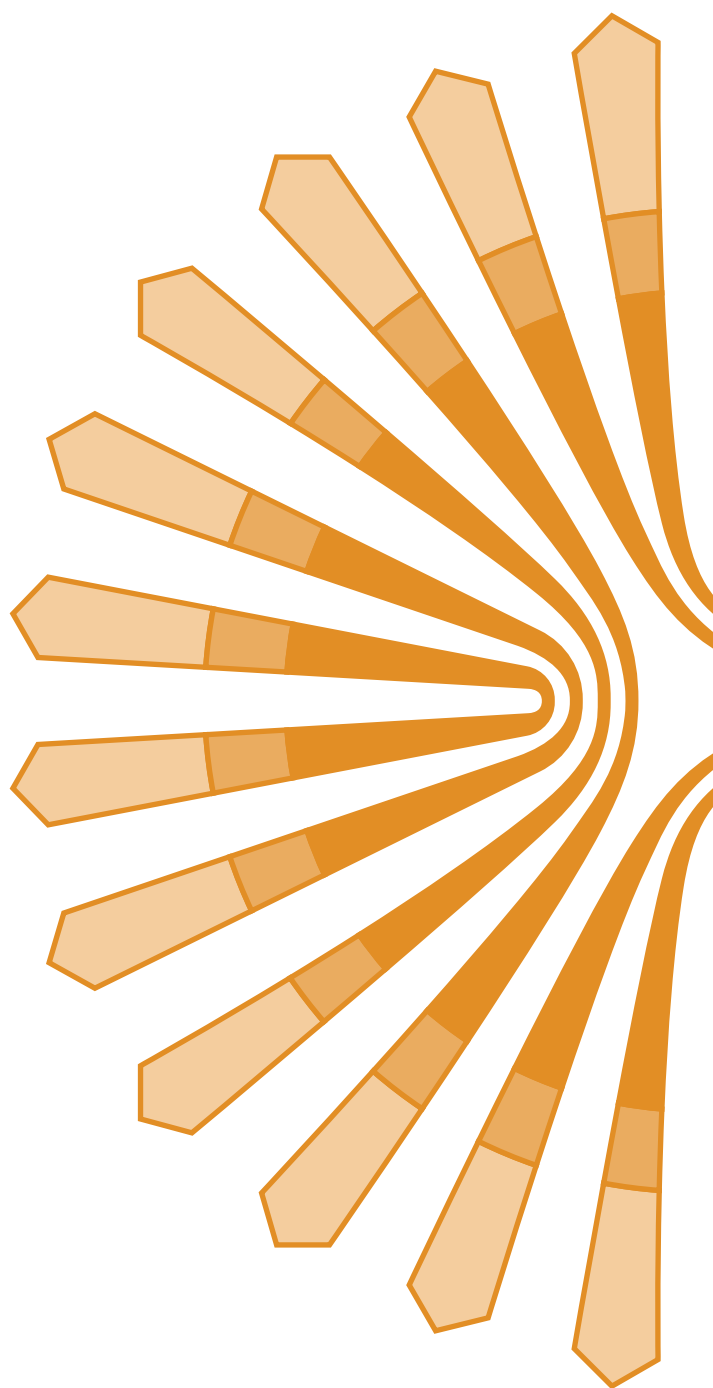




بخش هفتم

نگاهی بر اقدامات
گسترده دانشگاه
پیام نور در حوزه روابط
عمومی و اطلاع رسانی



۷-۱- شبکه سازی بدنه اطلاع رسانی دانشگاه

۷-۱-۱- حضور مؤثر و راه اندازی شبکه مویرگی اطلاع رسانی دانشگاه پیام نور در فضای مجازی

- راه اندازی صفحات مجازی اطلاع رسانی دانشگاه در تمامی اپلیکیشن های پرمخاطب
 - ایجاد بسترهای متعدد ارتباطی در فضای مجازی کشور به منظور ارتباط مداوم و مؤثر با دانشجویان، کارکنان و اعضای هیئت علمی
- با توجه به نوع قشر مخاطب دانشگاه که قشر جوان هستند و ضریب نفوذ بالای ۹۰٪ اپلیکیشن های فضای مجازی در بین این قشر، روابط عمومی دانشگاه پیام نور ورود جدی به این عرصه را به منظور اطلاع رسانی بهنگام در دستور کار خود قرار داده است.

جدول ۱- شبکه سازی مویرگی اطلاع رسانی در فضای مجازی / سازمان مرکزی

ردیف	نام اپلیکیشن	تعداد اعضا سال ۱۳۹۷	تعداد اعضا سال ۱۳۹۹
۱	سروش	فاقد عضویت	۳,۵۰۰ عضو فعال (۳,۵k)
۲	اینستاگرام	۶۲ عضو	۱۹,۰۰۰ عضو فعال (۱۹k)
۳	تلگرام	۱۴۰۰ عضو	۵۴,۰۰۰ عضو فعال (۵۴k)
۴	آپارات	فاقد عضو	۱۶,۴۰۰ دنبال کننده (۱۶k)

حضور در سایر اپلیکیشن ها (گپ، بله و ایتا)

جدول ۲ - شبکه سازی مویرگی اطلاع رسانی در فضای مجازی / استان ها

ردیف	موضوع	سال ۱۳۹۷	سال ۱۳۹۹
۱	روابط عمومی های فعال در فضای مجازی	۴ استان	۳۱ استان
ردیف	نام اپلیکیشن	تعداد اعضا سال ۱۳۹۷	مجموع تعداد اعضا سال ۱۳۹۹
۱	سروش	فاقد عضویت	۳,۰۰۰ عضو فعال (۳k)
۲	اینستاگرام	فاقد عضویت	۴۰,۰۰۰ عضو فعال (۴۰k)
۳	سایر پیام رسان ها	فاقد عضویت	۵۰,۰۰۰ عضو فعال (۵۰k)

حضور در سایر اپلیکیشن ها (گپ، بله و ایتا)

* هم اکنون تمامی ۳۱ استان کشور دارای صفحات مجازی اختصاصی در فضای مجازی هستند.



۷-۲- هوشمندسازی و تقویت بسترهای اطلاع رسانی به مخاطب

۷-۲-۱- هوشمندسازی روابط عمومی و کنشگری فعال در سطح کشور

- راه اندازی سامانه پایش اخبار لحظه ای در فضای رسانه های مکتوب، دیداری و شنیداری
- پایش لحظه ای اخبار در فضای مجازی و پاسخگویی مستمر
- پاسخگویی فعال به رسانه ها و سایت های خبری
- ایجاد فضای تعامل مؤثر با خبرگزاری ها و اصحاب رسانه
- شفافیت و هوشمندی در پاسخگویی و تلاش برای ارائه اقناع گری مخاطب

۷-۲-۲- راه اندازی اولین سامانه یکپارچه اطلاع رسانی سامانه آموزش مجازی

- با توجه به تعدد سامانه های آموزش مجازی (تقریباً ۳۱ سامانه مختلف در ۳۱ استان)، به منظور جلوگیری از سردرگمی دانشجویان، اداره کل روابط عمومی دانشگاه اقدام به راه اندازی اولین سامانه یکپارچه اطلاع رسانی سامانه آموزش مجازی در بین دانشگاه های کشور به نشانی www.lmsmap.pnu.ac.ir نمود.

مزایا:

- کاربری آسان
- ایجاد نقشه و دسترسی آسان با کلیک بر روی هر استان
- دسترسی به پورتال اطلاع رسانی تمامی استان ها، مراکز و واحدها
- دسترسی به سامانه آموزش الکترونیک تمامی استان ها
- دسترسی به تمامی محتوای آموزشی الکترونیک
- دسترسی آسان به منابع کامل دانشگاهی
- دسترسی به ۲۵ خدمت الکترونیکی دانشگاه



جدول ۳- آمار بازدید دانشجویان از سامانه یکپارچه اطلاع رسانی سامانه آموزش مجازی

ردیف	اقدام	متوسط بازدید روزانه	کل بازدید از ابتدا
۱	میزان مراجعه دانشجویان	۲۴۰۰	۱,۱۰۰,۷۵۰

۷-۲-۳- اولین اپلیکیشن هوشمند اطلاع رسانی در بین دانشگاه های کشور

جدول ۴- اولین اپلیکیشن هوشمند اطلاع رسانی در بین دانشگاه های کشور

نام اپلیکیشن	هدف	تعداد اعضا سال ۱۳۹۷	تعداد اعضا سال ۱۳۹۸	تعداد اعضا سال ۱۳۹۹
اولین اپلیکیشن هوشمند اطلاع رسانی دانشگاه پیام نور (پیام من)	تسهیل اطلاع رسانی به دانشجویان از طریق گوشی تلفن همراه و به صورت رایگان	۰	۷,۶۰۰ نصب فعال	۳۷۵,۸۳۸ نصب فعال

۷-۲-۴- راه اندازی سامانه پیامکی اطلاع رسانی به دانشجویان

جدول ۵- راه اندازی سامانه پیامکی اطلاع رسانی به دانشجویان

ردیف	اقدام	تعداد سال ۱۳۹۶	تعداد سال ۱۳۹۸
۱	تعداد پیامک های اطلاع رسانی ارسال شده	۰	۱,۲۸۵,۱۴۶ پیامک

۷-۲-۵- تقویت پایگاه خبری رسمی دانشگاه پیام نور (یوپنا)

جدول ۶- تقویت پایگاه خبری رسمی دانشگاه پیام نور (یوپنا)

ردیف	اقدام	سال ۱۳۹۷	سال ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۹	مجموع
۱	تولید خبر	۸۶۱۸	۶۴۱۸	۷۶۳۹	۲۲,۶۷۵



۵۴,۰۰۰
عضو فعال



۳,۵۰۰
عضو فعال



۱۹,۰۰۰
عضو فعال



۱۶,۴۰۰
عضو فعال

ویدئو آموزشی

نحوه تغییر رمز ورود در سیستم گلستان توسط دانشجو



۷-۳- تولید محتوای غنی (آموزشی و اطلاع رسانی) در فضای مجازی

۷-۳-۱- تولید محتوای اطلاع رسانی و آموزشی در قالب تصویر خبر، صوت و ویدیو

- با توجه به رویکرد نوین اطلاع رسانی در تولید محتوای اطلاع رسانی اداره کل روابط عمومی دانشگاه پیام نور اقدام به تولید اخبار و اطلاعیه های به صورت فوتونیوز، پادکست و ویدئوکست نموده است که پیش از این مسبوق به سابقه نبوده است.

جدول ۷-۲- آمار تولید محتوای اطلاع رسانی و آموزشی در قالب تصویر خبر، صوت و ویدیو

ردیف	نام اپلیکیشن	تعداد سال ۱۳۹۷	تعداد سال ۱۳۹۸	تعداد سال ۱۳۹۹	مجموع	درصد رشد ۱۳۹۹ به ۱۳۹۸
۱	تولید ویدئوکست	-	۳۲	۴۷	۷۹	٪۴۷
۲	تولید پادکست	-	۱۰	۱۴	۲۴	٪۴۰
۳	تولید فوتونیوز	-	۹۳	۱۳۷	۲۳۰	٪۴۷
۴	تولید خبرنامه الکترونیک	۱	۵۴	۵۰	۹۵	٪۴۹۰۰
۵	تولید اینفوگراف	۶	۳۱	۲۴	۶۱	٪۳۰۰
۶	تولید موشن گرافی	۲	۷	۱۹	۲۸	٪۸۵۰
۷	تولید انیمیشن	۱	۲	۴	۷	٪۳۰۰





۷-۴-مرجعیت رسانه‌ای روابط عمومی و افزایش تولید و بازتاب اخبار و دستاوردها

۷-۴-۱- تقویت بازتاب خبری اخبار دانشگاه در رسانه‌های مکتوب دیداری و شنیداری کشور

جدول ۸- تقویت بازتاب خبری اخبار دانشگاه در رسانه‌های مکتوب دیداری و شنیداری کشور

ردیف	اقدام	تعداد سال ۱۳۹۷	تعداد سال ۱۳۹۹
۱	تولید خبر	۵۹۶۴	۶۵۵۱
۲	بازتاب سایر رسانه‌ها	۱۲۴۷۹	۱۶۷۵۵
۳	نشست مطبوعاتی	۲	۳
۴	گفتگو با خبرگزاری‌ها	۸۴	۱۳۲
۵	بازدید خبرگزاری	۰	۳

۷-۴-۲- ارتقای بازتاب دستاوردهای دانشگاه در رسانه ملی

جدول ۹- حضور مؤثر در رسانه ملی

سال ۱۳۹۷	سال ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۹	رشد ۹۹ به ۹۷
۸۲	۱۰۸	۲۳۵	٪۱۸۶

بازتاب خبری دانشگاه در صدا و سیما



رشد تولید خبر و بازتاب دستاوردهای دانشگاه
در صدا و سیما



۷-۴-۳- رشد ۴۷ درصدی تولید خبر و بازتاب دستاوردهای دانشگاه در سایت های خبری

جدول ۱۰- تولید خبر و بازتاب دستاوردهای دانشگاه در سایت های خبری			
ماه	سال ۹۷	سال ۹۸	سال ۹۹
فروردین	(۱۲۸ خبر + ۳۵۲ سایت دیگر)	(۳۹۹ خبر + ۱۰۶۳ سایت دیگر)	(۳۹۳ خبر + ۱۳۱۴ سایت دیگر)
اردیبهشت	(۴۱۸ خبر + ۶۹۹ سایت دیگر)	(۵۳۶ خبر + ۱۳۴۲ سایت دیگر)	(۴۶۴ خبر + ۲۰۸۲ سایت دیگر)
خرداد	(۲۶۰ خبر + ۶۸۹ سایت دیگر)	(۴۸۸ خبر + ۱۱۰۰ سایت دیگر)	(۳۸۹ خبر + ۱۲۹۶ سایت دیگر)
تیر	(۳۵۳ خبر + ۹۱۵ سایت دیگر)	(۶۷۱ خبر + ۱۹۵۹ سایت دیگر)	(۴۸۵ خبر + ۱۶۲۴ سایت دیگر)
مرداد	(۳۱۳ خبر + ۶۱۷ سایت دیگر)	(۴۸۲ خبر + ۱۲۳۶ سایت دیگر)	(۵۰۰ خبر + ۱۵۰۸ سایت دیگر)
شهریور	(۳۶۶ خبر + ۱۰۳۸ سایت دیگر)	(۵۵۸ خبر + ۱۲۲۴ سایت دیگر)	(۵۰۰ خبر + ۱۴۶۱ سایت دیگر)
مهر	(۴۸۹ خبر + ۱۰۰۶ سایت دیگر)	(۵۳۱ خبر + ۱۰۳۴ سایت دیگر)	(۵۰۰ خبر + ۱۷۹۷ سایت دیگر)
آبان	(۴۳۹ خبر + ۱۴۳۲ سایت دیگر)	(۵۲۳ خبر + ۱۲۸۷ سایت دیگر)	(۵۰۰ خبر + ۲۴۳۵ سایت دیگر)
آذر	(۷۵۱ خبر + ۱۷۸۵ سایت دیگر)	(۸۵۱ خبر + ۱۷۲۸ سایت دیگر)	(۵۰۰ خبر + ۱۳۰۴ سایت دیگر)
دی	(۴۳۶ خبر + ۱۰۷۳ سایت دیگر)	(۵۱۹ خبر + ۱۳۸۰ سایت دیگر)	(۵۰۰ خبر + ۱۱۰۰ سایت دیگر)
بهمن	(۵۱۳ خبر + ۱۴۶۹ سایت دیگر)	(۶۵۹ خبر + ۱۸۷۲ سایت دیگر)	(۵۰۰ خبر + ۱۵۶۴ سایت دیگر)
اسفند	(۵۹۷ خبر + ۱۳۶۹ سایت دیگر)	(۳۳۴ خبر + ۱۵۳۰ سایت دیگر)	(۴۲۷ خبر + ۱۰۶۷ سایت دیگر)
مجموع	۱۶۵۰۰	۲۳,۲۹۵	۲۴,۲۱۰



جدول ۱۱- بازتاب تولیدات رسانه‌ای در فضای مجازی

سال ۱۳۹۷	سال ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۹	رشد ۹۹ به ۹۷
-	۱۵,۹۹۹	۲۷,۰۰۰	%۱۵۰۰

پایش بازتاب در فضای مجازی

۷-۴-۴- ارتباط مؤثر با رسانه‌ها

جدول ۱۲- ارتباط مؤثر با رسانه‌ها

ردیف	اقدام	تعداد سال ۱۳۹۸
۱	تعداد اخبار چاپ شده در رسانه‌ها	۱۴۷۴۶
۲	تعداد مصاحبه‌هایی که روابط عمومی انجام داده است	۲۴۰
۳	تعداد گزارش‌های مطبوعاتی تهیه شده و ارسال شده به رسانه‌ها	۲۵۲
۴	تعداد گزارش‌های عملکردهای تهیه شده و ارسال شده به رسانه‌ها	۱۸

۷-۴-۵- ارتباط زنده اینترنتی مدیران و معاونان با همکاران و دانشجویان

جدول ۱۳- تعداد نشست پرسش و پاسخ زنده اینترنتی

ردیف	اقدام	تعداد سال ۱۳۹۷	تعداد سال ۱۳۹۸	تعداد سال ۱۳۹۹
۱	نشست پرسش و پاسخ زنده اینترنتی	۰	۵	۸

جدول ۱۴- نشست پرسش و پاسخ زنده اینترنتی به تفکیک حوزه‌ها

ردیف	موضوع	تعداد دفعات	مجموع تعداد افراد آنلاین
۱	پرسش و پاسخ زنده اینترنتی معاون اداری مالی	۵	۱۳۸۱۰
۲	پرسش و پاسخ زنده اینترنتی معاون آموزشی	۱	۳۸۵۰
۳	پرسش و پاسخ زنده اینترنتی دانشجویی	۲	۶۹۳۸



۷-۵- درآمدزایی، ایجاد ارزش افزوده و صرفه جویی مالی

۷-۵-۱- ۳۳ میلیارد ریال درآمدزایی مستقیم مالی

با توجه به سیاست راهبردی دانشگاه مبنی بر لزوم درآمدزایی مدیران، اداره کل روابط عمومی جزو برترین مدیریت‌ها در بین مدیران سازمان مرکزی و سطح کشور بوده است به نحوی که در سال ۹۸، مجموع درآمدزایی این اداره کل از ۲۸ استان کشور و حدود ۳۰۰ مرکز دانشگاهی بیشتر بوده است.

جدول ۱۵- میزان درآمدزایی روابط عمومی

سال	درآمدزایی اداره کل روابط عمومی
۱۳۹۷	ریال ۱,۳۹۵,۰۰۰,۰۰۰
۱۳۹۸	ریال ۱۳,۴۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۳۹۹	ریال ۷,۴۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۴۰۰	ریال ۱۰,۰۶۵,۰۰۰,۰۰۰
جمع کل	ریال ۳۲,۳۶۰,۰۰۰,۰۰۰

۷-۵-۲- صرفه جویی مالی با کاهش هزینه‌های تبلیغات و اطلاع‌رسانی با تبلیغات متحدالشکل

با عنایت به هزینه بالای تبلیغات و اطلاع‌رسانی غیرمتمرکز که سال‌ها به صورت یک روال ثابت در تمامی استان‌ها انجام می‌گرفت با سیاستگذاری صحیح صورت گرفته محتوای تبلیغی به صورت واحد در ستاد روابط عمومی کشوری صورت گرفته که در نتیجه باعث کاهش حدود ۹۰٪ هزینه‌های تبلیغات در سراسر کشور (جهت جذب دانشجو) و اطلاع‌رسانی فرآیندها شده است.

جدول ۱۶- هزینه طراحی تبلیغات سالانه

هزینه طراحی برآوردی تبلیغات سالانه	قبل از سال ۱۳۹۷	پس از سال ۱۳۹۷	میزان صرفه جویی
ریال ۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	ریال ۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۹۰٪	



۶-۷- رشد جذب دانشجو با افزایش اعتماد و اقبال عمومی

۶-۷-۱- رشد جذب دانشجو در دو سال متوالی در تمامی مقاطع

اقدامات صورت گرفته:

- تدوین کمپین اطلاع رسانی و جذب دانشجو
- بهره‌گیری از فارغ‌التحصیلان موفق در تولید محتوای اطلاع رسانی
- تلاش در جهت ریبندینگ دانشگاه
- تبلیغات متحد و واحد در سراسر کشور
- بهره‌گیری از فرصت‌های اطلاع رسانی در بازه‌های پربازدید (سفرهای نوروزی، سفرهای تابستانه)
- تبلیغات هدفمند اختصاصی برای هر جامعه هدف (تبلیغات اختصاصی اقشار مختلف مانند بانوان خانه‌دار، کارمندان و شاغلین، ورزشکاران، داوطلبان وکالت، روانشناسی و...)
- بهره‌گیری از ظرفیت تبلیغات صداوسیما
- تولید خبر و حضور مؤثر در بخش‌های مختلف خبری در بازه‌های جذب دانشجو
- ایجاد موج رسانه‌ای
- برگزاری‌های دوره‌های آموزشی سواد رسانه‌ای برای همکاران روابط عمومی کل کشور

جدول ۱۷- آمار پذیرش اولیه و جذب قطعی دانشجو کارشناسی بر اساس سوابق تحصیلی

سال ۱۴۰۰	سال ۱۳۹۹	سال ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۷	
۱۵۸,۰۰۰	۱۵۱,۲۷۳	۱۷۹,۱۲۰	۵۴,۰۵۴	پذیرش اولیه دانشجو کارشناسی بدون کنکور
-	۱۱۳,۸۲۷	۱۲۶,۸۴۹	۵۸,۶۸۵	جذب قطعی دانشجو کارشناسی بدون کنکور

جدول ۱۸- آمار پذیرش اولیه و جذب قطعی دانشجو کارشناسی ارشد فراگیر

رشد ۹۹ به ۹۷	سال ۱۳۹۹	سال ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۷	
۶۷٪	۸۷,۶۸۰ نفر	۶۵,۸۱۱ نفر	۵۲,۳۷۴ نفر	تعداد داوطلب ارشد فراگیر
۴۳٪	۲۷,۳۲۰	۱۰,۷۳۲	۱۹,۰۲۵	تعداد دانشجویان ارشد فراگیر

جدول ۱۹- آمار تعداد کل دانشجویان ورودی جدید دانشگاه

رشد ۹۹ به ۹۷	سال ۱۳۹۹	سال ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۷	
۸۱٪	۱۴۱,۴۹۷ نفر	۱۳۷,۹۴۴ نفر	۷۸,۰۵۷ نفر	تعداد کل دانشجویان ورودی جدید دانشگاه

ارتقای جذب دانشجو و درآمدزایی اداره کل روابط عمومی



رشد پذیرش دانشجو
کارشناسی



رشد جذب قطعی
دانشجو کارشناسی



رشد تعداد داوطلب
ارشد فراگیر



رشد تعداد دانشجو
ارشد فراگیر



رشد تعداد کل
دانشجویان ورودی
جدید دانشگاه



رشد درآمدزایی روابط
عمومی



۷-۷- ارتقا ساختاری جایگاه روابط عمومی در استان‌ها، مراکز و واحدها

یکی از اقدامات مهم صورت گرفته ارتقا و تثبیت جایگاه روابط عمومی در سازمان، ستادهای استانی و مراکز و واحدها بوده است که موجب افزایش کیفیت خدمات، امنیت شغلی و دلگرمی همکاران این عرصه گردیده است.

- برگزاری منظم دوره‌های آموزش ضمن خدمت همکاران روابط عمومی
- بهره‌گیری از مدیران و کارشناسان ارشد صداوسیما به عنوان مدرسان کارگاه‌های دانش افزایی
- تدوین دستورالعمل‌ها و اخذ مصوبات مختلف از هیئت رئیسه دانشگاه در خصوص جایگاه روابط عمومی در استان‌ها
- تقدیر و تشکر سالانه از مدیران برتر روابط عمومی
- پیشنهاد ارتقا ساختاری حوزه روابط عمومی به هیئت‌امنا



۷-۸- پیشنهاد و اخذ مصوبه تشکیل شورای عالی اطلاع‌رسانی و تبلیغات دانشگاه برای اولین بار

با توجه به حلقه مفقوده شورای اطلاع‌رسانی و روابط عمومی در سطح استان‌ها و همچنین فقدان یک بازوی سیاستگذار تصمیم‌گیر در سطح سازمان مرکزی برای اولین بار در تاریخ دانشگاه شورای عالی تبلیغات و اطلاع‌رسانی دانشگاه با مصوبه شورای دانشگاه تأیید و تصویب شد.



۷-۹- ارتقاء روابط عمومی داخلی با برگزاری ملاقات‌های عمومی و سفرهای استانی

یکی از اقدامات مهم در حوزه روابط عمومی هر سازمان، فراهم‌سازی بستر ارتباط پرسنل با عالی‌ترین مقام هر سازمانی است. در دانشگاه پیام‌نور به دلیل پراکنش بالای جغرافیایی فواصل دور این امکان متفاوت با سایر سازمان‌ها بوده و این امر توسط روابط عمومی‌های استانی و با برگزاری نشست‌های ملاقات عمومی با روسای استانی طی سال‌ها پوشش داده شده است. به هر روی به دلیل لزوم این ارتباط، تا پیش از شیوع کرونا برگزاری ملاقات‌های عمومی ریاست دانشگاه با همکاران و دانشجویان به صورت هفتگی برگزار شد و به طور متوسط در هر سال ۵۶ نشست ملاقات عمومی (برخی هفته‌ها دو نوبت) به مدت دو ساعت با حضور بیش از ۷۳۵ نفر برگزار شد. ضمن اینکه در طول ۴ سال گذشته، ریاست و اعضای هیئت رئیسه دانشگاه به تمامی مناطق ده‌گانه و تمامی استان‌های کشور جهت بازدیدهای استانی و گفتگوی رودررو با همکاران اقدام کردند.



۷-۱- تولید مستند تاریخ شفاهی دانشگاه پیام نور با هدف مدیریت دانش برای اولین بار

تاریخ شفاهی یکی از شیوه‌های پژوهش در تاریخ است که به شرح و شناسایی وقایع، رویدادها و حوادث تاریخی بر اساس دیده‌ها، شنیده‌ها و عملکرد شاهدان، ناظران و فعالان آن مآجرها می‌پردازد. شروع، گسترش و پیشرفت تاریخ شفاهی در دنیا با دانشگاه‌ها عجین بوده است. نگاهی به تاریخ شفاهی به عنوان روشی نوین در عرصه جمع‌آوری، نگهداری و ساماندهی منابع شفاهی در کشور ما هنوز نهادینه نشده است. انبوهی از خاطرات ثبت نشده و سنت‌های فراموش شده به همراه غنای فرهنگی این مرز و بوم ضرورت توسعه، گسترش و ساماندهی آن را پدیدار می‌نماید. از آنجایی که یکی از رسالت‌های بخش روابط عمومی در سازمان‌ها، جمع‌آوری مستنداتی است که هویت، پیشینه و تاریخ دانشگاه را شامل می‌شود، از این رو جهت پربار شدن این رسالت ثبت و ضبط تاریخ شفاهی ۴ سال اخیر طی بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۶ الی ۱۴۰۰ و با محوریت مستندسازی و مدیریت دانش برای اولین بار صورت گرفت، امری که بی‌شک می‌تواند در سال‌های آتی پربارتر گسترش یابد.

هیئت رئیسه دانشگاه پیام نور ۱۳۹۶-۱۴۰۰



دانشگاه پیام نور، دانشگاهی است با هویت ایرانی-اسلامی که برای ایفای نقش و مسئولیت خود در جهت تحکیم جایگاه علمی در میان دانشگاه‌های باز و آموزش از راه دور دنیا، گسترش رشد و تعالی تقوی و فضائل انسانی، ارتقای آموزشی و پژوهشی، تعمیق جنبش نرم‌افزاری، ایفای نقش و سهم در تولید دانش جهانی و دانش‌افزایی، یادگیری در همه‌جا، همه وقت و برای همه در محیطی ایمن و مبتنی بر عدالت در راستای سیاست‌های کلان جمهوری اسلامی ایران در سطح ملی و جهانی اهتمام می‌ورزد.

دانشگاه پیام‌نور دارای مراکز علمی بهره‌مند از فضاهای فیزیکی و امکانات آموزشی، پژوهشی، ورزشی، مذهبی و کانون‌های فرهنگی و امور فوق برنامه است و سعی در هدایت انرژی بالقوه جوانان در مسیرهای صحیح را دارد. گسترش هرچه بیشتر تبادل اطلاعاتی علمی با دانشگاه‌ها و مجامع معتبر تحقیقاتی ملی و بین‌المللی، از جمله اهداف دانشگاه پیام‌نور است. این دانشگاه همچنین در چندین مجمع علمی بین‌المللی معتبر در دنیا از جمله انجمن آسیایی دانشگاه‌های باز، انجمن بین‌المللی آموزش باز و از راه دور و اتحادیه دانشگاه‌های جهان اسلام عضویت فعال دارد. در این گزارش به شرح برنامه‌ها، اقدامات و عملکرد این دانشگاه در طول سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ پرداخته شده است.

اداره کل روابط عمومی دانشگاه پیام‌نور

