

کنفرانس در مانیتورینگ رسانه ای

(گزارش توصیفی حجم اخبار منتشر شده با موضوع "چهاردهمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران" در منابع گوناگون خبری)

«چهاردهمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران» با حضور جمع کثیری از مسئولان، استادان، مدیران، کارشناسان و دانشجویان روابط عمومی نوزدهم آذر ماه ۱۳۹۶ در مرکز همایش‌های بین المللی صدا و سیما برگزار شد.

یکی از مهمترین مسائل موثر در تصمیم گیری مدیران دسترسی سریع و آسان به خبرهای مرتبط با سازمان و یا یک رویداد مربوط به آن است، در حال حاضر به علت کثرت بنگاههای خبری و تنوع اخبار منتشره و همچنین وجود تفسیر و تحلیل های متفاوت در اخبار، اهمیت دریافت و بررسی همزمان اخبار منتشره شده از منابع مختلف را دو چندان می کند.

یکی از مهمترین وظایف مدیران روابط عمومی سازمان ها و موسسات، اطلاع یابی، رصد رسانه ها و انجام پژوهش هایی در این زمینه است، هر مدیر روابط عمومی باید به فراخور سازمان خود پژوهش های لازم را انجام دهد و اشکالات را به مدیر سازمان انتقال دهد.

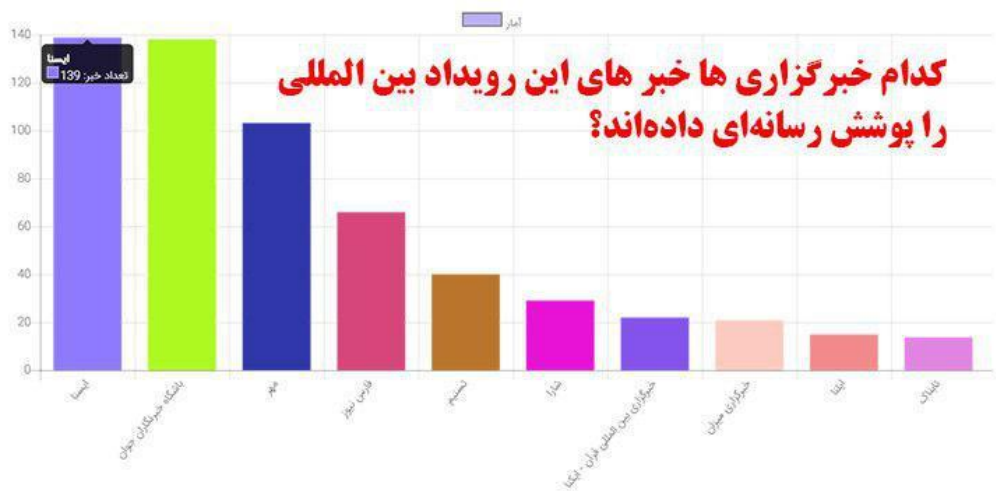
در این گزارش، مطالعه موردی موضوع چهاردهمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران را مورد بررسی قرار دادیم.

در پایش رسانه ها با کلیدواژه های چهاردهمین کنفرانس، اخبار منتشر شده در خبرگزاری ها و روزنامه ها، استخراج شد تا موضع رسانه ها در خصوص این کلیدواژه ها نسبت به این رویداد مورد تحلیل قرار گیرد. پایش روزنامه ها و رصد اخبار در روزنامه های کثیرالانتشار و بریده جراید از امکانات حرفه ای سامانه خبری نیوزویت است که این گزارش با کمک این سامانه آماده گردیده است. **نیوزویت** برای نخستین بار در این کنفرانس با پایش و مانیتورینگ منابع گوناگون خبری موضع رسانه ها نسبت به این رویداد علمی را مورد تحلیل قرار داد.

در ادامه انواع نمودارهای تحلیلی در خصوص انتشار اخبار مرتبط با این رویداد را بر اساس نوع و نام خبرگزاری بررسی می کنیم؛ در میان اخبار منتشر شده با موضوع چهاردهمین کنفرانس روابط عمومی، خبرگزاری ایسنا بیشترین خبر را تا قبل از برگزاری این کنفرانس تولید کرده بود.

پس از ایسنا، باشگاه خبرنگاران جوان، مهر، فارس، تسنیم، شارا، خبرگزاری میزان، ایلنا و تابناک به ترتیب بیشترین پوشش رسانه ای را داشته اند.

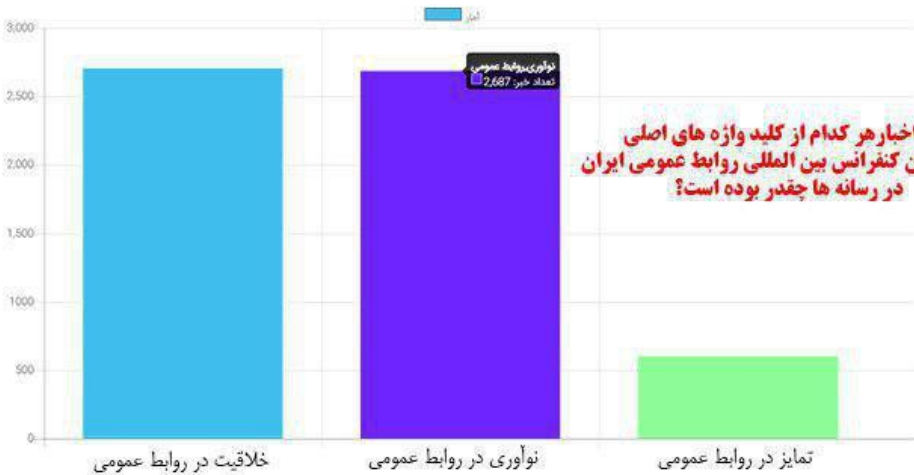
آنچه در نمودار زیر مشاهده می کنید مقایسه ای از حجم پوشش خبری خبرگزاری ها و منابع خبری کنفرانس چهاردهم است؛ این رصد و پیمایش توسط سریع ترین سامانه پایش اخبار انجام شده است.



جهت اطلاع از جزئیات
سامانه با شماره ۰۵۱۳۸۵۵۴۴۶۰
داخلی ۳ تماس حاصل فرمایید.

**در میان اخبار منتشر شده با موضوع چهاردهمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران
خبرگزاری ایسنا با ۱۳۹ خبر بیشترین خبر را تولید کرده است.**

نمودار مقایسه ای حجم گزارش ها و اخباری که با کلیدواژه های اصلی کنفرانس شامل خلاقیت، نوآوری و تمایز در روابط عمومی، پس از بررسی و پایش در رسانه ها بدست آمده در تصویر زیر قابل مشاهده است، همانطور که ملاحظه می کنید خلاقیت در روابط عمومی دارای بیشترین فراوانی در رسانه هاست که اهمیت و ضرورت توجه به این مقوله را نشان می دهد.



نمودار مقایسه ای حجم خبر تولیدی در خصوص

کلید واژه های اصلی چهاردهمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران

علی داریبی معاون امور استان های سازمان صدا و سیما در چهاردهمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران گفت: قرن بیست و یکم به راستی عصر رسانه‌ها و نقش آفرینی آنها در همه عرصه‌هاست. در نمودار زیر مقایسه ای از خبرگزاری هایی که خبرهای علی داریبی را پوشش رسانه‌ای داده‌اند را ملاحظه می کنید. همانطور که می بینید باشگاه خبرنگاران جوان، خبرگزاری صدا و سیما و خبرگزاری مهر سه منبع خبری هستند بیشترین حجم خبری را نسبت به سایر منابع خبری به خود اختصاص داده است، فارس، تسنیم، برنا نیوز، جام جم آنلاین، خبرگزاری میزان و ایسکانیوز نیز در رده های بعدی از سهم پوشش خبری ایشان را دارا می باشند.



در میان اخبار منتشر شده در مورد آقای دکتر علی دارابی

باشگاه خبرنگاران جوان با ۴۲ خبر بیشترین خبر را تولید کرده است.

نصرالله جهانگرد معاون وزیر و رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران ضمن ارائه ای که در این کنفرانس داشت گفت: موبایل عمومی ترین ابزار ارتباطات است که در دست همه قشرهای جامعه است و روابط عمومی ها می توانند به صورت مطلوب از آن استفاده کنند.

نمودار مقایسه ای از خبرگزاری هایی که خبرهای نصرالله جهانگرد را پوشش رسانه ای داده اند خبرگزاری آریا، ایسنا، مهر و تابناک بیشترین سهم اختصاصی اخبار مرتبط با ایشان را دارا می باشند.

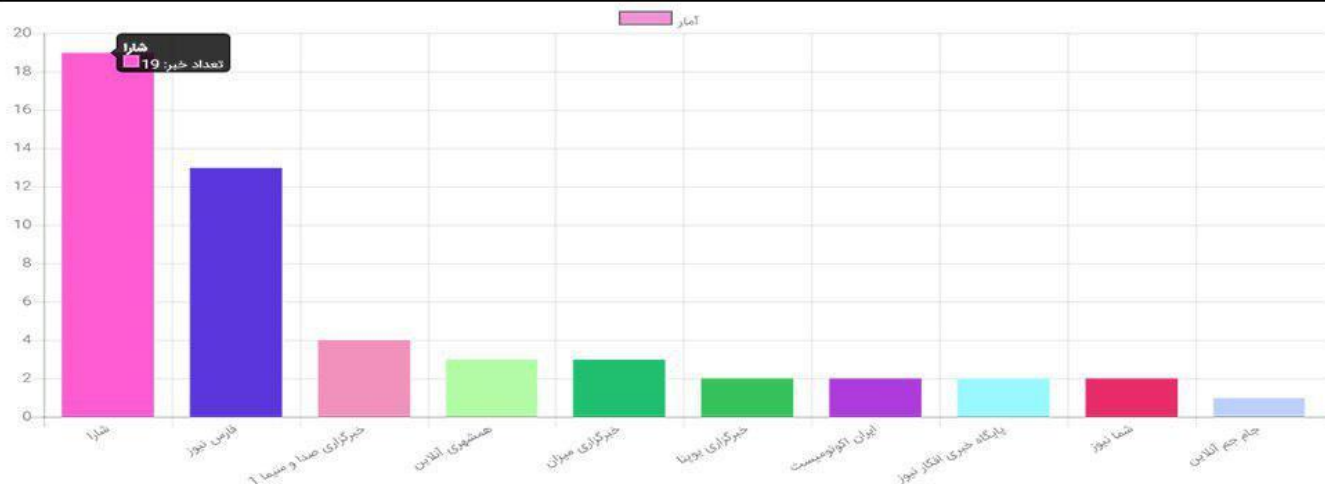


NEWSVit.ir
نیوزویت
 تحلیل حرفه ای اخبار

جهت اطلاع از جزئیات
 سامانه با شماره ۰۵۱۳۸۵۵۴۴۶۰
 داخلی ۳ تماس حاصل فرمایید.

**در میان اخبار منتشر شده در مورد آقای نصرالله جهانگرد
 خبرگزاری آریا با ۳۴ خبر بیشترین خبر را تولید کرده است.**

پس از پایان کنفرانس در میان اخبار منتشر شده با موضوع چهاردهمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران خبرگزاری شارا با ۱۹ خبر طی سه روز یکشنبه (۱۹ آذرماه)، دوشنبه و سه شنبه بیستم و بیست و یکم آذرماه بیشترین حجم خبر را تولید کرده است و فارس، خبرگزاری صدا و سیما و همشهری آنلاین به ترتیب بعد از شارا بیشترین حجم خبر پوششی را داشته اند. نمودار مقایسه ای این سه روز را در تصویر زیر ببینید:



در میان اخبار منتشر شده با موضوع چهاردهمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران خبرگزاری شارا با ۱۹ خبر طی سه روز یکشنبه، دوشنبه و سه شنبه ۱۹ الی ۲۱ آذر ماه بیشترین خبر را تولید کرده است.