

برنامه راهبردی روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی در سال ۱۴۰۳ شامل اهداف، فعالیت‌ها، زمان‌بندی، و نحوه اجرا

مقدمه

روابط عمومی به عنوان پل ارتباطی بین دانشگاه و جامعه، نقش حیاتی در ارتقای تصویر دانشگاه، اطلاع‌رسانی به جامعه و جلب مشارکت عمومی ایفا می‌کند. هدف این برنامه تقویت ارتباطات و ارتقای جایگاه علمی و اجتماعی دانشگاه در سطح استان و کشور است.

۱. اهداف برنامه

۱. تقویت برند دانشگاه: ارتقای نام و فعالیت‌های دانشگاه در جامعه
۲. افزایش آگاهی اجتماعی: ارتقاء سطح اطلاعات عمومی درباره خدمات، برنامه‌ها و فعالیت‌های دانشگاه.
۳. بهبود ارتباطات: ایجاد و تقویت ارتباطات مؤثر با رسانه‌ها و جامعه.
۴. جلب مشارکت عمومی: تشویق جامعه به مشارکت در برنامه‌های سلامت محور دانشگاه.

۲. فعالیت‌های کلیدی

- ۲.۱. تشکیل کمیته روابط عمومی
 - شرح فعالیت: تشکیل یک کمیته با اعضای مختلف از جمله اعضای هیئت علمی، دانشجویان و کارکنان.
 - زمان اجرا: ماه اول
 - نحوه اجرا: برگزاری جلسه اولیه و تعیین وظایف کمیته.

۲.۲. طراحی و ویرایش وبسایت دانشگاه

- شرح فعالیت: بروزرسانی اطلاعات وبسایت و بهبود طراحی آن.

- زمان اجرا: ماه‌های ۲-۳

- نحوه اجرا: همکاری با طراحان وب و بهره‌گیری از نظرات اعضای کمیته.

۲,۳. تولید محتوا

- شرح فعالیت: تولید خبر، مقاله و فیلم درباره دستاوردها و فعالیت‌های دانشگاه.

- زمان اجرا: ماه‌های ۱-۱۲

- نحوه اجرا: همکاری با صاحب نظران و خبرنگاران

۲,۴. برگزاری سمینار و کارگاه

- شرح فعالیت: برگزاری سمینارهای علمی و کارگاه‌های آموزشی برای دانش افزایی روابط عمومی ها

- زمان اجرا: ماه‌های ۶ - ۹

- نحوه اجرا: هماهنگی با اساتید و دعوت از مهمانان

۲,۵. استفاده از رسانه‌های اجتماعی

- شرح فعالیت: فعال سازی و مدیریت صفحات دانشگاه در شبکه‌های اجتماعی.

- زمان اجرا: از ماه اول

- نحوه اجرا: تعیین یک تیم متخصص برای مدیریت محتوای شبکه‌های اجتماعی.

۲,۶. نظرسنجی از دانشجویان و کارکنان

- شرح فعالیت: انجام نظرسنجی برای ارزیابی شناخت و رضایت عمومی از دانشگاه.

- زمان اجرا: ماه‌های ۵ و ۱۰

- نحوه اجرا: طراحی پرسشنامه و جمع‌آوری داده‌ها.

۲,۷. تهیه بولتن

- شرح فعالیت: انتشار نشریه فصلی دانشگاه با محتوای آموزشی و خبری.

- زمان اجرا: ماه‌های ۳، ۶، ۹ و ۱۲

- نحوه اجرا: جمع‌آوری محتوا از معاونت‌ها و واحدهای تابعه دانشگاه

۳. زمان‌بندی و اجرا

در زیر زمان‌بندی کلی برای فعالیت‌های ذکر شده آمده است:

| فعالیت | زمان اجرای پیشنهادی |

| تشکیل کمیته روابط عمومی | ماه ۱ |

| طراحی و ویرایش وبسایت | ماه‌های ۲-۳ |

| تولید محتوا | ماه‌های ۴-۱۲ |

| برگزاری سمینار و کارگاه | ماه‌های ۶ و ۹ |

| فعال‌سازی رسانه‌های اجتماعی | از ماه ۱ |

| نظرسنجی از دانشگاہیان | ماه‌های ۵ و ۱۰ |

| تهیه بولتن | ماه‌های ۳، ۶، ۹ و ۱۲ |

۴. منابع لازم

- انسانی: اعضای کمیته، خبرگان حوزه رسانه، طراحان وب، مدیران شبکه‌های اجتماعی.

- مالی: بودجه برای تبلیغات، تولید محتوا، برگزاری رویدادها و چاپ نشریه.

- فنی: نرم‌افزارهای طراحی گرافیکی، تجهیزات عکاسی و فیلم‌برداری.

۵. سنجش و ارزیابی

- شرح فعالیت: برگزاری جلسات ارزیابی دوره‌ای و پایانی برای بررسی میزان تحقق اهداف.

- زمان اجرا: ماه‌های ۶ و ۱۲

- نحوه اجرا: جمع‌آوری مستندات و داده‌های حاصل از فعالیت‌ها و نظرسنجی.

۶. نتیجه‌گیری

این برنامه عملیاتی به منظور ارتقاء روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی تدوین شده است و انتظار می‌رود با اجرای مؤثر آن، نه تنها برند دانشگاه تقویت گردد، بلکه ارتباطات و تعاملات با جامعه نیز بهبود یابد. نتایج حاصله از این فعالیت‌ها می‌تواند به عنوان مبنایی برای برنامه‌ریزی‌های آینده و توسعه بیشتر روابط عمومی دانشگاه باشد.

*تهیه برنامه و نظارت بر اجرا: محبوبه عبدی_ کارشناس روابط عمومی و مسئول پایگاه خبری وبدا دانشگاه