



جمهوری اسلامی ایران

وزارت نیرو

دفتر روابط عمومی و اطلاع رسانی

نخستین جشنواره

روابط عمومی های برتر

صنعت آب و برق

دفترچه خود ارزیابی

آذر ماه ۱۳۹۷

بنام خدا
دفترچه خود ارزیابی روابط عمومی های برتر
صنعت آب و برق

- مقدمه

وزارت نیرو به عنوان پیشران اصلی حرکت بخشهای گوناگون کشور ، از اقتصاد، کشاورزی و صنعت تا اسکان و آموزش و بهداشت، از سویی با حوزههای کلان و پایه ای کشور، از جمله صنایع راهبردی و امنیت سر و کار داشته و از دیگر سو با تک تک شهروندان در دورافتادهترین و کوچکترین اجتماعات کشور در تعامل است. همین امر موجب شده کار در وزارت نیرو نه صرفاً کنشی فنی در راستای تامین آب و برق، بلکه به همان اندازه و در مواردی به مراتب حساستر و مهمتر، کنشی اجتماعی و فرهنگی بوده و ورود و توجه به حوزه فرهنگ از اهمیت به سزایی در وزارت نیرو برخوردار شود.

در این میان روابط عمومیها در جایگاه واسطه سازمان و مردم، بیشترین وظیفه را در تبیین رویکرد اطلاع رسانی بهنگام و به موقع و همچنین رویکرد فرهنگی مجموعه داشته و مهمترین نهاد عامل در امر اطلاع زسانی، آموزش و تغییر فرهنگی هستند و از این رو، ارزیابی عملکرد آنان در ایجاد فضای گفتمان دوسویه بین سازمان و مردم، سرعت در شیوه کار و تغییر و اصلاح برخی روشها و بهره بردن از روشهای نوین از اهمیت به سزایی برخوردار است .

با عنایت به موارد فوق ، لزوم ارزیابی عملکرد به عنوان یک مسئولیت مدیریتی که استانداردهای عملکرد را مشخص و تعیین می کند ، ویژگیهای کارکنان و تخمین حدود توانایی آنها را ممکن و نیاز به آموزش و بهبود توانایی مجموعه روابط عمومی و کارکنان را مشخص می سازد، در مقطع فعلی ضرورتی انکار ناپذیر دارد.

بر این اساس نخستین جشنواره روابط عمومیهای برتر صنعت آب و برق با هدف سنجش عملکرد حقیقی کارکنان ، تجزیه و تحلیل نسبت عملکرد با استانداردهای مشخص شده ، بررسی و تحلیل انحرافات، تعیین راههایی برای اقدامات اصلاحی، ایجاد انگیزه در مجموعه روابط عمومیهای صنعت، بهبود مستمر عملکرد روابط عمومی های وزارت نیرو در راستای ایجاد فرصت های تعالی سازمانی و در نهایت تجلیل از همکاران و قدردانی از تلاش آنان، برگزار می شود.

۱- اهداف برگزاری جشنواره روابط عمومی های برتر صنعت آب و برق:

- معرفی رویکردهای نوین در روابط عمومی
 - تبیین راهبردها، اهداف و برنامه های روابط عمومی های صنعت آب و برق
 - سنجش عملکرد روابط عمومی ها، رتبه بندی و کمک به درک و کاهش فاصله بین اهداف و واقعیتها و ترغیب به یافتن راه حل های بهبود.
 - تعیین چارچوبی برای سنجش وضعیت اقدامات انجام شده، اجتناب از موازی کاری، دوباره کاری ها و تشخیص به موقع چالش ها و نقاط آسیب پذیر
 - شناسایی نقاط قوت و ضعف روابط عمومی ها و زمینه های قابل بهبود
 - تبادل تجربیات درون و برون سازمانی با بکارگیری ابزار بهینه کاوی (Benchmarking)
 - ایجاد انگیزه در جهت ارتقاء کارکرد و بهره وری روابط عمومی ها
- یادآوری ۱:** ارزیابی روابط عمومی های شرکت ها، در راستای تشویق آنها به توسعه و ارتقاء عملکرد در زمینه های مختلف است. رویکرد اینگونه ارزیابی ها، بررسی عملکرد شرکت ها در ارتباط با اطلاع رسانی، آگاهی بخشی و فرهنگ سازی و سایر موارد، می باشد.

۲- مراحل اجرا:

- ۲-۱- ارسال فیزیکی (الکترونیکی) دفترچه خود اظهاری به دفاتر روابط عمومی شرکت های زیر مجموعه از طریق شرکت های مادر تخصصی
 - ۲-۲- مطالعه دقیق دفترچه از سوی شرکت ها و تکمیل فرم شماره ۱ (مشخصات عمومی)
 - ۲-۳- تکمیل فرم شماره ۲ (معیارهای ارزیابی) بر اساس مستندات (خود ارزیابی و امتیاز دهی به زیر معیارها و معیارها)
 - ۲-۴- آماده سازی به تفکیک معیارها و زیر معیارها و ارسال نمونه مستنداتی که امتیاز دهی ها بر اساس آنها انجام شده، بصورت فیزیکی یا الکترونیکی به دبیرخانه جشنواره
 - ۲-۵- ارسال فرم های تکمیل شده به همراه مستندات ضمیمه به کمیته های تخصصی که شامل تعدادی از ارزیابان تخصصی هر حوزه (آب و برق) و نمایندگان شرکت های مادر تخصصی (برای ارزیابی نهائی).
 - ۲-۶- از شرکتها براساس شاخص های تعیین شده، با حضور مقامات ارشد وزارت نیرو تقدیر شایسته بعمل خواهد آمد.
- تبصره ۱:** حداقل ۳ شرکت حائز رتبه برتر خواهند بود.
- تبصره ۲:** در ارزیابی نهائی، سطوح شرکت ها از لحاظ منطقه جغرافیائی، امکانات و بودجه نیز لحاظ خواهد شد.

تبصره ۳: برای ارزیابان ، حرکت در راستای راهبردهای اصلی وزارت نیرو در اولویت قرار خواهد داشت.

یادآوری ۲: شرکت‌های مپنا، آب نیرو، مدیریت شبکه، موسسه تحقیقات آب و گنجینه آب نیز جزء شرکت‌های ارزیابی شونده می باشند.

تبصره ۴: در این ارزیابی ساتبا نیز در کنار شرکتهای مادر تخصصی ارزیابی خواهد شد.

۳- معیارهای ارزیابی

ارزیابی روابط عمومی ها در سر فصل هایی به شرح زیر انجام می شود :

- ۱- فرهنگ سازی و آموزش همگانی
- ۲- ارتباط با رسانه ها (دیداری ، شنیداری ، مکتوب و مجازی)
- ۳- ارتباط با پایگاه خبری وزارت نیرو (پاون)
- ۴- ارتباط با رادیو و تلویزیون اینترنتی
- ۵- پژوهش و افکار سنجی
- ۶- انتشارات و مستند سازی
- ۷- تبلیغات (محیطی - رسانه‌ای)
- ۸- مدیریت و برنامه ریزی
- ۹- حضور در فضای مجازی و جریان سازی خبری از طریق شبکه‌های اجتماعی
- ۱۰- جشنواره و نمایشگاه
- ۱۱- نو آوری و خلاقیت
- ۱۲- ارتباطات درون سازمانی
- ۱۳- آموزش همکاران روابط عمومی و اصحاب رسانه

۱- فرهنگ سازی و آموزش همگانی

از آنجاکه فرهنگ سازی در راستای مدیریت تقاضا در دوره جدید بعنوان یکی از رویکردهای اصلی وزارت نیرو مورد توجه ویژه واقع شده و در نظر است قدم‌های بلندی در راستای مدیریت صحیح بهره برداری از ظرفیت های موجود صورت پذیرد، کلیه اقداماتی که شرکت‌ها در راستای فرهنگ‌سازی مدیریت تقاضای آب و برق انجام داده باشند که اثربخش بوده و موجب کاهش مصرف آب و برق توسط مردم شده باشد در این معیار بر اساس کیفیت، اثرگذاری، وجوه هنری و ... ارزیابی و امتیازدهی می شود.

برگزاری آموزش های همگانی برای مردم و مخاطبان و انجام اقدامات مناسب مشترک با سایر ارگان ها و وزارت خانه ها از جمله آموزش و پرورش نیز در این معیار مد نظر می باشد.

۲- ارتباط با رسانه ها

ارتباط با رسانه ها، مجموعه اقداماتی است که برای انعکاس فعالیت های شرکت و آگاهی بخشی مشترکین خود، با بهره گیری از توان رسانه های ارتباط جمعی (از جمله سمعی، بصری، مجازی و مکتوب) انجام می دهند. این اقدامات می تواند شامل: تهیه خبر، تهیه گزارش، تولید مصاحبه های مدیران، کارشناسان، متن جوابیه ها، فیلم های خبری و تولید و پخش گزارش های تلویزیونی و رادیویی باشد. در این ارتباط فرآیندهای حرفه ای کیفیت تهیه، تنظیم و ارسال خبر بنا به ویژگی های هر رسانه می بایست رعایت شده باشد. بطور مثال بنا به ویژگی رسانه های تصویری، صوتی و مکتوب، نگارش، تنظیم و تدوین خبر متفاوت باشد.

۳- ارتباط با پایگاه خبری وزارت نیرو (پاون)

پایگاه خبری وزارت نیرو، در راستای اطلاع رسانی دقیق و به هنگام ایجاد شده که مأموریت آن انعکاس اخبار وزارت نیرو می باشد. این پایگاه مرجع رسمی اطلاع رسانی وزارت نیرو است که سایر رسانه ها از اخبار و مطالب آن بعنوان مرجع اصلی استفاده می نمایند. بدیهی است که بخش عمده ای از محتوای این پایگاه از طریق شرکت های زیرمجموعه تامین می شود و میزان همکاری آنان می تواند به این پایگاه غنا بخشد.

۴- ارتباط و همکاری با رادیو و تلویزیون اینترنتی

رادیو و تلویزیون اینترنتی وزارت نیرو در راستای اطلاع رسانی دقیق و به هنگام ایجاد شده که مأموریت آن انعکاس اخبار وزارت نیرو از طریق رادیو و تلویزیون می باشد. از آنجا که بخش عمده ای از محتوای رادیو و تلویزیون اینترنتی وزارت نیرو از طریق شرکت های زیرمجموعه تامین می شود، میزان همکاری آنان می تواند در انعکاس اثربخش اخبار و گزارش عملکرد وزارت نیرو از طریق رادیو و تلویزیون اینترنتی و در اسرع وقت دقت لازم مؤثر باشد.

۵- پژوهش و افکار سنجی

پژوهش و افکارسنجی آن بخش از اقداماتی است که با هدف بررسی، تحلیل و تحقیق در موضوعات مختلف درون و برون سازمانی برای شناخت و حل مسائل و مشکلات صورت می گیرد. در این راستا کیفیت، کمیت، اثربخشی و استمرار افکار سنجی در طول سال مورد تاکید می باشد.

۶- انتشارات و مستند سازی

شامل نشریه‌های درون سازمانی، بروشور، جزوه، کتاب، کاتالوگ و یا هر مورد دیگر مرتبط با فعالیت‌های شرکت که به شیوه‌های نوین اطلاع‌رسانی بصورت فیزیکی یا الکترونیکی منتشر شده باشد. در این معیار تصریح هدف، مخاطب، نتیجه و برونداد اقدام و همچنین گرافیک و طراحی خاص مدنظر می‌باشد.

مستندسازی تجربیات بصورت پکیج کامل (مکتوب یا الکترونیکی) و چگونگی ارائه و انتقال آن به منظور مدیریت دانش و ثبت تجربیات و بهره‌برداری از آن مدنظر است.

۷- تبلیغات (محیطی و رسانه‌ای)

اطلاع‌رسانی و انجام تبلیغات محیطی و رسانه‌ای می‌تواند در انعکاس عملکرد وزارت نیرو و شرکت‌های زیرمجموعه، نقش بسیار مؤثری داشته باشد. از آنجا که اقدامات وزارت نیرو در راستای ارتقاء رضایت مندی مردم می‌باشد، لذا بهره‌گیری از این فرصت می‌تواند علاوه بر تبلیغ کارها و اقدامات انجام شده، ابزاری برای اطلاع‌رسانی‌های داخلی هم باشد استفاده از بیلبوردهای موجود و رسانه‌های مختلف از جمله مדיاها برای تبلیغ در این بخش مدنظر می‌باشد.

۸- مدیریت و برنامه ریزی

در این بخش داشتن اهداف، راهبردها و برنامه‌های عملیاتی سالیانه مدنظر می‌باشد. همچنین در این بخش مجموعه فعالیت‌هایی مدنظر است که به منظور ایجاد بسترهای لازم در جهت افزایش بهره‌وری صورت گیرد و شامل برنامه‌ریزی ارتباطی در حوزه‌های اعتبارات، منابع انسانی متخصص؛ تهیه برنامه اجرایی مدون که قابلیت اجرایی شدن را داشته باشد، می‌شود.

به عنوان مثال یک کار خوب در زمینه مدیریت می‌تواند ویژگی‌های زیر را داشته باشد.

۱. داشتن اهداف و برنامه‌های عملیاتی برای هر سال
۲. ابتکاری و غیر تکراری بودن
۳. تاثیر گذار بر رفتار مخاطبان
۴. فراگیر بودن (تعداد بیشتری از مخاطبان را به لحاظ پوشش جمعیتی شامل شود)
۵. این فعالیت بر اساس مطالعات علمی تدوین شده باشد

۶. ارزیابی آثار ناشی از اجرای فعالیت (بررسی و تحقیق در مورد میزان اثرگذاری در جامعه هدف و میزان دستیابی به اهداف)

۷. صرف حداقل هزینه برای اجرای کار مورد نظر

در این بخش ارسال یک مورد از مستندات مرتبط ضروری است بعنوان مثال مستندات تدوین اهداف و برنامه‌های عملیاتی و استفاده از منابع انسانی متخصص در این راستا همچنین تدوین علمی و میزان حصول به نتایج در این معیار، مورد تاکید می باشد.

۹- حضور در فضای مجازی و جریان سازی خبری از طریق شبکه‌های اجتماعی

بهره‌گیری مناسب از زیرساختها و تکنیک‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی مثل وب سایت، خبرنامه الکترونیک، سایت خبری، کانال‌هایی بر بستر شبکه‌های اجتماعی است موجب افزایش سرعت، دقت و بهبود فعالیت‌های روابط عمومی می شود. کیفیت برتر سامانه‌ها و چگونگی بهره برداری از آنها در این معیار، مورد تاکید می باشد.

۱۰- جشنواره و نمایشگاه

برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها باید با رعایت شرایط زیر باشد:

- ۱- در راستای اهداف و رویکردهای وزارت نیرو باشد
- ۲- با بررسی و مطالعه بازار هدف و مخاطبان و سایر شرایط برگزار شود.
- ۳- مطابق با آئین نامه‌ها و بخشنامه‌های وزارت نیرو باشد.
- ۴- با رعایت صرفه جویی و پرهیز از هزینه‌های غیر ضروری، حداکثر کیفیت و بازدهی را دارا باشد.
- ۵- مستندات کامل برگزاری و گزارش‌های تحلیلی وجود داشته باشد.
- ۶- نوآوری و خلاقیت در برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها دخیل باشد.
- ۷- دستاوردها و اثربخشی برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها مشخص شود.

۱۱- نوآوری و خلاقیت

الف) نوآوری یا خلاقیت (کار برتر)

منظور از کار یا فعالیت برتر، کاری است که انجام و اجرای آن تاثیر محسوسی داشته است و نتایج اجرای آن فعالیت منتج به بهبود اجرای برنامه‌های سازمان و یا پیشگیری از بحران یا حل مشکل و معضل سازمانی شده باشد.

ب) ویژگیهای کاربرتر

- ۱) (تازه بودن کار) کار برای اولین بار در سطح شرکت ها اجرا شده باشد .
- ۲) نتیجه این فعالیت به اجرای برنامه های شرکت و یا حل مشکل و یا مسأله سازمانی کمک نماید یا از بحرانی فراگیر پیشگیری کند .
- ۳) آثار و جوانب انجام این فعالیت مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته باشد (گزارش علمی ، مدیریتی در این خصوص تهیه شده باشد)

ج) گزارش کار انجام شده به عنوان کار برتر باید حاوی اطلاعات زیر باشد :

- مسأله شناسی : طرح مشکل یا مسأله ای که دستگاه با آن مواجه است .
- هدف گذاری : اهدافی که شرکت از اجرای این طرح به دنبال آن بوده است .
- اجرا : شیوه های اجرای فعالیت به منظور حل مشکل یا پیشگیری از بحران
- ارزیابی : بررسی و ارزیابی آثار ناشی از اجرای فعالیت، رایحه پیشنهادات و سایر راهکارهای عملی و تأثیرگذار.

د) مستندات کار برتر

- مدارک و مستندات کار برتر باید به شکل جامع و کامل نشان دهنده ابعاد مختلف فعالیت برتر باشد .
- (برای هر کار فایلی جداگانه تهیه و ضمن ترسیم و توصیف گزارش کار بند ج) مستندات لازم پیوست شود.

طرح موضوع (تعریف مسأله)

- پیاده سازی و اجرای طرح در سطح سازمان، منطقه (استان) و یا کشور
- آثاری که انجام فعالیت برتر در حوزه فعالیت برتر در حوزه فعالیت شرکت یا جامعه هدف داشته باشد .
- به عنوان مثال مستنداتی دال بر اینکه آن نوآوری توانسته است در افزایش رضایت و مشارکت کارکنان سازمان، تأثیر گذار باشد یا یک پژوهش داخلی در حل یک مسأله و مشکل ساز بوده، یا اینکه تهیه یک فیلم بر تصمیم گیری های سازمانی یا مخاطبان بیرونی مانند مسئولان محلی و منطقه ای اثر گذاشته و به رفع پاره ای از مشکلات سازمان در تحقق هدفهای سازمانی کمک کرده باشد.

۱۲- ارتباطات درون سازمانی

- با توجه به اینکه ارتباطات درون سازمانی، بها دادن به همکاران ، ایجاد انگیزه در آنان و مشارکت و آشنائی خانواده های آنان با ماموریت های سازمانی شرکت های صنعت آب و برق می تواند در ارتقاء اثربخشی فعالیتهای سازمان موثر باشد ، در این بخش معیارهای مرتبط با این موضوع مد نظر قرار می گیرد.

۱۳- آموزش همکاران روابط عمومی و رسانه‌ها

از آنجا که آموزش می‌تواند نقش اساسی در بهبود عملکرد و ارتقاء بهره‌وری در روابط عمومی‌ها ایفاء کند و همچنین آموزش و آگاه‌سازی اصحاب رسانه از فعالیتهای و خدمات صنعت آب و برق می‌تواند در همراه‌سازی آنها تاثیرگذار باشد، لذا توجه به امر آموزش و یادگیری در این معیار مدنظر می‌باشد.

نفر / ساعت دوره‌ها و سمینارهای آموزشی برای کارکنان روابط عمومی و اصحاب رسانه بعنوان معیارهای اصلی در این بخش می‌باشند.

مشخصات عمومی شرکت

فرم شماره (۱)

سابقه خدمت در پست روابط عمومی: سال شماره مستقیم دفتر روابط عمومی: شماره دورنگار دفتر روابط عمومی: شماره همراه مسئول روابط عمومی: آدرس پست الکترونیکی:	نام و نام خانوادگی مدیر روابط عمومی: مدرک تحصیلی: رشته تحصیلی: گرایش: سابقه خدمت: .. سال	نام شرکت: شماره تماس: نام مدیرعامل: تلفن مستقیم مدیرعامل: مدیریت سایت: واحد نمابر: آدرس:
آیا غیر از فعالیت در روابط عمومی مسئولیت دیگری هم بعهده شما گذاشته شده است؟ لطفاً نوع مسئولیت را قید فرمایید؟	چه تعداد نیرو در حال حاضر و خارج از چارت سازمانی در واحد روابط عمومی مشغول به خدمت هستند؟	مطابق با چارت سازمانی دستگاه شما چند نفر نیرو در واحد روابط عمومی می توانند خدمت نمایند؟
پایین تر از لیسانس:	لیسانس به بالا:	تعداد کارکنان رسمی:
پایین تر از لیسانس:	لیسانس به بالا:	تعداد کارکنان غیر رسمی:
شما در دفتر روابط عمومی دارای کدام یک از امکانات زیر هستید؟		
(۱) اتاق مستقل <input type="checkbox"/> (۲) تلفن و دورنگار مستقیم <input type="checkbox"/> (۳) دسترسی اینترنت آنلاین <input type="checkbox"/> (۴) دستگاه کپی <input type="checkbox"/> (۵) پرینتر رنگی <input type="checkbox"/> (۶) دوربین عکاسی <input type="checkbox"/> (۷) دوربین فیلمبرداری <input type="checkbox"/> (۸) تلویزیون اینترنتی <input type="checkbox"/> (۹) سایر <input type="checkbox"/>		
آدرس پستی: استان:	شهرستان:	خیابان: کد پستی:
آدرس وب سایت:	ایمیل:	
امضای مدیر روابط عمومی:	این شرکت با تکمیل و ارسال دفترچه خود اظهاری آمادگی خود را با توجه به معیارهای تعریف شده و فعالیتهای انجام یافته برای ارزیابی اعلام داشته و صحت اطلاعات خود ارزیابی را مورد تایید قرار می-دهد. نام مدیرعامل: تاریخ تکمیل: مهر و امضاء	
تاریخ تکمیل:		

فرم شماره ۲- فرم ارزیابی معیارها

کد	معیارهای عمومی	ضریب وزنی	زیر معیارها	تعداد	امتیاز خود ارزیابی	امتیاز نهائی
۱	فرهنگ سازی و آموزش همگانی	۱۵۰	۱- تولید فیلم آموزشی ۲- آموزش همگانی ۳- تولید تیزر ۴- عکس ۵- تولید انیمیشن ۶- کاریکاتور ۷- پوستر			
جمع معیار ۱						
۲	ارتباط با رسانه ها	۱۰۰	۱- تهیه و ارسال خبر به رسانه ها ۲- تهیه و ارسال گزارش به رسانه ها ۳- تهیه و ارسال فیلم خبری به رسانه ها ۴- ارسال جوابیه به رسانه ها ۵- تهیه گزارش های رادیویی ۶- تهیه گزارش های تلویزیونی ۷- تهیه و تولید مصاحبه ها ۸- حضور موثر مدیران و کارشناسان در صدا و سیما ۹- برگزاری جشنواره ها و برنامه های انگیزشی برای اصحاب رسانه ۱۰- پخش زیر نویس در سیما ۱۱- آگهی های میان برنامه در صدا و سیما ۱۲- برنامه های مستند مرتبط با صنعت			
جمع معیار ۲						
۳	ارتباط با پایگاه خبری وزارت نیرو (پاون)	۵۰	۱- تعداد اخبار تولید شده ۲- تعداد اخبار ارسال شده به پاون ۳- تعداد اخبار منتشر شده در پاون			
جمع معیار ۳						
۴	ارتباط با رادیو و تلویزیون اینترنتی	۵۰	۱- تعداد خبر ارسال شده به رادیو اینترنتی ۲- تعداد خبر ارسال شده به تلویزیون اینترنتی ۳- تعداد خبر پخش شده در رادیو اینترنتی ۴- تعداد خبر پخش شده در تلویزیون اینترنتی ۵- راه اندازی TV اینترنتی			
جمع معیار ۴						

			<p>۱- تعداد پیمایشهای منطقه‌ای در حوزه مسائل اجتماعی صنعت</p> <p>۲-تعداد طرحهای پژوهشی در حوزه مسائل اجتماعی صنعت</p> <p>۳-تعداد نظرسنجی موثر از مردم</p> <p>۴-تعداد نظرسنجی موثر از کارکنان</p> <p>۵-تعداد بازدید کنندگان از تاسیسات</p>	۵۰	پژوهش و افکار سنجی	۵
			جمع معیار ۵			
			<p>۱-نشریه‌های درون سازمانی (ترجیحاً الکترونیکی)</p> <p>۲-تعداد بروشورهای مدیریت مصرف</p> <p>۳-تعداد کتاب</p> <p>۴-اطلاعیه‌ها یا بیانیه‌های مختلف</p> <p>۵-پوستر یا کاتالوگ</p> <p>۶-تعداد تجارب مدیریتی یا فنی ثبت شده</p> <p>۷-تعداد مستندات تهیه شده از پروژه ها و رویدادها</p>	۵۰	انتشارات و مستند سازی	۶
			جمع معیار ۶			
			<p>۱- تعداد (تنوع) تبلیغات محیطی از جمله چاپ بنر ...</p> <p>۲- تعداد اطلاع رسانی بعمل آمده از طریق بیلبوردها</p> <p>۳- تعداد تبلیغات از طریق رسانه‌های محیطی</p>	۵۰	تبلیغات (محیطی - رسانه ای)	۷
			جمع معیار ۷			
			<p>۱-درصد حصول اهداف و برنامه های عملیاتی</p> <p>۲-درصد استقرار مدیریت دانش در فعالیتهای روابط عمومی</p> <p>۳-کسب رتبه های استانی</p> <p>۴-انجام بهینه کاری (Benchmarking) با روابط عمومی سایر سازمانها</p>	۱۰۰	مدیریت و برنامه ریزی	۸
			جمع معیار ۸			
			<p>۱-دارا بودن سایت خبری مستقل</p> <p>۲-دارا بودن نشریه الکترونیکی</p> <p>۳-دارا بودن پست الکترونیکی مستقل برای روابط عمومی (در Domain های مختلف و هر استفاده و خدمت رسانی دیگر در فضای دیجیتال)</p> <p>۴-دارا بودن بستر شبکه های اجتماعی جهت نشر محتوا</p> <p>۵-دارا بودن سیستم ارسال پیام کوتاه</p> <p>۶-تعداد گزارشهای ارسال شده به روابط عمومی وزارت نیرو (از شبکه های اجتماعی)</p> <p>۷-تعداد اخبار گزارشهای منتشر شده در شبکه های اجتماعی استان</p>	۵۰	حضور در فضای مجازی و جریان سازی خبری از طریق شبکه‌های اجتماعی	۹

			جمع معیار ۹		
			۱- تعداد نمایشگاه های برگزار شده ۲- تعداد حضور در نمایشگاه های داخلی ۳- تعداد حضور در نمایشگاه های خارجی ۴- تعداد جشنواره ها یا مسابقات فرهنگی برگزار شده	۱۰۰	جشنواره و نمایشگاه
			جمع معیار ۱۰		
			۱- ایده ، طرح اجرایی و نوآوری در زمینه فعالیت های فرهنگ سازی و روابط عمومی • تهیه Time laps (فیلم تکمیل پروژه) ، • ساخت ماکت • تهیه عکس پانوراما و ... ۲- تالیف و ترجمه کتاب و مقاله در زمینه روابط عمومی ۳- کسب جایزه در کنفرانس های ملی و بین المللی در موضوعات روابط عمومی	۱۰۰	نو آوری و خلاقیت
			جمع معیار ۱۱		
			۰- برگزاری مناسبت های ملی و مذهبی ۱- برگزاری اردوهای فرهنگی ۲- فرهنگ سازی و مدیریت مصرف بین همکاران ۳- برگزاری مسابقات فرهنگی ۴- برگزاری جشن های فرهنگی (برای خانواده همکاران)	۵۰	ارتباطات درون سازمانی
			جمع معیار ۱۲		
			۱-تعداد نفر و ساعت آموزش برای همکاران روابط عمومی ۲-تعداد نفر و ساعت آموزش برای اصحاب رسانه ۳-تعداد نفر و روز حضور همکاران در همایش های آموزشی	۱۰۰	آموزش همکاران روابط عمومی و اصحاب رسانه
					جمع کل امتیاز