

نهمین جشنواره روابط عمومی های برتر صنعت بیمه

اولین دوره این جشنواره در سال ۱۳۸۷ برگزار شد.

اهداف:

- پویایی و تبیین مقایسه بین روابط عمومی های صنعت بیمه کشور
- تقدیر و تجلیل از فعالان عرصه روابط عمومی های صنعت بیمه و معرفی آثار برتر
- ایجاد رقابت، تحول، پویایی و نوآوری در روابط عمومی های صنعت بیمه
- به اشتراک گذاردن تجربیات پدیدآورندگان آثار برتر با سایر مجموعه های همکار
- برقراری وحدت رویه در فرهنگ سازی بیمه

فرایند اجرایی:

- تصویب در شورای هماهنگی مدیران روابط عمومی صنعت بیمه کشور
- تایید رئیس کل بیمه مرکزی
- تهیه فراخوان ارسال آثار ۱۴۰۲/۱/۲۸
- مهلت دریافت آثار: ۱۱ اردیبهشت
- طبقه بندی آثار: از ۱۱ الی ۱۵ اردیبهشت
- داوری آثار از ۱۵ الی ۲۵ اردیبهشت
- اختتامیه: اول خرداد ۱۴۰۲ (همزمان با هفته روابط عمومی)

اعضای هیئت داوران:

دکتر محمد سلطانی فر: مدیر گروه ارتباطات اجتماعی واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد / رئیس کمیته غلمی دبیرخانه دائمی همایش روابط عمومی الکترونیک / استاد پیشگام روابط عمومی الکترونیک .

دکتر اکبر نصرالهی: دکتری مدیریت رسانه، عضو هیات علمی گروه مدیریت رسانه دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، رئیس دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، عضو هیات امنا و شورای سیاستگذاری روزنامه فرهیختگان/مؤلف کتابهای اصول خبر نویسی، چینش اخبار، جنگ روانی، مدیریت پوشش اخبار بحران در رسانه های حرفه ای

دکتر مریم سلیمی: دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، کارشناسی ارشد گرافیک و کارشناسی ارشد روزنامه نگاری / مدرس دانشگاه های آزاد، سوره / عضو کارگروه تخصصی گرافیک کتاب ها و مواد درسی در سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی وزارت آموزش و پرورش، یکی از مؤلفان کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم و همچنین مشاور رسانه ای سازمان های متعدد، داور مقالات برخی مجلات علمی و نیز داور بعضی جشنواره های دانشجویی /مسئول تیم گرافیک خبری و اطلاع رسان خبرگزاری نسیم است

دکتر حسن بشیر: عضویت در هیات علمی دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)، معاونت پژوهشی دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)، ریاست دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) / تالیف، ترجمه و ویراستاری بیش از ۵۰ عنوان کتاب و دانشنامه، ۱۴۰ عنوان مقاله داخلی و خارجی

دکتر داود زارعیان: ارایه مقالات مختلف در سمینارهای متعدد تخصصی روابط عمومی، روزنامه‌نگاری و فناوری اطلاعات عضو کمیته علمی دومین دوره همایش روابط عمومی الکترونیک به عضویت کمیته علمی در آمده است. / استاد پیشگام روابط عمومی الکترونیک.

- آثار مورد بررسی : مربوط به فعالیت های و برنامه های انجام شده در طول سال ۱۴۰۱ است.

محورهای تخصصی نه گانه:

انتشارات:

شاخص ها: کیفیت اثر / کمیت اثر / انطباق کلی نمونه فعالیت با اهداف شرکت / محتوی / اخلاقیت / نوع چاپ و طراحی / مخاطب شناسی / استفاده از تکنیک های آماری / ویرایش و نگارش / ارزیابی کلی اثر

ارتباط با رسانه ها:

شاخصها: خبر و گزارش خبری / تحلیل و مقاله / مصاحبه و نشست خبری / پوشش خبری مراسم / جوابیه و روشننگری / معاشرت رسانه ای / آگهی رسانه ای / تور رسانه ای / اخلاقیت و نوآوری / کمیت موضوعات و انواع روشهای کار

امور تبلیغاتی

شاخص ها: کیفیت اثر / کمیت اثر / انطباق کلی نمونه فعالیت با اهداف شرکت / محتوی اثر / اخلاقیت / هنری بودن اثر / مخاطب شناسی / استفاده از تکنیک های نو / تنوع اثر / ارزیابی کلی اثر

روابط عمومی الکترونیک

شاخص ها: استفاده از تکنیک های نو / تنوع اثر / ارزیابی کلی اثر / وب سایت سازمان / خبرنامه الکترونیکی / نظرسنجی الکترونیکی / سامانه پیامکی / تولید محتوای چند رسانه ای / پادکست، ویدئو کست، فیلم، موشن گرافیک / اپلیکیشن / فعالیت در شبکه های اجتماعی (ایجاد کانال ، گروه و صفحه) / فعالیت مرکز تماس و اطلاع رسانی

مطالعات (پژوهش های) اجتماعی

شاخص ها: موضوع پژوهش در راستای حل مسایل شرکت/ارایه مدون تحقیق براساس اصول علمی /استفاده از نمودار و جداول آماری و دوبعدی /تجزیه و تحلیل و طبقه بندی ونتایج و پیشنهادات/انعکاس نتایج نظرسنجی ها به مدیریت/داشتن واحد مطالعات و افکار سنجی/توجه به سنجش افکار درونی سازمان/کاربردی بودن برای امور روابط عمومی و شرکت/خلاقیت و برجستگی ارایه در کار/کمیت موضوعات و انواع روشهای کار

ارتباطات درون سازمانی :

شاخص ها: مراسم و جشن/ارتباط با کارکنان/ارتباط با خانواده کارکنان/دستورالعمل های اجرایی/ارتباط با مخاطبان/حمایت از مخاطبان/نرم افزارهای تولید شده در موضوع/ارزیابی اجرای کار

مدیریت و برنامه ریزی:

شاخص ها:مسئله شناسی ارتباطی/تعیین اهداف و استراتژی/تعیین مخاطبان هدف/پی گیری جذب نیروی انسانی/جذب منابع و امکانات/ساماندهی فعالیتهای روابط عمومی/برنامه ریزی و آموزش نیروی انسانی/نظارت و ارزیابی برنامه ها/ارتباط و مشاوره به مدیریت/

رضایت سنجی:

شاخص ها: طرح /تعیین روشهای اخذ رضایت/ابزارهای ارتباط با مشتریان/رویکردهویت بصری/فعالیت های پژوهشی مرتبط/روشهای نظر سنجی/رویکرد مسوولیت اجتماعی/اخذ بازخورد از مشتریان/فعالیت های مرتبط با تقویت برند/ارتبط با ذینفعان

خلاقیت و نوآوری

شاخص ها: طرح مکتوب کار خلاقانه/اثرگذاری سازمانی کار خلاقانه/اثرگذاری عمومی کار خلاقانه/گزارش عملیاتی شدن کار خلاقانه/قابلیت الگوبرداری از کار خلاقانه/مستندسازی تصویری و مکتوب کار خلاقانه/جوایز اخذ شده توسط کار خلاقانه/ارزیابی اجرای کار خلاقانه/

✓ همانگونه که ملاحظه می شود برای هر کدام از این محورهای نه گانه شاخص های مختلف و متعدد تعریف شده و هریک از داوران بصورت مستقل به ارزیابی آثار پرداختند.

نکات تکمیلی:

- داوری آثار بر اساس آثار ارسالی به دبیرخانه صورت گرفته است و نه بر اساس عملکرد آنها. ملاک اصلی قضاوت، آثار دریافتی بوده است.و اتفاقا مستند سازی عملکردها در روابط عمومی ها یک هنر است.
- نکته دیگر اینکه تمرکز فعالیت های روابط عمومی بر محورهای انتشارات و تبلیغات بوده است و در سایر حوزه ها رقابت خیلی زیاد نبوده است.
- داوری توسط تیمی متخصص و علمی بدون سوگیری و جهت گیری و با استقلال کامل انجام شده است.