



گزارش عملکرد جهاد رسانه

بخشی از گزارش عملکرد روابط عمومی

دانشگاه قم

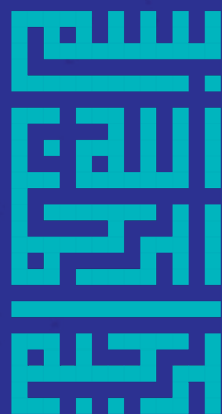
۱۴۰۳-۱۴۰۴



بنده معتقد به خبررسانی و اطلاع رسانی هستم.
باید افکار عمومی را مطلع کرد و اطلاع رسانی
صحیح و درست انجام داد، لیکن اطلاع رسانی به
هنگام، به جا و به شکل متین و صحیح



نام نشریه: جهاد رسانه، گزارش عملکرد روابط عمومی دانشگاه قم ۱۴۰۳-۱۴۰۴
صاحب امتیاز: روابط عمومی دانشگاه قم
تهیه و تنظیم: دکتر مهدی محمدی
مدیر داخلی، نظارت و اجرا: ابوالفضل کردی زاده
صفحه آرایی و ویراستاری: محسن زارعی



فهرست

۴	 مقدمه
۶	 هشتگ من یک روابط عمومی‌ام: سخنی با هم‌دانشگاهیانم
۱۱	 برگزاری مراسم روز دانش آموز برای فرزندان کل کارکنان و استادان
۱۴	 برگزاری نمایشگاه آثار دفاع مقدس و تجلیل از پژوهشگران
۱۸	 برگزاری و تولید محتوای مراسم همسران و مادران شهدا
۱۹	 راه اندازی نسخه جدید وب سایت دانشگاه
۲۰	 تهیه و ساخت سرود دانشگاه
۲۲	 دعوت از مشاوران آموزش و پرورش و معرفی دانشگاه
۲۵	 طرح ایده راه اندازی موزه دانشگاه
۲۵	 فعالیت های منظم و جاری دانشگاه
۲۷	 وب سایت رسمی دانشگاه
۳۰	 مدیریت تالارها
۳۲	 اقدامات بخش سمعی و بصری
۳۵	 انتشارات چاپی
۳۶	 نشست صمیمانه ریاست دانشگاه قم با کارکنان روابط عمومی

مقدمه:

امروزه روابط عمومی در سازمان‌ها و شرکت‌ها، به یک بخش جدایی‌ناپذیر از تیم مدیریت تبدیل شده است که می‌تواند در دستیابی به اهداف سازمانی، کمک شایانی کند و در نظریه ارتباطات، به عنوان یک علم کاربردی و یک رشته مدیریت شناخته شده است. از آنجایی که روابط عمومی پل ارتباطی سازمان و مخاطبان آن است، قادر است سیاست‌ها، برنامه‌ها و عملکردهای سازمان را به مخاطبان از یکسو و نیازها، خواست‌ها، دیدگاه‌ها و نظرات مخاطبان را به سازمان از سوی دیگر منتقل کند بنابراین، هدف روابط عمومی این است که به عموم، مشتریان حمایتگر، سرمایه‌گذاران، شرکا، کارمندان و دیگر ذینفعان اطلاع‌رسانی کند و در نهایت آنها را متقاعد به حفظ یک دیدگاه خاص درمورد سازمان، رهبری و خدمات آن یا تصمیمات سیاسی آن کند. به عبارت دیگر، هدف روابط عمومی این است که روی مخاطبان تأثیر بگذارد و عقیده و عمل خاصی را به آنها ارائه دهند (مقدم‌زاده، روشندل اربطانی، سیدجوادین، ۱۴۰۲، ص ۱۳۰).

روابط عمومی به عنوان یک علم، دارای اصول منطقی، نظریه، الگو و معرفت‌شناسی بوده و از قدرت پیش‌بینی نتایج و قابلیت تکرارپذیری و ظرفیت بسیار بالا برای سازماندهی روابط اجتماعی و بهبود عملکرد سازمان‌های اجتماعی برخوردار است (اسدی، ۱۳۸۸، ص ۵۰). روابط عمومی فعالیت ممتد و مداوم و طرح‌ریزی شده‌ای است که از طریق آن سازمان‌ها می‌کوشند زبان‌گویای سازمان و مدیریت خود باشند.

امروزه نقش روابط عمومی‌ها در کمک به تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و استراتژیک یک سازمان نقشی در خور توجه است. اقدامات و فعالیت‌هایی که از سوی روابط عمومی‌ها انجام می‌گیرد به دو دسته تقسیم می‌شوند: نخست، فعالیت‌هایی که از قبل پیش‌بینی و برنامه‌ریزی شده و با بررسی طرح‌های اجرایی با آمادگی به اجرا در می‌آیند. دسته دوم، آن سری از فعالیت‌ها و اقدامات اجرایی است که بنا بر نیاز و بر اساس مصلحت روز ضرورت اجرای آن وجود دارد.

روابط عمومی دانشگاه قم:

روابط عمومی به عنوان یک علم، دارای اصول منطقی، نظریه، الگو و معرفت‌شناسی بوده و از قدرت پیش‌بینی نتایج و قابلیت تکرارپذیری و ظرفیت بسیار بالا برای سازماندهی روابط اجتماعی و بهبود عملکرد سازمان‌های اجتماعی برخوردار است (اسدی، ۱۳۸۸، ص ۵۰). روابط عمومی فعالیت ممتد و مداوم و طرح‌ریزی شده‌ای است که از طریق آن سازمان‌ها می‌کوشند زبان‌گویای سازمان و مدیریت خود باشند.

در راستای بازنشستگی مسئول روابط عمومی دانشگاه جناب آقای محمدرضا تقدیری که از

پیشگام متقدم این حوزه بود، در تاریخ ۱۴۰۳/۰۱/۱۴ دکتر مهدی محمدی به عنوان سرپرست روابط عمومی دانشگاه معرفی شدند. دکتر محمدی عضو هیات علمی گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه از سال ۱۳۹۴-۱۳۹۷ مدیریت پژوهش دانشگاه، و از سال ۱۴۰۰ تا این تاریخ ریاست کتابخانه مرکزی دانشگاه را عهده‌دار بودند.

برادر ارجمند جناب آقای دکتر مهدی محمدی

سلام علیکم

با عتاب به تعهد و شایستگی جنابعالی و بر اساس ماده ۱۷ آیین نامه جامع مدیریت دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی، پژوهشی و فناوری و بنا به پیشنهاد رئیس محترم دفتر ریاست، به موجب این حکم از تاریخ ۱۴۰۳/۰۱/۱۴ به عنوان سرپرست اداره روابط عمومی دانشگاه منصوب می‌شوید.

امید است با همتی با رئیس دفتر ریاست دانشگاه در برنامه ریزی مناسب و انجام امور تبلیغی و رسانه‌ای، جمع‌آوری اخبار و اطلاعات داخل و خارج دانشگاه، تدوین نشریه خبری، به روزرسانی مستمر پایگاه اطلاع‌رسانی دانشگاه و همکاری در انجام امور سمینارها و همایش‌ها و نظارت بر امور تالارها و ایجاد ارتباط و تعامل مناسب با دستگاه‌ها و سازمان‌ها و دیگر وظایف محوله با اتکال به خداوند متعال موفق و موید باشید.

احمدحسین شریانی
رئیس دانشگاه

سرآمدی علمی، تربیت و لای، نشاط معنوی

دکتر محمدی در پذیرش مسئولیت خاطر نشان کرد که رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی با خمیرمایه و جوهره اطلاعات عجین و کلیه فعالیت‌های مربوط به تولید، توزیع، ذخیره، بازیابی، اشاعه و سیاستگذاری اطلاعات را در بر می‌گیرد. وی خاطر نشان کرد که من با این که تحصیل کرده این رشته هستم اما مسئولیت‌های قبلی من با بخشی از جریان چرخه اطلاعات سروکار داشته‌اند. به عنوان مثال، در مدیریت پژوهش بیشتر دو کارکرد سیاستگذاری و تولید اطلاعات مطرح بود. در کتابخانه دو بخش «فراهم‌آوری اطلاعات» و «ذخیره و اشاعه اطلاعات» کارکرد داشت. اما روابط عمومی از آن بخش‌هایی هست که هم بحث سیاستگذاری، هم تولید، هم توزیع، هم اشاعه و هم اطلاع‌رسانی را در دلش جای داده است. از این نظر بسیاری از کارکردهای رشته علم اطلاعات را پوشش می‌دهد.



دکتر محمدی پس از معرفی به عنوان مسئول روابط عمومی سعی کرد همزمان با روز روابط عمومی، دیدگاه خود را در یادداشتی تحت عنوان «هشتگ من یک روابط عمومی هستم: سخنی با هم دانشگاهیانم» این گونه منتشر کرد:

هشتگ من یک روابط عمومی ام: سخنی با هم دانشگاهیانم

سلام هم دانشگاهی عزیز!

من را که خوب می‌شناسید، من روابط عمومی سازمان هستم. بخشی از سازمان که معتقدید مهم‌ترین ویژگی آن توانایی ایجاد ارتباطات درون و برون سازمانی است. بخشی از سازمان که از آن به عنوان پل ارتباطی بین افراد جامعه و سازمان یاد می‌کنند و معتقدند اگر این پل مستحکم نباشد کارایی سازمان نمودی نخواهد داشت. همان بخشی از سازمان که با ابزار و مصالح بی جان، سخت، سفت و ساده موجود در طبیعت سر و کار ندارد، بلکه با احساسات و عاطفه و در یک کلام «افکار عمومی» سر و کار دارد. همان جایی که مهمترین وظیفه آن پیش‌بینی، تحلیل و تفسیر افکار عمومی، گرایش‌های ذهنی و مسائلی است که می‌تواند به نحو مطلوب یا نامطلوب بر عملیات و طرح‌های سازمان تأثیرگذار باشد.

ابتدا سختم را با ریاست محترم دانشگاه آغاز می‌کنم:

آقای رئیس دانشگاه!

آمده‌ام که بگویم هر پرنده‌ای با دو بال می‌پرد و بر اوج کوه‌ها و قله‌های موفقیت پر می‌کشد و بینندگان زمینی را مسحور زیبایی پرواز خودش می‌کند. شما برای پیشبرد امور عوامل مختلفی چون مدیرکل حوزه ریاست؛ معاونان دانشگاه، مشاوران، مشاوران ارشد و.... را در کنار خود دارید؛ اما فراموش نکنیم که آنها یکی از بال‌های شما هستند و هیچ پرنده‌ای با یک بال نمی‌تواند پرواز کند. اگر هم پرواز مختصری داشته باشد اوج نمی‌گیرد. اگر قصد اوج به قله‌های تدبیر و موفقیت را دارید از شه بال دوم خودتان که برکل سازمان سایه افکنده است خوب استفاده کنید.

آقای رئیس!

آمده‌ام به شما بگویم که به قول آقای



روابط عمومی بخشی هست که از آن به عنوان «مغزو قلب سازمان» یاد می‌کنند. همانجایی که اگر درست عمل کند می‌تواند؛ شهرت، اعتبار و آبروی یک سازمان باشد و اگر کارائی لازم را نداشته باشد می‌تواند همه آن دستاوردها را بر باد دهد.

هم دانشگاهی عزیزم!

من به عنوان روابط عمومی خبرهای بیشتری را از شما منتشر کرده‌ام و موفقیت شما به عنوان عضوی از سازمان، آرزوی دیرینه من بوده است. سعی کردم قبل از تولد واژه‌هایی چون کاهش، تنزل و واژه‌هایی از این دست؛ هشدار را برای مسئولان داده باشم. همیشه من به گفته‌های شما گوش دادم و امروز که ۲۷ اردیبهشت و روز روابط عمومی و ارتباطات هست دوست دارم شما به گفته‌های من گوش دهید. بگذار از همان اول بگویم که چرا به سوی شما آمده‌ام؟ دلیل آمدنم را از زبان حضرت مولانا بیان می‌کنم.

آمده‌ام که سرنهم، عشق ترا به سر نهم

من یکی از وفادارترین شخص‌ها نسبت به شما هستم. و شاید عاشق‌ترین افراد به شما شهید مطهری در بیان عشق معتقد است «وقتی دوست داشتن به حد اعلای خودش برسد تبدیل به عشق می‌گردد و در این مرحله هست که عاشق بدی‌ها را نمی‌بیند و هر چه بدی می‌بیند حسن تلقی می‌کند».

میدانی برای چه آمده‌ام؟

آمده‌ام که ره زخم، بر سر گنج شه زخم
آمده‌ام که زر برم، زر نبرم خبر برم

روابط عمومی نتواند با مردم ارتباط برقرار کند در نهایت سازمان بازنده خواهد بود. **«روابط عمومی تبلیغات نیست بلکه تبلیغات فقط یکی از کارهای روابط عمومی است».**

آقای معاون!

می‌دانید که چرا علیرغم تلاش‌های شبانه روزی شما و تیمتان فعالیت‌های شما دیده نمی‌شود؟ می‌دانید چرا علیرغم این همه وقت گذاشتن شما و همکارانتان هنوز نیمی از مخاطبان جامعه‌ات از برنامه‌ها و سیاست‌های شما آگاه نیستند؟ آیا می‌دانید که چرا نمودی از حوزه فعالیت‌های شما در بیرون منعکس نمی‌شود؟ **چون شما جلسات خودتان را بدون روابط عمومی برگزار می‌کنید. چون هنوز جای نیروهای روابط عمومی در بین تیم شما خالی است.**

آقای معاون!

اگر یکی از نیروی شما حضور نداشته باشد، نیروی دیگران با توانایی کمتر شاید بتواند کار ایشان را انجام دهد. اما کار روابط عمومی یک کار تخصصی است و بجز نیروهای روابط عمومی شخصی دیگری نمی‌تواند آن را انجام دهد. شاید افرادی از درون مجموعه‌یتان گزارش‌هایی را تهیه کنند اما با صیقل‌زدن‌های روابط عمومی زیبایی‌ها و تاثیرگذاری آن گزارش دوچندان می‌شود.

آقای معاون!

می‌دانم که به فکر موفقیت خودتان هستید. می‌دانم در تلاش هستید نشان دهید که مدیران متخصصی نسبت به معاونان و مدیران قبلی به‌کار گرفتید. اما این کار را عکس روابط عمومی و زیر نویس آن عکس

دکتر آزاد معاون روابط عمومی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری اگر بخشی از سازمان یا معاونی و یا اداره‌ای ضعیف عمل کند، بینندگان چنان عنوان می‌کنند که آن معاونت یا آن بخش، ضعیف عمل می‌کند. اما اگر روابط عمومی سازمان ضعیف عمل کند این ضعف به نام آن بخش یا آن معاونت نوشته نمی‌شود. بلکه به نام شخص شما نوشته می‌شود. می‌دانم که به کارهای خودتان اطمینان دارید و هدف‌تان ارتقای سازمان هست پس روابط عمومی سازمانتان را دریابید. با تقویت روابط عمومی و بکار گرفتن **بهترین، کارآمدترین، خلاق‌ترین و خوش‌ذوق و متخصص‌ترین** نیروها در این بخش و **تجهیز آنان به بهترین دستگاه‌ها و امکانات و تجهیزات** زمینه دیده شدن بیش از پیش سازمان را فراهم سازید.

آقای رئیس!

مطمئنم با من هم عقیده هستید که اگر **«روابط عمومی بخواهد تاثیرگذار باشد، باید از همه نظر در جایگاه بایسته و شایسته خود قرار داشته باشد».** زمانی که جایگاه روابط عمومی در سازمان مورد تقویت قرار گرفت روابط عمومی بالنده ظاهر شده و خواهد توانست اهداف سازمانی را پی بگیرد. باور دارم که به خوبی می‌دانید که **«روابط عمومی همانند نوری است که در تاریکی، مسیر و جهت مناسب را برای حرکت سازمان و مدیریت نشان می‌دهد»**، روابط عمومی مانند خون است در پیکر دستگاه که باید خوب جریان داشته باشد. **روابط عمومی، قلب تپنده سازمان‌هاست.** روابط عمومی به مثابه اتاق شیشه‌ای سازمان است و هر قدر که سازمان خوب عمل کند، اگر

جنابعالی به گونه‌ای است که هر ساله در آزمون‌های کارشناسی ارشد و دکتری چندین رتبه تک رقیمی تحویل می‌دهید. شنیدم که استادی از استادان دانشکده تحت مدیریت جنابعالی به عنوان استاد سرآمد آموزشی و یا پژوهشگر «پر استناد» حوزه خودش معرفی شده است. اخیراً مقاله استاد دانشکده شما در مجلات Q1 با IF بسیار بالا چاپ شده است. شنیدم که مجله دانشکده شما به تازگی در پایگاه WOS و یا SCOPUS نمایه شده است.

آقای رئیس دانشکده!

شنیدم که کیفیت همایشی که اخیراً یکی از گروه‌های دانشکده شما برگزار کرد بسیار بالا بود. مقاله‌های بسیار باکیفیت به این همایش ارسال شده بود. سخنرانان توانمندی هم از داخل و خارج از کشور در همایش شرکت کرده بودند. درست هست که اغلب پایان‌نامه‌های دانشکده پایان‌نامه‌های کاربردی و نیاز محور بوده است. من شنیدم اکثر موضوعات از «سامانه نان» انتخاب می‌شوند. خلاصه خبرهای خیلی خوب آموزشی، پژوهشی، فرهنگی و دانشجویی در دانشکده شما اتفاق افتاده و جای بسی تقدیر و تحسین دارد. یاوران علمی دانشکده تحت مدیریت شما شنیدم از بهترین و توانمندترین نیروهای دانشگاه هستند. برای انعکاس اخبار این همه موفقیت چه کار کردید؟ چه کسی را از دانشکده خودتان به عنوان گزارشگر روابط عمومی معرفی کردید؟

آقای رئیس دانشکده!

چه میزان از خبرهای وبسایت و یا کانال رسمی دانشگاه به انعکاس موفقیت‌های

به بهترین نحو نمایش می‌دهد. این کار قابل گفتن نیست اما می‌توان به تصویر کشید. پس هیچ جلسه‌ای را بدون تیم روابط عمومی برگزار نکنید. روابط عمومی حتماً جزء اعضای حقوقی شوراهای شما باشد. آقای معاون!

بهترین، متخصص‌ترین، خوش‌ذوق‌ترین و با قریحه‌ترین نیروی بخش خود را به شرطی که قلم زیبایی داشته‌باشد به عنوان نیروی روابط عمومی انتخاب کن و زمینه ارتباط تنگاتنگ ایشان را با روابط عمومی فراهم ساز. فکر نکنید با اختصاص دادن آن نیرو به عنوان رابط روابط عمومی، کارهای معاونت مختل و با کمبود نیرو مواجه می‌شود. این یک نفر می‌تواند با انعکاس اخبار، کارایی، اثرگذاری بخش شما را بیشتر و بیشتر کند.

آقای معاون اداری و مالی!

می‌دانم که تمام تلاش شما ارتقاء کیفیت خدمات سازمان هست. تخصیص بودجه بیشتر به روابط عمومی افزایش هزینه نیست بلکه «سرمایه گذاری استراتژیک جهت آینده‌ای موفق در تمامی ابعاد سازمان» می‌باشد. چنین تصور نکنید که اگر به جای آن دوربین این دوربین را بخریم توانستیم میزانی را در بودجه دانشگاه صرفه‌جویی کنیم. مطمئن باشید این کار در اثرگذاری کمتر آن عکس و آن گزارش بی‌تاثیر نخواهد بود.

ریاست محترم دانشکده!

می‌دانم که در مجموعه شما استادان بسیار توانمند بکار گرفته شده‌اند. گروه‌های فعال در دانشکده‌ای که جنابعالی مسئولیت آن را عهده‌دار هستید از گروه‌های برتر کشور هستند. کیفیت آموزش دانشکده تحت مدیریت

دانشکده شما تعلق داشته است؟ در سال گذشته چه میزان خبر از دانشکده شما منعکس شده است؟ خبرنگار دانشکده در ترم‌های گذشته و یا سال‌های گذشته منتشر شده؟ می‌توان به آرشیو این خبرنامه‌ها دسترسی داشت؟ آیا وبسایت دانشکده روزآمد هست؟ آقای دکتر این همه موفقیت و این همه خبر خوش در دانشکده شما به مدیریت جنابعالی در انعکاس اخبار بستگی دارد. اگر انعکاس اخبار صورت نگرفته باشد رشته‌ها، استادها و دانشکده در کنج خلوت قرار می‌گیرد.

آقای رئیس دانشکده!

هم‌دانشگاهیان عزیز من!

مطمئن هستم که با من هم عقیده هستید که روابط عمومی «پیشانی دانشگاه» هست. و این بخش از سازمان دارای نیروهای محدودی هست. اگر همکاری‌های رئیس، معاونان، روسای دانشکده‌ها و مدیران بخش‌ها، استادان، یاوران علمی و دانشجویان دانشگاه نباشد نمی‌تواند این همه زیبایی را انعکاس دهد.

هم دانشگاهی عزیزم می‌دانم فرمایشات رهبری را مرتب دنبال می‌کنید. ایشان معتقدند که «جهاد تبیین یک فریضه است» و روابط عمومی عرصه جهاد تبیین هست. به نیکی می‌دانیم که هر چند در زمینه جهاد تبیین کارهای بیشتری صورت گرفته اما هنوز با رسیدن به ایده‌آل بسیار فاصله داریم. پس بیائیم پیمان ببندیم که «همه ما یک روابط عمومی برای سازمان باشیم» حال که بر سر این آرمان هم پیمان شده‌ایم پس روز روابط عمومی و ارتباطات بر همه ما مبارک باشد. می‌دانم که نتیجه این همدلی و هم پیمانی همان خواهد بود که مولوی عزیز فرمودند:

در این خاک، در این خاک، در این مزرعه
پاک

بجز عشق، بجز مهر، دگر تخم نکاریم

یکی از بهترین، منظم‌ترین و دست به قلم‌ترین نیروهای دانشکده را به عنوان رابط خبری روابط عمومی معرفی کردید. میدونم که نسبت به آموزش مداوم ایشان نیز هم شما و هم روابط عمومی اهتمام دارید. بهترین راه



گزارش فعالیت‌های روابط عمومی

در این بخش قصد داریم گزارشی از فعالیت‌های انجام شده در روابط عمومی را در دو بخش:
الف) فعالیت‌هایی که برای اولین بار در دانشگاه انجام شده
ب) فعالیت‌های جاری و روزانه روابط عمومی
مورد بررسی قرار دهیم.

فعالیت‌هایی که برای اولین بار آغاز شده است

برگزاری مراسم روز دانش آموز برای فرزندان کل کارکنان و استادان



تکریم فرزندان دانش‌آموزان کارکنان و استادان در دانشگاه قم امری بی‌سابقه نبوده بلکه همه ساله فعالیت‌هایی در این راستا صورت می‌گرفت. بطور کلی می‌توان گفت که برنامه‌های مدنظر برای دانش‌آموزان به دو شکل انجام شده بود:

الف) چاپ ویژه‌نامه تصویری از عکس دانش‌آموزان ممتاز در خبرنامه دانشگاه:
ب) چاپ تصویر دانش‌آموزان ممتاز در

بر اساس اسناد موجود در روابط عمومی دانشگاه، روابط عمومی طی فراخوانی از والدین درخواست می‌کرد که عکسی از فرزندان دانش‌آموز خود را به همراه کارنامه دانش آموز به روابط عمومی تحویل دهند و روابط عمومی نیز تصویر آنان را در ویژه‌نامه منتشر می‌کرده است.

ب) چاپ تصویر دانش‌آموزان ممتاز در

خبرنامه به همراه هدیه‌ای از روابط عمومی:

در سال‌های آخر با تدبیر روابط عمومی و هماهنگی معاونت اداری و مالی، سعی می‌شد همزمان با چاپ خبرنامه، هدایایی نیز برای این دانش‌آموزان در نظر گرفته شود.

اما در سال ۱۴۰۳ طی فراخوانی از والدین درخواست شد که تصویری از فرزندان دانش‌آموز ممتاز خود را به روابط عمومی تحویل دهند و لوح تقدیری برای دانش‌آموزان تهیه گردید. همچنین با همکاری و هماهنگی معاونت محترم اداری و مالی کارت‌های هدیه ۵۰۰۰۰۰۰ ریالی برای دانش‌آموزان ابتدایی و راهنمایی و ۷۰۰۰۰۰۰ ریالی برای دانش‌آموزان متوسطه اول، متوسطه دوم و دانشجو در نظر گرفته شده بود. در روز ۱۳ آبان با همکاری معاونت محترم دانشجویی ضیافت شامی با حضور خود دانش‌آموزان به همراه والدین آنان ترتیب داده شد و دانش‌آموزان در دانشگاه حاضر شده، ضمن دریافت لوح تقدیر و هدایای خود، عکس یادگاری نیز گرفته شد. همچنین در این مراسم برنامه‌های نمایشی، تئاتر طنز به همراه تواشیح و سرود نیز با دعوت از گروه‌های هنری از سطح شهر اجرا شد.

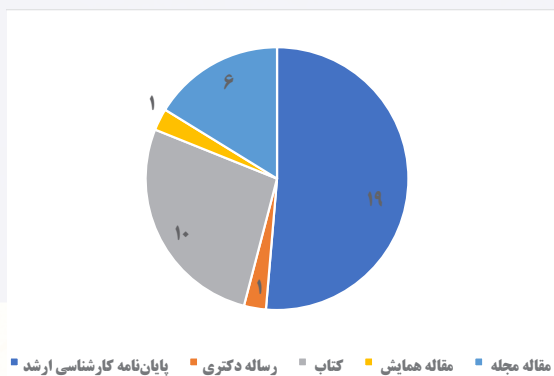
پایه	دختر	پسر	جمع
اول	۲۵	۲۴	۴۹
دوم	۲۹	۲۵	۵۴
سوم	۱۷	۲۹	۴۶
چهارم	۲۳	۱۲	۳۵
پنجم	۱۸	۲۴	۴۲
ششم	۲۲	۱۵	۳۷
هفتم	۱۸	۲۱	۳۹
هشتم	۱۶	۱۴	۳۰
نهم	۲۲	۱۶	۳۸
دهم	۵	۶	۱۱
یازدهم	۶	۳	۹
دوازدهم	۱۰	۳	۱۳
دانشجو	۲۴	۸	۳۲
جمع	۲۳۵	۲۰۰	۴۳۵

جدول - آمار دانش‌آموزان و دانشجویان فرزندان کارکنان دانشگاه قم به تفکیک مقطع





برگزاری نمایشگاه آثار دفاع مقدس و تجلیل از پژوهشگران دفاع مقدس



نمودار ۱: توزیع فراوانی قالب‌ها آثار ارسالی

همان طور که نمودار ۱ نشان می‌دهد، بیشترین پژوهش صورت گرفته (۱۹ عنوان) پایان‌نامه کارشناسی ارشد است. ۱ عنوان رساله دکتری، ۱۰ عنوان کتاب و ۷ عنوان مقاله (۶ عنوان مقاله منتشر شده در مجلات و ۱ عنوان مقاله ارسالی به همایش) بوده است.

موضوع دفاع مقدس مورد استقبال بسیاری از رشته‌ها بوده و سعی کردند پایان‌نامه‌هایی را در این حوزه داشته باشند. در جدول زیر رشته موضوعی آثار ارسالی را نشان می‌دهد.

در هفته دفاع مقدس، از سوی سازمان‌ها و مسئولین استانی برنامه‌های مختلفی از جمله دیدار با خانواده‌های شهداء، دیدار با رزمندگان، اسراء و جانبازان پیشنهاد شده بود و دانشگاه‌ها و مسئولین دانشگاه برنامه‌های مختلفی را در این راستا ترتیب داده بودند و چندین دیدار نیز با خانواده‌های معظم شهداء و جانبازان و رزمندگان داشتند و روابط عمومی نیز شرح این دیدارها را اطلاع‌رسانی کرده بود. اما روابط عمومی معتقد بود که دانشگاه یک محیط آموزشی و پژوهشی هست و باید برنامه‌های آموزشی و پژوهشی در این راستا ترتیب دهد. بر همین اساس، طرح «جشنواره آثار پژوهشی دفاع مقدس» را مطرح کرد و براین اساس طی فراخوانی از پژوهشگران و محققان خواست که اطلاعات کتابشناختی و متن آثار پژوهشی منتشر کرده خود را در حوزه دفاع مقدس به روابط عمومی ارسال کنند.

در کنار این فراخوان، با همکاری کتابخانه مرکزی، فهرست پایان‌نامه‌های دانشگاه در حوزه دفاع مقدس نیز جمع‌آوری شد. در نهایت ۳۷ اثر شناسایی شد که در نمودار زیر قابل مشاهده است:

زنان در کنار مردان در بررسی موضوعات دفاع مقدس حضور فعالی داشتند.

در بین پژوهشگران برخی از آن‌ها بصورت تخصصی در این حوزه کار می‌کنند و آثار متعددی را در این زمینه انجام دادند که جدول ۲ افراد پرکار را با تعداد آثار آن‌ها نشان می‌دهد.

رشته تحصیلی	تعداد آثار
زبان و ادبیات فارسی	۱۵
علم اطلاعات و دانش‌شناسی	۳
علوم قرآن و حدیث	۱
معماری	۱
جمع	۲۰

جدول ۱: میزان مشارکت رشته‌های مختلف در انجام پژوهش‌های دانشگاهی

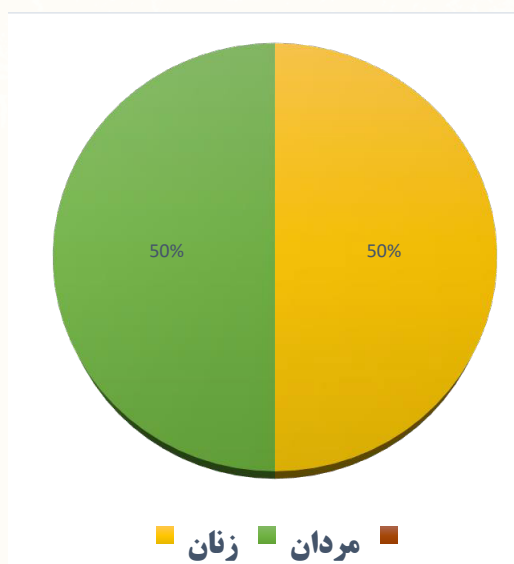
نام مولف	تعداد آثار چاپ شده
مهدی محمدی	۷
محمدرضا یوسفی	۶
احمد رضایی جمکرانی	۶
سمیه خورشیدی	۵
محمود مهرآوران	۴
نسرین تجویدی	۳
بهاءالدین اسکندری	۳
محمد فولادی	۳
لیلا حسینی	۲
نفیسه رحمانی	۲

جدول ۲: پژوهشگران پرکار بر اساس تعداد آثار

همان طور که داده‌های جدول ۲ نشان می‌دهد؛ مهدی محمدی با ۷ اثر در رتبه اول و محمدرضا یوسفی و احمدرضا جمکرانی با ۶ اثر در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفتند. سمیه خورشیدی با ۵ اثر و محمود مهرآوران با ۴ اثر

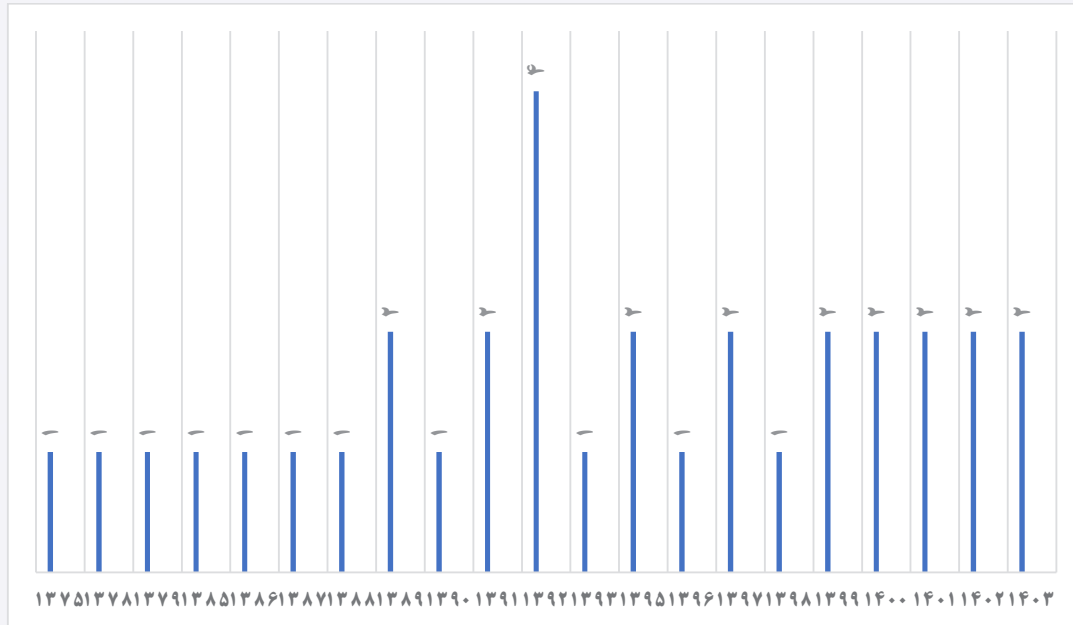
رشته زبان و ادبیات فارسی با ۱۵ اثر در رتبه اول و رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی با ۳ پایان‌نامه در رتبه دوم قرار گرفت. علوم قرآن و حدیث و معماری نیز هر کدام یک اثر در این زمینه هدایت کرده‌اند.

بطور کلی ۴۲ محقق در تدوین آثار نقش داشتند که ۲۱ نفر (۵۰ درصد) زن و ۲۱ نفر (۵۰ درصد) مرد بوده است. نمودار دوم میزان مشارکت زنان و مردان را نشان می‌دهد.



نمودار ۲: توزیع فراوانی جنسیت محققان

در رتبه‌های چهارم و پنجم قرار گرفتند. پراکندگی سال نشر آثار نشان داد که توجه به ادبیات دفاع مقدس همیشه مد نظر پژوهشگران بوده است. نمودار ۳ توزیع پراکندگی آثار را در طول سال‌های مختلف نشان می‌دهد.



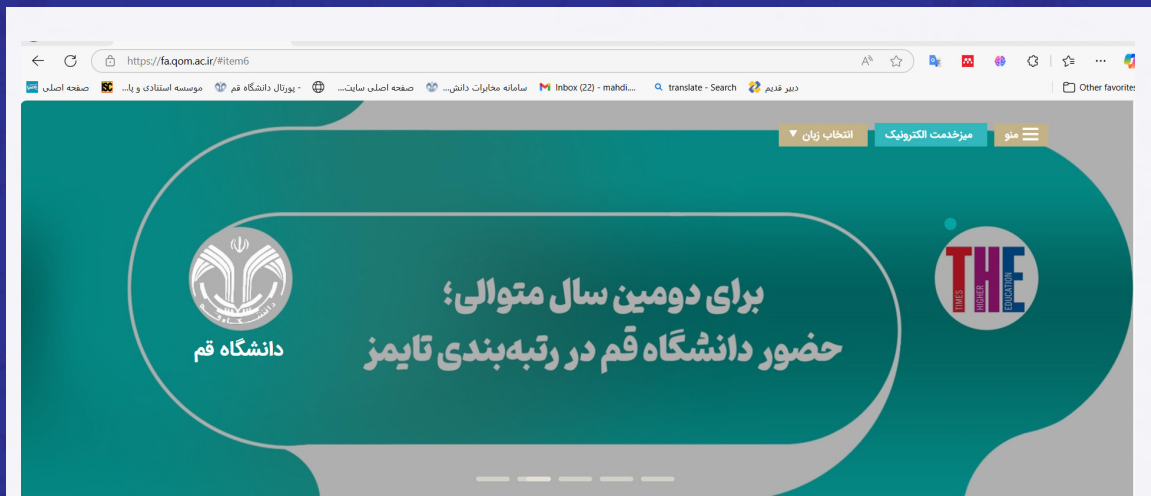
پراکندگی آثار نشان می‌دهد که سال ۱۳۹۲ با ۴ اثر بیشترین اثر را بخود اختصاص داده است. نکته قابل توجه این هست که دانشگاهیان قم تقریباً همه سال‌ها به این مهم توجه داشتند و آثاری را منتشر کردند.





برگزاری و تولید محتوا برای مراسم همسران و مادران شهدا با همکاری بخش شاهد و ایثارگر





راه اندازی نسخه جدید وب سایت دانشگاه با همکاری فناوری دانشگاه

راه اندازی وب سایت دانشگاه از سال های پیش آغاز شده بود و دانشگاه دارای وب سایت بود. اما در سال های گذشته سه نوبت تغییر در وب سایت دانشگاه اتفاق افتاده بود که مسئولین امر تصمیم گرفته بودند که وب ساینی طراحی و جایگزین وب سایت قبلی گردد. این سری نیز از سال ۱۴۰۱ طراحی و جایگزینی نسخه جدیدی آغاز شده بود. فناوری اطلاعات طبق عقد قراردادی با شرکتی طراحی وب سایت جدید را آغاز کرده بود. نسخه طراحی شده به دانشگاه تحویل داده شده بود و فناوری اطلاعات نیز کار انتقال داده های نسخه قدیمی را بر روی نسخه جدید انجام داده بود اما اطلاعات وارد شده روز آمد نشده و لازم بود بر اساس اطلاعات جاری روزآمد می شد. راه اندازی نسخه جدید هم از قبل شروع شده بود اما کارها به کندی پیش می رفت. در دوره جدید ابتدا مدیری بر نظارت محتوایی و فنی در نظر گرفته شده و سعی شد برای هر بخشی مدیری در نظر گرفته شود و با همکاری معاونت ها و بخش های مختلف نسخه جدید جایگزین نسخه قبلی شده و نسخه قبلی به طور کلی از رده خارج شد.



مصطفی نظام آبادی

ناظر محتوایی و فنی وب سایت فارسی



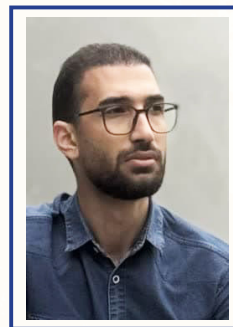
تهیه و ساخت سرود دانشگاه

قم بوده که پایان نامه کارشناسی ارشد خود را در زمینه ترانه های ایران دفاع کرده بودند. و در کارنامه ایشان سرودن و ساخت سرود چندین دانشگاه وجود داشت. لذا جناب آقای دکتر یحیی کاردگر به عنوان استاد ناظر انتخاب شد و مقرر شد جناب آقای کاوه زیر نظر ایشان ساخت سرود را پیش ببرند. برای این کار، ابتدا کلیدواژه های: ایمان، علم، دانش، آگاهی، خواهر خورشید خراسان، کریمه اهل بیت (س)، (حضرت معصومه (س)، انتظار/ جمکران، بالندگی، ولایت، کرامت زن، فناوری، پژوهش، انقلاب، مؤسسان دانشگاه (شهیدان باهنر، بهشتی، مرحوم قاضی (ره)، بین المللی، شهیدان (آلاله ها)، علم + ثریا، قله های افتخار، امید، ایران، کارآفرینی و مهارت افزایی، تربیت یا معنویت و اخلاق، زن، عفت، عزت، افتخار» به عنوان کلمات کلیدی شعر در اختیار شاعر قرار گرفت. آقای

عملیات ساخت سرود دانشگاه شاید از سال ۱۴۰۰ آغاز شده بود. در این مدت شعری نیز تهیه شده و با شاعر و خواننده نیز توافقی هایی به عمل آمده بود. اما عملیات اجرایی آن آغاز نشده بود و کار شروع نشده بود. بعد از شروع دوره مدیریت جدید در روابط عمومی عملیات ساخت سرود آغاز شد. از همان ابتدا مسئولان امر در نظر داشتند که کلیه امور سرود اعم از شعر، آهنگ و... توسط عوامل دانشگاه اعم از استادان، دانشجویان و کارکنان باشد. برای این منظور جلساتی با برخی از استادان گروه زبان و ادبیات فارسی گذاشته شد و نظر آنها در این خصوص گرفته شد. در نهایت به پیشنهاد آقای دکتر یحیی کاردگر استاد گروه زبان و ادبیات فارسی جناب آقای صدرا کاوه از فارغ التحصیلان رشته زبان و ادبیات فارسی دانشگاه که در این حوزه صاحب تخصص بود انتخاب شد. صدرا کاوه از دانشجویان دانشگاه



دکتر یحیی کاردگر
استاد دانشگاه قم



کاوه صدرا
فارغ التحصیل دانشگاه قم
شاعر و سازنده سرود دانشگاه

عطر بهشتی می‌رسد از کوچه ساران
اینجا گره خورده است با نام شهیدان
هر باهنر مشغول تحقیق و تلاش است
تا خرم و آباد باقی باشد ایران

پس از تصویب شعر سروده شده عملیات ساخت ملودی آغاز شد. ابتدا ملودی با صدای دو خواننده اجرا و در اختیار مسئولان دانشگاه قرار گرفت. اما مسئولان عقیده داشتند که باز هم عوامل دانشگاه از جمله دانشجویان و... در این مهم نقش داشته باشند. به همین منظور جناب آقای پوربافرانی کارمند معاونت فرهنگی و مدیر گروه سرود و تواشیح عابص جمعی از دانشجویان و اعضای گروه سرود خود را برای خواندن سرود به کار گرفت و ملودی سرود خوانده شد. سپس از سوی روابط عمومی عکس‌هایی از دانشگاه متناسب با مفاهیم شعر در اختیار سازنده قرار گرفت که از آنها برای ساخت کلیپ استفاده کرده و کلیپ نهایی تدوین شد.



گروه سرود عابص

کاوه شعری را با بهره‌گیری از این کلمات سرود و آن را جهت تصویب در اختیار مسئولان دانشگاه قرار داد. پس از بررسی شعر سروده شده از نظر مسئولان، مجدد در اختیار شاعر قرار گرفت تا اصلاحات مد نظر اعمال گردد. نهایتاً پس از جرح و تعدیل‌های بیشمار شعر زیر به عنوان سرود دانشگاه قم انتخاب و وارد مرحله ساخت قرار گرفت.

امید در قلبم همیشه ماندگار است
مقصد برایم قله‌های افتخار است
سرشار از ایمان می‌روم تا سنگر علم
راهی که چون راه شهادت‌پایدار است

در سایه‌سار جمکران در سایه نور
همسایه ام با خواهر شاه خراسان

بالنده‌ام پاینده‌ام در مهد دانش
تا زنده باشد نام شورانگیز ایران

در قلب دانشگاه قم همراه و همفکر همیم
با هر نژاد و هر زبان

با همت و عزمی بلند جمعیم و در حال
تلاش
از شرق تا غرب جهان

هم قلب دانشگاه زنده به تلاش است
هم ذهن هر دانشکده، فکر پژوهش

هر زن حجاب برترش را سرگرفته
همپای مردان در مسیر علم و دانش
همپای مردان در مسیر علم و دانش

دعوت از مشاوران آموزش و پرورش و معرفی دانشگاه به این افراد



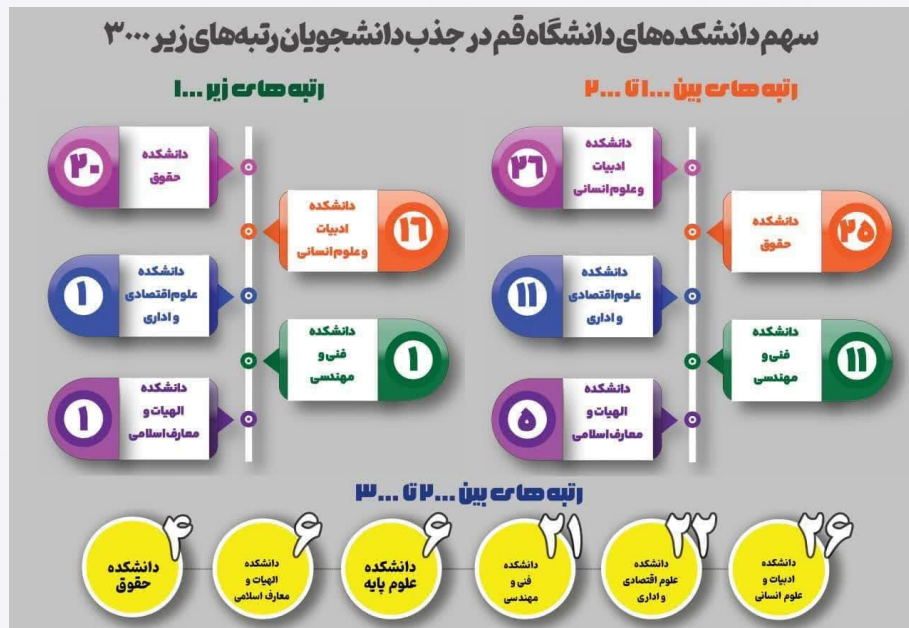
آموزشی از اقدامات و تسهیلات دانشگاه برای دانشجویان سخن گفتند. نتیجه این اقدامات باعث شد که میزان پذیرش دانشگاه قم از بین رشته‌های زیر ۳۰۰۰ از رشد قابل توجهی برخوردار باشد.



که تصویر زیر سهم دانشکده‌ها و رشته‌ها را از پذیرش دانشجویان زیر ۳۰۰۰ نشان می‌دهد

در سال‌های گذشته یکی از دغدغه‌های مسئولان دانشگاه جذب کم دانشجویان با رتبه‌های بالاتر به ویژه از دانشجویان بومی بود. این موضوع قبلاً در معاونت آموزش و در شورای آموزش بررسی شده بود. در نهایت تصمیم شورای آموزش بر این شده بود که از هر کدام از مدیران گروه‌ها و یا یکی از اعضای هیأت علمی گروه خواسته شود دقایقی در راستای معرفی گروه، توانایی‌ها و شرایط استخدامی و بازار کار رشته مواردی را مطرح کرده و در قالب کلیپ معرفی رشته ارائه کنند. روابط عمومی با همکاری معاونت آموزش پس از تولیدات این کلیپ‌ها، آنها را در صفحه آپارات دانشگاه قم و وبسایت گروه منتشر کرد.

از اقدامات دومی که در این راستا انجام شد، با هماهنگی اداره کل آموزش و پرورش استان قم و معاونت پرورشی، کلیه مشاوران مدارس به دانشگاه دعوت شدند و در این نشست کلیپ‌هایی در معرفی دانشگاه و امکانات و ظرفیت‌های آن پخش شد. در ادامه جلسه مسئولین آموزش از جمله معاونت محترم آموزش و تحصیلات تکمیلی و مدیرخدمات



تصویر - سهم هر کدام از دانشکده‌ها از پذیرش دانشجویان زیر ۳۰۰۰

در پذیرش دانشجویان زیر ۱۰۰۰ دانشکده حقوق رتبه اول، دانشکده ادبیات و علوم انسانی در رتبه دوم قرار دارد اما در پذیرش دانشجویان زیر ۲۰۰۰ و زیر ۳۰۰۰ دانشکده ادبیات و علوم انسانی رتبه اول و دانشکده حقوق رتبه دوم می‌باشد.

تصویر زیر سهم هر کدام از رشته‌ها را از پذیرش دانشجویان زیر ۳۰۰۰ نشان می‌دهد



تصویر - سهم هر کدام از رشته‌ها را از پذیرش دانشجویان زیر ۳۰۰۰ را نشان می‌دهد



طرح ایده راه اندازی موزه دانشگاه

در راستای راه اندازی موزه و تالار افتخارات دانشگاه، در ۱۴۰۳/۰۳/۰۹ جلسه ای با حضور معاون محترم پژوهشی، مدیر محترم پژوهشی و رئیس و کارکنان کتابخانه مرکزی دانشگاه در کتابخانه مرکزی برگزار شد. در این جلسه ایده راه اندازی موزه و تالار افتخارات دانشگاه از سوی روابط عمومی طرح و مورد استقبال اعضاء قرار گرفت. در راستای اجرایی کردن این طرح بخشی از سالن مطالعه قبلی به عنوان موزه و تالار افتخارات جدا شد و تغییرات فیزیکی در آن بوجود آمد که اکنون آماده ی راه اندازی موزه و تالار افتخارات می باشد.



فعالیت های جاری و منظم روابط عمومی

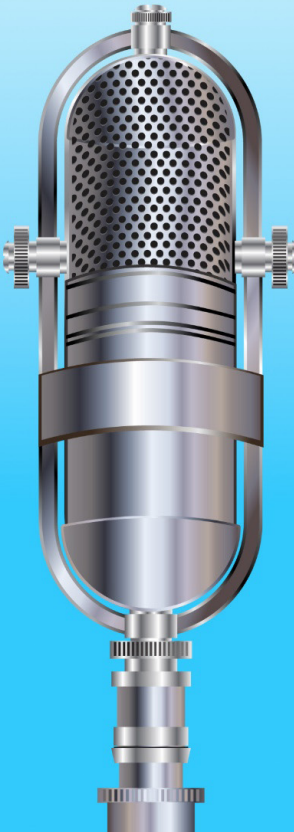
طبیعتاً دانشگاه قم به عنوان سازمان مادر محور این بخش بوده و اطلاع رسانی در حول آن صورت می گرفت.

اطلاع رسانی شاخه ای از فناوری است که با موضوعاتی مانند تولید، پردازش مرتب سازی، سازماندهی و نشر اطلاعات به روش ساده سر و کار دارد. در این رابطه هم به محتوای اطلاعات و هم به رسانه توجه می شود و منظور از اطلاعات آن چیزی است که جامعه خدمت گیرنده نیاز دارد در زمان و مکان مشخص از آن آگاهی یابد. در این خصوص روابط عمومی ها بایستی ضمن بهره مندی از ظرفیت رسانه ها و شناخت شیوه های عمل آنها در جهت دستیابی به

اهداف خود از آنها بهره گیرند. دانشگاه قم نیز در راستای تبلیغ اقدامات شایسته دانشگاه سعی کرده از تمامی ظرفیت‌های اطلاع‌رسانی برای نمایش دستاوردها و فعالیت‌های دانشگاه قم استفاده کند که شکل زیر محمل‌های اطلاعاتی روابط عمومی دانشگاه قم را نشان می‌دهد

کانال‌های اطلاع‌رسانی دانشگاه قم





وبسایت دانشگاه
<https://qom.ac.ir>

کانال رسمی دانشگاه (ایتا)
 عضو: K19/76
https://eitaa.com/university_of_qom

کانال اساتید دانشگاه (ایتا)
 عضو: 269
<https://eitaa.com/joinchat/424083458c8dec4a6a24>

کانال کارکنان دانشگاه (ایتا)
 عضو: 335
<https://eitaa.com/joinchat/406323202c48db45fc2b>

کانال رسمی دانشگاه (روبوکا)
 عضو: K1/1
https://rubika.ir/university_of_qom

لینکدین
 عضو: K7/5
 (1)_University_of_Qom: Company Page Admin | LinkedIn

کانال دانشجویان آینده (ایتا)
 عضو: 281
https://eitaa.com/danesh_A_qom

کانال رسمی دانشجویان غیرایرانی (تلگرام)
t.me/uni_of_qom_foreignnationals

کانال رسمی دانشگاه (آپارات)
 آپارات | کانال رسمی دانشگاه قم

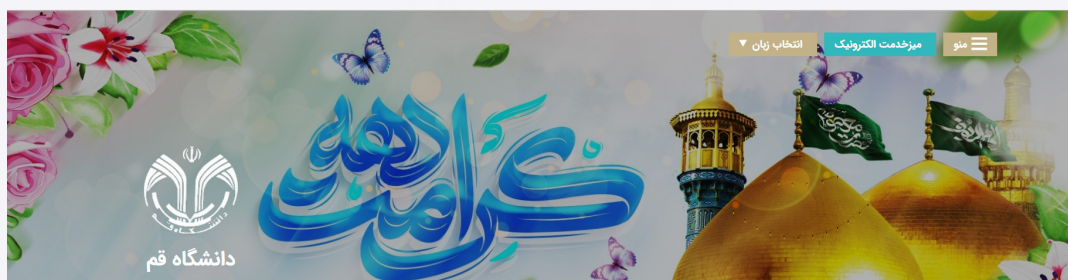
روابط عمومی دانشگاه قم

همان طور که در شکل قابل مشاهده است، روابط عمومی دانشگاه کانال‌های مختلفی را برای اطلاع‌رسانی انتخاب کرده است که هر کدام از آنها بنا به کارکردهای مختلف انتخاب شده‌اند. به عنوان مثال، کانال کارکنان و استادان بنا بر اطلاع‌رسانی اخبار و اطلاعات خاص آن گروه راه‌اندازی شده است. اما تنها کانالی که وظیفه‌ی اطلاع‌رسانی اخبار اطلاعات به کلیه گروه‌های خبری را بر عهده دارند، وبسایت رسمی دانشگاه قم، کانال رسمی و کانال روبیکای دانشگاه و لینکدین دانشگاه است.

در ادامه گزارش هر یک از موارد زیر آورده می‌شود.

وبسایت رسمی دانشگاه قم

همان طور که در اقدامات انجام شده به عنوان اولین بار اشاره کردم؛ وبسایت رسمی دانشگاه قبلاً راه اندازی شده بود و در دوره جدید نسبت به تکمیل و فعال سازی آن اقداماتی صورت گرفته است که بخش های اصلی آن را در تصویر زیر ملاحظه می فرمایید



صفحه اصلی وبسایت دانشگاه

ابتدا سعی شده کلیه اخبار اطلاعات مورد نیاز دانشجو و مخاطب در قالب میز خدمت قرار داده شود.



تصویر - بخش های مختلف وبسایت دانشگاه



تصویر - تقسیم بندی های میز خدمت وبسایت دانشگاه قم

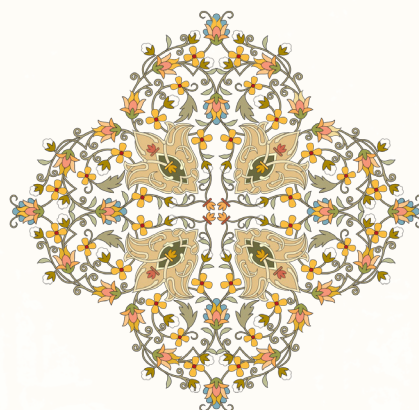
در این بخش تلاش شده است که اطلاعات بخش‌های مختلف که مورد نیاز کاربران وبسایت هست آورده شود.

بخش دومی که در روابط عمومی تلاش شد نسبت به تکمیل آن اقدام شود راه‌اندازی بخش‌های مختلف وبسایت هست که در تصویر قبل قابل مشاهده است. از بخش‌های قابل توجه وبسایت، بخش دستاوردها و همایش‌ها، کنفرانس‌ها و... هست که در تصویر زیر قابل مشاهده است.



تصویر - بخش دستاوردهای وبسایت دانشگاه قم

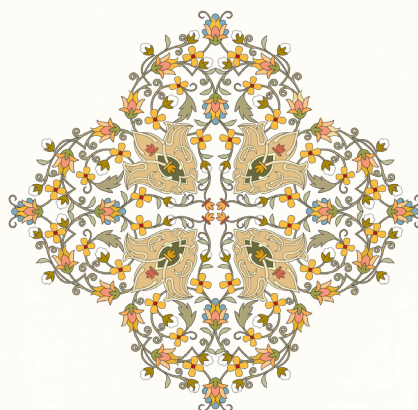
سیاست روابط عمومی بر این هست که اخبار و اطلاعات مهم را ابتدا در وبسایت دانشگاه قرار داده سپس لینک آن را در پیام ارسالی به کانال رسمی قرار دهد. در طول شش ماه دوم سال ۱۴۰۳ اطلاعات ارسالی به وبسایت رسمی دانشگاه در جدول زیر قابل مشاهده است.



فصل	ماه	تعداد پیام ارسالی به کانال	میانگین رویت پذیری	تعداد مطالب ارسالی به وبسایت	درصد اخبار در بین پیام‌های ماه	میزان رویت پذیری در وبسایت	میانگین رویت پذیری در وبسایت
پاییز	مهر	۲۶۴	۵۷۷۳	۲۸	۱۰/۶	۲۹۸	۱۰/۶
	آبان	۲۵۲	۵۷۷۶	۴۴	۱۷/۵	۲۵۳	۵/۸
	آذر	۲۵۷	۵۷۱۷	۴۰	۱۵/۶	۲۲۰	۵/۵
	جمع	۷۷۳		۱۱۲	۱۴/۵	۷۷۱	۲۱/۹
زمستان	دی	۲۳۰	۶۰۱۵	۳۷	۱۶/۱	۱۹۹	۵/۴
	بهمن	۲۱۴	۵۸۵۴	۲۶	۱۲/۱	۱۴۵	۵/۶
	اسفند	۲۵۰	۵۱۷۹	۴۹	۱۹/۶	۹۹	۲/۲
	جمع	۶۹۴		۱۱۲	۱۶/۱	۴۴۳	۱۳/۲
جمع کل		۱۴۶۷		۲۲۴		۱۲۱۴	۳۵/۱

جدول - فراوانی مطالب ارسالی به وبسایت دانشگاه در هر ماه و میانگین رویت‌پذیری در وبسایت

همان‌طور که داده‌های جدول نشان می‌دهد، در فصل پاییز و فصل زمستان تعداد خبرهای ارسالی به وبسایت دانشگاه ۱۱۲ خبر بوده است که این میزان در طول ۶ ماه ثابت بوده است که میانگین ۱/۲ خبر در روز را نشان می‌دهد. میانگین خبر در بین پیام‌های ارسالی به کانال در فصل پاییز ۱۴/۵ و در فصل زمستان ۱۶/۱ را نشان می‌دهد که رشد کمتری را شاهد بوده و جای دارد که افزایش داشته باشد.



مدیریت تالارها

رالف تنچ ولیز Rolph Tench و لیز یومان Yeoman فعالیت‌های روابط عمومی را در حوزه‌های زیر دسته‌بندی کرده‌اند که عبارتند از:

- ۱- نگارش و ویرایش آنالوگ و دیجیتال
- ۲- ارتباطات رسانه‌ای از طریق رسانه‌های آنالوگ و دیجیتال
- ۳- پژوهش: جمع آوری اطلاعات در مورد امور و روندهای مرتبط با افکار عمومی
- ۴- مدیریت و اجرا
- ۵- مناسبت‌های خاص
- * فراهم آوری و مدیریت کنفرانس‌های خبری
- * مدیریت مراسم رسمی و افتتاحیه‌ها
- * برگزاری مراسم بزرگداشت‌ها و سالگردها
- * مراسم جمع‌آوری کمک
- * برنامه‌ریزی برای بازدیدها
- * برگزاری مراسم جوایز سالیانه به کارمندان و.....
- * برگزاری مسابقات
- ۶- سخنگویی
- ۷- تولید آنالوگ
- ۸- آموزش
- ۹- ارتباطات حضوری و فیزیکی
- ۱۰- مشاوره دادن شبکه‌ای
- ۱۱- تامین اهداف و آینده سازمان
- ۱۲- مشارکت در فعالیت‌های خیر و بشر دوستانه

بررسی این فعالیت‌ها نشان می‌دهد که یکی از مهمترین وظایف روابط عمومی مدیریت و اجراست. روابط عمومی دانشگاه نیز محور اجرای بسیار برنامه‌ها بوده که مدیریت اجرای این برنامه‌ها در تالارهای دانشگاه بوده است.



جدول زیر امکانات دانشگاه قم را در حوزه تالارها نشان می‌دهد.

ردیف	نام تالار	ظرفیت	امکانات
۱	سالن حکمت	۷۴ نفر	مجهز به دوربین‌های رباتیک مانیتورهای رومیزی و میکروفن‌های مجهز به سیستم هوشمند اینترنت وایرلس و کابلی قابلیت برقراری سرویس ویدئو کنفرانس امکان پخش زنده اینترنتی و ضبط برنامه
۲	سالن اندیشه	۱۰۰ نفر	دارای ۲ ویدئو پروژکتور و پرده نمایش
۳	سالن احمدی روشن	۲۲۰ نفر	دارای ویدئو پروژکتور با کیفیت Full HD _ اینترنت وایرلس و کابلی قابلیت برقراری سرویس ویدئو کنفرانس امکان پخش زنده اینترنتی و ضبط برنامه
۴	سالن شهید مطهری	۲۳۰ نفر	دارای ویدئو پروژکتور با کیفیت Full HD _ اینترنت وایرلس و کابلی قابلیت برقراری سرویس ویدئو کنفرانس امکان پخش زنده اینترنتی و ضبط برنامه
۵	سالن شهید بهشتی	۳۵۰ نفر	دارای ویدئو پروژکتور اینترنت وایرلس و کابلی
۶	سالن شیخ مفید	۵۵۰ نفر	دارای ویدئو پروژکتور با کیفیت Full HD _ اینترنت وایرلس و کابلی قابلیت برقراری سرویس ویدئو کنفرانس امکان پخش زنده اینترنتی و ضبط برنامه میکسر و سیستم صوت حرفه‌ای قابلیت تحویل منابع ضبط شده بلافاصله بعد از پایان همایش

هر کدام از تالارها به فراخور میزان ظرفیت و امکانات میزبانی برنامه‌های مختلف دانشگاه را بر عهده دارند. نمودار زیر میزان برنامه‌های اجرایی دانشگاه را در شش ماهه دوم سال ۱۴۰۳ نشان می‌دهد.

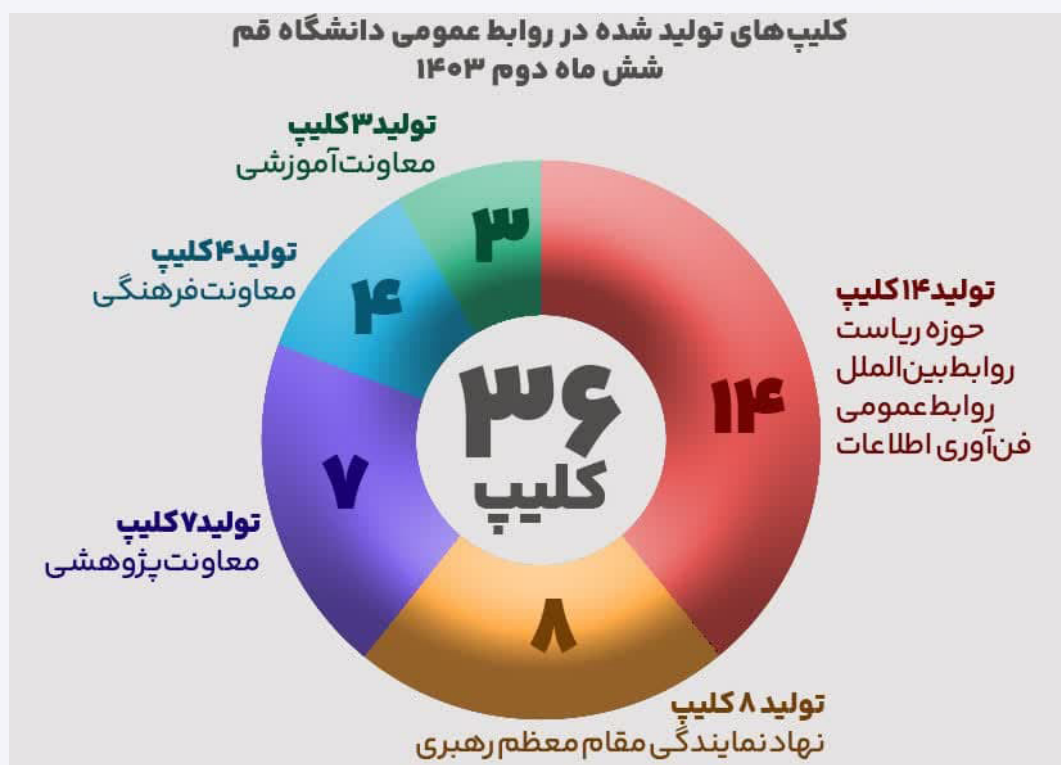


نمودار تعداد برنامه‌های اجرا شده در تالارهای دانشگاه به تفکیک هر حوزه

همان طور که در نمودار فوق مشاهده می‌کنید، بطور کلی در ۶ ماه دوم سال در دانشگاه ۳۱۱ برنامه مدیریت شده است. البته در تعداد و آمار این برنامه‌ها، برنامه‌های اجرا شده در تالارهای دانشگاه را نشان می‌دهد. در ضمن قابل تاکید هست که در طول سال گذشته روابط عمومی از محل اجاره تالارها ۱۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال معادل یک میلیارد دویست میلیون تومان درآمد کسب کرده است.

اقدامات بخش سمعی و بصری روابط عمومی

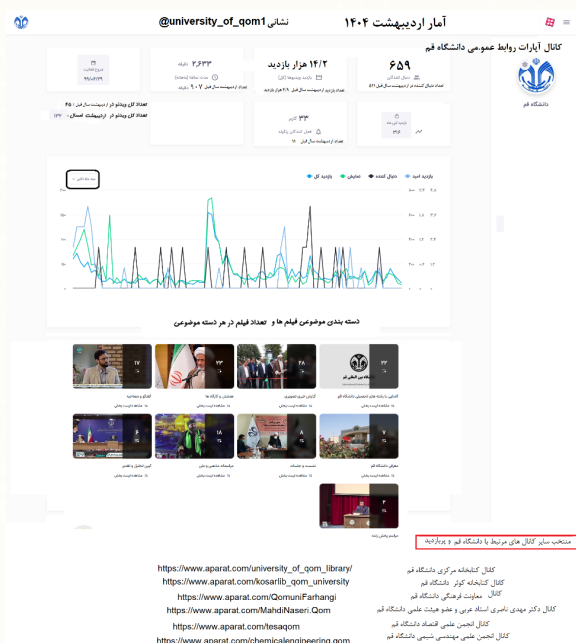
وظیفه دوم روابط عمومی‌ها اطلاع‌رسانی فیزیکی و دیجیتالی و تولید محتواهای دیجیتالی هست. بخش سمعی و بصری روابط عمومی هم در این مهم پیشقدم بوده و به تناسب برنامه‌ها کلیپ‌های مهم را تولید کرده است. نمودار زیر تعداد کلیپ‌های تولید شده در روابط عمومی را در شش ماه دوم نشان می‌دهد.



نمودار - کلیپ‌های تولید شده روابط عمومی برای بخش‌های مختلف

گزارش صفحه آپارات دانشگاه قم

روابط عمومی در صفحه آپارات نیز صفحه اختصاصی در آپارات راه‌اندازی کرده است و مواردی را در آنجا در دسترس علاقه‌مندان قرار داده است. تصویر زیر گزارش آماری صفحه اختصاصی آپارات دانشگاه را نشان می‌دهد.



نمونه ای از کلیپ های تولیدی روابط عمومی دانشگاه قم

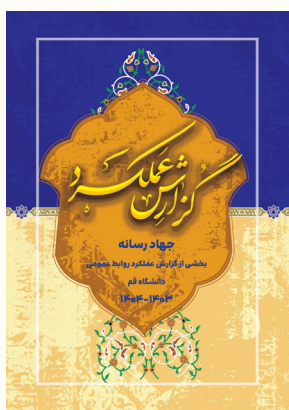


شعار روابط عمومی دانشگاه قم



انتشارات چاپی

- * بازدید از پاکستان توسط دکتر شریفی ریاست محترم دانشگاه
- * تهیه راهنمای معرفی دانشکده ادبیات و علوم انسانی
- * بروشور آثار پژوهشی دفاع مقدس
- * ویژه نامه نشست هسته های گزینش
- * ویژه نامه چهارمین نشست روسای دانشکده های الهیات
- * گزارش عملکرد جهاد رسانه



نشست صمیمانه ریاست دانشگاه قم با کارکنان روابط عمومی دانشگاه



حجت الاسلام والمسلمین دکتر احمدحسین شریفی در نشست صمیمانه با کارکنان روابط عمومی دانشگاه به مناسبت گرامیداشت روز روابط عمومی و ارتباطات، که ۲۷ اردیبهشت ماه ۱۴۰۴ در سالن جلسات حوزه ریاست برگزار شد، عنوان کرد: در روابط عمومی دانشگاه حقیقتاً فعالیت‌های شبانه‌روزی و طاقت‌فرسایی انجام می‌شود و هرکس از نگاه بیرونی نیز به این بخش بنگرد، به وضوح مشاهده می‌کند که یک نظم بسیار خوبی بر فعالیت‌های این بخش حاکم شده‌است و با استفاده از تجربیات پیشین، دائماً در مسیر پویایی و بازخوانی خود در حال حرکت است، این برای یک سازمان بسیار مهم است که روابط عمومی آن در مرحله اول، ابتدا خود را بازخوانی و بازمطالعه کند در کنار اینکه رسالت اصلی آن، رصدگری و مشاهده و انعکاس نقاط قوت و ضعف همه مجموعه است. رئیس دانشگاه قم بیان کرد: قطعاً همکاری همه مسئولین و مدیران دانشگاه با روابط عمومی لازم و ضروری است، اما پیگیری و انعکاس فعالیت‌های مسئولین نیز توسط روابط عمومی بر قوی شدن این ارتباط و همراهی بیشتر مسئولان می‌افزاید.

دکتر شریفی با بیان اینکه، روابط عمومی پیشانی یک سازمان است، گفت: روابط عمومی باید بهترین و به‌روزترین امکانات را در دست داشته‌باشد، هر امکاناتی که موجب افزایش سرعت و کیفیت کار در روابط عمومی شود، نیاز است در حد ایده‌آل و با اولویت‌بندی بیان شود تا نسبت به تهیه و تجهیز آن از سوی دانشگاه اقدام شود.

وی تصریح کرد: حساسیت کار روابط عمومی بسیار بالاست و مهم است که در انتخاب بهترین تصویر و بهترین تیتراهای اخبار دقت شود، ضمن اینکه تا کنون نیز رعایت این دقت در روابط عمومی ملاحظه شده‌است، با این وجود اگر نیاز است تا دوره‌هایی جهت به روز شدن آگاهی و آموزش در این زمینه انجام شود، قطعاً باید این کار در روابط عمومی انجام گیرد.

رئیس دانشگاه قم خاطرنشان کرد: روابط عمومی دانشگاه قم در سال‌های اخیر یک روایت بهتری از امکانات دانشگاه قم را ارائه داده‌است و توانسته در معرفی دانشگاه قم و داشته‌های دانشگاه بسیار خوب عمل کند، تاثیر این کار در افزایش جذب به ویژه جذب رتبه‌های برتر به دانشگاه قم قابل مشاهده است، البته با تمام این‌ها شاید تا به حال تنها ۱۰ درصد از ظرفیت‌های دانشگاه قم معرفی شده‌است.

دکتر شریفی ضمن گرامیداشت یاد و خاطره دکتر حشمت‌پور، عضو هیات علمی دانشگاه قم، تاکید کرد: باید در جهت معرفی چنین ظرفیت‌های علمی و بزرگ دانشگاه قم، در زمان حیات آن‌ها همت بیشتری صورت گیرد، همچنین در معرفی رشته‌های مهندسی، فنی و علوم پایه دانشگاه نیز با شیوه‌های مختلفی تلاش شود؛ همچنین با به‌کارگیری ظرفیت‌های رسانه‌ای بر روایت‌گری بهتری از دانشگاه قم در سطح استان و کشور عمل شود.

وی در پایان یادآور شد: امروز روابط عمومی دانشگاه قم واقعا رو به جلو حرکت می‌کند و زحمات این عزیزان برای همه مسئولان واضح و آشکار بوده و این مسئله را تایید می‌کنند، مجدداً روز گرامیداشت روابط عمومی را به همه شما تبریک می‌گویم و امیدوارم خداوند متعال در این مسئولیت بزرگی که در پیش دارید، بر توفیقات شما بیفزاید تا بیش از پیش آینه منعکس‌کننده ظرفیت‌ها، فعالیت‌ها و امکانات دانشگاه باشید.

در این روز، برنامه‌های مختلفی از سوی روابط عمومی دانشگاه ترتیب داده شده بود که مشروح آنها را می‌توانید در ویژه نامه هفته ارتباطات و روابط عمومی مطالعه کنید.

<https://B2n.ir/yj۴۷۹۵>





انتصاب عضو اصلی هیأت رئیسه شورای هماهنگی روابط عمومی های استان قم



طی حکمی از سوی مهندس اکبر بهنام‌جو استاندار و رئیس شورای هماهنگی روابط عمومی استان قم، دکتر مهدی محمدی رئیس روابط عمومی دانشگاه قم برای مدت دو سال به عنوان عضو اصلی هیأت رئیسه شورای هماهنگی روابط عمومی‌های استان قم منصوب شد.



سرآیدی علمی تربیت ولایی نشاط‌معنوی



مهدی محمدی

رئیس اداره روابط عمومی



حمیدرضا رشید

کارشناس رسانه



ابوالفضل کردی زاده

کارشناس خبر



میثم بهادری

کارشناس تالارها



عباس علی صحرانورد

همکار تالارها



فاطمه افراز

همکار واحد خبر



عبدالغفار حقیقی مقدم

کارشناس مسئول



محمد دیرباز

مدیریت تالارها



علی نادی

کارشناس سمعی بصری



مصطفی نظام آبادی

ناظر محتوایی و فنی
وبسایت فارسی



زهرا صداقتی

کارشناس رسانه



فاطمه غلامین

همکار روابط عمومی
واحد خواهران

نیروهای روابط عمومی دانشگاه قم