

مقدمه و راهنمای تکمیل

روابط‌عمومی، تشریفات و امور بین‌الملل استانداری اردبیل به‌عنوان دبیر شورای هماهنگی روابط‌عمومی‌های استان اردبیل و دبیر **نخستین جشنواره روایت تحول** با ارزیابی عملکرد چگونگی تبیین اقدامات و دستاوردها دولت سیزدهم و همچنین شناسایی و تقدیر از فعالیت‌های ارزشمند مدیران، بدنه اطلاع‌رسانی و روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرایی و افزایش انگیزه همکاران محترم مراکز اطلاع‌رسانی و روابط عمومی، در نظر دارد نسبت به انتخاب برترین عملکردهای دستگاهی اقدام کند.

برای این منظور پرسشنامه حاضر با ساختاری دو بخشی طراحی شده است. این پرسشنامه که شامل 10 محور و شاخص اصلی است، با دو هدف هم‌زمانِ جمع‌آوری اطلاعات عملکرد روابط‌عمومی‌های و همچنین انتخاب برترین عملکردها در هر محور آماده شده است. بر این اساس در هر یک از محورها با دو بخش مواجه هستید. **بخش اول**، از شما اطلاعات آماری فعالیت‌های‌تان را می‌خواهد. **بخش دوم**، در هر شاخص کیفی و توصیفی است؛ «*بدین معنی که در محورهای مختلف از شما پرسیده شده است که برترین فعالیتی که در هر شاخص داشته‌اید چه بوده است. در واقع شما به انتخاب خود می‌توانید یک مورد از برترین فعالیت‌هایتان در هر محور را نام ببرید تا در رقابت با سایر دستگاه‌ها در این محور مورد ارزیابی قرار گیرد*.»

***در تکمیل پرسشنامه دقت کنید که:***

1- اطلاعات بخش اول و بخش دوم باید به‌صورت جداگانه و براساس توضیحات ارائه شده و در جداول مربوطه تکمیل شوند.

2- در بخش اول هر شاخص، اطلاعات را با توجه به توضحیات تکمیل کنید.

3- در بخش دوم هر شاخص، تنها اجازه دارید یک مورد از فعالیت‌های مربوطه را که به نظر شما برترین بوده است، بیاورید. موارد اضافی حذف خواهند شد.

4- در بخش دوم هر شاخص، برای انتخاب برترین فعالیت، معیارهای ارزیابی ذکر شده است، سعی کنید در انتخاب خود به این معیارها دقت کنید.

5- در بخش دوم هر شاخص، لازم است که توضیحات دقیق و مستندات آن را بیاورید. یعنی دقیقاً شرح دهید که در هر معیار فعالیت و یا اقدام شما چه ویژگی‌ای داشته است تا بتوانید هیئت داوران را قانع کنید که برتر بوده است.

6- در صورتی که مستنداتی از فعالیت‌های خود دارید که قابل ارائه در فرم پرسشنامه نیست، آن را در قالب یک فایل فشرده به همراه پرسشنامه ارسال کنید.

7- ارزیابی‌ها شاخص به‌صورت جداگانه صورت می‌گیرد و در هر محور برترین عملکرد دستگاهی معرفی خواهد شد. لذا اگر در محوری فعالیتی نداشتید و یا فعالیت‌های صورت گرفته ویژه نبوده‌اند، آن بخش از پرسشنامه را خالی بگذارید.

8- بازه زمانی فعالیت‌های شما باید از 15 مرداد ۱۴۰۰ تا ۱۵ شهریور ۱۴۰۳ باشد. فعالیت‌های قبل از این بازه(دولت سیزدهم) از فرایند داوری و ارزیابی حذف خواهند شد.

9-لطفا فرمت جداول را تغییر ندهید و از اضافه کردن ستون عمودی به جداول جدا خودداری نمایید(اضافه کردن ردیف‌های جدید مشکلی ندارد).

10- پس از تکمیل پرسشنامه فایل Word آن را به‌همراه فایل‌های چندرسانه‌ای به ایمیل [ardabil.goverment@gmail.com](mailto:ardabil.goverment@gmail.com) ارسال نمایید.

۱۱- پس از تکمیل پرسشنامه، یک نسخه فیزیکی آن را به‌همراه فایل‌های چندرسانه‌ای به دبیرخانه(روابط‌عمومی استانداری اردبیل) ارسال نمایید.

|  |  |
| --- | --- |
| شناسنامه گزارش | |
| .:: نام دستگاه ::. | |
| نام و نام خانوادگی مدیر دستگاه: |  |
| نام و نام خانوادگی مدیر مرکز روابط عمومی: |  |
| شماره تماس: |  |
| نام تکمیل کننده فرم : |  |
| شماره تماس: |  |
| تاریخ تکمیل فرم: |  |
| تعداد صفحات گزارش : |  |

شاخص 1 - حضور مدیر و معاونین دستگاه اجرایی در برنامه‏های رادیویی و تلویزیونی

یکی از فعالیت‌های موثر روابط عمومی‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی، بسترسازی حضور مدیر دستگاه اجرایی در صداوسیما و برنامه رادیویی و تلویزیونی آن است. **بخش اول**، براساس محورهای درخواستی جدول را تکمیل و مستندات آن را ارائه دهید. در **بخش دوم**، بنویسید که موفق‌ترین حضور مدیر یا معاونان در بازه زمانی 500روزه دولت سیزدهم در کدام برنامه بوده است. در انتخاب این برنامه به معیارهای ذکر شده دقت کنید. در جدول «شرح چرایی انتخاب» در قالب متنی 250 کلمه‌ای شرح دهید که به چه دلیل این برنامه را برترین می‌دانید و مستندات آن را بیاورید.

بخش اول: گزارش عملکرد حضور مدیر دستگاه اجرایی و‌ معاونان در برنامه‏های رادیویی و تلویزیونی

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ردیف | نام مسئول | پست سازمانی | نام شبکه | | نام برنامه | موضوع برنامه | زمان برنامه | | مدت برنامه |
| تلویزیونی | رادیویی | تاریخ | ساعت |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

\* مستندات هر ردیف را به‌صورت یک تصویر ارائه دهید.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **مستندات** | **ردیف** | **مستندات** |
| 1 |  | 2 |  |
| 3 |  | 4 |  |
| 5 |  | 6 |  |

بخش دوم: موفق‌ترین حضور مدیر دستگاه اجرایی یا معاونان در برنامه رادیویی و تلویزیونی صداوسیما

|  |
| --- |
| مشخصات برنامه برتر |
| **نام برنامه انتخابی:**  **نام مدیر دستگاه اجرایی و معاون حاضر در برنامه:**  **تاریخ برنامه:**  **شبکه رادیویی و تلویزیونی پخش‌کننده:** |
| **شرح چرایی انتخاب** |
|  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **مستندات** | **ردیف** | **مستندات** |
| - |  | - |  |
| - |  | - |  |

شاخص 2- گفتگوی مدیر و معاونان با سایر رسانه‏ها

در کنار توجه به بستر رادیو و تلویزیون، بسترسازی روابط عمومی‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی جهت ارتباط موثر مدیر و معاونان با سایر رسانه‌ها مثل خبرگزاری‌ها، روزنامه‌ها و مجلات و ... از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. **بخش اول**، براساس محورهای درخواستی جدول را تکمیل و مستندات آن را ارائه دهید. در **بخش دوم**، بنویسید که موفق‌ترین گفت‌وگوی مدیر دستگاه اجرایی یا معاونان با رسانه‌ها در بازه زمانی 500 روزه دولت سیزدهم کدام مورد بوده است. در انتخاب این گفتگو به معیارهای ذکر شده دقت کنید. در جدول «شرح چرایی انتخاب» در قالب متنی 250 کلمه‌ای شرح دهید که به چه دلیل این گفتگو را برترین می‌دانید و مستندات آن را بیاورید.

بخش اول: گزارش عملکرد گفتگوی مدیر دستگاه اجرایی و معاونان با رسانه‏ها

| ردیف | نام مسئول | پست سازمانی | نوع گفتگو | | | | تاریخ |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| نشست غیررسمی (توجیهی) | نشست خبری | گفتگو در جمع (در حاشیه برنامه‏ها) | اختصاصی  (نام رسانه) |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 |  |  |  |  |  |  |  |
| 12 |  |  |  |  |  |  |  |
| 13 |  |  |  |  |  |  |  |
| 14 |  |  |  |  |  |  |  |
| 15 |  |  |  |  |  |  |  |
| 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 17 |  |  |  |  |  |  |  |
| 18 |  |  |  |  |  |  |  |
| 19 |  |  |  |  |  |  |  |
| 20 |  |  |  |  |  |  |  |
| 21 |  |  |  |  |  |  |  |
| 22 |  |  |  |  |  |  |  |
| 23 |  |  |  |  |  |  |  |
| 24 |  |  |  |  |  |  |  |
| 25 |  |  |  |  |  |  |  |

\*مستندات هر ردیف را به‌صورت یک تصویر ارائه دهید.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **مستندات** | **ردیف** | **مستندات** |
| 1 |  | 2 |  |
| 3 |  | 4 |  |
| 5 |  | 6 |  |
| 7 |  | 8 |  |
| 9 |  | 10 |  |
| 11 |  | 12 |  |
| 13 |  | 14 |  |
| 15 |  | 16 |  |
| 17 |  | 18 |  |
| 19 |  |

بخش دوم: موفق‌ترین برنامه گفتگوی مدیر دستگاه اجرایی یا معاونان با سایر رسانه‏ها

|  |
| --- |
| مشخصات موفق‌ترین گفت‌وگو |
| **قالب گفت‌وگو:**  **نام مدیر دستگاه اجرایی و معاون حاضر در گفت‌وگو:**  **موضوع گفت‌وگو:**  **تاریخ گفت‌وگو:**  **نام رسانه‌/ رسانه‌ها محلی:**  **نام رسانه‌/ رسانه‌ها به تفکیک ملی:** |
| **شرح چرایی** انتخاب |
|  |

شاخص 3- فعالیت در رسانه‏های اجتماعی

یکی از حوزه‌های کلیدی فعالیت مدیر دستگاه اجرایی و معاونان ، حضور فعال و تاثیرگذار در بسترهای رسانه‌های اجتماعی است که به جد مورد تأکید می‌باشد. **بخش اول**، از شما خواسته شده هم آمار فعالیت‌های شخصیت حقیقی مدیر دستگاه اجرایی و معاونان و هم آمار فعالیت‌های شخصیت حقوقی دستگاه اجرایی را بیان کنید. یعنی هم صفحه شخصی مدیر دستگاه اجرایی و معاونان و هم صفحه خود دستگاه اجرایی را شامل می‌شود. براساس محورهای درخواستی جدول را تکمیل و مستندات آن را ارائه دهید. در **بخش دوم**، بنویسید که موفق‌ترین فعالیت مدیر دستگاه اجرایی و معاونان و یا خود دستگاه اجرایی مربوطه در بازه زمانی 500 روزه دولت سیزدهم کدام فعالیت بوده است. یعنی کدام پست منتشر شده اثرگذارتر و موفق‌تر بود.

در انتخاب این فعالیت به معیارهای ذکر شده دقت کنید. در جدول «شرح چرایی انتخاب» در قالب متنی 250 کلمه‌ای شرح دهید که به چه دلیل این فعالیت را برترین می‌دانید و مستندات آن را بیاورید.

بخش اول: گزارش عملکرد فعالیت در رسانه‏های اجتماعی

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ردیف | نام مسئول / دستگاه | پست سازمانی | آدرس صفحه | آمار بارگذاری پست در رسانه اجتماعی | | |
| توئیتر | اینستاگرام | تلگرام |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |

\* مستندات هر ردیف را به‌صورت یک تصویر ارائه دهید (میزان بازدید یا لایک پست مشخص باشد).

|  |  |
| --- | --- |
| **ردیف** | **تصویر پست** |
| 1 |  |
| 2 |  |
| 3 |  |
| 4 |  |
| 5 |  |

بخش دوم: موفق‌ترین پست منتشر شده در رسانه‌های اجتماعی

|  |  |
| --- | --- |
| مشخصات موفق‌ترین فعالیت در رسانه‌های اجتماعی | |
| **نام رسانه اجتماعی:**  **حساب کاربردی منتشرکننده محتوا:**  **موضوع محتوا:**  **تاریخ انتشار:** |  |
| **شرح چرایی** انتخاب | |
|  | |

شاخص 4-گسترش شبکه رسمی اطلاع‌رسانی و توزیع محتوای روابط عمومی دستگاه اجرایی

گستره ارتباطی و اطلاع‌رسانی هر دستگاه ظرفیت بالای انتشار محتوای آن مجموعه است و هر چه شبکه توزیع محتوای دستگاه از لحاظ کمی و کیفی گسترده‌تر باشد، ارتباط وسیع‌تری با گروه‌های مختلف مردم خواهد داشت. بر این اساس روابط عمومی‌های دستگاه اجرایی باید در تلاش باشند تا گستره ارتباطی و اطلاع‌رسانی و شبکه توزیع خود را در سطح محلی و ملی مدام گسترش دهند. **بخش اول**، در جدول بنویسید که در بازه زمانی 500 روزه دولت سیزدهم به چه میزان تعداد اعضای حساب‌های کاربری دستگاه اجرایی در بسترهای رسمی رسانه‌های اجتماعی و میزان بازدید وب‌سایت رسمی دستگاه اجرایی افزایش یافته است و مستندات آن را ارائه دهید. در **بخش دوم**، بنویسید موفق‌ترین توسعه گستره و شبکه ارتباطی خود را در کدام بستر می‌دانید و چرا. در انتخاب این فعالیت به معیارهای ذکر شده دقت کنید. در جدول «شرح چرایی انتخاب» در قالب متنی 250 کلمه‌ای شرح دهید که به چه دلیل این توسعه شبکه ارتباطی را دستاورد و نمونه‌ای موفق می‌دانید و مستندات آن را بیاورید.

بخش اول: گزارش عملکرد گسترش شبکه رسمی اطلاع‌رسانی و توزیع محتوا

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **بستر** | تعداد کل اعضا حساب‌ها در تاریخ 15/05/1400 | تعداد کل اعضا حساب‌ها در تاریخ 15/12/1401 | حساب کاربری  لینک صفحه را برای ارزیابی وارد کنید |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **بستر** | تعداد کل بازدیدها در تاریخ 15/05/1400 | تعداد کل بازدیدها در تاریخ 15/12/1401 | لینک سایت |
|  |  |  |  |

بخش دوم: موفق‌ترین بستر اطلاع‌رسانی و توزیع محتوا در جهت گسترش شبکه

|  |  |
| --- | --- |
| مشخصات موفق‌ترین گسترش شبکه اطلاع‌رسانی و توزیع محتوا | |
| **نام بستر:**  **آدرس حساب کاربردی:** |  |
| **شرح چرایی** انتخاب | |
|  | |

شاخص 5- برنامه‏های ارتباطات اجتماعی مدیر دستگاه اجرایی و معاونان

حضور میدانی و ارتباط رودررو با مردم از اثرگذارترین شیوه‌های ارتباطی است و روابط عمومی‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی وظیفه دارند به بسترسازی برای حضور رئیس و معاونان دستگاه اجرایی در بین بخش‌های مختلف جامعه و ارتباط با آن‌ها بپردازند. **بخش اول**، براساس محورهای درخواستی اطلاعات را تکمیل و مستندات آن را ارائه دهید. در **بخش دوم**، بنویسید که موفق‌ترین برنامه ارتباطات اجتماعی رئیس و معاونان دستگاه شما در بازه زمانی 14روزه کدام برنامه بوده است. در انتخاب این برنامه به معیارها دقت کنید. در جدول «شرح چرایی انتخاب» در قالب متنی 250 کلمه‌ای شرح دهید که به چه دلیل این برنامه را برترین می‌دانید و مستندات آن را بیاورید.

بخش اول: گزارش عملکرد برنامه‏های ارتباطات اجتماعی مدیر دستگاه اجرایی و معاونان

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | نام مسئول | پست سازمانی | مقصد و تاریخ برنامه | | موضوع برنامه | نوع برنامه‏ها | | | | | | | |
| دیدار با خانواده شهدا، ‌ایثارگران، پیشکسوتان و افراد خاص | | گفتگوی عمومی با مردم | | نشست با تشکل‌های مردمی | | نشست با نخبگان و کارشناسان | |
| مقصد | تاریخ | حضوری | مجازی | حضوری | مجازی | حضوری | مجازی | حضوری | مجازی |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

\* مستندات هر ردیف را به‌صورت یک تصویر ارائه دهید.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **مستندات** | **ردیف** | **مستندات** |
| 1 |  | 2 |  |
| 3 |  | 4 |  |
| 5 |  | 6 |  |

بخش دوم: موفق‌ترین برنامه ارتباطات اجتماعی مدیر دستگاه اجرایی و معاونان

|  |
| --- |
| مشخصات موفق‌ترین برنامه ارتباطات اجتماعی |
| **نوع برنامه ارتباطات:**  **نام مدیر دستگاه اجرایی و معاون حاضر در برنامه:**  **موضوع برنامه:**  **خاطبان و محل برنامه:**  **تاریخ برنامه:** |
| **شرح چرایی انتخاب** |
|  |

شاخص 6 - سفرهای درون استانی مدیر دستگاه اجرایی و معاونان

سفر به استان‌ها و حتی شهرستان‌ها و حضور در بین مردم به‌عنوان یکی از وعده‌های اصلی دولت سیزدهم که مورد تأکید رهبری معظم انقلاب نیز بوده است، باید به جد مورد توجه باشد و روابط عمومی‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی وظیفه دارند برای سفرهای شهرستانی مدیر دستگاه اجرایی و معاونان بسترسازی لازم را انجام دهند. **بخش اول**، براساس محورهای درخواستی جدول را تکمیل و مستندات آن را ارائه دهید. در **بخش دوم**، بنویسید که پردستاوردترین و پرثمرترین سفر درون استانی مدیر دستگاه اجرایی و معاونان کدام سفر بوده است. در انتخاب این سفر به معیارهای ذکر شده دقت کنید. در جدول «شرح چرایی انتخاب» در قالب متنی 250 کلمه‌ای شرح دهید که به چه دلیل این سفر را موفق‌ترین می‌دانید و مستندات آن را بیاورید.

بخش اول: گزارش عملکرد سفرهای درون‌استانی مدیر دستگاه اجرایی و معاونان

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ردیف | نام مسئول | پست سازمانی | شهرستان مقصد | تاریخ سفر | برنامه‌های سفر | | |
| افتتاح طرح | بازدید از طرح‌ها | حضور در کمیته‌های تخصصی |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **مستندات** | **ردیف** | **مستندات** |
| 1 |  | 2 |  |
| 3 |  | 4 |  |
| 5 |  | 6 |  |
| 7 |  | 8 |  |
| 9 |  | 10 |  |

بخش دوم: موفق‌ترین سفر درون‌استانی مدیر دستگاه اجرایی و معاونان

|  |
| --- |
| مشخصات پردستاوردترین سفر |
| **نام مدیر دستگاه اجرایی و معاون حاضر در سفر:**  **تاریخ سفر:**  **مقصد سفر:**  **برنامه‌های اصلی سفر:** |
| **شرح چرایی انتخاب** |
|  |

**شاخص 7-**برنامه‌ها و رویدادهای درون و برون ‌سازمانی روابط عمومی دستگاه اجرایی

رویدادها ظرفیت‌های بزرگی در فعالیت‌های روابط عمومی‌ها هستند و برگزاری آن‌ها در مناسبت‌های مختلف برای مخاطبان درون ‌دستگاهی و برون ‌دستگاهی از وظایف و مسئولیت‌های ویژه روابط عمومی‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی دستگاه اجرایی به شمار می‌رود. در **بخش اول**، پیش از این در فرم‌های گزارش عملکرد این شاخص وجود نداشت. براساس محورهای درخواستی اطلاعات مرتبط با رویدادها را ارائه و مستندات آن را ارائه دهید. در **بخش دوم**، بنویسید که موفق‌ترین و پربازتاب‌ترین رویداد درون یا برون دستگاهی شما در بازه زمانی 500 روزه دولت سیزدهم کدام رویداد بوده است. در انتخاب رویداد برتر به معیارهای ذکر شده دقت کنید. در جدول «شرح چرایی انتخاب» در قالب متنی 250 کلمه‌ای شرح دهید که به چه دلیل این رویداد را برترین می‌دانید و مستندات آن را بیاورید.

بخش اول: گزارش عملکرد برنامه‌ها و رویدادهای درون و برون‌ سازمانی روابط عمومی مدیر دستگاه اجرایی

| ردیف | نام رویداد | نوع مخاطبان | موضوع رویداد | سطح رویداد  (بین‌المللی  /ملی/محلی) | نوع رویداد | | | | تاریخ برگزاری |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| نمایشگاه | نشست / جلسه | گردهمایی/ جشنواره/ همایش | بازدید/ اردو |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **مستندات** | **ردیف** | **مستندات** |
| 1 |  | 2 |  |
| 3 |  | 4 |  |
| 5 |  | 6 |  |
| 7 |  | 8 |  |
| 9 |  | 10 |  |

بخش دوم: بهترین برنامه و رویدادهای درون و برون‌ سازمانی روابط عمومی دستگاه اجرایی

|  |
| --- |
| مشخصات موفق‌ترین رویداد |
| **نام رویداد:**  **نوع رویداد:**  **موضوع رویداد:**  **سطح رویداد:**  **تاریخ برگزاری رویداد:** |
| **شرح چرایی انتخاب** |
|  |

**شاخص 8-** تولید محتوای رسانه‏ای توسط دستگاه اجرایی

تولید محتوای صوتی، تصویری، متنی و چندرسانه‌ای برای مخاطبان محلی از مأموریت‌های اساسی روابط عمومی است که می‌تواند با کارکردهای مختلف اطلاع‌رسانی، تبلیغ و ترویجی، برندسازی و ... صورت پذیرد و ارتباط بهتر مردم محلی با دولت مرکزی تسهیل بخشد. **بخش اول**، براساس محورهای درخواستی برای مخاطبان ملی و محلی، جدول را تکمیل و مستندات آن را ارائه دهید. در **بخش دوم**، بنویسید که قوی‌ترین و برترین محتوای رسانه‌ای تولیدی شما در بازه زمانی 500 روزه دولت سیزدهم کدام محتوا بوده است. در انتخاب رویداد برتر به معیارهای ذکر شده دقت کنید. در جدول «شرح چرایی انتخاب» در قالب متنی 250 کلمه‌ای شرح دهید که به چه دلیل این رویداد را برترین می‌دانید و مستندات آن را بیاورید.

بخش اول: گزارش عملکرد تولید محتوای رسانه‏ای توسط دستگاه اجرایی

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ردیف | محتوای چندرسانه‌ای تولیدشده | بله / خیر | توضیحات | تعداد محتوای برای مخاطبان ملی | تعداد محتوای برای مخاطبان محلی |
| 1 | محصولات رسانه‌ای متنی (شامل خبر، مصاحبه، گزارش و ....) |  |  |  |  |
| 2 | تولید گزارش تصویری |  |  |  |  |
| 3 | فیلم کوتاه/ تیزر |  |  |  |  |
| 4 | تولید اینفوگرافیک |  |  |  |  |
| 5 | تولید موشن گرافیک |  |  |  |  |
| 6 | تولید نشریات داخلی (تعداد شماره) |  |  |  |  |
| 7 | تولید بولتن (چاپی/ مجازی) |  |  |  |  |
| 8 | تولید بروشور(چاپی/ مجازی) |  |  |  |  |
| 9 | انتشار کتاب |  |  |  |  |
| 10 | سامانه تلفن گویا |  | آمار تماس‌های مردمی و نتایج حاصل شده |  |  |
| 11 | دولت موبایل |  | مصادیق استفاده |  |  |
| 12 | تارنمای دستگاه |  | **تعداد و اخبار اقدامات شاخص** |  |  |
| 13 | راه‌اندازی زبان دوم بخش خبری تارنمای دستگاه |  |  |  |  |
| 14 | تولید بنر(فیزیکی/ مجازی) |  |  |  |  |
| 15 | سامانه قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات |  | پی‌گیری پاسخ‌گویی به پرسش‌های مردمی اعلام تعداد سالانه و نتایج |  |  |
| 16 | تابلو روان |  | تعداد و نمونه پیام‌ها و خبرها |  |  |
| 17 | برپایی نمایشگاه(فیزیکی/ مجازی) |  |  |  |  |
| 18 | تهیه و انتشار ویژه‌نامه مطبوعاتی |  |  |  |  |
| 19 | نشر عملکرد در قالب لوح فشرده |  |  |  |  |
| 20 | برگزاری نشست‌های خبری مدیرکل به صورت دوره‌ای |  |  |  |  |
| 21 | میزبانی تور رسانه‌ای |  |  |  |  |
| 22 | دعوت از رسانه‌ها به برنامه‌های دستگاه برای تولید خبر |  |  |  |  |
| 23 | تولید محتوای مناسب برای اطلاع‌رسانی به شیوه زیرنویس |  |  |  |  |
| 24 | استفاده از ظرفیت سایت وزارتی برای انتشار خبرهای دستگاه |  |  |  |  |
| 25 | حمایت از فعالیت روابط عمومی ادارات شهرستانی تابع و نظارت بر عملکرد |  |  |  |  |
| 26 | برگزاری دیدار مدیرکل با اقشار مردمی برای اطلاع‌رسانی چهره به چهره |  |  |  |  |
| 27 | استفاده از ظرفیت نماز جمعه |  | **(سخنرانی مدیرکل قبل از خطبه‌های نماز، توزیع اقلام اطلاع‌رسانی در بین نمازگزاران و...)** |  |  |
| 28 | وضعیت آرشیو سمعی و بصری |  | **توضیحات مجمل** |  |  |
| 29 | سطح همکاری با شورای هماهنگی و روابط عمومی‌های استان (شرکت در جلسات، پاسخ‌گویی دقیق به نامه‌ها و...) |  |  |  |  |
| 30 | طرح و راهکار پیشنهادی جهت بهبود روند اطلاع‌رسانی اقدامات و عملکرد دولت(با جزئیات شرح دهید) |  | | | |

بخش دوم: ۳ مورد از بهترین محتواهای رسانه‌ای تولید شده توسط دستگاه اجرایی

|  |  |
| --- | --- |
| مشخصات محتوای برتر – شماره یک | |
| **نوع محتوا:**  **موضوع محتوا:**  **تاریخ تولید محتوا:**  **نحوه‌های انتشار:**  **تاریخ انتشار:** | **پیوست** |
| **شرح چرایی انتخاب** | |
|  | |

|  |  |
| --- | --- |
| مشخصات محتوای برتر – شماره دو | |
| **نوع محتوا:**  **موضوع محتوا:**  **تاریخ تولید محتوا:**  **نحوه‌های انتشار:**  **تاریخ انتشار:** | **پیوست** |
| **شرح چرایی انتخاب** | |
|  | |

|  |  |
| --- | --- |
| مشخصات محتوای برتر – شماره سه | |
| **نوع محتوا:**  **موضوع محتوا:**  **تاریخ تولید محتوا:**  **نحوه‌های انتشار:**  **تاریخ انتشار:** | **پیوست** |
| **شرح چرایی انتخاب** | |
|  | |

**شاخص 9- اجرای پویش‌های (**کمپین) تبلیغاتی واطلاع‌رسانی توسط دستگاه اجرایی

در سبد وظایف متنوع روابط عمومی‌ها، برنامه‌ریزی و اجرای پویش‌های (کمپین) تبلیغاتی با اهداف مختلف برای مخاطبان متفاوت از مسئولیت‌های ویژه به شمار می‌رود. **بخش اول**، لطفاً در بخش اول براساس محورهای درخواستی، جدول را با اطلاعات مرتبط با اجرای پویش‌ها تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی تکمیل و مستندات آن را ارائه دهید. در **بخش دوم**، بنویسید که موفق‌ترین و گسترده‌ترین پویش تبلیغاتی دستگاه در بازه زمانی 500 روزه دولت سیزدهم کدام کمپین بوده است. در انتخاب پویش برتر به معیارهای ذکر شده دقت کنید. در جدول «شرح چرایی انتخاب» در قالب متنی 250 کلمه‌ای شرح دهید که به چه دلیل این کمپین را برترین می‌دانید و مستندات آن را بیاورید.

بخش اول: گزارش عملکرد پویش‌های (کمپین) تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی دستگاه اجرایی

| ردیف | نام پویش | سازمان همکار | گستره جغرافیای | حجم فعالیت در بسترها و ابزارهای اطلاع‌رسانی و تبلیغی | | | | | | تاریخ شروع | تاریخ خاتمه |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| رسانه‌های اجتماعی | پیامکی | رادیو و تلویزیون | خبرگزاری | بنر و پوستر و استند | بیلبوردها و تلویزیون‌های شهری |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ردیف | **مستندات نمونه پست فضای مجازی** | ردیف | **مستندات نمونه پست فضای مجازی** |
| 1 |  | 1 |  |
| ردیف | **مستندات نمونه بنر پشت سن برای مراسم‌ها** | ردیف | **مستندات نمونه بنر پشت سن برای مراسم‌ها** |
| 1 |  | 1 |  |
| ردیف | **مستندات نمونه تبلیغات میدانی** | ردیف | **مستندات نمونه تبلیغات میدانی** |
|  |  |  |  |

بخش دوم: موفق‌ترین پویش‌های (کمپین) تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی روابط عمومی دستگاه اجرایی

|  |
| --- |
| مشخصات پویش برتر |
| **نام پویش:**  **نوع تبلیغات:**  **تاریخ شروع:**  **تاریخ خاتمه:** |
| **شرح چرایی انتخاب** |
|  |

شاخص 10 - اقدامات نوآورانه و مبتکرانه روابط‌عمومی دستگاه اجرایی

خلاقیت و نوآوری ماده خام هرگونه فعالیت‌ رسانه‌ای و ارتباطی است. با توجه به ارزشمندی و استقبال از اقدامات نوآورانه مراکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی، یک شاخص مستقل به اقدامات نوآورانه و مبتکرانه روابط عمومی‌های دستگاه‌ها اختصاص یافته است. **بخش اول**، در جدول ارائه شده در بخش اول، بیان کنید که در بازه زمانی مذکور چه اقدام و فعالیت نوآورانه‌ای در هر زمینه صورت داده‌اید و شرح مختصر آن را بنویسید و مستندات آن را ارائه دهید. در **بخش دوم**، مشخص کنید که نوآورانه‌ترین و خلاقانه‌ترین اقدام روابط عمومی دستگاه شما در بازه زمانی 500 روزه دولت سیزدهم کدام اقدام بوده است. در انتخاب اقدام مبتکرانه برتر به معیارهای ذکر شده دقت کنید. در جدول «شرح چرایی انتخاب» در قالب متنی 250 کلمه‌ای شرح دهید که به چه دلیل این اقدام نوآورانه را برترین می‌دانید و مستندات آن را بیاورید.

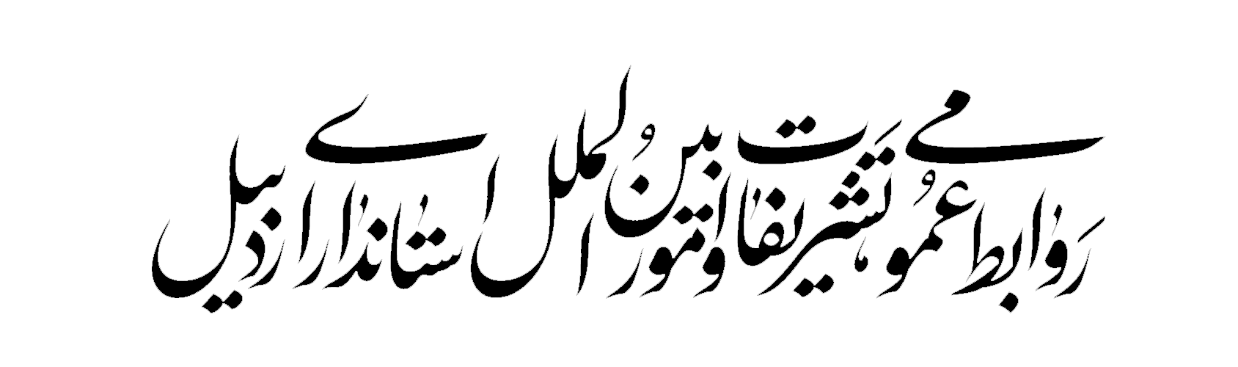
بخش اول: گزارش عملکرد اقدامات نوآورانه و مبتکرانه روابط عمومی دستگاه اجرایی

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ردیف | عنوان اقدام نوآورانه | تاریخ اجرا |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |
| 6 |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ردیف | **مستندات اقدام شاخص** | ردیف | **مستندات اقدام شاخص** |
| 1 |  | 2 |  |
| 3 |  | 4 |  |
| 5 |  | 6 |  |

بخش دوم: نوآورانه‌ترین و مبتکرانه‌ترین اقدام روابط عمومی دستگاه اجرایی

|  |
| --- |
| مشخصات نوآورانه‌ترن اقدام |
| **عنوان اقدام نوآورانه:**  **تاریخ انجام اقدام نوآورانه:** |
| **شرح چرایی انتخاب** |
|  |

****

\* در صورتی که پرسشنامه را به‌طور کامل پر نموده‌اید، آن را به دو فرمت PDF و Word ذخیره نموده و به‌همراه فایل پیوست‌ها(تصاویر، ویدیوها یا...) به ایمیل [ardabil.goverment@gmail.com](mailto:ardabil.goverment@gmail.com) ارسال نمایید.

\* لطفاً توجه داشته باشید که بایستی به همراه فرم مذکور، فایل با کیفیت محتوای تولیدشده نیز در ایمیل ارسال گردد.

\* لطفا در بخش Subject یا موضوع ایمیل ارسالی مانند نمونه زیر اقدام نمایید.

\* پس از تکمیل پرسشنامه، یک نسخه فیزیکی آن را به‌همراه فایل‌های چندرسانه‌ای به دبیرخانه(روابط‌عمومی استانداری اردبیل) ارسال نمایید.

کد پیگیری – نام و نام خانوادگی – نام بخش

مثال: 12316570 – سعید حسینی – روابط‌عمومی‌ها