

12مین جشنواره روابط عمومی های برتر ایران و قدردانی از پیشگامان روابط عمومی کشور

مزایای شرکت در جشنواره

دریافت کاربرگ ثبت نام در جشنواره (Word)

دریافت کاربرگ ثبت نام در جشنواره (PDF)

مراحل داوری آثار

هیات داوران جشنواره روابط عمومی های برتر ایران

شیوه نامه و مقررات ارسال آثار به دبیرخانه جشنواره روابط عمومی های برتر

شاخص های ارزیابی جشنواره روابط عمومی های برتر ایران

پرسش های متداول

ثبت نشان های افتخار جشنواره در "سالنامه تخصصی روابط عمومی"

ده نکته برای برنده شدن در جشنواره های روابط عمومی

صنعت روابط عمومی خود، جایزه را به یک محصول انبوه تبدیل کرده

مطابق سنت 11 ساله، موسسه کارگزار روابط عمومی، جوایز ارزشمند خود را به برندگان در سال 1393 اعطا می کند. در این جایزه سازمان ها، شرکت ها و افراد بایستی برای دریافت جایزه نامزد شده و فعالیت های برجسته خودشان را در چارچوب مقررات اعلام شده شامل موارد زیر تنظیم کنند:

1. بیان مساله/ فرصت

2. تحقیقات

3. برنامه ریزی

4. اجرا

5. خروجی ها/ نظارت و ارزیابی

جوایز به سازمان ها، شرکت ها و افرادی اعطا می شود که در هر بخش به طور مشخص توسط هیئت داوری مورد قضاوت قرار گرفته اند. امسال برای نخستین بار، برای هر بخشی برای نفرات اول، هدیه جداگانه ای در نظر گرفته می شود که به برندگان آن اهدا می گردد. این جشنواره امسال در دو سطح ملی و بین المللی و در دو بخش جوایز روابط عمومی الکترونیک و پیشگامان روابط عمومی ایران برگزار خواهد شد.

اهداف

- معرفی فعالیت ها و الگوهای برتر روابط عمومی
- کمک به رشد کمی و کیفی و افزایش اثربخشی فعالیت ها و برنامه های روابط عمومی
- تقویت فرهنگ تحقیق و برنامه ریزی هدفمند در حوزه روابط عمومی
- ایجاد محیط علمی و آموزشی برای بازآموزی کارگزاران روابط عمومی
- بررسی و ارایه راهکارهای جدید و تجربه های موفق در عرصه روابط عمومی
- ارج نهادن به فعالیت های علمی و تخصصی کارگزاران روابط عمومی و ایجاد انگیزه برای فعالیت های حرفه ای هدفمند در آنان
- شناسایی و معرفی استعدادها و توانمندی های تخصصی و حرفه ای کارگزاران روابط عمومی
- ایجاد فضای رقابتی سالم و با نشاط بین روابط عمومی ها

مزایای شرکت در جشنواره روابط عمومی های برتر

- شرکت در جشنواره دارای مزایای زیر است:
- اهداء لوح و تندیس برترین ها
- معرفی برگزیدگان در کتاب "نام آوران روابط عمومی ایران"
- ثبت مشخصات برگزیدگان در سالنامه تخصصی روابط عمومی ایران
- اهداء تقدیرنامه ویژه جشنواره با امضاء مشترک انجمن جهانی کارگزار مسلمان روابط عمومی
- انتشار کتابچه ویژه برگزیدگان جشنواره
- امکان استفاده از 30 درصد تخفیف دوره های آموزشی کارگزار روابط عمومی به مدت یکسال برای 3 نفر
- امکان استفاده از 30 درصد تخفیف خرید انتشارات کارگزار روابط عمومی به مدت یکسال
- 20 درصد تخفیف شرکت در کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران در سال 1393
- ارائه مشاوره رایگان به شرکت کنندگان قبل از شرکت در جشنواره

بخش های مختلف جشنواره

آثار جشنواره روابط عمومی های برتر و قدردانی از پیشگامان روابط عمومی کشور در حوزه رقابتی در چهار بخش زیر پذیرفته، ارزیابی و جایزه اهدا می شود

الف) ویژه

مدل روابط عمومی ایران

نشان روابط عمومی (جایزه ویژه موسسه کارگزار روابط عمومی): این جایزه به افراد، سازمان ها و روابط عمومی هایی تعلق خواهد گرفت که با حمایت های مادی و معنوی خود موجب تسهیل در اجرای برنامه های جمعی روابط عمومی و در نتیجه اعتلای روابط عمومی در ایران شده اند.

جایزه ویژه سال: این جایزه به روابط عمومی هایی که در نوآوری، تولید یک ایده و یا یک عملکرد مدیریتی، ایجاد بسترهای حقوقی و ساختارهای تخصصی، پاسداری از استانداردهای حرفه ای، تکریم شعور و آگاهی مردم فعالیت های موثری داشته اند، اهدا می شود. اهدا این جایزه، نشانگر احترام به ایده های برتر در حوزه صنعت و هنر روابط عمومی است.

جایزه برگزیده بهترین روابط عمومی: این جایزه به روابط عمومی هایی تعلق خواهد گرفت که بالاترین امتیاز را در مجموع آثار برگزیده در جشنواره دریافت کرده باشند.

ب) اصلی

جایزه برگزیده بهترین پژوهش و تحقیق: مجموعه فعالیت هایی که به منظور جهت دهی و بهبود مستمر فعالیت های سازمان و روابط عمومی صورت می گیرد؛ شامل: آسیب شناسی فعالیت های روابط عمومی، نظرسنجی، اثرسنجی، تحلیل محتوا، برنامه ریزی و نظارت و ارزیابی، تدوین دستورالعمل ها، تحلیل پیام و محتوای یک فعالیت و تدوین آیین نامه ها و غیره در بوته ارزیابی قرار می گیرد و به برترین پژوهش، جایزه اهدا می شود.

جایزه برگزیده بهترین ارتباط رسانه ای: مجموعه فعالیت های رسانه ای در باره یک رویداد شامل پیش بینی آن، فرصت ها و تهدیدهای مورد نظر می باشد. به عنوان نمونه تمام اخبار، جوابیه، گزارش، مصاحبه، نشست مطبوعاتی، و غیره که در حیطه اطلاع رسانی و تنویر افکار عمومی در مورد با یک اتفاق یا رویداد اجرا شده است، در معرض ارزیابی و تقدیر قرار می گیرد:

- جایزه برگزیده بهترین ارتباط رسانه ای
- جایزه برگزیده بهترین پژوهش رسانه ای
- جایزه برگزیده بهترین طرح و کمپین رسانه ای و اطلاع رسانی

- جایزه برگزیده بهترین تور رسانه ای

- جایزه برگزیده بهترین طرح آگاه سازی، آماده سازی و همراه سازی رسانه ای

- جایزه برگزیده بهترین بانک اطلاعاتی مخاطبین

جایزه برگزیده بهترین ارتباط مردمی: مجموعه برنامه هایی که در چارچوب ارتباط با مردم و مخاطبان سازمان، برنامه ریزی و اجرا شده است، شامل: نظام دریافت پیشنهادات، برنامه ریزی و اجرای ملاقات های مردمی، تلفن گویا، صندوق صوتی، و سایر روش ها و فنون جدید ارتباطات مردمی، در معرض داوری و تقدیر قرار می گیرد.

جایزه برگزیده بهترین ارتباط سازمانی: این بخش شامل فعالیت های درون سازمانی روابط عمومی ها در جهت ایجاد زمینه و بستر مناسب برای تبادل و اشتراك تجربیات بین کارکنان و سازمان خواهد بود. برگزاری جلسات مدیریت با کارکنان، تربیون آزاد، نظام دریافت پیشنهادات، و امثال آن، ارزیابی و جوایزی به برترین ها اهدا می شود.

جایزه برگزیده بهترین تبلیغات و بازاریابی: این بخش شامل کلیه فعالیت های بازاریابی، تبلیغاتی، اطلاع رسانی و روابط عمومی است که می تواند يك بنگاه اقتصادی را به بعضی از اهداف خود نزدیک کند و موجب رضایت مشتری، شهرت، سود و فروش بیشتر شود. شامل: برگزاری نمایشگاه، رویدادهای ویژه، جشنواره ها، مسابقات، تورهای تبلیغاتی، فیلم، کمپین تبلیغاتی، مستندسازی فعالیت ها، و امثال آن، ارزیابی و جوایزی به برترین ها اهدا می شود.

ارتباطات بحران

مدیریت رویداد برای برنامه ریزی و ارائه یک رویداد موفق با ابعاد روابط عمومی

روابط عمومی بین المللی

مسئولیت اجتماعی

ج) انتشارات

جایزه برگزیده بهترین کتاب روابط عمومی: فرآیند اقدامات و فعالیت های روابط عمومی مانند تولید و چاپ کتاب و کارنامه عملکرد، راه اندازی آرشیو الکترونیکی، آرشیو های مکتوب، اخبار، مقالات و تصاویر را شامل می شود.

جایزه برگزیده بهترین بروشور روابط عمومی: بروشور نوعی وسیله ارتباطی است که وقتی شرکت یا موسسه ای می خواهد در مورد فعالیت خود اطلاعات خلاصه شده و کلیدی را در مواقع مقتضی عرضه کند از آن استفاده می کند. در این بخش آثار ارسالی به لحاظ طراحی، تناسب و قطع، طراحی داخلی و صفحه آرایی، انتخاب قلم مناسب، رنگ، کیفیت چاپ، انطباق کلی با اهداف سازمان و شرکت، کیفیت ارایه مطالب (نگارش و طبقه بندی مناسب)، بهره مندی از تکنیک های آماری، استفاده از شیوه مقایسه، کمیت، خلاقیت و برجستگی در کار مورد ارزیابی و جوایزی به برترین ها اهدا می شود.

د) فعالان روابط عمومی

جایزه برگزیده بهترین مدیر حامی روابط عمومی: شامل مجموعه فعالیت ها و تلاش هایی که مدیران ارشد سازمان ها و شرکت های دولتی و خصوصی برای تقویت و توسعه همه جانبه واحدها و ادارات روابط عمومی انجام داده اند. کمک به تعیین چارچوب فعالیت روابط عمومی ها، تعیین ساختار نوین برای روابط عمومی ها، نظام مند کردن انتصاب مدیران روابط عمومی، تدوین برنامه سالیانه کاری، اختصاص بودجه مناسب، اجرای سیاست های اطلاع رسانی دولت، همکاری با رسانه های جمعی، پاسخگویی شفاف و واقعی به شبهات و ابهام ها، ایجاد حسن رابطه بین کارکنان و مسئولان دستگاه مربوطه، مدیریت پایگاه های اطلاع رسانی الکترونیک و افکار سنجی از ملاک ها و ویژگی های اصلی انتخاب یک مدیر حامی روابط عمومی است.

جایزه برگزیده بهترین مدیر روابط عمومی: شامل مجموعه فعالیت ها و تلاش هایی که مدیران روابط عمومی برای تقویت ساختار روابط عمومی از داخل و خارج سازمان انجام داده اند. سازماندهی و تشکیلات، بودجه و اعتبارات، تقویت منابع انسانی، ارتباط و مشاوره به مدیریت، جذب امکانات، نوآوری و خلاقیت از جمله این اقدامات است. همچنین شامل:

- برنامه ریزی، نظارت و ارزیابی از قبیل برنامه موضوعی یا کار برنامه ای، برنامه سالانه یا راهبردی.

- توانمندسازی از قبیل تدوین برنامه های مدون آموزشی، تدوین برنامه های ایجاد انگیزشی، تدوین ساختار مصوب سازمانی، تدوین دستورالعمل ها، و غیره.

جایزه برگزیده بهترین کارشناس روابط عمومی: نوآوری، رویارویی با چالش ها، برقراری روابط دو جانبه و سودمند میان یک سازمان و گروه های مخاطب، قدرت برنامه ریزی و ابتکار شغلی از ویژگی های اصلی یک کارشناس برتر روابط عمومی است. همچنین شامل:

- دانش تخصصی، خلاقیت و نوآوری، تجارب موفق کاری و سایر فعالیت های خلاقانه.
- ترجمه و تالیف کتاب، انتشار مقالات علمی، اجرای طرح های پژوهشی و آموزشی.

حوازی روابط عمومی دیجیتال

برندگان در مقولات زیر به دریافت جایزه نایل خواهند شد:

وبلاگ (سازمان- شخصی): وبلاگ سازمانی به عنوان وبلاگی برجسته و مؤثر و دارای نفوذ با هدف برقراری ارتباط با مخاطبان مورد نظر و برانگیختن آنها به مشارکت شناخته شود.

خبرنامه(های) ایمیلی: بسته بندی های مستمر با محتوایی که از کیفیت بالا برخوردار باشد که از طرف مشتری یا مشتریان، یا از طرف خود سازمان متبوعه، از طریق ایمیل ارسال شده باشد. گروه روابط عمومی باید محرک اولیه و هدایت کننده اصلی خبرنامه الکترونیک باشد. مستندات و داده های مؤید آن، به هر میزان که مقدور باشد، (مانند آمارهای علنی) باید فراهم آمده باشد.

اینترانت [شبکه رایانه ای خصوصی داخلی]: اینترانت از طرف سازمانی که در سال گذشته راه اندازی یا دوباره راه اندازی شده و با موفقیت در تکنولوژی جدید مانند ابزارهای تبادل محتوا آمیخته شده باشد. داده هایی که نشان دهنده مستندات، تبادل ها و زمان صرف شده باید ضمیمه باشد.

کاربرد تلفن همراه: کاربرد موبایلی با نحوه استفاده آسان و با طراحی کامل که جهت پشتیبانی ابتکار ارتباطی، ترویج خدمات نهادی روابط عمومی یا از طرف یک مشتری ایجاد شده باشد. هدف کاربرد مزبور باید به وضوح اظهار گردد و شامل تعداد دانلودها باشد.

وبسایت: سایتی که در سال گذشته توسط نهادی از سوی مشتری یا توسط گروه روابط عمومی داخلی سازمان راه اندازی شده باشد که از طراحی بالا برخوردار باشد یا محتوای آن از کیفیت مطلوبی بهره مند باشد که آرم تجاری سازمان را به وضوح بیان کند و تماس با آن را تشویق نماید. شاخص تردد مراجعان و کاربران باید لحاظ گردد.

فعالیت در شبکه های اجتماعی: فعالیت مبتکرانه روابط عمومی یا صرفاً محدود به فیسبوک، توئیتر، لینکدین و غیره و همچنین شبکه ها و رسانه های اجتماعی داخل کشور(ایران)، یا موردی که شبکه های اجتماعی در آن نقش بزرگی بازی کنند.

شرایط ورود

فعالیت یا ابتکار روابط عمومی، برای آن که واجد شرایط لازم جهت ورود باشد، باید در سال 1392-1393 رخ داده باشد. بخشی از کار باید در طی این زمان واقع شده باشد، اما ضرورتی ندارد که در طی دوره حصول شرایط به اتمام رسیده باشد.

تنظیم اطلاعات برای ورود

اطلاعات زیر باید در چکیده شما فهرست شده باشد:

- مقوله وارد شده
- عنوان ورود (که روی جایزه شما ذکر خواهد شد)
- اعضاء گروه (در فعالیت)
- تماس کلیدی برای ورود
- سازمانی که ورود در مسابقه را اعلام می کند

- هزینه داوری و انتخاب آثار
- در چکیده (حداکثر 800-1200 کلمه)، لطفاً فعالیت خودتان یا ابتکار روابط عمومی را با استفاده از عناوین فرعی زیر توصیف کنید:
- اهداف
- راهبرد (استراتژی)
- تدبیر (تاکتیک)
- اجرا
- ارزیابی موفقیت/ نتایج/ بازگشت سرمایه
- مستندات و مطالب ارسالی باید نشان دهنده شواهد موفقیت کار شما باشد.

مهلت / هزینه ثبت نام

آخرین مهلت ثبت نام: 10 شهریور 1393
کلیه ثبت نام ها باید تا تاریخ مذکور نهایی شده و هزینه ها پرداخت شده باشد.

هزینه ثبت نام

هزینه ثبت نام 400 هزار تومان است و مبالغ پرداختی قابل استرداد نخواهد بود.

مقررات جشنواره

- آثاری که پس از تاریخ اعلام شده دریافت شود، ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- شرکت کنندگان به منظور ارتباط موثر و رفع نقایص احتمالی آثار ارسالی، باید یک نفر را به عنوان رابط و نماینده تام الاختیار به دبیرخانه جشنواره معرفی کنند.
- به همراه هر اثر ارسالی، فرم درخواست شرکت در جشنواره نیز جداگانه تکمیل و ارسال شود.
- شرکت کنندگان، آثار و مستندات مرتبط را دو قالب مکتوب و سی دی (لوح فشرده) به دبیرخانه جشنواره ارسال نمایند.
- مستندات ارسالی هر اثر در کلاسورهای مجزا، طبقه بندی شده و روی آن ها برچسب مربوط به هر موضوع الصاق شود.
- کلیه آثار به صورت پیشتاز یا حضوری در قبال اخذ رسید دریافت می شود.
- شرکت در تمام بخش ها به شرط واریز سهم مشارکت بلامانع می باشد.
- روابط عمومی های علاقمند علاوه بر مشخص نمودن موضوع مورد نظر جهت ارزیابی، باید دو نسخه از نشریه منتخب خود را به همراه فرم مربوط، به دبیرخانه جشنواره ارسال کنند.
- روابط عمومی های علاقمند به شرکت در این بخش ها، باید دو نسخه از انتشارات و کارهای منتخب خود را به دبیرخانه جشنواره ارسال نمایند. در هر بخش به سه اثر برتر تهرانی و سه اثر برتر استانی، لوح افتخار و تندیس جشنواره اعطاء خواهد شد.
- شرکت کنندگان برای هر اثر حداکثر دو نمونه ارسال نمایند.
- آثار ارسالی بازپس داده نخواهد شد و حق تالیف و استفاده برای دبیرخانه محفوظ است.
- اخذ تصمیم نهایی در باره هر نکته ای که در مقررات حاضر پیش بینی نشده و یا ابهامات ناشی از مفاد آن، در اختیار اعضای شورای سیاستگذاری است.

سؤالات / فرصت های حمایت مالی

برای حمایت مالی از جوایز روابط عمومی، لطفاً با دبیر جشنواره با تلفن 1938419 (0912) تماس بگیرید یا به kargozar80@yahoo.com ایمیل بزنید.

مشخصات تماس

تلفن: 77- 88617576 (021)

تلفن همراه: 09197790283

دورنگار: 88602308 (021)

صندوق پیامک: 30007153

وبسایت: www.shara.ir www.irancpr.ir

پست الکترونیک: kargozar80@yahoo.com