به نام خدا

مقدمه :

روابط عمومی مجموعه ای از اقدامات و تلاش های آگاهانه ، سنجیده و برنامه ریزی شده به منظور جلب مشارکت عمومی و کسب تفاهم متقابل بین سازمان و مخاطبان است. پس باید پذیرفت روابط عمومی دانش، فن، هنر و تخصصی است که در پی فلسفه تعالی انسانی بوده و از انگیزه بالایی برای خدمتگزاری به مردم و جامعه برخوردار است.

روابط عمومی در اغلب موارد نقش مغز متفکر، قلب تپنده، دست اجراء، پای پیشرفت، گوش شنوا، چشم بینا و زبان گویای دستگاه را ایفا می کند که زیر نظر بالاترین مقام دستگاه و سازمان انجام وظیفه کرده و به عنوان پل ارتباطی مطمئن ایفای نقش می نماید. روابط عمومی در حقیقت شبکه هوشیار، بانک اطلاعات و زنجیره ارتباطی سازمان با افکار عمومی و مخاطبان عام وخاص است که باید با نگرش ها ، تمایلات ، عادات و سلایق متفاوت ارتباط برقرار کند.

روابط عمومی می بایست در جهت توسعه مسئولیت پذیری اجتماعی ، اخلاق مداری، قانون‌مداری و نظم، شجاعت ابراز عقیده، تحمل شنیدن آرای مخالفان، احترام به حقوق فردی و اجتماعی دیگران و صداقت گام بردارد. دارا بودن مهارت‌های علمی، اخلاق گرایی، آگاهی از سازمان، درک وآگاهی از شرایط جامعه، نوآوری و خلاقیت، آشنایی با علوم اجتماعی و روزنامه‌نگاری و قدرت نویسندگی، گوش دادن مؤثر و همدلی و ایمان به حقانیت مخاطب از جمله ویژگی‌های بارز روابط عمومی است.

راهبرد روابط عمومی

راهبردهای روابط عمومی تغییرات بنیادی یافته اند و تئوری ها و نظریات نوین روابط عمومی بر اساس تعاملات دو سویه شکل گرفته اند. سیر تاریخی تحولات روابط عمومی گویای تغییرات عمده درکارکردهای روابط عمومی است.

در اواخر قرن ۱۸ و اوایل قرن ۱۹ میلادی روابط عمومی به مفهوم امروزین شکل گرفت و تنها راهکار و وظیفه روابط عمومی شیوه تبلیغاتی و انتشاراتی بود. در این روش اطلاع رسانی یکسویه و ارایه حقیقت کامل ضروری نبود و جایگاه تحقیق کم اهمیت بود.

در اوایل قرن بیستم وظیفه اصلی روابط عمومی ، اطلاع رسانی عمومی شد در این رویکرد جریان یکسویه اطلاع رسانی حکمفرما بود و اطلاعات از کانال روابط عمومی به مخاطبان ارسال می شد. در تئوری اطلاع رسانی عمومی، کشف حقیقت مهم بود اما انتقال و انتشار اخبار تنها در اختیار روابط عمومی قرار داشت و جایگاه پژوهش و تحقیقات بسیار کم اهمیت بود.

از اواسط قرن بیستم نظریه دوسویه ناهمسنگ در روابط عمومی مطرح شد و شیوه اقناع علمی و دریافت بازخورد مورد توجه قرار گرفت و از این زمان بود که گیرندگان خبر و پیام مهم گردیدند و تعامل دو طرفه فرستنده و گیرنده شکل گرفت. از اینجا بود که نقطه عطفی در پژوهش روابط عمومی بوجود آمد و ارزیابی رفتارهای ذی نفعان و افکارسنجی مهم گردیدند.

در اواخر قرن بیستم همزمان با پیشرفت فعالیت های روابط عمومی در سطح جهان و اهمیت فوق العاده این بخش در مناسبات اقتصادی ، تجاری و اجتماعی ، انقلابی در نظریه های روابط عمومی به وقوع پیوست و تئوری دوسویه همسنگ مطرح شد.با اهمیت یافتن مشتریان در صنعت و گسترش دموکراسی و توسعه و نفوذ

جامعه مدنی، روابط عمومی به سمت **تفاهم و بازخورد گرفتن** گام برداشت و ارتباط دوسویه گروه های فرستنده و گروه های گیرنده مبنای کار قرار گرفتند.این تحول عظیم سبب شد تا تحقیقات بیش از بیش مهم گردند و **ارزیابی و درک و فهم افکار عمومی یک امر حیاتی** شوند. در قرن بیست و یکم با ارایه الگوی ترکیبی و الگوی متقارن جدید شاهد آن هستیم که جامعه مدنی و افکار عمومی تعیین کننده اصلی شده اند و روابط عمومی ها باید همسو با نظریات مردم و الگوهای هنجاری و فرهنگ جامعه حرکت کنند.

راهبرد روابط عمومی آبفای استان اصفهان تاکید بر تفاهم و تعامل با مشترکین و ذی نفعان است به نحوی که ضمن توجه به مدیریت افکار عمومی و در نظر گرفتن مصالح سازمانی ، زمینه مشارکت همه جانبه مردم در مدیریت مصرف آب فراهم گردد.

فرایند انجام کار در روابط عمومی

شناخت موقعیت

بررسی وضعیت روابط عمومی از دیدگاه کارکنان ، مشترکین و سایر ذی نفعان از طریق پروژه های تحقیقاتی

شناخت و بررسی سند چشم انداز در حوزه روابط عمومی

بررسی وضعیت گذشته و حال روابط عمومی

ارائه راهبرد

تعیین مسیر حرکت روابط عمومی بر اساس وضعیت مطلوب

شناخت راهبردها و بررسی استراتژی علمی مدیریت روابط عمومی

ارائه راهبرد بر اساس ماموریت شرکت و استراتژی بلند مدت

بر نامه ریزی و هدایت مسیر حرکت

تدوین برنامه کلان روابط عمومی بر اساس منابع انسانی و بودجه تخصیصی

بررسی و دریافت بازخورد فعالیت های روابط عمومی در حوزه های مختلف برون سازمانی و درون سازمانی

تدوین برنامه های میان مدت و کوتاه مدت برای جهش در ابعاد کمی و کیفی روابط عمومی

راهبری ، کنترل و پایش فعالیت ها

یکپارچه سازی و هماهنگی تمامی حوزه ها و واحدهای زیر مجموعه روابط عمومی

نظارت و ارزیابی بر آئین نامه ها و مقررات روابط عمومی

پایش کمی برنامه های اجرائی روابط عمومی

به کارگیری ابزارهای فنی اطلاعاتی و تخصصی کارآمد در حوزه روابط عمومی

بازنگری در فعالیت ها ، شناسائی کاستی ها و نقایص عملکرد روابط عمومی

بهبود ،بهینه سازی و بازنگری فعالیت ها

اصلاح عملکردها ی روابط عمومی

بهبود مستمر فعالیت های روابط عمومی

تمرکز بر ارتقاء همه جانبه کمی و کیفی فعالیت ها با تاکید بر سرعت ، دقت و هدف یابی دقیق

دقت و سرعت عمل با رویکرد تخصص محور در روابط عمومی

سیاست و خط مشی روابط عمومی

۱. رویکرد توسعه همه جانبه فعالیت ها در فضای مجازی (به واسطه بحران پاندمی کووید ۱۹) با هدف افزایش و گسترش اثر بخشی در کانال های ارتباطی و شبکه های اجتماعی و انتشارمحتوا های آموزشی اعم از کلیپ ها، انیمیشن ها، فیلم ها، مستند ها، بازی ها و ... در بستر گسترده فضای مجازی

۲. توسعه کانال های تعاملی و ارتباطی با مشترکین و عامه مردم با هدف دسترسی و دریافت بدون واسطه اطلاعات و نظرات شهروندان برای بهبود فرایندهای آموزشی و اطلاع رسانی

۳. توجه به فناوری های روز و توسعه و ارتقاء امکانات دیجیتال به منظور تسهیل فرایندهای اطلاع رسانی

٤. تمرکز بر انجام مطالعات اجتماعی اعم از طرح های تحقیقاتی و پایش کمی و کیفی در گستره مخاطبان شرکت، مشتریان و ذی نفعان برای دریافت بازخورد فعالیت ها و شناخت نقاط قوت و ضعف

٥. به کارگیری سیستم پایش آنلاین رسانه ها و رصد مداوم نظرات مردم در شبکه های اجتماعی

٦. توسعه فرهنگ مدیریت مصرف آب در تمامی نهادها و سازمان های اداری و شرکت های خصوصی

۷. همکاری و تعامل با سازمان ها و نهادهای آموزشی و فرهنگی با تاکید اولویت بر همکاری با آموزش و پرورش ، دانشگاه ها و مراکز علمی، فرهنگ و ارشاد اسلامی، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان ، بهزیستی ، شهرداری ها و...

۸. پیاده سازی کامل الگوی سازگاری با کم آبی با مشارکت سازمان های مردم نهاد و تشکل های مردمی، هیات مذهبی و پایگاه های مقاومت بسیج

۹. تغییر رفتار مصرف آب با همیاری و همفکری رسانه های جمعی و مطبوعات

۱۰. ارتقاء سواد آبی و تقویت حس مسئولیت پذیری شهروندان که عامل مهمی در تغییر رفتار مصرف آب به شمار می رود.

۱۱. برقراری ارتباطات بهینه درون سازمانی و افزایش سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی کارکنان

میزان و نحوه تخصیص بودجه روابط عمومی

ردیف	عنوان فعالیت	درصد تخصیص بودجه روابط عمومی
۱	**اطلاع‌رسانی** تولید اخبار و اداره سایت خبری، بازدیدها، تورها و نشست‌های خبری،حضور در نمایشگاه معرفی فعالیت‌ها، مستندسازی طرح‌ها و احداث تاسیسات، آموزش کارکنان و خبرنگاران، انتشار خبرنامه و بولتن خبری، برگزاری مراسم ویژه کارکنان	۲۵
۲	**تولید محتوا** فیلم مستند، فیلم داستانی، پویانمایی و موشن‌گرافی، اینفوگرافی، دابسمش، گیف و ...، بروشور، کتاب	۱۰
۳	**انتشار محتوا** اجاره تبلیغات محیطی، چاپ آگهی‌های مطبوعاتی، پیام‌های آموزشی در سایت‌های خبری، پخش از صدا و سیما ، انتشار در شبکه‌های اجتماعی	۳۰
٤	**پویش‌های اجتماعی** جشنواره فراگیری نخستین واژه آب، پویش بانوی آب و خانه تکانی، پویش آب و رمضان ، پویش جان آب در خطر است ، پویش آب رفته باز می‌گردد ، پویش اجتماعی ایران "به لبخند تو زیباست" ، پویش سه شنبه های شاد آبی و....	۳۰
۵	**مطالعات اجتماعی** سنجش برنامه‌های آگاهی‌بخشی، سنجش رضایت از ارایه خدمات به مشتریان (ذینفعان)، مطالعات اجتماعی مورد نیاز	۵
	جمع کل	۱۰۰

پیش بینی فعالیت ها ی واحد آموزش همگانی در سال ۱۴۰۰

۱) برگزاری جشنواره تولیدات رسانه ای آبنگار در مهرماه

۲) برگزاری شب شعر زمزم رضوی همزمان با میلاد حضرت رضا (ع) و هفته صرفه جویی در مصرف آب

۳) برگزاری نشست تخصصی آب در آئینه ادیان توحیدی در فصل تابستان

٤) برگزاری شب شعر بانوی آب در پاییز

۵) اجرای برنامه های آموزشی در پیاده راه چهارباغ همزمان با هفته صرفه جویی

٦) اجرای طرح آموزش های مدیریت مصرف به کارکنان شرکت در طول سال

۷) تولید ۱۰ عنوان پویانمایی و موشن گرافی

۸) تولید ۱۰ عنوان اینفوگرافیک

۹) طراحی و انتشار ۲۰ عنوان پوستر

۱۰) طراحی و چاپ ۵ عنوان کتاب

۱۱) تولید و پخش ۲۵۰ دقیقه تیزر از صدا و سیمای مرکز اصفهان

۱۲) پخش ۷۰۰ ثانیه زیرنویس از سیمای مرکز اصفهان

۱۳) تولید و پخش ۳۱۵ برنامه جاری حیات از رادیو اصفهان

۱٤) اطلاع رسانی به مردم در بستر فضای مجازی (وب، شبکه های اجتماعی و پیام رسان)

۱۵) برگزاری دوره آموزشی الکترونیک برای ادارات و سازمان های دولتی و غیر دولتی

۱٦) راه اندازی خودروی آبی

۱۷) برگزاری طرح سه شنبه های شادابی برای دانش آموزان دوره ابتدایی و اعضای کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان

۱۸) برگزاری طرح سه شنبه های آبی در روستاها با مشارکت معاونت بهره برداری و توسعه آب

۱۹) اجرای طرح آموزشی مجتمع های مسکونی بیش از ۲۰ خانوار شهر اصفهان

۲۰) برگزاری جشنواره نخستین واژه آب (در قالب سه شنبه های شادابی)

۲۱) برگزاری مسابقات فرهنگی برای گروه های سنی مختلف در داخل و خارج از سازمان به صورت غیرحضوری

۲۲) اجرای پویش های جان آب در خطر است و ایران به لبخند تو زیباست

۲۳) راه اندازی کانون فرهنگی بانوی آب

۲٤) اجرای پویش خانه تکانی

۲۵) اجرای تبلیغات گسترده محیطی در شهرها و روستاها (بیلبورد، بنر، بک لایت، دیوار نویسی، مترو، اتوبوس، راه آهن، فرودگاه، پایانه های مسافربری)

۲٦) تهیه بسته های فرهنگی (کتاب و لوح فشرده) و اهدا به کتابخانه های استان

۲۷) اجرای نمایش های عروسک های کوچه گرد و تئاترهای خیابانی

۲۸) انتشار فراخوان تولید محتوا در رسانه ها و حمایت های مادی و معنوی از آثار منتشر شده

۲۹) همکاری با صدا و سیمای مرکز اصفهان برای پخش زیرنویس و تیزرهای مدیریت مصرف آب

واحد: اداره آموزش همگانی شرح فعالیت	زمان انجام				گستره فعا لیت		
	سه ماهه اول	سه ماهه دوم	سه ماهه سوم	سه ماهه چهارم	استانی	منطقه ای	ملی
تولید ۱۰ عنوان پویانمایی و موشن گرافی		*	*	*	*		
تولید ۱۰ عنوان اینفوگرافیک	*	*	*	*	*		
طراحی و انتشار ۲۰ عنوان پوستر	*	*	*	*	*		
طراحی و چاپ ۵ عنوان کتاب		*	*	*	*		
تولید و پخش ۲۵۰ دقیقه تیزر از صدا و سیمای مرکز اصفهان		*	*	*	*		
پخش ۷۰۰ ثانیه زیرنویس از سیمای مرکز اصفهان		*	*	*	*		
تولید و پخش ۳۱۵ برنامه جاری حیات از رادیو اصفهان	*	*	*	*	*		
اطلاع رسانی به مردم در بستر فضای مجازی (وب، شبکه های اجتماعی و پیام رسان)	*	*	*	*	*		
برگزاری دوره آموزشی الکترونیک برای ادارات و سازمان های دولتی و غیر دولتی	*	*			*		
راه اندازی خودروی آبی		*			*		
برگزاری طرح سه شنبه های شادابی برای دانش آموزان دوره ابتدایی و اعضای کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان استان	*		*	*	*		
برگزاری طرح سه شنبه های آبی در روستاها با مشارکت معاونت بهره برداری و توسعه آب	*	*	*	*	*		
اجرای طرح آموزشی مجتمع های مسکونی بیش از ۲۰ خانوار شهر اصفهان	*	*			*		
برگزاری جشنواره نخستین واژه آب (در قالب سه شنبه های شادابی)							
برگزاری مسابقات فرهنگی برای گروه های سنی مختلف در داخل و خارج از سازمان به صورت غیرحضوری		*	*		*		
اجرای پویشهای جان آب در خطر است و ایران به لبخند تو زیباست		*	*	*	*		
راه اندازی کانون فرهنگی بانوی آب	*				*		

پویش خانه تکانی				*	*		
اجرای تبلیغات گسترده محیطی در شهرها و روستاها (بیلبورد، بنر، بک لایت، دیوار نویسی، مترو، اتوبوس، راه آهن، فرودگاه، پایانه های مسافربری)		*	*		*		
تهیه بسته های فرهنگی (کتاب و لوح فشرده) و اهدا به کتابخانه های استان		*			*		
اجرای نمایشهای عروسکهای کوچه گرد و تئاترهای خیابانی		*		*	*		

پیش بینی فعالیت ها ی واحد پژوهش و برنامه ریزی در سال ۱۴۰۰

۱) تفاهم نامه همکاری با دانشگاه اصفهان در حوزه مطالعات اجتماعی

۲) تفاهم نامه همکاری با جهاد دانشگاهی اصفهان در بخش افکار سنجی و پژوهش

۳) به روزرسانی سیستم اینترانت داخلی و اطلاع رسانی کامل به همکاران و مراجعان از طریق تابلو اعلانات دیجیتال

٤) ارتقا و توسعه سیستم پایش و نظارت شبکه های اجتماعی

۵) برگزاری نشست های تخصصی با حضور اساتید و فرهیختگان حوزه روابط عمومی و جامعه شناسی کشور و استان

٦) تفاهم نامه همکاری با شرکت ذوب آهن اصفهان و تبادل تجربیات در زمینه های فرهنگی ، اطلاع رسانی و پژوهشی و مشارکت در ترویج فرهنگ بهینه مصرف آب

۷) ارتقا سواد آبی کارکنان و شهروندان از طریق اطلاع رسانی پیام های آموزشی و انتشار از سیستم تابلو اعلانات دیجیتال

۸) برگزاری دومین جشنواره هنروری کارکنان آبفا با هدف افزایش تعهد سازمانی

۹) نظرسنجی از مشترکین در مورد خدمات دهی شرکت آبفا اصفهان در سه بخش کمیت،کیفیت آب شرب وخدمات مشترکین

۱۰) بررسی رضایت مندی کارکنان آبفای اصفهان در ۷ بعد ارتباطی

۱۱) نقش سیاست گذاری اجتماعی در روابط عمومی

۱۲) نظرسنجی از مسئولان در مورد میزان رضایت از خدمات رسانی شرکت آبفا اصفهان

۱۳) بررسی نقش روابط عمومی در کاهش بحران آب

۱٤) تبیین نقش مدیریت مصرف آب در توسعه پایدار اصفهان

۱۵) مقایسه تطبیقی میزان رضایتمندی مشترکین روستائی و شهری از خدمات شرکت آبفا استان اصفهان

۱٦) بررسی پیامدهای خشکسالی بر سازگاری در مصرف بهینه آب (مطالعه موردی: مشترکین شهرستان های شرقی اصفهان)

۱۷) عوامل موثر بر انسجام سازمانی و ساختاری در شرکت آبفا اصفهان

۱۸) بررسی طرح توسعه روستایی (ارزیابی مشارکتی روستایی) خدمات آب و فاضلاب

۱۹) تاثیرات مسئولیت پذیری اجتماعی بر بهره وری کارکنان آبفا استان اصفهان

۲۰) بررسی نقش روابط عمومی در فرایند مدیریت راهبردی شرکت آبفا اصفهان

۲۱) بررسی نقش مدیریت دانش در انسجام سازمانی شرکت آبفا اصفهان

۲۲) نقش و کارکرد رسانه های جمعی در شکل گیری فرهنگ مدیریت مصرف آب

۲۳) بررسی تاثیر فرهنگ شهروندی بر مدیریت مصرف آب

۲٤) بررسی تاثیر پویش های اجتماعی در مدیریت مصرف آب

۲۵) تحلیل محتوای اخبار و گزارش های مرتبط با آبفا اصفهان درمطبوعات و رسانه های جمعی

۲٦) بررسی امکان سنجی استفاده از ظرفیت محلات برای افزایش آگاهی های مدیریت مصرف آب

۲۷) بررسی میزان رضایت پیمانکاران از خدمات رسانی شرکت آبفا اصفهان

۲۸) بررسی اثربخشی پویش های اجتماعی بر رفتار مصرف کننده گان آب

۲۹) راه اندازی بخش اخبار داخلی بر روی پرتال شرکت

۳۰) تجلیل از مدیران حامی روابط عمومی

واحد : پژوهش و برنامه ریزی شرح فعالیت	زمان انجام				گستره فعا لیت		
	سه ماهه اول	سه ماهه دوم	سه ماهه سوم	سه ماهه چهارم	استانی	منطقه ای	ملی
نظرسنجی از مشترکین			•	•	•		
رضایت مندی کارکنان آبفای اصفهان		•	•		•		
نقش سیاست گذاری اجتماعی در روابط عمومی	•				•		
نظرسنجی از مسئولان			•		•		
نقش روابط عمومی در کاهش بحران آب	•	•			•		
نقش مدیریت مصرف آب در توسعه پایدار اصفهان		•	•		•		
مقایسه تطبیقی میزان رضایتمندی مشترکین روستائی و شهری		•	•	•	•		
بررسی پیامدهای خشکسالی بر سازگاری در مصرف بهینه آب		•	•		•		
عوامل موثر بر انسجام سازمانی و ساختاری در شرکت آبفا	•	•		•	•		
بررسی طرح توسعه روستایی (ارزیابی مشارکتی روستایی) خدمات آب و فاضلاب		•	•	•	•		
تاثیرات مسئولیت پذیری اجتماعی بر بهره وری کارکنان آبفا استان اصفهان	•	•				•	
بررسی نقش روابط عمومی در فرایند مدیریت راهبردی شرکت آبفا اصفهان		•	•			•	
بررسی نقش مدیریت دانش در انسجام سازمانی شرکت آبفا اصفهان		•	•			•	
نقش و کارکرد رسانه های جمعی در شکل گیری فرهنگ مدیریت مصرف آب	•	•	•	•		•	
تاثیر فرهنگ شهروندی بر مدیریت مصرف آب	•	•	•	•	•		
بررسی تاثیر پویش های اجتماعی در مدیریت مصرف آب		•	•			•	
تحلیل محتوای اخبار و گزارش های مرتبط با آبفا اصفهان درمطبوعات و رسانه های جمعی	•	•	•	•	•	•	
امکان سنجی استفاده از ظرفیت محلات برای افزایش آگاهی های مدیریت مصرف آب		•	•		•		

بررسی میزان رضایت پیمانکاران از خدمات رسانی شرکت آبفا اصفهان		•	•	•	•		
بررسی اثربخشی پویش های اجتماعی بر رفتار مصرف کنندگان آب	•	•	•	•		•	
برگزاری دومین جشنواره هنروری کارکنان آبفا با هدف افزایش تعهد سازمانی			•	•		•	

پیش بینی فعالیت ها ی واحد رسانه در سال ۱۴۰۰

۱) تهیه، تدوین و انتشار ۲۳۰ خبر ستادی

۲) دریافت، ویراستاری و بارگذاری ۱۱۰۰ خبر مناطق خودگردان بر روی پایگاه اینترنتی شرکت (وابسته به ارسال خبر از مناطق و غیرقابل پیش بینی دقیق)

۳) ۸۰۰۰ بار انتشار اخبار تولیدی آبفا در مطبوعات با همکاری رسانه ها

٤) برگزاری جشنواره مطبوعاتی مدیریت بهینه مصرف آب با محوریت اخبار مدیریت مصرف و یا حمایت از بخش جنبی جشنواره مطبوعات با محوریت مدیریت مصرف بهینه آب

۵) برگزاری دوره آموزشی تخصصی آشنایی با صنعت آب و فاضلاب برای خبرنگاران (بسته به شرایط شیوع بیماری کرونا)

٦) راه اندازی کانال ارتباطی آبنگار در ستاد و مناطق

۷) تهیه روزانه فتوتیتر مهمترین اخبار تولیدی و ارسالی به روی شبکه های مجازی

۸) برگزاری نشست خبری مدیر عامل محترم شرکت حداقل دو نوبت (هفته صرفه جویی در مصرف آب و ۱۱ دیماه سالروز تشکیل شرکت های آب و فاضلاب)

۹) برگزاری نشست مدیران مناطق منتخب با رسانه ها حداقل یک نوبت در سال

۱۰) راه اندازی کانال آب در رسانه برای اطلاع مدیران و مسئولان شرکت از خبرهای منتشر شده در رسانه ها

۱۱) برگزاری نشست رابطان و مسئولان روابط عمومی مناطق خودگردان حداقل دو نوبت در سال (هفته روابط عمومی – دهه مبارک فجر)

۱۲) تعامل بیشتر با واحد اطلاعات و اخبار و برنامه های تولیدی صدا و سیما

۱۳) استقرار و راه اندازی سیستم بریده جراید الکترونیک

واحد: ارتباط با رسانه شرح فعالیت	زمان انجام				گستره فعا لیت		
	سه ماهه اول	سه ماهه دوم	سه ماهه سوم	سه ماهه چهارم	استانی	منطقه ای	ملی
تهیه، تدوین و انتشار اخبار ستادی	۵۰ خبر	۶۰ خبر	۶۰ خبر	۶۰ خبر	*		
دریافت، ویراستاری و بارگذاری اخبار مناطق خودگردان بر روی پایگاه اینترنتی شرکت (وابسته به ارسال خبر از مناطق و غیرقابل پیش بینی دقیق)	۲۰۰ خبر	۳۰۰ خبر	۳۰۰ خبر	۳۰۰ خبر		*	
انتشار اخبار تولیدی با همکاری رسانه ها	۲۰۰۰ خبر	۲۰۰۰ خبر	۲۰۰۰ خبر	۲۰۰۰ خبر	*		*
برگزاری جشنواره مطبوعاتی آب با محوریت اخبار مدیریت مصرف		همزمان با هفته مدیریت مصرف			*		
برگزاری دوره آموزشی تخصصی آشنایی با صنعت آب و فاضلاب برای خبرنگاران (بسته به شرایط شیوع بیماری کرونا)						*	

پیش بینی فعالیت ها ی خانه فرهنگ آب در سال ۱۴۰۰

۱) تولید ۳۰۵ برنامه جاری حیات با رویکرد جدید

۲) همکاری با کمیته فرهنگ شهروندی شهرداری اصفهان برای تولید آثار فرهنگی مدیریت مصرف آب

۳) ایجاد کارگروه حامیان آب دانش آموزی

٤) تولید محتوای طنز دیجیتالی کوتاه (حداکثر سه دقیقه) با عنوان «قندآب»

۵) برگزاری جشنواره صدای آب (تولید پادکست)

٦) برگزاری جشنواره « آ مثل آب»

۷) ایجاد چالش برای شهروندان (دوربین مخفی) با موضوع کم آبی

۸) تولید برنامه تلویزیونی ویژه کودک و خردسال

۹) نوآوری در برنامه رادیویی جاری حیات

۱۰) تشکیل اتاق فکر

۱۱) تولید مصاحبه با موضوع سازگاری با کم آبی

۱۲) تولید فیلم انیمیشن آموزشی از مراحل تصفیه آب/فاضلاب

۱۳) چالش «ایست ، آب نیست» در ایام خشکسالی

۱٤) تبلیغات محیطی

۱۵) مسابقه « آبدیده »

۱٦) تولید برنامه تلویزیونی

۱۷) کتابگرد (پادکست فارسی)

۱۸) به روزرسانی منابع فیزیکی و دیجیتالی کتابخانه در نرم افزار هوشمند

۱۹) تشکیل کارگروه کتاب

واحد : خانه فرهنگ آب شرح فعالیت	زمان انجام				گستره فعا لیت		
	سه ماهه اول	سه ماهه دوم	سه ماهه سوم	سه ماهه چهارم	استانی	منطقه ای	ملی
ایجاد کارگروه حامیان آب دانش آموزی :	•		•	•	•		
تولید محتوای طنز دیجیتالی کوتاه (حداکثر سه دقیقه) با عنوان «قندآب» :	•	•	•	•	•		
جشنواره صدای آب (تولید پادکست) :	•	•	•	•	•		
جشنواره « آ مثل آب» :			•		•		
ایجاد چالش (دوربین مخفی) با موضوع کم آبی :	•	•			•		
تولید برنامه تلویزیونی ویژه کودک و خردسال :		•			•		
نوآوری در برنامه رادیویی جاری حیات :	•	•	•	•	•		
تشکیل اتاق فکر :	•	•	•	•	•		
تولید مصاحبه با موضوع سازگاری با کم آبی	•	•		•	•		
تولید فیلم انیمیشن آموزشی از مراحل تصفیه آب/فاضلاب :	•	•	•	•	•		
چالش «ایست ، آب نیست» در ایام خشکسالی :	•	•				•	
تشکیل کارگاه سیار لوازم کاهنده مصرف :	•	•	•	•		•	
تبلیغات محیطی :		•				•	
مسابقه « آبدیده » :	•	•	•	•		•	
تشکیل فضای متناسب کودک و نوجوان در خانه فرهنگ آب :	•	•	•	•	•		
تقدیر از فعالان حوزه فرهنگسازی مصرف بهینه آب :	•					•	
تولید برنامه تلویزیونی :	•	•	•	•	•	•	
نشست با مدیران ارگانهای دولتی/غیردولتی :	•	•	•	•	•		
پویش کلاسهای آموزشی بانوان خانه دار :	•	•	•	•	•		
کتابگرد (پادکست فارسی) :		•	•	•		•	
بروزرسانی منابع فیزیکی و دیجیتالی کتابخانه در نرم افزار هوشمند :	•	•	•	•		•	
تشکیل کارگروه کتاب :	•	•				•	

فعالیت ها ی واحد سمعی و بصری در سال ۱۴۰۰

عنوان	توضیحات
تدوین کلیپ آموزش های فنی و مشترکین	کلیپ آموزش ثبت انشعابات
تهیه مستند ایمنی در کرونا	در خصوص مسئولیت های اجتماعی
تهیه بسته خبری سال ۱۳۹۹	پخش در جلسه شورای مدیران
آماده کردن کلیپ های مدیریت مصرف	ارسال به کانال ها و شبکه های مجازی
تهیه کلیپ های مناسبتی	اعیاد مذهبی
تهیه تصاویر از قنات ها و چشمه های مهم استان اصفهان	جمع آوری مستندات منابع آب
تهیه تصاویر از تاسیسات مهم شرکت	تغییرات فیزیکی عکس های قبل از تغییرات در موزه جمع آوری شود
تهیه مستند فعالیت های خودرو بحران فاضلاب	مستند عملیاتی
پوشش فعالیت های باشگاه ورزشی	تهیه عکس و فیلم از مسابقات ورزشی

عنوان	توضیحات
تهیه مستند ویژه روز خبرنگار	تهیه گزارش از خبرنگاران و تهیه کلیپ و پخش آن در روز خبرنگار
تهیه مستند اهدا خون	در روز جهانی اهدا خون
پوشش مراسم تکریم از بازنشسته گان	مدیران قبلی یا کارکنان بازنشسته
تهیه گزارش های تصویری از ایام محرم	تهیه کلیپ و بنر جدید ویزه محرم
دیدار با اهالی سینما در روز سینما	دعوت از چند کارگردان سینما اصفهان و مذاکره جهت تهیه فیلم در خصوص آب (تجلیل و دیدار و تفاهم)

عنوان	توضیحات
پوشش برنامه روز ایمنی	تهیه کلیپ از فعالیت های اداره ایمنی
پوشش تصویری ویژه برنامه شهادت قاسم سلیمانی	هماهنگی با بسیج و تهیه کلیپ از اقدامات شرکت پس از شهادت سردار با نام شهید سلیمانی
پوشش تصویری ویژه برنامه دهه فاطمیه	تهیه مستندات
تهیه کلیپ روز زن	تهیه کلیپ از جلسه های بانوان شرکت
تهیه کلیپ دهه فجر	روزشمار انقلاب اسلامی
تهیه کلیپ روز مرد	همزمان با ولادت حضرت علی (ع)
پوشش تصویری ویژه برنامه روز نیکوکاری	هماهنگی با بسیج و تهیه مستندات
پوشش تصویری ویژه برنامه روز سقا	آبرسانی سیار ، پیمانکاران حفر چاه و....
تولبد و پخش ٦٠ فیلم و کلیپ	تولید فیلم های مناسبتی (دینی – ملی – فرهنگی و ...) و پخش از درگاه و کانال های ارتباطی روابط عمومی
آرشیو آثار انیمیشن و موشن گرافی	از طریق برگزاری جشنواره و شناسایی استعدادها و شرکت های فعال در حوزه تولید محتوا
پخش تیزرهای صرفه جویی در مصرف آب	از تلویزیون شهری میدان امام حسین (دروازه دولت)

عنوان	توضیحات

تهیه فیلم در دیدار با آتش نشان ها و تجلیل از آنها	در روز آتش نشان (مانور در ستاد با هماهنگی ایمنی و تهیه فیلم مانور آتش سوزی)
ویژه برنامه شهادت ها	تهیه کلیپ جهت ارسال در گروه ها و تلوزیون داخلی
پوشش مراسم تجلیل از ورزشکاران شرکت ،	در روز تربیت بدنی
آرشیو برنامه های فرهنگی و پویش ها	نخستین واژه آب ، زنگ آب ، پرسش شادابی و..
پوشش تصویری تجلیل از پیشکسوتان هنرمند	در روز هنرمند
تهیه مستند از موزه آب	ارائه در روز نکوداشت آب
پوشش تصویری مراسم تجلیل از پرستاران	در روز پرستار

پیش بینی فعالیت ها و برنامه های امور فرهنگی و دینی در سال ۱۴۰۰

۱) ترویج فرهنگ قرآن کریم ، سیره اهل بیت (ع) و رهنمودهای امام (ره) و رهبری
۲) ترویج فرهنگ اقامه نماز
۳) توسعه فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر و فرهنگ سازمانی
٤) ترویج فرهنگ عفاف و حجاب سبک زندگی و صیانت از بنیان خانواده
۵) تقویت توانمندی های فرهنگی و دینی فرزندان همکاران
٦) فعالیت در حوزه فضای مجازی و نرم افزاری
۷) ترویج فرهنگ مدیریت مصرف بهینه

واحد: امور فرهنگی ودینی شرح فعالیت	زمان انجام				گستره فعا لیت		
	سه ماهه اول	سه ماهه دوم	سه ماهه	سه ماهه چهارم	استانی	منطقه ای	ملی
۱- ترویج فرهنگ قرآن کریم ، سیره اهل بیت (ع) و رهنمودهای امام (ره) و رهبری							
* برگزاری شانزدهمین دوره جشنواره قرآن و نماز ویژه فرزندان همکاران وزارت نیرو		*	*		*	*	
* برگزاری دوره های آموزش قرآن کریم ویژه همکاران و خانواده محترم آنها (به صورت حضوری ، مجازی یا مکاتبه ای) ب : برگزاری دوره های آموزشی ابلاغی از سوی امور فرهنگی وزارت نیرو با همکاری دفتر آموزش	*	*	*	*		*	
* تولید و ترویج محتواهای فرهنگی و تفسیر قرآن و نهج البلاغه و سیره اهل بیت (ع) توسط ائمه جماعات و مسئولین امور فرهنگی در بسترهای مختلف فضای مجازی و نشریات شرکت و طرح یکشنبه های علوی	*	*	*	*	*	*	
* برگزاری طرح ختم قرآن کریم به نیت سلامتی حضرت امام زمان (عج) و دفع بلایا ویژه همکاران و خانواده محترم آنها در ایام ماه مبارک رمضان	*				*	*	
* برگزاری مراسم های ملی و مذهبی و قرائت ادعیه ویژه همکاران و خانواده محترم آنها با رعایت کامل دستور العمل های بهداشتی و انجام فضا سازی مناسب در مناسبت های مختلف ب : انجام فعالیت های ویژه در زمینه مهدویت ، غدیر ، عاشورا ، هفته وحدت و ایام اربعین حسینی (ع)	*	*	*	*	*	۸	
* برگزاری طرح خلاصه کردن کتاب با همکاری ائمه محترم جماعات و ارسال برای شرکت های مادر تخصصی	*	*	*	*	*		
*فعالیت های ویژه در زمینه ترویج منویات امام (ره) و رهبری با موضوعات : الف : نام سال ب : حضور پر شور در انتخابات ج : کمک های مؤمنانه د : سبک زندگی و فرزند آوری	*	*	*	*	*		
* فعالیت ویژه در زمینه ترویج ادعیه وارده جهت دفع بلایا از جمله دعای هفتم صحیفه سجادیه و ... به صورت اهداء فیزیکی ، پخش صوتی و ...	*	*	*		*		
* برگزاری مسابقه فرهنگی با موضوع سیره اهل بیت (ع) یا نهج البلاغه ویژه همکاران و خانواده محترم آنها	*	*			*		
۲- ترویج فرهنگ اقامه نماز							
* تحقق دستورالعمل اجرایی سند راهبردی اقامه نماز وزارت نیرو (بند های اول و دوم دستورالعمل اجرایی)	*	*	*	*	*	*	
* : اجرایی شدن تفاهم نامه وزیر محترم نیرو با ریاست محترم ستاد اقامه نماز کشور با موضوع ترویج فرهنگ اقامه نماز ب : انعقاد تفاهم نامه با ستاد اقامه نماز استان بر اساس تفاهم نامه وزیر محترم نیرو	*	*	*	*	*	*	
* برگزاری جلسات منظم و مستمر شورای فرهنگی (اقامه نماز)	*	*	*	*	*	*	

* الف : بازدید مستمر از نمازخانه های تحت پوشش و رفع مشکلات و تجهیز ، تعمیر و افتتاح نمازخانه ها در مراکز اداری و غیر اداری ب : افزایش مراکز اقامه نماز جماعت در صورت احراز شرایط لازم	*	*	*	*	*	*	
* شناسایی ظرفیتهای استانی که در برنامه های دستگاه مرکزی لحاظ نشده است و تبدیل آن به برنامه های ابتکاری و بومی استان مطابق بند ۶ تفاهم نامه وزارت نیرو با ستاد اقامه نماز کشور	*	*	*	*	*	*	
* شرکت در دوره آموزشی طرح مفتاح ۹ و رضوان ۷ ویژه ائمه جماعات و مسئولین امور فرهنگی	*	*	*	*	*	*	
* الف : برگزاری جلسه سالیانه هم اندیشی مسئولین فرهنگی (رابطین) شهرستانها و امورات تابعه به صورت شرکتی ب : مشارکت در برگزاری جلسه سالیانه هم اندیشی ائمه جماعات صنعت آب و برق استان توسط دبیر استان			*		*	*	
* به روز رسانی بانک جامع اطلاعات نماز در سامانه سحاب (مشخصات ائمه جماعات ، نمازخانه ها ، اعضای شورای فرهنگی و رابطین فرهنگی)	*	*	*	*	*	*	
* تقدیر و تجلیل از فعالان و خادمان نماز در ایام ماه مبارک رمضان (مؤذن ، مکبر ، خادم نمازخانه و ...) و تجلیل از اعضای شورای فرهنگی و فعالان نماز در صورت کسب رتبه توسط وزارت نیرو در ارزیابی های ستاد اقامه نماز کشور	*	*	*	*	*	*	
* بهره مندی از توانمندی ائمه جماعاتی که دارای توانایی های تبلیغی و فرهنگی ویژه ای می باشند	*	*	*	*	*	*	
* تولید و ترویج محتواهای فرهنگی با موضوع نماز توسط ائمه جماعات و مسئولین امور فرهنگی در بسترهای مختلف فضای مجازی و نشریات شرکت	*	*	*	*	*	*	
* برگزاری دوره آموزش آداب و اسرار نماز مطابق بند ۱۴ تفاهم نامه وزارت نیرو با ستاد اقامه نماز (به صورت مجازی)	*	*	*	*	*	*	
* جمع آوری و ارسال گزارش فعالیت های سالیانه نماز و برنامه های فرهنگی و درج در سامانه سحاب و سامانه سجاده ستاد اقامه نماز کشور ویژه جشنواره شهید رجایی	*	*	*	*	*	*	
* مشارکت در برگزاری مسابقه نماز ویژه فرزندان همکاران مطابق با بند ۱۶ تفاهم نامه نماز وزارت نیرو با ستاد اقامه نماز	*	*	*	*	*	*	
*برگزاری نمایشگاه های مختلف فرهنگی در مناسبتهای مختلف به صورت فیزیکی یا مجازی	*	*	*	*	*	*	
۳ - توسعه فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر و فرهنگ سازمانی							
به روز رسانی احکام اعضای شورای امر به معروف و نهی از منکر و ثبت طلایه داران معروف در سامانه امین و برگزاری جلسات شورای مر به معروف و نهی از منکر	*	*	*	*	*	*	
* برگزاری دوره آموزشی امر به معروف و نهی از منکر با موضوع امر به معروف در محیط اداری (مجازی)	*	*	*	*	*	*	
* بزرگداشت هفته امر به معروف و نهی از منکر در ایام ماه محرم		*	*		*	*	

* مشارکت در برگزاری همایش استانی امر به معروف و نهی از منکر		*	*		*	*	
* تولید و ترویج محتواهای فرهنگی با موضوع امر به معروف و نهی از منکر در بسترهای مختلف	*	*	*	*	*	*	
* سخنرانی ائمه جماعات و استفاده از اساتید حوزه و دانشگاه در رابطه با ترویج فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر	*	*	*	*	*	*	
* برگزاری مسابقه با موضوع امر به معروف و نهی از منکر اعلامی از سوی ستاد احیاء امر به معروف		*	*		*	*	
۴- ترویج فرهنگ عفاف و حجاب ، سبک زندگی و صیانت از بنیان خانواده							
*-الف : پیگیری اجرای منشور عفاف و حجاب کارکنان ب : پایش و بررسی وضعیت عفاف و حجاب در شرکت پیرو بند ۱ ابلاغیه معاونت محترم وزیر ج : پیگیری اجرای برنامه های عفاف و حجاب بر اساس چک لیست وزارت کشور و ارسال گزارشات لازم	*	*	*	*	*	*	
۲- تشکیل کارگروه ویژه خواهران از میان بانوان همکار جهت ارائه پیشنهاد برنامه های فرهنگی ویژه خواهران همکار ، همسران و دختران همکاران	*	*	*	*	*	*	
۴- انجام فعالیتهای ویژه هفته عفاف و حجاب		*			*	*	
۵-مشارکت در برگزاری نشست های عفاف و حجاب با رویکرد پاسخگویی به شبهات عفاف و حجاب (حضوری یا مجازی یا مکاتبه ای)	*	*	*	*	*	*	
۶- برگزاری جلسات هم اندیشی با رویکرد سبک زندگی ویژه همکاران و خانواده محترم آنها (به صورت مجازی یا مکاتبه ای) با موضوعات ذیل : الف : تکنیک های افزایش صبر و تاب آوری در شرایط خاص ب : اصلاح روابط میان همسران	*	*	*	*	*	*	
۷- الف : برگزاری برنامه پیاده روی خانوادگی با حضور ائمه جماعات شرکت با رعایت اصول کامل ضوابط بهداشتی با رویکرد مصرف بهینه آب و برق و سلامتی ب : برگزاری سفرهای زیارتی و سیاحتی ویژه همکاران و خانواده همکاران در صورت ایجاد شرایط مناسب		*	*		*	*	
۸- استفاده از خدمات مشاور و روان شناس خانواده جهت استفاده همکاران و خانواده محترم آنها به صورت حضوری یا مجازی	*	*	*	*	*	*	
۹-الف : انجام برنامه های فرهنگی و دینی در زمینه ازدواج همکاران مجرد و ازدواج فرزندان همکاران ب : اهداء بسته فرهنگی مناسب به همکارانی که در طول سال جاری ازدواج کرده و یا صاحب فرزند شده اند							
۱۰- دیدار با علما و شخصیتهای فرهنگی استان ویژه همکاران و خانواده همکاران در صورت وجود شرایط مناسب	*	*	*	*	*	*	
۱۱- تولید و ترویج محتواهای فرهنگی با موضوع خانواده و عفاف و حجاب توسط ائمه جماعات و مسئولین امور فرهنگی در بسترهای مختلف فضای مجازی و نشریات شرکت	*	*	*	*	*	*	

۱۲- برگزاری مسابقه فرهنگی با موضوع خانواده و عفاف و حجاب		*	*		*	*	
۱۳- تبلیغات ویژه فرزند آوری و ازدیاد جمعیت	*	*	*	*	*	*	
۵- تقویت توانمندی های فرهنگی و دینی فرزندان همکاران							
* الف : طرح برنامه ریزی فعالیت های غنی سازی اوقات فراغت و تأمین اعتبار لازم جهت برگزاری طرح تابستانی فرزندان همکاران ترجیحاً استانی ب : برگزاری اردوهای درون استانی و برون استانی ویژه فرزندان همکاران ترجیحاً استانی		*	*		*	*	
*برگزاری دوره آموزشی ویژه فرزندان همکاران به صورت مجازی یا مکاتبه ای با موضوع « آسیب شناسی و مدیریت رفتار در فضای مجازی »	*	*	*	*	*	*	*
*هماهنگی اعزام دانش آموزان منتخب به اردوی سراسری تخصصی فرزندان برتر همکاران		*	*		*	*	
*تبلیغ و تکریم ویژه روز دختر (میلاد حضرت معصومه (س)) و روز جوان (میلاد حضرت علی اکبر (ع))		*			*	*	
۶- فعالیت در حوزه فضای مجازی و نرم افزاری							
* برگزاری جلسه آموزش سواد رسانه ای (به صورت حضوری یا مجازی یا مکاتبه ای) با موضوع «نحوه مدیریت افکار عمومی توسط رسانه ها» ویژه ائمه جماعات ، همکاران و خانواده محترم آنها	*	*	*	*	*	*	
* الف : ایجاد و غنی سازی گروه ها و کانال های فرهنگی در پیام رسان ها و بسترهای فضای مجازی با رعایت قوانین مربوطه ویژه ائمه جماعات و رابطین و همکاران و خانواده محترم همکاران ب : ایجاد درگاه های مجازی جهت ارتباط ائمه جماعات با همکاران و خانواده آنها جهت پاسخگویی به سوالات	*	*	*	*	*	*	*
* تولید و ترویج محتواهای فرهنگی با موضوعات متنوع در قالب فایل های متنی ، صوتی ، تصویری و ... توسط ائمه جماعات و مسئولین امور فرهنگی در بسترهای مختلف فضای مجازی با رویکرد مسائل مذهبی و اجتماعی روز جامعه	*	*	*	*	*	*	
* تشکیل کارگروه فضای مجازی از میان همکاران توانمند جهت ارائه پیشنهاد برنامه های فرهنگی ویژه فعالیت در بستر فضای مجازی	*	*	*	*	*	*	
* استفاده از کارشناسان پلیس فتا جهت ارائه آموزشهای آسیب های فضای مجازی	*	*	*	*	*	*	
* معرفی اپلیکیشن ها ، نرم افزارها و برنامه های کاربردی و بازیهای مناسب با رویکرد فرهنگی و مذهبی به همکاران	*	*	*	*	*	*	
* استفاده از ظرفیت سایت شرکت ، وبلاگ فرهنگی ، سیستم اتوماسیون اداری ، اینترانت شرکت و فضاهای مجازی شرکت و سیستم پیامک جهت اشاعه مطالب فرهنگی و دینی	*	*	*	*	*	*	
۷- ترویج فرهنگ مدیریت مصرف بهینه							
* پیگیری انعقاد تفاهم نامه با مراکز فرهنگی مانند : امور مساجد ، ستاد نماز جمعه و اقامه نماز ، سازمان تبلیغات و ... جهت تبلیغات صرفه جویی	*	*	*	*	*	*	

❋ اعزام ائمه جماعات شرکت به مساجد ، مدارس و مراکز آموزشی ، ادارات و .... جهت تبلیغات صرفه جویی به صورت فصلی یک بار	*	*	*	*	*	*	
❋ توزیع اقلام فرهنگی صرفه جویی در مصرف بهینه با رویکرد دینی در راه پیمایی ها و مراسم های بزرگ ملی و مذهبی مانند شب های قدر و نماز عید فطر و ...	*	*	*	*	*	*	
❋ استفاده از ظرفیت ائمه جماعات در جهت تولید محتوای فرهنگی در زمینه صرفه جویی با رویکرد فرهنگی و مذهبی در قالب فایل های متنی ، صوتی و تصویری و ... و نشر درفضاهای مجازی	*	*	*	*	*	*	
❋ هماهنگی با ائمه جمعه و جماعات استان ، معلمین مدارس و ... جهت تبلیغ در زمینه مصرف بهینه و صرفه جویی در مساجد، مصلی ها ، حسینیه ها ، مدارس و ...	*	*	*	*	*	*	