

کمپین بین المللی مبارزه با کرونا

معاونت بین الملل
دانشگاه علوم پزشکی تهران

زمستان ۱۳۹۸
February 2020



TEHRAN UNIVERSITY
OF
MEDICAL SCIENCES



www.en.tums.ac.ir

#I_am_a_corona_fighter

چشم انداز

کمپین پیشرو در سطح منطقه در زمینه افزایش آگاهی به زبان های فارسی، عربی، انگلیسی و اردو برای مقابله با COVID-2019



درباره ما

کمپین داوطلبانه دانشجویی چند زبانه Corona Fighters با مشارکت افراد و متخصصین بین المللی، بزرگترین پوشش مبارزه با ویروس COVID-19 در خاورمیانه است که روش های تایید شده مقابله و پیشگیری با شیوع آن را در اختیار جامعه ی ملی و بین المللی قرار می دهد و الهام بخش و حامی میلیون ها نفر در خاورمیانه، جنوب آسیا، آفریقا، آمریکا و اروپا خواهد بود. این کمپین آگاهی مردم، گروه ها و سازمان ها را در سطح ملی و بین المللی ارتقا می بخشد و راه حل هایی را برای مقابله با COVID-19 ارائه می دهد.

اهداف

۱. افزایش سطح آگاهی جامعه در سطح ملی، منطقه ای و بین المللی
۲. به اشتراک گذاشتن درس آموخته ها (Lessons learned) و تجربیات کسب شده، و راه حل های درمانی و مدیریتی موثر در ایران در مواجهه با این بحران، با متولیان سلامت در سایر کشورها، کادر پزشکی، درمانی و دانشجویان پزشکی
۳. مقابله با خبرهای جعلی پیرامون COVID-19
۴. ارائه راه حل های خلاقانه در کنترل COVID-19
۵. کمک به بیماران و مراقبین آنان در منزل
۶. کاهش شیوع بیماری و جلوگیری از انتشار آن در جوامع جدید
۷. حمایت روانی-اجتماعی برای افراد در مناطق در معرض خطر
۸. تحریک مسئولیت پذیری اجتماعی در افراد و گروه ها

مخاطبین

- دانشجویان بین الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران و سایر دانشگاه ها
- وزارتخانه ها، سازمان ها، بیمارستان ها، پزشکان، پرستاران و دانشجویان پزشکی سایر کشور های خاورمیانه
- مخاطب فارسی زبان در داخل و خارج از کشور
- اتباع خارجی ساکن ایران در ارتباط با دانشجویان بین الملل
- مردم منطقه خاورمیانه، جنوب آسیا و آفریقا

پیام ها و خروجی اصلی کمپین

خدمات و محصولات:

- اطلاعاتی های بهداشتی مبتنی بر مستندات
- دستور العمل های مراقبتی و پیشگیری شامل مراقبت فردی، سازمانی، محل کار و زندگی، خوابگاه ها، اماکن درمانی و...
- چک لیست های بهداشتی ویژه اماکن و محل های تجمع
- روش های حرفه ای آزمایش شده، کارآمد و موثر در زمینه ارائه خدمات درمانی به بیماران
- فرم های ارزیابی و غربالگری افراد مشکوک
- نشان، لوگو، بچ و المان های کمپین
- محتوی چندرسانه ای شامل آموزش های مراقبتی، تجارب شخصی موفق، سرگرمی های آموزشی
- پیام ها و سخنرانی های انگیزشی از شخصیت های معتبر علمی، هنری و ...
- آموزش مجازی برای دانشجویان پزشکی، پزشکان و پرستاران شاغل در سایر کشورها
- مشاوره تخصصی برخط برای کادر پزشکی و پرستاران سایر کشورها
- مشاوره پزشکی برخط
- مشاوره روانپزشکی برخط
- خودارزیابی برخط

رسانه های کمپین

کانال های تبلیغاتی در قالب وبسایت و Landing page
کانال های تبلیغاتی در شبکه های اجتماعی از جمله: Instagram، WhatsApp و ...

شرکا

جلب همکاری سفارت خانه کشورهای منطقه از جمله پاکستان، هند، عراق و افغانستان و ...
شناسایی و برقراری ارتباط با شرکای ملی، منطقه ای و بین المللی شامل کمپین های آگاهی رسانی،
سازمان های مردم نهاد و افراد داوطلب، یونسکو و یونیسف
جلب همکاری استارت آپ های حوزه سلامت با نگاه منطقه ای و بین المللی
جلب همکاری سازمان های سلامت محور از جمله WHO-EMRO، M8 و ...

بودجه

منابع مالی معاونت بین الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران و کمک های داوطلبانه

زمان

آغاز برنامه: ۳۰ بهمن ماه ۱۳۹۸ پایان: ۳۱ مرداد ماه ۱۳۹۹

منابع

منابع انسانی

دانشجویان ایرانی و بین الملل دانشگاه علوم پزشکی تهران و سایر دانشگاه های کشور و منطقه،
دانشجویان ایرانی مشغول به تحصیل در سایر کشورها، کارکنان و اعضای هیات علمی دانشگاه علوم
پزشکی تهران که به صورت داوطلبانه در این کمپین حضور خواهند داشت.

- کمیته مرکزی: ۱۰ نفر
- کمیته پشتیبانی: ۱۰۰ نفر

منابع مالی

تجهیزات و زیرساخت های مورد نیاز:

- سیستم سرور و پشتیبانی و بکاپ گیری برای پایگاه داده های کمپین
- منابع مورد نیاز برای تولید المان ها و هدایای مرتبط با کمپین

سرمايه مخاطبين

- جذب بیش از ۱۰۰ هزار مخاطب در کشور و منطقه
- راه اندازی سیستم ردیابی و امتیاز دهی ویژه ی مخاطبین
- برگزاری جشنواره فرهنگی-هنری ویژه Corona Fighters در سطح ملی و بین المللی

روش اجرا

- تیم سازی چند ملیتی از متخصصین طراحی، تولید محتوا، بازاریابی محتوایی و اجتماعی، رسانه و متخصصین سلامت
- اجرای نسخه آزمایشی کمپین تحت وب و شبکه های اجتماعی
- اجرای نسخه اصلی همراه با به روز رسانی منظم فرآیند ها، محصولات و خدمات

پایش کمپین

- کند شدن شیب انتشار وپروس
- کاهش ترس و افزایش حس امنیت در جامعه
- وبومتریک و تحلیل وب سایت و شبکه های اجتماعی کمپین
- تبدیل ۱۰ درصدی مخاطبان به مشتریان یا شرکای جدید
- افزایش حد اقل دو برابری رویت پذیری (visibility) دانشگاه در سطح بین الملل
- تثبیت جایگاه دانشگاه به عنوان پیشگام و رهبر در حوزه دیدبانی سلامت و مرجعیت علمی در سطح منطقه و بین الملل