



آثار یازدهمین جشنواره روابط عمومی های برتر ایران

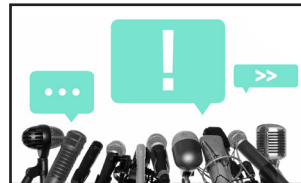
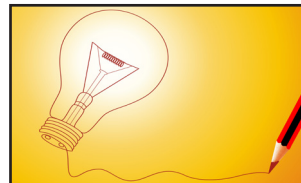
۲۳ دی ماه ۱۳۹۲ ■ تهران



موسسه کارگزار روابط عمومی

بسم الله
الرحمن
الرحیم

عنوان ■ یازدهمین جشنواره روابط عمومی های برتر ایران
پدیدآورنده ■ موسسه کارگزار روابط عمومی
چاپ ■ انتشارات کارگزار روابط عمومی
نشانی ■ تهران، شیراز جنوبی
کوچه بهار، پلاک ۴، واحد ۴
تلفن ■ ۸۸۶۱۷۵۷۷ - ۸۸۶۱۷۵۷۶
www.irancpr.ir - www.shara.ir ■ پایگاه اینترنتی



■ فهرست

- ۳ سخن نخست
۴ معرفی جشنواره
۷ معرفی برگزیدگان
۲۰ بیانیه هیئت داوران

■ آثار روابط عمومی ها در محک آزمون

یازدهمین جشنواره روابط عمومی های برتر ایران در کنه و ذات خویش حقیقتی را عیان می سازد که کارگزاران روابط عمومی ایران به آن وقوف و اشراف کامل دارند.

تمامی داشته ها و توانمندی ها، ظرفیت و میزان عملکرد نهاد روابط عمومی اگر نباشد، گویای بخش عمده ای از ماحصل تلاش های یک ساله دست اندرکاران و فعالان اهالی خانواده بزرگ روابط عمومی کشور است که برای ابراز و اعلام موجودیت و برای بیان و اعلام آمادگی خود در میدان رقابت، به ارسال آثار خود می پردازند.

رشد و شکوفایی روابط عمومی ها در مسیر تطابق فعالیت های خود با محورهای فراخوان جشنواره، از مهم ترین اهداف برگزاری است تا همچنان شاهد آموزش حین رقابت باشیم.

اعتماد و اطمینان درخور قدر و تجلیل روابط عمومی های کشور برای آن که در آزمون سراسری، خود را مورد ارزیابی قرار دهند همواره قابل تحسین است. مقایسه فعالیت های خود با سایر سازمان ها و نهادهای بخش دولتی و غیردولتی، همراه با معرفی الگوهای برتر، در راستای استانداردسازی فعالیت های روابط عمومی کشور صورت می گیرد تا با نایل آمدن به کشف کاستی ها و نقاط ضعف و قوت، به تجدید حیات دوباره و رفع چالش های موجود و تکمیل زنجیره مفقوده روابط عمومی خود بپردازد.

رشد چشمگیر آثار روابط عمومی های شرکت کننده در بخش روابط عمومی الکترونیک گواهی است بر بازسازی و استقبال روابط عمومی های کشور از فناوری های نوین ارتباطی و اطلاعاتی که صد البته آن را باید به فال نیک گرفت.

از سوی دیگر صرف حضور در جشنواره خود برگ برنده ای است که موجب رشد و تعالی شرکت کنندگان نیز می شود؛ چرا که خود نوعی افزایش اعتماد به نفس و تقویت حس مشارکت و در میدان بودن را به ذهن متبادر می سازد. با این وجود جای تبریک دارد به تمامی فعالان و دست اندرکاران حوزه روابط عمومی که با وجود تمامی مشکلات و تنگناها با تدبیر و امید در صحنه حاضر هستند و در زمره فروزان کنندگان چراغ همیشه روشن نهاد روابط عمومی قرار می گیرند.

پروانه چهل چراغی
مدیر اجرایی جشنواره

به منظور بهره‌برداری از تجربیات و الگوهای برتر در حوزه روابط عمومی، موسسه کارگزار روابط عمومی و دبیرخانه دائمی کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، یازدهمین جشنواره روابط عمومی های برتر کشور را برگزار می‌نماید.

■ اهداف

- * معرفی فعالیت‌ها و الگوهای برتر روابط عمومی
- * کمک به رشد کمی و کیفی و افزایش اثربخشی فعالیت‌ها و برنامه‌های روابط عمومی
- * تقویت فرهنگ تحقیق و برنامه‌ریزی هدفمند در حوزه روابط عمومی
- * ایجاد محیط علمی و آموزشی برای بازآموزی دانسته‌های کارگزاران روابط عمومی
- * بررسی و ارایه راهکارهای جدید و تجربه‌های موفق در عرصه روابط عمومی
- * ارج نهادن به فعالیت‌های علمی و تخصصی کارگزاران روابط عمومی و ایجاد انگیزه برای فعالیت‌های حرفه‌ای هدفمند در آنان
- * شناسایی و معرفی استعدادها و توانمندی‌های تخصصی و حرفه‌ای روابط عمومی های کشور
- * ایجاد فضای رقابتی سالم و با نشاط بین روابط عمومی‌ها

■ مزایای شرکت در جشنواره

- * انتشار کامل آثار برگزیده در وب سایت کنفرانس و شبکه اطلاع‌رسانی روابط عمومی ایران (شارا)
- * درج بنر برگزیدگان در وب سایت کنفرانس به مدت یکسال
- * ارائه خدمات عضویت حقوقی به روابط عمومی برتر سازمان/شرکت در موسسه کارگزار روابط عمومی به مدت یکسال
- * ارائه خدمت عضویت حقیقی به مدیر روابط عمومی
- * عضویت دائمی مدیر روابط عمومی در دبیرخانه دائمی کنفرانس
- * اهداء تندیس برترین‌ها
- * اهداء تقدیرنامه ویژه جشنواره با امضای مشترک انجمن جهانی کارگزاران مسلمان روابط عمومی و موسسه

* ثبت مشخصات برگزیدگان در سالنامه تخصصی روابط عمومی ایران

* انتشار کتابچه ویژه برگزیدگان جشنواره

* امکان استفاده از ۳۰ درصد تخفیف دوره‌های آموزشی موسسه کارگزار روابط عمومی به مدت یکسال برای ۳ نفر

* امکان استفاده از ۳۰ درصد تخفیف خرید انتشارات کارگزار روابط عمومی به مدت یکسال

* ۲۰ درصد تخفیف شرکت در کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران در همان سال

* ارائه کارنامه به همه شرکت‌کنندگان و مشاوره‌های لازم برای دوره‌های بعدی

* ارائه مشاوره رایگان به شرکت‌کنندگان قبل از شرکت در جشنواره

■ ارکان جشنواره

* مدیر اجرایی: پروانه چهل چراغی

* دبیر اجرایی: مجید نوش‌زاده

■ هیئت داوران جشنواره (براساس حروف الفبا)

* دکتر شهاب اکبری‌ان، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

* مهدی باقریان، عضو هیئت مدیره انجمن متخصصان روابط عمومی و رییس موسسه کارگزار روابط عمومی

* مهندس قربانعلی تنگ شیر، نایب رئیس انجمن متخصصان روابط عمومی و مدرس روابط عمومی

* علی فروزفر، مدرس روابط عمومی

* دکتر هادی کمرئی رئیس انجمن متخصصان روابط عمومی

* سید شهاب محسنی عضو هیئت مدیره انجمن متخصصان روابط عمومی

* محمود مختاریان استاد پیشکسوت روزنامه‌نگاری و مدرس روابط عمومی

* عادل میرشاهی کارشناس سنوپی‌آر و سردبیر شبکه اطلاع‌رسانی روابط عمومی ایران (شارا)

* دکتر احمد یحیایی ایل‌ای مدرس روابط عمومی و نویسنده کتاب استانداردهای روابط عمومی

■ مراحل داوری جشنواره روابط عمومی های برتر

داوری جشنواره روابط عمومی های برتر در سه مرحله انجام می شود:

۱. مرحله انتخاب آثار (پالایش)

۲. داوری اولیه (ارزیابی)

۳. داوری نهایی (گزینش)

مرحله انتخاب آثار (پالایش)

در مرحله انتخاب آثار، آثار دریافتی از لحاظ مطابقت با موارد ذیل، توسط دبیرخانه مورد بررسی قرار می گیرند و آثار حایز شرایط، برای مرحله بعد انتخاب (و غربال) می شوند:

* مطابقت موضوع کلی آثار با موضوع جشنواره

* مطابقت آثار با بخش انتخاب شده (صحت انتخاب بخش)

* احراز کیفیت حداقلی از لحاظ تخصصی، هنری و محتوایی برای انتخاب اولیه

* عدم مغایرت با مقررات و ضوابط کلی اعلام شده از سوی دبیرخانه

* تکمیل صحیح کار برگ شرکت در جشنواره

* پرداخت هزینه اولیه ثبت نام در جشنواره

مرحله داوری اولیه (ارزیابی)

در این مرحله، آثار توسط دو داور از لحاظ شاخص های کیفی و کمی و همچنین خلاقیت و نوآوری مورد ارزیابی و امتیازدهی قرار می گیرد.

مرحله داوری نهایی (گزینش)

در این مرحله، داوری توسط کمیته داوران انجام می گیرد.

داوری نهایی در دو بخش انجام می شود:

* بررسی نتایج اعلام شده توسط داوران اولیه و رتبه بندی نهایی آثار

* اعلام نهایی برندگان توسط داوران نهایی

■ رتبه های برتر روابط عمومی ایران یازدهمین جشنواره روابط عمومی های برتر کشور (۲۳ دی ماه ۱۳۹۲)

تقدیر از اساتید

- * سرکار خانم مهدخت بروجردی عضو محترم هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی
- * جناب آقای دکتر علیرضا دهقان عضو محترم هیئت علمی دانشگاه تهران
- * جناب آقای دکتر علی اصغر کیا عضو محترم هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی
- * جناب آقای دکتر حسن بشیر عضو محترم هیئت علمی دانشگاه امام صادق (ع)

مدیر ارشد حامی روابط عمومی

- * جناب آقای مهندس رضا رحمانی مدیرعامل محترم شرکت پتروشیمی شازند اراک
- * جناب آقای سعید امیدی مدیرعامل و نائب رئیس محترم هیئت مدیره شرکت پگاه زنجان

مدال روابط عمومی

- * جناب آقای حسن ربیعی مدیرکل محترم روابط عمومی و امور بین الملل سازمان اوقاف و امور خیریه کشور

جایزه ویژه

■ سراسری

- * جناب آقای دکتر هادی کمرئی مدیرکل محترم روابط عمومی بانک توسعه تعاون
- * جناب آقای علی اصغر سالمی مدیرکل محترم روابط عمومی شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران

■ استانی

- * جناب آقای محمدحسین علائی مدیر محترم روابط عمومی اداره کل بندر و دریانوردی خرمشهر
- * جناب آقای سیدعلی میرافضلی مدیرکل محترم روابط عمومی مجتمع مس سرچشمه
- * جناب آقای ابراهیم معتمدی مدیرکل محترم روابط عمومی شهرداری اصفهان

مدیر روابط عمومی برتر

- * جناب آقای مهندس سیدهادی میرباقری مدیرکل محترم روابط عمومی شرکت پتروپارس

جایزه مدیر برتر ارتباطات در حوزه اقتصادی

* جناب آقای مهندس حسین بیات رئیس مرکز آموزش خانه صنعت و معدن ایرانیان و رئیس شورای سیاستگذاری هفته نامه کیمیای ایران

جایزه برگزیده بهترین پژوهش**■ سراسری**

* جناب آقای صادق سکری مدیرکل محترم روابط عمومی شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران

■ استانی

* جناب آقای محمدصادق حاجیان مدیرکل محترم روابط عمومی شرکت پالایش نفت اصفهان

جایزه «نشریه برتر» در حوزه ارتباطات

* جناب آقای امیرعباس تقی پور مدیرمسئول محترم ماهنامه مدیریت ارتباطات

جایزه برگزیده بهترین ارتباط رسانه ای**■ سراسری**

* جناب آقای یوسف علی منیری مدیرکل محترم روابط عمومی موسسه مالی و اعتباری میزان

جایزه برگزیده بهترین ارتباط مردمی**■ سراسری**

* جناب آقای دکتر محمدرضا فرنقی زاد مدیرکل محترم روابط عمومی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات

■ استانی

* جناب آقای علیرضا باقری مدیرکل محترم روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان یزد

جایزه برگزیده بهترین تبلیغات و بازاریابی

■ سراسری

* جناب آقای محمدحسن ترابی مدیرکل محترم روابط عمومی شرکت پست جمهوری اسلامی ایران

■ استانی

* جناب آقای حامد جعفرزاده مدیر محترم روابط عمومی سازمان اوقاف و امور خیریه استان اصفهان

جایزه برگزیده بهترین روابط عمومی دیجیتال

■ سراسری

* جناب آقای ناصر رزاق منش مدیرکل محترم روابط عمومی سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای کشور

* جناب آقای مهندس وحید رحمتی رودسری مدیرکل محترم روابط عمومی جمعیت هلال احمر جمهوری

اسلامی ایران

■ استانی

* جناب آقای سید روح ا... یزدان خواه نماینده محترم مجمع روابط عمومی های منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی

جایزه برگزیده بهترین بروشور

■ استانی

* جناب آقای شهریار بوالحسنی مدیرکل محترم روابط عمومی شهرداری اراک

■ رسانه

* جناب آقای محمدحسین زیارتی مدیر محترم روابط عمومی و بین الملل خبرگزاری فارس

* جناب آقای محمدتقی روغنی‌ها مدیرعامل محترم موسسه فرهنگی و مطبوعاتی ایران

* جناب آقای مهدی رحمانیان مدیرمسئول محترم روزنامه شرق

* جناب آقای توحید علیخانلو سردبیر محترم خبرگزاری اقتصادی ایران (اکنونیز)

* جناب آقای علی اکبر خدابخش مدیر محترم روابط عمومی معاونت صدای جمهوری اسلامی ایران

■ رتبه های دوم تا سوم

جایزه مدیر برتر روابط عمومی

■ سراسری

* رتبه دوم: جناب آقای جواد فیاضی مدیر محترم روابط عمومی گروه توسعه صنعتی و پژوهشی زر

■ استانی

* رتبه دوم: جناب آقای سیدکمال میرشمسی مدیر محترم روابط عمومی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

* رتبه دوم: جناب آقای نادر کاظم پور مدیر محترم روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق تبریز

* رتبه دوم: جناب آقای ابوالفضل محمدخانی مدیر محترم روابط عمومی شرکت پتروشیمی شازند اراک

* رتبه سوم: جناب آقای علی احمدیان مدیر محترم روابط عمومی بخشداری مرکزی تفت

جایزه کارشناس برتر روابط عمومی

■ سراسری

* رتبه دوم: سرکار خانم الهام شاه مرادی کارشناس محترم روابط عمومی شرکت توسعه منابع آب و نیروی ایران

■ استانی

* رتبه دوم: جناب آقای علیرضا لریستانی مدیر محترم روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان البرز

* رتبه دوم: سرکار خانم زهرا ملحاوی کارشناس محترم روابط عمومی اداره کل بندر و دریانوردی خرمشهر

جایزه پژوهش روابط عمومی

■ استانی

* رتبه دوم: جناب آقای فرزین حاتمی کاکش مدیر محترم روابط عمومی شهرداری اهواز

جایزه ارتباطات رسانه‌ای

■ سراسری

* **رتبه دوم:** جناب آقای دکتر رضا براتی مدیرکل محترم روابط عمومی سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

■ استانی

* **رتبه دوم:** جناب آقای محمدصادق حاجیان مدیر محترم روابط عمومی شرکت پالایش نفت استان اصفهان

* **رتبه سوم:** جناب آقای محمدقاسم خلیل‌نژاد مدیر محترم روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب شهری

استان گلستان

* **رتبه سوم:** جناب آقای محمدرضا محمدبیگی مدیر محترم روابط عمومی شرکت پتروشیمی جم

جایزه ارتباطات مردمی

■ استانی

* **رتبه دوم:** جناب آقای ولی‌ا... سعیدیان کلیشم مدیرکل محترم روابط عمومی شرکت مخابرات استان تهران

* **رتبه سوم:** جناب آقای سیدعباس مظهری موسوی مدیر محترم روابط عمومی شرکت شیر پاستوریزه پگاه تهران

جایزه ارتباطات درون سازمانی

■ سراسری

* **رتبه دوم:** جناب آقای حمیدرضا زمانی مدیر محترم روابط عمومی شرکت ارتباطات مبین‌نت

■ استانی

* **رتبه دوم:** سرکار خانم عادلہ علیپور مدیر محترم روابط عمومی اداره کل حمل و نقل و پایانه‌های استان

خراسان رضوی

* **رتبه دوم:** جناب آقای سید امیرضا حسینی‌نژاد مدیر محترم روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی شاهرود

* **رتبه سوم:** جناب آقای حمید علاقمندان مدیر محترم روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق اصفهان

جایزه مسئولیت اجتماعی

■ استانی

- * رتبه دوم: جناب آقای رضا اسدی مدیرعامل محترم شرکت جواهرات ایران مهر
- * رتبه دوم: جناب آقای فرامرز پریزی مدیر محترم روابط عمومی شرکت پلیمر آریاساسول

جایزه تبلیغات و بازاریابی

■ سراسری

- * رتبه دوم: سرکار خانم آزاده محمدی مدیر محترم روابط عمومی موسسه مالی و اعتباری کوثر
- * رتبه دوم: جناب آقای دکتر شعبان علی بهرامپور مدیر محترم روابط عمومی بانک مسکن

■ استانی

- * رتبه دوم: جناب آقای محسن روضاتی مدیر محترم روابط عمومی شرکت پرشیاں فولاد
- * رتبه دوم: جناب آقای علیرضا حسینی مدیر محترم روابط عمومی شهرداری رشت

جایزه روابط عمومی دیجیتال

■ سراسری

- * رتبه دوم: جناب آقای دکتر شعبان علی بهرامپور مدیر محترم روابط عمومی بانک مسکن
- * رتبه سوم: سرکار خانم آزاده بنی اسد مدیر محترم روابط عمومی روزنامه گسترش صنعت

■ استانی

- * رتبه دوم: جناب آقای عیسی کشاورز معتمدی مدیر محترم روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی قزوین
- * رتبه دوم: جناب آقای حسین لاری مدیر محترم روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

جایزه بهترین کتاب روابط عمومی

■ سراسری

- * رتبه دوم: جناب آقای دکتر حسین امامی مدیر محترم روابط عمومی بانک توسعه صادرات

رتبه سوم: جناب آقای سعید مستشار مدیر کل محترم روابط عمومی سازمان بورس و اوراق بهادار

■ استانی

رتبه سوم: جناب آقای یوسف علی منیر مدیر محترم روابط عمومی موسسه مالی و اعتباری میزان

جایزه بهترین بروشور

■ سراسری

رتبه دوم: جناب آقای ابراهیم کاظم پور اقدم مدیر کل محترم روابط عمومی بانک تجارت
رتبه دوم: جناب آقای دکتر رضا براتی مدیر کل محترم روابط عمومی سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور
رتبه سوم: جناب آقای مهدی تدین مدیر کل محترم روابط عمومی سازمان ثبت احوال کشور

■ استانی

رتبه دوم: سرکار خانم عادلہ علیپور مدیر محترم روابط عمومی اداره کل حمل و نقل و پایانه های استان خراسان رضوی

رتبه دوم: جناب آقای عبدا... جمالی مدیر محترم روابط عمومی شرکت پگاه گلپایگان
رتبه سوم: جناب آقای محمدرضا ناصری مدیر محترم روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان
رتبه سوم: جناب آقای علی کاظمی مدیر کل محترم روابط عمومی و بین الملل دانشگاه جامعه المصطفی العالمیه

جایزه ترویج روابط عمومی

جناب آقای آرش آدمیان مدیرعامل محترم شرکت تیراژه
جناب آقای طاهر شاه نظر مدیر محترم فروش شرکت آریا چرم
جناب آقای حسن کرابی مدیر محترم آگهی های روزنامه اطلاعات
جناب آقای حسین جمشیدی لاریجانی عضو ارشد محترم تحریریه روزنامه آسیا
سرکار خانم دکتر مینا مهرنوش مدیرمسئول محترم روزنامه دنیای نوین کسب و کار
جناب آقای سید عبدالله میرحسینی سردبیر محترم روزنامه تفاهم

- * جناب آقای عبدالسلام معروفی سردبیر محترم هفته نامه کوشا
- * جناب آقای علی جلائیان مدیرعامل محترم شرکت عطر همراه پرنیان
- * جناب آقای حامد جمالی مدیرعامل محترم شرکت آسانگار
- * جناب آقای حسین لاری مدیر محترم روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
- * جناب آقای فردین چاردولی کارشناس محترم تبلیغات اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان همدان
- * جناب آقای سید محمدعلی مجتهدزاده مدیر محترم روابط عمومی شرکت پالایش نفت بندرعباس
- * جناب آقای جعفر رشیدی مدیر محترم روابط عمومی اداره کل دامپزشکی استان ایلام
- * جناب آقای علیرضا ابراهیم آبادی مدیر محترم روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی بیرجند
- * جناب آقای رضا افخمی مدیر محترم روابط عمومی سازمان تامین اجتماعی استان کرمانشاه
- * جناب آقای مرتضی جوانمردی مدیرکل محترم روابط عمومی استانداری استان کردستان
- * جناب آقای مهدی میهن دوست مدیر محترم روابط عمومی اداره کل امور مالیاتی استان قزوین
- * جناب آقای حسین یحیی زاده کارشناس محترم دانشگاه مازندران
- * جناب آقای محمد قربانی مدیر محترم روابط عمومی شرکت کویرتایر بیرجند
- * جناب آقای محمدرضا باقری مدیر محترم روابط عمومی معاونت برنامه ریزی و توسعه شهرداری مشهد
- * جناب آقای عباس عسجدی مدیر محترم روابط عمومی اتاق بازرگانی صنایع و معادن استان کرمان
- * جناب آقای احمدرضا روزیانی مدیر محترم روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان همدان
- * جناب آقای فرهاد ظهرا ب مدیر محترم روابط عمومی شرکت آب منطقه ای استان لرستان
- * جناب آقای محمدرضا باباجان مدیر محترم چاپ نقش

■ نشان عالی سفیر فرهنگی

توجه به حوزه روابط عمومی یکی از محورها و مولفه های اصلی توسعه فرهنگی هر کشور به شمار می رود. سهم حوزه روابط عمومی در مدیریت توانمندی ها، دستاوردها و پتانسیل های بالقوه و بالفعل یک سازمان و موسسه از جمله مواردی است که اهمیت و ضرورت توجه به این حوزه را به خوبی نشان می دهد.

متأسفانه در کشور ما، صنعت - هنر روابط عمومی از سوی مدیران ارشد سازمان ها، کاملاً حمایت نمی شود و روابط عمومی همواره به عنوان یک نهاد مناسبتی دیده شده و در این مسیر با مشکلات فراوانی در زمینه جایگاه شایسته و بایسته خود دست به گریبان بوده است.

ترویج و تقویت نگرش مدیران ارشد سازمان ها عنصر مهمی از توسعه روابط عمومی محسوب می شود و به لحاظ ارتباط و تعامل با مخاطبان، دو نقش ارتباطی و تسهیل گری را ایفا می کند. در حال حاضر بسیاری از صاحب نظران، ترویج و تقویت ارتباط میان مدیران ارشد و روابط عمومی را در ایران بسیار ضعیف ارزیابی می کنند و آن را عامل مهم عقب ماندگی روابط عمومی در کشور قلمداد می کنند. البته صاحب نظران عواملی چون پایین بودن تخصص و توانایی شاغلان روابط عمومی، ماهیت ساختاری و تشکیلاتی

سازمان ها، ضعف عملکرد مدیران، ناکافی بودن اعتبارات و عدم بکارگیری رهیافت های نوین در فعالیت های ارتباطی را به عنوان موانع بهبود جایگاه روابط عمومی در کشور می دانند.

به همین دلیل تشکیل نخستین "شورای عالی سیاست گذاری روابط عمومی" در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با حکم وزیر و تشکیل جلسات شورا در محضر ایشان، روندی هدفمند، فزاینده و امیدوار کننده است که نیاز به فرهنگ سازی و تکریم دارد. اهداء نشان عالی سفیر فرهنگی به وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی در افزایش میزان نگرش مدیران ارشد سازمان ها نسبت به روابط عمومی و جایگاه واقعی آن، تاثیر گذار است و ارزش های نهفته در کار روابط عمومی ها را آشکارتر می سازد.



■ جایزه بین المللی دکتر حمید نطقی

دکتر حمید نطقی (۱۳۷۸-۱۲۹۹)، بنیانگذار روابط عمومی نوین ایران، برای همیشه طرز تفکر ما را در مورد روابط عمومی تغییر داد. وی از طریق دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، که خود در شکل دهی آن نقش بسزایی داشت به تربیت نیروهای جوان، خوشفکر، مردم دوست و آشنا به مبانی ارتباطات انسانی و اجتماعی پرداخت.

موسسه کارگزار روابط عمومی و دبیرخانه دائمی کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران در سال ۱۳۸۳ برای ادای احترام به دکتر نطقی و بزرگداشت ارزش هایی که او از آن ها حمایت می کرد، به معرفی جوایز و تندیس دکتر نطقی پرداخت.

این جایزه تاکنون به چهار شخصیت برجسته علمی بین المللی اعطا شده است:

■ برندگان جایزه بین المللی دکتر نطقی

۱. پروفسور کاظم معتمدنژاد پدر ارتباطات نوین ایران، اولین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران، ۱۳۸۳.
۲. پروفسور جیمز گرونیگ استاد ممتاز روابط عمومی در دپارتمان ارتباطات دانشگاه مریلند کالج پارک آمریکا و مبدع نظریه «تعالی»، دومین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران، ۱۳۸۴.
۳. پروفسور علی اکبر جلالی پدر علم فناوری اطلاعات ایران و مبدع نظریه موج چهارم و عصر مجازی در دنیا، نخستین همایش بین المللی روابط عمومی دو (PR 2.0)، ۱۳۸۸.
۴. پروفسور علی اکبر فرهنگی پدر مدیریت رسانه ایران، دومین کنگره جهانی کارگزاران مسلمان روابط عمومی و نهمین کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران، ۱۳۹۱.

■ پروفیسور سعیدرضا عاملی استاد ارتباطات دانشگاه تهران

به منظور تقدیر و تجلیل از خدمات و تلاش های علمی و تحقیقاتی پروفیسور سعیدرضا عاملی، پنجمین جایزه بین المللی دکتر نطقی بنیانگذار روابط عمومی ایران به ایشان اهداء خواهد شد.

پروفیسور سعیدرضا عاملی، استاد گروه ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، عضو وابسته گروه مطالعات آمریکای - دانشکده مطالعات جهان و رئیس انجمن علمی مطالعات جهان است که علاوه بر تدریس در دوره های متعدد کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا تا به حال در زمینه های ارتباطات، فناوری اطلاعات و روابط عمومی بیش از ۱۸ جلد کتاب به زبان فارسی، ۱۶ جلد کتاب به زبان انگلیسی و صدها مقاله به زبان های فارسی، انگلیسی، چینی، ژاپنی و عربی را به چاپ رسانده است. آخرین کتاب ایشان تحت عنوان "روابط عمومی دو فضای: مفاهیم، نظریه ها و برنامه عمل" در دست چاپ است.

دکتر سعیدرضا عاملی تحصیلات دبیرستان خود را در دبیرستان جان اف کندی سکرمنتو و دوره مهندسی مکانیک را در دانشگاه ایالتی سکرمنتو (۱۳۵۹) و همچنین کارشناسی پژوهشگری علوم اجتماعی (با عنوان پایان نامه حکومت از راه وسایل ارتباط جمعی - Mediocracy) را در دانشگاه تهران (۱۳۷۲) و به دنبال آن کارشناسی ارشد جامعه شناسی ارتباطات با گرایش تلویزیون (۱۳۷۴) را در دانشگاه دوبلین و دکتری جامعه شناسی ارتباطات با گرایش جهانی شدن و فضای مجازی را از دانشگاه لندن در سال ۱۳۸۰ اخذ نمود. ایشان دوازده سال نیز دروس حوزوی را در سطوح مقدمات، سطح و خارج پشت سر گذاشته است (۱۳۶۰-۱۳۷۲) که سال های آخر آن همزمان



با دروس دانشگاهی بوده است.

■ مدال روابط عمومی

اهم اقدامات و فعالیت های اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل سازمان اوقاف و امور خیریه

در سه ساله اخیر:



■ تشکیل شورای اطلاع رسانی سازمان به منظور سیاست گذاری و تدوین برنامه یکپارچه ارتباطی

■ طراحی و اجرای افکارسنجی در سطح ملی برای اندازه گیری شاخص های شناخت، اعتماد و رضایت مندی مردم با تهیه، توزیع و تکمیل بیش از ۲۳/۰۰۰ پرسشنامه و ۶ ماه عملیات اجرایی

■ ارتقاء سطح معلومات مسئولان روابط عمومی ادارات کل استان ها با برگزاری دوره های آموزشی متمرکز

■ برگزاری همایش سالانه وقف و رسانه به منظور ارتقاء و استمرار سطح تعاملات اصحاب وقف و رسانه با حضور مدیران ارشد رسانه های جمعی کشور، هنرمندان و گروه های تأثیرگذار اجتماعی

■ برگزاری جشنواره وقف چشمه همیشه جاری به منظور افزایش تولیدات هنری و رسانه ای شامل فیلم، مستند، گزارش، مقاله و ... با موضوع وقف

■ ایجاد و ارتقاء ظرفیت های رسانه ای سازمان اوقاف با انجام نشست های تخصصی و مشارکت در ساخت و تولید برنامه های مستمر هفتگی با رسانه های تأثیرگذار اجتماعی

■ تشکیل و اجرای کمپین اطلاع رسانی مسابقات بین المللی قرآن کریم در هر سال، بعنوان بزرگترین رویداد قرآنی جهان اسلام

- راه اندازی سامانه زیارت از راه دور امامزادگان در ۲۱ امامزاده شاخص کشور
- تولید و توزیع ماهنامه خبری و فرهنگی احسان ماندگار بصورت مکتوب و دیجیتال
- راه اندازی و ارتقاء سطح کمی و کیفی پرتال اطلاع رسانی سازمان و زیرمجموعه های استانی
- ایجاد، توسعه و بهره برداری از سامانه پیامک سازمان با ۱۵ گروه مخاطب و بیش از ۲۳۰/۰۰۰ نفر فراگیر در سراسر کشور
- تولید و توزیع بسته های تبلیغاتی و اطلاع رسانی شامل بروشور و ...
- ایجاد سیستم گزارش گیری و گزارش دهی فعالیت های سازمان بصورت مکانیزه و در قالب سامانه جامع بانک اطلاعات سازمان
- تهیه و تدوین برنامه و بودجه سالانه حوزه روابط عمومی و امور بین الملل سازمان و ابلاغ به زیرمجموعه های استانی
- دریافت ده ها لوح سپاس و تندیس همایش ها و کنفرانس های ملی و بین المللی روابط عمومی بعنوان مدیر روابط عمومی برتر
- دریافت دو عدد لوح سپاس از وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی به مناسبت برگزاری جشنواره پیامک ادبی رضوی
- تهیه، تدوین و انتشار مقالات علمی و آموزشی با موضوع شبکه های اجتماعی و روابط عمومی و گردآوری و تدوین کتاب «روابط عمومی یکپارچه»
- تدوین و انتشار مرحله دوم کتاب «استانداردهای روابط عمومی ایران» (در حال اجرا)
- ارتقاء سطح تعاملات حوزه بین الملل و شرکت در مجامع و کنفرانس های اقتصادی جهان اسلام با موضوع وقف
- تعامل مستمر با مدیران روابط عمومی دستگاه های کشور

■ بیانیه هیئت داوران یازدهمین جشنواره روابط عمومی های برتر ایران

روابط عمومی ها در هر یک از سازمان ها یا دستگاه ها اعم از دولتی یا خصوصی به واسطه وظایف خطیر و مختلفی که بر عهده دارند، می کوشند تا با استفاده از شیوه ها و روش های مناسب، ارتباط دوسویه خود را با مخاطبان ایجاد و نقش چشم و چراغ سازمان یا دستگاه متبوع خود را ایفا کنند.

برپایی یازدهمین جشنواره روابط عمومی های برتر ایران فرصتی را پدید آورده است تا فعالان این بخش معظم ارتباطی ایران، آثار و عملکرد خود را به بوته نقد و ارزیابی گذاشته و از منظر مقایسه و رقابت با سایر همکاران خود، آینده نویی را فراروی خود قرار دهند. اگرچه تاریخ ۶۰ ساله روابط عمومی ایران ثابت کرده است که ارتقای هر فعالیتی در این چارچوب نیازمند مساعدت، سعه صدر و جامع نگرانی مدیریت سازمان بوده و هست، اما در کنار این گزاره باید بدانیم که آموزه های اصیل کاربردی در این حوزه از جمله برگزاری جشنواره های رقابتی آزاد و مثبت نگر، زمینه های علمی را برای رشد و ارتقای کیفی روابط عمومی ها ایجاد کرده است.

۱. حوزه پژوهش

* آثار دریافتی نشان می دهد که بهره مندی از خدمات مشاوره ای موسسات و تشکل های بخش خصوصی مورد توجه قرار گرفته است. آثار دریافتی نشان می دهد که پژوهش های کاربردی گسترش یافته است.

* آثار دریافتی نشان می دهد که نظرسنجی از مشتریان در اولویت و مورد توجه روابط عمومی هاست.

* آثار دریافتی نشان می دهد همچون گذشته، آسیب شناسی روابط عمومی، تدوین برنامه استراتژیک و آسیب شناسی فعالیت های ارتباطی سازمان در بین پژوهش ها جایگاهی ندارد و لازم است روابط عمومی ها نسبت به آسیب شناسی فعالیت های روابط عمومی هر سه سال یک بار اقدام کنند.

۲. حوزه روابط رسانه ها

* عدم توجه لازم به دسته بندی و ارایه مناسب آثار از لحاظ طبقه بندی، نمونه اثر، بازتاب اثر و ...

* عدم بهره گیری خیلی از روابط عمومی ها از تمامی فنون رسانه ای به ویژه نحوه و نوع رویکرد تعاملی با خبرنگاران و رسانه ها

* کم توجهی به بهره گیری از فنون تحلیلی در حوزه ارتباط با رسانه ها نظیر تولید گزارش های تحلیلی و مقالات ژورنالی و یا مشارکت در تولید فیلم، سریال و برنامه های طنز

* توجه صرف بیشتر روابط عمومی ها به تولید و انتشار خبر و مصاحبه های مطبوعاتی و کم توجهی به سایر روش ها در حوزه ارتباط با رسانه ها
 * عدم توجه لازم به تکنیک های اثربخشی چون برگزاری نشست های دوستانه با خبرنگاران حوزه سازمان، آموزش خبرنگاران و ...
 * نداشتن یا عدم ارایه برنامه جامع و تدوین شده ارتباط با رسانه ها از سوی اکثر روابط عمومی های شرکت کننده.

۳. حوزه تبلیغات و بازاریابی

* در این دوره شاهد رشد کمی و کیفی آثار هستیم.
 * برخی روابط عمومی متأسفانه در بسیاری از شاخه ها، ضعیف عمل کرده اند.
 * در برخی آثار، عنوان روابط عمومی دیده نمی شود.
 * با کمی تلاش و خلاقیت می توان از میزان کارهای تکراری و کلیشه ای کاست.
 * به نظر می رسد طی کردن دوره آموزشی «اصول و فنون تبلیغات» برای کلیه مدیران و کارشناسان روابط عمومی، امری ضروری است.
 * برخی آثار، نمایانگر خلاقیت و ابتکار عمیقی است که باید از مدیران روابط عمومی، تقدیر کرد.

۴. حوزه انتشارات

* بررسی ها نشان می دهد همچنان روابط عمومی استان ها بسیار بهتر از تهران کارآمد بودند و نشان دادند که اصل سازمان، مردم و رسانه را خوب می شناسند و اثرگذاری به مخاطبان را اصل می دانند.
 * در بخش داوری آثار همیشه دوست داشتیم انسان هایی که از امکانات کمتر برخوردار باشند کارهای بهتری ارایه کنند که خدا را شکر این بار چنین بود.
 * مردم محوری در بسیاری از آثار ارسال شده محور اصلی بود.
 * به روابط عمومی ها توصیه می شود کمک کنند تا سواد رسانه ای ارتقاء یابد.
 * و تلاش کنند انتشارات سازمان ها دیدنی تر شوند و فراموش نکنیم همیشه دیدن در خدمت خواندن است.
 * کمک کنیم محتوای ما بیشتر و بهتر دیده شود. امروز رسانه های مجازی بازوی کمک کننده رسانه های چاپی می باشند.

۵. حوزه روابط عمومی دیجیتال

* روابط عمومی دیجیتال از سال ۲۰۱۲ به حوزه جدید سئوپی آر معطوف شده است، لذا به روابط عمومی ها توصیه می شود، به مطالبی که در این حوزه جدید روابط عمومی منتشر می شود، توجه کنند.

* در ارائه آثار سعی شود با بررسی مخاطبان سازمان، از ابزارهای مناسب روابط عمومی دیجیتال استفاده کنند.

* ابزار تحلیل آماری گوگل آنالیتیکس بهترین ابزار برای تحلیل سایت روابط عمومی است و نتایج این تحلیل می تواند نحوه کار شما را در این حوزه به بهترین شکل نشان دهد.

* استفاده از وبلاگ، کامیونیتی های محتوایی، میکروسایت، شبکه های اجتماعی، فروم و ... با ارائه آمار آنها و میزان پاسخگویی اهمیت می یابد.

* روابط عمومی ها بایستی در مورد هر ابزاری که استفاده می کنند، آمار دقیقی از میزان مشارکت مخاطبان ارائه بدهند؛ استفاده صرف از یک ابزار نمی تواند نشان دهنده کارایی آن در روابط عمومی باشد.

* بهره گیری از روش های مناسب در استفاده از ابزارهای الکترونیکی در روابط عمومی باعث افزایش کارایی روابط عمومی ها می شود.

در پایان هیئت داوران جشنواره یازدهم ضمن تقدیر از تمامی روابط عمومی های کشور که با حضور خود در برپایی این رویداد برجسته، بر شایستگی خود افزودند، بر استمرار و تسری آموزش های علمی و کاربردی و همچنین استفاده هر چه بیشتر از توانمندی های حرفه ای و کارشناسی تشکلهای بخش خصوصی بیش از پیش تاکید دارد.

با آرزوی موفقیت روزافزون برای تمامی کارگزاران روابط عمومی ایران اسلامی



موسسه کارگزاری روابط عمومی

www.shara.ir www.irancpr.ir

۸۸۶۱۷۵۷۶ - ۸۸۶۱۷۵۷۷

The 10th
International
Conference
on
Public Relations
(ICPR)

دهمین
کنفرانس
بین‌المللی
روابط عمومی

ارتباط، مشارکت و امید

January 13-14, 2014 ۲۳-۲۴ دی ماه ۱۳۹۲

Tehran Convention Center
Ministry of Foreign Affairs

تهران مرکز همایش‌های
وزارت امور خارجه

www.iran-cpr.ir