



نام: مهدی

نام خانوادگی: رضایی

سمت: مسئول روابط عمومی معاونت دانشجویی و فرهنگی

عنوان پست سازمانی: کارشناس فعالیت‌های فوق برنامه

تحصیلات: لیسانس

رشته تحصیلی: کارشناس مدیریت امور فرهنگی

سوابق کاری

دارای 5 سال تجربه کاری به صورت شرکتی و 23 سال سابقه رسمی در دانشگاه علوم پزشکی همدان

9 سال انجام امور اداری در واحد کارگزینی شبکه بهداشت و درمان کبودراهنگ

12 سال مسئول روابط عمومی شبکه بهداشت و درمان کبودراهنگ

2 سال مسئول روابط عمومی معاونت دانشجویی و فرهنگی دانشگاه علوم پزشکی همدان

شرح وظایف روابط عمومی معاونت دانشجویی و فرهنگی

- جمع‌آوری اطلاعات و اخبار مربوط به فعالیتها ، اقدامات معاونت که ارزش اطلاع‌رسانی دارند.

شرکت در جلسات

- ارتباط مستقیم و مستمر با مسئولان

- برقراری ارتباط با روابط عمومی معاونت دانشجویی و فرهنگی وزارتخانه و دانشگاه علوم پزشکی مربوطه
- انعکاس فعالیتها ، برنامه‌ها و اقدامات معاونت به مخاطبین
- تهیه عکس از فعالیتهای معاونت و آرشیو آنها و انعکاس و پخش آنها از طریق مجاری قانونی

روابط عمومی چیست ؟

روابط عمومی فعالیتی است ممتد ، مداوم و طرح‌ریزی شده که از طریق آن ، افراد و سازمانها می‌کوشند تا تفاهم و پشتیبانی کسانی را که با آنها سروکار دارند به دست آورند و در حقیقت بخشی از مدیریت است و در اغلب موارد نقش مغز متفکر ، قلب تپنده ، دست اجراء ، پای پیشرفت ، گوش شنوا ، چشم بینا و زبان گویای سازمان مدیریت آن را ایفا می‌کند.

فعالیتی که روابط عمومی انجام می‌دهد در یک کلمه «ارتباط» از دیدگاه نظری «علم» از جنبه عملی و اجرایی خود «فن» و از جنبه خلاقانه و زیبایی شناختی «هنر» است و آینه تمام نمای سازمان و جایگاه دریافت و انتقال اطلاعات است.

روابط عمومی در حقیقت شبکه هوشیار ، بانک اطلاعات ، مغز متفکر سازمان و پل ارتباطی آن با افکار عمومی و مخاطبان خاص و عام و با نگرش‌ها و تمایلات و عادات و سلاقی متفاوت است و باید خصلتهایی چون قانون مداری ، نظم ، شجاعت ، ابراز عقیده ، تحمل شنیدن آرای مخالفان ، احترام به حقوق فردی و اجتماعی دیگران و صداقت رشد و توسعه نماید.

روابط عمومی اعمال فلسفه ، فلسفه اجتماعی ، مشاور و کارکرد ارتباطی مدیریت است که ؛ از این جهت یکی از اصلی ترین ارکان برای پایه گذاری یک روابط عمومی کارآمد و مسؤولیت پذیر در دستگاه این است که زیرنظر بالاترین مقام دستگاه و سازمان انجام وظیفه نماید.

بی تردید ، هر نگرشی گویای اهداف و شیوه‌هایی است که نحوه رسیدن به آنها را مشخص می‌کند. بررسی نگرشهای عمده به روابط عمومی مشخص کرد که شامل مسیر و هدف مستند : منظور از مسیر کار روابط عمومی تاکتیکهایی است که روابط عمومی برای رسیدن به اهداف خود انتخاب می‌کند پس «هدف» مشخص کننده افق‌ها و ارزشهایی است که روابط عمومی در پیامها و برنامه‌های خود منظور می‌کند و در حقیقت به اختصار می‌توان گفت هدف روابط عمومی کسب تفاهم و پشتیبانی از طریق ایجاد احساس اشتراک میان فرد یا سازمان از سویی و مخاطبان از سوی دیگر می‌باشد که باعث ایجاد ارتباطی تعاملی و دوسویه ، مشارکتی و پیچیده است که به طور بالقوه به ایجاد حس

اشتراک کمک می‌کند پس متخصصان روابط عمومی که نقش هماهنگ کننده درون سازمان و ارتباط سازمان با بیرون را ایفا می‌کنند از دانش مهارت‌های ارتباطی، روان‌شناسی، روان‌شناسی جامعه، جامعه‌شناسی، سیاست، اقتصاد، اصول مدیریت و علم اخلاق برخوردار باشند تا بتوانند از جایگاه ویژه خود بر عواملی چون تشخیص بازار جدید، شناخت تولیدات جدید روش‌های نوین به طور کامل مشرف شوند تا هنگامی که سازمان در معرض هجوم مشکلات قرار می‌گیرد بتوانند وضعیت فعلی را حفظ نموده و برای جلوگیری از انزوای اجرایی که دیر یا زود متوجه هر سازمانی است کمک شایانی نمایند پس یکی دیگر از وظایف بس مهم و غیرقابل انکار هر متخصص روابط عمومی یک سازمان همانگونه که در بیانیه انجمن روابط عمومی آمریکا آمده است که بالاترین ارزش روابط عمومی در پیش‌بینی مسائل و شکل بخشیدن به رویدادهای آینده است نه در روایت‌گری و گزارش آنچه اتفاق می‌افتد یا مقابله با آنچه که پیش می‌آید.