



روابط عمومی
شرکت ملی نفت ایران
در یک نگاه



National Iranian Oil Company
Public Relations
at a Glance

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

مشور اخلاقی دولت تدبیر و امید

- ۱- خداوند را در هر حالت ناظر بر اعمال و رفتار خویش و مسئولیت را الهی بدانم.
 - ۲- همه آحاد مردم ایران را از همه اقوام و مذاهب الهی بدون توجه به تفاوت های فردی، عشقیت و کردوبی، محترم بشمارم و از حقوق، حریم خصوصی، حیثیت و شرافت آنان پاسداری کنم و در استفاده از تمام سرمایه های انسانی کشور بکوشم.
 - ۳- هدف اول من تأمین مصالح پدیدار نظام جمهوری اسلامی ایران باشد و در صورتی که بین منافع فردی حزبی، سازمانی، قومی و حرفه ای من با مصالح ملی تضاد باشد، از منافع خود بگذرم و مصالح ملی را بنای تصمیم قرار دهم؛ در تمام تقسیمات و اقدامات خود، سیاست های کلی نظام (ابلاغ شده توسط مقام معظم رهبری)، برنامه های توسعه، قوانین و اولویت های اعلام شده از طرف رئیس جمهور را مد نظر قرار دهم.
 - ۴- اندیشه ام در مدار اعتدال، تقسیماتم بر بنای تدبیر و تقدم در چهار چوب قانون باشد و از تندروی، شتاب زدگی و خودسری پرهیزم.
 - ۵- بهواره از دروغ پرهیزم؛ به شعور و انکار عمومی اصرار بکنم؛ از دست کاری در اطلاعات و یا راه اطلاعات بگویم که موجب فریب دیگران به ویژه مسئولان عالی نظام شود بد شدت پرهیز کنم؛ به عنوان این نظام جمهوری اسلامی، اطلاعات و اسرار نظام را حفظ نمایم؛ چه در زمان مسئولیت و چه بعد از آن رازدار باشم.
 - ۶- در تمام تقسیمات و اقدامات خود جویا و پذیرای تعدد نظر دیگران باشم، مسئولیت خطای خود را بپذیرم؛ برای دیدگاه مخالف و انتقاد ارزش قابل باشم و خود را مستعد به گزارش دی منظم بر رئیس جمهور و مردم بدانم.
 - ۷- نگاه و هدف خود را بر سازمان تحت مدیریت خود محدود نکنم، بلکه تعاملات بین سازمانی و هم افزایی های فراسازمانی را مد نظر قرار دهم. در این راه به ویژه با وزارت خانه های هم گروه، فراتر از منافع سازمانی و با هدف دستیابی به اهداف ملی همکاری مؤثر داشته باشم.
 - ۸- بنای و گذاری مناسب را شایستگی، راستگویی و در ستکاری قرار دهم و نزدیکان سببی و نسبی من در انتصابات از بیخ امتیاز و تندی برخوردار نباشند.
 - ۹- به ایران زبردست خود را برای پذیرش مسئولیت های بزرگتر و بلندتر آماده کنم و کارکنان خود را به مثابه سرمایه ای بپذیرم که به رووری و بالندگی آن با بر صده من است.
 - ۱۰- نظرات تخصصی مدیران فنی، کارمندان، متقدمان و مشاوران مستقل خود را جیاشوم و به آن توجه ویژه کنم.
 - ۱۱- حق مردم در دسترسی به اطلاعات را پاس دارم، شفافیت اطلاعاتی را بنای عمل قرار دهم؛ در راه اطلاعات به آنان و تعامل با رسانه ها فعالانه و بارور بکوشم و در این مسیر با نظام اطلاع رسانی دولت هماهنگ عمل کنم.
 - ۱۲- سرمایه های هستی چون انرژی، محیط زیست و نیروی انسانی را سرمایه های تمام بشردانسته، در حفظ، کاربرد و دست و به سازی آنها کوشش کنم و این سرمایه را همچون میراثی بپذیرم که از گذشته چنان به ما رسیده است و چون الهامی بپذیرم که باید به آیندگان برسانیم.
 - ۱۳- هر گاه به این جمع بندی برسم که توان لازم برای انجام مسئولیت را از دست داده ام مراتب را به رئیس جمهور اعلام کنم و زمانی که می خواهم سازمان تحت مدیریت خود را تحویل مسئول بعدی دهم، تمام اطلاعات و تجربیات خویش را به جانشین خود منتقل کنم.
- من در پیشگاه قرآن کریم و در برابر رئیس جمهوری اسلامی ایران به خداوند قادر متعال بگویم که بهواره در دوران مسئولیت خود به مشور اخلاقی دولت «تدبیر و امید» مستعد باشم و بهر توان خود را در راه ایمنی و خفیند ام بکار گیرم.

پیش‌گفتار

ایجاد ارتباط دو سویه بین مدیران و کارکنان و برقراری ارتباط میان سازمان و جامعه در سطوح ملی و جهانی وظیفه مهم و سنگینی می‌باشد که بر عهده روابط عمومی‌ها گذاشته شده است. روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران، به عنوان روابط عمومی پیشتاز در کشور، همواره کوشیده است با بازآفرینی ایده‌های نو، بسترهای بدیع و تازه‌ای را پیش رو داشته باشد. این امر با توجه به حوزه وسیع تحت مسئولیت و با شناخت موقعیت استراتژیک سازمانی شرکت‌های تابع فعال در عرصه‌های بالادستی نفت و گاز، در انجام وظایف خود، حرکتی رو به رشد دارد و این روابط عمومی همواره در راستای اثربخشی برنامه‌ها و پی‌ریزی نظام کارآمد و پاسخگو به منظور افزایش کارایی همه جانبه این صنعت با یاری از درگاه پروردگار متعال کوشا بوده و خواهد بود. در این نوشتار متناسب با شرح وظایف نوین سازمانی و ساختار جدید، خلاصه‌ای از عملکرد روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران بیان شده است. واحدهای سازمانی روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران عبارتند از:

واحد مطالعات، انتشارات و اطلاع‌رسانی

- ۱ - بخش مطالعات
- ۲ - بخش انتشارات
- ۳ - بخش اطلاع‌رسانی

واحد نمایشگاه‌ها، تبلیغات و تولید فیلم

- ۱ - بخش نمایشگاه‌ها و همایش‌ها
- ۲ - بخش تبلیغات
- ۳ - بخش تولید فیلم

واحد هماهنگی و اداری، مالی



واحد مطالعات، انتشارات و اطلاع‌رسانی

واحد مطالعات، انتشارات و اطلاع‌رسانی در امر تهیه و تدوین برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت، ارتباط درون‌سازمانی و برون‌سازمانی، تدوین و نشر کتاب، نشریات، کاتالوگ، بروشور و ... فعالیت مستمر دارد، همچنین در مدیریت و نظارت هنری و فنی بر تولیدات و نظارت جامع بر حوزه اطلاع‌رسانی در قالب بخش‌های ذیل ایفای نقش می‌نماید:

۱ - بخش مطالعات

در راستای ضرورت توجه به افکار عمومی و لزوم بهره‌گیری از دیدگاه مخاطبان در بهبود و توسعه فعالیت‌های شرکت ملی نفت ایران در عرصه‌های مختلف، بخش مطالعات اجتماعی و افکارسنجی روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران با بهره‌گیری از انواع روش‌های تحقیق و افکارسنجی با حوزه کارکرد وسیع در رابطه با برنامه‌ریزی، پژوهش و افکارسنجی، آموزش و ارتباط مردمی فعالیت می‌نماید.

مهم‌ترین فعالیت‌های بخش مطالعات به شرح ذیل می‌باشد:

- انجام پژوهش‌های متناسب با هدف رصد تحولات، سیاست‌ها و نیازهای فرهنگی - ارتباطی مخاطبان
- افکارسنجی از مخاطبان در خصوص اقدام‌ها و فعالیت‌های شرکت ملی نفت ایران
- انجام مطالعات تحلیل محتوای مطبوعات و رسانه‌ها در جهت بررسی مشکلات نظام اطلاع‌رسانی در سطوح مختلف و مقاطع زمانی متفاوت
- زمینه‌سازی برای گسترش مطالعات و پژوهش‌های روابط عمومی و نظارت و هدایت امور پژوهشی
- ارتباط با مراکز علمی و پژوهشی کشور در جهت ارتقای سطح پژوهش‌های علمی روابط عمومی‌های شرکت ملی نفت ایران
- برنامه‌ریزی و برگزاری ملاقات‌های مردمی و نشست‌های پرسش و پاسخ با هدف برقراری ارتباط منسجم کارکنان شرکت ملی نفت ایران با مسئولان
- برنامه‌ریزی و هماهنگی ارتباطی از طریق تلفن گویا، نامبر و رایانامه با هدف پاسخگویی سریع به کارکنان شرکت ملی نفت ایران و دیگر مخاطبان
- برنامه‌ریزی و برگزاری نشست با روسای روابط عمومی‌های شرکت ملی نفت ایران با هدف برنامه‌ریزی، ساماندهی رصد و بررسی مشکلات و مسایل حوزه روابط عمومی
- برنامه‌ریزی آموزشی کارکنان روابط عمومی با هدف تجهیز و توسعه نیروی انسانی



۲- بخش انتشارات

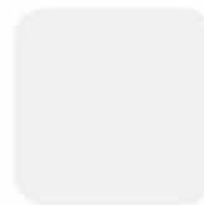
واحد انتشارات بر اساس وظایف سازمانی در راستای انعکاس مطلوب توانمندی‌های صنعت نفت و در زمینه توسعه، راه‌اندازی، بهره‌برداری، حفظ و صیانت از مخازن نفت و گاز، ساخت و به کارگیری تجهیزات پیشرفته اقدام به عرضه محصولات مورد نیاز می‌نماید.
مهم‌ترین فعالیت‌های انتشارات روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران به شرح ذیل می‌باشد:

۱-۲ کتاب

تهیه و انتشار یک کتاب با کوشش، هماهنگی و همکاری مداوم گروهی از مولفان، کارشناسان و متخصصان در مراحل گوناگون مانند گردآوری، تدوین، حروفچینی، آماده‌سازی، صفحه‌آرایی، طراحی جلد و متن، تصویرگری، ویرایش و بازخوانی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی، در یک دوره زمانی طولانی انجام می‌پذیرد. انتشارات روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران، در راستای برآورده ساختن نیازهای مخاطبان، کارکنان، سازمان‌ها، ستادها، مدیریت‌ها و شرکت‌های تابع، اقدام به چاپ و انتشار کتاب در حوزه‌های علمی، فنی، تخصصی و ادبی می‌نماید. انتشار کتاب در زمینه‌های گوناگون با توجه به اهداف سازمانی، بر اساس نیازها با برنامه‌ریزی، مطالعه کارشناسی و تعامل با نویسندگان و مخاطبان و با مدیریت و نظارت هنری و فنی بر مراحل گوناگون تولید و انتشار، تحقق می‌یابد.

۲-۲ نشریه‌ها

انتشارات روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران زیر نظر کمیته ویژه تخصصی خود، ماهنامه علمی-ترویجی اکتشاف و تولید نفت و گاز را به صورت منظم ماهانه و دیگر نشریه‌ها را بر اساس نیازهای موجود در مقاطع زمانی گوناگون منتشر می‌نماید.



۲-۱) ماهنامه اکتشاف و تولید

ماهنامه اکتشاف و تولید در حوزه تخصصی بالادستی طی سال‌های گذشته از جمله بسترهای متناسب سازمانی جهت تحقق اهداف اطلاع‌رسانی روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران انتشار و تداوم یافته است. در دوره بعدی انتشار این نشریه پس از شماره چهل و نه، افزون بر توجه به مسایل بالادستی از جمله؛ زمین‌شناسی، اکتشاف، مهندسی مخازن، حفاری، تولید و بهره‌برداری به مسایل دیگری مانند؛ HSE، سرفصل‌های بالادستی، اخبار و مطالب ویژه شرکت ملی نفت ایران توجه و افری گردید. ماهنامه اکتشاف و تولید نفت و گاز با کوشش فراوان و دریافت مجوزهای لازم از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، سرانجام پس از انتشار یکصدمین شماره، موفق به اخذ رتبه علمی - ترویجی گردید. ارکان سازمانی، شورای سیاست‌گذاری و سردبیری ماهنامه، در جهت دستیابی به اهداف والای اطلاع‌رسانی همچنان از نوآوری و ایده‌های نوین کارشناسان صنعت نفت استقبال می‌کنند و به آینده‌ای درخشان‌تر امیدوارند. نشانی پایگاه اطلاع‌رسانی ماهنامه اکتشاف و تولید www.ekteshaf.nioc.ir است.

۲-۳) کاتالوگ، بروشور، پوستر و ...

گردآوری، تدوین، ویرایش، آماده‌سازی، نظارت هنری و فنی بر انتشار بروشور، کاتالوگ، پوستر، گزارش عملکرد و سایر محصولات، از فعالیت‌های دیگر بخش انتشارات است که بر اساس نیازها، با درخواست شرکت‌های تابع، ستادها و مدیریت‌های شرکت ملی نفت ایران و یا به پیشنهاد کارشناسان روابط عمومی منتشر می‌شود.

۲-۴) کتابخانه روابط عمومی

کتابخانه روابط عمومی از بدو راه‌اندازی در سال ۱۳۸۷، پیوسته مورد استفاده موثر کارکنان روابط عمومی، به ویژه کارکنان پایگاه اطلاع‌رسانی شرکت ملی نفت ایران، همچنین دیگر مراجعان غیرشرکتی از جمله دانشجویان دانشگاه‌های مختلف بوده است. با توسعه روزافزون این کتابخانه، روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران بیش از پیش خواهد توانست نیازهای اطلاعاتی کارکنان خود را رفع نماید و در توسعه و ترویج کتابخوانی نقشی بسزا داشته باشد.

این کتابخانه با حدود یک هزار و پانصد جلد کتاب شامل طبقه‌بندی زیر است:

- صنعت نفت: کتاب‌های فنی، تاریخی، مرجع، قوانین و مقررات صنعت نفت
- مذهبی: کتاب‌های اعتقادی، تاریخی، بزرگان روحانیت، اصول و فروع دین
- فرهنگ و ادب: آثار بزرگان ادب پارسی، نظم و نثر، اصول نگارش، رمان و داستان کوتاه
- مدیریت و روان‌شناسی: گرایش‌های گوناگون مدیریت و روان‌شناسی
- خبرنگاری و گزارشگری: کتاب‌های مآخذ و مطرح رشته‌های خبرنگاری و گرایش‌های آن و نظریه‌پردازان این حوزه
- علوم: شاخه‌های گوناگون علوم تجربی





۳ - بخش اطلاع‌رسانی

مهم‌ترین موضوع روابط عمومی نوین، اطلاع‌رسانی آگاهانه، مستمر و با برنامه‌ریزی بر اساس شناخت جامع و کامل سازمان و مخاطبان و ایجاد ارتباط دوسویه با آنهاست. اطلاع‌رسانی کارآمد در تمام ابعاد عظیم صنعت نفت، ضمن کمک به تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی کارآمد مدیران در ایجاد فرهنگ‌سازی و همسویی مخاطبان این صنعت نیز بسیار موثر خواهد بود.

پایگاه اطلاع‌رسانی

پایگاه اطلاع‌رسانی شرکت ملی نفت ایران، به نشانی www.nioc.ir، با هدف انتقال بیشترین اطلاعات در کمترین مدت و ایجاد تمرکز اطلاع‌رسانی این وظیفه را بر عهده دارد. این پایگاه با هدف اطلاع‌رسانی دقیق، شفاف و به روز تحولات، سرعت بخشیدن به گردش روان اطلاعات، تسهیل دسترسی به خبر، ساماندهی فعالیت‌های پراکنده اطلاع‌رسانی در گستره مدیریت‌ها، ستادها و شرکت‌های تابع، به تنظیم فعالیت‌های خبری، ارتباط رسانه‌ای و مطبوعاتی می‌پردازد. پایگاه اطلاع‌رسانی در بخش‌های مدیریت پایگاه، ویرایش و تحلیل خبر و آمار و گزارش، ساماندهی شده است.

مهم‌ترین هدف‌های پایگاه اطلاع‌رسانی به شرح ذیل است:

- اطلاع‌رسانی دقیق، صحیح و به روز
- تمرکز اطلاع‌رسانی در حوزه شرکت ملی نفت ایران، مدیریت‌ها، ستادها و شرکت‌های تابع
- ارتقای سطح کیفی و کمی نشریه‌های الکترونیک
- انتخاب اطلاعات تخصصی دسته‌بندی شده، متناسب با سلیقه و گرایش مخاطبان
- تعامل با شرکت‌های نفتی بین‌المللی از طریق ارائه اخبار و رویدادها به زبان انگلیسی
- گردآوری، تولید و انتشار خبر و گزارش‌های روزآمد
- ارائه اطلاعات پایه و به روز در زمینه‌های مختلف فنی، تولیدی، اقتصادی و تسریع در گردش آنها



واحد نمایشگاه‌ها، تبلیغات و تولید فیلم

امور نمایشگاه‌ها، تبلیغات و تولید فیلم شامل بخش‌های؛ نمایشگاه‌ها و همایش‌ها، تبلیغات، تولید فیلم و عکس است که یک هدف مشترک را دنبال می‌کنند و آن انعکاس عملکرد، فعالیت‌ها و برنامه‌های شرکت ملی نفت ایران در قالب‌های متفاوت و با استفاده از روش‌ها و ابزارهای گوناگون می‌باشد.

۱ - بخش نمایشگاه‌ها و همایش‌ها

نمایشگاه را باید به مثابه رسانه تلقی نمود، در نمایشگاه، غرفه‌دار به عنوان فرستنده پیام و بازدیدکننده نقش گیرنده اطلاعات را دارد و بهترین تماس و انتقال پیام به مخاطب صورت می‌گیرد. این بخش از روابط عمومی با حضور موثر و فعال در نمایشگاه‌های داخلی و برون مرزی در گسترش و توسعه ارتباطات صنعت نفت با مخاطبان، نقش تاثیرگذاری داشته است.

شرکت ملی نفت ایران به عنوان دومین شرکت نفتی جهان از اهمیت ویژه صنعتی، اقتصادی و اجتماعی برخوردار است، از این رو به منظور توسعه صنعت نفت و سرمایه‌گذاری‌های جدید در این زمینه، متخصصان و دست‌اندرکاران برای آشنایی بیشتر با این صنعت، برپایی نمایشگاه را یکی از راه‌های متداول و مرسوم می‌دانند.

شرکت در نمایشگاه‌ها، به ویژه نمایشگاه‌های بین‌المللی اعلام آمادگی برای صادرات و ورود به بازارهای جهانی است که مستلزم آمادگی و برنامه‌ریزی بسیار منظم می‌باشد.

بخش نمایشگاه‌ها و همایش‌های شرکت ملی نفت ایران از طریق رسانه‌های دیداری، شنیداری، الکترونیکی و تقویم‌های نمایشگاهی بین‌المللی، همچنین ارتباطات گسترده سازمانی، ضمن بررسی اهداف نمایشگاه‌های تخصصی در زمینه نفت، گاز و پتروشیمی که در سراسر دنیا برگزار می‌شود، می‌کوشد اطلاعات جامع و کاملی را کسب نماید و به اطلاع مدیران برساند تا در صورت موافقت، هماهنگی‌ها و برنامه‌ریزی‌های لازم برای شرکت در نمایشگاه‌ها و همایش‌ها صورت پذیرد.



۲- بخش تبلیغات

مهم‌ترین وظیفه روابط عمومی، ایجاد ارتباط سازنده و خوب با مردم و گروه‌های گوناگون از طریق ایجاد تصویر مناسب از شرکت ملی نفت ایران در ذهن افراد نسبت به عملکرد سازمان است، بنابراین می‌توان از تبلیغات به عنوان یکی از موثرترین ابزارهای ترویج در روابط عمومی نام برد.

تبلیغات در جهان امروز و عصر اطلاعات، در روابط اقتصادی و فرهنگی از جایگاه بالای علمی، تخصصی و در ابعادی وسیع‌تر، از پایگاه هنری برخوردار است. کارشناسان تبلیغات با بهره‌گیری از علوم مختلف از جمله روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و نیز شناخت فرهنگ، آداب و رسوم مخاطبان، آن‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهند. فعالیت در عرصه تبلیغات در جامعه امروز، نیازمند دانش بیشتر، بینش عمیق‌تر و وسیع‌تر و آشنایی با روش‌های متفاوت و برتر است تا نیازهای روز جامعه را برآورده سازد و آن را در مسیر رشد و بالندگی و توسعه قرار دهد.

۳- بخش تولید فیلم

امور سمعی و بصری از مهم‌ترین و اصلی‌ترین واحدهای روابط عمومی به شمار می‌آید که با استفاده از ابزارهای رسانه و بهره‌مندی از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی توانسته است آینه تمام‌نمای فعالیت‌های سازمان باشد. این بخش نیز با ساخت انواع فیلم‌های مستند خبری، آموزشی، عملکردی و پخش آن از رسانه ملی توانسته است تلاش لحظه به لحظه کارکنان شریف و زحمتکش شرکت ملی نفت ایران را به صورت گزارش مصور به اطلاع همگان برساند.



واحد هماهنگی و اداری، مالی

این واحد مسئولیت برقراری هماهنگی میان روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران و روابط عمومی های شرکت های تابع، ارتباط درون سازمانی با کارکنان و برون سازمانی با اشخاص حقیقی و حقوقی، همچنین برنامه ریزی و تنظیم بودجه برنامه های جاری و مصوب واحدهای روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران را در راستای هدف ها و برنامه های سازمانی برعهده دارد.





www.ekteshaf.nioc.ir

www.nioc.ir



روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران پل ارتباط مدیران، کارکنان و مخاطبان

گردآوری، نظارت و اجرا:
انتشارات روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران
طراحی و چاپ:
موسسه تارادیس

National Iranian Oil Company Public Relations at a Glance



نشانی: تهران، خیابان حافظ، خیابان رودسر، پلاک ۱۸، ساختمان مرکزی سوم شرکت ملی نفت ایران
تلفن: ۸۸۹۴۶۳۹۰، ۶۱۶۲۷۴۱۵، ارتباط مردمی: ۸۸۹۰۳۰۶۱، نمابر: ۸۸۹۴۳۶۰۱
www.nioc.ir

