



فراخوان نخستین جشنواره روابط عمومی واحدهای دانشگاه تهران

«معرفی و تجلیل از روابط عمومی‌های برتر»

مرکز حوزه ریاست و روابط عمومی دانشگاه تهران

بهار ۱۴۰۱

بسم الله الرحمن الرحيم

* اهداف جشنواره:

- ✓ شناسایی روابط عمومی‌های برتر
- ✓ ایجاد بستری برای انتقال تجربه و معرفی الگوهای موفق در روابط عمومی واحدهای دانشگاه
- ✓ تقویت قاعده تولید و توزیع محتوا در روابط عمومی‌ها
- ✓ ایجاد انگیزه و رقابت سالم بین روابط عمومی‌ها
- ✓ شناسایی ظرفیت‌های حرفه‌ای در روابط عمومی واحدها
- ✓ ایجاد فرصت آموزش کاربردی برای کارشناسان روابط عمومی
- ✓

* شعار جشنواره: روابط عمومی کار آمد و دانش‌بنیان

* محورهای ارزیابی جشنواره در دو بخش ویژه و عمومی

بخش ویژه

* دانشگاه مسئله محور

محورهای عمومی

- ۱- تولید و توزیع محتوا
- ۲- ارتباطات، تبلیغات و انتشارات
- ۳- روابط عمومی الکترونیک

* تقویم جشنواره:

- صدور فراخوان و آغاز ارسال آثار: ۲۷ فروردین ماه ۱۴۰۱
- آخرین مهلت ارسال آثار و فرم‌ها به دبیرخانه جشنواره: ۱۷ اردیبهشت ماه ۱۴۰۱
- بررسی آثار توسط هیات داوران: تا تاریخ ۲۴ اردیبهشت ماه ۱۴۰۱
- اختتامیه جشنواره و معرفی برگزیدگان: ۲۷ اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ (روز ارتباطات و روابط عمومی)

*** مقررات جشنواره:**

- کلیه آثار فقط به صورت الکترونیک از طریق لوح فشرده DVD به دبیرخانه جشنواره ارسال می‌شود. آثاری که به غیر از DVD ارسال شود، ترتیب اثر داده نخواهد شد.

- علاوه بر مسئولان، کارشناسان و کاردanan روابط عمومی واحدها، هر یک از کارکنان دانشگاه که به نوعی اثری در همکاری با روابط عمومی واحدهای دانشگاه تولید کرده و آن اثر توسط روابط عمومی نشر داده شده است، می‌توانند در این جشنواره شرکت کنند.

- در شاخص‌های کمی مندرج در فراخوان، آمار مربوط به شاخص در سال ۱۴۰۰ به همراه ارائه مستندات اعلام گردد. خوداظهاری شرکت‌کنندگان توسط دبیرخانه جشنواره، صحت‌سنجی می‌شود.

- در شاخص‌های کیفی مندرج در فراخوان، آثاری که در سال ۱۴۰۰ تولید شده باشند، از سوی دبیرخانه جشنواره مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

*** آدرس دبیرخانه جشنواره: تهران _ سازمان مرکزی دانشگاه تهران _ مدیریت ارتباطات و رسانه - طبقه همکف.**

*** شماره تماس دبیرخانه جشنواره: ۶۱۱۳۴۱۵ - منصوره اصبری، مسئول دبیرخانه جشنواره.**

فرم ثبت نام و شرکت در جشنواره روابط عمومی‌های واحدهای دانشگاه

تکمیل بخش «مشخصات اداره روابط عمومی» برای مسئولان روابط عمومی متقاضی شرکت در جشنواره الزامی است. سایر شرکت‌کنندگان صرفاً بخش مشخصات را تکمیل نمایند.

مشخصات شرکت‌کننده

نام و نام خانوادگی: عنوان چارت سازمانی: سال تولد:

شماره همراه:

آخرین مدرک تحصیلی:

رشته تحصیلی:

دانشگاه محل تحصیل:

تجربیات/ سابقه کاری: سال

سابقه کار در روابط عمومی: سال

نام واحد دانشگاهی:

عنوان مهارت	عالی	خوب	متوسط	ضعیف
زبان انگلیسی				
تسلط بر سایر زبان‌های خارجی				
مهارت‌های هفت‌گانه کامپیوتر				

شرح سایر مهارت‌ها:

مشخصات اداره روابط عمومی

روابط عمومی به صورت مستقیم زیر نظر چه مقامی فعالیت می‌کند؟

تعداد کارکنان شاغل در روابط عمومی:

تعداد کارشناسان دارای تحصیلات دانشگاهی مرتبط با حوزه روابط عمومی:

تعداد کارشناسان متخصص در زمینه‌های:

نویسندگی خبر: طراحی و گرافیک: عکاسی: فیلمبرداری: فضای مجازی:

تدوین و تولید چندرسانه‌ای:

امکانات و تجهیزات	تعداد	امکانات و تجهیزات	تعداد
اتاق مستقل برای روابط عمومی	تصویربرداری (عکاسی و فیلمبرداری)
کامپیوتر	سالن آمفی تئاتر

سایر امکانات:

بخش شماره ۱ محورهای عمومی: تولید و توزیع محتوا

ردیف	شاخص کمی	تعداد (بررسی کمی)
۱	تعداد اخبار منتشرشده در وب سایت واحد مربوطه (در طول یک سال)	
۲	تعداد گزارش‌های مطبوعاتی تهیه شده و ارسال شده به رسانه‌ها	
۳	تعداد خبرنامه داخلی منتشر شده (نمونه ارسال شود)	
۴	تعداد آثار تولید شده در جریان ارتباط با صدا و سیما (تهیه مصاحبه، مستند، آگهی و انعکاس آن در بخش‌های مختلف خبری)	
ردیف	شاخص کیفی	پیوست مستندات (بررسی کیفی)
۱	آثار مکتوب در بخش‌های : گزارش، مصاحبه، خبر، یادداشت و (حداکثر ۳ اثر به دبیرخانه ارسال شود)	
۲	آثار دیداری و شنیداری : عکس، فیلم، موشن گرافی، پادکست، اینفوگرافی (حداکثر ۳ اثر به دبیرخانه ارسال شود)	

از نظر شرکت‌کننده محترم، غیر از موارد یاد شده فوق، چه فعالیت و اقدام برجسته‌ای از سوی واحد دانشگاهی در زمینه تولید و توزیع محتوا انجام شده است؟ (همراه با ارائه مستندات)

بخش شماره ۲ محورهای عمومی: ارتباطات، تبلیغات و انتشارات

ردیف	مصادیق و معیارها	بررسی کمی معیار (تعداد در سال ۱۴۰۰)	بررسی کیفی معیار (در هر آیتم، حداکثر ۳ اثر ارسال شود)
۱	ویژه‌نامه مناسبی		
۲	بروشور		
۳	پوستر		
۴	تیزر		
۵	تراکت		
۶	بیلبورد		
۷	کلیپ معرفی توانمندی‌ها		
۸	نمایشگر الکترونیکی		
۹	شرکت در نمایشگاه‌های استانی، ملی و بین‌المللی		
۱۰	برگزاری همایش‌ها و سمینارها		
۱۱	ارتباطات درون‌سازمانی: ۱- توان بسیج ظرفیت‌های درون‌سازمان جهت نیل به اهداف سازمان ۲- میزان و نحوه همکاری با مرکز حوزه ریاست و روابط عمومی دانشگاه تهران		توضیح: شاخص شماره ۱ از سوی رئیس واحد دانشگاهی و شاخص شماره ۲ از سوی مدیریت ارتباطات و رسانه دانشگاه امتیازدهی می‌شود
۱۲	ارتباطات برون‌سازمانی: <ul style="list-style-type: none"> • جذب مشارکت نهادهای بیرونی و زمینه‌سازی و تسهیل همکاری‌های نهادها، دستگاه‌ها، سازمان‌ها با واحدهای دانشگاه (مستندات ارائه شود) • برگزاری تور رسانه‌ای (عکس ارسال شود) 		

بخش شماره ۳ محورهای عمومی: روابط عمومی الکترونیک

ردیف	معیارها	نشانی و لینک مربوطه	بررسی کمی (تعداد/ آمار در سال ۱۴۰۰)	بررسی کیفی (برای هر ردیف یک اثر ارسال شود)
۱	متوسط زمانی بروزرسانی وبسایت واحد (خوداظهاری توسط مسئول روابط عمومی واحد و صحت‌سنجی توسط دبیرخانه جشنواره)			
۲	خبرنامه الکترونیک (لینک ارسال شود)			
۳	نظرسنجی‌های الکترونیک (لینک ارسال شود)			
۴	بولتن الکترونیک (لینک ارسال شود)			
۵	نرم‌افزار چندرسانه‌ای (مولتی مدیا) (لینک ارسال شود)			
۶	سامانه پیامک			
۷	تور مجازی (لینک ارسال شود)			
۸	حضور در شبکه‌های اجتماعی (آدرس ارسال شود): فعال بودن/ حرفه‌ای بودن/ به‌روز بودن			
۹	اپلیکیشن و نسخه موبایلی وب سایت			

❖ بخش ویژه: دانشگاه «مسئله محور»

- تولید محتوا از دستاوردهای پژوهشی اساتید، دانشجویان و کارکنان دانشگاه که در راستای حل مسائل صنعت و جامعه هستند | تولید محتوا از پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها (با نگاه به رفع مشکلی از مسائل کشور)
- هر شرکت‌کننده با ارائه حداکثر ۳ اثر می‌تواند در بخش ویژه شرکت کند.