



جمهوری اسلامی ایران

وزارت راه و شهرسازی

مدیریت درگاه اینترنتی وزارت راه و شهرسازی

اهداف، راهبردها، ساختار،

شرح وظایف و فرایندهای مدیریت وب

فهرست مطالب

- 1- مقدمه 3
- 2- تعاریف مهم 4
- 3- اهداف 6
- 4- راهبردهای اصلی درگاه اینترنتی 7
- 4-1- گذار از درگاه خبری-تبلیغی به درگاه اطلاعاتی-مخاطب‌گرا 8
- 4-2- گذار از پشتیبانی فردی به پشتیبانی جمعی وب 9
- 5- مخاطبین درگاه اینترنتی 10
- 6- ساختار سازمانی وب 11
- 6-1- ساختار تیم وب وزارتی 13
- 6-2- ساختار تیم وب معاونتها/سازمانها: 17
- 6-3- ساختار تیم وب استانی: 18
- 7- شرح وظایف و مسؤولیتها 20
- 7-1- نقشهای تمامی مدیران درگاه 20
- 7-2- مسؤولیتهای تیم وب وزارتی 23
- دسته‌بندی مسؤولیتهای تیم وب وزارتی 23
- 7-3- مسؤولیتهای مدیران وب سازمانی و معاونتی 26
- 7-4- مسؤولیتهای مدیران وب استانی 28
- 7-5- مسؤولیتهای نقاط تماس 30
- 8- فرایندهای کاری 32
- 8-1- طراحی الگوی عمومی وبسایت 32
- 8-2- صفحه اصلی (صفحه اول): 33
- 8-3- صفحات موضوعی و صفحات گروه مخاطبین: 36

36 4-8 صفحات سازمانها/شرکتها
37 5-8 صفحات استانی
38 6-8 خردهسایتها
38 وبسایت انگلیسی
39 7-8 کنترل و بازخوردهای مدیریتی
39 تاییدیه محتوای درگاه (سه ماهه)
40 آزمون سالانه کاربرپسندی
40 8-8 حق انتشار
41 موارد عمومی حقوق دسترسی انتشار
41 حق انتشار در معاونتها/سازمانها/ادارت کل استانی
41 9-8 هماهنگسازی محتوا
42 جلسات هفتگی تیم وب
42 شورای هماهنگی مدیران وب
44 پیوست 1: ماتریس اطلاعاتی مخاطبان

1- مقدمه

ایجاد نسلی جدید از روابط متقابل میان نهادها و جامعه اجتناب‌ناپذیر است و تعامل جان‌مایه این روابط جدید است. نهادها در خلا عمل نمی‌کنند، بلکه جزئی از کل جامعه و فرهنگ آن بوده و با سایر نهادها، روابط و کنش‌های متقابل دارند. فهم یک نهاد، مستلزم مطالعه روابط آن با سایر اجزای جامعه و فرهنگ است. در این تعامل برنده هر دو طرف هستند و تعامل مخاطبان با نهاد در جهت پویایی طرفین و تقویت اهداف مشترک صورت می‌پذیرد. از این رو هرگاه نهادی دولتی بتواند با مخاطبان خود تعامل داشته باشد نه تنها موجب رشد و توسعه خود، بلکه باعث رشد و توسعه مخاطبان خود نیز می‌شود. تعامل موفق نیازمند بده‌بستان اطلاعات است تا فرایند پردازش اطلاعات در کنار تعامل به چرخه مثبت رشد منجر شود.

وزارت راه و شهرسازی نیز نهادی دولتی در اجتماع است و در جهت توسعه خود نیازمند تعامل اطلاعاتی با مخاطبان خود است. درگاه یا پرتال اینترنتی پاسخی به این نیاز است که با تکیه بر امکانات و توانمندی‌های اینترنت بستی برای تعامل اطلاعاتی فراهم می‌کند.

از طرفی دیگر، نگاهی به فعالیت‌های وب سازمان‌های دولتی کشور نشان می‌دهد که با عدم توجه به پتانسیل‌های اینترنت، وبسایت اکثر این سازمان‌ها تبدیل به ابزاری جانبی و کم‌اهمیت شده است که صرفاً به معرفی و تبلیغ سازمان، برنامه‌ها و عملکرد آن می‌پردازد و حتی چه بسا همین امور را نیز درست و به‌هنگام انجام نمی‌دهد؛ طوری که جستجوکننده اخبار و اطلاعات در مورد حیطة کاری هر یک از سامان‌ها، نیاز خود را از وبسایت‌ها و منابع اینترنتی دیگر برطرف می‌کند و به ندرت به وبسایت آن سازمان مراجعه می‌کند.

برای این که بتوانیم درگاه اینترنتی سازمان را از حاشیه به متن امور بیاوریم، ابتدا نیازمند شناسایی و دسته‌بندی مخاطبان وبسایت هستیم تا نیازهای اطلاعاتی و خدماتی آنان را بشناسیم. سپس برای پاسخ به تک‌تک آن نیازها، باید اطلاعات کاربردی و قابل فهم تولید کرده و به صورتی دسترس‌پذیر در وبسایت قرار دهیم تا بدین وسیله هم به وظایف سازمان در قبال شهروندان و جامعه عمل کنیم و هم وجهه مجازی سازمان را در فضای پویای وب بازسازی کنیم. انجام این کار نیز با رویه‌های قبلی که در آن تمام کارهای وبسایت به یک نفر محول می‌شود ممکن نیست؛ بلکه با مشارکت همگانی سازمان در چارچوب فرایندهای مدیریت وب محقق می‌شود.

درگاه کانالی هوشمند برای جمع‌آوری و انتقال اطلاعات از تمامی دفاتر و منابع سازمانی و رساندن آن به مخاطبان است. متحدالشکل بودن درگاه اینترنتی تمامی زیرمجموعه‌های وزارت، انسجام و وحدت رویه سازمانی را به مخاطب القا می‌کند و در کنار آن باعث یادگیری سریع‌تر و سهولت استفاده مخاطب می‌شود. درگاه اینترنتی وزارت تنها محدود به صفحات اینترنتی آن نمی‌شود؛ بلکه مسئله اصلی، ساختار و فرایندهایی است که برای اداره آن طراحی شده است و منطق، قالب‌ها و جزئیات کاری مدیریت وب سازمانی را با تقسیم وظایف مربوطه ارائه می‌دهد. صفحات مذکور خروجی این سیستم هستند.

در این راستا، سند حاضر به معرفی و شرح ساختار و فرایندهای کاری مدیریت درگاه اینترنتی وزارت راه و شهرسازی می‌پردازد و مسئولیت‌ها و شرح وظایف افراد دخیل در مدیریت وب سازمانی را مشخص می‌کند. لذا، علاوه بر مدیران وب که مستقیماً درگیر امور وب هستند، تمامی مدیران سازمانی دیگر نیز موظف به هر گونه همکاری در راستای استقرار و کارکرد ساختار مدیریتی درگاه مشروح در این سند می‌باشند.

2- تعاریف مهم

درگاه سازمانی (پرتال): درگاه سازمانی یا پرتال وبسایتی است که اطلاعاتی را از منابع مختلف در یک شکل واحد جمع‌آوری می‌کند و به صورتی مفید، دسترس‌پذیر و مناسب با نیاز مخاطبان سازمان منتشر می‌کند. هر منبع اطلاعاتی محدوده مشخص به خود را در صفحه برای نمایش اطلاعات اشغال می‌کند. منظور اصلی درگاه سازمانی یکپارچه‌سازی اطلاعاتی و خدماتی کل محدوده وزارت راه و شهرسازی با مشارکت تمامی سطوح سازمانی می‌باشد.

تیم وب: گروهی از افراد با مهارت‌ها و وظایف مختلف که امور مربوط به اداره وبسایت سازمان متبوع خود را با هماهنگی، همکاری، همفکری و پشتیبانی از فعالیت‌های یکدیگر انجام می‌دهند. اساس کار تیم‌های وب ارتباطات مداوم و آسان بین اعضا، هم‌افزایی¹، یادگیری از همدیگر و همکاری گسترده می‌باشد.

تیم وب وزارتی: تیم وبی است که مسئولیت برنامه‌ریزی، سازماندهی، راهبری، هماهنگی و کنترل کلیه امور مربوط به درگاه اینترنتی وزارت راه و شهرسازی و معاونت‌ها، سازمان‌ها و ادارات تابعه را بر عهده دارد.

تیم وب استانی: تیم وبی است که در هماهنگی با تیم وب وزارتی و مطابق با برنامه‌ها و دستورالعمل‌های ابلاغی از طرف تیم وب مذکور، اقدام به برنامه‌ریزی، سازماندهی و اجرای امور مربوط به درگاه اینترنتی اداره کل استانی راه و شهرسازی می‌پردازد. مسئولیت جلب مشارکت و اداره امور وب واحدهای سازمانی زیرمجموعه (مانند ادارات راه و شهرسازی شهرستان‌ها) بر عهده این تیم وب است.

تیم وب سازمانی/معاونتی: تیم وبی است که در هماهنگی با تیم وب وزارتی و مطابق با برنامه‌ها و دستورالعمل‌های ابلاغی از طرف تیم وب مذکور، اقدام به برنامه‌ریزی، سازماندهی و اجرای امور مربوط به درگاه اینترنتی معاونت، سازمان و یا شرکت زیرمجموعه وزارت می‌پردازد. مسئولیت جلب مشارکت و اداره امور وب واحدهای زیرمجموعه (مانند واحدهای مستقر در استان‌ها) بر عهده این تیم وب است.

رابطین دفاتر: عضوی از اعضای تیم وب سازمان‌اند که مسئولیت ارتباط با نقاط تماس واحدهای سازمانی زیرمجموعه در جهت تأمین محتوای آن بخش را بر عهده دارند. رابطین دفاتر در واقع، مسئول تأمین محتوای بخشی از صفحات وب را بر عهده دارند که بدین منظور می‌باید با نقاط تماس واحدهای سازمانی برای جمع‌آوری مطالب در ارتباط باشند.

¹ Synergy

نقاط تماس: در هر دفتر، اداره و مرکز سازمانی که زیرمجموعه‌ی یکی از سازمان‌ها/معاونت‌ها/شرکت‌های ستادی یا ادارات کل استانی وزارت راه است، فردی به عنوان نقطه تماس تیم وب معرفی می‌شود که وظیفه اصلی وی مدیریت فعالیت‌های وب و مشارکت‌های آن دفتر در وبسایت سازمانی است. نقاط تماس عضو فعال تیم وب سازمان/معاونت/ اداره کل مافوق هستند، مسئول تهیه و نظارت بر محتوا در حوزه فعالیت خود می‌باشند و بین تیم وب و مدیریت دفتر خود هماهنگی ایجاد می‌کنند.

کارمندان نویسنده: کارمندی هستند که در کنار وظایف و کارهای سازمانی خود، با همکاری نقطه تماس دفتر یا واحد سازمانی خود به تهیه محتوای مفید برای مخاطب سازمان نیز می‌پردازند.

تالار گفتگو: فضاهای مجازی هستند که توسط تیم وب وزارتی و سایر تیم وب‌ها با هدف هماهنگی، همکاری، همسوسازی و همفکری کارشناسان وب مختلف (محتوایی، فنی، هنری و ...) به صورت موضوعی ایجاد می‌شوند. کارشناسان و فعالان وب از این تالارهای گفتگو برای به اشتراک‌گذاری دانش، منابع اطلاعات، تجارب و نکات مفید کاری استفاده می‌کنند.

اطلاعات: مجموعه‌ای از داده‌های منظم و به‌هنگام با موضوعی معین، که با هدفی مشخص تحلیل شده‌اند و در موقعیتی ارائه می‌شود که به آن معنا و منظور می‌بخشد؛ به گونه‌ای که موجب تأثیرگذاری و تغییر در باور، رویکرد یا رفتار مخاطب می‌شود.

اقلام اطلاعاتی: فراورده‌های نوشتاری، سمعی و بصری که حاوی اطلاعات مرتبط و مفید برای مخاطبان سازمان می‌باشند و از آنها برای طراحی محصولات وب عرضه شده در درگاه اینترنتی استفاده می‌شود.

محصولات وب: قالب‌های طراحی، نوشتاری و مفهومی است که برای ارائه اطلاعات و خدمات مورد نیاز مخاطب در درگاه مورد استفاده قرار می‌گیرد. مسئولیت اجتماعی، خبر، پرونده ویژه، خدمات شهروندی و ... نمونه‌هایی از محصولات وب است که به واقع قالب‌هایی هستند که محتوا در چارچوب آنها تولید می‌شود. مخاطب در اینجا مانند یک مشتری است که با صرف وقت خود از محصول استفاده می‌کند. برآورده شدن نیاز، رضایت مخاطب و مراجعه دوباره وی ملاک موفقیت محصول وب می‌باشد.

مخاطبین: مخاطبین ما در صفحات اینترنت تمامی افراد و همچنین نهادهای بیرون از وزارتخانه هستند که شامل شهروندان، شرکت‌ها، انجمن‌ها و نهادهای مردمی، مطبوعات، سازمان‌های دولتی دیگر و سایر ذی‌نفعان می‌گردند. تقسیم‌بندی مخاطبین به صورت جزئی در ماتریس اطلاعاتی مخاطبین در پیوست 1 ذکر شده است.

شورای هماهنگی: جلساتی است که برای هماهنگی، طرح مسائل، ارزیابی عملکرد وب سازمان، طرح ایده‌ها، معرفی محصولات جدید و اعلام برنامه‌های جدید توسط تیم وب وزارتی برگزار می‌شود که در آن اعضای تیم وب وزارتی و مدیران وب سازمانی و سایر اعضای تیم‌های وب سازمانی با نظر مدیر خود شرکت می‌کنند.

جلسات هفتگی: جلساتی هستند که به منظور تعیین برنامه‌ها و هماهنگی اعضای تیم وب به صورت هفتگی برگزار می‌شود. بررسی اقدامات صورت گرفته، اعلام برنامه‌ها، تقسیم وظایف و تعیین تکالیف، طرح ایده‌های جدید و ارائه آموزش‌های لازم برای تیم وب در این جلسات صورت می‌گیرد.

حق انتشار: حقوق انتشار تعیین کننده تعداد مطالب و مقالاتی است که سازمان‌ها و ادارات در یک بازه زمانی معین، در هر کدام از بخش‌های وبسایت خود، مجاز و ملزم به انتشار آن هستند. حق انتشار بسته به سطح سازمانی صفحه، از طرف تیم‌های وب وزارتتی، سازمانی و استانی اختصاص داده می‌شود و دفاتر سازمانی و اداری ملزم به رعایت آن هستند.

بهروش^۲: بهروش‌ها عبارت از تکنیک‌ها یا روش‌هایی برای انجام کار مورد نظر ما می‌باشند که نسبت به جایگزین‌های دیگر ارجحیت دارند؛ زیرا بنا به تحقیق و تجربه، به نتیجه بهتر و کارتری می‌انجامند. بهروش‌ها تعیین کننده استانداردهای روز برای انجام کارهای مختلف می‌باشند.

تجربه کاربر^۳: عبارت است از تمامی جنبه‌های حسی، عملی، فکری، خودآگاه و ناخودآگاه تعامل کاربر با وبسایت که منجر به ایجاد ادراک و احساس وی در قبال وبسایت می‌شود.

گروه تمرکز^۴: گروهی کوچک از افراد (6 الی 10 نفر) که زیر نظر یک گرداننده جلسه در مورد یک موضوع یا محصول خاص به مباحثه آزاد می‌پردازند. هدف گروه تمرکز ایجاد امکان برای بیان نظرات افراد به زبان خودشان است تا ایده‌های جدیدی برای بهبود آن موضوع پیدا شود. جمع‌بندی آرای این گروه نیز به داده‌هایی کیفی و توصیفی منجر می‌شود که ممکن است نشان‌گر نظرات عموم افراد باشد یا نباشد.

3- اهداف

درگاه اینترنتی وزارتخانه مرکز شفاف‌سازی و ارائه اطلاعات، ارائه خدمات الکترونیک، رفع نیازهای اطلاعاتی مخاطبین و آشنایی شهروندان و ذی‌نفعان فعلی و احتمالی ما با مأموریت‌ها و راهبردهای سازمان است. این وبسایت طوری طراحی شده است که از طریق برآورده ساختن نیازهای اطلاعاتی و ارائه خدمات الکترونیک به شهروندان و ذی‌نفعان در زمان نیاز آنها و به شیوه‌ای هوشمند، نه تنها باعث رفع نیاز، بلکه موجب توانمندسازی آنها می‌گردد. در یک کلام، هدف درگاه، فراتر بردن حضور اینترنتی سازمان از تبلیغ صرف مدیران و دستاوردها به آگاه‌سازی، توانمندسازی و رفع نیاز مخاطب در فراگردی مداوم است که به رشد و توانمندسازی مخاطب و سازمان می‌انجامد.

درگاه اینترنتی وزارتخانه، در واقع حضور مجازی سازمان است، که اهمیت‌اش از حضور واقعی آن کمتر نیست؛ شهروندان باید بیشتر از آنکه مستقیماً به سازمان بیایند از وبسایت دیدن کنند و سوالات و نیازهای خود را در آن جستجو کنند. لذا، با مدیریت کارآمد وبسایت‌ها می‌توان بخش قابل توجهی از بار کاری سازمان را از دوش آن برداشته و به وبسایت

² Best practice

³ User experience (UX)

⁴ Focus group

سپرد. برای تحقق این امر نیز تمامی کارکنان سازمانی باید در حیطة وظیفه خود، اطلاعات لازم و مفید برای مخاطب را شناسایی کرده و هر گونه همکاری لازم را برای تهیه و ارائه آنها از طریق وبسایت‌های سازمانی به عمل آورد. لذا درگاه اینترنتی نیز به دنبال درگیر کردن تمامی سطوح و بخش‌های سازمانی در اداره وبسایت است.

تعیین ساختار وبسایت از نظر نحوه قرارگیری و جانمایی محتوای مختلف در آن، بر اساس هدف‌گذاری و تحلیلی مشخص صورت می‌گیرد که توضیحات آن در بخش 5 این سند ارائه شده است و مهم‌ترین مسئله در آن سهولت استفاده مخاطب است. در این راستا، متحدالشکل بودن وبسایت‌های سازمانی و ثبات قالب در طول زمان به مخاطب امکان یادگیری و عادت کردن به ساختار درگاه می‌دهد و علاوه بر آن نشان‌دهنده ثبات رویه، انسجام و وحدت کل مجموعه وزارت و توابع آن است. تاکید می‌شود که وبسایت سازمانی، بولتن یا کاغذ دیواری نیست که هر مطلبی را به سلیقه خود در هر گوشه دلخواه از آن قرار دهیم و ترکیب آن را به هم بریزیم؛ بلکه مطالب باید بر اساس نوع‌شان در مسیر و مکان مخصوص به خود قرار گیرند و تغییر قالب کلی نیز، تنها به‌طور سالانه و پس از طی فرایند بررسی و تصویب (توضیح داده شده در بخش 7-1) ممکن خواهد بود.

با توجه به نکات فوق‌الذکر اهداف درگاه اینترنتی وزارت راه و شهرسازی در بندهای ذیل خلاصه می‌گردد:

- مخاطب‌شناسی و مخاطب‌محوری: شناسایی ویژگی‌ها، نیازها و تمایلات مخاطبین و ایجاد طرح و محتوای وب مناسب و دسترس‌پذیر برای آنان
- ارائه خدمات اطلاعاتی به مخاطبین از طریق حضور مجازی سازمان به جای حضور فیزیکی آن
- جمع‌آوری تمامی منابع و پتانسیل‌های سازمانی، به خصوص دانش کارکنان، برای استفاده در عرصه وب
- ایجاد شفافیت سازمانی و رمزگشایی از بوروکراسی اداری با ارائه هرگونه اطلاعات لازم و مفید برای مخاطب از جمله فرایندهای کاری، امور جاری، آمار و عملکرد
- حفظ وحدت شکل و قالب وب و رعایت استانداردهای انتشار محتوا در کل مجموعه وزارت طوری که علاوه بر سهولت استفاده کاربر، نشان‌دهنده انسجام و هم‌نوايي کل مجموعه باشد
- ثبات زمانی شکل و ترکیب وبسایت‌های وزارت جهت سهولت استفاده مخاطب و تداعی ثبات سازمانی
- روشمند نمودن تولید محتوای سازمانی و طراحی و تغییرات وبسایت‌ها
- فراتر بردن رسالت وب سازمانی از رفع نیاز مخاطب به توانمندسازی وی

4- راهبردهای اصلی درگاه اینترنتی

درگاه اینترنتی وزارت برای تحقق اهداف تعیین شده دو راهبرد اساسی دارد که تمامی تصمیمات و برنامه‌های اجرایی وب در امتداد این راهبردها مطرح می‌شوند. این راهبردها به مثابه جهت‌گیری‌هایی هستند که هدف‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های وب سازمان در امتداد آنها طرح شده و منظور و مقصود پیدا می‌کنند. این راهبردها تصویر مطلوب درگاه در بلندمدت را تعیین می‌کنند و معیارهای ارزیابی پیشرفت ما در تحقق اهداف و مأموریت‌ها را تعیین می‌کند.

4-1- گذار از درگاه خبری-تبلیغی به درگاه اطلاعاتی-مخاطب‌گرا

نسل اول وبسایت‌های سازمان‌های دولتی در ایران از سر الزام و به صورت واکنشی (نه فعالانه) نسبت به نیازهای روز و با راحت‌ترین رویکرد و صرف کمترین انرژی شکل گرفت؛ بدین ترتیب که سازمان به معرفی خود و کلیات اهدافش می‌پردازد و با ارائه عکس، خبر و تبلیغ دستاوردهای خود با سیاقی ژورنالیستی تلاش می‌کند مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد. محتوای دیگر مانند گزارش‌ها، آمار، قوانین و اطلاعات موضوعی نیز یا به صورت فله‌ای، یا با دسته‌بندی‌های سازمانی ارائه شده است که تفکیک آن برای مخاطب آسان نیست. اطلاعات ارائه شده نیز طوری تحلیل نیافته‌اند که برای مخاطب معنا و کاربرد پیدا کنند. وبسایت وزارت راه و شهرسازی نیز کمابیش همین ویژگی‌ها را دارد.

رویه فوق منجر به یک پارادایم خبری-تبلیغی در استفاده از وبسایت‌های سازمانی شده است که در آن وبسایت، بیشتر منافع سازمان را تأمین می‌کند تا منافع مخاطب را و علاوه بر آن، رویکرد کلی سازمان در قبال وب، کم‌کارانه و توأم با سلب مسئولیت است. اطلاعات به همان شکل اولیه خود و بدون گزینش، تحلیل و بازنویسی مناسب برای مخاطب منتشر می‌شوند و حتی مسیریابی اطلاعات نیز از منطقی مشخص و قابل درک برای مخاطب پیروی نمی‌کند. لذا سازمان اطلاعات را همانگونه که هست، با ترتیبی آشفته در وبسایت قرار می‌دهد و زحمت یافتن و (دشووارتر از آن) فهمیدن مطالب را به مخاطب وامی‌گذارد. نتیجه این امر کاربرپسند نبودن و به حاشیه رفتن وبسایت سازمان است، همانگونه که وبسایت ما در حال حاضر مرجعیت اطلاعاتی ندارد و به جز موارد خاص، مخاطبان ما نیازهای اطلاعاتی خود را در دیگر وبسایت‌ها و رسانه‌ها جستجو می‌کنند.

برای خروج از این وضعیت باید روندی ادامه‌دار در دو زمینه مختلف شکل گیرد: یکی شناخت مخاطب است و دیگری تهیه اطلاعات مناسب برای وی. توسعه و معرفی درگاه اینترنتی گام بزرگی است در این راستا که بستر و فرایندهای لازم برای شکل‌گیری این دو روند را فراهم می‌کند.

قبل از تولید اطلاعات باید ماهیت دقیق اطلاعات را تعیین کرد که در این زمینه، پس از بررسی زیاد، تعریف عملیاتی ذیل برای اطلاعات مطرح شده و مبنای توسعه پرتال وزارت قرار گرفته است:

«اطلاعات مجموعه‌ای است از داده‌های منظم و به‌هنگام با موضوعی معین، که با هدفی مشخص تحلیل شده‌است و در موقعیتی ارائه می‌شود که به آن معنا و منظور می‌بخشد، طوری که موجب تأثیرگذاری و تغییر در باور، رویکرد یا رفتار مخاطب شود.»

لازم به ذکر است که مفهوم داده در اینجا تمامی انواع متن، آمار، تصویر و ... را شامل می‌شود.

بر اساس تعریف فوق اطلاعات فلسفه وجودی خود را ابتدا از مخاطب و سپس از شرایط انتشار آن می‌گیرد و لذا اگر نتواند در موقعیت ارائه شده باعث تغییر رفتار یا موضع‌گیری مخاطب شود، اطلاعات نیست و ارائه آن تنها باعث سردرگمی و اتلاف توجه مخاطب است. لذا ابتدا باید به شناخت مخاطب بپردازیم و سپس اطلاعات لازم، مفید و موثر هر مخاطب را به دست وی برسانیم.

برای این کار مانند هر رسانه جمعی دیگر، درگاه وزارت باید به صورت روشمند به مخاطب‌شناسی بپردازد، مخاطبان خود را دسته‌بندی کند و ویژگی‌ها، زبان، طرز فکر و سلیقه آنان را شناخته و در طول زمان رصد کند. سپس اقدام اطلاعاتی مورد نیاز آنها را شناخته و بر اساس آن *ماتریس اطلاعاتی مخاطبین* را به‌روزرسانی کند و پس از آن مبادرت به ایجاد و اصلاح محصولات وب حاوی اقدام مذکور نماید.

تاکید می‌شود که در تعیین استانداردها و روش‌های تولید محتوا، اصل بر هم‌زمانی با مخاطب و نزدیکی فکری با او است. اطلاعات سازمانی باید طوری بازنگری و بازنویسی شوند که برای مخاطب قابل فهم و کاربرد باشند. علاوه بر آن محتوا باید به موضوعات و نیازمندی‌های مهم روز نیز توجه کند.

برای درک بهتر راهبرد مخاطب‌گرایی، می‌توان از قیاس آن با بازاریابی استفاده کرد. مانند هر محصول صنعتی دیگر، برای طراحی محصولات وب نیز ابتدا بر اساس نیازسنجی مشتریان ایده‌های جدید مطرح می‌شود و سپس این ایده‌ها طی یک فرایند مشخص، پرورش یافته و تبدیل به نمونه اولیه محصول می‌شوند. در مرحله بعد محصول به عده‌ای از کارشناسان و مخاطبان ارائه می‌شود و در مورد آن نظرخواهی می‌شود و سپس با اعمال تغییرات و اصلاحات مقتضی، محصول به مشتری (مخاطب) ارائه می‌شود. محصولی موفق است که مشتری حاضر به صرف منابع خود (وقت مخاطب) برای استفاده از آن باشد. لذا میزان استفاده و رضایت مخاطب نیز باید مورد سنجش قرار گیرد تا میزان موفقیت محصول معین شود که این کار در پرتال وزارت از طریق تحلیل سنجه‌های وب⁵ و تحقیقات کاربری انجام می‌شود.

4-2- گذار از پشتیبانی فردی به پشتیبانی جمعی وب

مدیریت وب سازمانی به‌مثابه مدیریت حضور مجازی کل سازمان است و لذا پشتیبانی وب امری همگانی در سازمان است و نباید مدیریت وب را به مسئولیتی فردی در واحد فناوری اطلاعات یا روابط عمومی تقلیل داد؛ چرا که دانش و دیدگاه یک فرد نمی‌تواند بازتاب‌دهنده تمام وجوه و اجزای موجودیت بزرگ و پیچیده‌ای چون سازمان باشد. همان‌گونه که روزنامه‌های موفق برای تهیه محتوای خود به شبکه‌ای بزرگ از نویسندگان و مولفان تکیه دارند، درگاه‌های سازمانی نیز به مثابه یک رسانه ارتباطی نیاز به شبکه و ساختاری از کارشناسان و نویسندگان سازمانی دارند.

هر بخشی از سازمان مخاطبان مخصوص به خود را دارد که نیازسنجی اطلاعاتی ویژه خود را می‌طلبند. سازمان‌ها و معاونت‌های زیرمجموعه، خود ذی‌صلاح‌ترین مرجع برای تشخیص این نیازها و تولید اطلاعات مفید در حوزه فعالیت‌شان هستند؛ و به همین منوال، در داخل این سازمان‌ها یا معاونت‌ها، دفاتر و ادارات مربوطه هستند که بیشترین درگیری را با چالش‌های امور اجرایی دارند و نظرات ارزشمند را نیز نزد آنان باید جست. کارمندان فعال در این دفاتر بیشترین فهم را از اطلاعات زمینه مخصوص خود دارند و نیز دسترسی بیشتری به منابع اطلاعاتی سازمانی (آمار، انتشارات، صورتجلسات، رویدادهای گذشته و ...) دارند.

⁵ Web metrics

لذا منابع عظیمی از دانش صریح و ضمنی نزد کارشناسان و مدیران سازمانی وجود دارد که وظیفه ساختار مدیریت وب و تیم‌های وب نیز فعال‌سازی پتانسیل‌های موجود و راهبری آن برای ایجاد اطلاعات هدفمند است. برای تحقق این امر، تیم وب باید شبکه‌ای از روابط بین دپارتمانی برای جمع‌آوری محتوای سازمانی ایجاد کند و با راهنمایی و آموزش‌های لازم کارمندان را برای انجام این کار توانمند نماید. مدیریت سازمانی نیز باید با توجه به ارزیابی‌های تیم وب سازمان، بر مشارکت بخش‌های زیرمجموعه خود نظارت کرده و با اختصاص مشوق‌های لازم کارمندان را به تأمین محتوای کارآمد ترغیب کند.

طراحی محصولات وب (قالب‌های ارائه محتوا)، سیاست‌های محتوایی و استانداردهای نگارش از طرف تیم وب وزارتی تعیین شده و بر اساس آن هر کدام از تیم‌های وب زیرمجموعه برای تهیه محتوای مورد نیاز برنامه‌ریزی می‌کنند. هر کدام از دفاتر سازمانی فردی را به عنوان نقطه تماس در نظر می‌گیرند که سرپرست تولید محتوای وب آن دفتر است و بر فعالیت کارمندان نویسنده آن دفتر نظارت می‌کند.

هماهنگی‌های لازم برای تهیه محتوای سازمانی از طریق برگزاری جلسات هفتگی، تالارهای گفتگو و گروه‌های مجازی و البته، مراجعات حضوری و روابط نزدیک با اعضای تیم وب سازمانی انجام می‌پذیرد. تمرکز اصلی تیم‌های وب باید بر ایجاد شبکه‌های جمع‌آوری مطالب، گروه‌های همکاری و هم‌فکری و پرورش نسلی از کارمندان نویسنده فعال در وب باشد.

5- مخاطبین درگاه اینترنتی

مخاطبین درگاه اینترنتی وزارت راه و شهرسازی از نظر ماهیت و نیازمندی‌های اطلاعاتی متفاوت‌شان در گروه‌های ذیل دسته بندی می‌شود:

1. مخاطبان عمومی (شهروندان داخلی و خارجی)
2. مخاطبان متقاضی خدمت (مخاطبان نیازمند فعلی، بالقوه و نیازمند کمک)
3. شرکت‌ها و مراکز تخصصی (بنگاه‌ها، بانک‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و ...)
4. ادارات عمومی مرتبط (مرکز پلیس راهور ناجا، هلال احمر، شرکت پخش و پالایش فرآورده‌های نفتی، ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ...)
5. نهادهای اجتماعی (سازمان‌های مردم نهاد، مدیریت بحران، اتحادیه‌ها و دیگر گروه‌های اجتماعی)
6. بدنه وزارت و بخش‌های استانی وزارت
7. مراجع تحقیقاتی (دانشگاه‌ها، دانشجویان، شرکت‌ها، پژوهشگران، تحلیلگران و ...)
8. رسانه‌ها (شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی، روزنامه‌ها، مجلات، وبسایت‌های خبری-تحلیلی، ...)

9. دولت و مجلس (وزارتخانه‌ها و زیرمجموعه‌هایشان، نهادهای تحت نظر مجلس و ...)

با توجه به دسته‌بندی مخاطبان و نیازهای اطلاعاتی آنها، تمامی موضوعات اطلاعاتی که می‌تواند در درگاه اینترنتی وزارت انتشار یابد، احصا شده و در *ماتریس اطلاعاتی مخاطبان* (پیوست 1) جمع‌بندی شده است. تیم وب وزارتی مسئول اصلی به‌روزرسانی ماتریس اطلاعاتی است و قبل از ایجاد محصولات وب و قالب‌های محتوایی جدید در درگاه، عناوین مربوطه باید به تصویب رسیده و وارد ماتریس اطلاعاتی مخاطبان شود.

6- ساختار سازمانی وب

امروزه برای مدیریت وبسایت‌های سازمانی به طور معمول از ساختارهای تیمی استفاده می‌شود. دلایل عمده این مسئله نیز تقسیم کار و قدرت ایده‌پردازی بیشتر ساختار تیمی است و نیز اینکه یک تیم متشکل از افراد با دیدگاه‌ها و وظایف مختلف بهتر می‌تواند کل سازمان را در فضای وب نمایندگی کنند. افراد تیم، ایده‌های هوشمندانه خود را مطرح می‌کنند، به صورتی فردی بر روی طرح و پروژه خاصی کار می‌کنند و تصمیمات خلاقانه می‌گیرند، اما نهایتاً این ایده‌ها، طرح‌ها و تصمیمات به وسیله تیم پالایش و بهبود یافته و اجرایی می‌شوند.

اهمیت ساختار تیمی در مدیریت وب بنابه دلایل ذیل است:

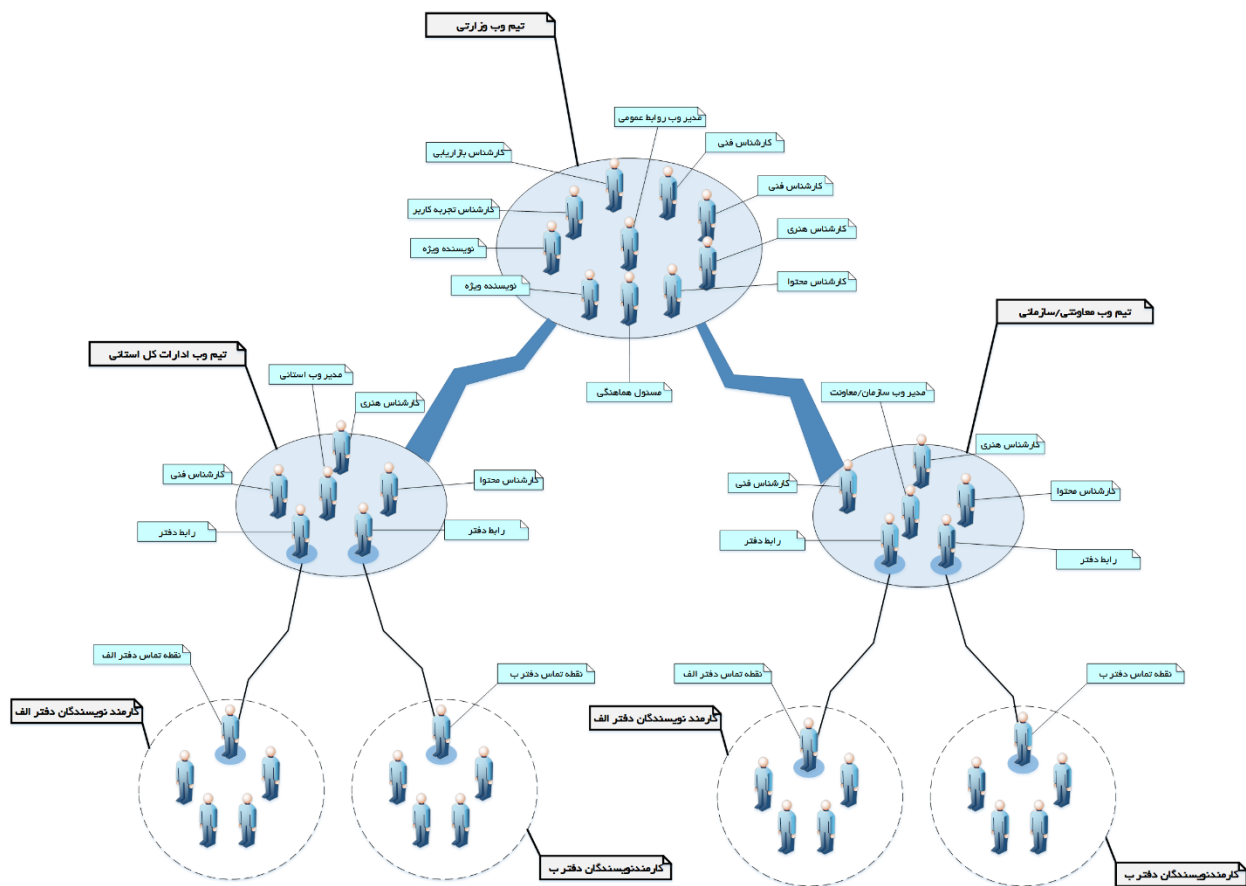
- یک تیم، مهارت، دانش و زاویه دید وسیع‌تری برای حل مسائل دارد؛ چندبعدی و پیچیده بودن مسائل مدیریت وب نیز وجود افراد با مهارت‌ها و دیدگاه‌های متفاوت را می‌طلبد تا با چالش و همفکری راه‌حل مناسب اتخاذ شود.
- کار تیمی باعث روان‌سازی و تسهیل ارتباطات بین افراد می‌شود، و فضای مناسب برای ایده‌پروری در وب را فراهم می‌کند؛ البته این امر در گرو برگزاری جلسات منظم هفتگی با فضایی گرم و همکارانه است.
- دید کلی و جامع نسبت به مسئله، در افراد بیشتری ایجاد می‌شود؛ به عبارت دیگر افراد بیشتری با کلیت یک مسئله درگیر هستند و لذا احتمال طرح راه‌حل‌های مفید چندبرابر می‌شود.
- اعضای تیم مهارت‌ها و دانش‌های مفید را از یکدیگر فرا می‌گیرند؛ هر کدام از اعضای تیم با توجه به تخصصی که دارد بقیه اعضای تیم را نیز بر وفق نیاز آموزش می‌دهد.
- روحیه کار جمعی و تعلق نسبت به تیم، به انگیزش درونی افراد منجر می‌شود.
- هماهنگی تیمی موجب از بین رفتن دوباره‌کاری و ایجاد تشریک مساعی می‌شود.
- با برگزاری جلسات منظم تیمی، کم‌کاری و تأخیر در ضرب‌الاجل‌ها کاهش می‌یابد.
- تیم‌ها در مقایسه با افراد، اهداف دشوارتری را تعیین کرده و محقق می‌کنند.

ساختار سازمانی مدیریت درگاه به صورت کارگروه‌های نزولی است که از سطح تیم وب وزارت تا کارمندان و کارمندان سازمان می‌باشد. با عنایت به این نکته که امکان حضور اینترنتی سازمان تنها با مشارکت تمامی بدنه سازمان ممکن است، درگاه اینترنتی وزارتخانه به وسیله تیم‌های وب و به صورت تیمی اداره می‌گردد. تیم‌های وب مسئول تمامی امور مربوط به پرتال یا زیرپرتال خود و نیز امکان‌ساز و تسهیل‌کننده مشارکت سایر اعضای سازمان در وب هستند. در واقع تیم‌های وب تشکیل‌دهنده و گرداننده شبکه‌ای از افراد فعال هستند که مشارکت گسترده سازمانی در پشتیبانی درگاه را تحقق می‌بخشند. شکل 1 ساختار سازمانی مدیریت درگاه را نشان می‌دهد.

هر چند که طراحی و سازماندهی کلی وبسایت در تیم وب وزارت در ستاد وزارتخانه تمرکز یافته است، ولی این مدیران وب سازمان‌ها، معاونت‌ها و ادارات استانی هستند که محتوای زیرمجموعه‌های سایت خود را کنترل می‌کنند.

تیم وب وزارت به عنوان مسؤول و متولی اصلی درگاه اینترنتی وزارت، صفحه اصلی و دیگر صفحات بالادستی، الگوها، سیاست‌گذاری‌های و فرایندهای کاری را مدیریت می‌کند. مدیران وب معاونت‌ها، سازمان‌ها و استان‌ها محتوای مربوط به حوزه‌های برنامه‌ریزی و حیطة کاری خود را بر روی وبسایت وزارت ارسال می‌کنند. محتوای تولید شده توسط آنها علاوه بر زیرپرتال سازمانی مربوطه در پرتال کلی وزارت نیز قرار می‌گیرد. مدیران وب استانی برای توسعه استانداردهای محتوای محلی از یکدیگر الگو می‌گیرند و برای گردآوری و انتشار محتوای محلی هر استان به صورت انفرادی فعالیت می‌نمایند. همه محتوا در قالب استاندارد وزارتخانه تهیه می‌شود و باعث می‌گردد تا وبسایت کل مجموعه یکدست شده و احساس واحدی را به بازدیدکننده القا کند.

تیم وب وزارت از طریق لینک‌ها اقدام به استخراج محتوا از بخش‌های سازمانی، معاونتی و صفحات استانی می‌کند تا بتواند محتوای گسترده درون سازمانی را شکل دهد. بنابراین همه بخش‌های بالادستی توسط بخش‌های پایین‌دستی تغذیه می‌شوند. هر واحدی از مجموعه وزارت راه و شهرسازی می‌تواند و باید در تولید محتوا مشارکت داشته باشد. تأمین این امکان با تیم وب وزارت است و انجام این مسؤولیت بر عهده تیم‌های وب استانی، سازمانی و معاونتی است. تیم وب‌های استانی، سازمانی و معاونتی نیز باید به نوبه خود این مسؤولیت را بین ادارات تابعه تقسیم نمایند، تا نهایتاً مسؤولیت‌ها تا سطح دفتر تقسیم شود.



شکل 1: ساختار سازمانی مدیریت وب وزارت

لازم به ذکر است که آنچه در این بخش در مورد ساختار مدیریت وب نوشته شده، نقش‌های رسمی لازم برای مدیریت درگاه است؛ اما شبکه روابطی که منجر به تولید محتوا می‌شود تنها محدود به این نقش‌ها نیست و شامل تمامی افراد علاقه‌مند و فعال سازمانی و فراسازمانی می‌باشد.

6-1- ساختار تیم وب وزارت

در راس ساختار سازمانی مدیریت وب وزارت راه و شهرسازی تیم وب یا کارگروه درگاه روابط عمومی قرار دارد، که وظیفه هدایت کلی محتوای وبسایت کلی و سازمانی را بر عهده دارد. مشروح مسئولیت‌های تیم وب وزارت در بخش 7-2 ذکر شده است.

مدیر وب وزارت: مدیر وب وزارت مسئولیت هدایت و راهبری حضور اینترنتی سازمان را بر عهده دارد. مدیریت

امور وب باید همراه با نوآوری، ایده‌پروری و انگیزش نیروهای سازمانی به همکاری باشد. مدیر وب روابط عمومی باید نقش ذکر شده در بخش 7-1 را در سطح کلان سازمان اجرا کند.

ایجاد حرکت عمومی در بدنه سازمان ممکن نیست، مگر این که مدیر وب، از قالب کلیشه‌ای مدیریت، که محدود به تصمیم‌گیری و دستور است، برون آمده و در نقش یک سردبیر ظاهر شده که جو رسانه‌ای وب سازمان را ایجاد می‌کند. در مدیریت وب جنبه‌های مشارکتی، تشویقی و حمایتی بر جنبه‌های تفویضی و دستوری ارجحیت دارد. مدیریت ساختار تیمی نیازمند این است که مدیر وب ارتباطات خود را با اعضای تیم خود در اولویت اول قرار دهد و مانند یک رهبر در متن رویدادهای وب سازمان حرکت کند.

کارشناس فنی نرم‌افزار: کارشناس فنی نرم‌افزار از طرف اداره فناوری اطلاعات ستاد وزارتخانه معرفی می‌شود و مسئولیت امور نرم‌افزاری پرتال سازمانی اعم از طراحی، اصلاح، بهره‌برداری و آموزش آن را بر عهده دارد. وی باید تا حد لازم حایز تخصص‌ها و مهارت‌های نرم‌افزاری وب (مانند HTML، CSS، PHP و ...) باشد و آشنایی کافی با سیستم‌های نرم‌افزاری تحت وب را داشته باشد. عمده وظایف کارشناس فنی نرم‌افزار به شرح ذیل است:

- بررسی معماری نرم‌افزار، ویژگی‌ها و ماژول‌ها و طراحی محصولات وب جدید با امکانات موجود
- حصول اطمینان از مسائل امنیت پرتال
- آموزش نحوه ویرایش و بارگذاری مطالب به کارکنان تیم وب
- آموزش کلیه مسائل نرم‌افزاری که سایر اعضای تیم وب وزارتی برای کار خود لازم دارند
- آموزش کلیه مسایل نرم‌افزاری پرتال به کارشناسان فنی سایر تیم‌های وب، و ضمناً هماهنگی، تماس مداوم، پاسخگویی به سوالات و حل مشکلات آنها
- تنظیم برنامه‌های توسعه نرم‌افزاری وب‌سایت با همکاری مدیر و سایر اعضای تیم وب وزارتی و با مشاورت کارشناسان هنری، فنی، ارتباطاتی و رسانه‌ای از خارج سازمان
- تعیین سنجه‌های وب لازم برای تحلیل‌های وب⁶، رصد این سنجه‌های به وسیله نرم‌افزارها و سرویس‌های مخصوص و گزارش آن به مدیر وب وزارتی و کارشناسان بازاریابی و تجربه کاربر جهت بررسی و تحلیل

کارشناس فنی سخت‌افزار: مسئولیت تمامی امور سخت‌افزاری لازم برای پشتیبانی از پرتال را بر عهده دارد. امور مربوط به مدیریت پایگاه داده، مدیریت سرور و مدیریت شبکه از این دسته هستند. کارشناس فنی سخت‌افزار از طرف بخش فناوری اطلاعات سازمان معرفی می‌شود و ملزم به هرگونه همکاری لازم با تیم وب وزارتی می‌باشد.

کارشناس هنری: جذابیت بصری نقش اصلی را در هدایت و تخصیص توجه مخاطب بازی می‌کند و از این رو از اهمیت بسیاری برخوردار است. مسئولیت تمامی امور مربوط به جنبه‌های بصری وبسایت بر عهده کارشناس هنری است. وی با همکاری کارشناس فنی نرم‌افزار و کارشناس تجربه کاربر در مورد طراحی الگوی گرافیکی سایت و ویژگی‌های آن تصمیم می‌گیرد.

⁶ Web analytics

ملاک تصمیم‌گیری در مورد مسائل گرافیکی بررسی‌های کارشناسی، اخذ مشاوره از متخصصان ذی‌صلاح و نظرخواهی از کاربران است و نه سلیقه فردی و حتی تیمی. تجربه نشان داده است که حتی برقراری مصالحه بین سلاقی متفاوت اعضای تیم، به گرافیک خوب منتج نمی‌شود. لذا برای تغییر الگوی گرافیکی سایت، باید کلیات و ویژگیهای مورد انتظار را برای کارشناس گرافیک تیم پشتیبانی فنی و یا کارشناسان ذیصلاح دیگر بیان کرده و از وی بخواهیم نمونه‌های کاری مناسبی را طراحی و ارائه کند. سپس، در این مرحله می‌توان از نظر و اجماع تیم برای انتخاب نمونه مناسب استفاده کرد.

عمده وظایف کارشناس هنری تیم وب وزارتتی به شرح ذیل است:

- تصمیم‌گیری در مورد اسلوب گرافیکی سایت و حصول اطمینان از به‌روز و در عین حال وزین بودن آن
- بررسی کارشناسی طراحی و بسایتهای سازمانی برتر داخلی و خارجی
- اخذ مشاوره از کارشناسان ذی‌صلاح طراحی وب خارج سازمان
- نظرخواهی و بررسی نظرات کاربران در مورد طراحی کاربران
- تعیین استانداردهای مناسب برای انتشار تصاویر و فیلم‌ها و نظارت بر اجرای آنها
- ارائه آموزش‌های لازم به کارشناسان هنری تیم‌های وب دیگر
- هماهنگی و حصول اطمینان از اجرای درست استانداردهای گرافیکی در وبسایتهای زیرمجموعه

کارشناس محتوا: کارشناس محتوا مسئول آموزش، نظارت و حصول اطمینان از رعایت اصول نوشتاری، نگارشی

و مسائل حقوقی در تیم وب را بر عهده دارد. این اصول در بخش‌های مجزا ذکر شده است. کارشناس محتوا وب‌گردی می‌کند و موضوعات مهم را به سایر کارشناسان محتوا، نویسندگان و مدیران وب اطلاع می‌دهد. از مطابقت محتوای مطالب وبسایت با قوانین انتشار محتوای وب (مانند قانون جرایم رایانه‌ای) اطمینان حاصل می‌کند. وظایف مهم وی بدین شرح است:

- تعیین سیاست‌های محتوایی درگاه با هم‌فکری مدیر وب و اعضای تیم
- ارزیابی محتوای موجود در وبسایت و حصول اطمینان از مطابقت آن با سیاست‌ها و راهبردهای محتوایی وبسایت
- ایجاد شبکه نویسندگان سازمانی و فراسازمانی و برنامه‌ریزی برای آموزش و هدایت آنها
- اطمینان از ارزش محتوایی، بدیهی و تکراری نبودن مطالب، رعایت حق طبع و نشر⁷ و پابندی به اصول اخلاق رسانه‌ای در وبسایتهای مجموعه
- استفاده مؤثر از تالارهای گفتگو، پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط با تولیدکنندگان محتوا در کل سازمان برای جهت‌دهی، آموزش، راهنمایی و رفع مشکلات آنها
- وب‌گردی و یافتن مطالب و موضوعات مناسب برای انتشار

⁷ Copyright

کارشناس تجربه کاربر: مسئولیت اصلی کارشناس تجربه کاربر حصول اطمینان از کاربردپذیری⁸ محصولات وبسایت، بهره‌مندی و رضایت حداکثری مخاطب و خوشایند بودن تجربه استفاده از وبسایت است. وی این کار را به وسیله مطالعه بهروش‌ها، رصد وبسایت‌های برجسته دنیا و طراحی و اجرای تحقیقات کاربری انجام می‌دهد.

کارشناس تجربه کاربر در مقام حامی مخاطب عمل می‌کند و زبان گویای مخاطبان در تیم وب است. وی طراح، مجری و ناظر تجربه کاربر است. مفهوم تجربه کاربر دربرگیرنده تمامی جنبه‌های عملی، احساسی، تجربی و معنادار تعامل بین مخاطب و وبسایت می‌باشد. در اینجا، تجربه کاربر از دو جنبه مختلف وبسایت مورد بررسی قرار می‌گیرد: وبسایت به عنوان یک رسانه و مرجع اطلاعاتی و وبسایت به عنوان یک چارچوب نرم‌افزاری و برنامه کاربردی. کارشناس تجربه کاربر نیز، هم در حوزه ارتباطاتی و رسانه‌ای وبسایت فعال است و هم در حوزه ویژگی‌های تکنولوژیکی آن.

کارشناس تجربه کاربر با کارشناسان نرم‌افزار و بازاریابی همپوشانی دارد و لذا باید همکاری و هماهنگی زیادی با آنها داشته باشد. وی در طراحی الگوی تجربه کاربر نقش محوری را بازی می‌کند. موارد ذیل جزء حوزه مسئولیت وی می‌باشد:

- حصول اطمینان از کاربرپسندی و استفاده آسان از وبسایت
- تعیین تقسیم‌بندی ساختاری و مسیریابی اطلاعات و حصول اطمینان از دسترس‌پذیری اطلاعات
- طراحی و اجرای آزمون‌های سالانه کاربرپسندی
- رصد بهروش‌های روز در مورد تجربه کاربر و اطمینان از برخورداری وبسایت از استانداردهای روز
- تعیین مجموعه ویژگی‌های کارکردی وبسایت با همکاری کارشناس فنی نرم‌افزار
- رصد مخاطبین وبسایت، نیازمندی‌ها و ویژگی‌های آنها

کارشناس بازاریابی: کارشناس بازاریابی یکی از اعضای تیم وب وزارتتی است که امور وبسایت را با رویکرد بازاریابانه تحلیل و بررسی می‌کند و از طریق گزارش آن به مدیر وب و همکاری با سایر هم‌تیمی‌های خود بر تصمیم‌گیری‌ها، جهت‌گیری‌ها و فعالیت‌های تیم وب اثرگذاری می‌کند. مسئولیت امور ترویجی و تبلیغی وبسایت و محصولات آن بر عهده کارشناس بازاریابی است. موارد ذیل جزء حوزه کاری وی می‌باشد:

- معرفی و تبلیغ درگاه و محصولات آن به گروه‌های مخاطبان با روش‌های گوناگون از جمله: حضور و سخنرانی در همایش‌ها، درخواست قرار دادن لینک صفحات مختلف درگاه در جاهای مناسب از وبسایت-های پرمراجع
- مدیریت حضور درگاه در شبکه‌های اجتماعی و استفاده از آن برای تبلیغ و ترفیع درگاه
- رصد امکانات وبسایت‌های سازمانی موفق دنیا و طرح ایده برای محصولات جدید وب
- بررسی تحلیل‌های آماری وبسایت و ارزیابی میزان موفقیت محصولات وب

⁸ Usability

- عیب‌یابی، اصلاح و ارتقای محصولات وب بر اساس تحقیقات، تحلیل‌های آماری و بازخوردهای مخاطبین
- حصول اطمینان از مشارکت مدیران مختلف سازمان در معرفی و تبلیغ درگاه و محصولات وب

نویسنده ویژه: علاوه بر محتوای عمومی و کلی وبسایت که توسط کارمندان نویسندگان نوشته می‌شود، بنا به نیازهای استراتژیک محتوایی، تیم وب وزارتی ملزم به تهیه مطالبی ویژه برای بخش‌های مهم وبسایت خواهد بود. وظیفه نویسندگان ویژه این است که با مشورت سایر اعضای تیم، پروژه‌های پژوهشی کوچکی را تعریف و شخصاً اجرا نمایند که به ایجاد مطالبی حرفه‌ای و غنی برای پوشش نیازهای ویژه وبسایت منجر می‌شود. به طور مثال بخش مسئولیت‌های اجتماعی جزء این گونه موارد است.

نویسنده ویژه در نقش یک روزنامه‌نگار و منتقد عمل می‌کند. و با مطالعه و بررسی منابع کتابخانه‌ای، مطبوعاتی و اینترنتی و آشنایی با زمینه‌ها و جنبه‌های مختلف موضوع مورد نظر و کسب آمادگی ذهنی لازم به نوشتن مطالب ویژه می‌پردازد.

رابط تیم وب وزارتی: رابطین تیم وب وزارتی افرادی هستند که با محصولات وب، قالب‌ها و قوانین نگارش محتوای درگاه اینترنتی آشنایی کافی دارند و مسئول ایجاد هماهنگی و پیگیری فعالانه اجرای برنامه‌های تیم وب وزارتی در سایر تیم‌های وب هستند. این افراد با مدیر وب و نمایندگان آنها در ارتباط هستند، در تالارهای گفتگو و گروه‌های مجازی تیم وب مربوطه عضو هستند، نیازهای آموزشی و اطلاعاتی اعضای آن را شخصاً یا از طریق معرفی به افراد مسئول رفع می‌کنند؛ برای رفع مشکلات و گره‌های کاری موجود در تیم وب مذکور تلاش می‌کند.

6-2- ساختار تیم وب معاونت‌ها/سازمان‌ها:

تیم‌های وب سازمان‌ها در اداره روابط عمومی آنها تشکیل می‌شود و مدیر روابط عمومی نیز نقش مدیر وب سازمان را به عهده می‌گیرد. معاونت‌ها نیز تیم وب خود را از نیروهای ذی‌صلاح و فعال انتخاب می‌کنند.

مدیر درگاه معاونتی/سازمانی: مدیر درگاه معاونتی/سازمانی مسئول و پاسخگوی اصلی تمامی امور وب مربوط به آن معاونت، سازمان یا شرکت ستادی است. مدیر درگاه می‌تواند مدیر روابط عمومی سازمان متبوع یا فرد دیگری منصوب از طرف مدیریت سازمان باشد که از قدرت و اختیار کافی برای تصمیم‌گیری و جلب مشارکت کل سازمان در فعالیت‌های وب برخوردار است. این مدیران تمامی 7 نقش مندرج در بخش 7-1- را در سطح سازمان/معاونت خود اجرا می‌کنند.

کارشناس هنری: تمامی وظایف کارشناس تیم وب وزارتی را در سطح سازمان خود و زیرمجموعه‌های آن بر عهده دارد. وی تمامی مطالب مندرج در وبسایت سازمان را بررسی کرده و از رعایت اصول هنری اعلام شده توسط تیم وب وزارتی و نظرات مدیر وب و تیم وب متبوع خود اطمینان حاصل می‌کند. مشارکت فعال در تولید و بارگذاری محتوای جدید و ارائه آموزش‌ها و مشورت‌های لازم به نقاط تماس و سایر فعالین وب سازمان مهم‌ترین وظایف وی می‌باشد

کارشناس فنی: مسئولیت تمامی مسائل سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مرتبط با زیرپرتال سازمانی را بر عهده دارد. کلیه امور فنی وب واحدهای سازمانی زیرمجموعه مانند واحدهای استانی سازمان متبوع در حیطه مسئولیت و وظایف وی - می‌باشد. کارشناس فنی تیم وب استانی، باید با کارشناسان فنی تیم وب وزارتی هماهنگی کامل داشته باشند و از هرگونه تغییرات احتمالی در سامانه مطلع باشند و دستورالعمل‌های جدید را رعایت کنند.

کارشناس محتوا: تمامی وظایف کارشناس محتوای تیم وزارتی را در سطح سازمان خود و واحدهای سازمانی زیرمجموعه آن بر عهده دارد. وی مسئول آموزش، جاری‌سازی استانداردهای تولید محتوا، تشخیص نیازهای محتوایی، و برنامه‌ریزی و هماهنگی برای تولید محتوا می‌باشد. وی علاوه بر هماهنگی و راهبری سایر دست‌اندرکاران تولید محتوا خود نیز فعالانه به قلم زدن می‌پردازد.

نقاط تماس دفاتر: هر کدام از دفاتر و ادارات سازمان/معاونت موظف است فردی از کارشناسان خود را به عنوان نقطه تماس تیم وب سازمانی/معاونتی معرفی کند. نقاط تماس، نمایندگان تیم وب در دفتر مربوط به خود هستند. وظیفه اصلی نقاط تماس تأمین محتوای درست برای رابطین معرفی شده از سوی تیم وب سازمانی/معاونتی برای صفحات وب مخصوص حوزه تخصصی واحد سازمانی خود، یاری و راهبری سایر کارمندان در امر تهیه محتوا، تبلیغ و ترویج درگاه و طرح ایده برای محصولات وب است. وی این امور را در هماهنگی با مدیریت دفتر انجام می‌دهد.

کارمندان نویسنده‌ها: تمامی کارشناسان ادارات و سازمان‌ها می‌توانند و باید ضمن هماهنگی با نقطه‌تماس دفتر خود، با وبگردی، مطالعه، تفکر انتقادی و تجزیه و تحلیل به ویژه در مورد مسائل مرتبط با حوزه فعالیت خود به نوشتن و تهیه مطلب پردازند. کارمندان نویسنده‌ها می‌توانند در این کار از نقطه‌تماس دفتر خود، کارشناس محتوا و سایر اعضای تیم وب اداره کمک بخواهند.

آنچه سازمان را می‌سازد، کارمندان هستند و تحقق حضور مجازی سازمان بدون مشارکت آحاد کارمندان میسر نمی‌شود. کارمند خوب نه تنها خوب کار می‌کند بلکه می‌تواند کار خود را به شکلی سودمند روایت کند. کارمندان نزدیک‌ترین لایه سازمان به عملیات هستند و از نزدیک شاهد جزئیات فعالیت‌های سازمان و مسائل و مشکلات شهروندان هستند و لذا گزارش‌ها، تحلیل‌ها و نظراتی که ارائه می‌کنند، برای مخاطبان و ذینفعان بسیار مفید خواهد بود.

3-6- ساختار تیم وب استانی:

تیم‌های وب استانی در ذیل اداره روابط عمومی ادارات کل استانی تشکیل می‌شود و اعضای آن نیز از کارشناسان مختلف اداره روابط عمومی و سایر فعالین وب سازمان تشکیل می‌شود. با توجه به اهمیت نادیده گرفته شده وب، با پیاده‌سازی درگاه جدید وزارتی از این پس مدیریت درگاه اینترنتی استان مهم‌ترین مسئولیت ادارات روابط عمومی استان‌ها خواهد بود.

مدیر درگاه استانی: مدیران درگاه استانی متولی اصلی تمامی مسایل مربوط به درگاه اینترنتی اداره کل استان مربوطه می‌باشند. مدیر درگاه استانی می‌تواند همان مدیر روابط عمومی اداره، یا فرد دیگری منصوب از طرف مدیر کل اداره باشد که قدرت و اختیار کافی برای تصمیم‌گیری و جلب مشارکت کل اداره و زیرمجموعه‌های آن را در فعالیت‌های وب دارد. این مدیران تمامی 7 نقش مندرج در بخش 7-1- را در سطح استان اجرا می‌کنند.

کارشناس هنری: تمامی وظایف کارشناس تیم وب وزارتی را در سطح اداره کل استان خود و زیرمجموعه‌های آن بر عهده دارد. تمامی مطالب مندرج در وبسایت اداره را بررسی کرده و از رعایت اصول هنری اعلام شده توسط تیم وب وزارتی و نظرات مدیر وب و تیم وب متبوع خود اطمینان حاصل می‌کند. مشارکت فعال در تولید و بارگذاری محتوای جدید و ارائه آموزش‌ها و مشورت‌های لازم به نقاط تماس و سایر فعالین وب اداره مهم‌ترین وظایف وی می‌باشد.

کارشناس فنی: مسئولیت تمامی مسائل سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مرتبط با زیرپرتال استانی را بر عهده دارد. کارشناس فنی تیم وب استانی، باید با کارشناسان فنی تیم وب وزارتی هماهنگی کامل داشته باشند و هرگونه تغییرات احتمالی در سامانه مطلع باشند و دستورالعمل‌های جدید را رعایت کنند. کارشناس فنی

کارشناس محتوا: تمامی وظایف کارشناس محتوای تیم وزارتی را در سطح سازمان خود و واحدهای سازمانی زیرمجموعه آن بر عهده دارد. وی مسئول آموزش، جاری‌سازی استانداردهای تولید محتوا، تشخیص نیازهای محتوایی و برنامه‌ریزی و هماهنگی برای تولید محتوا می‌باشد. وی علاوه بر هماهنگی و راهبری سایر دست‌اندرکاران تولید محتوا، خود نیز فعالانه به قلم زدن می‌پردازد.

نقاط تماس دفاتر: هر کدام از دفاتر ادارات استانی موظف است فردی از کارشناسان خود را به عنوان نقطه تماس تیم وب استانی معرفی کند. نقاط تماس، نمایندگان تیم وب استانی در دفتر مربوط به خود هستند. وظیفه اصلی نقطه تماس تأمین محتوای درست برای رابط معرفی شده از سوی تیم وب استانی جهت انتشار در صفحات وب مخصوص حوزه تخصصی واحد سازمانی خود، یاری و راهبری سایر کارمندان در تهیه محتوا، تبلیغ و ترویج درگاه و طرح ایده برای محصولات وب است. وی این امور را در هماهنگی با مدیریت دفتر متبوع خود انجام می‌دهد.

کارمندان نویسنده‌ها: تمامی کارشناسان ادارات و سازمان‌ها می‌توانند و باید ضمن هماهنگی با نقطه‌تماس دفتر خود، با وب‌گردی، مطالعه، تفکر انتقادی و تجزیه و تحلیل به ویژه در مورد مسائل مرتبط با حوزه فعالیت خود، به نوشتن و تهیه مطلب بپردازند. کارمندان نویسنده‌ها می‌توانند در این کار از نقطه‌تماس دفتر خود، کارشناس محتوا و سایر اعضای تیم وب اداره کمک بخواهند.

آنچه سازمان را می‌سازد، کارمندان هستند و تحقق حضور مجازی سازمان بدون مشارکت احاد کارمندان میسر نمی‌شود. کارمند خوب نه تنها خوب کار می‌کند بلکه می‌تواند کار خود را به شکلی سودمند روایت کند. کارمندان نزدیک‌ترین لایه سازمان به عملیات هستند و از نزدیک شاهد جزئیات فعالیت‌های سازمان و مسایل و مشکلات شهروندان هستند و لذا گزارش‌ها، تحلیل‌ها و نظراتی که ارائه می‌کنند، برای مخاطبان و ذینفعان بسیار مفید خواهد بود.

7- شرح وظایف و مسؤولیت‌ها

7-1- نقش‌های تمامی مدیران درگاه

کلید مدیران وب در تمام سطوح سازمانی وزارت 7 نقش اصلی دارند که چارچوب کلی و نحوه انجام وظایف آنان را مشخص می‌کند. تمامی مدیران وب، باید در تمامی 7 حوزه ذیل فعال باشند.

1. نویسنده/ویراستار/برقرارکننده ارتباط: مدیر درگاه در مقام سردبیر تولیدات وب انجام وظیفه می‌نماید؛ مواردی را که باید در هر مقطع بر آن تمرکز شود، معین می‌کند، محتوا را سازماندهی می‌کند، تیزر می‌نویسد، سادگی زبان مطالب و مناسب بودن لحن آن را بررسی و تضمین می‌کند.

- مخاطبین خود را می‌شناسد و درک می‌کند.
- محتوا را از نظر هدفمندی و گویایی هر صفحه بررسی می‌کند.
- استانداردها و قوانین نگارشی زبان را اجرا می‌کنند. محتوا را قبل از ارسال به وسیله فردی که هیچ آگاهی از آن ندارد، آزمایش می‌کنند.
- از این مسئله آگاه است که مطالب وب «هر چقدر کم باشد، باز هم زیاد است». ویرایش بایستی به قصد اطمینان از برقراری ارتباط موثر با مخاطب هدف صورت پذیرد.

2. مشاور/کارآفرین: مدیر درگاه به مدیران سازمانی در سنجش نحوه استفاده از وب برای اجرای ماموریت‌ها و رسیدن به اهداف کمک می‌کند. چالش خلق می‌کند و برای محصولات وب ایجاد مخاطب می‌کند؛ مانند تاجری که محصول وب خود را می‌فروشد

- از ماموریت و اهداف وزارت آگاهی دارد.
- با اولویت‌های وزیر و مدیر ارشد دستگاه مربوط به خود آشنا می‌شود و درباره روش‌های استفاده از وب در پیشبرد این اولویت‌ها اندیشه می‌کند.
- با مدیران بخش و اداره و مدیران اجرایی سازمان خود دیدار می‌کند. از طریق نشان دادن ظرفیت‌های وب باعث ایجاد انگیزه و الهام در آنها می‌شود.
- از دستورجلسات، برنامه‌ها و دغدغه‌های مدیریت اطلاع پیدا می‌کند، با گفتگو و ارتباط مداوم، آنها را از نحوه کمک محصولات وب به تحقق اهداف و نتیجه‌بخشی اقداماتشان مطلع می‌کند. از مدیریت ایده می‌خواهد و به پرورش ایده‌ها اقدام می‌کند.

3. حامی مخاطب: به مخاطبین بالفعل و بالقوه سازمان (شهروندان، ذی‌نفعان و کارکنان) گوش فرا می‌دهد. زبان گویای مخاطبین است؛ و در پی این است که نظرات و مطالبات مخاطبان از درگاه اینترنتی سازمان را جامه عمل بپوشاند. مدیر درگاه مسئول تبلیغ سازمان و مدیریت آن نیست، او مسئول ارائه اطلاعات به مخاطب است. لذا در پی این است که اطلاعات مناسب را از نیروهای سازمان و منابع اطلاعاتی آن (اهداف، اسناد راهبردی، آمار، خدمات، قوانین و ...) استخراج کرده و در اختیار مخاطب قرار دهد.

- گروه‌های تمرکز ایجاد می‌کند، بر ایمیل‌ها نظارت می‌کند، گزارشات خوب را جمع‌آوری می‌کند، به محیط‌های اجتماعی رفته و با شهروندان، ذینفعان امور وزارت و مخاطبین بالقوه و بالفعل هم‌صحبت می‌شود.
- از نیازها و خواسته‌های مخاطبین خود آگاهی می‌یابد و از رسیدن محصولات وب ما به دست آنها اطمینان حاصل کرده، واکنش و بازخورد آنها را نیز رصد می‌کند.
- به نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها، همایش‌ها و سایر گردهمایی‌های عمومی مربوط به حوزه فعالیت وزارت راه و شهرسازی می‌رود و با شرکت‌کنندگان بحث و گفتگو می‌شود. مدیر وب باید همیشه آماده دریافت ایده‌های جدید باشید؛ ایده‌ها از راه‌های مختلف و در موقعیت‌های مختلف به ذهن افراد خطور می‌کند: از اخبار، مکالمه با افراد، تماشای برنامه‌های تلویزیون، مطالعه روزنامه، هنگام تفریح و در تعطیلات ...
- به افرادی که برای درگاه ایمیل ارسال می‌کنند، پاسخ می‌دهد و در خصوص ایده‌ها و نظرات آنها سوال می‌کند.
- با وب‌گردی از موضوعات حساس و داغ روز اطلاع یابید و جهت انتشار مطالب درگاه از آنها استفاده می‌کند.

4. بازاریاب: مدیر درگاه به محیط جامعه قدم می‌گذارد و امکانات، محصولات و خدمات درگاه را به مخاطبان معرفی می‌کند.

- سایت‌ها و محصولات وب وزارت را در کنفرانس‌ها، فضاهای مجازی، جلسات تجاری، نمایشگاه‌های کشوری و استانی و در هر جایی که ذینفعان وزارت، سازماندهندگان برنامه‌های اجتماعی، مستاجران و خریداران مسکن، مسافران، شهرداران و دیگر مخاطبان حضور دارند معرفی می‌کند. از تلاش بازاریابی دیگر کارکنان وزارت برای پیشبرد بازاریابی وب سود می‌برد. بازاریاب‌های موفق را دنبال کرده و از نبوغ آنها استفاده می‌کند.
- با برقراری روابط مناسب، شبکه‌ای از مبلغین برای درگاه خود می‌سازد. مبلغین وبسایت افراد و ذینفعانی هستند که ارتباط بیشتری با مخاطبان سازمان دارند و می‌توانند درگاه را به آنها معرفی کنند
- کارکنان اداره/سازمان متبوع خود را تشویق می‌کند تا درگاه اینترنتی و محصولات آن را تبلیغ کرده و به مخاطبان معرفی کنند.

5. مربی: مدیر درگاه موظف است با دادن آموزش‌های لازم و تهیه بروشورهای معرفی، تمامی کارکنان سازمان/اداره متبوع خود را با امکانات، محصولات و خدمات درگاه آشنا کند تا آنها بتوانند به مخاطبان و ذینفعان سازمان در استفاده موفق از سایت کمک کنند.

- مدیر درگاه ترتیبی اتخاذ می‌کند که کارکنان تان در مواقع نیاز، نزد شما و دیگر اعضای تیم وب آمده و سوالات خود در مورد نحوه استفاده از وبسایت بپرسند.
- فرصت‌هایی مناسب برای آموزش درگاه ایجاد می‌نماید. مثلاً می‌تواند در ساعت نهار جلسات کوتاه آموزشی ترتیب دهد که دو یا سه موضوع جالب در خصوص وبسایت نشان داده شود؛ یا در کنار سایر جلسات، چند دقیقه‌ای در مورد یکی از امکانات جدید درگاه صحبت کند.

6. ایده‌پرداز/خلاق: یکی از نقش‌های مهم یک مدیر درگاه آینده‌نگری، نوآوری و ایده‌پردازی وی است. مدیر

درگاه در این نقش خود درباره روش‌های جدید استفاده از وب برای خدمت‌رسانی به مخاطبین و ذینفعان تحقیق و بررسی می‌کند. شخصا به طرح ایده‌های نو در این زمینه می‌پردازد، و دیگر اعضای تیم را نیز به خلاقیت و ایده‌پردازی تشویق می‌کند. سپس در یک همکاری تیمی ایده‌های مطرح شده را پرورش داده و به راهکارهای اجرایی تبدیل می‌کند.

- اقدامات وب‌محور سایر نهادهای دولتی را رصد می‌کند و از اقدامات موفق آنها ایده می‌گیرد.
- در جلسات شورای هماهنگی مدیران وب سازمان شرکت می‌کند.
- در تالارهای گفتگو و انجمن‌های مدیریت وب عضو می‌شود
- درباره فناوری‌های جدید در عرصه ارتباطات مطالعه و در خصوص نحوه استفاده از آنها برای خدمات رسانی به شهروندان می‌اندیشید.
- هر هفته زمانی را در اندیشه به این سوالات سپری می‌کند: چگونه می‌توانیم از وب برای خدمت‌رسانی بهتر به شهروندان و ذی‌نفعان استفاده کنیم؟ چه اطلاعاتی هست که هنوز به مخاطبان نرسیده است؟ چگونه می‌توان اطلاعات فعلی را بهتر به مخاطبان عرضه کرد؟
- از جلسات توفان فکری با اعضای تیم و مشاوره گرفتن از متخصصان و صاحب‌نظران فراسازمانی برای پرورش ایده‌ها استفاده می‌کند.

7. مدیر: محتوای وب نیز همانند هر محصول دیگری نیازمند مدیریت است. مدیر وب باید طرح‌های تولید را

توسعه دهد، بر پیشرفت نظارت کند، مشکلات را از سر راه بردارد، و موفقیت را بسنجد. دقت شود که آخرین نقش مدیر وب مدیریت است؛ بدین معنی که مدیریت با دستور و تحکم آغاز نمی‌شود و مبتنی بر زور و فشار نیست. مدیر خوب اولویت کاری خود را تدبیر، انگیزش، مشاوره، نوآوری و یادگیری قرار می‌دهد.

- زمان خود را طوری برنامه ریزی و سازماندهی می‌کند که تا حد امکان بهره‌وری داشته باشد
- از منابع استفاده موثر می‌برد
- مشکلات احتمالی را شناسایی کرده و در موقع مناسب آنها را حل می‌کند و یا تا حد مناسبی بهبود می‌بخشد
- هر کسی را که نیاز دارد از میزان پیشرفت مطلع کنید
- تصمیم‌های مهم را بر اساس سیاست‌های کلی وب وزارتخانه، با مشاورت کارشناسان ذیصلاح، همتایان خود در سایر ادارات و اعضای تیم خود اتخاذ می‌کند.

7-2- مسئولیت‌های تیم وب وزارتی

تیم وب وزارتی خط‌مشی سازمانی مدیریت وب وزارت را تعیین می‌کند، آموزش‌های لازم را ارائه می‌دهد و آن را هماهنگ می‌سازد. این تیم مسئولیت کامل قالب و محتوای همه محصولات وب وزارت را به عهده دارد. در تمامی ادارات، سازمان‌ها و معاونت‌ها فردی به عنوان رابط تیم وب وزارتی منصوب می‌شود که وظیفه وی هماهنگی و همسوسازی تیم وب آن اداره با تیم وب وزارتی، و یاری اعضای تیم وب آن اداره در پرورش ایده‌ها، حل مسائل، تهیه و تدوین محتوا و ارتقاء برنامه‌ها و فعالیت‌های وب در راستای خط مشی و تصمیم‌گیری‌های تیم وب وزارتی است. وظایف تیم وب وزارتی از این قرار است:

- برنامه توسعه اطلاعاتی، محتوایی و فنی درگاه را به صورت سالانه تدوین می‌کند
- سیاست‌ها و برنامه‌ی توسعه وب وزارت را ابلاغ، تفسیر، راهبری و نظارت می‌کند.
- استانداردها و روال‌های لازم را برای محصولات وب وزارت تعیین و ابلاغ می‌کند
- رهنمودها و راهنمایی‌های لازم را برای مدیران وب سازمان‌ها و ادارات ارائه کرده و آنها را آموزش می‌دهد
- مدیران ارشد اجرایی وزارت را از محصولات وب وزارت مطلع کرده و در خصوص نحوه استفاده از وب برای دستیابی به اهداف سازمان و مدیران مشاوره می‌دهد
- تعیین اهداف و استراتژی‌های بلندمدت و سالانه در خصوص مدیریت درگاه و حضور اینترنتی
- گزارش‌گیری از عملکرد سازمان و زیرمجموعه‌های آن در مدیریت درگاه و استفاده از محصولات وب
- بودجه پشتیبانی فنی تیم وب وزارتی و تیم وب معاونتی، سازمانی و استانی را ایجاد، توجیه و مدیریت می‌کند.
- مشارکت وزارتخانه در تلاش‌های بین سازمانی و سایر امور بیرونی موثر بر محتوای وبسایت وزارت را همراه با سایر کارکنان مربوطه نمایندگی و هماهنگ می‌کند.
- پیوسته به امر مخاطب‌شناسی و شناخت نیازهای مخاطبین پرداخته و با هدف برطرف کردن آن نیازها، برنامه‌های جدید توسعه اطلاعات را اعلام، ابلاغ و اجرا می‌کند.
- ماتریس اطلاعاتی مخاطبین را به صورت سالانه تدوین می‌کند و سپس عناصر موجود در آن را در درگاه پیاده‌سازی می‌کند
- اقدام توسعه ای و بازاریابی وب دپارتمان را هماهنگ می‌کند.
- جلسات شورای هماهنگی تیم وب را هر سه ماه یکبار برگزار می‌کند.

دسته‌بندی مسئولیت‌های تیم وب وزارتی

الف) مدیریت عمومی

- ایجاد، مستندسازی و ابلاغ استراتژی‌ها و برنامه‌های درگاه به تیم‌های وب پایین‌دست
- ایجاد، مستندسازی و ابلاغ قوانین و روش‌های انتشار محتوا و طرز کار با سامانه درگاه
- تعیین اولویت‌های کاری بلندمدت و کوتاه‌مدت و مدیریت و راهبری آنها

- استفاده از کنترل های مدیریتی برای اطمینان از مدیریت موثر و کارآمد محصولات وب وزارت (مانند تاییدیه های سه ماهه محتوا و شوراها ی هماهنگی سه ماهه)
- ایجاد و مدیریت بودجه برای پشتیبانی فنی اینترنت شامل نگارش همه مستندات پشتیبان، صورت وضعیت های عملکرد، و گزارشات اداره مدیریت و بودجه و دفاع از درخواست های بودجه
- تامین خط سیر و راهنمایی های روزمره برای پیمانکاران پشتیبانی فنی
- ایجاد و مدیریت بودجه عملیاتی سالانه برای تیم وب
- توسعه و اجرای زمان بندی ها و سیاست های بازیابی سوابق وب
- اطمینان از آمیختن مدیریت وب و فعالیت های مربوط به آن در فرایندهای جاری مدیریتی وزارت از جمله طرح مدیریت
- توسعه و حفظ ارتباط با ادارات کلیدی مشارکت کننده با درگاه از جمله مدیریت ارشد اطلاعات فناوری، مدیریت ارشد سرمایه انسانی و سیاست و مدیریت زمینه تخصصی
- شرکت در اقدامات برنامه ریزی اضطراری دپارتمان و توسعه روال هایی برای تداوم عملیات
- شرکت در دیگر فعالیت های دپارتمانی و ابتکارات موردی حسب نیاز
- نمایندگی وزارت در ابتکارات و اقدامات بین سازمانی به طور مثال گروه کاری مدیریت محتوای وب

ب) مدیریت محصول

- طراحی الگوهای وبسایت وزارت
- توسعه محتوای وب برای صفحات بالادستی
- نگارش مقدمات و توصیف های مناسب برای اتصال بخش های مختلف محتوا به یکدیگر
- تحقیق و نگارش محتوای جدید و ویرایش محتوای ارائه شده توسط دیگران
- نظارت بر محتوای توسعه یافته توسط معاونت ها، سازمان ها، ادارات کل استانی و همکاری با مدیران وب، مدیران و کارکنان دپارتمان جهت توسعه محتوای جدید و ارتقای محتوای موجود با هدف کمک به بازدیدکنندگان در ایجاد ارتباط بیشتر با محتوا
- هماهنگی با مدیران وب استانی جهت توسعه اجزای محتوای استاندارد برای صفحات استانی و صفحات استانی
- مدیریت توسعه، بازاریابی و مدیریت فناوری های جدید
- هماهنگی بازاریابی و پشتیبانی مخاطب از طریق پخش اینترنتی
- توسعه و استفاده از ابزارهای تحلیلی (برای مثال، شاخص رضایت مشتریان، تحقیقات کاربردی بودن، گزارشات لینک، نقشه وب، روندهای وب و سایر ابزارها) برای ارزیابی موثر بودن وبسایت های وزارت و تحلیل و استفاده از نتایج در راستای ارتقاء وبسایتها
- مدیریت حقوق ارسال برای وبسایت های وزارت

- اقدام در مقابل هر گونه عدم مطابقت با روال ها و سیاست های وزارت علی الخصوص عدم مطابقت با قوانین و مقررات
- تعیین اولویت ها و ترجمه محتوا برای سایت Mrud.ir
- تحقیق و توسعه فناوری های جدید جهت افزایش گزینه های تهیه محتوا به صورت مخاطب پسند
- مرور منظم سایر وبسایت و جستجوی روندها و ایده های جدید در محتوای وب

ج) مدیریت سازمانی

- طراحی و اجرای آموزش های مدیریت وب شامل جلسات با همتایان، کنفرانس تلفنی و راهنمایی کتبی
- توسعه شرح نمونه شغلی، استانداردهای عملکرد و برنامه های اعتباردهی برای معاونت ها و سازمانها و مدیران استانی وب
- فرصت های آموزشی بیرونی (دوره های آموزشی، کنفرانس ها، سخنرانان و ...) را برای مدیران وب جستجو کنید و اطلاعات به دست آمده را به این مدیران انتقال دهید

د) پشتیبانی مخاطبین

- مشاوره مدیریتی
 - با افرادی که به تازگی در مناصب اداری گمارده شده اند ارتباط برقرار کنید و آنها را از محصولات وب وزارت آگاه کنید و آنها را در خصوص نحوه بهره برداری از این محصولات راهنمایی کنید.
 - به طور منظم به دنبال فرصتی برای ملاقات با مدیران در همه سطوح باشید تا در خصوص روش های استفاده از وب به آنها مشاوره بدهید.
 - فرصت هایی برای ملاقات با مدیران ایجاد کنید تا پیشنهادات روش های انجام ماموریتشان از طریق وب را به آنها ارائه بکنید.
 - تقاضای مشاوره مدیران را اجابت کنید.
- خدمات مخاطبین
 - رویه هایی را در سرتاسر سازمان برای پاسخ به ایمیل های مربوط به وب ایجاد کرده و بر آنها نظارت کنید.
 - به ایمیل های رسیده به تیم وب پاسخ بدهید.
 - به سوالات تلفنی مخاطبان و ذینفعان پاسخ بدهید.
 - به سوالات مخاطبان در ملاقات های شخصی پاسخ بدهید.

ه) بازاریابی و ترویج

- استراتژی های بازاریابی و ترویج را برای اطلاع رسانی به مخاطبان در خصوص محصولات وب وزارت توسعه داده و اجرا کنید.

- آموزش های مستمر کارکنان در خصوص محصولات وب را اجرا نمایید.
- گروه های تمرکز متشکل از کارکنان وزارت، شرکا و شهروندان تشکیل دهید تا از پاسخگو بودن محصولات وب وزارت به نیازهای آنها اطمینان بیابید و آنها را در خصوص محصولاتمان آگاه کنید.
- ارتباط مستمر با کارکنان وزارت برقرار کنید تا آنها را در خصوص وظیفه ای که انجام می دهند آگاه کنید.

7-3- مسئولیت های مدیران وب سازمانی و معاونتی

همه مدیران وب سازمانی و معاونتی دارای هفت نقش اصلی مذکور در بخش (7-1-) می باشند. شما به عنوان مدیران وب ستادی مسئول انجام این وظایف در سازمان خود هستید، و سازمان شما شامل هر جزء مستقر بیرونی سازمان (مانند مراکز استانی شرکت ها، ادارات را و شهرسازی شهرستانی و ...) نیز می گردد. شما ضمناً بایستی در اقدامات و ابتکارات ساختار مدیریتی وب وزارتخانه مشارکت موثر داشته باشید.

پیش از هر چیز، باید باور داشته باشید که ساختمان و اداره شما فرع بر درگاه اینترنتی شما است؛ زیرا اکثر مخاطبان شما درگاه اینترنتی را می بینند نه خود ساختمان و کارکنان آن را. درگاه اینترنتی باید همگام با سازمانتان خود را به روز کرده و با مخاطبان همگام و همراه باشد. علاوه بر تولید محتوای مربوط به وبسایت سازمانی خود، شما مسئول تولید محتوای مربوط به حوزه فعالیت سازمان متبوعتان در وبسایت اصلی وزارت نیز هستید که این کار را با هماهنگی تیم وب وزارتتی انجام می دهید.

هماهنگ سازی محتوا در درون سازمان

همه کارکنان سازمان و معاونت بایستی به همراه مدیر وب مربوطه جهت گزارش مشکلات، جلب توجه به موضوعات مهم، تصحیح اطلاعات وبسایت و بررسی دقیق ایده ها و پروژه های جدید تلاش کنند. مسیردهی ارتباطات به این روش می تواند در پیشگیری از دوباره کاری و سردرگمی کمک کند و به مدیران وب امکان می دهد تا مسائل مشترک و روندها را در سازمان خود شناسایی کنند. برای توسعه محتوا از سازمان خود بایستی هم از رویکرد جزء به کل و هم از رویکرد کل به جزء استفاده کنید. تأکید می شود که روایت کار، جزئی جدایی ناپذیر از کار است. پس شما هم مسئول کار خود هستید و هم مسئول روایت آن برای مخاطبین.

- به طور منظم با مدیر سازمان / معاونت / شرکت مادر تخصصی خود جلسه داشته و او را در خصوص ابتکارات و دستاوردهای وب آگاه سازید، از او اطلاعات دریافت کرده و مهم تر از همه اینکه مطمئن شوید که اهداف و اولویت های وی را به خوبی درک کرده اید.
- چند بار در سال به جلسات کارکنان در همه سطوح (معاونت ها، مدیران دفاتر و روسای گروه ها) دسترسی داشته باشید تا محتوای صفحات خود را به آنها نشان بدهید و از آنها نظر بخواهید. در مورد سهم کاری آنها در قسمت های مختلف وب و کیفیت اطلاعات زمینه کاری شان به آنها توضیح دهید.

- اگر مدیران جدیدی در سازمان استخدام شدند آنها را از صفحات وب مربوط به آنها آگاه کنید و نظر آنها را در خصوص محتوایی که در ایجاد آن نقش خواهند داشت، اخذ نمایید.
- همه مدیران را از وضعیت کارهای انجام شده برای کسب تاییدیه سه‌ماهه مطلع کرده و مطمئن شوید که آنها وظیفه خود را در زمینه به روز و دقیق نگه داشتن محتوا می‌دانند.
- در مورد مدیران مستقر در بیرون از سازمان، اطمینان حاصل کنید که آنها در چرخه و جریان فعالیت‌های وب قرار می‌گیرند.
- روش‌های مناسبی برای گزارش دستاوردهای خود به تمام سازمان پیدا کنید و نظر و پیشنهادات اعضای سازمان را جویا شوید.
- برای کارکنان سازمان خود آموزش فراهم کنید تا آنها محصولات وب موجود و نحوه استفاده از آنها را بشناسند.
- مدیران را تشویق کنید تا وبسایت‌های وزارتخانه را با اقدامات مناسب خود ترویج و تبلیغ کرده و در جلسات و سخنرانی‌های خود آنها را معرفی و توصیه کنند.
- از هر فرصتی برای نمایش وبسایت‌های وزارتخانه و صفحات وب خود به مخاطبین هدف از جمله شهروندان استفاده نمایید.
- اطمینان حاصل نمایید که سازمان شما فرایندهای شفاف‌سازی محتوای صفحات وب شما را مستند کرده است.

از جمله وظایف شغلی شما اطلاع و اجرای سیاست‌های وزارتخانه، استانداردهای انتشار و دستورالعمل‌های فنی است. اگر شما از سایر کارکنان یا پیمانکاران برای پشتیبانی فنی استفاده می‌کنید بایستی اطمینان بیابید که آنها سیاست‌های وزارتخانه، استانداردهای نشر و دستورالعمل‌های فنی را می‌دانند و به کار می‌بندند.

محتوای عمومی (محتوایی که قلمروی آن همه کشور است) بر اساس سیاست وزارتتی باید در معاونت‌ها، سازمان‌ها و شرکت‌های ستادی تولید گردد و محتوای محلی (محتوای مختص به یک منطقه جغرافیایی یا محتوایی که فقط به صورت محلی قابل ایجاد و مدیریت است) باید در سازمان‌ها و معاونت‌ها یا در ادارات و واحدهای مناطق جغرافیایی مربوطه تولید گردد.

- محتوای کلیه بخش‌های صفحات استانی که به حوزه برنامه خاصی مربوط می‌گردد (مانند اطلاعات آماری، و برنامه‌های محلی توسعه مسکن و ...) باید با مدیران وب ستادی سازمان، شرکت و معاونت مربوطه هماهنگ گردد. آنها نیز باید اطمینان حاصل نمایند که مدیران ستادی آن حوزه برنامه با محتوای مربوطه موافق هستند.

- صفحات شما فقط بایستی شامل محتوای مختص به سازمان یا معاونت شما باشد. سعی نکنید با ایجاد لینک به سایر سازمان‌ها، مقیاس کوچک وبسایت وزارتخانه را بسازید یا محتوایی را تولید کنید که قانوناً به سازمان دیگری تعلق دارد.
- شما مسئولیت دارید تا تیم وب وزارتتی را از محتوای ارسالی جدید آگاه سازید و صفحات دپارتمانی مناسب برای ایجاد لینک را پیشنهاد دهید و به این تیم در اتصال محتواها به یکدیگر کمک کنید تا عموم مردم مجبور به جستجو در چند جای مختلف نگردند.

پشتیبانی فنی

شما گزینه‌های ذیل را برای مدیریت پشتیبانی فنی دارید:

1. می‌توانید کارکنان سازمان/معاونت را برای انجام آن آموزش دهید.
2. می‌توانید پیمانکار استخدام کنید.
3. می‌توانید این خدمات را از پیمانکار پشتیبانی فنی تیم وب وزارتتی دریافت کنید.
4. خودتان این کار را به عهده بگیرید.

تیم وب وزارتتی آموزش‌هایی را برای کارکنان یا پیمانکاران پشتیبانی فنی شما فراهم خواهد کرد تا آنها نحوه استفاده از سامانه مدیریت محتوا و الگوها را به درستی فرا بگیرند. به تمامی مدیران وب ستادی توصیه می‌شود برای مدت یک سال از همان الگوی مرجع استفاده نمایند و محتوا را مطابق قالب‌های اولیه پر کنند. در ابتدای امر بیش از آن که به الگو فکر کنید به غنا و کیفیت اطلاعات نظر داشته باشید.

4-7- مسئولیت‌های مدیران وب استانی

همه مدیران وب استانی هفت نقش اصلی قید شده در بخش (7-1) به عهده دارند. شما به عنوان مدیران وب استانی مسئول ایفای نقشهای مذکور در حوزه جغرافیایی خود هستید. شما ضمناً بایستی در اقدامات و ابتکارات ساختار مدیریتی وب وزارتخانه مشارکت مؤثر داشته باشید.

پیش از هر چیز باید باور داشته باشید که ساختمان و اداره شما فرع بر درگاه اینترنتی شما است؛ زیرا اکثر مخاطبان شما درگاه اینترنتی را می‌بینند نه خود ساختمان و کارکنان آن را. درگاه اینترنتی باید همگام با اداره‌تان خود را به‌روز کرده و با مخاطبان همگام و همراه باشد.

چهار چیز مدیران وب استانی را منحصر بفرد می‌سازد:

- شما تلاش می‌کنید تا سطح یکسانی از خدمات را در سراسر کشور به شهروندان، ذی‌نفعان و کارکنان ارائه کنید. بنابراین بایستی به عنوان یک تیم محتوا را در اینترنت تولید و مدیریت کنید. همه توسعه محتوای

شما در قالبها و الگوهای انجام می‌شود که شما و دیگر مدیران وب استانی، ستادی و تیم وب وزارت به کمک یکدیگر ایجاد کرده‌اید.

- مخاطبین شما با توجه به منطقه فعالیت‌تان، ویژگی‌ها و نیازهای خاص خود را دارند. لذا شناسایی و نیازسنجی مخاطبان محلی و تهیه محتوا و محصولات مناسب محلی اولویت اول شما است.
- شما با ادارات و واحدهای سازمانی مستقر در منطقه خود در جهت توسعه محتوا برای صفحات وب خود همکاری می‌کنید.
- شما مسئول محتوای محلی در وبسایت وزارتخانه هستید.

شما به عنوان یک مدیر وب استانی عضوی از تیم مدیران وب استانی در سراسر کشور هستید. شما و تیم وب وزارت تعیین کننده نیازها و خواسته‌های مخاطبین هستید. شما با همدیگر دسته‌بندی‌های اطلاعاتی مناسب را برای جوابگویی نیازهای آنها سازماندهی می‌کنید و متن‌های مشترکی را برای شرح این دسته‌بندی‌ها می‌نویسید. شما با یکدیگر باید اطمینان حاصل کنید که همه شهروندان، شرکت و کارکنان فارغ از محل زندگی خود به اطلاعات مشابه و باکیفیت دسترسی دارند. همه شما با هم و از طریق اطمینان از انسجام و عدم تناقض محتوای وب در سراسر کشور به وزارتخانه وجهه مجازی خوبی می‌بخشید. در اینجا همه کارها به همراه تیم به سرانجام می‌رسند.

مدیران وب استانی حداقل چهار بار در سال در جلسات شورای هماهنگی مدیران وب شرکت می‌کنند و هماهنگی‌های لازم را از آن طریق به عمل می‌آورند. با این حال، قرارگیری مدیران وب استانی در سرتاسر کشور استفاده از امکانات ارتباطی را برای ایجاد هماهنگی لازم می‌سازد؛ بنابراین شما با تکیه بر ایمیل، تالارهای گفتگوی آنلاین، پیام‌رسان‌ها و تماس تلفنی جهت همفکری، همکاری و مشورت با هم‌تایان خود و دریافت راهنمایی کلی از تیم وب وزارت به صورت مجازی فعالیت می‌کنید.

چون حوزه عملکرد شما عبارت از یک استان است، بنابراین شما باید جهت دریافت کمک در مدیریت محتوای وب و انجام وظایف خود از نقاط تماس خود استفاده کنید. شما علاوه بر نقاط تماسی که در دفاتر اداره کل دارید، می‌توانید از ادارات شهرستانی نیز درخواست کنید تا نقاط تماس خود را به شما معرفی کنند. برای به روز نگه داشتن مدیران استانی، مدیران ادارات صف، هماهنگ‌کنندگان وب و دیگر بازیگران کلیدی در خصوص قوانین کلی و الزامات دپارتمانی، شما بایستی مهارت زیادی در برقراری ارتباط داشته باشید. برای اطمینان از اینکه همه استانها و ادارات واقع در قلمرو شما خدمات باکیفیت مشابهی دریافت می‌کنند نیاز دارید که یک مدیر عالی باشید.

بر اساس سیاست‌های وب وزارت، محتوای عمومی (محتوایی که قلمروی آن همه کشور است) می‌بایست در ستادها تولید گردند و محتوای محلی (محتوای مختص به یک منطقه جغرافیایی یا محتوایی که فقط به صورت محلی قابل ایجاد و مدیریت است) باید در صف تولید گردد. لذا:

- کلیه بخش‌های الگوهای صفحه استانی که به حوزه برنامه خاصی مربوط می‌گردد (مثلا محتوای مربوط به پرونده ویژه حقوق شهروندی) باید با مدیران وب ستادی هماهنگ گردد. مدیران وب ستادی نیز باید اطمینان حاصل کنند که مدیران سازمانی آن حوزه برنامه، الگوهای مذکور را تأیید می‌کنند.
- از سوی دیگر گزارش خوب معمولاً از نوع مطالب محلی هستند. این گزارشات بایستی در صفحات استانی ایجاد شوند. شما بایستی در زمان ارسال گزارشات خوب، تیم وب وزارتی را در جریان امر قرار دهید تا آنها بتوانند این گزارشات را به صفحات لینک بدهند.
- صفحات استانی شما در اینترنت به منزله پلی هستند که مخاطب را به وبسایت سازمان‌ها و شرکت‌های همکار متصل می‌کند؛ بنابراین شما در الگوهای خود به مخاطبین کمک می‌کنید تا با مرجع یا فرد محلی مطلوب‌شان ارتباط برقرار کرده و مشکلات خود را حل کنند و به اهداف خود دست یابند. شما نقش مهمی در ارائه خدمات یکپارچه و متحدالشکل به شهروندان ایفا می‌کنید.

7-5- مسؤلیت‌های نقاط تماس

نقاط تماس افرادی در دفاتر سازمان‌ها و ادارات هستند که توسط مدیر دفاتر برای هماهنگ‌سازی و مدیریت مشارکت آن دفتر در درگاه سازمانی بنا به اقلام اطلاعاتی مربوطه سازمان در وب تعیین می‌گردند. در هر اداره یا دفتر یک نقطه‌تماس حضور دارد. نقاط تماس برقرارکننده رابطه بین دفتر و مدیر وب سازمان/معاونت/استان هستند. بنابراین برای مثال معاونت مسکن و ساختمان چندین نقطه تماس دارد.

نقاط تماس وب به مدیران وب در انجام همه اقدامات مربوط به مدیریت وبسایت وزارتخانه، آموزش کارکنان و برنامه‌های بازاریابی و توسعه جهت ارتقاء محصولات وب وزارت کمک می‌کنند. کارکنان دفاتر و مراکز اداری با راهنمایی و همکاری نقاط تماس مربوطه، اقدام به گزارش مشکلات، طرح موضوعات مهم برای وبسایت، تصحیح اطلاعات موجود و بررسی و ارائه ایده‌های جدید وب تلاش می‌کنند. به همین ترتیب نقاط تماس نیز از طریق مدیران وب خود تلاش می‌کنند تا مسائل مشابهی را به تیم وب وزارتی انتقال دهند. برخی از وظایف مهم شما به عنوان نقاط تماس در پشتیبانی اقدامات وب وزارتخانه به شرح ذیل است:

- شما در ایجاد، به‌روزرسانی و مدیریت محتوای وبسایت سازمان در زمینه‌های کاری خود نقش اصلی را بر عهده دارید، و این کار را از طریق فعالیت مداوم خود در وبسایت، جلب همکاری، تشویق و راهنمایی کارمندان نویسندگان و در یک کلام، با بسیج پتانسیل‌های دفتر خود در زمینه وب انجام می‌دهید.
- شما کار مدیریت محتوای بخش خود را با هماهنگی مدیر بخش سازمانی خود و مطابق با رویه‌ها و استانداردهای ابلاغی از طرف تیم وب وزارتی انجام می‌دهید.
- شما باید با رصد مستمر اطلاعات مربوط به خود در وبسایت سازمان، از رعایت سهم خود در اداره وبسایت و از کیفیت اطلاعات مندرج مربوط به حوزه خود در وبسایت اطمینان حاصل کنید.

- شما در آموزش نحوه استفاده از وب و علی‌الخصوص وبسایت به کارکنان سازمان متبوع خود کمک می‌کنید تا آنها، هم کار خود را راحت‌تر انجام دهند و هم مخاطبان سازمان را برای استفاده از امکانات وبسایت سازمان راهنمایی کنند.
 - شما به ایمیل‌های تولید شده از طریق وبسایت پاسخ می‌دهید تا به شهروندان و ذینفعان در حل مشکلاتشان و رسیدن به اهدافشان کمک کنید.
 - شما ارتباط منظم خود را با مدیر و سایر اعضای تیم وب و نقاط تماس دیگر حفظ می‌کنید.
 - شما چشم و گوش مدیران وب هستید و به آنها در شناسایی فرصت‌های استفاده از وب برای انجام ماموریت‌ها و رسیدن به اهداف سازمان کمک می‌کنید.
- دیگر وظایف مهم نقاط تماس دفاتر در ذیل بیان می‌شود:
- ارتباط مداوم با مدیر دفتر یا واحد سازمانی متبوع خود، آشنا کردن وی با امکانات و محصولات وبسایت و این که چگونه از آنها می‌توان در راستای تحقق اهداف و ماموریت‌های سازمان استفاده کرد
 - انتقال سیاست‌های وب وزارتی و برنامه‌های تیم وب سازمان/استان به مدیریت دفتر برای برنامه‌ریزی و اقدامات مقتضی
 - شناسایی، آموزش، تشویق و همکاری با کارمندان/نویسندگان دفتر خود و هر گونه افراد سازمانی و فراسازمانی دیگری که اقدام به توسعه محتوا می‌کنند و حصول اطمینان از اینکه آنها از سیاست‌ها و روال‌های وزارتخانه آگاه هستند.
 - ارائه گزارش‌های خوب جهت ثبت در وبسایت‌ها - مثال:
 - ✓ مادر تنهایی که اولین خانه خود را با کمک تسهیلات مسکن خریداری کرد
 - ✓ انجمنی که به خاطر بودجه دریافتی از وزارتخانه جهت ایجاد مرکز خود توانست کودکان زیرمجموعه خود را از خیابان‌ها جمع‌آوری کند
 - ✓ زوج‌های جوانی که توانستند به واسطه برنامه‌های وزارتخانه یا سازمان، صاحب خانه شوند
 - ✓ مأمور وظیفه‌شناس یا راننده‌ای که جان مسافران را نجات داد
 - ✓ محله‌ای که با مشارکت افراد محله و به کمک تسهیلات وزارتخانه نوسازی شد
 - حصول اطمینان از کیفیت محتوای وبسایت از طریق اعمال استانداردهای کنترل کیفیت قبل از ارائه محتوا به رابطین دفاتر
 - آگاه ساختن مدیر وب از نیازهای آموزشی کارکنان در خصوص وب و کمک به رفع این نیازها
 - حصول اطمینان از اینکه کارکنان دفتر متبوع با وبسایت وزارتخانه آشنایی کافی دارند و قادر به پاسخگویی به سوالات و راهنمایی شهروندان و ذینفعان در استفاده از محصولات وب وزارت هستند.
 - آگاه ساختن مدیر وب در خصوص فرصت‌های توسعه و بازاریابی و کمک به ارتقا محصولات وب وزارتخانه

- پاسخ به ایمیل‌های ایجاد شده توسط وب مطابق با سیاست‌های دپارتمان و حصول اطمینان از اینکه پاسخ به موقع و با لحن و محتوای مناسب ارائه شده اند.
- ارائه پیشنهادات به تیم وب در خصوص روش‌های بهبود مدیریت وب در وزارتخانه

8- فرایندهای کاری

8-1- طراحی الگوی عمومی وبسایت

مسئول اصلی طراحی الگوی عمومی وبسایت، تیم وب وزارتی است. طراحی این الگو بر اساس گستره‌ای از عوامل صورت می‌پذیرد که عبارتند از:

- مأموریت وزارتخانه، اهداف استراتژیک و نیازمندی‌های در حال تغییر وزارت
- بازخورد مخاطبان از طریق آزمون کاربرپسندی، وبمیل، پرسشنامه‌های سنجش رضایت مخاطبین و گروه‌های تمرکز⁹
- قوانین، مقررات، سیاست‌ها و دیگر الزامات

با توجه با پویایی و تغییر تحول روزافزون در تکنولوژی‌ها و سبک‌های طراحی وب، لازم است که درگاه اینترنتی وزارتخانه نیز مرتباً به بازطراحی و ارتقای وبسایت بپردازد. با این حال سلیقه‌ای بودن مسائل مربوطه به طراحی و امکانات وبسایت در کنار سرعت معرفی تکنولوژی‌ها و طرح‌های جدید بازار ممکن است باعث تغییرات شتابزده و نیاندیشیده در شمای کل سایت نیز بشود. لذا تغییرات بنیادین در چیدمان، تعاریف و امکانات وبسایت تنها پس از بررسی‌های کارشناسی تحت نظر مدیر تیم وب وزارتی، با مشورت و نظرخواهی از تیم‌های وب استانی و سازمانی در دوره‌ای یک‌ساله امکان‌پذیر است. تیم وب وزارتی در هر دوره یک‌ساله تغییرات مورد نیاز را جمع‌بندی و برای اجرا به تیم پشتیبانی فنی ابلاغ می‌کند و هر نسخه از وبسایت باید حداقل یک سال کار کند. از تغییرات بی‌رویه و دلخواهانه در وبسایت‌ها پرهیز شود.

طراحی الگوی عمومی وبسایت تمامی عناصر مختلف تجربه کاربر را دربرمی‌گیرد. عناصر مختلف تجربه کاربر در پنج سطح مختلف قابل دسته‌بندی است که ترتیب آنها از سطوح انتزاعی و کلی به سطوح عینی‌تر و جزئی‌تر می‌باشد:

1. **سطح استراتژی:** شناسایی نیازهای کاربری که اهداف کلی ما را برای ادامه کار مشخص می‌کند، بر اساس نیازها ما رویکردهای پاسخگویی به آنها را اتخاذ کرده و به هدف‌گذاری محصولات وب خود می‌پردازیم

⁹ Focus Group

2. **سطح حیطة:** تعیین مجموعه ویژگی‌های کارکردی¹⁰ (از نظر نرم‌افزاری) و نیازمندی‌های محتوایی؛ در این سطح ماتریس اطلاعاتی مخاطبین تهیه می‌شود و ماژول‌ها و امکانات نرم‌افزاری مورد نیاز وبسایت نیز تعیین می‌گردد.

3. **سطح ساختار:** طراحی تعامل¹¹ و نحوه رفتار متقابل وبسایت و کاربر و نیز معماری اطلاعاتی¹² که عبارت است از چگونگی آرایش عناصر محتوایی برای فهم بیشتر مخاطب.

4. **سطح اسکلت‌بندی:** طراحی قالب‌های ارائه اطلاعات از نظر نوشتاری و نمایشی، طراحی رویه¹³ سیستم و طرح مسیریابی¹⁴ که تعیین کننده نحوه حرکت کاربر از صفحه‌ای به صفحه دیگر در معماری اطلاعاتی ما می‌باشد.

5. **سطح ظاهری:** که به تجربه حسی و بصری از وبسایت می‌پردازد و طراحی گرافیکی آن را دربرمی‌گیرد.

پنج سطح توضیح داده شده در طول طراحی (یا بازطراحی) الگوی عمومی وبسایت با یکدیگر هم‌پوشانی زمانی دارند، در کنار هم پیش می‌روند و به الگوی اصلی وبسایت منجر می‌شوند. لذا الگوی عمومی سایت فقط محدود به شکل ظاهری وبسایت نیست، بلکه اندیشه‌ای که در پس آن نهفته است و همین‌طور مفاهیم، اهداف، قوانین تهیه محتوا و فرایندهای اداره وب را نیز شامل می‌شود. لذا هر گونه تغییری در الگوی اصلی وبسایت باید در اسناد مدیریت درگاه نیز منعکس شود.

الگوی عمومی وبسایت سالانه فقط یکبار طبق زمانبندی ذیل تغییر می‌کند و این تغییر با به‌روزرسانی اسناد مدیریتی آن همراه است:

- آخر بهمن: جمع‌بندی و تصویب تغییرات لازم درگاه و اسناد مدیریتی توسط تیم وب وزارتی و ابلاغ آن به تیم پشتیبانی فنی
- آخر اردیبهشت: تحویل نسخه جدید پرتال و بارگذاری آن توسط تیم پشتیبانی فنی؛ همزمان تیم وب وزارتی تغییرات جدید را به تیم‌های وب زیرمجموعه ابلاغ می‌کند
- آخر مرداد: اعمال تغییرات لازم بر اساس مصوبات سالانه تغییرات اطلاعاتی بر روی نسخه جدید توسط تیم‌های وب سازمانی/معاونتی/استانی

8-2- صفحه اصلی (صفحه اول):

صفحه اول سایت وزارتخانه اهداف ذیل را دنبال می‌کند:

¹⁰ Feature set

¹¹ Interaction design

¹² Information architecture

¹³ Interface

¹⁴ Navigaton

- 1) آگاه‌سازی مردم از خدمات اصلی ارائه شده توسط وزارت با هدف تأمین نیاز مخاطبین
- 2) اطلاع‌رسانی به مردم در خصوص اهم وظایف وزارت راه و شهرسازی با هدف توانمندسازی مخاطب
- 3) اطلاع‌رسانی به مردم در خصوص مسئولیت‌های اجتماعی وزارت، با هدف جلب مشارکت و حساسیت مخاطب در مورد موضوع
- 4) اطلاع‌رسانی به مخاطبان و ذی‌نفعان در خصوص پروژه‌ها و فرصت‌های کسب‌وکاری و سرمایه‌گذاری در حوزه فعالیت وزارت
- 5) آگاه‌سازی عموم از آمار و عملکرد سازمان و زیرمجموعه‌های آن با هدف شفافیت اطلاعاتی برای مخاطب
- 6) ایجاد امکان مسیریابی در مجموعه وبسایت وزارتخانه.

محتوای برخی از بخش‌های صفحه اصلی وبسایت ماندگاری بیشتری دارد، مانند مسئولیت‌های اجتماعی، پرونده ویژه؛ ولی بخش‌های دیگر آن طور منظم به‌روزرسانی می‌شوند، مانند اخبار، «این روزها» و حداکثر و حداقل تعداد مطالبی که در یک بازه زمانی در هر کدام از بخش‌های صفحه اصلی باید بارگذاری شود در بخش حقوق انتشار ذکر شده است. در ذیل اجزای صفحه اصلی معرفی می‌شود:

اسلایدر¹⁵ تصاویر: این بخش معمولاً به مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، روندها و رویکردهای جدید در حوزه فعالیت وزارت اختصاص دارد و حاوی پیامی است که نیاز به همکاری شهروندان در جهت رسیدن به وضع مطلوب دارد. مسئولیت اجتماعی مسئولیتی مشترک میان شهروندان و دولت است و از این رو بخش اصلی درگاه به این نوع پیام‌ها اختصاص یافته است که محتوای آن با عنایت به اهداف ذیل تهیه می‌گردد:

- معرفی گزینه‌ای از مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، آنچه شهروندان و ذی‌نفعان باید در بلندمدت و در سطح کلان، از سازمان انتظار داشته باشند و سازمان را در رسیدن به آن یاری کنند
- جهت‌دهی به حرکت‌های فعلی و آتی در داخل و خارج سازمان در زمینه‌های مورد نظر

از لحاظ ارتباطی نوع مطالب مندرج در این بخش پیام اجتماعی است. پیام گونه‌ای نوشتار ارتباطی است که وظیفه‌اش برانگیختن حساسیت مخاطب نسبت به موضوع است تا مشارکت و همکاری او در مورد موضوع جلب شود. مواردی مانند کاهش مصرف سوخت و انرژی در حمل و نقل، ایمنی رانندگی، فرهنگ درست سفر، جاده زنده، ساحل پاک، خانه سبز، قطار زندگی و ... می‌تواند جزء مسئولیت‌های اجتماعی باشد. پیام ارتباطی جزء لاینفک فرایند ارتباطی ماست. حداقل دو اسلاید باید به طور منظم به پیام اجتماعی اختصاص یابد.

پرونده ویژه: در این بخش به راهبردهای اصلی وزارتخانه و مدیریت ارشد سازمانی، ابتکارات اصلی مدیریت ارشد، برنامه‌های فرهنگ‌سازی و آموزشی و مسائل داغی که در برهه زمانی مورد نظر در اولویت اول سازمان قرار دارند

¹⁵ Slider

پرداخته می‌شود. موضوع پرونده ویژه ماندگاری زمانی بیشتری نسبت به سایر بخش‌های صفحه اصلی دارد و مطالب جدید در قالب‌های گزارش ویژه خبر، تحلیل، آمار و ... باید به طور مداوم در مورد آن تولید شود.

توجه داشته باشید که موضوعات پرونده‌های ویژه ثابت است، ولی محتوای مربوط به آن در قالب‌های مختلف به طور ادامه‌دار تولید می‌شود. موضوعاتی مانند احیاء بافت‌های فرسوده، حقوق شهروندی، سفرهای نوروزی، راهداری زمستانی و سفر اربعین از جمله موضوعاتی‌اند که می‌توانند صفحه ویژه داشته باشند و نیاز مخاطب را بر مطلع بودن از تغییر و تحول‌های آنی و پیشرفت‌های موضوع تأمین می‌کند.

مقالات تحلیلی: در این بخش یک مقاله علمی-تحلیلی منتخب قرار می‌گیرد که در بازه زمانی حداکثر یک‌ماهه و حداقل هفتگی جایگزین می‌شود. تحلیل‌ها در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و ... بوده و نقش آگاهی‌بخشی به مخاطب علاقه‌مند، فرهنگ‌سازی عمومی و جریان‌سازی در عرصه‌های اجرایی، اقتصادی و اجتماعی را دارد. محور مطالب مندرج در این بخش

- شعارهای راهبردی وزارتخانه مانند احیا بافت فرسوده، حقوق شهروندی، حقوق زنان
- موارد آموزشی اولویت‌دار مانند کنترل پروژه، استعدادیابی، راه‌های تأمین منابع مالی پروژه‌ها و چگونگی مذاکره با سرمایه‌گذاران
- مصوبات شوراهای عالی وزارتخانه از جمله مصوبات شورای عالی شهرسازی و کمیسیون‌های مختلف شهرسازی

این روزها: هدف اصلی این بخش زنده و پویا نشان دادن وبسایت وزارت است. این بخش در تمامی زیرسایت‌ها نیز وجود دارد که در آن به نوعی گزیده‌گویی^{۱۶} از طرف مدیر یا یکی از کارشناسان ارشد سازمان پرداخته می‌شود و پیامی به‌روز با محتوایی مانند اطلاع‌رسانی، اهداف، گزارش کوتاه، اتفاقات روز، دعوت به مشارکت و ... ارائه می‌شود.

اخبار ویژه: در این قسمت لینک آخرین و مهم‌ترین اخبار منتشره در پایگاه خبری وزارت قرار می‌گیرد. تعداد عناوین خبری موجود در صفحه اول سه عدد می‌باشد.

چه خدمتی می‌خواهید: این بخش خدمات الکترونیک اولویت‌دار مورد نیاز مخاطبان قرار می‌گیرد. نوع مطالب مندرج در این بخش خدمت الکترونیک است. صفحات این قسمت عمدتاً به صفحات ثبت خدمات شهروندی سامانه شهراه متصل می‌شود. خدمات اولویت‌دار جهت قرارگیری در این بخش با مشورت گروه شهراه در دفتر مدیریت عملکرد و حقوق شهروندی وزارت تعیین می‌شود.

گزارش عملکرد: در این بخش گزارش عملکرد وزارت و سازمانهای زیرمجموعه در حوزه مسؤلیت‌شان ارائه می‌شود. نوع مطالب مندرج در این بخش گزارش‌های آماری است. در تألیف مطالب این بخش کارایی و تأثیرگذاری اطلاعاتی آن بر مخاطب توجه شود.

¹⁶ Tweet

گزارش‌ها باید به صورتی قابل فهم برای مخاطب بیرونی نوشته شوند. سازمان به هیچ وجه نباید گزارش‌های عملکرد را با همان شکل و قالبی که در سازمان تولید شده در این بخش قرار دهد. بلکه گزارش‌ها باید به صورت هدفمند و جهت فهم و تأثیرگذاری بر رفتار مخاطب بازنویسی شوند. مهم‌ترین بخش گزارش عملکرد اطلاعات آماری نیست، بلکه تحلیل‌های سودمندی است که باعث ارتباط برقرار کردن مخاطب می‌شود. از ارائه آمار خام اکیداً خودداری شود.

8-3- صفحات موضوعی و صفحات گروه مخاطبین:

در اغلب موارد این صفحات توسط تیم وب وزارتی مدیریت می‌شود و در فهرست ریشه قرار می‌گیرد. دلیل این نوع مدیریت این است که هیچ اداره یا سازمانی در وزارتخانه به تنهایی مالک موضوع یا مخاطب خاصی نیست. در واقع اطلاعات مربوط به یک موضوع یا مربوط به یک گروه مخاطبین از بخش‌های مختلفی از وزارتخانه گردآوری می‌شوند. اعضای تیم وب وزارتی محتوای تولید شده توسط بخش‌های مختلف را جهت قرارگیری در این بخش‌ها، سازماندهی و ترتیب‌بندی می‌کنند، لینک‌ها در برنامه وارد و اطلاعات را بیان می‌کنند و در نهایت آنها را به دیگر اطلاعات مربوطه در وبسایت‌های دیگر لینک می‌دهند.

مدیران استانی و معاونتی/سازمانی نیز موظف‌اند تحت نظارت تیم وب وزارتی در طراحی صفحات موضوعی و صفحات وبسایت اصلی وزارتخانه همکاری لازم را به عمل آورند. علاوه بر این هر کدام از تیم‌های وب سازمانی/معاونتی موظفند تا صفحات مخاطبان خاص خود را با تأسی از الگوی وزارتخانه شکل دهند و تأمین محتوای آن را بر عهده گیرند.

8-4- صفحات سازمان‌ها/شرکت‌ها

هر یک از سازمان‌ها/شرکت‌ها دارای زیرپرئال مخصوص به خود هستند. آنها می‌توانند در زیرپرئال خود نسبت به ارسال انحصاری اطلاعات مناسب، ابزارها و خدمات مرتبط با حوزه برنامه خود اقدام نمایند. تیم وب وزارتی برای تمامی توابع وزارتخانه اعم از سازمان‌ها، شرکت‌ها و ادارات کل استانی زیرتالی اختصاصی در نظر گرفته است که با تکیه بر الگوی عمومی درگاه ضمن حفظ وحدت رویه، امکان تفاوت و تمایز آنها را نیز در رابطه با ماهیت اختصاصی وظایف و ماموریت-هایشان فراهم می‌کند.

الگوی زیرپرئال تمامی سازمان‌ها، شرکت‌ها و مراکز مطابق با الگوی درگاه اصلی وزارتخانه است و تنها سه آیت‌م موضوعی میانی (در منوی بالای صفحه اول) با نظر مدیریت سازمان مربوطه و مسئولیت تیم وب سازمانی به صورت اختصاصی سازمان تعریف می‌شود. این سه آیت‌م، موضوعات اصلی و محورهای فعالیت و ماموریت‌های سازمان هستند که در صفحه اصلی وب وزارت با عنوان مسکن، حمل‌ونقل و شهرسازی دسته‌بندی شده‌اند. تیم وب سازمانی/شرکتی موظف است بنا به ماهیت اختصاصی سازمان متنوع و بنا به ماتریس اطلاعاتی مخاطبین خود این موضوعات را با اطلاع تیم وب وزارتی تعیین کرده و در جهت تأمین محتوای اطلاعاتی آن اقدام کند.

▪ محتوای سازمان‌ها/شرکت‌ها باید ماهیت نوعی داشته باشد یا مربوط به ماهیت سازمانی آن باشد.

- تیم وب سازمانی/شرکتی محتوای لازم برای هر کدام از بخش‌ها و محصولات وب را با توجه به ماهیت سازمان خود تهیه و به طور مرتب بارگذاری می‌کند.
- تیم وب وزارتی در قسمت‌های مناسب و ذیل مطالب مرتبط لینک صفحات سازمانی/معاونتی را قرار می‌دهد.
- تیم وب وزارتی بر صفحات سازمان‌ها و شرکت‌ها نظارت می‌کند. این نظارت شامل رفع مشکلات آنها نیز می‌گردد.

8-5- صفحات استانی

یکی از مهم‌ترین اهداف درگاه اینترنتی وزارتخانه حصول اطمینان از این است که همه ایرانی‌ها فارغ از محل سکونت به اطلاعات و خدمات یک‌شکل و باکیفیت دسترسی دارند. بنابراین وبسایت وزارتخانه در سطح محلی به صورت استانی سازماندهی می‌شود و ما اطمینان حاصل می‌کنیم که در هر صفحه استانی اطلاعات یک‌شکل و یکسانی در دسترس قرار می‌گیرد.

صفحات استانی با تأسی از قالب وبسایت اصلی وزارت اطلاعات ویژه محلی خود را تولید می‌کنند. آمار، گزارش عملکرد، پرونده ویژه، اخبار و سایر صفحات هر استان توسط تیم وب استانی تولید می‌شود. ضمناً هر زمان که مناسب تشخیص داده شود لینک‌هایی به محتوای ستادها ایجاد می‌گردد.

- مدیران وب استانی مسئول توسعه و مدیریت محتوای محلی صفحات استانی هستند.
- تیم وب وزارتی با همکاری مدیران وب استانی بر طراحی و اجرای صفحات استانی نظارت می‌کند و مشکلات آنها را رفع می‌کند.
- مدیران وب استانی می‌توانند برای بخش‌های خاصی از صفحه اصلی و صفحات موضوعی که مربوط به محتوای مشترک و کلی است، از محتوای وبسایت اصلی وزارت استفاده کنند. ولی در سایر مواقع ملزم به تهیه محتوای محلی هستند.
- محتوای محلی و ستادی با تعبیه لینک‌های مناسب در جاهای مناسب به نحوی باید به همدیگر وصل شود که برای مخاطبین قابل درک باشد.
- تغییر در الگوی صفحات استانی صرفاً بعد از بررسی دقیق مدیران وب استانی و با تایید تیم وب وزارتی امکانپذیر است.
- پس از توافق بر سر الگوی محتوا، این الگوها قفل می‌شوند. همگی اطلاعات را با ترتیب یکسان و بر اساس واژه‌گزینی مورد توافق ارائه می‌کنند. این امر باعث می‌گردد تا مخاطب وب به راحتی اطلاعات قابل مقایسه را از استانی به استانی دیگر پیدا کند، به عبارتی الگوها تغییر نمی‌کنند.
- استان‌هایی که دارای زبان محلی موظف به دوزبانه کردن صفحات استانی خود می‌باشند. صفحات ترکی، کردی و عربی برای استان‌های مربوطه الزامی است.

8-6- خرده‌سایت‌ها

در اغلب موارد مدیریت وزارتخانه تقاضای ایجاد یک سایت به غیر از mrud.ir را می‌کند تا از این طریق جنبه خاصی از کل وبسایت یا یکی از ابتکارات وزارتخانه را برجسته‌نمایی کرده و به صورت ویژه بر روی آن کار کند. هر گونه اضافه یا کم کردن این گونه از وبسایت‌ها باید با اطلاع و هماهنگی تیم وب وزارتی انجام پذیرد. تیم وب وزارتی وظیفه دارد در صفحات مختلف و مناسب از وبسایت اصلی لینک‌ها و ارجاعات لازم را به این خرده‌سایت‌ها بدهد و از محتوای آن استفاده حداکثری نماید.

خرده‌سایت‌های مصوب موجود به شرح ذیل می‌باشد:

- سایت مدیریت ارتباط شهروندی وزارت راه و شهرسازی (شهرراه) shahraah.mrud.ir
- سایت سرمایه‌گذاری وزارت راه و شهرسازی investment.mrud.ir
- پرتال خبری وزارت راه و شهرسازی news.mrud.ir
- وبسایت انگلیسی

وبسایت انگلیسی

از آنجایی که عمدتاً ماهیت مخاطبان وبسایت انگلیسی با وبسایت فارسی متفاوت است، لذا محتوای آن نیز باید بر اساس نیازسنجی مخصوص آن انجام گیرد. به طور مثال در اینجا مواردی مانند فرصت‌های سرمایه‌گذاری و مزایات و مناقصات از اهمیت بالایی برخوردارند.

مسئول مخاطب‌شناسی، معماری اطلاعاتی و نهایتاً تولید محصولات و محتوای وب انگلیسی تیم وب وزارتی است که با مشورت و هماهنگی دفتر امور بین‌الملل این کار را انجام می‌گیرد. دفتر امور بین‌الملل موظف است حداقل دو نفر از نیروهای خود را برای همکاری در تولید محتوای انگلیسی به تیم وب وزارتی معرفی کند.

زمانی که محتوای مهمی ایجاد می‌گردد یا محتوای پراهمیتی به روز می‌گردد، مدیران وب موظف‌اند موضوع را به اطلاع تیم وب وزارتی برسانند. در صورتی که محتوای مذکور در اولویت‌های تعیین شده قرار داشته باشد، متخصصین زبان تیم وب وزارتی آن را ترجمه می‌کنند. هر ترجمه‌ای که توسط تیم وب وزارتی صورت نگرفته باشد قبل از ارسال بایستی توسط متخصصین این تیم بررسی گردد. زمانی که صفحات جدید ایجاد می‌گردند بایستی تیم وب وزارتی از موضوع مطلع گردد تا نیاز یا عدم نیاز به ترجمه را تعیین کند. اگر محتوای ترجمه شده در زبان انگلیسی تغییر اساسی داشته باشد (به روزرسانی گردیده باشد و یا گسترش یافته باشد) می‌بایستی به تیم وب وزارتی اطلاع داده شود تا ترجمه بروز رسانی شده انگلیسی برای سایت Mrud.ir را بررسی نماید.

8-7- کنترل و بازخوردهای مدیریتی

تاییدیه محتوای درگاه (سه ماهه)

تاییدیه محتوای درگاه که توسط روسای ادارات/سازمان‌ها/ معاونت‌ها در مورد محتوای تحت مدیریت‌شان صادر می‌شود به ما کمک می‌کند تا از به روز بودن، دقیق بودن و مطابقت محتوا با قانون، مقررات و سیاست‌ها اطمینان حاصل کنیم. هر چند که مدیران سازمان، مسئولیت تاییدیه‌ها را به عهده دارند ولی این مدیران وب هستند که گزارش فعالیت‌های وب را تهیه کرده و به آنها ارائه می‌کنند.

چگونگی صدور تاییدیه

روسای سازمان‌ها بایستی در هر سه ماه یکبار باید طی گزارشی کتبی از فعالیت‌های وب صورت گرفته در سازمان خود، تایید کنند که محتوای وب سازمان آنها به روز و دقیق است. زمان‌های مقرر تاییدیه عبارتند از:

- اول اردیبهشت
- اول مرداد
- اول آبان
- اول بهمن

الزام تاییدیه فقط شامل همه محتویات وب از جمله Mrud.ir و سایر وبسایت‌های وزارتخانه می‌گردد. مدیران بایستی روش‌هایی را اتخاذ بکنند تا از بررسی و به‌روزرسانی منظم اطمینان حاصل نمایند و از تاخیر در زمان‌های مقرر جلوگیری کنند. تاییدیه‌های بایستی شامل موارد ذیل گردند:

- مطابقت مسیریابی صفحات با شیوه‌های ابلاغی وب وزارتی
- گزارشات مدیریت فایل: مدیران می‌توانند از این گزارشات برای شناسایی فایل‌های موجود در سرور تولید استفاده کنند. شما می‌توانید از این گزارش برای پیدا کردن فایل‌هایی حذفی یا آرشیوی استفاده کنید.
- داده‌هایی که بدون محافظت رمز عبور در دسترس قرار می‌گیرند
- رعایت حقوق انتشار صادر شده از طرف تیم وب وزارتی
- مطابقت قالب‌های انتشار محتوا مشروح در شیوه‌نامه درگاه
- استاندارد بودن قالب و طرح تصاویر و ویدیوها
- صفحات مربوط به معرفی مدیران و اطلاعات تماس (فقط بایستی تایید گردد که این فهرست‌ها هنوز توسط دارنده فهرست استفاده و نگهداری می‌شوند)
- گزارش فعال بودن لینک‌ها (بایستی فعال باشند و کاربر را به سایت موردنظر انتقال دهند)

آزمون سالانه کاربرپسندی

آزمون سالانه کاربرپسندی توسط تیم وب روابط عمومی و به منظور اطمینان از تجربه کاربری خوب درگاه اینترنتی وزارتخانه صورت می‌گیرد. این آزمون شامل موارد ذیل می‌شود:

- نظرسنجی از نمونه‌ای تصادفی از شهروندان، کارکنان سازمان، ذی‌نفعان (نظرسنجی با همکاری ادارات، معاونت‌ها و سازمان‌ها در سطح کشور انجام می‌شود).
- آزمون عملی از حداقل 100 نفر افراد با میزان مختلف دانش وب به عنوان مخاطبان فرضی با طرح مسائل فرضی برای رفع نیاز اطلاعاتی آنها
- بررسی، تحلیل و نتیجه‌گیری از تحلیل‌های آماری وب که توضیح آن در ذیل آمده است

گزارشات آماری (روندهای وب): آمار وبسایت وزارتخانه به صورت ماهیانه و معمولاً در اواسط ماه منتشر می‌گردد.

برای تهیه این گزارشات از تحلیل سنجه‌های وب استفاده می‌شود که نشان‌دهنده منشأ بازدیدکنندگان، رفتار آنان در وبسایت و مشخصات جمعیت‌شناختی آنان می‌باشد. برخی از موارد مهم این سنجه‌ها در ذیل ذکر می‌شود:

- ✓ تعداد بازدیدکنندگان و تعداد بازدیدها و مدت آنها
- ✓ آمار ارجاعات از موتورهای جستجو، وبسایت‌ها و وبلاگ‌های دیگر
- ✓ نرخ پرش^{۱۷}
- ✓ نرخ تبدیل^{۱۸}
- ✓ صفحات خروج^{۱۹}

کاربردهای مهم این آمار عبارتند از:

- بررسی میزان موفق محصولات وب و اعمال اصلاحات لازم بر روی آنها
- شناسایی مشکلات مسیریابی صفحات
- ارزیابی محتوا و اصلاح برنامه‌های محتوایی
- تعیین و اصلاح ویژگی‌های کارکردی وبسایت
- اصلاح و ارتقاء معماری اطلاعاتی درگاه

8-8- حق انتشار

تیم وب وزارتی مسئولیت دارد ضمن حفظ امنیت وبسایت‌ها نسبت به اعطا و مدیریت حقوق انتشار برای صفحات وب سازمان نیز اقدام نماید. حقوق انتشار مشخص می‌کند که هر کدام از دفاتر و واحدهای سازمانی در یک بازه زمانی معین

¹⁷ Bounce rate

¹⁸ Conversion rate

¹⁹ Exit pages

حداقل و حداکثر چند مطلب می‌توانند در بخش‌های مختلف وبسایت بارگذاری و منتشر کنند. حقوق انتشار برای هر کدام از بخش‌ها یا محصولات وبسایت تعیین می‌شود و به واحد سازمانی متولی تهیه محتوا برای آن بخش ابلاغ می‌شود.

موارد عمومی حقوق دسترسی انتشار

- حقوق دسترسی انتشار به صورت انفرادی صادر می‌شوند و بایستی به هر منظوری مورد استفاده مشترک قرار گیرند.
- هر گونه فعالیت ارسال که باعث از دست رفتن فایل‌ها، ایجاد تغییرات خارج از مجوز در فهرست‌ها، نقض‌های امنیتی یا حقوقی، از کار انداختن وبسایت‌ها یا بخشی از هر یک، و یا هر تاثیر منفی بر عملکرد وبسایت وزارت موجب دخالت سریع تیم وب وزارتی با مشورت مدیر سازمان خواهد شد. چاره‌اندیشی می‌تواند به صورت آموزش الزامی، تعلیق موقت حقوق ارسال و یا تعلیق دائم آن صورت پذیرد.
- از همه مدیران وب انتظار می‌رود تا از سیاست‌ها و روال‌های وبسایت‌های وزارت آگاه بوده و از آنها تبعیت کنند.

حق انتشار در معاونت‌ها/سازمان‌ها/ادارت کل استانی

هر یک از ادارات برنامه ریزی و ادارات اصلی پشتیبانی می‌بایستی به ازای هر واحد اصلی سازمانی (در سطح معاون دستیار وزیر) تقاضای یک حق دسترسی برای وبسایت اینترنتی را ارائه نمایند. تیم وب وزارتی باید به صورت سالیانه حق دسترسی‌ها را کنترل کند. تیم وب استانی، سازمانی و معاونتی هر گونه تغییر در عناصر دارای حق دسترسی را باید به اطلاع روابط عمومی ستاد برساند.

بسته به تقسیم وظایف تولید محتوای بخش‌های مختلف درگاه سازمانی/استانی که به صلاح دید تیم‌های وب انجام می‌گیرد، حقوق انتشار لازم برای هر یک از دفاتر تعیین می‌شود.

8-9- هماهنگ‌سازی محتوا

- دستیاران وزیر و مدیران استانی مسئول ایجاد و اطلاع‌رسانی روال‌های سازمان برای اطمینان از تایید و هماهنگی مناسب همه محتوای ارسال به مدیر وب هستند.
- مدیران وب بایستی جلساتی با مدیران سازمان خود تشکیل دهند تا این روال‌ها را ایجاد و مستندسازی کنند. آنها همچنین بایستی به مدیران خود در خصوص اطلاع‌رسانی روال‌ها به کلیه افراد ذی‌مدخل کمک بکنند.
- قبل از انتشار بایستی هرگونه محتوای سیاسی یا مربوط به سیاست‌گذاری کلان سازمانی بایستی با تیم وب وزارتی هماهنگی صورت گیرد. اطمینان از انجام صحیح این امر به عهده مدیریت سازمان یا مدیر وب آن است.

- مدیران وب بایستی مراقب محتوای جدید یا ویرایش شده باشند و اگر این محتواها ماهیت سیاسی یا سیاستی داشته باشند بایستی اطمینان حاصل نمایند که این محتواها قبل از ارسال به طرز مناسبی مورد بررسی کامل قرار گرفته اند.
- سازمانهایی که می خواهند محتوایی تولید نمایند که به برنامه یا حوزه سازمان یا سازمانهای دیگری مرتبط می گردد بایستی هماهنگی لازم را با سازمانهای مرتبط انجام دهند.
- مدیران وب بایستی قبل از ارسال محتوا در شناسایی ورود به حوزه سایر سازمان ها و در هماهنگی یا حداقل اطلاع رسانی به مدیران وب آن سازمان ها در خصوص همپوشانی احتمالی جسور و فعال باشند.
- سازمان هایی که در زمینه اقدامات فرآینادی فعال هستند بایستی با تیم وب وزارتی هماهنگی لازم را صورت دهند.

جلسات هفتگی تیم وب

هر کدام از تیمهای وب جلسات هفتگی در روز و ساعت معینی از هفته با حضور تمامی اعضای هر کدام از تیمهای وب برگزار می شود. این جلسات مهم ترین وسیله برای تحقق کار تیمی هستند. هدف گذاری، برنامه ریزی و هماهنگی برای انجام وظایف تیمهای وب در این جلسات صورت می گیرد. هر کدام از اعضا ملزم به گزارش فعالیت های مربوط به خود هستند و در نهایت نیز کارهای موجود بین اعضا تقسیم می شود. برنامه های کاری مربوط به به روزرسانی اطلاعات و تهیه محتوا در این جلسات مشخص می شود.

کار اصلی تیم در جلسات اتفاق می افتد. همان طور که روزنامه ها و شبکه های تلویزیون برنامه ریزی و هم فکری خود را در جلسات روزانه خود صورت می دهند، افراد تیم وب نیز در هر جلسه هم اندیشی کرده، راه حل ها و تصمیم های لازم را اتخاذ می کنند و برای برای یک هفته بعد برنامه های خود را می ریزند. پیشنهاد می شود این جلسات روز چهارشنبه یا پنجشنبه برگزار شود تا افراد بتوانند برای هفته بعد برنامه ریزی کنند. اعضای تیم به صورت انفرادی کارهایی را انجام می دهند یا با هم تیمی های خود خارج از چارچوب جلسات، بر روی پروژه هایی کار می کنند، اما گرفتن تصمیمات مهم و حل مشکلات حساس تنها در چارچوب جلسات روی می دهد.

هم اندیشی مهم ترین کارکرد جلسات هفتگی است و زمانی محقق می شود که ایده ها و نظرات با صراحت و آزادی کامل مطرح شود و نظرات و گزینه های موجود مورد بحث و نقد قرار گیرد. اعضای تیم باید مشوق و حامی یکدیگر باشند و از مشارکت تمامی اعضا اطمینان حاصل کنند.

شورای هماهنگی مدیران وب

شورای هماهنگی مدیران وب با حضور مدیر و دیگر اعضای تیم وب وزارتی و مدیران وب سازمانی و استانی به صورت سه ماهه پس از بررسی تاییدیه های سه ماهه برگزار می شود. مدیران وب سازمان / استانی می توانند بنابه صلاح دید و تشخیص خود افرادی از دیگر کارشناسان تیم خود را نیز به این جلسه دعوت کنند.

- ارزیابی و جمع‌بندی عملکرد کل مجموعه درگاه
- بیان سیاست‌گذاری‌ها و رویه‌های کاری مصوب درگاه اینترنتی وب وزارت
- بحث و شور در مورد نحوه ارتقاء درگاه و اجرایی‌سازی برنامه‌های آن
- معرفی تغییرات و اصلاحات سالانه در الگوی سایت و محصولات وب جدید
- بیان تجارب، دغدغه‌ها و چالش‌های محلی و یا مربوط به سازمان‌های زیرمجموعه

مدیریت درگاه اینترنتی وزارت راه و شهرسازی

پیوست 1: ماتریس اطلاعاتی مخاطبان

موضوعات عمده اطلاعاتی							مخاطبین درگاه اینترنتی
لینک‌ها	خدمات الکترونیک	کسب و کار با وزارت	مسئولیت اجتماعی	درباره وزارت	حمل و نقل	مسکن و شهرسازی	

<p>پورتال 141(1)</p> <p>App موبایل 141(1)</p> <p>نرم افزار اطلس راهها(1)</p> <p>نظرسنجی ارباب رجوع (2)</p> <p>ارسال و رسیدگی به شکایات (2)</p> <p>انتشارات و کتابخانه (2)</p> <p>بانک اطلاعات مقالات (2)</p> <p>هواشناسی دریایی (2)</p> <p>درگاه پژوهش MPR (2)</p> <p>سایت سازمان سنجش و آموزش کشور (4)</p> <p>پرتال ستاد وزارت راه و شهرسازی (4)</p> <p>سامانه اطلاعات بازار املاک ایران (5)</p> <p>زیرپرتال معاونت مسکن و ساختمان (5)</p> <p>پورتال راه آهن (6)</p> <p>زیرپورتال فروش بلیت (6)</p> <p>www.141.ir(1)</p> <p>webgis.rmtto.ir(1)</p> <p>پورتال سازمان و بنادر ایران (2)</p> <p>سازمان های بین المللی مرتبط (2)</p> <p>سیات اطلاعات و دانستنی های دریایی ایران (2)</p> <p>لینک های ثابت (مقام معظم رهبری، ریاست جمهوری و ...) (2)</p> <p>لینک سازمان ها و شرکت های تابعه وزارت راه و شهرسازی (3)</p> <p>Sanjesh.org (4)</p> <p>Hmi.mrud.ir(5)</p> <p>Rai.ir(6)</p>	<p>ایجاد فرصت‌های شغلی مرتبط با الزامات(1)</p> <p>اجرای طرح‌های مسئولیت اجتماعی(1)</p> <p>رسیدگی به شکایات (2)</p> <p>مزایده و مناقصه (2)</p> <p>فرصت‌های شغلی (2)</p> <p>حمایت از پایان نامه های دانشجویی (2)</p> <p>جذب نیروی انسانی مورد نیاز از طریق برگزاری آزمون و مسابقات استخدامی (4)</p> <p>فروش اموال مازاد از طریق مزایده (4)</p> <p>زیرپرتال معاونت مسکن و ساختمان (5)</p> <p>پورتال راه آهن (6)</p> <p>زیرپورتال فروش بلیت (6)</p>	<p>پیگیری اجرای صحیح قوانین(1)</p> <p>افزایش کیفیت اطلاعات از سوانح و حوادث حمل و نقلی(1)</p> <p>توصیه‌های مناسب برای رعایت قوانین و مقررات راهنمایی و رانندگی(1)</p> <p>کاهش مصرف سوخت</p> <p>برخورد با تخلفات حمل و نقلی(1)</p> <p>حمایت از صنعت گردشگری(1)</p> <p>مدیریت سفر شهروندان(1)</p> <p>افزایش امنیت و ایمنی دریایی (2)</p> <p>توسعه دانش ملی و ارتقاء جایگاه بین المللی در حوزه سواحل و سازه های دریایی (2)</p> <p>ترویج فرهنگ دریایی (2)</p> <p>ایمنی و امنیت بندر، دریا، شناور، کالا و مسافر (2)</p> <p>ارتقای فرهنگ رانندگی (3)</p> <p>فرهنگ سازی به منظور استفاده از حمل و نقل عمومی درون شهری و برون شهری (3)</p> <p>معرفی نقاط پرتصادف جاده ای (3)</p> <p>نظرسنجی های عمومی (3)</p> <p>تلاش و پیگیری برای برگزاری صحیح و عادلانه مسابقات استخدامی (علی الخصوص مصاحبه فنی که در ستاد انجام می شود). (4)</p> <p>تلاش برای اطلاع رسانی دقیق و برگزاری صحیح مناقصات و مزایده ها (4)</p> <p>پیگیری اجرای صحیح قوانین (5)</p> <p>افزایش کیفیت اطلاعات بازار خرید و فروش و اجاره مسکن(5)</p> <p>توصیه های مناسب برای بهینه سازی روند خرید مسکن(5)</p> <p>کاهش مصرف انرژی خانه(5)</p> <p>برخورد با تخلفات ساختمانی(5)</p> <p>افزایش کیفیت ساخت و ساز(5)</p> <p>تلاش و حمایت در اجرای قانون(5)</p> <p>تلاش و حمایت در اجرای آیین نامه ها(5)</p> <p>پیگیری اجرای صحیح قوانین (6)</p> <p>افزایش کیفیت حمل و نقل ریلی (6)</p> <p>کاهش مصرف سوخت (6)</p> <p>برخورد با تخلفات (6)</p> <p>افزایش کیفیت خدمات ریلی (6)</p> <p>تلاش و حمایت در اجرای قانون (6)</p> <p>تلاش و حمایت در اجرای آیین نامه (6)</p>	<p>طرح‌های توسعه‌ای(1)</p> <p>دیدگاه‌های اجرایی(1)</p> <p>برنامه‌های خدماتی(1)</p> <p>معرفی سازمان (2)</p> <p>وظایف و مأموریت ها (2)</p> <p>پیام مدیر عامل(2)</p> <p>چارت سازمانی (2)</p> <p>طرح جامع نیروی انسانی (4)</p> <p>مجوزهای استخدامی (4)</p> <p>دریافتی کارکنان در سطوح مختلف (4)</p> <p>آشنایی با وزارت متبوع (4)</p>	<p>اطلاعات وضعیت راه‌های کشور ()</p> <p>انسدادها/ترافیک/ زمان سفر/ وضعیت جوی/تصادفات/ کارگاههای جاده‌ای(1)</p> <p>اطلاعات راهها(مشخصات / مسیر و مسافت بهینه)</p> <p>اطلاعات ابنیه (پمپ بنزین‌ها، مجتمع‌های خدماتی رفاهی/ راهدارخانه‌ها/پاسگاه‌های پلیس راه/ مراکز استقرار امدادسانی) (1)</p> <p>رسیدگی به شکایات، پیشنهادهای و درخواستها(1)</p> <p>جستجو و نجات (2)</p> <p>وضعیت آب و هوا (2)</p> <p>ایمنی و امنیت بندر، دریا، شناور، کالا و مسافر (2)</p> <p>جدیدترین نقشه شبکه راه ها، بزرگراه ها، آزادراه ها و راه آهن کشور (به تفکیک: در دست بهره برداری، در حال احداث، در دست مطالعه) (3)</p> <p>وضعیت ترافیکی راه های برون شهری (3)</p> <p>معرفی پروژه های مهم حمل و نقلی هر استان (3)</p> <p>معرفی مسیر های مهم مواصلاتی و سیاحتی کشور (معرفی مسیر، محل اقامتگاه های بین راهی، پمپ بنزین ها، رستوران ها و غیره) (3)</p> <p>معرفی پایانه های مسافری جاده ای، ایستگاه های راه آهن، فرودگاه ها و بنادر کشور (3)</p> <p>قوانین و مقررات(مسافری،حمل بار ، مالی و معاملاتی ، سیر و حرکت و صنعت ریلی) (6)</p> <p>آمار و اطلاعات (6)</p> <p>تجهیز و بهره برداری حمل و نقل ریلی (6)</p> <p>تسهیلات حمل و نقل (6)</p> <p>نظارت عالی بر امنیت و ایمنی و نگهداری حمل و نقل ریلی (6)</p> <p>رسیدگی به شکایات (تلفن گویا 5149)</p> <p>(6)</p>	<p>قوانین و مقررات (قانون نظام مهندسی، قانون ساماندهی و ... قانون مالیات ها و ...) (5)</p> <p>آمار و اطلاعات (5)</p> <p>تحلیل بازار مسکن (5)</p> <p>تسهیلات مسکن (5)</p> <p>نظارت بر ساخت و سازها (5)</p> <p>رسیدگی به شکایات ساخت و ساز (اعمال ماده 35 قانون نظام مهندسی) (5)</p> <p>مخاطبان عمومی (شهروندان داخلی و خارجی) (G2C)</p>
---	---	--	--	--	---

**مخاطبان متقاضی خدمت
(مخاطبان نیازمند فعلی،
بالقوه و نیازمند کمک)
(G2C)**

- قوانین و مقررات مرتبط با نظام مهندسی (5)
- مقررات ملی ساختمان، صدور پروانه اشتغال به کار و ... (5)
- پیش خرید و پیش فروش ساختمان (5)
- مالیات ها (5)
- تسهیلات ساخت مسکن (5)
- ثبت نام آزمون های ورود به حرفه مهندسان، کاردانان و معماران تجربی (5)
- دوره های آموزشی صلاحیت حرفه ای مهندسان، کاردانان و معماران تجربی (5)
- سازمان نظام مهندسی ساختمان/سازمان استان ها (5)
- سازمان نظام کاردانی ساختمان/سازمان استان ها (5)
- پروانه اشتغال به کار مهندسی (حقیقی و حقوقی) (5)
- پروانه اشتغال به کار کاردانی (5)
- پروانه اشتغال به کار معماری تجربی (5)

- کد رهگیری معاینه فنی ناوگان مورد استفاده (1)
- وضعیت نوسازی ناوگان باری یا مسافری (1)
- وضعیت کارت هوشمند (فعال/غیرفعال/تمدید...) (1)
- کد رهگیری بارنامه (1)
- کد رهگیری صورت وضعیت (1)
- کد رهگیری راهنامه برخط یا CMR (سند حمل بین المللی) (1)
- وضعیت کارت سلامت (اعتبار و ...) (1)
- گزارش سفرهای ناوگان (1)
- شماره بارنامه (1)
- اطلاعات مشخصات حمل (1)
- وضعیت گواهی نامه راننده (1)
- وضعیت رسیدگی به شکایات (1)
- وضعیت صدور موافقت اصولی (1)
- گزارش های آماری (2)
- آموزش (2)
- گواهینامه دریایی و بندری (2)
- آزمون صدور اسناد دریانوردی (2)
- ثبت شناورها و صدور گواهینامه های دریایی (2)
- خدمات و سیستم های کمک ناوبری (2)
- تعرفه های خدمات بندری و دریایی (2)
- ایمنی و امنیت بندر، دریا، شناور، کالا و مسافر (2)
- برنامه حرکت قطارها (3)
- معرفی تعاونی های فعال مسافری و باری جاده ای کشور (3)
- مراکز فروش بلیط مسافری جاده ای (3)
- آخرین قیمت بلیط انواع وسیله نقلیه مسافری بین شهرهای مختلف (3)
- قوانین و مقررات مرتبط با حمل و نقل ریلی (6)
- پیش فروش بلیط قطار (6)
- مالیات ها (6)
- اطلاع رسانی مناقصات و فرصت های سرمایه گذاری (6)
- ثبت نام آزمونهای مرکز آموزش راه آهن (6)
- برگزاری دوره های آموزشی جهت افزایش مهارت ها و دانش ریلی (6)
- صدور مجوز دفاتر فروش بلیط (6)

- اصلاحات و اقدامات در جهت ارتقاء کیفیت خدمات به مخاطبان (1)
- افزایش ایمنی در حوزه حمل و نقل جاده ای (1)
- کاهش مصرف سوخت (1)
- کاهش تلفات و مجروحان سوانح جاده ای (1)
- افزایش امنیت و ایمنی دریایی (2)
- توسعه دانش ملی و ارتقاء جایگاه بین المللی در حوزه سواحل و سازه های دریایی (2)
- تدوین قوانین و مقررات (2)
- ترویج فرهنگ دریایی (2)
- ایمنی و امنیت بندر، دریا، شناور، کالا و مسافر (2)
- دریافت انتقادات و پیشنهادات (3)
- شفاف سازی و ارائه اطلاعات دقیق در خصوص تعداد سهمیه امریه و تخصصهای محل های مورد نیاز جهت جذب امریه (4)
- رفع مشکلات پیش روی خرید و پیش فروش ساختمان (5)
- دوره های آموزشی (5)
- توسعه مهندسی و اخلاق مهندسی (5)
- اصلاحات و اقدامات در جهت ارتقاء کیفیت خدمات به مخاطبین (5)
- رفع مشکلات پیش روی پیش فروش بلیط (6)
- دوره های آموزشی (6)
- توسعه مهندسی و اخلاق مهندسی (6)
- اصلاحات و اقدامات در جهت ارتقاء کیفیت خدمات به مخاطبان (6)

- شرکت های حمل و نقلی (1)
- مجتمع های خدماتی و رفاهی (1)
- امداد رسانی های خودرویی (1)
- تعمیرکاران بین راهی (1)
- مراکز معاینات فنی (1)
- پمپ بنزین ها (1)
- رسیدگی به شکایات (2)
- مزایده و مناقصه (2)
- فرصت های شغلی (2)
- حمایت از پایان نامه های دانشجویی (2)

- سامانه معاینه فنی (1)
- سامانه کارت هوشمند (1)
- بارنامه برخط (1)
- صورت وضعیت برخط (1)
- سامانه کارت سلامت (1)
- سامانه موافقت اصولی و حریم راه ها (1)
- راهنامه برخط (1)
- سامانه رسیدگی به شکایات (1)
- پورتال سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای (1)
- رهگیری مکاتبات اداری (2)
- انتشارات و کتابخانه (2)
- بانک اطلاعات مقالات (2)
- استعلام اسناد دریانوردان (2)
- استعلام گواهینامه های دریانوردی (2)
- استعلام گواهینامه های جانبی (2)
- استعلام اسناد شناسایی (2)
- استعلام شناسنامه های دریانوردی (2)
- صدور گواهی سلامت دریانوردان (2)
- ثبت نام در آزمون دریانوردی (2)
- درگاه پژوهش MPR (2)
- سامانه شهراه (4)
- امریه (4)
- سامانه آزمون های ورود به حرفه مهندسان، کاردان ها و معماران تجربی (5)
- زیرپرتال معاونت مسکن و ساختمان (5)
- سامانه آموزش راه آهن (6)
- پورتال راه آهن (6)

- www.rmtto.ir (1)
- Smartcard.rmtto.ir (1)
- Soratonline.rmtto.ir (1)
- نهاد های ذیربط (1)
- پرتال سازمان و بنادر ایران (2)
- سازمان های بین المللی مرتبط (2)
- سایت اطلاعات و دانستنی های ایران (2)
- پایگاه های تخصصی سازمان (11 پایگاه) (2)
- sahrvand.mrud.ir (4)
- ادارات کل راه و شهرسازی استان ها (5)
- سازمان نظام مهندسی ساختمان (شورای مرکزی) (5)
- سازمان های نظام مهندسی استان ها (5)
- شورای مرکزی سازمان نظام کاردانی ساختمان (5)
- سازمان نظام کاردانی استان (5)
- تشکل های حرفه ای (5)
- Rai.ir (6)
- ادارات کل نواحی (6)
- دفاتر فروش بلیط استان ها (6)
- نهادهای زیربیط (6)

- وضعیت پروانه فعالیت شرکت
(فعال/غیرفعال/تمدید... (1)
- وضعیت بدهی به سازمان (1)
- وضعیت شکایات و پرونده‌های
تشکیل شده (1)
- تعداد حواله‌ها (1)
- فرم ثبت نام متقاضیان شرکت در آزمون
تاسیس شرکت‌های حمل و نقل
بین‌المللی و وضعیت قبولی یا رد)
مدارک و نتیجه آزمون (1)
- وضعیت صدور یا تمدید پروانه فعالیت
شرکت‌های حمل و نقل داخلی کالا یا
مسافر (1)
- صدور مجوز تاسیس و فعالیت مراکز
معاینه فنی خودروهای سنگین و نیمه
سنگین (1)
- صدور پروانه تردد وسایل نقلیه
خارجی (1)
- صدور پروانه تردد وسایل نقلیه ایرانی
حامل کالای ترانزیت خارجی (1)
- صدور پروانه عبور بارهای ترافیکی (1)
- صدور اجازه‌نامه (1)
- صدور مجوز حمل کالاهای وارداتی با
استفاده از ناوگان خارجی (10٪) (1)
- صدور حواله بارنامه (1)
- صدور حواله صورت وضعیت (1)
- وضعیت قراردادها (1)
- رسیدگی به تخلفات حمل و نقلی مانند
اضافه تناژ و ... (1)
- وضعیت بهره‌برداری و پرداخت عوارض
آزادراه‌ها (1)
- نظارت عالی بر عملکرد راهداری زمستانی
شرکت‌های آزادراهی (1)
- صدور مجوز برگزاری دوره آموزشی ویژه
رانندگان و تایید صلاحیت مربیان
شرکت‌های آموزشی (1)
- ارزیابی و معرفی مشاوران و
پیمانکاران (1)
- وضعیت پرداخت حق الزحمه مشاور و
صورت کارکرد پیمانکار (1)
- گزارش‌های آماری (2)
- آموزش (2)
- کنترل و بازرسی ایمنی شناورهای داخلی
و سکوها (2)
- مدیریت کنترل و بازرسی شناورهای
خارجی (2)
- گواهینامه دریایی و بندری (2)

- قوانین و مقررات مرتبط با
سازمان ها و تشکل های حرفه
ای ساختمانی (5)
- پیش فروش ساختمان (5)
- مالیات های بخش مسکن (5)
- تسهیلات ساخت مسکن (5)
- تاییدیه ثبت نام آزمون ورود به
حرفه توسط سازمان نظام
مهندسی و نظام کاردانی
ساختمان استان ها (5)
- صدور پروانه اشتغال به کار
اشخاص حقوقی حوزه
ساختمان (5)
- پاسخگویی به مکاتبات مربوطه
(5)

شرکت‌ها و مراکز تخصصی
(بنگاه‌ها، بانک‌ها، شرکت-
های سرمایه‌گذاری و ...)
(G2B)

- استانداردسازی (1)
- توسعه خدمات (1)
- ایجاد بسترهای لازم برای سهولت
ارائه خدمات (1)
- برگزاری همایش، سمینار و مراسم
(2)
- قوانین و مقررات (2)
- شماره های تماس (2)

- خدمات بهتر و تسهیل در امور (1)
- رفع مشکلات دوره‌های آموزشی (1)
- ارزیابی سوانح دریایی (2)
- رسیدگی به پرونده های حقوقی (2)
- تدوین قوانین و مقررات (2)
- نظرسنجی های تخصصی (3)
- اجرای قانون نظام مهندسی و کنترل
ساختمان (5)
- خدمات بهتر و تسهیل امور (5)
- اجرای قوانین و مقررات مرتبط با حمل و
نقل ریلی (6)

- قرارداد (1)
- سرمایه‌گذاری (1)
- همکاری (1)
- توسعه خدمات (1)
- ارتقاء کیفیت خدمات (1)
- کاهش قیمت لوازم و تجهیزات (1)
- رسیدگی به شکایات (2)
- مناقصات (4)

- سامانه کنترل تردد از مرز (1)
- سامانه معاملات (1)
- پورتال سازمان راهداری و حمل
و نقل جاده‌ای (1)
- انتشارات و کتابخانه (2)
- بانک اطلاعات مقالات (2)
- اعلام اجازه حرکت شناوران
(2)
- اعلام شناوران تحت پرچم
ایران (2)
- ثبت نوبت یا احتمال ورود شناور
(2)
- ثبت مانیفست و بارنامه (2)
- خدمات کالا و کانتینر (2)
- خدمات ثبت و تاسیس شرکت
ها (2)
- تمدید مجوز شرکت (2)
- ثبت تغییرات شرکت (2)
- صدور مجوز ثانویه (2)
- رسیدگی به شکوائیه صاحبان
کالا (2)
- معرفی شعبه شرکت همکار (2)
- رسیدگی به تخلفات
- آمار عملیات تخلیه و
بارگیری (2)
- سرمایه‌گذاری در اراضی
بندری (2)

- تشکل های حرفه‌ای (1)
- www.rmtو.ir (1)
- Traindrivers.rmtو.ir (1)
- et.rmtو.ir (1)
- Moayeneh.rmtو.ir (1)
- Sherkatha.rmtو.ir (1)
- Transit.rmtو.ir (1)
- Azmoon.rmtو.ir (1)
- بانک اطلاعات و دانستنیهایی
دریایی ایران (2)
- لینکهای ثابت (مقام معظم رهبری،
ریاست جمهوری ...) (2)
- پایگاههای تخصصی سازمان (11
پایگاه) (2)
- پایگاه های اطلاعاتی شرکتها و
مراکز مرتبط با صنعت (2)
- دریانوردی (2)
- لینک سازمان ها و شرکت های
تابعه وزارت راه و شهرسازی (3)
- ietس.mporg.ir (4)
- ادارات کل راه و شهرسازی استان
ها (5)
- سازمان نظام مهندسی ساختمان

<p>www.141.ir (1) www.rmto.ir (1) لینکهای ثابت (مقام معظم رهبری، ریاست جمهوری ...) (2) پایگاههای تخصصی سازمان (11 پایگاه) (2) پایگاه های اطلاعاتی مراکز مرتبط با صنعت دریانوردی (2) Rai.ir (6) ادارات کل نواحی (6)</p>	<p>نرم افزار ترددشماری برخط (1) پورتال سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای (1) هواشناسی دریایی (2) زیر پرتال معاونت مسکن و ساختمان (5) پورتال راه آهن (6)</p>	<p>همکاری (1) وسایل و تجهیزات (1) امکانات اضطراری (1) مناقضات سرمایه گذاری (2)</p>	<p>کاهش مصرف انرژی (1) افزایش کیفیت و ایمنی در حوزه حمل و نقل جاده ای (1) توسعه عدالت اجتماعی (1) پیشگیری از آلودگی دریایی (2) کاهش مصرف انرژی (5) افزایش کیفیت ساخت و ساز (5) افزایش طول عمر ساختمان (5) توسعه عدالت اجتماعی (5) کاهش مصرف انرژی (6) افزایش کیفیت ارائه خدمات حمل و نقل ریلی (6) افزایش طول عمر خطوط ریلی (6) توسعه عدالت اجتماعی (6)</p>	<p>ارائه تصاویر دوربین های نظارتی به صورت برخط (1) همکاری در مدیریت ایمنی ترافیک جاده ای (1) ارسال اطلاعات تصادفات جاده ای (1) ارسال اطلاعات کارگاه های جاده ای و انسداد مسیر (1) پاسخگویی به سوالات (1) وضعیت آب و هوا (2) برنامه های جامع بنادر (2) مسیر های دریایی (2) اجرای قوانین حمل و نقل ریلی (6) رسیدگی به شکایات (6) نظارت عالی بر نحوه ارائه خدمات (6) کنترل عملکرد ادارات و مناطق (6) پاسخگویی به سوالات (6)</p>	<p>اجرای قانون نظام مهندسی و کنترل ساختمان (5) رسیدگی به شکایات حوزه ساخت و ساز (5) نظارت عالی (5) کنترل عملکرد سازمان های نظام مهندسی ساختمان (5) پاسخگویی به سوالات (5)</p>	<p>ادارات عمومی (G2G) (مرکز پلیس راهور ناجا، هلال احمر، شرکت پخش و پالایش فرآورده های نفتی، ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ...)</p>
<p>www.rmto.ir (1) نهادهای ذیربط (1) پرتال سازمان و بنادر ایران (2) دبیرخانه ارگان های دریایی (2) Rai.ir (6)</p>	<p>پورتال سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای (1) هواشناسی دریایی (2) زیر پرتال معاونت مسکن و ساختمان (5) پورتال راه آهن (6)</p>	<p>قرارداد (1) همکاری (1) توسعه خدمات (1) ایجاد انگیزه (1) مزایده و مناقصه (2)</p>	<p>بهینه سازی مصرف سوخت (1) افزایش کیفیت و ایمنی در حوزه حمل و نقل جاده ای (1) توسعه مشارکت عمومی (1) پیشگیری از آلودگی دریایی (2) بهینه سازی مصرف انرژی (5) افزایش کیفیت ساخت و ساز (5) افزایش طول عمر ساختمان (5) توسعه مشارکت عمومی (5) بهینه سازی مصرف انرژی (6) افزایش کیفیت ارائه خدمات (6) افزایش طول عمر خطوط ریلی (6) توسعه مشارکت عمومی (6) توسعه شبکه ریلی (6)</p>	<p>مدیران (1) کارشناسان (1) امکانات (1)</p>	<p>قوانین، آیین نامه ها، شیوه نامه ها (1) همکاری در جهت کاهش تصادفات و سوانح حمل و نقلی و مدیریت ایمنی ترافیک جاده ای (1) سرمایه گذاری (2) دوره های آموزشی (2) طرحهای توسعه بنادر (2) خدمات پژوهشی (2) دبیرخانه ارگانهای دریایی (2) قوانین، آیین نامه ها، دستورالعمل ها (6) اجرای قوانین حمل و نقل ریلی و کنترل و نظارت بر ارائه خدمات (6)</p>	<p>قوانین، آیین نامه ها، شیوه نامه ها (5) اجرای قانون نظام مهندسی و کنترل ساختمان توسط نظام مهندسی و نظام کاردانی ساختمان (5)</p> <p>نهادهای اجتماعی (سازمان های مردم نهاد، مدیریت بحران، اتحادیه ها و دیگر گروه های اجتماعی)</p>

<p>-پورتال سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای(1) -انتشارات و کتابخانه (2) -پیش بینی امواج دریاهای ایران(2) -وضعیت پارامترهای دریا(2) -قوانین و دستورالعمل های مدیریت و مهندسی سواحل کشور(2) -نرم افزار مدل ایرانی pmodynamics(2) -هواشناسی دریایی (2) -زیپررتال معاونت مسکن و ساختمان (5) -پورتال راه آهن (6)</p>	<p>-خدمات فنی(1) -همکاری(1) -امکانات و تجهیزات(1) -اطلاعات تخصصی (2)</p>	<p>-افزایش کیفیت و ایمنی در حوزه حمل و نقل جاده‌ای(1) -کاهش مصرف انرژی(1) -تسهیل در امور ادارات کل(1) -ارتقاء کیفیت خدمات به مردم(1) -توسعه بنادر (2) -افزایش کیفیت ساخت و ساز (5) -افزایش طول عمر ساختمان (5) -کاهش مصرف انرژی (5) -تسهیل در امور ادارات کل (5) -ارتقاء کیفیت خدمات به مردم (5) -افزایش کیفیت زیر ساخت شبکه ریلی (6) -افزایش ظرفیت خطوط(6) -کاهش مصرف انرژی(6) -تسهیل در امور ادارات کل(6) -ارتقاء کیفیت خدمات به مردم(6)</p>	<p>-مدیران(1) -کارشناسان(1) -هدایت های کلی(1) -کسب اطلاعات(1) -مدیریت و ساختار سازمانی (2) -اهداف (2) -ماموریت و چشم انداز (2) -به روزرسانی چارت سازمانی و ساختار تفصیلی دوره های آموزشی (4)</p>	<p>-قوانین، آیین نامه‌ها، شیوه نامه‌ها(1) -نظارت عالی بر عملکرد پروژه های مصوب ابلاغی در سراسر کشور(1) -توزیع اعتبارات(1) -جمع آوری اطلاعات ماشین آلات استان‌ها(1) -رسیگی به شکایات(1) -نظارت عالی بر نگهداری آزادراه های کشور و ساماندهی ایستگاه های عوارضی(1) -پاسخگویی به سوالات(1) -گزارشهای آماری (2) -قوانین و مقررات(2) -سامانه های فعال(2) -نیروی انسانی(2) -دوره های آموزشی شغلی(2) -گزارشهای کنترل پروژه(2) -گزارشهای داخلی (ارزیابی عملکرد، مالی و ...) (2) -سرمایه گذاری خارجی(2) -کنترل سیستم مدیریت کیفیت(2) -صدور مجوز و گواهی نامه ها(2) -آیین نامه ها(2) -اسناد بالادستی و سیاست های ابلاغی در حوزه حمل و نقل (3) -قوانین، آیین نامه‌ها، دستورالعمل ها (6) -مدارک صلاحیت حرفه ای (6) -برگزاری آزمون ورود به حرفه (6) -نظارت بر دوره های آموزشی (6) -رسیگی به شکایات (6) -صدور مجوز فعالیت درحوزه حمل و نقل ریلی (6) -پاسخگویی به سوالات (6)</p>	<p>-قوانین و آیین نامه ها، شیوه نامه ها (5) -مدارک صلاحیت حرفه ای (5) -برگزاری آزمون ورود به حرفه (5) -نظارت بر دوره های آموزشی (5) -رسیگی به شکایات (5) -صدور پروانه اشتغال به کار (5) -پاسخگویی به سوالات (5)</p>	<p>بدنه وزارت و بخش های استانی وزارت</p>
---	--	--	--	--	---	--

<p>پورتال سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای (1)</p> <p>انتشارات و کتابخانه (2)</p> <p>پیش بینی امواج دریاهای ایران (2)</p> <p>وضعیت پارامترهای دریا (2)</p> <p>قوانین و دستورالعمل‌های مدیریت و مهندسی سواحل کشور (2)</p> <p>نرم افزار مدل ایرانی pmodynamics (2)</p> <p>هواشناسی دریایی (2)</p> <p>درگاه پژوهش MPR (2)</p> <p>انتشار اطلاعات فنی و مباحث مقررات ملی ساختمان بصورت الکترونیک (5)</p> <p>زیرپرتال معاونت مسکن و ساختمان (5)</p> <p>پورتال راه آهن</p> <p>انتشار اطلاعات فنی و مباحث مقررات حمل و نقل ریلی به صورت الکترونیک</p> <p>پورتال مرکز آموزش و تحقیقات راه آهن</p>	<p>پروژه‌های پژوهشی (1)</p> <p>آمار و اطلاعات عملکردی (1)</p> <p>همکاری‌های آموزشی (1)</p> <p>فعالیت‌های اجرایی (1)</p> <p>پروژه های پژوهشی (2)</p>	<p>افزایش کیفیت و ایمنی در حوزه حمل و نقل جاده‌ای (1)</p> <p>کاهش مصرف انرژی (1)</p> <p>بهبود در تدوین شیوه نامه و اصلاح قانون و آیین نامه (1)</p> <p>ارتقاء سطح کیفیت مهندسی (1)</p> <p>ارزیابی سوانح دریایی (2)</p> <p>توسعه دانش ملی و ارتقاء جایگاه (2)</p> <p>بین المللی در حوزه سواحل و سازه های دریایی (2)</p> <p>نظرسنجی های تخصصی (3)</p> <p>افزایش کیفیت ساخت و ساز (5)</p> <p>افزایش طول عمر ساختمان (5)</p> <p>کاهش مصرف انرژی (5)</p> <p>بهبود در تدوین شیوه نامه و اصلاح قانون و آیین نامه (5)</p> <p>ارتقاء سطح کیفیت مهندسی (5)</p> <p>افزایش کیفیت زیر ساخت شبکه ریلی (6)</p> <p>افزایش ظرفیت خطوط (6)</p> <p>کاهش مصرف انرژی (6)</p> <p>بهبود در تدوین شیوه نامه و اصلاح قانون و آیین نامه (6)</p> <p>ارتقاء سطح کیفیت خدمات حمل و نقل ریلی (6)</p> <p>افزایش بهره وری ناوگان (6)</p>	<p>شناسایی نقش و کارکرد (1)</p> <p>استفاده از تجربیات عملی (1)</p> <p>برگزاری همایش، سمینار و مراسم (2)</p> <p>دوره های مشترک آموزشی مراکز آموزشی مورد تایید (4)</p>	<p>حمایت از پایان نامه‌ها (1)</p> <p>طرح‌های مطالعاتی بخش حمل و نقل جاده‌ای (1)</p> <p>طرح جامع حمل و نقل هوشمند (1)</p> <p>تهیه و تدوین قوانین، مقررات، آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه حمل و نقل جاده‌ای (1)</p> <p>پروژه های مطالعاتی و تحقیقاتی (1)</p> <p>اطلاعات تحلیلی (1)</p> <p>خلاصه آمار مورد نیاز حوزه راهداری و حمل و نقل جاده‌ای (1)</p> <p>مطالعات مهندسی سواحل و بنادر (2)</p> <p>طرح‌های جامع بنادر (2)</p> <p>اطلاعات آماری (2)</p> <p>قوانین و آیین نامه ها (2)</p> <p>مقالات و انتشارات (2)</p> <p>طرح‌های پژوهشی (2)</p> <p>گزارش‌های عمومی (2)</p> <p>اسناد بالادستی و سیاست های ابلاغی در حوزه حمل و نقل (3)</p> <p>سالنامه آماری حمل و نقل منتشره کشور (3)</p> <p>گزارش سازمان های بین المللی در موضوع حمل و نقل کشور (3)</p> <p>حمایت از پایان‌نامه‌ها (6)</p> <p>طرح‌های مطالعاتی بخش حمل و نقل ریلی (6)</p> <p>تهیه و تدوین قوانین، مقررات، آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های حوزه حمل و نقل ریلی (6)</p> <p>پروژه های مطالعاتی و تحقیقاتی (6)</p> <p>اخلاق حرفه ای (6)</p> <p>ارائه خدمات آموزشی (6)</p> <p>تعیین صلاحیت شرکت ها و موسسات آموزشی خصوصی جهت همکاری با راه آهن (6)</p> <p>مجوز کارآموزی و پروژه های دانشگاهی (6)</p>	<p>حمایت از پایان نامه ها (5)</p> <p>طرح های مطالعاتی بخش مسکن (5)</p> <p>طرح جامع مسکن (5)</p> <p>تهیه و تدوین قوانین، مقررات، آیین نامه ها و دستورالعمل های حوزه ساخت و ساز و مباحث مقررات ملی ساختمان (5)</p> <p>پروژه های مطالعاتی و تحقیقاتی (5)</p> <p>اخلاق حرفه ای (5)</p> <p>مهندسی 1414 (5)</p> <p>توسعه مهندسی ساختمان (5)</p>	<p>مراجع تحقیقاتی (دانشگاه‌ها، دانشجویان، شرکت‌ها، پژوهشگران، تحلیلگران و ...)</p>
--	---	---	--	---	---	--

<p>www.rmtو.ir (1)</p> <p>پرتال سازمان و بنادر ایران (2)</p> <p>بانک اطلاعات و دانستنی های دریایی ایران (2)</p> <p>Rai.ir (6)</p>	<p>پورتال سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای (1)</p> <p>پورتال راه آهن (6)</p>	<p>تهیه برنامه و گزارش (1)</p> <p>کسب و ارائه خبر (1)</p> <p>ایجاد آگاهی برای سرمایه‌گذاری (1)</p> <p>ارتباط مردمی (1)</p> <p>هدایت‌های اجتماعی برای فعالیت های مورد نیاز (1)</p> <p>شماره های تماس (2)</p> <p>چاپ آگهی های استخدامی و آگهی برگزاری مناقصات و مزایده (4)</p>	<p>افزایش کیفیت و ایمنی در حوزه حمل و نقل جاده‌ای (1)</p> <p>کاهش مصرف انرژی (1)</p> <p>اطلاع رسانی عمومی (1)</p> <p>اخبار (2)</p> <p>اظهارات مسئولین (2)</p> <p>کنفرانسهای خبری (2)</p> <p>همایشهای ملی و بین المللی (2)</p> <p>نشریات تخصصی (2)</p> <p>افزایش کیفیت ساخت و ساز (5)</p> <p>افزایش طول عمر ساختمان (5)</p> <p>کاهش مصرف انرژی (5)</p> <p>اطلاع رسانی عمومی (5)</p> <p>افزایش کیفیت زیر ساخت شبکه ریلی (6)</p> <p>افزایش ظرفیت خطوط و ناوگان (6)</p> <p>کاهش مصرف انرژی (6)</p> <p>اطلاع رسانی عمومی (6)</p> <p>گسترش شبکه ریلی (6)</p>	<p>معرفی و شناسایی فعالیت‌ها (1)</p> <p>آگاهی اجتماعی (1)</p> <p>نقش و اهمیت (1)</p> <p>اظهارات مسئولین (2)</p> <p>کنفرانسهای خبری (2)</p> <p>همایشهای ملی و بین المللی (2)</p> <p>نشریات تخصصی (2)</p>	<p>اطلاع‌رسانی از طریق مطبوعات، خبرگزاری‌ها، صدا و سیما و وبسایت سازمان (1)</p> <p>اظهارات مسئولین (1)</p> <p>نظرسنجی و افکارسنجی (1)</p> <p>انتشار جوابیه، اصلاحیه یا تکذیبیه از طریق مطبوعات و رسانه‌های دیداری و شنیداری (1)</p> <p>کنفرانس‌های خبری (1)</p> <p>انتشار ماهنامه داخلی، کتاب، بولتن، خبرنامه، برشور (1)</p> <p>اطلاعیه ثبت‌نام آزمون‌ها (1)</p> <p>همایش‌ها و نمایشگاه‌ها (1)</p> <p>اخبار (2)</p> <p>اظهارات مسئولین (2)</p> <p>کنفرانسهای خبری (2)</p> <p>همایشهای ملی و بین المللی (2)</p> <p>نشریات تخصصی (2)</p> <p>اخبار پروژه‌های آماده بهره برداری (3)</p> <p>اخبار پروژه‌های مهم در دست اجرا (3)</p> <p>اخبار نمایشگاه‌های مرتبط با حوزه حمل و نقل (3)</p> <p>اخبار (6)</p> <p>اظهارات مسئولین (6)</p> <p>کنفرانس‌های خبری (6)</p> <p>انتشار کتاب، بولتن، خبرنامه، برشور (6)</p> <p>اطلاعیه ثبت‌نام آزمون‌ها (6)</p> <p>همایش‌ها (6)</p>	<p>اخبار (5)</p> <p>اظهارات مسئولین (5)</p> <p>کنفرانس‌های خبری (5)</p> <p>انتشار کتاب، بولتن، خبرنامه، برشور (5)</p> <p>اطلاعیه ثبت نام آزمون‌ها (5)</p> <p>همایش‌ها (5)</p>	<p>رسانه‌ها (تلویزیون، رادیو، مطبوعات، وبسایت‌های خبری، ...)</p>
---	--	--	--	---	--	---	--

<p>پورتال سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای (1) پورتال سازمان و بنادر ایران (2) بانک اطلاعات و دانستنیهای دریایی ایران (2) پایگاههای تخصصی سازمان (11 پایگاه) پایگاه های اطلاعاتی شرکتها و مراکز مرتبط با صنعت دریانوردی (2) Rai.ir (6)</p>	<p>پورتال سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای (1) آمار و عملیات تخلیه و بارگیری (2) زیرپرتال معاونت مسکن و ساختمان (5) پورتال راه آهن (6)</p>	<p>تهیه قوانین و مقررات در حوزه حمل و نقل جاده‌ای براساس آمار واقعی (1) ارزیابی سوانح دریایی (2) رسیدگی به پرونده های حقوقی (2) تدوین قوانین و مقررات (2) لوایح پیشنهادی دولت در حوزه مدیریت منابع انسانی (4) قانون مدیریت و خدمات کشوری (4) شفاف سازی امر ساخت و ساز (5) تهیه قوانین و مقررات در حوزه ساخت و ساز بر اساس آمار واقعی (5) شفاف سازی امر ساخت و توسعه شبکه ریلی (6) تهیه قوانین و مقررات در حوزه ریلی براساس آمار واقعی (6) شفاف سازی ارائه خدمات حمل و نقل ریلی (6)</p>	<p>پشتیبانی و حمایت (1) تصحیح برنامه ها (1) نقدهای هدایتی (1) تصویب و پیگیری مصوبات و مکاتبات (هیات عامل، دولت و شورای مسکن و حمل و نقل) (2)</p>	<p>آمار و اطلاعات حوزه حمل و نقل جاده‌ای (1) گزارش عملکرد بخش حمل و نقل جاده‌ای (1) برنامه و بودجه (1) ایجاد قوانین مورد نیاز (1) کنوانسیونهای بندری و دریایی (2) یادداشت تفاهم و توافقات (2) گزارشهای عمومی (2) کمیسیون تلفیق (2) آمار و اطلاعات حوزه حمل و نقل ریلی (6) گزارش عملکرد بخش حمل و نقل ریلی (برنامه ریزی و اقتصاد حمل و نقل ریلی) (6)</p>	<p>آمار و اطلاعات حوزه مسکن و ساختمان (5) گزارش عملکرد بخش مسکن (برنامه ریزی و اقتصاد مسکن) (5)</p>	<p>دولت و مجلس (وزارتخانه-ها و زیرمجموعه‌هایشان، مجلس و نهادهای تحت نظر آن) (G2G)</p>
--	---	--	---	--	--	---