلاحیت های فرهنگی برای ارتباطات بهداشتی

:Key Concepts, Chapter Three

- Conceptions of health and illness are influenced by cultural beliefs, race, ethnicity, age, gender, socioeconomic conditions, and geographical boundaries, among other factors.
- Gender influences not only ideas of health and illness but also access to health information, financial resources for treatment interventions, and ways to respond to disease.
- Health communication interventions should analyze and take into account different ideas of health and illness in order to be effective in reaching out to intended audiences.
- Tensions between health beliefs and desires influence people's willingness to adopt and sustain health behaviors.
- Cultural competence is critical in health communication.

نکات کلیدی فصل سوم :

■ برداشت از سلامتی و بیماری تحت تاثیر فرهنگ ، اعتقادات ، نژاد ، قومیت ، سن ، جنسیت ، شرایط اقتصادی و مرز های جغرافیائی است.

■ جنسیت نه تنها ایده های مربوط به سلامتی و بیماری راتحت تاثیر قرار می هد ، بلکه دسترسی به اطلاعات بهداشتی ، منابع مالی برای مداخلات درمانی و پاسخ به بیماری را تحت تاثیر قرار میدهد

■ مداخلات ارتباط بهداشتی باید تجزیه و تحلیل شوند و ایده های مختلف سلامت و بیماری را در نظر بگیرد که در رابطه با مخاطبان مورد نظر موثر باشد .

■ تنش بین اعتقادات و خواسته های بهداشتی ، بر تمایل افراد به اتخاذ و حفظ رفتارهای بهداشتی اثر میگذارد

■ صلاحیت های فرهنگی در ارتباطات بهداشتی بسیار مهم است.

part two: health communication approaches and action areas

4 : Interpersonal Communications

5 : Public Relations and Public Advocacy

6 : Community Mobilization

7 : Professional Medical Communications

8 : Constituency Relations in Health Communication

➤ Chapter Four: Interpersonal Communications

- The Dynamics of Interpersonal Behavior
- Social and Cognitive Processes of Interpersonal Communications
- The Power of Personal Selling and Counseling
- Communication as a Core Clinical Competency
- Technology-Mediated Communications

➤ فصل چهارم: ارتباطات بین فردی

- پویایی رفتار بین فردی
- فرایندهای اجتماعی و شناختی ارتباطات بین فردی
- قدرت ملاقات شخصی و مشاوره
- ارتباطات به عنوان مبنای صلاحیت بالینی
- ارتباطات از طریق فن آوری

➤ Key Concepts ،Chapter Four :

- Interpersonal behavior and communications are highly influenced by cultural-, social-, age-, and gender-related aspects, as well as literacy levels and individual factors and attitudes.
- The dynamics of interpersonal communication are determined by signs (for example, involuntary acts) and symbols (for example, use of verbal expressions) that may differ among cultures and groups.
- Personal selling interventions may not be very effective in the absence of other communication activities (for example, public relations, community mobilization) that would help create a receptive environment for door-to-door interventions and the message they carry.
- Provider-patient communications is an important area of interpersonal communications and has been shown to affect patient satisfaction, retention, and overall health outcomes.

➤ نکات کلیدی فصل چهارم:

- رفتار و ارتباطات بین فردی از جنبه های فرهنگی ،اجتماعی، سنی و جنسیتی تحت تاثیر قرار می گیرد (مانند سطح سواد ، عوامل و نگرش های فردی)
- پویائی ارتباطات بین فردی توسط علائم (اعمال غیر ارادادی) و نمادها (اعمال ارادی) شکل می گیرد و این نشانه ها و نمادها در میان فرهنگ ها و گروه های مختلف متفاوت هستند
- ارائه خدمات مشاوره ای در غیاب سایر فعالیت های ارتباطی (مانند روابط عمومی و بسیج جامعه) که یک محیط پذیرش برای خدمات رو در رو ایجاد میکنند ، نمی تواند تاثیر چندانی داشته باشد.
- ارتباط تامین کننده سلامت (پزشک) با بیمار یکی از سطوح مهم در روابط بین فردی است که هدف آن رفع نیاز های بیمار و رسیدن به نتایج درمانی مناسب است.

➤ Chapter Five: Public Relations and Public Advocacy

- Public Relations Defined: Theory and Practice
- The Power of Mass Media in Health Care Decisions
- Key Elements of Public Relations Programs
- Public Relations Evaluation Parameters
- When Public Relations Becomes Public Advocacy

➤ فصل پنجم: روابط عمومی و جلب حمایت عمومی

■ تعریف روابط عمومی : تئوری و عمل

■ قدرت رسانه های جمعی در تصمیم های بهداشتی درمانی

■ عناصر کلیدی در برنامه های روابط عمومی

■ شاخص های ارزیابی روابط عمومی

■ وقتی که روابط عمومی تبدیل به حمایت عمومی می شود

➤ Key Concepts ،Chapter Five :

- Public relations strategies and activities can help create interest about an idea, a behavior, a product, or an organization among multiple publics.
- Because of the significant power of the mass media on public opinion and the potential risk for manipulation and misrepresentation, PR ethics should be always held to the highest standards. Professional codes of ethics as well as key characteristics of ethical PR programs should be considered in developing PR programs.
- Public relations alone is not as effective in affecting the public and encouraging behavioral and social change as larger and multifaceted interventions that rely on other action areas of health communication, use community-based strategies and activities, and complement existing or future public health programs.

➤ نکات کلیدی فصل پنجم:

- فعالیت ها و استراتژی های روابط عمومی می تواند به ایجاد علاقه پیرامون یک نظر ، رفتار ، یا محصول یا یک سازمان در میان عموم مردم کمک کند.
- از آنجایی که رسانه های جمعی در تأثیرگذاری بر نظرات آحاد جامعه، قدرت بالایی دارند و البته امکان سوء استفاده از این قدرت وجود دارد، لذا اصول اخلاقی در برنامه های روابط عمومی باید در بالاترین سطح خود رعایت شود.
- روابط عمومی به تنهایی نمی تواند بر مردم و تشویق آنها به تغییرات رفتاری و اجتماعی در رسیدن به اهداف نهایی برنامه های ارتباطی در حوزه سلامت مؤثر باشد و باید سایر سطوح اجرایی از استراتژی های مبتنی بر جامعه و فعالیت های بهداشت عمومی استفاده کنند و برنامه های بهداشت عمومی را تکمیل کنند.

➤ Chapter Six: Community Mobilization

- A Bottom-Up Approach to Community Mobilization
- Community Mobilization as a Social Process
- Implications for Community Mobilization Programs of Social Marketing and Other Theoretical and Practical Perspectives
- Impact of Community Mobilization on Health-Related Knowledge and Practices
- Key Steps of Community Mobilization Programs

➤ فصل ششم: بسیج جامعه

- رویکرد پائین به بالا به بسیج عمومی
- بسیج عمومی به عنوان یک پروسه اجتماعی
- اجرای برنامه های بسیج عمومی به عنوان قسمتی از برنامه های بازاریابی اجتماعی و سایر جنبه های تئوری و عملی
- تاثیر بسیج عمومی بر دانش و عملکرد مرتبط با سلامت
- گام های کلیدی برنامه های بسیج عمومی

➤ Key Concepts ،Chapter Six :

- Community mobilization is a key area of health communication that seeks to empower communities to make the changes needed for better health outcomes. It often starts with ordinary people and attempts to engage all different levels of society.
- Community skills building as well as community participation and autonomy are fundamental aspects of community mobilization.
- The effectiveness of community mobilization interventions increases when they are part of larger health communication programs and complement existing public health initiatives and strategies.
- Several models describe key steps of community mobilization efforts. All of them focus on behavioral or social outcomes and share many common characteristics.

➤ نکات کلیدی فصل ششم:

- بسیج جامعه یک حوزه کلیدی برای ارتباطات بهداشتی است که به دنبال تقویت جوامع برای ایجاد تغییرات مورد نیاز برای رسیدن به نتایج بهتر بهداشتی است. این تلاش ها اغلب با مردم عادی شروع می شود و می کوشد تا تمام سطوح مختلف جامعه را درگیر کنند.
- ساخت مهارت های جامعه و همچنین مشارکت جامعه و خودمختاری جنبه های اساسی بسیج جامعه است.
- تأثیرات مداخلات بسیج عمومی وقتی افزایش می یابند که این مداخلات جزئی از برنامه های بزرگتر ارتباط سلامت هستند و ابتکارات و استراتژی های بهداشت عمومی را تکمیل می کنند.
- چندین مدل برای توصیف جنبه های کلیدی تلاش های "بسیج عمومی" وجود دارند که همه آنها بر نتایج رفتاری و اجتماعی متمرکز بوده و از ویژگی های مشترک زیادی برخوردار هستند.

➤ Chapter Seven: Professional Medical Communications

- Communicating with Health Care Providers: A Peer-to-Peer Approach
- Theoretical Assumptions in Professional Medical Communications
- How to Influence Health Care Provider Behavior: A Theoretical Overview
- Key Elements of Professional Medical Communications Programs
- Overview of Key Communication Channels and Activities

➤ فصل هفتم: ارتباطات پزشکی حرفه ای

- ارتباطات با ارائه دهندگان خدمات بهداشتی درمانی ، رویکرد رو در رو
- پیش فرض های نظری در روابط حرفه ای پزشکی
- نحوه تاثیر بر رفتار ارائه دهندگان خدمات بهداشتی درمانی : یک مرور نظری
- عناصر کلیدی برنامه های ارتباطی حرفه پزشکی
- نگاه کلی به راه ها و فعالیت های ارتباطی کلیدی

➤ Key Concepts ،Chapter Seven :

- Professional medical communications is the application of health communication theories, models, and practices to programs that seek to influence the behavior and the social context of health professionals who are directly responsible for administering health care.
- Although physicians and other health care providers are just another audience and should be considered as such, there are several specific skills (for example, advanced scientific writing ability) and tools that are used primarily or solely in professional communications. This creates the need for considering professional communications as a separate area of health communication.

■ نکات کلیدی فصل هفتم:

■ ارتباطات پزشکی حرفه ای در واقع کاربرد تئوری ها، مدل ها و اقدامات ارتباط بهداشتی است که به دنبال تاثیر بر رفتار و زمینه اجتماعی متخصصان سلامت می باشند. که به طور مستقیم مسئول مدیریت مراقبت های بهداشتی هستند.

■ اگرچه پزشکان و سایر دست اندرکاران حوزه سلامت، تنها به عنوان دسته ای از مخاطبان برنامه های ارتباطی در حوزه سلامت شناخته می شوند، اما برقراری ارتباط درست با آن ها نیاز به مهارت ها و بعضی از ابزارهای ویژه نیز دارند. همین ویژگی ها باعث می شود تا با بقیه سطوح برنامه های ارتباطی در حوزه سلامت تفاوت پیدا کند.

➤ Chapter Eight : Constituency Relations in Health Communication

- Constituency Relations: A Practice-Based Definition
- Recognizing the Legitimacy of All Constituency Groups
- Constituency Relations: An Effective and Structured Approach

➤ فصل هشتم : روابط بین شرکاء در ارتباطات بهداشتی

- روابط بین شرکاء، یک تعریف مبتنی برعمل
- به رسمیت شناختن همه گروه های شریک در برنامه
- زوابط بین شرکاء : یک رویکر موثر و ساختارمند

➤ Key Concepts ،Chapter Eight :

- Constituency relations is a key area of health communication as well as a critical component of all other action areas of communication.
- Constituency relations is commonly used in the public health, nonprofit, and commercial sectors as a fundamental area of communication.
- Building a constituency around a health issue or developing strategic partnerships and collaborations requires hard work and several fundamental steps. These steps are usually summarized in the partnership plan component of a health communication program

➤ نکات کلیدی فصل هشتم:

- روابط بین شرکاء یکی از سطوح کلیدی ارتباطات در حوزه سلامت بوده و هم چنین یک عنصر حیاتی در سایر سطوح ارتباطی در این عرصه است.
- روابط درون بخشی بطور معمول در بخش های بهداشت عمومی ، بخش های تجاری و غیر انتفاعی، به عنوان یک سطح بنیادین ارتباطی استفاده می شود.
- ایجاد مشارکت برای حل یک موضوع ویژه در حوزه سلامت و یا گسترش یک همکاری و ائتلاف راهبردی، نیاز به کارسخت و گذر از چند مرحله بنیادین دارد . این مراحل معمولاً در اجزای طرح های همکاری در برنامه های ارتباطی در حوزه سلامت خلاصه می شوند.

part three:planning, implementing, and evaluating a health communication program

- 9** : Overview of the Health Communication Planning Process
- 10** :Situation Analysis and Audience Profile
- 11** : Identifying Program Objectives and Strategies
- 12** : Developing Tactical and Evaluation Plans
- 13** : Implementing, Monitoring, and Evaluating
a Health Communication Program

➤ Chapter Nine: Overview of the Health Communication Planning Process

- Why Planning Is Important
- Approaches to Health Communication Planning
- The Health Communication Cycle and Strategic Planning Process
- Key Steps of Health Communication Planning
- Elements of an Effective Health Communication Program
- Establishing the Overall Program Goal: A Practical Perspective
- Outcome Objectives: Behavioral, Social, and Organizational

➤ فصل نهم: نگاهی کلی به پروسه برنامه ریزی ارتباط در سلامت

- چرا برنامه ریزی مهم است
- رویکردها به برنامه ریزی ارتباط در سلامت
- چرخه ارتباط در حوزه سلامت و فرایند برنامه ریزی استراتژیک
- گام های کلیدی برای برنامه ریزی ارتباط در سلامت
- عناصر برنامه موثر ارتباط در سلامت
- تنظیم هدف کلی برنامه : رویکردی عملی
- اهداف پیامدی: رفتاری ، اجتماعی ، سازمانی

➤ Key Concepts ،Chapter Nine :

- Health communication planning is a research-based and strategic process that is necessary for effective health communication interventions.
- Planning is a fundamental stage of the communication cycle, which also includes implementation and monitoring; and evaluation, feedback, and refinement.
- The key elements of a health communication plan are:
 - Overall program goal
 - Behavioral, social, and organizational objectives (outcome objectives)
 - Situation analysis and audience profile
 - Communication objectives
 - Communication strategies
 - Tactical plan (including communication messages, channels, activities, and materials)
 - Evaluation plan

➤ نکات کلیدی فصل نهم:

- برنامه ریزی ارتباط در حوزه سلامت ، یک فرایند پژوهش - محور و راهبردی است که برای مداخلات موثر ارتباط در حوزه سلامت ضروری اند.
- برنامه ریزی یک مرحله ی اساسی از چرخه ی ارتباط است، که این چرخه ؛ اجرا و پایش، ارزشیابی، بازخورد، و اصلاح را نیز شامل می گردد.
- عناصر کلیدی برنامه ارتباط در حوزه سلامت عبارتند از:
 - هدف کلی برنامه
 - اهداف رفتاری ، اجتماعی و سازمانی (اهداف پیامدی)
 - تحلیل وضعیت و ویژگی مخاطبان
 - اهداف ارتباطی
 - استراتژی های ارتباطی
 - طرح تاکتیکی (شامل پیام ها، کانال ها ، فعالیت ها، و مواد ارتباطی)

➤ **Chapter ten: Situation Analysis and Audience Profile**

- How to Develop a Comprehensive Situation Analysis and Audience Profile
- Organizing and Reporting on Research Findings
- Common Research Methodologies

➤ فصل دهم: تحلیل وضعیت و ویژگی های مخاطب

■ چگونه تحلیل جامع وضعیت و ویژگی های مخاطب را انجام دهیم

■ سازماندهی و گزارش دادن یافته های پژوهش

■ روش شناسی پژوهش های رایج

➤ Key Concepts ،Chapter ten :

- The situation analysis is a fundamental step in program planning and should be the foundation of health communication programs. In fact, health communication is a research-based field.
- The situation analysis has a number of steps, which include an audience profile for all primary and secondary audiences. Including the audience profile as part of the situation analysis may facilitate a full understanding of the mutual interdependence between audience and environment-related factors.
- There are several criteria that apply to audience segmentation and ranking and serve as a framework to guide the completion of these steps.

➤ نکات کلیدی فصل دهم:

- تحلیل وضعیت ، گام اساسی در برنامه ریزی پروژه ها است و باید مبنای برنامه های ارتباط در حوزه سلامت باشد. درحقیقت ارتباط سلامت عرصه ای مبتنی بر پژوهش است.
- تحلیل وضعیت مراحلی دارد، که شامل بررسی خصوصیت تمام مخاطبان اولیه و ثانویه می باشد. لحاظ کردن ویژگیهای مخاطبان، به عنوان بخشی از تحلیل وضعیت ممکن است درک کاملی از وابستگی متقابل و دوجانبه ی بین مخاطب و عوامل وابسته ی به محیط را تسهیل کند.
- معیارهای متعددی وجود دارند که برای دسته بندی و رتبه بندی مخاطبان کاربرد دارند و به عنوان چهارچوبی برای راهنمایی تکمیل این گام ها عمل می کنند.

➤ **Chapter Eleven: Identifying Program Objectives and Strategies**

- How to Develop and Validate Communication Objectives
- Outlining a Communication Strategy

➤ فصل یازدهم: شناسایی استراتژی ها و اهداف برنامه

- چگونه می توان اهداف ارتباطی را توسعه داد و اعتبار سنجی کرد؟
- طرح ریزی یک استراتژی ارتباطی

➤ Key Concepts ،Chapter Eleven :

- Communication objectives and strategies are interdependent and connected with all other components of the health communication program.
- Communication objectives are the intermediate steps or changes that are needed to achieve behavioral, social, and organizational objectives, as well as the overall program goal.
- Neither communication objectives nor strategies focus on or describe tactical elements. Communication strategies inform and guide the development of the tactical plan (including communication messages, channels, materials, and activities).

➤ نکات کلیدی فصل یازدهم:

- اهداف و استراتژی های ارتباطی با سایر عناصر برنامه های ارتباطی در حوزه سلامت در ارتباط بوده و به هم وابسته اند.
- اهداف ارتباطی، مراحل تغییرات بینابینی هستند که برای رسیدن به اهداف رفتاری، اجتماعی و سازمانی و سایر مقاصد نهایی برنامه لازم هستند.
- نه اهداف و نه استراتژی های ارتباطی، توجهی به جزئیات اجرایی برنامه ندارند. راه کارهای ارتباطی در واقع راهنمای طراحی برنامه های تاکتیکی با جزئیات هستند(شامل پیام های ارتباطی، کانال ها، مواد و فعالیت ها).

➤ Chapter Twelve :Developing Tactical and Evaluation Plans

- Overall Definitions of Tactical and Evaluation Plans
- Key Elements of a Tactical Plan
- The Evaluation Plan: An Overview of Models and Trends

➤ فصل دوازدهم : تدوین و توسعه برنامه های اجرایی و ارزیابی

■ تعریف کلی برنامه های اجرایی و ارزیابی

■ عناصر کلیدی برنامه های اجرایی

■ برنامه های ارزیابی : یک نگاه کلی به مدل ها و روندها

➤ Key Concepts ،Chapter Twelve :

- The tactical plan encompasses the communication messages ,channels, and vehicles (materials and activities) that are designed to serve core communication strategies.
- All elements of the tactical plan are informed and guided by research findings of the situation analysis and audience profile. Messages, channels, and activities are audience specific and should be developed and tested with the input and participation of intended audiences. When multiple tactics can serve the same communication strategies and objectives, it is important to rank and prioritize them on the basis of several parameters that are discussed in this chapter (for example, message complexity, audience reach, cost-effectiveness).

➤ نکات کلیدی فصل دوازدهم:

- برنامه اجرایی تشکیل شده است از پیام های ارتباطی، راه ها و ابزار ارتباطی (مواد و فعالیت ها) هستند که به منظور حمایت از استراتژی های اصلی برنامه طراحی شده اند.
- تمام عناصر برنامه اجرایی بر اساس تحقیقات اولیه، شامل تحلیل موقعیت و شناسایی و بررسی مخاطبان، طراحی می شوند. تمام پیام ها، راه ها و فعالیت ها باید برای مخاطبان ویژه طراحی شده و باید با حضور مخاطبان مورد آزمون قرار گیرند. زمانی که برای یک استراتژی، امکان های اجرایی متعددی وجود دارد، این امکان ها باید بر اساس شاخص هایی مانند پیچیدگی پیام، میزان دسترسی به مخاطبان و به صرفه بودن اولویت بندی شوند.

➤ Chapter Thirteen : Implementing, Monitoring, and Evaluating a Health Communication Program

- Planning a Successful Program Implementation
- Monitoring: An Essential Element of Program Implementation and Evaluation
- Evaluation Report

➤ فصل سیزدهم: پیاده سازی ، نظارت و ارزیابی برنامه های ارتباطی در حوزه سلامت

■ برنامه ریزی برای اجرای موفقیت آمیز برنامه

■ پایش: یک عنصر اساسی و ضروری برای اجرا و ارزیابی برنامه

■ گزارش ارزیابی

➤ Key Concepts ،Chapter Thirteen :

- The implementation of a health communication program is a combination of human resources and funds management with monitoring program activities and impact. It requires hard work, perseverance, and problem-solving skills.
- Monitoring, an essential component of program implementation, refers to the collection and analysis of data and information relevant to the implementation, evaluation, and potential success of the health communication program.
- The evaluation report summarizes process and summative evaluation findings in relation to the original evaluation plan, methods, and indicators.

➤ نکات کلیدی فصل سیزدهم:

- اجرای یک برنامه ارتباطی در حوزه سلامت یک است ترکیبی از مدیریت منابع انسانی و مالی با نظارت بر فعالیت ها و تأثیر برنامه است که نیازمند کار سخت ، پشتکار و مهارت های حل مسئله خواهد بود.
- پایش از مولفه های اصلی اجرای برنامه ها است که به جمع آوری ، تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات اشاره دارد. و مرتبط با اجرا ، ارزیابی و موفقیت بالقوه برنامه های مرتبط با سلامت است
- گزارش ارزیابی ، خلاصه روند و خلاصه یافته های ارزیابی در رابطه با ارزیابی اولیه طرح ، روش ها و شاخص ها می باشد.

باتشکر از توجه شما