

باسمه تعالی



وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
سازمان فناوری اطلاعات ایران

روش اجرایی

تبلیغات و فرسنگ سازی



وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
سازمان فناوری اطلاعات ایران

روش اجرایی

تبلیغات و فرهنگ سازی

کد:

ITC-PR-Advertising-۹۰۱۲۲۹-RW۰۰

فهرست تغییرات ثبت شده در سند

نسخه	تاریخ	مبوز تغییرات	تغییر دهنده	علت انجام تغییرات و بخش های تغییر یافته

تمایذیند

نام و نام خانوادگی	مسئولیت	زیر سیستم	امضا	تاریخ
مریم قربانی	کارشناس	دفتر مدیرعامل		
فرزاد قمی	مدیرکل دفتر مدیرعامل	دفتر مدیرعامل		
مهران شیرازی	مشاور و نماینده رئیس سازمان در سیستم مدیریت کیفیت			
علی حکیم جوادى	معاون وزیر و رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران			

این سند در تاریخ به واحد های ذی ربط ابلاغ و اجرایی شد.

گروه نوسازی و تحول اداری

مهر و امضاء



وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
سازمان فناوری اطلاعات ایران


روش اجرایی

تبلیغات و فرهنگ سازی

کد:

ITC-PR-Advertising-۹۰۱۲۲۹-RW۰۰

فهرست مطالب		
صفحه	عنوان	ردیف
	هدف	۱
	دامنه کاربرد	۲
	اصطلاحات و تعاریف	۳
	شناسنامه (نمودار لاک پشتی)	۴
	مسئولیت ها	۵
	روش اجرایی	۶
	نمودار جریان	۷
	پیوست ها	۸

کد: ITC-PR-Advertising-۹۰۱۲۲۹-RW۰۰	روش اجرایی	 وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات سازمان فناوری اطلاعات ایران
	تبلیغات و فرهنگ سازی	

۱- هدف

- تولید برنامه های تبلیغی با هدف معرفی سازمان، اهداف، سیاست ها و عملکرد

دامنه کاربرد

کارشناس روابط عمومی
 مدیران ارشد سازمان
 کلیه کارشناسان سازمان
 مخاطبان در سطح جامعه

۲- اصطلاحات و تعاریف:

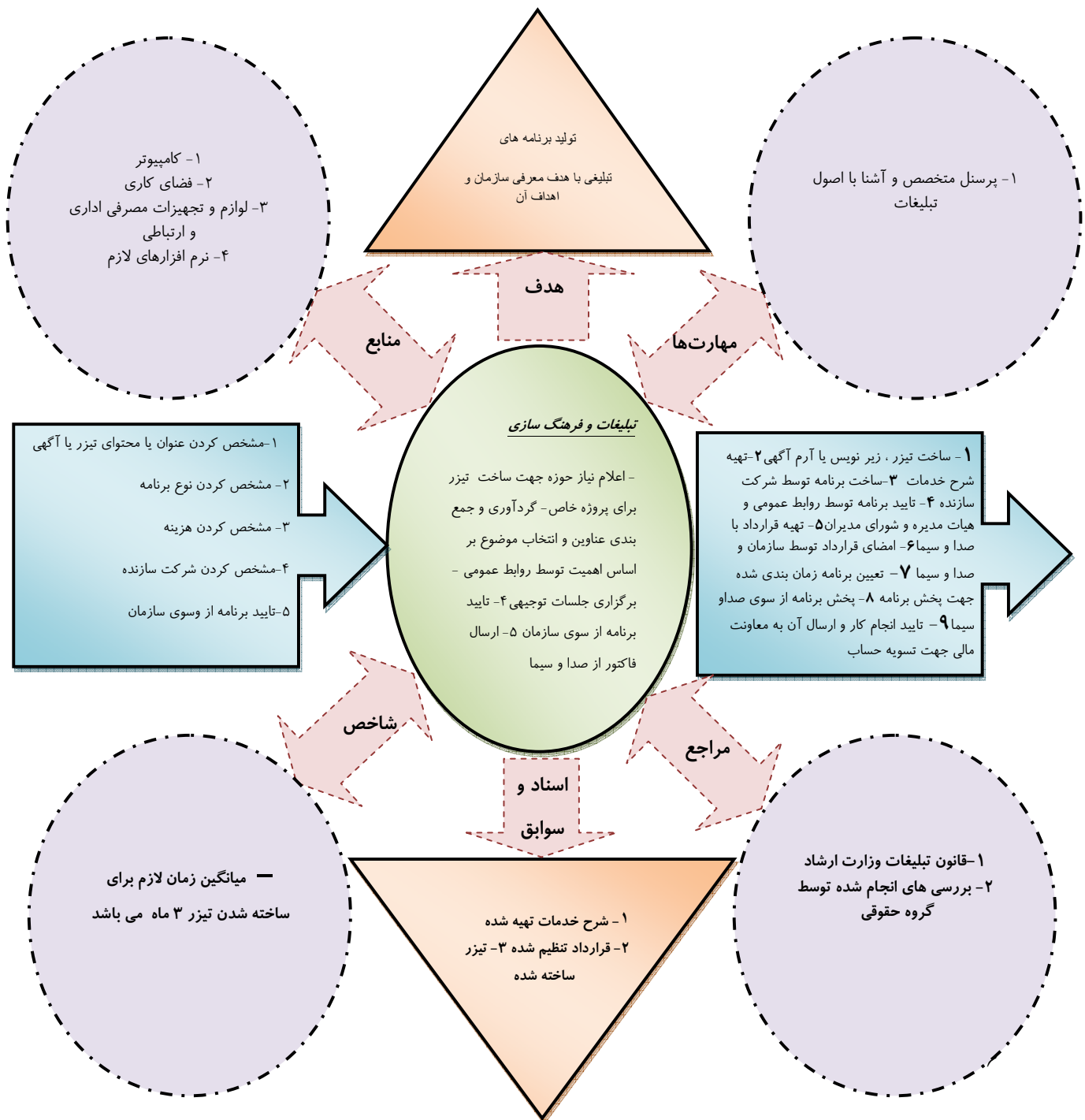
مدیران ارشد: شامل رئیس سازمان، مدیر عامل و یا قائم مقام اجرایی مدیر عامل می باشد


سازمان: سازمان فناوری اطلاعات ایران

تیزر: شامل پیام تبلیغاتی که به صورت اجرایی با استفاده از متریال های صوتی و تصویری توسط صدا یا سیما به مخاطبان برسد .

۴- شناسنامه

: شامل نمودار لاک پشتی ارائه شده در سند می باشد.



کد: ITC-PR-Advertising-۹۰۱۲۲۹-RW۰۰	روش اجرایی	 وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات سازمان فناوری اطلاعات ایران
	تبلیغات و فرهنگ سازی	

۶- روش اجرایی:

کسب مجوز از مدیران ارشد سازمان و ارجاع کار به شرکت سازنده تیزر

۷- نمودار جریان:

