**شرح وظایف روابط عمومی**

عمده فعاليت :

- ارسال خبر، گزارش خبري (با تصوير و يا بدون تصوير) ‏

- برگزاري مصاحبه با رؤساي ادارات و كارشناسان

- جوابگويي به رسانه ها در مواردي كه سوالي مطرح نموده اند ‏

- برگزاري توربازديد اصحاب رسانه از فعاليت ها و پروژه هاي شاخص

- برگزاري جلسات و نشست هاي كاري با اصحاب رسانه ‏

- تهيه بريده جرايد و بولتن خبري در سطح شهرستان

- تهيه آرشيو فيلم و صدا از اخبار منعكس شده از صداوسيما

- تهيه گزارش عملكرد از فعاليتهاي بخش ارتباط با رسانه بصورت سه ماهه در قالب ‏گزارش كارفصلي ‏(نظام نامه اطلاع يابي واطلاع رساني توسط مديريت روابط عمومي تهيه و ارائه شده است.)‏

ب) ارتباطات مردمي

ديدار چهره به چهره هميشه از اساسي ترين ابزار ارتباطات بوده و هست ‏‏.با اين نوع ارتباطات بسياري از مشكلات بصورت آني مرتفع مي شود لذا با ‏توجه به اهميت موضوع مسئولين روابط عمومي بايد براي اين مقوله جايگاه ‏ويژه اي در نظر بگيرند .‏

 عمده فعاليت :

- تهيه و تنظيم تقويم ملاقات مردمي مدير شهرستان ، ديدارباكاركنان و اعلام به همه ‏رسانه ها ، مردم و همكاران

- تهيه گزارش از روند اجراي اين ملاقات ها بصورت سه ماهه ‏

- ارزيابي اين نشست ها و ملاقات ها با ابزار فرمهاي نظرسنجي ‏

- برنامه ريزي براي نشست هاي صميمي همكاران با مدير بصورت بخش بخش در طي ‏هفته (همه همكاران در طي هرسال 2 نشست با مدير داشته باشند .)‏

- حضورمديران درمجامع عمومي(نمازجمعه،اجتماعات ملي ومذهبي و...)‏

ج( همايش / مراسم / نمايشگاه

 يكي از فنون روابط عمومي براي معرفي دستاوردهاي بخش خود ‏برگزاري همايش ،مراسم يا نمايشگاه است و مسئول روابط عمومي ‏بايد ضمن داشتن تقويم برگزاري اينگونه برنامه ها با استفاده از ‏تكنيك هاي برگزاري موارد ذكرشده راارزيابي نمايد .‏

عمده فعاليت :

‏ - تهيه تقويم برگزاري همايش / مراسم / نمايشگاه در شهرستان ‏

- برنامه ريزي عملياتي برگزاري نمايشگاه ‏

- استفاده از امكانات روز در همايش ها،مراسم ونمايشگاهها

د ) انتشارات

يكي ديگر از ابزارهاي روابط عمومي براي نشر و اطلاع رساني برنامه ‏ها فعاليت هاي انتشارات مي باشد. براين اساس روابط عمومي ضمن ‏داشتن هدف از انتشارات ، لازم است تقويم زمان بندي شده اي براي ‏تمامي برنامه ها تهيه و بر اساس آن فعاليت نمايد . ضمناً ضروري ‏نيست كه حتماً اين انتشارات با هزينه گزاف و گران انجام شود بلكه ‏ماهيت و محتواي آن بسيار مهم است .‏

عمده فعاليت :

- داشتن تقويم فعاليت انتشاراتي درسال ‏

- پوشش تمام فعاليتهاي مديريت در حوزه انتشارات درقالب ‏بروشوربنر،استند،سي دي،كاتالوگ، پوسترو... ‏

هـ) تبليغات محيطي

 فضاسازي محيط اداري هميشه توانسته است ديدگاه مخاطبين سازمان ‏را نسبت به آن سازمان تغيير يا اصلاح نمايد .‏

عمده فعاليت :

- تهيه تقويم آذين بندي ساختمان اداري به مناسبت هاي مختلف ‏

- نظارت بر تزئين فضاي داخلي و بيروني ساختمان هاي اداري

- نصب پوسترهاوبروشورهاوكاتالوگ هاي تبليغاتي درتابلوي اعلانات ‏

- نصب پلاكارد در محل هاي اجتماع مردم مثل نمازجمعه و ...‏  )

سمعي و بصري:

تهيه اسناد تصوير از فعاليت سازمان بسيار مهم و ضروري است و ‏داشتن آرشيوي از آن در مديريت ضروري تر ، سمعيبصري چشم و ‏چراغ سازمان براي مخاطب است زيرا تا مخاطب نتواند بصورت ‏تصاويرفعاليت را ببيند قانع نخواهد شد .‏ ‏

عمده فعاليت :

- داشتن آرشيو فني از فعاليت هاي سمعي بصري ‏

- قابل ارائه بودن اين فعاليت در كمترين زمان به مديريت (بصورت الكترونيكي ‏وحجمي)‏

- نصب و پخش تصاوير براي همكاران به مناسبت هاي مختلف و بهره برداري آنها ‏ )

پژوهش و افكار سنجي

مناسب است درروابط عمومي هركاري بر اساس پژوهش انجام شود و ‏داشتن پژوهش، آن هم بصورت افكارسنجي ضروري است ،علت اين امر ‏هم بدست آوردن اطلاعات فوري از روند فعاليتي است كه انجام مي ‏شود.ضمناً افكارسنجي بايد در زمان كوتاه مطالب مفيد را در اختيار ‏مديريت قرار بدهد و اصطلاحاً تحقيق ساندويچي هم ‏ مي گويند .‏

 عمده فعاليت :

 - داشتن تقويم اجرايي طرح نظرسنجي طي يكسال براي فعاليتهاي درون سازماني يابرون سازماني ‏

- داشتن فرم هاي خام نظرسنجي براي موضوعات خاص و يا طراحي فرم جديد با ‏توجه به شرايط و فرهنگ هر شهرستان و دهستان

‏ - انجام حداقل دو پروژه نظرسنجي با هماهنگي مديريت طي سال ‏

 عضويت در كميته و مجامع عمومي روابط عمومي

بدليل وظيفه مندي براي ارتباط درون سازمان از يكسو و ‏برون سازمان از سوي ديگر بايد در مجامع و كميته شهرستان عضو فعال ‏باشد .( البته با نظر مديريت )‏

عمده فعاليت :

- حضورفعال ومستمردركميته هاي شهرستاني(كميته دهه فجر و...)‏

- ارائه گزارش فعاليت خود در كميته به مديريت شهرستان و مديريت روابط عمومي ‏

- حضور فعال نشست هاي روابط عمومي سازمان ‏ ‏

ي ) بازديد از پروژه ها / افتتاحيه ها /ملاقات با مسئولين شهرستان

با توجه به اهميت پروژه ها كه از نظر اقتصادي ، اجتماعي و حتي سياسي ‏مي تواند در بافت شهرستان تغير حاصل نمايد و روابط عمومي بايد در ‏اين موارد ‏‏مطلع باشد . ضروري است روابط عمومي با داشتن اطلاعات كافي ضمن ‏برنامه ريزي براي برگزاري امور فوق الذكر گزارشهاي مطلوبي را ‏تهيه و از طريق رسانه ها اطلاع رساني نمايد.‏

عمده فعاليت :

- حضور مسئول روابط عمومي طي برگزاري اين برنامه ها بصورت فعال ‏

- تهيه خبر و گزارش خبري باتصريح به رسانه هاي گروهي ملي ومحلي

ط ) هماهنگي براي حضور در مراسم هاي شادي و غم همكاران ‏ ‏ ‏

يكي از مهمترين موضوعاتي كه روابط عمومي ها بدليل تعدد فعاليت اكثراً ‏آن را به فراموشي مي سپارند حضور در مراسم هاي غم و شادي همكاران ‏است .اين موضوع يكي از مهمترين ابزار ارتباطات درون سازماني است كه ‏بايد روابط عمومي بصورت برنامه ريزي شده در اين امور حاضر و فعال ‏باشد .(اجراي طرح تكريم كاركنان ابلاغ شده است)‏

عمده فعاليت :‏

- داشتن برنامه براي نحوه حضور همكاران و روابط عمومي در مراسم هاي شادي و ‏غم همكاران ‏

- انتشارپيام تبريك يا تسليت از طرف مديروكاركنان

- انعكاس اين برنامه در سطح داخلي سازمان با توجه به فرهنگ قومي و محلي هر ‏منطقه ‏

ارتباطات الكترونيكي

 1- ارتباطات الكترونيكي (‏ICT‏ )‏:

سرعت انتقال اطلاعات واخبار در عرصه كنوني جهان باعث تحولات بزرگي ‏در شكل گيري هر جامعه شده است .روابط عمومي بعنوان محل و مأمن ‏ايجاد ارتباطات برون سازماني هر نهاد يا مؤسسه بايد با استفاده از اين ‏شيوه هاي جديد اطلاع رساني، ضمن سرعت دادن به فرآيند ارسال اخبار و ‏گزارش ، باعث رشد و ثبات فعاليت هاي فرهنگ سازماني كه پايه و اساس ‏رشد سازماني است را فراهم مي نمايد .‏

 عمده فعاليت :

-        داشتن اطلاعات كافي و بهره گيري از فن آوريهاي ‏IT

-        ايجاد ارتباط الكترونيكي بصورت مداوم با سازمان ‏

-        ايجاد صندوق پستي الكترونيكي فعال اختصاصي روابط عمومي در هربخش

-        به روزكردن اخبار بخش درسايت سازمان ‏ ‏

2-پيام كوتاه

‏ ارسال پيام كوتاه از طريق تلفن همراه يكي از پرجاذبه ترين وسيله ‏ارتباطي بصورت فردي وگروهي است . روابط عمومي ها با استفاده از ‏اين ابزار ضمن ارسال پيام هاي كوتاه فرهنگي ترويجي مي توانند ‏سؤالات مخاطبان خود را احصاء نمايند.‏

 عمده فعاليت :

- داشتن ليست تلفن همراه مخاطبان بصورت گروه بندي شده ‏

- تهيه متون پيام كوتاه براي مناسبت ها و برنامه هاي هر بخش بر اساس فرهنگ و ‏شرايط اقليمي هر بخش به تفكيك پيام هر بخش ‏

توجه :‏ ارتباط مستمر با روابط عمومي سازمان وساير روابط عمومي مؤثر ‏ ادارات براي استفاده از تجارب ضروري است.‏