

مقاله بررسی مرکز آموزشی برکلی کالیفرنیا



فهرست

3	مقدمه.....
4	معرفی امیر گیلان پور.....
4	 Classeh.com
4	 Amirgilanpour
4	 Fanavar.org
5	چرا ایالت کالیفرنیا؟.....
6	ارتباط شرکت ها و مراکز آموزشی در کالیفرنیا.....
7	به عنوان یک مدرسه دار.....
8	آمار و اطلاعات سیستم آموزشی کالیفرنیا.....
9	بررسی بحران ها در مدارس کالیفرنیا.....
10	پنج مدرسه غیردولتی شماره یک کالیفرنیا.....
11	واقعیت مدارس خصوصی در کالیفرنیا.....
12	مدرسه داری عشق است.....
13	حقوق و درآمد در مدارس کالیفرنیا.....
14	فاکتورهای تاثیرگذار روی حقوق در مدارس کالیفرنیا.....
15	مبحث تبلیغات مدارس و مراکز آموزشی.....
16	موفقیت یک مدرسه = کیفیت + رسانه.....
17	نسبت مدارس غیردولتی به تعداد دانش آموزان.....

- 18 ماندگاری و بالابردن این ۱۱ درصد
- 19 تبلیغات در کالیفرنیا
- 20 جلب توجه مخاطب هدف در تبلیغات
- 21 تفاوت ایران و کالیفرنیا در تبلیغات
- 22 درگیر کردن دانش‌آموز
- 23 بهترین راه تاثیر گذاشتن روی مخاطب
- 25 اصول برندینگ
- 27 جالب‌ترین نکته‌ای که از بازدید برکلی داشتید چه بود؟
- 29 ارزشمندترین نتیجه برای مدیر مدرسه
- 30 آینده‌ی اولیا
- 31 ارزش پیدا کردن مشکل
- 32 نگرانی اولیا
- 33 شرایط فضای مجازی
- 34 ارتباط اولیا با مدرسه در کالیفرنیا
- 35 هدف نهایی
- 36 در بازدید از این مدارس بعنوان یک مدرسه‌دار چه حسی داشتید؟
- 37 نقش درست فناوری در آموزش
- 38 فناوری‌ها در مدارس کالیفرنیا به چه صورت هستند؟

مقدمه

به نام خداوند بخشنده و مهربان، که همیشه ما را در مسیر رشد و پیشرفت همراهی می‌کند. مقاله‌ای را برای شما مدیران گرامی مدارس و مراکز آموزشی، بر اساس چکیده‌ی مطالب **همایش بزرگ بررسی مرکز آموزشی برکلی کالیفرنیا** که توسط امیرگیلانپور به صورت آنلاین از ایالت کالیفرنیا برگزار شده است، تهیه کردیم، به منظور بهبود کیفیت آموزش و تحصیل در مدارس و نقش شما به عنوان مدیران در این فرآیند.

در این مقاله، سعی کردیم تا با ارائه راهکارها و توصیه‌های عملی، به شما کمک کنیم تا علاوه بر بهبود عملکرد مدرسه، همچنین بتوانید نقشی موثرتر و سازنده‌تر در پرورش دانش‌آموزان داشته باشید.

با آرزوی موفقیت برای شما و تیم‌های مدیریتی مرکز آموزشی شما

معرفی امیر گیلانپور

✓ رییس کمیسیون آموزش و پژوهش

سازمان نظام صنفی رایانه ای کشور

✓ عضو شورای مرکزی سازمان نظام

صنفی رایانه ای کشور

✓ طراح سیستم‌های ارتقای مدارس

✓ پژوهشگر حوزه فناوری

✓ کارآفرین حوزه فناوری و آموزش

✓ بنیان‌گذار کلاسه

✓ موسس مرکز نوآوری مکعب

✓ مدیر و موسس مجموعه

مدارس پیشگامان



Fanavar.org



Amirgilanpour



Classeh.com

چرا ایالت کالیفرنیا؟

ایالت کالیفرنیا، بالای ۴۰ میلیون نفر جمعیت داشته و اقتصادی بسیار قوی دارد. همچنین **سیلیکون ولی** (دره سیلیکون) یعنی مجموعه بزرگترین شرکت‌های حوزه تکنولوژی و فناوری‌های برتر جهان (مانند تسلا و اپل و گوگل و فیس بوک و ...) در اینجا قرار دارند.



درواقع این شرکت‌ها هستند که باعث شدند، ایالت کالیفرنیا به عنوان **پنجمین اقتصاد برتر دنیا** شناخته شود و حتی تا سال بعد به تنهایی از **آلمان** هم پیشی بگیرد و به **چهارمین اقتصاد برتر دنیا** تبدیل شود و درواقع این شرکت‌ها هستند که **هویت اقتصادی** این ایالت را شکل دادند و باعث شدند، مردم زیادی برای زندگی به اینجا نقل مکان کنند و پس از آن رونق اقتصادی خوبی شکل بگیرد و **دانشگاه‌های** زیادی در اینجا تاسیس شوند.

ارتباط شرکت‌ها و مراکز آموزشی در کالیفرنیا

این شرکت‌ها و دانشگاه‌ها،
ارتباط بسیار خوبی دارند و این
ارتباط خوب باعث شده‌است که
مفاهیم آموزشی به‌گونه‌ای
باشند که بتوانند هرآنچه که
آموزش می‌بینند، همزمان به فکر
کاربرد بودن آن نیز باشند و به
دنبال این باشند که این مفاهیم
آموزشی به درد کسب‌وکار و ارتقای
جامعه بخورد.



به عنوان یک مدرسه دار



من به عنوان یک مدرسه دار و کسی که با **۵۰۰۰ مدرسه** در ایران در حال همکاریست، همیشه به هر شهری که می‌رفتم، بررسی‌هایی که می‌کردم و آمار و اطلاعاتی که مشاهده می‌کردم، در **حوزه‌ی آموزش** بود و هست. اگر در جایی از نظر اقتصادی هم موضوعی را بررسی می‌کنم، به این دلیل است که قصد دارم **تاثیر مثبت** آموزش را در حوزه اقتصادی آن موضوع بدانم و بفهمم چطور می‌شود با **آموزش درست**، یک **اقتصاد قوی** ساخت.

آمار و اطلاعات سیستم آموزشی کالیفرنیا

کالیفرنیا حدود ۱۱ هزار مدرسه و ۷ میلیون دانش‌آموز دارد که ۱۰ درصد از این جمعیت در مدارس غیردولتی یا خصوصی تحصیل می‌کنند. سیستم آموزشی آن مانند ایران، به صورت K-۱۲ یا همان ۳-۳-۶ است.



در کالیفرنیا، دانش‌آموزان مدارس دولتی یا عمومی در ۱۲ سال تحصیلی هیچ‌گونه هزینه‌ای پرداخت نمی‌کنند اما دانش‌آموزان مدارس غیردولتی یا خصوصی شهریه‌ی خیلی سنگین و بالایی را باید پرداخت کنند.



بررسی بحران‌ها در مدارس کالیفرنیا

طبق بررسی‌هایی که با همکارانم برای دسته‌بندی بحران‌های مدارس در ایران داشتیم، در انتها به ۶ بحران اصلی رسیدیم. این بار در رابطه با مدارس کالیفرنیا به بررسی بحران‌ها پرداختم تا بفهمم در صورت وجود این بحران‌ها در مدارس این ایالت، کنترل آن به چه صورت است.



پنج مدرسه غیردولتی شماره یک کالیفرنیا

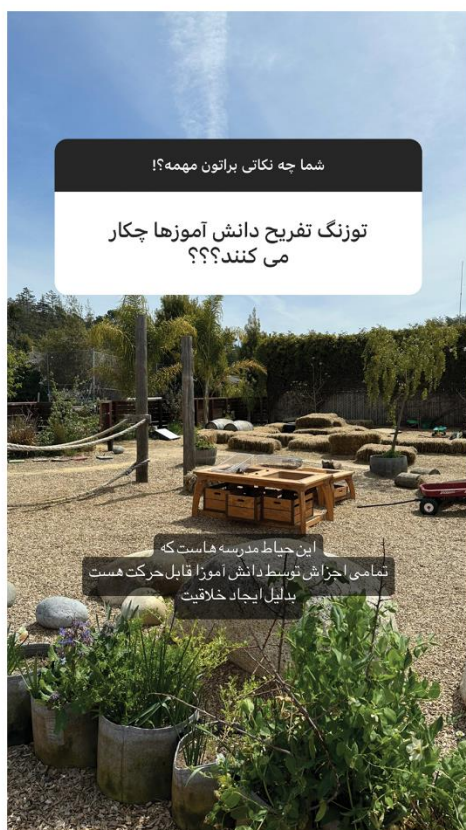
Branson , Harker , Harvard-Westlake , Menlo , Thacher

که تعداد دانش‌آموزان آنها از ۵۵۰ تا نزدیک به ۳۰۰۰ بود.



واقعیت مدارس خصوصی در کالیفرنیا

ممکن است فکر کنیم همه‌ی مدارس خصوصی کالیفرنیا، بزرگ و موفق و پرجمعیت هستند، اما من مدرسی را دیدم که فقط ۱۰۰ نفر دانش‌آموز داشتند و با اینکه شهریه‌ی این مدارس **بسیار بالاست** و بین ۱۹ هزار تا ۵۰ هزار دلار (۱ تا ۲.۵ میلیارد تومان) در سال است، اما سوددهی بالایی ندارند.



من در اینجا به بازدید مدرسه‌ای رفتم که ۱۵ سال از تاسیس آن می‌گذشت و **بسیار عالی و پویا** بود، که حتی چندین استوری از این مدرسه به اشتراک گذاشتم.

اما این مدرسه، هر ۱۵ سال ضررده بود و از خیریه‌ها کمک دریافت می‌کرد.

مدرسه داری عشق است

میدانم که خیلی از مدیران مدارس در ایران همین اتفاق برایشان رقم خورده و مدرسه‌ی آنها **ضررده** بوده است. پس نباید تصور کنیم چون شهریه‌های آنها بسیار بالاست، پس درآمد بالایی دارند. هزینه‌های اصلی آن‌ها مانند مدارس غیردولتی ایران، **حقوق و اجاره ملک** است اما هزینه‌ای بابت **انرژی** هم وجود دارد که در ایران از این جهت که ما **منبع انرژی دنیا** هستیم، تا کنون هزینه‌ی زیادی برای ما مدرسه‌دارها نداشته است.

چیزی که خیلی برای من تعجب‌آور بود، این بود که از مدیر مدرسه‌ای در کالیفرنیا پرسیدم: اگر مدرسه ضررده است، چرا همچنان ادامه می‌دهید؟

مدیر در جواب گفت: **چون مدرسه داری عشقه!**

یعنی به پاس علاقه‌ی زیادی که به مدرسه داری دارند آن را ادامه می‌دهند و این برای من خیلی جالب بود چراکه این حس و حال مدیران عزیز ایران زمین هم بوده و هست.

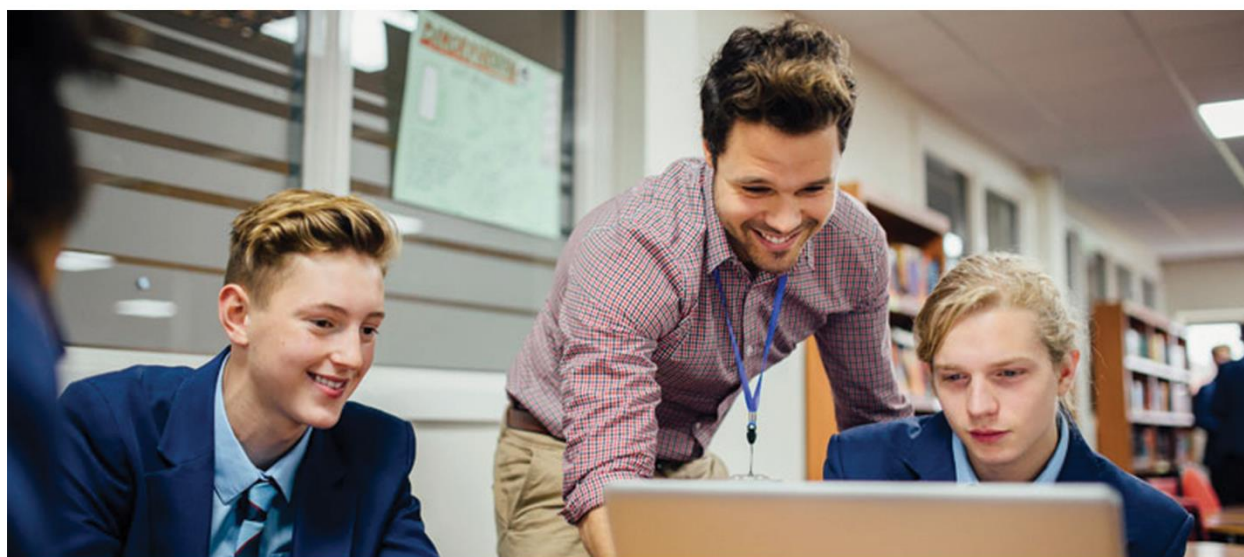


حقوق و درآمد در مدارس کالیفرنیا

معلم ها بین ۵۳ هزار تا ۱۰۰ هزار دلار در سال درآمد دارند که جز **حقوق متوسط جامعه** محسوب میشوند.

من لیست **۱۰ حقوق جاری پر درآمد کالیفرنیا** رو به دست آوردم که شامل، پرستارها، فیزیولوژیست ها، مدیر فروش ها و مدیر مارکتینگ ها و ... بود و در این لیست کسی در **حوزه آموزش** نبود. پس اگر ما دیتایی میگیریم که معلم در اینجا **حقوق شماره ۱** را میگیره کاملاً اشتباه است.

مدیرها و موسسین مدارس بین ۸۰ هزار تا ۲۰۰ هزار دلار در سال درآمد دارند که جز **حقوق های بالا** به حساب میاد اما باز هم جز ۱۰ حقوق بالا نیست. **کادر اداری مدرسه** بین ۳۰ هزار تا ۷۰ هزار دلار در سال درآمد دارند که حقوقشون جز **متوسط رو به پایین** به حساب میاد.



فاکتورهای تاثیرگذار روی حقوق در مدارس کالیفرنیا

گزینه های اصلی برای درآمد **معلم ها**:

مقطع، تجربه و میزان سال هایی که معلم، تدریس و تحصیل کرده و دوره ها و گواهی هایی که کسب کرده است.

مدیران: مسئولیت پذیری در سمت های قبلی و نامه تایید از مدیرهایی که با او کار کردند (recommendation letter)، میزان تجربه و دوره هایی رو به صورت عملیاتی (boot camp) گذروندند.

کادر اداری: بسته به سمتی که دارند (ناظم، معاون، مسئول دفتر و ...) بحث تجربه یکی از مهم ترین عوامل تاثیرگذار است.



مبحث تبلیغات مدارس و مراکز آموزشی



بقای مدارس و مراکز آموزشی به دانش‌آموزانی که در کلاس‌ها حضور دارند، بستگی دارد. اما آیا این دانش‌آموزان **فقط** بابت **کیفیت آموزشی**، مدرسه‌ی شما را انتخاب می‌کنند؟
خیر! کیفیت آموزشی نیاز هست اما کافی نیست!
بخش مهم قضیه این است که فعالیت‌های مثبتی که در مدرسه انجام می‌شوند **به گوش مخاطبین هدف** منطقه فعالیت شما برسند.

موفقیت یک مدرسه = کیفیت + رسانه



اگر در مدرسه شما یک تجربه، رویداد، حمایت یا افتخار خاصی اتفاق می‌افتد، باید به گوش مخاطبان شما برسد.
اگر فقط روی کیفیت آموزشی بسنده کنید و روی شنیده شدن اتفاقات مدرسه تمرکز نکنید مطمئناً نتیجه‌ی دلخواهتان را نخواهید گرفت.

نسبت مدارس غیردولتی به تعداد دانش‌آموزان



حدود ۱۱ درصد دانش‌آموزان کل ایران در مدارس غیردولتی تحصیل می‌کنند که رقم تقریباً کمی نسبت به تعداد مدارس غیردولتی در سطح کشور است.

اگر نسبت به ۱۵ سال اخیر تعداد مدارس غیردولتی را مورد بررسی قرار دهیم، مشخص می‌شود که تعداد مدارس غیردولتی **افزایش یافته است** اما تعداد دانش‌آموزانی که در مدارس غیردولتی تحصیل می‌کنند، به نسبت این مقدار **افزایش نیافته اند**.

ماندگاری و بالابردن این ۱۱ درصد

من به عنوان یک **مدرسه‌دار** که حامی مدارس غیردولتی هستم، تماماً دغدغه‌های مدیران و موسسین را می‌دانم و از تلاش‌ها و زحماتشان آگاهم.

اما موضوع مهم این است که ما باید برای ماندگاری و بالابردن این ۱۱ درصد تلاش زیادی کنیم.



نوروز ۱۴۰۲ در کنار همکاران مجتمع آموزشی پیشگامان ایران

تبلیغات در کالیفرنیا

بحث امروز من فقط و فقط ایران نیست. بلکه بررسی اتفاقات کالیفرنیا در بحث تبلیغات است تا بتوانیم آن‌ها را در اینجا به شما انتقال دهیم.



در مدارس کالیفرنیا نزدیک ۱۰۰ درصد تمرکز روی دیجیتال برای درگیر کردن رسانه است.

رسانه = دیجیتال

دیجیتال = وبسایت + شبکه‌های اجتماعی (اینستاگرام و تلگرام و ...) + معرفی در وبسایت مرجع

جلب توجه مخاطب هدف در تبلیغات

به این معناست که مطلبی در رسانه منتشر شود که مخاطب را درگیر کند.



مدیران مدارس باید کیفیت آموزشی مرکز خود را در رسانه منتشر کنند.

این انتشار در کالیفرنیا چگونه انجام میشود؟

طوری که مخاطب درگیر شده و جلب توجه اتفاق بیفتد

تفاوت ایران و کالیفرنیا در تبلیغات

در ایران زمانی که می‌خواهیم یک فعالیت یا کیفیت آموزشی مرکز خود را منتشر کنیم، در بهترین حالت به صورت **خبردرسایت** یا **شبکه های اجتماعی** آن را منتشر می‌کنیم. درواقع، کاری که انجام دادیم، فقط و فقط **خبررسانی** بود و مخاطب هدف را **درگیر نخواهیم کرد**.



ولی اگر می‌خواهیم **توجه و نظر مخاطب را جلب کنیم**، باید آن را **درگیر کنیم**. اما چطور می‌توانیم **مخاطب را درگیر کنیم**؟

درگیر کردن دانش آموز



مثلا زمانی که دانش آموزان شما به بازدید موزه رفتند، به جای اینکه اطلاع رسانی را صرفا به صورت خبر منتشر کنید، باید **خود دانش آموزان را درگیر کنید** که نتایجی که به دست آورده اند اعم از حسی که گرفتند ، نکته ای که برداشت کردند و تجربه ای که داشتند را بازگو کنند و شما این را مستقیما (ترجیحا ویدئو) به تصویر بکشید و آن را منتشر کنید.

برای اولیا بیشتر از اینکه فرزندش به موزه رفته، این مهم است که **فرزندش چه چیزی یاد گرفته است** (مثلا در موزه باید منضبط باشد، توی صف راه برود ، سکوت را رعایت کند و بادقت ببیند ، خیلی اصولی یاد بگیرد ، به محیط زیستش یا تاریخش علاقمند شود و ...)

بهترین راه تاثیر گذاشتن روی مخاطب



تحقیقات روز دنیا در زمینه **تاثیر گذاری و جلب توجه مخاطبین هدف** نشان می‌دهد که اگر یک مخاطب که مشتری کنونی شماست، راجب **نتایجی که با شما به دست آورده** حتی راجب جزئی‌ترین مسائل به صورت مستقیم و در قالب یک **ویدئو** صحبت کند، اینکار کمکتان می‌کند که نزد مشتریان آینده **اعتبار بیشتری** داشته باشید.

پخش این نوع محتوای ویدئویی در قالب اعلامیه‌های خبری با اثربخشی ۸۹ درصد یکی از تاثیرگذارترین ابزارهای بازاریابی محتوایی است. علاوه بر این ۸۸ درصد مردم به نظرات آنلاین به‌اندازه توصیه‌های شخصی دوستان یا خانواده اعتماد دارد.



بنابراین بهترین روش این است که فعالیت‌ها و دستاوردهای دانش‌آموزان از زبان خودشان در تمام مقاطع منتشر شود.

اصول برندینگ

همچنین مرکز شما باید یک سری اصول و قواعد برای **شناسنامه‌ی دیجیتال** خود و فضایی که در آن **خبررسانی** میکنید و با مخاطبان خود ارتباط دارید، رعایت کند که اصطلاحاً به آن **هویت بصری یا گایدلاین** میگویند.



پس باید تمرکز را روی محتوای درست و **برپایه‌ی اصول برندینگ** رعایت کنیم و بعد سمت انتشار آن برویم.

یک اصل کمک‌کننده‌ی دیگر، **برون‌سپاری** تولید محتوا و خبررسانی است. اینکه به یک شخص یا تیم **حرفه‌ای و متخصص**، پیگیری و انجام درست تولید و انتشار اخبار را بسپاریم.



انجام این کار با بودجه‌بندی درست حداقل **۷۰ درصد** هزینه‌ها را کاهش داده و بازخورد شما را **۸۰۰ درصد** افزایش می‌دهد.

جالب‌ترین نکته‌ای که از بازدید برکلی داشتید چه بود؟

نکته‌ی خیلی جالب برای من در مرکز آموزشی برکلی، ارتباط مدارس و دانشگاه‌ها با صنعت و کسب‌وکار بود.

به این صورت که برای محصلان رویدادهایی برگزار می‌کردند تا از تجربه‌ی کارآفرین‌ها و تلاش و مسیری که طی کردند، برای ایجاد الگو و الهام دادن به دانش‌آموزان و دانشجویان استفاده کنند.



این نکته‌ایست که ما باید روی آن بسیار زیاد کار کنیم و سعی کنیم ارتباطی قوی بین آموزش و کسب‌وکار ایجاد کنیم.



ارزشمندترین نتیجه برای مدیر مدرسه

ارزشمندترین نتیجه برای یک مدیر مدرسه، **دستاورد مثبت** دانش‌آموزان در مدرسه است. اینکه دانش‌آموز از تحصیل در مدرسه‌ی من چه چیزی به دست می‌آورد؟

تعریف کامل‌ترین دستاورد یعنی اینکه آیا مدرسه توانسته است به دانش‌آموز کمک کند تا یک **کسب‌وکار موفق** داشته باشد و برای جامعه خودش و جهان ارزش‌آفرینی کند.



آینده‌ی اولیا



در ایران نیز در آینده‌ی نزدیک ، همانند اکنون در اینجا ، اولیا صرفاً دنبال **نمره گرفتن** دانش‌آموز در دروس و **گرفتن مدرک تحصیلی** نیستند. بلکه به دنبال این هستند که واقعاً دانش‌آموز مطلبی با ارزش و کاربردی یاد بگیرد و **دست‌آورد ارزشمند** داشته باشد و در نهایت به یک **فرد مفید** برای خود و جامعه‌اش تبدیل شود.

ارزش پیدا کردن مشکل

نکته‌ی جالب دیگر که بسیار برایم آموزنده بود، اهمیت پیدا کردن مشکل است!

درسیلیکون ولی پیدا کردن مشکل و بحران خیلی با ارزش و مهم است و راه حل در قدم بعد آن وجود دارد. ولی ما مستقیم به سراغ راه حل می رویم، بدون آنکه مشکل را فهمیده باشیم.



پس باید با دقت ببینیم مسئله و اشتباه مدارس، روش‌های آموزشی، کسب و کارها، شرکت‌ها و جامعه چیست و اگر آن را متوجه شویم ۸۰ درصد راه را رفتیم.

نگرانی اولیا

بزرگترین نگرانی اولیا در سراسر دنیا و در ایران این است که نمی‌دانند در **مدرسه چه خبر است** و نگرانی و درگیری ذهنی اولیا برای دانش‌آموزانشان را به همراه دارد. پس باید در مدرسه، **هر آنچه که اتفاق می‌فتد برای تمامی اولیا اطلاع‌رسانی شود.**



این نکته نیز باید رعایت شود که محتوایی که برای اطلاع‌رسانی به اولیا مورد استفاده قرار می‌گیرند، **تماماً راجب دانش‌آموز بوده** تا مورد پسند اولیا باشند.

شرایط فضای مجازی

فیلترینگ و تعدد نرم افزارهای مختلف ، سبب پراکندگی منبع خبری شده و با توجه به این نکته که اخبار و محتوای مختلف در شبکه های مجازی بسیار زیاد هستند، برای مخاطب گیج کننده می شوند و اخبار جدید آنطور که باید به گوش مخاطبین نمی رسند.



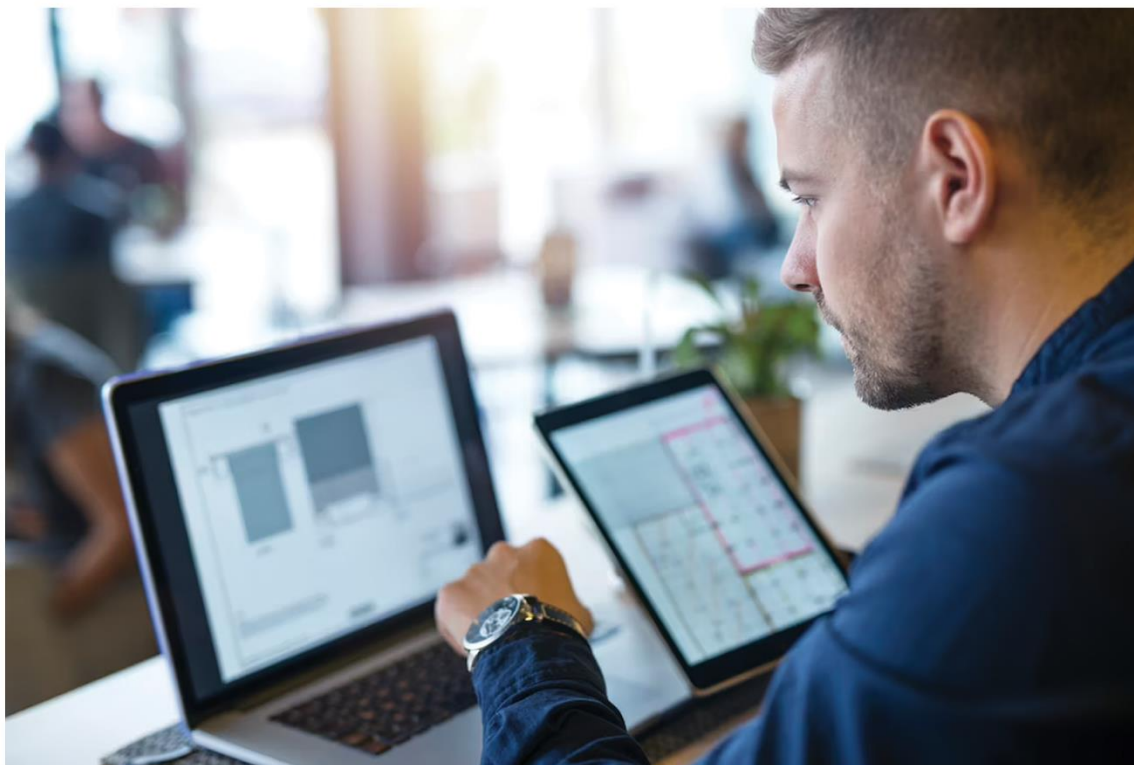
ارتباط اولیا با مدرسه در کالیفرنیا



در کالیفرنیا این نگرانی به **کمترین حد** خود رسیده است. همانطور که پیش تر گفتیم، حتی در مدارس قوی ایران، همواره سعی می کنند که **اطلاعات** را به دست مخاطب برسانند بدون آنکه روی **نتیجه** تاکید کنند. این نکته هم باید رعایت شود که اخبار برای خود **دانش آموز** هم به صورت **مستقیم** اطلاع رسانی شود.

هدف نهایی

نکته‌ی مهم بعدی این است که اولیا عموماً **پرمشغله** هستند و **پیشرفت‌آی‌تی** باعث شده‌است که مردم **تنبل** شوند. همیشه یکی از اهداف من این بود که **یک سیستم قوی** وجود داشته باشد که بتواند بار زیادی از دوش مدرسه بردارد. به این صورت که مدیر تنها **نتیجه را ثبت کند** و در ادامه همه‌ی مطالب **به صورت خودکار** برای مخاطبین هدف یا دانش‌آموزان ارسال شوند و مدیر **صد درصد** از رسیدن خبر به گوش اولیا و دانش‌آموزان **اطمینان داشته باشد**.



در بازدید از این مدارس بعنوان یک مدرسه‌دار چه حسی داشتید؟

مطمئناً همه‌ی مدیران مراکز آموزشی هرجا که میروند، چه داخل کشور و چه خارج از کشور، سعی می‌کنند آن مکان و مدارسش را از نظر آموزشی بررسی کنند.

سالانه بالای ۱۰۰۰ مدیر مدرسه، به بازدید مدارس پیشگامان در شهر ما می‌آیند و اگر ایده‌ای مناسب مدرسه‌ی آنها بود، از آن الهام می‌گیرند و در مدرسه‌ی خود اجرا می‌کنند. همچنین هم‌صحبتی با آنها باعث می‌شود که من از ایده‌های آنها الهام بگیرم و در مدرسه‌ی خودم استفاده کنم.



من همیشه گفته‌ام: علت موفقیت پیشگامان، ایده‌های ما نیست، بلکه ایده‌های مدیران مدارس تمام شهرهای ایران است.

نقش درست فناوری در آموزش

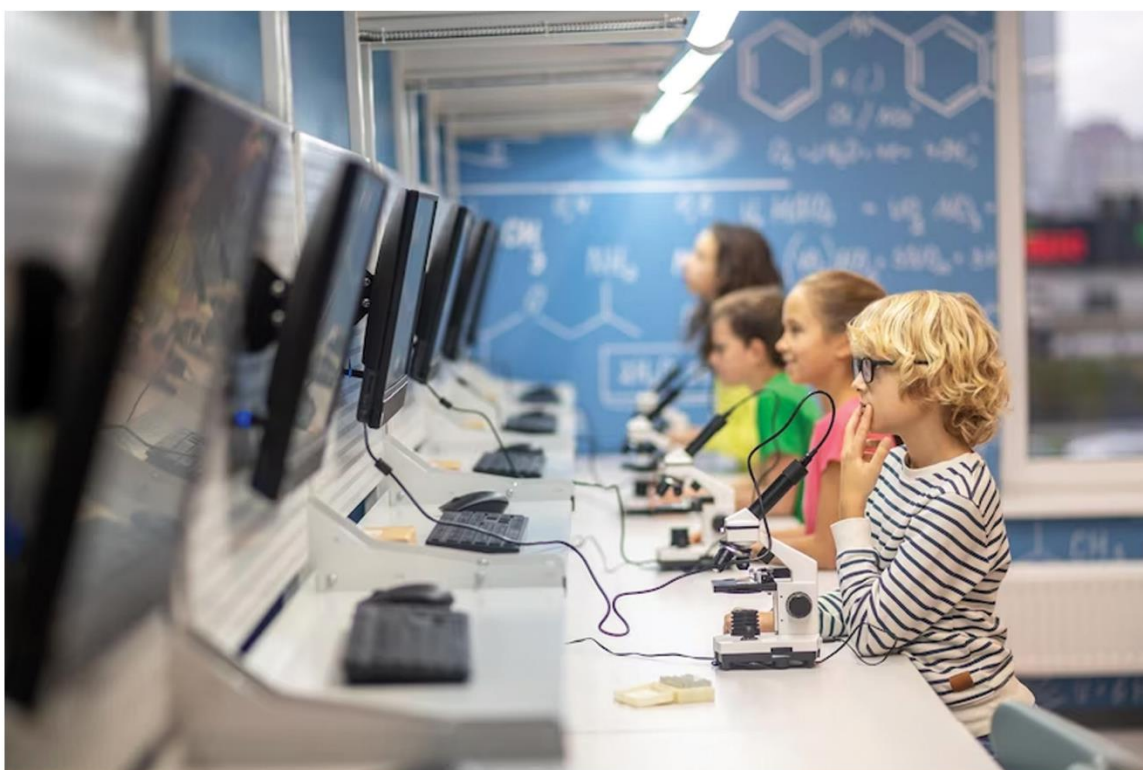
سال‌ها قبل وقتی سخت افزارهایی مثل دیتا پروژکتورها به مدارس آمدند، من گفتم: این آموزش نیست! بلکه کمک به آموزش است!



فناوری فقط قسمتی از مشکلات را حل می‌کند، نه تمام آن را!

فناوری‌ها در مدارس کالیفرنیا به چه صورت هستند؟

در کالیفرنیا، زمانی که مدیر مدرسه به مشکلی برمی‌خورد، مثلاً مشکل حضور و غیاب دانش‌آموز، اول چالش و مسائل به‌وجود آمده را اعلام می‌کند و در ادامه یک فناوری را برای حل این مسائل به کار می‌برد.



اما متأسفانه در ایران ابتدا فناوری می‌گیرند و بعد می‌گویند خب چه کنیم؟

به عنوان مدیران مدارس، شما نقش بسیار مهم در پرورش
و آموزش نسل‌های آینده ایران زمین دارید و تعهد و
تلاش شما برابر ارتقای سطح آموزش و رشد دانش‌آموزان
شایسته تقدیر است.

امیدوارم که مطالب و محتوای ارائه شده در این مقاله برابر
شما مفید واقع شده باشد.

با آرزوی موفقیت برابر شما و مرکز آموزش شما

امیر لیلانپور