



آیین نامه اجرایی

## نخستین جشنواره هنر هشتم

(روابط عمومی های برتر استان آذربایجان شرقی)

انجمن روابط عمومی آذربایجان شرقی و شورای هماهنگی روابط عمومی های استان  
خرداد ماه ۱۴۰۲

## آیین‌نامه اجرایی

# نخستین جشنواره هنر هشتم

## (روابط عمومی‌های برتر استان آذربایجان شرقی)

### مقدمه

امروزه مفهوم روابط عمومی در جهان یکی از پیش‌رانه‌های توسعه انسانی محسوب می‌شود. مفهومی که در غایت اجرایی خود همدلی و تفاهم را شکل داده و می‌تواند بستر بهبود روابط اجتماعی و بالطبع آن توسعه را یاری رساند.

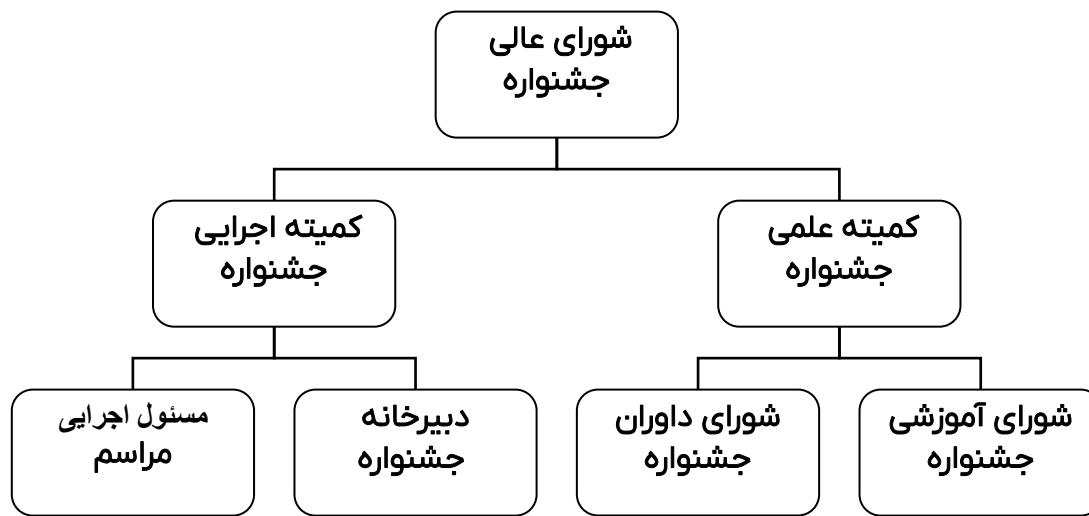
انجمن روابط عمومی آذربایجان شرقی با هم‌بین درک و احترام به جایگاه ویژه روابط عمومی و ایجاد شور و شوق و تقویت یادگیری شغلی، جشنواره روابط عمومی‌های برتر را برنامه‌ریزی کرده است. به هم‌بین منظور و جهت ایجاد فضایی مناسب برای بهینه‌سازی فعالیت روابط عمومی‌های استان آذربایجان شرقی، جشنواره روابط عمومی‌های برتر با عنوان جشنواره هنر هشتم بطور سالانه برنامه‌ریزی و برگزار می‌شود.

### اهداف جشنواره

- ۱) معرفی و تقدیر از روابط عمومی‌های فعال، خلاق و موفق
- ۲) فراهم نمودن فضای مناسب برای تبادل تجارب روابط عمومی‌های استان
- ۳) بررسی مشکلات و نارسایی‌های موجود در روابط عمومی‌های استان
- ۴) افزایش اثربخشی فعالیت‌ها و برنامه‌های روابط عمومی‌های استان
- ۵) شناسایی و معرفی الگوهای برتر فعالیت در روابط عمومی‌های استان
- ۶) ایجاد محیط علمی و آموزشی برای بازآموزی مدیران و کارشناسان روابط عمومی‌های استان
- ۷) تلاش در جهت ترویج فعالیت‌های تخصصی در روابط عمومی‌های استان

## ارکان جشنواره

- (۱) شورای عالی جشنواره به عنوان تصمیم‌گیران نهایی جشنواره با ترکیب زیر فعالیت می‌کنند:
- ✓ رئیس انجمن روابط عمومی استان آذربایجان شرقی (رئیس)
  - ✓ اعضای هیات مدیره (عضو)
  - ✓ دبیر انجمن (دبیر شورا)
- (۲) رئیس کمیته علمی جشنواره از سوی رئیس شورای عالی جشنواره انتخاب و حکم او صادر می‌شود.
- ✓ کمیته علمی مسئولیت امور آموزشی و داوری جشنواره را به عهده دارد.
  - ✓ برگزاری جلسات شورای داوران و شورای آموزشی، تدوین بیانیه و تهیه متن لوح تقدیر از جمله وظایف رئیس کمیته علمی است.
  - ✓ لیست داوران جشنواره در شورای عالی جشنواره نهایی می‌شود.
  - ✓ تدوین معیارها و شاخص‌های سنجش، دریافت آثار ارسالی از دبیرخانه و انطباق آن با معیارها، ارزیابی آثار و ارائه گزارش نتایج جشنواره از جمله وظایف شورای داوران جشنواره است.
- (۳) رئیس کمیته اجرایی جشنواره از سوی رئیس شورای عالی جشنواره انتخاب و حکم او صادر می‌شود.
- (۴) دبیرخانه جشنواره: مسئول دبیرخانه زیر نظر رییس کمیته اجرایی جشنواره وظایف زیر را انجام می‌دهد:
- ✓ پاسخگویی تلفنی و حضوری به سئوالات مراجعه کنندگان.
  - ✓ تلاش برای جذب و تشویق روابط عمومی‌ها برای حضور گسترده در جشنواره.
  - ✓ ارسال دعوتنامه برای دست اندرکاران روابط عمومی.
  - ✓ تهیه و تنظیم و ارسال فراخوان ارسال آثار.
  - ✓ ایجاد ارتباط دائم با روابط عمومی‌ها برای رفع نقایص احتمالی.
  - ✓ دریافت، کدگذاری و طبقه‌بندی آثار.
  - ✓ انطباق آثار رسیده با معیارها و شاخص‌های مورد نظر.
  - ✓ ارسال آثار رسیده برای کمیته علمی.
  - ✓ طبقه‌بندی و نگهداری آثار ارسالی در دبیرخانه.
- (۵) مسئول اجرایی مراسم جشنواره: زیر نظر رئیس کمیته اجرایی فعالیت می‌کند. وظایف مسئول اجرایی مراسم عبارت است از:
- ✓ انجام هماهنگی لازم برای تهیه مکان برگزاری، پذیرایی، تهیه جوایز برگزیدگان و امور تدارکات.
  - ✓ راه‌اندازی نمایشگاه آثار برگزیده و آخرین یافته‌ها و آثار روابط عمومی‌ها.
  - ✓ هماهنگی برای برنامه‌های جنبی جشنواره همچون برنامه‌های تفریحی یا بازدیدهای علمی.



## اصول کلی جشنواره

اصول هشت گانه زیر به عنوان اساسی ترین مبانی برگزاری جشنواره مد نظر قرار دارد:

- ۱) شورای عالی جشنواره هر ساله با انتشار فراخوان در وبسایت رسمی انجمن روابط عمومی آذربایجان شرقی، از روابط عمومی ها و دست‌اندرکاران دعوت می‌کند با ارسال آثار خود در این جشنواره شرکت کنند.
- ۲) روابط عمومی‌های استان (دولتی و خصوصی) می‌توانند فعالیت‌ها و برنامه‌های خود را برای شرکت در این جشنواره بر اساس دستورالعمل و فرم‌های ابلاغی ارسال کنند.
- ۳) آثار باید بر اساس اعلام فراخوان به دبیرخانه جشنواره ارسال شود.
- ۴) جشنواره از مدارک و مستندات دریافتی برای هر محور فعالیت سه اثر برتر را انتخاب خواهد کرد. در صورتی که آثار دریافتی در هر کدام از محورها شایستگی لازم را دارا نباشند کمیته علمی می‌تواند کمتر از سه اثر را انتخاب و معرفی کند.
- ۵) کلیه آثار ارسالی باید ممهور به مهر سازمان و شناسه مشخصات باشند. (در صورت دریافت فیزیکی)
- ۶) محدوده ارزیابی و فعالیت جشنواره، مجموعه فعالیت‌های روابط عمومی برای یک دوره زمانی یکساله است و آثار ارسالی باید در مقطع زمانی ۱۴۰۱/۱/۱ لغایت ۱۴۰۱/۱۲/۲۹ تعیین شده از سوی شورای عالی جشنواره، تولید شده باشد.
- ۷) آثار و مستندات ارسالی، باید در واحد روابط عمومی و یا با همکاری و مدیریت روابط عمومی تولید شده باشد.
- ۸) لازم است همراه آثار ارسالی، فرم درخواست شرکت در جشنواره تکمیل و ارسال شود.

## محورهای ارزیابی جشنواره

این جشنواره در هفت محور به شرح جدول زیر برگزار می‌شود.

(۱) پژوهش و افکار سنجی

(۲) برنامه ریزی

(۳) انتشارات

(۴) اینترنت و فضای مجازی

(۵) چند رسانه ای

(۶) ارتباطات رسانه ای

(۷) مسئولیت های اجتماعی

## برنامه‌های جنبی جشنواره

جهت پربار کردن جشنواره، مسئولان برگزاری بنا به شرایط روابط عمومی‌ها نسبت به برنامه‌ریزی و برگزاری

برنامه‌های جنبی جشنواره اقدام می‌کنند:

(۱) کارگاه آموزشی

(۲) جلسات پرسش و پاسخ

(۳) نمایشگاه آثار برتر

(۴) برنامه‌های تفریحی و بازدید

(۵) انتشار ویژه‌نامه جشنواره (پیام مدیران شرکتهای و مدیران روابط عمومی‌های عضو)

## زمان و مکان جشنواره

زمان و مکان دقیق برگزاری جشنواره با تصمیم‌گیری شورای عالی جشنواره، هر ساله همزمان با اعلام فراخوان

شرکت در جشنواره مشخص می‌شود.

## پیوست‌ها:

(۱) توضیحات مرتبط با محورهای جشنواره

## پیوست یک:

توضیحات مرتبط با محورهای جشنواره

<b>نخستین جشنواره هنر هشتم</b> <b>(روابط عمومی‌های برتر استان آذربایجان شرقی)</b>		
حداکثر آثار ارسالی	زیرمحورها	محور اصلی
۱	گزارش نظرسنجی درون سازمانی	پژوهش و افکارسنجی
۱	گزارش نظرسنجی برون سازمانی	
۱	برنامه سالانه ۱۴۰۲ روابط عمومی	برنامه ریزی (+ ارزیابی اثربخشی برنامه)
۱	بروشور و کاتالوگ معرفی سازمان	انتشارات
۲	پوستر	
۲	کتاب	
۱	وب سایت	اینترنت و فضای مجازی
۱	فضای مجازی (اینستاگرام، تلگرام، واتساپ، ایتا و ...)	
۱	نشریه الکترونیک	
۲	اینفوگرافی	چند رسانه ای
۲	موشن گرافی	
۲	فیلم کوتاه (حداکثر پنج دقیقه)	
۲	پادکست (حداکثر سه دقیقه)	
۲	عکس صنعتی (مرتبط با سازمان)	
۱	گزارش نشست خبری مدیرعامل سازمان	ارتباطات رسانه ای
۱	گزارش بازدید خبرنگاران از سازمان	
۱	گزارش مسئولیت اجتماعی	مسئولیت های اجتماعی

### بخش اول: پژوهش و افکار سنجی

- گزارش نظرسنجی درون سازمانی (یک اثر)
- گزارش نظرسنجی برون سازمانی (یک اثر)

#### توضیحات:

در این محور مجموعه فعالیت‌هایی که به منظور جهت‌دهی و بهبود مستمر فعالیت‌های سازمان و روابط عمومی صورت می‌گیرد؛ شامل: نظرسنجی‌های انجام شده در بوته ارزیابی قرار می‌گیرد و به برترین‌ها از لحاظ حرفه‌ای، موضوعی و علمی، جوایز اهدا می‌شود. متقاضیان لازم است در محور پژوهش و افکارسنجی حداکثر گزارش دو کار انجام شده توسط روابط عمومی یا به سفارش روابط عمومی که در زمینه فعالیت‌های روابط عمومی انجام شده است را ارسال نمایند. بررسی پژوهش‌های روابط عمومی‌ها بر حسب معیارهای ذیل است:

- ✓ رعایت نکات علمی در روش تحقیق
  - ✓ رعایت نکات علمی در انتخاب حجم نمونه و روش نمونه‌گیری
  - ✓ تجزیه و تحلیل نتایج به دست آمده بر اساس اهداف و سوالات اساسی تحقیق
  - ✓ کاربردی بودن تحقیقات و ارائه پیشنهاد ات کاربردی در سازمان
  - ✓ جدید بودن و داشتن اهمیت کافی موضوع در جهت اهداف سازمان
- گزارش نظرسنجی از جشن‌ها، جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، گردهمایی‌ها، ارباب‌رجوع، کارکنان، خانواده کارکنان و... که توسط روابط عمومی انجام شده است شامل این بخش می‌شود.

### بخش دوم: برنامه ریزی

- تدوین برنامه سالانه (سال ۱۴۰۲)

#### توضیحات:

یکی از زیربنایی‌ترین فعالیت‌های روابط عمومی تدوین برنامه و بودجه سالانه است. روابط عمومی‌ها می‌بایست در چهارچوب وظایف خود در راستای اهداف سازمان متبوع برنامه‌ریزی و فعالیت نمایند. در سازمان‌های امروزی، روابط عمومی‌ها پس از تحلیل وضعیت، اولویت‌های کاری را مشخص و در قالب یک برنامه‌ریزی کلان و فراگیر در دوره زمانی یکساله فعالیت‌ها و کلیه برنامه‌های خود را هدایت می‌کنند.

عمدتاً این برنامه که مشتمل بر مجموعه کارهای برنامه‌ای روابط عمومی است، منشور و چارچوب حرکت روابط عمومی را نمایان می‌سازد.

در این بخش فقط برنامه سالانه روابط عمومی که برای سال ۱۴۰۲ تدوین شده است مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. یک برنامه سالانه شامل اهداف، ضرورت‌ها، تعیین اولویت‌ها، رئوس برنامه‌ها، نحوه اجراء، بودجه‌بندی و زمان‌بندی است. همچنین برنامه روابط عمومی بایستی تمامی ابعاد فعالیتی از جمله: ارتباطات رسانه‌ای، ارتباطات مردمی، ارتباطات کارمندی، برنامه‌های فرهنگی و... را لحاظ کرده باشد.

#### بخش سوم: انتشارات

- بروشور یا کاتالوگ معرفی سازمان
- کتاب
- پوستر

#### توضیحات:

الف: بروشور: منظور از بروشور یا کاتالوگ محتوایی است که در زمینه معرفی سازمان در سال ۱۴۰۱ توسط روابط عمومی تولید شده است. روابط عمومی‌ها می‌توانند حداکثر یک نمونه کار را برای ارزیابی ارسال نمایند.

ب: کتاب: همچنین در برخی روابط عمومی‌ها کتب کاربردی مناسبی در زمینه فرهنگ سازمانی، زندگینامه کارآفرین، معرفی سازمان یا امثالهم تولید شده است که قابلیت الگوسازی برای سایر روابط عمومی‌ها را دارد و لازم است روابط عمومی اثر تولید شده را به جشنواره ارسال کنند. در این زمینه هر کدام از روابط عمومی‌ها می‌توانند حداکثر دو اثر تولید شده در سال ۱۴۰۱ را به جشنواره ارسال کنند.

ج: پوستر: یکی دیگر از فعالیتهای روابط عمومی تولید پوسترهای آموزشی، ترویجی یا تبلیغی با اولویت موضوعی درباره: فرهنگ سازمانی، ترویج کارآفرینی و اشتغال‌زایی، معرفی سازمان و مناسبت‌های ملی و صنعتی است که به عنوان یکی از شاخص‌های جشنواره مورد توجه قرار گرفته است. روابط عمومی‌های می‌توانند حداکثر دو اثر تولید شده در سال ۱۴۰۱ را برای ارزیابی به دبیرخانه جشنواره ارسال کنند.



### بخش چهارم: اینترنت و فضای مجازی

- وب سایت
- فضای مجازی (اینستاگرام، تلگرام، واتساپ و...)
- نشریه الکترونیک

#### توضیحات:

الف: وب سایت: منظور از وب سایت اینترنتی (رسانه آنلاین) سایتی است که توسط روابط عمومی و یا با همکاری روابط عمومی برای سازمان راه اندازی شده و فعالیت می کند. وب سایت معرفی شده به جشنواره بایستی در حاضر فعال باشد.

ب: فضای مجازی: همچنین در این بخش مجموعه فعالیتهای روابط عمومی در بخش فضای مجازی مورد ارزیابی قرار می گیرد. روابط عمومی ها بایستی آدرس پیج ها و یا لینکهای موارد درخواستی (اینستاگرام، تلگرام، واتساپ و...) را به جشنواره ارسال کنند.

ج: نشریه الکترونیک: علاوه بر این روابط عمومی هایی که نشریه الکترونیک در سال ۱۴۰۱ انتشار داده اند می توانند آثار خود را به جشنواره ارایه دهند.

### بخش پنجم: چند رسانه ای

- اینفوگرافی
- موشن گرافی
- فیلم کوتاه (حداکثر 5 دقیقه)
- پادکست (حداکثر سه دقیقه)
- عکس صنعتی (مر تبط با سازمان)

#### توضیحات:

در هر کدام از موضوعات این بخش حداکثر دو اثر ارسال گردد که توسط روابط عمومی ها یا با سفارش روابط عمومی ها تولید شده اند و توسط رسانه های گروهی ملی یا استانی و همچنین گردهمایی ها و نمایشگاهها مورد بهره برداری قرار گرفته اند.

اولویت موضوعی آثار ارسالی این بخش: صنعت، کارآفرینی و فرهنگ سازمانی است.

یاد آور می شود آثار ارسالی بایستی در سال ۱۴۰۱ تولید شده باشد.

آثار ارسالی در هر موضوع حداکثر دو مورد خواهد بود.

### بخش ششم: ارتباطات رسانه ای

- گزارش نشست خبری مدیرعامل سازمان
- گزارش برگزاری بازدید خبرنگاران از سازمان

#### توضیحات:

شرکت کنندگان در این بخش لازم است یک جلد گزارش بازتاب نشست خبری مدیرعامل سازمان و همچنین یک جلد گزارش از بازدید خبرنگاران از صنعت خودشان را به جشنواره ارسال نمایند. یاد آور می شود آثار ارسالی بایستی در سال ۱۴۰۱ تولید شده باشد.

### بخش هفتم: مسئولیت اجتماعی

- گزارش اقدامات مسئولیت اجتماعی

#### توضیحات:

روابط عمومی ها لازم است یک نسخه از گزارش اقدامات مسئولیت اجتماعی سازمان در سال ۱۴۰۱ را دبیرخانه جشنواره ارسال نمایند.