



برنامه های پژوهشی

گام سوم در طراحی مؤسسه تبلیغ بین المللی - پیش نویس



۲۸ فروردین ۱۴۰۱





مندرجات

← گستره اهداف برنامه‌های پژوهشی ۳/

اهداف آموزشی ۳/

اهداف رسانه‌ای ۳/

اهداف تبلیغی ۴/

اهداف اداری ۵/

اهداف پژوهشی ۶/

← اهداف کیفی برنامه‌های پژوهشی ۸/

← معرفی برنامه‌های پژوهشی ۱۲/

← ملزومات تحقق برنامه‌های پژوهشی ۳۲/



گستره اهداف برنامه‌های پژوهشی

پژوهش نهادی اصالی و مستقل نیست، تنها ابزاری برای خدمت به بخش‌های دیگر مؤسسه، تا بتوانند کار خود را بهتر انجام دهند و به اهداف دقیق‌تر دست یابند. از این رو، برنامه‌های پژوهشی را به مناسبت سایر قسمت‌ها دسته‌بندی می‌کنیم و نظم می‌دهیم.

اهداف آموزشی

برخی برنامه‌های پژوهشی به هدف ارتقای فعالیت‌های آموزشی مؤسسه طراحی می‌شوند. مهم‌ترین هدف آموزشی مؤسسه که در سند راهبردی ذکر شده است بند ۹ است:

۹. شناسایی استعدادهای برتر و نخبگان در میان طلاب و محصلان، تا پس از طی دوره آموزش تبلیغ و رسانه، تبدیل به تأثیرگذارترین نسل از مبلغان گردند.

این هدف برای تحقق بند ۱۰ چشم‌انداز در نظر گرفته شده است:

۱۰. بهترین بستر برای تربیت و پرورش نسل آینده مبلغین

پژوهشی که بتواند به تحقق هدف راهبردی فوق و دستیابی به ویژگی ذکر شده در سند چشم‌انداز کمک کند، مشتمل بر اهداف ذیل خواهد بود:

۱. دستیابی به شیوه‌های شناسایی استعدادهای برتر در میان طلاب حوزه‌های علمیه
۲. یافتن روش‌های شناسایی نخبگان علمی در دبیرستان‌ها و مراکز آموزش عالی
۳. طراحی راهکارهای جذاب برای ترغیب طلاب و محصلان به شرکت در دوره‌های آموزشی مؤسسه

موارد فوق را به عنوان «اهداف آموزشی» برنامه‌های پژوهشی خواهیم شناخت که مسیر بخشی از برنامه‌های پژوهشی را ترسیم کرده و به آن‌ها جهت خواهند داد.

اهداف رسانه‌ای

مشابه آنچه درباره اهداف آموزشی بیان شد، برنامه‌های پژوهشی بایستی بتوانند اهداف رسانه‌ای مؤسسه را نیز تأمین کنند. در سند راهبردی با این هدف رسانه‌ای مواجه هستیم:

۴. دستیابی به شهرت در میان عموم مردم که با اطمینان خاطر و ایمان به صحت فعالیت‌های تبلیغی مؤسسه، از آثار و دستاوردهای آن استقبال نموده و بدون نگرانی استفاده نمایند. برای این منظور باید از طریق رسانه‌های عمومی، اطلاعات و آمار دقیق و صحیح از فعالیت‌ها ارائه گردد.

این هدف به طور صریح به بند ۲ از سند چشم‌انداز توجه دارد:



۲. واجد مقبولیت عرفی با سابقه خدمت صادقانه به مردم
۵. نظریه پرداز در تبلیغ نوین و ابزارهای رسانه‌ای

برای این منظور به پژوهش‌هایی نیاز داریم که اهداف ذیل را تأمین کنند:

۴. شناسایی انواع رسانه‌های عمومی و میزان تأثیرگذاری هر یک
۵. آینده پژوهی رسانه‌ها و شیوه‌های آمادگی برای مواجهه با رسانه‌های آتی
۶. یافتن متدهای افزایش تأثیر رسانه‌ای در مخاطبین
۷. چگونگی کاهش آسیب‌های ناشی از حملات رسانه‌ای و تکنیک‌های مواجهه با این حملات

ضرورت دارد برای هر کدام از اهداف پژوهشی فوق برنامه‌هایی تدوین کنیم و پژوهش‌هایی را ساماندهی کنیم، تا توانمندی‌های مؤسسه را ارتقا داده باشیم.

اهداف تبلیغی

سند راهبردی اهداف بلندمدت ذیل را برای فعالیت‌های تبلیغی مؤسسه ترسیم کرده است:

۱. مؤسسه بتواند مروج فرهنگ اسلام؛ مشتمل بر باورها و اعتقادات اسلامی، احکام و شریعت اسلامی، اخلاق و تربیت اسلامی یا به عبارتی تازه‌تر «سبک زندگی اسلامی» در اقصی نقاط جهان باشد. برای رسیدن به این هدف، چاره‌ای نیست جز این که در ضمن نگاه «جهانی»، به صورت «منطقه‌ای» و قدم به قدم عمل گردد.
۳. ایجاد اعتماد عمومی در جامعه تبلیغی نسبت به دقت‌های علمی به کار رفته در تمامی فعالیت‌ها، به گونه‌ای که آثار، محصولات و تولیدات مؤسسه اعتبار علمی کافی در میان متخصصین داشته باشد و مورد تردید واقع نگردد. برای این منظور بایستی تمامی فعالیت‌ها با روش‌های معتبر علمی انجام شود.
۸. تشکیل اتاق فکر تبلیغ از تمامی متفکران جذب شده و حفظ و تداوم فعالیت‌های این اتاق فکر، با توجه به ضرورت‌های فعالیت مؤسسه؛ یعنی قابلیت اعتماد و امانت‌داری، به نحوی که مورد تأیید بیت باشد.
۱۰. تولید استانداردهای جدید برای کنترل کیفیت، کنترل روش و فرآیند و کنترل محصولات تبلیغی، به نحوی که مورد پذیرش متخصصین این فن قرار گیرد و به عنوان فصل الخطاب در ارزیابی‌ها محسوب شود، تا بتوان فعالیت‌ها را مقایسه کرد و ارزشگذاری نمود.
۱۲. لازمه دستیابی به چشم‌انداز مطلوب مؤسسه، تأسیس بزرگ‌ترین بانک اطلاعات تبلیغی است؛ بانکی که شامل فهرست کاملی از مسائل و چالش‌های فرهنگی، شبهات اعتقادی و پرسش‌های دینی و مذهبی باشد، به تفکیک مناطق جغرافیایی دنیا، همراه با تمامی پاسخ‌های ارائه شده توسط دیگران و همچنین توسط کارشناسان مؤسسه. همچنین فهرستی از مبلغین فعال در دنیا، در مکاتب و ادیان و مذاهب مختلف و نهادهای تبلیغی مؤثر جهان، کتاب‌ها و مجلات و آثار منتشر شده در حوزه تبلیغ و رسانه. چنین بانک اطلاعاتی می‌تواند زمینه دستیابی به بسیاری از آرمان‌های ذکر شده را فراهم نماید.
۱۴. توجه ویژه به موضوعاتی تازه در عرصه تبلیغ که بهتر می‌تواند توجهات مخاطبین

را تجميع كند، مانند: «حقوق بشر». اين قبيل موضوعات بسترهاي جديدي را براي تبليغ فرهنگ اسلام مي گشايد.

كه در راستاي دستيابي به ويژگي هاي ذيل از سند چشم انداز طراحي شده اند:

۲. واجد مقبوليت عرفي با سابقه خدمت صادقانه به مردم
۴. تأثيرگذار در فرهنگ جهاني
۵. نظريه پرداز در تبليغ نوين و ابزارهاي رسانه اي
۶. متكي بر اتاق فكر تبليغ زير نظر بيت مرجعيت
۹. فعال در سه رشته «كلام و اعتقادات»، «علوم قرآني و تفسير» و «حقوق بشر»

دستيابي به اين شش هدف تبليغي نيازمند پژوهش هايي ست كه در مسير اهداف ذيل باشند:

۸. تدوين سبك زندگي اسلامي متناسب با عقايد، احكام و اخلاق اسلامي
۹. طراحي آئين نامه پژوهش هاي مؤسسه مبتني بر اصول و روش هاي معتبر علمي
۱۰. تنظيم آئين نامه اتاق فكر تبليغ
۱۱. طراحي استانداردهاي جديد تبليغ در عرصه هاي كنترل فرايند و كنترل كيفي محصولات تبليغي
۱۲. تدوين آئين نامه و مستندات پژوهشي مورد نياز براي تأسيس بانك اطلاعات تبليغي
۱۳. شناسايي و فهرست موضوعات و مسائل اجتماعي مستحذنه جهت طراحي برنامه تبليغ
۱۴. دستيابي به سند شيوه نامه حمايت جهاني از «حقوق بشر» براي استفاده در فرايند تبليغ

اهداف اداري

تحقق اهداف آموزشي، رسانه اي و تبليغي مؤسسه مستلزم وجود تشكيلات و سازماني تواناست. براي توانمندسازي اين نهاد اداري پژوهش هايي مورد نياز است. دستيابي به اهداف بلندمدت و راهبردي ذيل نيازمند تدبير اداري هستند:

۲. اعتماد بيت مرجعيت اعلاي شيعه را كسب كرده، به تدريج بر اين اعتماد بيافزاييد و پيوسته از حمايت هاي معنوي بيت برخوردار باشد. براي رسيدن به اين هدف، بايد مدام گزارش هاي درست و دقيق از كارهاي انجام شده و پيش رو ارائه گردد.
۵. جذب قوي ترين متخصصين و كارشناسان حوزه پژوهش، آموزش و تبليغ براي تنظيم بهترين محتواها و برنامه ها در اين سه مقوله.
۶. جذب بهترين كارشناسان رسانه، جهت تبديل محتواهاي تبليغي به چندرسانه اي هاي قابل ارائه از طريق ابزارهاي نوين تبليغ و ارتباط.
۷. جذب تواناترين جامعه شناسان و روانشناسان براي شناخت بهتر مختصات جامعه هدف و طراحي متناسب ترين برنامه هاي تبليغي.
۱۱. همكاري علمي با تمامي مراكز و نهادهاي پژوهشي، آموزشي، تبليغي و رسانه اي در تمام دنيا؛ دانشگاه ها، مراكز تحقيقاتي، توليدكنندگان محصولات چندرسانه اي كه مستلزم ثبات در تصميم گيري ها و قدرت در برنامه ريزي مؤسسه و همچنين تشكيل يك واحد روابط بين الملل پرتحرك است.
۱۳. حمايت علمي، مادي و معنوي از ساير مؤسسات و نهادهاي تبليغي كوچك، در

راستای تبدیل آن‌ها به وکلا و نمایندگانی جهت تداوم فعالیت‌های مؤسسه در نقاط دیگر جهان.

۱۵. تأمین تمامی نیازهای مالی مؤسسه و هزینه‌های جاری از طریق فروش کالا و خدمات، با تولید محصولات قابل عرضه و ارائه خدمات پژوهشی و آموزشی به سایر مؤسسات، به صورت کاهش تدریجی و گام به گام جذب و استفاده از نذورات خیرین.

اهداف فوق در راستای ویژگی‌های ذیل از سند چشم‌انداز در نظر گرفته شده‌اند:

۱. واجد حجیت شرعی با تبعیت از مرجعیت و بیت معظم‌له
۳. ممتاز در جذب نیروی انسانی توانمند
۴. تأثیرگذار در فرهنگ جهانی
۱۱. قادر به تأمین کامل هزینه‌ها از طریق فروش محصولات و خدمات

برای تأمین نیازمندی‌های علمی سازمان اداری مؤسسه، نیازمند برنامه‌هایی در عرصه پژوهش هستیم که بتوانند اهداف زیر را مد نظر داشته باشند:

۱۵. تولید دقیق‌ترین و اعتمادسازترین آئین‌نامه و شیوه‌نامه تدوین گزارشات از فعالیت‌های مؤسسه
۱۶. طراحی ضوابط جذب کارشناسان پژوهشی، آموزشی و تبلیغی
۱۷. طراحی آئین‌نامه جذب کارشناسان رسانه
۱۸. طراحی شیوه‌نامه همکاری با جامعه‌شناسان و روانشناسان
۱۹. تدوین تفاهم‌نامه همکاری علمی با مراکز و نهادهای پژوهشی، آموزشی، تبلیغی و رسانه‌ای، در تمام دنیا
۲۰. شیوه‌نامه حقوقی ثبت حقوق معنوی محصولات
۲۱. طراحی سازوکار مناسب حقوقی برای تأمین امنیت قضایی
۲۲. تدوین اساسنامه شعبات و مؤسسات تابعه در نقاط دیگر جهان
۲۳. طراحی و تدوین نظام جامع مالی، در راستای تراز بودجه و هزینه و حفظ امنیت مالی
۲۴. تولید آئین‌نامه استخدامی نیروهای اداری، متناسب با ارزش‌های اسلامی

اهداف پژوهشی

این فهرست مشتمل بر تمامی اهدافی است که از منظر چهار مسئولیت دیگر مؤسسه استخراج شده است. تمامی این گزاره‌ها در کنار هم اهداف پژوهشی مؤسسه را شکل می‌دهند. چنان‌که می‌دانیم پژوهش امری «آلی» و غیر«أصالی» در این مؤسسه است.

۱. دستیابی به شیوه‌های شناسایی استعدادهای برتر در میان طلاب حوزه‌های علمیه
۲. یافتن روش‌های شناسایی نخبگان علمی در دبیرستان‌ها و مراکز آموزش عالی
۳. طراحی راهکارهای جذاب برای ترغیب طلاب و محصلان به شرکت در دوره‌های آموزشی مؤسسه
۴. شناسایی انواع رسانه‌های عمومی و میزان تأثیرگذاری هر یک
۵. آینده‌پژوهی رسانه‌ها و شیوه‌های آمادگی برای مواجهه با رسانه‌های آتی
۶. یافتن متدهای افزایش تأثیر رسانه‌ای در مخاطبین
۷. چگونگی کاهش آسیب‌های ناشی از حملات رسانه‌ای و تکنیک‌های مواجهه با این حملات



۸. تدوین سبک زندگی اسلامی متناسب با عقاید، احکام و اخلاق اسلامی
۹. طراحی آئین‌نامه پژوهش‌های مؤسسه مبتنی بر اصول و روش‌های معتبر علمی
۱۰. تنظیم آئین‌نامه اتاق فکر تبلیغ
۱۱. طراحی استانداردهای جدید تبلیغ در عرصه‌های کنترل فرآیند و کنترل کیفی محصولات تبلیغی
۱۲. تدوین آئین‌نامه و مستندات پژوهشی مورد نیاز برای تأسیس بانک اطلاعات تبلیغی
۱۳. شناسایی و فهرست موضوعات و مسائل اجتماعی مستحده جهت طراحی برنامه تبلیغ
۱۴. دستیابی به سند شیوه‌نامه حمایت جهانی از «حقوق بشر» برای استفاده در فرآیند تبلیغ
۱۵. تولید دقیق‌ترین و اعتمادسازترین آئین‌نامه و شیوه‌نامه تدوین گزارشات از فعالیت‌های مؤسسه
۱۶. طراحی ضوابط جذب کارشناسان پژوهشی، آموزشی و تبلیغی
۱۷. طراحی آئین‌نامه جذب کارشناسان رسانه
۱۸. طراحی شیوه‌نامه همکاری با جامعه‌شناسان و روانشناسان
۱۹. تدوین تفاهم‌نامه همکاری علمی با مراکز و نهادهای پژوهشی، آموزشی، تبلیغی و رسانه‌ای، در تمام دنیا
۲۰. شیوه‌نامه حقوقی ثبت حقوق معنوی محصولات
۲۱. طراحی سازوکار مناسب حقوقی برای تأمین امنیت قضایی
۲۲. تدوین اساسنامه شعبات و مؤسسات تابعه در نقاط دیگر جهان
۲۳. طراحی و تدوین نظام جامع مالی، در راستای تراز بودجه و هزینه و حفظ امنیت مالی
۲۴. تولید آئین‌نامه استخدامی نیروهای اداری، متناسب با ارزش‌های اسلامی



اهداف کیفی برنامه‌های پژوهشی

هدف از نگارش این سند، فهرست کردن برنامه‌های پژوهشی مؤسسه است. برنامه‌ها بر اساس اهداف تدوین می‌شوند، اهدافی که در سند راهبردی ذکر شده‌اند.

از سوی دیگر، هر برنامه اهدافی را بایستی تأمین نماید که میان‌مدت یا کوتاه‌مدت هستند. تحقق این اهداف است که دستیابی به اهداف بلندمدت ذکر شده در سند راهبردی را تضمین می‌کند.

در گام نخست بایستی اهداف به صورت «کیفی» توصیف شوند و راهکارها به مثابه برنامه‌های عملیاتی از درون آن‌ها استخراج گردند. سپس ویژگی‌های تفصیلی هر برنامه عملیاتی ذکر خواهد شد.

ردیف	عنوان هدف کیفی	راهکار اجرایی (برنامه)
۱	دستیابی به شیوه‌های شناسایی استعدادها برتر در	پژوهش میدانی تجمیع علایق و استعدادهای طلاب با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه
۲	میان طلاب حوزه‌های علمیه	مطالعات مقدماتی برگزاری نشست و همایش با حضور طلاب، اساتید و مدیران حوزه
۳	یافتن روش‌های شناسایی نخبگان علمی در	طبقه‌بندی مدارک و رشته‌های تحصیلی آموزش متوسطه و آموزش عالی
۴	دبیرستان‌ها و مراکز آموزش عالی	مطالعات مقدماتی برگزاری نشست و همایش با حضور دانشجویان و اساتید دانشگاهی
۵	طراحی راهکارهای جذاب برای ترغیب طلاب و	پژوهش میدانی شناسایی راه‌های جذب طلاب حوزه
۶	محصلان به شرکت در دوره‌های آموزشی مؤسسه	پژوهش میدانی شناسایی راه‌های جذب محصلان
۷	شناسایی انواع رسانه‌های عمومی و میزان تأثیرگذاری هر یک	پژوهش میدانی طبقه‌بندی رسانه‌های جمعی و جمع‌آوری آمارهای حاکی از میزان تأثیر اجتماعی هر کدام از این رسانه‌ها
۸	آینده‌پژوهی رسانه‌ها و شیوه‌های آمادگی برای مواجهه با رسانه‌های آتی	مطالعات مقدماتی تشکیل جلسات ایده‌پردازی و آینده‌پژوهی رسانه‌ای
۹		پژوهش کتابخانه‌ای تجمیع شیوه‌های به کار گرفته شده از رسانه در ایجاد تغییرات اجتماعی
۱۰	یافتن متدهای افزایش تأثیر رسانه‌ای در مخاطبین	مطالعات مقدماتی گفتارپژوهی و هم‌اندیشی با مبلغین توانا و زبردست
۱۱		مطالعات مقدماتی گفتارپژوهی و هم‌اندیشی با فعالان فضای مجازی

پژوهش کتابخانه‌ای تاریخ حملات سازمان‌یافته رسانه‌ای به افراد و نهادها	۱۲
مطالعات مقدماتی نشست با اصحاب رسانه و ایجاد ارتباط پایدار با جامعه خبری	۱۳
مطالعات مقدماتی راه‌های استفاده از رپرتاژآگهی	۱۴
پژوهش کتابخانه‌ای سبک زندگی اسلامی مبتنی بر سه محور: عقاید، احکام و اخلاق	۱۵
پژوهش کتابخانه‌ای جمع‌آوری و ارزیابی روش‌های رایج علمی در پژوهش	۱۶
مطالعات مقدماتی مصاحبه با کارشناسان پژوهش در موضوع شناسایی معتبرترین روش‌های علمی	۱۷
تدوین آئین‌نامه پژوهش	۱۸
جمع‌آوری آئین‌نامه‌های موجود مدیریت اتاق فکر و طبقه‌بندی و ارزیابی آن‌ها	۱۹
مطالعات مقدماتی هم‌اندیشی با صاحب‌نظران درباره مختصات تأسیس اتاق فکر	۲۰
تدوین آئین‌نامه اتاق فکر تبلیغ	۲۱
پژوهش میدانی انواع شیوه‌های تبلیغ و طبقه‌بندی و ارزیابی آن‌ها در مسیر دستیابی به استانداردها	۲۲
تولید استانداردهای فرآیندمحور و محصول‌محور در فعالیت‌های تبلیغی	۲۳
پژوهش کتابخانه‌ای شناسایی ارکان و عناصر اصلی تبلیغ با محوریت تنوع اطلاعاتی	۲۴
تدوین آئین‌نامه بانک اطلاعات تبلیغ	۲۵
پژوهش میدانی «مسأله‌شناسی» در جهت یافتن چالش‌های اجتماعی و اولویت آن‌ها در منطقه هدف	۲۶
پژوهش کتابخانه‌ای جمع و طبقه‌بندی تمامی اسناد جهانی حقوق بشر	۲۷
پژوهش کتابخانه‌ای بررسی منابع اسلامی در توصیف حقوق اساسی و ذاتی انسان؛ قرآن، سنت و ادعیه	۲۸
مطالعات مقدماتی هم‌اندیشی با کارشناسان مسائل	۲۹

بین‌الملل درباره شیوه ورود به موضوع حقوق بشر		
تدوین سند حقوق بشر از منظر اسلام برای استفاده آموزشی و تبلیغی	۳۰	
پژوهش کتابخانه‌ای شناسایی روش‌های معتبر در تولید گزارش‌های سازمانی	۳۱	
مطالعات مقدماتی برگزاری نشست‌های هم‌اندیشی با بیت مرجعیت درباره یافتن بهترین شیوه‌های گزارش تدوین آئین‌نامه گزارش‌نویسی	۳۲	تولید دقیق‌ترین و اعتمادسازترین آئین‌نامه و شیوه‌نامه تدوین گزارشات از فعالیت‌های مؤسسه
طراحی فرم‌های استاندارد تولید گزارش	۳۳	
پژوهش کتابخانه‌ای تجميع و طبقه‌بندی روش‌های رایج همکاری با کارشناسان پژوهشی، آموزشی و تبلیغی	۳۴	
تدوین آئین‌نامه همکاری با کارشناسان پژوهشی، آموزشی و تبلیغی	۳۵	طراحی ضوابط جذب کارشناسان پژوهشی، آموزشی و تبلیغی
پژوهش کتابخانه‌ای تجميع و طبقه‌بندی روش‌های رایج همکاری با کارشناسان رسانه‌های جمعی	۳۶	
تدوین آئین‌نامه همکاری با کارشناسان رسانه	۳۷	طراحی آئین‌نامه جذب کارشناسان رسانه
پژوهش کتابخانه‌ای تجميع و طبقه‌بندی روش‌های رایج همکاری با متخصصان جامعه‌شناس و مردم‌شناس	۳۸	
تدوین آئین‌نامه همکاری با جامعه‌شناسان در مسیر تبلیغ	۳۹	
پژوهش کتابخانه‌ای تجميع و طبقه‌بندی روش‌های رایج همکاری با روانشناسان، روانکاو و روانپزشکان	۴۰	طراحی شیوه‌نامه همکاری با جامعه‌شناسان و روانشناسان
تدوین آئین‌نامه همکاری با روانشناسان در مسیر تبلیغ	۴۱	
پژوهش کتابخانه‌ای تجميع و طبقه‌بندی تفاهم‌نامه‌های رایج در همکاری علمی مؤسسات و نهادهای علمی	۴۲	
تدوین شیوه‌نامه نگارش تفاهم‌نامه‌های همکاری علمی	۴۳	تدوین تفاهم‌نامه همکاری علمی با مراکز و نهادهای پژوهشی، آموزشی، تبلیغی و رسانه‌ای، در تمام دنیا
پژوهش کتابخانه‌ای تجميع قوانین جهانی کپی‌رایت و	۴۴	
	۴۵	شیوه‌نامه حقوقی ثبت حقوق معنوی محصولات

شناخت مسیرهای حقوقی و قضایی آن		
مطالعات مقدماتی هم‌فکری با حقوقدانان و وکلا در ارتباط با حقوق معنوی		۴۶
تدوین شیوه‌نامه حقوقی ثبت حقوق معنوی آثار و محصولات مؤسسه		۴۷
مطالعات مقدماتی هم‌فکری با حقوقدانان و وکلا در ارتباط با تأمین امنیت قضایی مؤسسه و پرسنل آن	طراحی سازوکار مناسب حقوقی برای تأمین امنیت قضایی	۴۸
تدوین متن قرارداد وکالت حقوقی مؤسسه		۴۹
پژوهش کتابخانه‌ای جمع‌آوری قوانین حقوقی مرتبط با موضوع فعالیت مؤسسه در کشور هدف		۵۰
پژوهش کتابخانه‌ای تجميع نمونه‌های اساسنامه مشابه متناسب با قوانین و ضوابط کشور هدف	تدوین اساسنامه شعبات و مؤسسات تابعه در نقاط دیگر جهان	۵۱
تدوین اساسنامه تأسیس و مدیریت شعبه		۵۲
مطالعات مقدماتی هم‌فکری با حسابداران و کارشناسان امور مالی برای برنامه‌ریزی و تأمین امنیت مالی	طراحی و تدوین نظام جامع مالی، در راستای تراز بودجه و هزینه و حفظ امنیت مالی	۵۳
تدوین نظام‌نامه جامع مالی و بودجه‌ریزی		۵۴
پژوهش کتابخانه‌ای تجميع و طبقه‌بندی شیوه‌های استخدام نیروهای اداری	تولید آئین‌نامه استخدامی نیروهای اداری، متناسب با ارزش‌های اسلامی	۵۵
پژوهش کتابخانه‌ای احکام شرعی و موازین اخلاقی استخدام در اسلام		۵۶
تنظیم آئین‌نامه کارگزینی و استخدامی		۵۷



هر برنامه پژوهشی چهار ویژگی اصلی دارد:

۱. نیروی انسانی که اعضای گروه پژوهشی بوده و بر اساس تخصصی خود انتخاب می‌شوند و در مراحل مختلف پژوهش همکاری می‌کنند.
۲. مقدمات یا مجموعه بودجه و امکانات مورد نیاز برای انجام برنامه پژوهشی.
۳. زمان‌بندی پروژه که شامل زمان آغاز آن و مدت زمانی است که مطابق پیش‌بینی‌ها به طول خواهد انجامید.
۴. برخی از پروژه‌ها به پژوهش‌های دیگری نیازمند و وابسته هستند. شماره آن پژوهش در بخش پیش‌نیازها درج می‌شود. در این موارد، برنامه پژوهشی متأخر از پیش‌نیازهای خود آغاز خواهد شد.

۱. پژوهش میدانی تجمیع علایق و استعدادهای طلاب با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه	
هدف	بناست مؤسسه بهترین بستر برای تربیت نسل آینده مبلغین باشد. بدین‌منظور باید بتواند استعدادهای برتر و نخبگان را از میان طلاب حوزه‌های علمیه بیابد و از طریق دوره‌های آموزشی تبلیغ و رسانه، تبدیل به تأثیرگذارترین نسل از مبلغان نماید. برای تحقق این هدف، ابتدا باید علاقه‌ها و استعدادهای طلاب را کشف کرده، طبقه‌بندی نموده و با شاخص‌های مطلوب بسنجیم. در این پژوهش یک جامعه آماری هدف تعیین کرده و به وسیله مناسب‌ترین ابزار تحقیق میدانی، اطلاعات مورد نیاز را تجمیع و تحلیل می‌کنیم.
نیروی انسانی	متخصص آمار با مدرک کاردانی - ۳ نفر - جمع‌آور اطلاعات متخصص آمار با مدرک کارشناسی - یک نفر - مدیر پروژه روانشناس با مدرک دکترا در گرایش یادگیری - یک نفر - مشاور استعدادیابی و تحصیلی
مقدمات	مکان اجتماع گروه پژوهشی - دستمزد پنج عضو گروه - حداقل یک عدد رایانه - معرفی‌نامه‌های مورد نیاز برای حضور در مدارس حوزه علمیه
زمان‌بندی	طراحی فرم‌ها و مستندات پروژه - یک ماه جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل آماری - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۲. مطالعات مقدماتی برگزاری نشست و همایش با حضور طلاب، اساتید و مدیران حوزه	
هدف	برقراری ارتباط یک موضوع کلیدی در شناسایی استعدادهای حوزوی و طلاب نخبه است. ارتباط با طلاب و اساتید و مدیران حوزه می‌تواند برای جذب این استعدادها مثمر باشد. این پژوهش درصدد است پس از مطالعات و بررسی‌هایی به راه‌هایی برای برگزاری نشست‌های مشترک دست یابد، نشست‌هایی با افراد حوزوی که بتواند به افزایش این شناخت و ارتباط کمک کند.
نیروی انسانی	کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر
مقدمات	دستمزد کارشناس



زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۳. طبقه‌بندی مدارک و رشته‌های تحصیلی آموزش متوسطه و آموزش عالی	
هدف	جامعه هدف برای بخش آموزش مؤسسه منحصر به طلاب علوم دینی نیست. بلکه محصلان دوره‌های آموزش متوسطه و دانشجویان آموزش عالی نیز در حیطه برنامه‌های آموزشی قرار دارند. برای این‌که بتواند استعدادها را درخشان در این دو قلمرو را شناسایی کرد، ابتدا باید مدارک تحصیلی استاندارد را در منطقه هدف به خوبی شناخت. این شناخت شامل دروسی که برای تحصیل هر مدرک آموخته می‌شود نیز هست، تا بتوان ارزیابی کرد که محصل در هر مرحله از آموزش چه دانش‌ها و مهارت‌هایی کسب کرده است.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۴. مطالعات مقدماتی برگزاری نشست و همایش با حضور دانشجویان و اساتید دانشگاهی	
هدف	برای برقراری ارتباط با محصلان و دانشجویان برگزاری نشست و جلسات معارفه ضرورت دارد. این جلسات می‌تواند با موضوع معرفی فعالیت‌های مؤسسه تبلیغی و یا بررسی مسائل و چالش‌های اجتماعی باشد. مطلوب در این جلسات آشنایی بیشتر با محصلان، دانشجویان و اساتید و مدیران دانشگاهی است که جذب استعدادها را تسهیل می‌نماید.
نیروی انسانی	کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۵. پژوهش میدانی شناسایی راه‌های جذب طلاب حوزه	
هدف	حضور و شرکت در دوره‌های آموزشی مؤسسه و مشارکت در برنامه‌های تبلیغی آن نیازمند «انگیزه» است. از طریق گفتگو، مصاحبه، پرسشنامه و روش‌های آماری در تحقیقات میدانی راه‌هایی شناسایی می‌شود که می‌تواند در ایجاد انگیزه کافی برای این همکاری مؤثر باشد. این انگیزه‌ها در هر منطقه جغرافیایی می‌تواند متفاوت باشد.
نیروی انسانی	متخصص آمار با مدرک کاردانی - ۳ نفر - جمع‌آور اطلاعات



متخصص آمار با مدرک کارشناسی - یک نفر - مدیر پروژه	
کارشناس آموزش حوزه - یک نفر - مشاور استعدادیابی و تحصیلی	
مکان اجتماع گروه پژوهشی - دستمزد پنج عضو گروه - حداقل یک عدد رایانه - معرفی نامه های مورد نیاز برای حضور در مدارس حوزه علمیه	مقدورات
طراحی فرم ها و مستندات پروژه - یک ماه	زمان بندی
جمع آوری اطلاعات و تحلیل آماری - یک ماه	
ندارد	پیش نیازها

۶. پژوهش میدانی شناسایی راه های جذب محصلان	
انگیزه های مشارکت محصلان و دانشجویان در دوره های آموزشی مؤسسه تبلیغی ممکن است متفاوت با طلاب علوم دینی باشد. یک پژوهش مستقل در این رابطه لازم است که نتیجه آن یافتن راه هایی برای ایجاد انگیزه در این گروه از مخاطبان است. مطلوب این است که بدانیم چه بگوئیم و چه شعارهایی را تبلیغ کنیم، تا برای همکاری جذب نماییم.	هدف
متخصص آمار با مدرک کاردانی - ۳ نفر - جمع آور اطلاعات متخصص آمار با مدرک کارشناسی - یک نفر - مدیر پروژه روانشناس با مدرک دکترا در گرایش یادگیری - یک نفر - مشاور استعدادیابی و تحصیلی	نیروی انسانی
مکان اجتماع گروه پژوهشی - دستمزد پنج عضو گروه - حداقل یک عدد رایانه - معرفی نامه های مورد نیاز برای حضور در مدارس متوسطه و دانشگاه ها	مقدورات
طراحی فرم ها و مستندات پروژه - یک ماه	زمان بندی
جمع آوری اطلاعات و تحلیل آماری - یک ماه	
ندارد	پیش نیازها

۷. پژوهش میدانی طبقه بندی رسانه های جمعی	
و جمع آوری آمارهای حاکی از میزان تأثیر اجتماعی هر کدام از این رسانه ها	
هنگامی که قرار است مقبولیت عرفی تحصیل شود و در راهبردها این امر به رسانه های عمومی واگذار شده است، یک پژوهش مستقل لازم است تا تأثیرگذاری این رسانه های را با تمام تنوعی که دارند مورد بررسی قرار دهد. نتیجه این تحقیقات که به صورت آماری صورت می گیرد نشان خواهد داد کدام رسانه ها بهتر می توانند دستاوردهای تبلیغی مؤسسه را بازتاب دهند.	هدف
متخصص آمار با مدرک کاردانی - ۳ نفر - جمع آور اطلاعات متخصص آمار با مدرک کارشناسی - یک نفر - مدیر پروژه متخصص رسانه با مدرک دکترا - یک نفر - مشاور پروژه	نیروی انسانی



مقدورات	مکان اجتماع گروه پژوهشی - دستمزد پنج عضو گروه - حداقل یک عدد رایانه
زمان بندی	طراحی فرم ها و مستندات پروژه - یک ماه جمع آوری اطلاعات و تحلیل آماری - یک ماه
پیش نیازها	ندارد

۸. مطالعات مقدماتی تشکیل جلسات ایده پردازی و آینده پژوهی رسانه ای	
هدف	رسانه ها تغییر می کنند و این تغییرات در سنوات اخیر پرسرعت شده است. سرعت این تغییرات نیز پیش بینی می شود پیوسته افزایش یابد. می بینیم که رسانه های تصویری به ناگهان جای خود را به رسانه های برخط و اینترنتی دادند و آن ها نیز در زمانی کوتاه توسط پیام رسان های قابل نصب روی گوشی هوشمند بلعیده شدند. این تغییرات می تواند تعیین کننده باشد و برای پرهیز از غفلت، ضرورت دارد جلسات آینده پژوهی در این زمینه برگزار شود که نیازمند مطالعاتی مقدماتی است.
نیروی انسانی	کارشناس برنامه ریزی - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان بندی	جمع آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه
پیش نیازها	ندارد

۹. پژوهش کتابخانه ای تجمیع شیوه های به کار گرفته شده از رسانه در ایجاد تغییرات اجتماعی	
هدف	فارغ از رسانه یا رسانه هایی که برای ارتباط انتخاب شده است، شیوه ارائه اطلاعات از طریق رسانه ها نیز اهمیت فوق العاده ای دارد. بررسی آنچه در این خصوص نگاشته شده است، می تواند نقشه راهی باشد برای استفاده بهینه از آن ها برای افزایش اعتبار و اعتماد به مؤسسه و همچنین ساماندهی تغییرات مثبت اجتماعی.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر
زمان بندی	جمع آوری اطلاعات، طبقه بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش نیازها	ندارد

۱۰. مطالعات مقدماتی گفتارپژوهی و هم اندیشی با مبلغین توانا و زبردست	
هدف	تجربه ای که مبلغان در مسیر ارتباط با مردم در طول زمان به دست آورده اند قابل جایگزینی با هیچ مطالعات کتابخانه ای نیست. به دلیل این که معمولاً این تجربیات به نگارش در نمی آید، تنها را تحصیل آن ها گفتگوی چهره به چهره با این افراد است. با توجه به حضور مدید این افراد در منطقه هدف، آشنایی و شناخت بیشتری نسبت به آن جامعه دارند. این گام مهمی در دستیابی به راه های



افزایش مقبولیت عرفی به شمار می‌رود.	
کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر	نیروی انسانی
دستمزد کارشناس	مقدرات
جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه	زمان‌بندی
ندارد	پیش‌نیازها

۱۱. مطالعات مقدماتی گفتارپژوهی و هم‌اندیشی با فعالان فضای مجازی

از آن رو که تبلیغ نوین یکی از ارکان ارتباطی مؤسسه شمرده می‌شود و در چشم‌انداز و راهبردها به آن توجه شده، استفاده از تجربیات فعالان فضای مجازی به همان اندازه اهمیت دارد که یافتن دستاوردهای مبلّغان فضای حقیقی. برای دستیابی به یک گفتگوی مؤثر و مفید ابتدا باید مطالعات و بررسی‌هایی انجام شود و طرحی تنظیم، تا بهترین نتایج از این دیدارها حاصل شود.	هدف
کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر	نیروی انسانی
دستمزد کارشناس	مقدرات
جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه	زمان‌بندی
ندارد	پیش‌نیازها

۱۲. پژوهش کتابخانه‌ای تاریخ حملات سازمان‌یافته رسانه‌ای به افراد و نهادها

هر موفقیتی دشمن دارد. اگر این موفقیت در زمینه دین باشد، دوچندان. تمام دشمنان دین دشمنان مؤسّسات دینی خواهند بود و چون رسانه در اختیار دارند، آن را بتمامه علیه این مجموعه‌های موفق به کار می‌گیرند. هدف از این پژوهش آشنا شدن با مواردی است که از طریق پروپاگاندا و حملات رسانه‌ای توانسته‌اند به اعتبار فرد یا سازمانی آسیب بزنند. این داده‌ها برای پیش‌بینی چنین پدیده‌هایی به کار خواهد رفت.	هدف
پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر	نیروی انسانی
دستمزد پژوهشگر	مقدرات
جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه	زمان‌بندی
ندارد	پیش‌نیازها

۱۳. مطالعات مقدماتی نشست با اصحاب رسانه و ایجاد ارتباط پایدار با جامعه خبری

برای حضور رسانه‌ای بایستی ارتباط با رسانه‌ها محکم باشد؛ هم افراد و هم نهادها. ارتباط چهره‌به‌چهره با خبرنگارها و سردبیران و مدیران مسئول خبرگزاری‌ها، خصوصاً در منطقه هدف. هدف از این مطالعات دستیابی به راهکارها و طرح‌های اجرایی برای برگزاری موفق این دیدارها و	هدف
--	-----



نشست‌هاست.	
کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر	نیروی انسانی
دستمزد کارشناس	مقدمات
جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه	زمان‌بندی
ندارد	پیش‌نیازها

۱۴. مطالعات مقدماتی راه‌های استفاده از رپرتاژ آگهی

امروزه بسیاری از گزارش‌هایی که رسانه‌ها منتشر می‌کنند، خصوصاً در عرصه رسانه‌های مجازی، متأثر از یک سفارش است. گزارش‌ها یا اصطلاحاً رپرتاژهایی که اگر چه ظاهری خبری دارند، واجد ماهیت «آگهی» هستند. افراد و نهادها هزینه‌ای پرداخت می‌کنند و معرفی خود یا آثارشان را در قالب یک خبر، مصاحبه یا گزارش ارائه می‌کنند. مخاطب معمولاً متوجه تفاوت گزارش‌های واقعی از این قبیل گزارشات نمی‌شود. برخی از رسانه‌های منصف‌تر ذیل این قبیل خبرها تگ «رپرتاژ» را ثبت می‌کنند که البته برای مخاطب معمولی شناخته‌شده و مفهوم نیست. این تحقیقات به منظور یافتن بهترین شیوه‌ها برای استفاده از چنین ابزارهایی برای مقابله با هجمه‌های رسانه‌ای و حملات پروپاگاندایی علیه مؤسسه یا اعضای آن است.	هدف
کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر	نیروی انسانی
دستمزد کارشناس	مقدمات
جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه	زمان‌بندی
ندارد	پیش‌نیازها

۱۵. پژوهش کتابخانه‌ای سبک زندگی اسلامی مبتنی بر سه محور: عقاید، احکام و اخلاق

برای تأثیر در فرهنگ منطقه هدف و در نگاهی آرمانی، فرهنگ جهانی، آن‌گونه که در چشم‌انداز ذکر شده است، باید بتوان الگویی برای سبک زندگی اسلامی به دست داد. هدف از این پژوهش این است که بر اساس سه محور یاد شده و با اتکا به منابع متقن و مستند اسلامی سبک زندگی اسلامی در عصر حاضر و در کنار تمام مؤلفه‌های اجتماعی موجود طراحی گردد، تا در مراحل بعد قابل آموزش، ترویج و تبلیغ باشد.	هدف
پژوهشگر حوزوی - ۳ نفر	نیروی انسانی
کارشناس فقه (مجتهد) - یک نفر - مدیر پروژه	
محل فعالیت پژوهشگران و جلسات آن‌ها - دستمزد ۴ پژوهشگر و کارشناس - حداقل یک عدد رایانه - هزینه‌های خرید کتاب و نرم‌افزار	مقدمات
جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - سه ماه	زمان‌بندی



پیش نیازها	ندارد
------------	-------

۱۶. پژوهش کتابخانه‌ای جمع‌آوری و ارزیابی روش‌های رایج علمی در پژوهش	
هدف	پذیرش دستاوردهای علمی مؤسسه در جامعه نیازمند استفاده از روش‌های معتبر در پژوهش‌های صورت گرفته است. هدف این برنامه دستیابی به یک روش مقبول و کارآمد در پژوهش‌های علمی است که مبنای تمامی محصولات مؤسسه خواهد بود.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش نیازها	ندارد

۱۷. مطالعات مقدماتی مصاحبه با کارشناسان پژوهش در موضوع شناسایی معتبرترین روش‌های علمی	
هدف	تفاوت جوامع علمی مختلف و زبان‌های نوشتاری ایجاب می‌کند تا برای دستیابی به مناسب‌ترین شیوه نگارش دستاوردهای علمی، با کارشناسان روش تحقیق مشورت صورت گیرد. چه بسا شیوه‌ای در منطقه‌ای معتبر و در منطقه‌ای دیگر نامعتبر شناخته شود. محصول این مطالعات طرح و برنامه‌ای برای گفتگو با کارشناسان در این خصوص است.
نیروی انسانی	کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه
پیش نیازها	ندارد

۱۸. تدوین آئین‌نامه پژوهش	
هدف	محصول تحقیقات کتابخانه‌ای و گزارش مصاحبه‌های صورت گرفته با متخصصین امر پژوهش مواد خامی خواهد بود برای تولید آئین‌نامه پژوهش مؤسسه. این آئین‌نامه ضوابط لازم برای پژوهش را مشخص می‌کند که در هر نوع پژوهشی بایستی به کار گرفته شود، تا اعتبار علمی محصولات مؤسسه را تأمین کند.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش نیازها	۱۶ و ۱۷



۱۹. جمع‌آوری آئین‌نامه‌های موجود مدیریت اتاق فکر و طبقه‌بندی و ارزیابی آنها

هدف	یکی از عناصر مهم در چشم‌انداز مؤسسه، تأسیس اتاق فکر تبلیغ است که طبیعتاً به آئین‌نامه و ضوابطی محتاج است. پیش از آن نیاز است در ضمن یک تحقیقات کتابخانه‌ای گسترده، انواع آئین‌نامه‌های موجود در این زمینه جمع و بررسی گردد، در زبان‌های مختلف و کشورهای متنوع، تا طراحی بهترین آنها میسر گردد.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۲۰. مطالعات مقدماتی هم‌اندیشی با صاحب‌نظران درباره مختصات تأسیس اتاق فکر

هدف	از آن رو که مفهوم «اتاق فکر» امری نوپدید است و سابقه تاریخی چندانی ندارد، بخش زیادی از تجربیات و دانش آن در سینه افرادی‌ست که چنین فعالیت‌هایی داشته‌اند. این تجربیات چه بسا نگارش نیافته باشند و به صورت مکتوب در دسترس نباشند. این مطالعات روش‌هایی را پیشنهاد خواهد داد که بتوان در قالب گفتگوهای به این تجارب دست یافت. هدف این است که آئین‌نامه بهتری برای اتاق فکر طراحی گردد.
نیروی انسانی	کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۲۱. تدوین آئین‌نامه اتاق فکر تبلیغ

هدف	اتاق فکر تبلیغ که یکی از مهم‌ترین ارکان چشم‌انداز مؤسسه است بدون ضوابط و قوانین درست و صحیح نمی‌تواند تأسیس شود. تدوین یک آئین‌نامه برای ایجاد انضباط در فعالیت‌های آن ضرورت دارد که هدف این برنامه است.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۱۹ و ۲۰



۲۲. پژوهش میدانی انواع شیوه‌های تبلیغ و طبقه‌بندی و ارزیابی آن‌ها در مسیر دستیابی به استانداردها

هدف	برای این‌که بتوانیم به استانداردهای نوینی در تبلیغ دست یابیم و تأثیرگذاری آن را ارتقا بخشیم، ضرورت دارد در ابتدا انواع تبلیغ و شیوه‌های انجام آن را جمع کرده و بررسی کنیم. محصول این مطالعات نه تنها برای تولید استانداردهای تبلیغ استفاده می‌شود که می‌تواند جزو آثار قابل نشر مؤسسه و ابزاری برای کسب درآمد نیز محسوب گردد.
نیروی انسانی	متخصص آمار با مدرک کاردانی - ۳ نفر - جمع‌آور اطلاعات متخصص آمار با مدرک کارشناسی - یک نفر - مدیر پروژه کارشناس تبلیغ دینی - یک نفر - مشاور پروژه
مقدورات	مکان اجتماع گروه پژوهشی - دستمزد پنج عضو گروه - حداقل یک عدد رایانه
زمان‌بندی	طراحی فرم‌ها و مستندات پروژه - یک ماه جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل آماری - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۲۳. تولید استانداردهای فرآیندمحور و محصول‌محور در فعالیت‌های تبلیغی

هدف	یک فعالیت تبلیغی را به دو صورت می‌توان کنترل کرد؛ فرآیند آن را یا محصول آن. برای ایجاد امکان این دو نوع ارزیابی بایستی استانداردهایی برای هر کدام تولید شود. از یک سو مبلغ می‌تواند با اتکا به این استانداردها کیفیت کار خود را افزایش دهد و از سوی دیگر، واحدهای نظارتی کنترل دقیق‌تر و ارزیابی کامل‌تری از فعالیت تبلیغی خواهند داشت.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۲۲

۲۴. پژوهش کتابخانه‌ای شناسایی ارکان و عناصر اصلی تبلیغ با محوریت تنوع اطلاعاتی

هدف	تأسیس بانک جامع اطلاعات تبلیغ یکی از راهبردهای دستیابی به چشم‌انداز است. برای تحقق آن ابتدا باید تنوع اطلاعاتی «تبلیغ» و ابعاد و ارکان آن را جمع و ترسیم کرد. محصول این پژوهش نشان خواهد داد در چه محورهایی باید برای تولید بانک اطلاعات اقدام کرد.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد



۲۵. تدوین آئین‌نامه بانک اطلاعات تبلیغ

هدف	توسعه بانک اطلاعات تبلیغ به معنای جمع‌آوری داده‌های خام از جامعه هدف و راست‌آزمایی و ارزیابی و طبقه‌بندی نیازمند ضوابط و قوانینی مشخص است. این برنامه مشتمل بر تولید آئین‌نامه‌ای برای همین منظور است.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدمات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۲۴

۲۶. پژوهش میدانی «مسأله‌شناسی» در جهت یافتن چالش‌های اجتماعی و اولویّت آن‌ها در منطقه هدف

هدف	تا مسائل و چالش‌های اجتماعی و فرهنگی منطقه شناخته نشود و اولویّت آن‌ها تعیین، تبلیغ هدفمند نشده و نمی‌تواند تأثیرگذار باشد. با همیاری جامعه‌شناسان و روانشناسان مسائل اصلی تجمیع و بر اساس مدل‌های آماری اولویّت‌ها مشخص خواهد شد، به هدف این‌که اتاق فکر تبلیغ بتواند مواد اولیه مطالعات خود را به دست آورد. این پژوهش نیز از آن دسته مواردی است که کاربرد فراوان داشته و می‌تواند به عنوان محصولی علمی به فروش برسد.
نیروی انسانی	متخصص آمار با مدرک کاردانی - ۳ نفر - جمع‌آور اطلاعات متخصص آمار با مدرک کارشناسی - یک نفر - مدیر پروژه متخصص مسائل اجتماعی با مدرک دکترا - یک نفر - مشاور پروژه
مقدمات	مکان اجتماع گروه پژوهشی - دستمزد پنج عضو گروه - حداقل یک عدد رایانه
زمان‌بندی	طراحی فرم‌ها و مستندات پروژه - یک ماه جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل آماری - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۲۷. پژوهش کتابخانه‌ای تجمیع و طبقه‌بندی تمامی اسناد جهانی حقوق بشر

هدف	موضوع حقوق بشر یکی از موضوعات کلیدی و پراهمیت در چشم‌انداز و اصول راهبردی مؤسسه است. بنابراین پیش از هر اقدامی بایستی تمامی اسناد مرتبط با این موضوع در گستره جهانی تجمیع و طبقه‌بندی شود، تا به عنوان مواد اولیه پژوهش‌های بعدی مورد استفاده قرار گیرد.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدمات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد



۲۸. پژوهش کتابخانه‌ای بررسی منابع اسلامی در توصیف حقوق اساسی و ذاتی انسان؛ قرآن، سنت و ادعیه	
هدف	آنچه منابع درباره حقوق بشر در سطح جهانی وجود دارد، خالی از نگاه دینی و اسلامی است. لازم است عده‌ای اسلام‌شناس از منظر باورهای اسلامی و احکام و اخلاق به موضوع نگریسته و ضوابط و حقوق ذکر شده را تجمیع کنند تا بتواند برای دستیابی به یک سند جامع حقوق بشر مورد استفاده قرار گیرد.
نیروی انسانی	پژوهشگر حوزوی - ۳ نفر کارشناس فقه (مجتهد) - یک نفر - مدیر پروژه
مقدورات	محل فعالیت پژوهشگران و جلسات آن‌ها - دستمزد ۴ پژوهشگر و کارشناس - حداقل یک عدد رایانه - هزینه‌های خرید کتاب و نرم‌افزار
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - سه ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۲۹. مطالعات مقدماتی هم‌اندیشی با کارشناسان مسائل بین‌الملل درباره شیوه ورود به موضوع حقوق بشر	
هدف	از یک رو ارتباط با کارشناسان فعال در موضوع حقوق بشر ضرورت دارد و از سوی دیگر، بهره‌برداری از تجارب این افراد که مکتوب نشده و صرفاً در حافظه آن‌ها ضبط است لازم است. این دو هدف ایجاب می‌کند بررسی‌های صورت گیرد تا بتوانیم نشست‌ها و جلساتی چهره‌به‌چهره با این افراد ترتیب دهیم و نقطه‌نظرات‌شان را دریافت کنیم.
نیروی انسانی	کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۳۰. تدوین سند حقوق بشر از منظر اسلام برای استفاده آموزشی و تبلیغی	
هدف	همه داده‌های جمع‌آوری شده مواد خام پژوهش بزرگی را شکل می‌دهد که بناست یک‌بار دیگر از ابتدا سند جامعی برای حقوق بشر تنظیم کند. این سند برای آموزش و تبلیغ مورد استفاده قرار خواهد گرفت.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۲۷ و ۲۸ و ۲۹



۳۱. پژوهش کتابخانه‌ای شناسایی روش‌های معتبر در تولید گزارش‌های سازمانی

هدف	برای کسب اعتماد بیت مرجعیت لازم است گزارشات دقیق و منظمی ارائه گردد، تا پیشرفت فعالیت‌ها را به خوبی نشان دهد. در بدو امر روش‌های رایج و معتبر در سطح جهان شناسایی و ارزیابی می‌شود، به هدف این که بتوان بهترین و کارآترین شیوه را برگزید.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۳۲. مطالعات مقدماتی برگزاری نشست‌های هم‌اندیشی با بیت مرجعیت درباره یافتن بهترین شیوه‌های گزارش

هدف	مادامی که یک سوی حبل اعتماد بیت مرجعیت است، لازم است دیدگاه جنابان در این خصوص دریافت شود. در یک بررسی اجمالی و سریع، برنامه‌ای تنظیم خواهد شد که در طی چند جلسه و نشست حضوری انتظارات مشخص شده و در برنامه گزارش مؤسسه درج گردد. هدف این است که آنچه مورد توقع بیت است حاصل گردد.
نیروی انسانی	کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه
پیش‌نیازها	۳۱

۳۳. تدوین آئین‌نامه گزارش‌نویسی

هدف	بر اساس مواد اولیه‌ای که در پژوهش‌های قبلی حاصل شده، ضوابط و قوانین گزارش‌نویسی در قالب یک آئین‌نامه تدوین می‌شود که محور تمامی گزارشات مؤسسه خواهد بود. این می‌تواند اعتبار و اعتماد فی‌مابین را حفظ کرده و پیوسته افزایش دهد.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۳۱ و ۳۲

۳۴. طراحی فرم‌های استاندارد تولید گزارش

هدف	از آن رو که هر گزارشی نیازمند فرم‌ها و کاربرگ‌هایی مشخص است، بر اساس آنچه در آئین‌نامه ذکر شده، فرم‌ها به بهترین شکل طراحی می‌گردند تا برای تدوین گزارشات استفاده شوند. هدف
-----	---

تسهیل تنظیم گزارشات بخش‌های مختلف مؤسسه است.	
کارشناس آمار و اطلاعات - یک نفر	نیروی انسانی
دستمزد کارشناس	مقدورات
تحلیل سند و طراحی فرم‌ها - دو هفته	زمان‌بندی
۳۳	پیش‌نیازها

۳۵. پژوهش کتابخانه‌ای تجميع و طبقه‌بندی روش‌های رایج همکاری با کارشناسان پژوهشی، آموزشی و تبلیغی	
هدف	برای «ممتاز» بودن در جذب نیروی انسانی توانمند، امری که در چشم‌انداز دیده شده است، لازم است ابتدا بدانیم برای جذب کارشناسان و متخصصان چه ملزومات و نکاتی باید مورد توجه قرار گیرد. این نیز به پژوهشی ابتدایی نیازمند است که محصول آن گزارشی از روش‌های موجود همراه با طبقه‌بندی و ارزیابی هر یک است.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۳۶. تدوین آئین‌نامه همکاری با کارشناسان پژوهشی، آموزشی و تبلیغی	
هدف	ضوابط همکاری با کارشناسان در قالب یک آئین‌نامه تدوین می‌شود که مبنای ارتباط با این افراد خواهد بود. این ضوابط شامل شیوه تدوین قراردادهای و نحوه پرداخت دستمزدها نیز می‌شود. هدف این است که بالاترین انگیزه‌ها را تأمین کرده و بهترین جذب را رقم بزنند.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۳۵

۳۷. پژوهش کتابخانه‌ای تجميع و طبقه‌بندی روش‌های رایج همکاری با کارشناسان رسانه‌های جمعی	
هدف	به دلیل تفاوت ماهوی کارشناسان علمی با کارشناسان رسانه‌ای، شیوه جذب و همکاری و انگیزه‌سازی در اصحاب رسانه با دانشمندان علوم متفاوت به نظر می‌رسد. از این رو، لازم است مطالعات دیگری صورت گیرد که شیوه‌های ارتباط با این دسته از متخصصان را تبیین کند.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر



زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۳۸. تدوین آئین‌نامه همکاری با کارشناسان رسانه	
هدف	ضوابط ارتباط با کارشناسان رسانه متفاوت با کارشناسان پژوهشی، آموزشی و تبلیغی است و بدین دلیل آئین‌نامه مستقلی برای آن ضرورت دارد. شیوه تنظیم قرارداد و تعهدات نیز متفاوت در نظر گرفته خواهد شد، به نحوی که بالاترین انگیزه‌ها برای همکاری را رقم بزند.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدمات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۳۷

۳۹. پژوهش کتابخانه‌ای تجمیع و طبقه‌بندی روش‌های رایج همکاری با متخصصان جامعه‌شناس و مردم‌شناس	
هدف	جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان و فرهنگ‌شناسان، اساساً شیوه تفکر متفاوتی دارند و موضوع کارشان به جای تمرکز بر مباحث علمی، بر محور مطالعات میدانی و آماری مبتنی‌ست. شیوه ایجاد انگیزه و جذابیت برای این گروه از متخصصان متفاوت است و بایستی در یک مطالعات کتابخانه‌ای انواع شیوه‌های قرارداد و همکاری با آن‌ها شناسایی گردد.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدمات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۴۰. تدوین آئین‌نامه همکاری با جامعه‌شناسان در مسیر تبلیغ	
هدف	مطابق شناخت پیدا شده از شیوه‌های همکاری با جامعه‌شناسان، ضوابط همکاری با آن‌ها در طی آئین‌نامه مستقلی تدوین خواهد شد. هدف این است که شیوه تنظیم قرارداد و پرداخت دستمزد به نحوی باشد که انگیزه کافی برای همکاری فراهم کند.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدمات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۳۹



۴۱. پژوهش کتابخانه‌ای تجمع و طبقه‌بندی روش‌های رایج همکاری با روانشناسان، روانکاوان و روانپزشکان

هدف	سه گروه از متخصصان؛ روانشناسان، روانکاوان و روانپزشکان اگر چه تفاوت‌هایی در روش‌های درمان دارند، ولی به دلیل تمرکز بر «انسان‌شناسی» متفاوت از سایر دسته‌های کارشناسان همکار طبقه‌بندی می‌شوند. در این پژوهش، رایج‌ترین شیوه‌های همکاری شناسایی می‌شود.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۴۲. تدوین آئین‌نامه همکاری با روانشناسان در مسیر تبلیغ

هدف	مطابق با اطلاعات جمع‌آوری شده از شیوه‌های رایج همکاری با گروه روانشناسان، قوانین همکاری با این دسته از متخصصان در قالب یک آئین‌نامه متفاوت و مستقل تدوین می‌شود. این آئین‌نامه تضمین خواهد کرد که انگیزه لازم برای همکاری تأمین خواهد شد.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۴۱

۴۳. پژوهش کتابخانه‌ای تجمع و طبقه‌بندی تفاهم‌نامه‌های رایج در همکاری علمی مؤسسات و نهادهای علمی

هدف	بخشی از فعالیت‌های آموزشی، پژوهشی و تبلیغی در ارتباط و همکاری با مؤسسات علمی و نهادهای فرهنگی صورت می‌پذیرد که خود نیازمند تفاهم‌نامه‌ها و قراردادهای ویژه است. این مطالعات قصد دارد شیوه‌های رایج در این قبیل ارتباطات را شناسایی و ارزیابی کرده و بهترین گزینه‌ها را پیشنهاد دهد.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۴۴. تدوین شیوه‌نامه نگارش تفاهم‌نامه‌های همکاری علمی

هدف	بر اساس شناخت روش‌های رایج تفاهم میان مؤسسات علمی، شیوه‌نامه‌ای تدوین می‌شود که می‌تواند حداکثر منافع هر دو طرف را تأمین و تضمین کند و از سوء برداشت‌ها و اختلافات در
-----	---

مسائل جزئی پرهیز دهد.	
کارشناس طرح و برنامه - یک نفر	نیروی انسانی
دستمزد کارشناس	مقدورات
تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته	زمان‌بندی
۴۳	پیش‌نیازها

۴۵. پژوهش کتابخانه‌ای تجميع قوانین جهانی کپی‌رایت و شناخت مسیرهای حقوقی و قضایی آن	
هدف	با توجه به این‌که در چشم‌انداز تصریح شده مؤسسه باید تدبیری برای تأمین مالی خود در آتیه داشته باشد، محصولات پژوهشی، آموزشی و تبلیغی بایستی قابل فروش و درآمدزایی باشند. جهانی بودن نگاه و منطقه‌ای بودن عملکرد الزام می‌کند نسبت به حقوق معنوی و قانون کپی‌رایت حساس باشیم و ابتدا قوانین مربوط به آن را بررسی کنیم.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۴۶. مطالعات مقدماتی هم‌فکری با حقوقدانان و وکلا در ارتباط با حقوق معنوی	
هدف	به دلیل حساسیت موضوع کپی‌رایت و حقوق معنوی نشر جلسات و نشست‌های مشورتی با حقوقدانان ضرورت دارد. این مطالعات اولیه طرحی را به دست خواهد داد تا برگزاری این مشاوره‌ها را ضابطه‌دار و سودمند نماید.
نیروی انسانی	کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۴۷. تدوین شیوه‌نامه حقوقی ثبت حقوق معنوی آثار و محصولات مؤسسه	
هدف	پس از تجميع قوانین کپی‌رایت و مشورت با حقوقدانان، ضوابط و قوانینی برای حفظ حقوق مؤسسه در نشر آثارش تنظیم شده و در قالب یک شیوه‌نامه در اختیار واحدهای ذی‌ربط قرار می‌گیرد. این شیوه‌نامه تضمین می‌کند که دارایی‌های مؤسسه تلف نشده و هدر نرود.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس



زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۴۵ و ۴۶

۴۸. مطالعات مقدماتی هم‌فکری با حقوقدانان و وکلا در ارتباط با تأمین امنیت قضایی مؤسسه و پرسنل آن	
هدف	مسائل حقوقی متعددی درگیر با فعالیت‌های مؤسسه خواهد بود، به محض آغاز به کار. قوانین مربوط به مالیات و دارایی، بیمه کارمندان و تجهیزات و ساختمان و بسیاری موارد دیگر. لازم است در ابتدا برنامه‌ای تنظیم شود، تا نشست‌های مشورتی با حقوقدانان طراحی کند مبنی بر شناخت قوانین لازم و دستورالعمل‌های قضایی، به هدف تأمین امنیت مؤسسه در نظام حقوقی منطقه.
نیروی انسانی	کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۴۹. تدوین متن قرارداد وکالت حقوقی مؤسسه	
هدف	ضرورتاً بایستی حقوقدانان یا حقوقدانانی به عنوان وکیل رسمی مؤسسه حضور داشته باشند که در شرایط لازم در دادگاه حاضر شده و از حقوق آن دفاع کنند. متن قرارداد وکالت موضوع حساسی است و قرارگیری در مناطق مختلف و مواجهه با قوانین ناشناخته و گوناگون نیز بر این حساسیت می‌افزاید. بر اساس مطالعات دیگری که صورت می‌گیرد، این متن با دقت بالا به نحوی تنظیم می‌شود که وکیل مؤسسه متعهد باشد کمال و تمام از منافع آن دفاع کند.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۴۸ و ۵۰

۵۰. پژوهش کتابخانه‌ای جمع‌آوری قوانین حقوقی مرتبط با موضوع فعالیت مؤسسه در کشور هدف	
هدف	برای تأمین امنیت قضایی و حقوقی مطالعاتی ضرورت دارد که نتیجه آن تجمیع قوانین حقوقی مرتبط با تمامی فعالیت‌های مؤسسه است. به عنوان مثال اگر بنا باشد ساختمانی اجاره شود، این تحقیق قوانین مرتبط با اجاره را در دسترس قرار می‌دهد، تا از آسیب‌های بعدی جلوگیری.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه



پیش نیازها	ندارد
------------	-------

۵۱. پژوهش کتابخانه‌ای تجميع نمونه‌های اساسنامه مشابه متناسب با قوانين و ضوابط کشور هدف	
هدف	از آن رو که یکی از راهبردهای تأثیرگذاری جهانی حمایت از نهادهای فرهنگی کوچک و تأسیس شعبات در نقاط مختلف جهان است، تحقیقاتی لازم است تا اساسنامه‌های مشابه را در هر منطقه شناسایی کرده و تجميع و ارزیابی نماییم، به عنوان مقدمه‌ای برای دستیابی به مناسب‌ترین اساسنامه برای تأسیس مراکز فرهنگی تابعه.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدمات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش نیازها	ندارد

۵۲. تدوین اساسنامه تأسیس و مدیریت شعبه	
هدف	بر محور دستاوردهای پژوهش سابق، اساسنامه‌ای طراحی می‌شود که تأسیس و مدیریت هر شعبه یا هر نهاد فرهنگی تابعه را قانونمند و باضابطه کند، به نحوی که مسیر حرکت به سمت هدف را تغییر ندهد و رسیدن به الگوی چشم‌انداز را تضمین کند.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدمات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش نیازها	۵۱

۵۳. مطالعات مقدماتی هم‌فکری با حسابداران و کارشناسان امور مالی برای برنامه‌ریزی و تأمین امنیت مالی	
هدف	برای کنترل بودجه و هزینه، قوانین و ضوابطی نیاز است که برای دستیابی به آن لازم است با گروهی از حسابداران و کارشناسان امور مالی مشورت صورت گیرد. بحث دارایی و مالیات و بیمه و بسیاری دیگر از ارتباطات مالی با نهادهای مسئول نیز در میان است. برای برگزاری این نشست‌ها تحقیق و بررسی اولیه‌ای صورت می‌گیرد، تا برنامه نشست‌ها تنظیم شود.
نیروی انسانی	کارشناس برنامه‌ریزی - یک نفر
مقدمات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات و طراحی برنامه - یک ماه
پیش نیازها	ندارد



۵۴. تدوین نظام‌نامه جامع مالی و بودجه‌ریزی

هدف	تمامی ضوابط و قوانین و هر آنچه برای مدیریت مالی لازم است در یک سند تجميع و تصویب می‌شود که نظام‌نامه جامع مالی مؤسسه خواهد بود. این نظام‌نامه تضمین می‌کند که مؤسسه بتواند هزینه‌های خود را تأمین کند و از ورشکستگی و بحران‌های مالی مبری باشد.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۵۴

۵۵. پژوهش کتابخانه‌ای تجميع و طبقه‌بندی شیوه‌های استخدام نیروهای اداری

هدف	به‌کارگیری نیروی انسانی امری گریزناپذیر در فعالیت هر نهادی است. نسبت به متفاوت بودن قوانین در مناطق مختلف، این پژوهش شیوه‌های استخدام نیروها را تجميع و طبقه‌بندی می‌کند، در مسیر یافتن بهترین گزینه‌ها و بهترین راه‌حل‌ها.
نیروی انسانی	پژوهشگر با مدرک کارشناسی - یک نفر
مقدورات	دستمزد پژوهشگر
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - یک ماه
پیش‌نیازها	ندارد

۵۶. پژوهش کتابخانه‌ای احکام شرعی و موازین اخلاقی استخدام در اسلام

هدف	استخدام در احکام اسلام تفاوت‌های بنیادینی دارد با آنچه امروزه در دنیا رایج است. تأکید اسلام بر حفظ منزلت و شأن کارگر و نیروی کار است و اخلاق در ارتباط میان آمر و مأمور اصالت دارد. دستاورد این پژوهش سندی خواهد بود که نسبت میان کارفرما و کارپذیر را بر مبنای اسلام تعریف می‌کند.
نیروی انسانی	پژوهشگر حوزوی - ۳ نفر کارشناس فقه (مجتهد) - یک نفر - مدیر پروژه
مقدورات	محل فعالیت پژوهشگران و جلسات آن‌ها - دستمزد ۴ پژوهشگر و کارشناس - حداقل یک عدد رایانه - هزینه‌های خرید کتاب و نرم‌افزار
زمان‌بندی	جمع‌آوری اطلاعات، طبقه‌بندی و تنظیم گزارش - سه ماه
پیش‌نیازها	ندارد



۵۷. تنظیم آئین‌نامه کارگزینی و استخدامی

هدف	بر اساس ضوابط موجود در دنیای معاصر و همچنین با التفات به دیدگاه اسلام در رابطه میان کارفرما و کارپذیر، آئین‌نامه‌ای تنظیم می‌شود که نظام کارگزینی و استخدامی مؤسسه را بیان می‌کند. هدف این است که منافع هر دو طرف؛ کارپذیر و مؤسسه در بهترین شرایط تأمین گردد و فصل‌الخطاب در اختلافات باشد.
نیروی انسانی	کارشناس طرح و برنامه - یک نفر
مقدورات	دستمزد کارشناس
زمان‌بندی	تحلیل داده‌ها و منابع اولیه و تنظیم و تدوین سند نهایی - دو هفته
پیش‌نیازها	۵۵ و ۵۶

ذکر عناوین برنامه‌های پژوهشی در فهرست فوق به این معنا نیست که تمامی آن‌ها بایستی در مؤسسه از صفر تا صد به انجام رسد، بلکه سه فرض در تحقق نتیجه متصور است:

۱. پیش از این چنین پروژه‌ای به انجام رسیده است و امکان دسترسی به نتایج آن وجود دارد. به صورت کتاب، مقاله یا پایان‌نامه. در این موارد تجمیع این اسناد پژوهشی کفایت می‌کند.
۲. کارشناسانی خارج از پرسنل همکار در مؤسسه یافت می‌شوند که پیشینه فعالیت در موضوع مد نظر را داشته و آماده جمع‌بندی دستاوردهای خود هستند. برون‌سپاری در این موارد بهترین گزینه است، به این نحو که طی قرارداد وظیفه پژوهش به فردی بیرون از مؤسسه سپرده خواهد شد.
۳. در سایر موارد، استخدام پژوهشگران یا استفاده از همکاران پژوهشگر تنها راه برای انجام پروژه تحقیقاتی خواهد بود و محصولات چنین پژوهش‌هایی متعلق به مؤسسه بوده و امکان فروش و کسب درآمد در مراحل بعدی را نیز فراهم خواهد کرد.



ملزومات تحقق برنامه‌های پژوهشی

در یک نگاه خلاصه، فهرستی از نیروهای انسانی پروژه‌های پژوهشی و مقدرات آنها و همچنین زمان‌بندی، آنچه نیاز است مطابق جدول زیر است:

ردیف	نیروی انسانی	درجه علمی	تعداد در کل پروژه‌ها
۱	متخصص آمار با مدرک کاردانی	فوق دیپلم	۱۸ نفر
۲	متخصص آمار با مدرک کارشناسی	لیسانس	۶ نفر
۳	روانشناس با مدرک دکترا در گرایش یادگیری	دکترا	۳ نفر
۴	کارشناس برنامه‌ریزی	لیسانس	۱۴ نفر
۵	پژوهشگر با مدرک کارشناسی	لیسانس	۱۷ نفر
۶	کارشناس آموزش حوزه	معادل دکترا	یک نفر
۷	متخصص رسانه با مدرک دکترا	دکترا	یک نفر
۸	پژوهشگر حوزوی	معادل لیسانس	۹ نفر
۹	کارشناس فقه (مجتهد)	معادل دکترا	۳ نفر
۱۰	کارشناس طرح و برنامه	لیسانس	۱۶ نفر
۱۱	کارشناس تبلیغ دینی	معادل لیسانس	یک نفر
۱۲	متخصص مسائل اجتماعی با مدرک دکترا	دکترا	یک نفر
۱۳	کارشناس آمار و اطلاعات	لیسانس	یک نفر
			۹۱ نفر

که در این صورت تمامی پروژه‌ها به صورت هم‌زمان امکان آغاز دارند، جز مواردی که پیش‌نیاز یکدیگر باشند. با این نگاه، طولانی‌ترین زمان برای اجرای پروژه‌ها «سه ماه و نیم» خواهد بود.

اما این پروژه‌ها می‌توانند به صورت متوالی انجام گرفته و با افزایش زمان، از نیروهای انسانی و هزینه‌ها بکاهند. در این صورت می‌توان نیازمندی‌ها را مطابق جدول زیر کاهش داد:

ردیف	نیروی انسانی	درجه علمی	حداقل نیاز	مدت همکاری
۱	متخصص آمار با مدرک کاردانی	فوق دیپلم	۳ نفر	۱۲ ماه
۲	متخصص آمار با مدرک کارشناسی	لیسانس	یک نفر	۱۲ ماه
۳	روانشناس با مدرک دکترا در گرایش یادگیری	دکترا	یک نفر	۴ ماه

ردیف	نیروی انسانی	درجه علمی	حداقل نیاز	مدت همکاری
۴	کارشناس برنامه‌ریزی	لیسانس	دو نفر	۷ ماه
۵	پژوهشگر با مدرک کارشناسی	لیسانس	دو نفر	۹ ماه
۶	کارشناس آموزش حوزه	معادل دکترا	یک نفر	۲ ماه
۷	متخصص رسانه با مدرک دکترا	دکترا	یک نفر	۲ ماه
۸	پژوهشگر حوزوی	معادل لیسانس	۳ نفر	۳ ماه
۹	کارشناس فقه (مجتهد)	معادل دکترا	یک نفر	۳ ماه
۱۰	کارشناس طرح و برنامه	لیسانس	یک نفر	۸ ماه
۱۱	کارشناس تبلیغ دینی	معادل لیسانس	یک نفر	۲ ماه
۱۲	متخصص مسائل اجتماعی با مدرک دکترا	دکترا	یک نفر	۲ ماه
۱۳	کارشناس آمار و اطلاعات	لیسانس	یک نفر	نیم ماه
			۱۹ نفر	

متوالی در نظر گرفتن پروژه‌ها اگر چه مدت تحقق آن‌ها را افزایش می‌دهد، اما از هزینه‌ها می‌کاهد. نه فقط نیروهای انسانی فعال را کاهش می‌دهد، بلکه می‌توان با امکاناتی کمتر، مثلاً یک یا دو عدد رایانه و نیاز به فضای فیزیکی کمتری پروژه‌ها را اجرا کرد.

دستمزد همکاران و همچنین هزینه تجهیزات متناسب با زمان و مکان اجرای پروژه‌ها متفاوت خواهد بود، بنابراین در این سند مصرح نیستند.



ابتدا اهداف پژوهشی متناسب با راهبردها استخراج شد. سپس برای تحقق هر هدف پژوهشی برنامه‌ها و پروژه‌هایی تعریف شد. بدین ترتیب ۲۴ هدف پژوهشی و ۵۷ برنامه به دست آمد.

پس از این مرحله، پیمانکار تولید برنامه‌های آموزشی را آغاز خواهد کرد و کارفرما فرصت دارد پیش‌نویس برنامه‌های پژوهشی (سند حاضر) بررسی و اصلاح نماید.

عنوان فعالیت	مدت	آغاز	پایان
1. تولید سند چشم‌انداز	2 روز	20 بهمن 1400	22 بهمن 1400
2. تصویب سند چشم‌انداز	6 روز	23 بهمن 1400	29 بهمن 1400
3. تولید سند راهبردی	3 روز	30 بهمن 1400	3 اسفند 1400
4. تصویب سند راهبردی	51 روز	4 اسفند 1400	26 فروردین 1401
5. تولید برنامه پژوهشی	9 روز	27 فروردین 1401	5 اردیبهشت 1401
6. تولید برنامه آموزشی	15 روز	6 اردیبهشت 1401	21 اردیبهشت 1401
7. تولید برنامه رسانه‌ای	5 روز	22 اردیبهشت 1401	27 اردیبهشت 1401
8. تولید برنامه اداری	3 روز	28 اردیبهشت 1401	31 اردیبهشت 1401
9. تولید سند نهایی برنامه	2 روز	1 خرداد 1401	3 خرداد 1401
10. تصویب سند برنامه‌ها	30 روز	4 خرداد 1401	3 تیر 1401
11. تولید چارت سازمانی	5 روز	4 تیر 1401	9 تیر 1401
12. تصویب چارت سازمانی	7 روز	10 تیر 1401	17 تیر 1401
13. تولید شرح وظایف	10 روز	18 تیر 1401	28 تیر 1401
14. تصویب شرح وظایف	15 روز	29 تیر 1401	13 مرداد 1401
15. تولید سند نهایی مؤسسه	7 روز	14 مرداد 1401	21 مرداد 1401
کل مدت پروژه	170 روز	20 بهمن 1400	21 مرداد 1401