



## Inland Regional Center

### Mga Patakaran sa Mga Digital na Komunikasyon

#### **SEKSYON 1: PAHAYAG NG LAYUNIN NG MGA DIGITAL NA KOMUNIKASYON**

Kasama sa mga digital na komunikasyon ng IRC ang inlandrc.org, mga account ng IRC sa social media, mga publication sa email, at anupamang komunikasyong nasa web. Ang layunin ng digital na komunikasyon ng IRC ay *isulong* ang *misyong*, *mensahe*, *at brand* ng *Inland Regional Center (IRC)* sa mga pangunahing audience. Ang mga audience na ito ay sama-samang tinutukoy bilang Komunidad ng IRC at kinabibilangan ng mga Kliyente, kanilang pamilya, vendor, katuwang sa komunidad, Community Based Origination (CBO) na nakakatanggap ng pagpopondo ng grant mula sa Department of Developmental Services (DDS), at media.

Isasakatuparan ang paghahatid ng mensahe at promosyon ng brand sa paraang madaling maiaangkop para matugunan ang iba't iba at nagbabagong pangangailangan habang nagbibigay ng naka-target at angkop sa user na content. Ang komunikasyon ng IRC ay magsisilbi ring tagapagbigay ng kasalukuyang impormasyon sa komunidad ng IRC sa paraang angkop, nakakaengganyo, at madaling maunawaan.

Ang madiskarteng direksyon ng digital na komunikasyon ng IRC ay tinutukoy at sinusubaybayan ng yunit ng Pakikipag-ugnayan sa Komunidad (Community Engagement o CE) ng IRC. Sa pangangasiwa ng Tagapangasiwa ng Programa - Pakikipag-ugnayan sa Komunidad ng IRC, pinapamahalaan ng CE ang content, disenyo, paggawa, functionality, paghahatid ng mensahe, at pangangasiwa ng lahat ng IRC na nasa web.

#### **SEKSYON 2: TUNGKULIN NG PAKIKIPAG-UGNAYAN SA KOMUNIDAD**

Pinapangasiwaan ng CE ang mga diskarte at inisyatiba sa marketing ng IRC para sa web at print media. Kasama rito ang pagmamay-ari sa content, pagpili ng mga malikhaing element at paraan ng pamamahagi. Binubuo ang CE ng mga marketing, content, at technical professional na nagpupulong linggo-linggo para:

- (1) Pangasiwaan ang komunikasyon at kolaborasyon ng iba't ibang departamento
- (2) Tukuyin, linawin, at italaga ang mga gawain, patakaran, kagawian, at pasyang kinakailangan para mapanatili ang inlandrc.org sa paraang naaayon sa layuning nakadetalye rito.
- (3) Tiyaking akma sa iba't ibang kultura at wika ang inlandrc.org at lahat ng social media platform.

#### **SEKSYON 3: WEB TEAM**

Binubuo ang Web Team ng mga sumusunod na miyembro: Tagapangasiwa ng Programa - Pakikipag-ugnayan sa Komunidad, Tagapamahala- Pakikipag-ugnayan sa Komunidad, Espesyalista sa Pakikipag-ugnayan sa Komunidad, Espesyalista sa Kultura ng Bingi at May Problema sa Pandinig, Espesyalista sa Kultura, Technician ng Serbisyo sa Mamimili (Consumer Service Technician o CST) III,



Tagapamahala/Direktor ng Information Technology, Tagapangasiwa ng Network, at Mga Coordinator ng Mga Serbisyong Pang-emergency (Emergency Services Coordinator o ESC) ng IRC.

Ang mga responsibilidad ng Web team ay kinabibilangan ng, pero hindi limitado sa:

- Paggawa at pag-post ng content, habang sumusunod sa mga pamantayan sa istilo at larawan na binuo ng IRC
- Pagiging pangunahing contact para sa mga pagbabago/pag-update ng content
- Aktwal na pagpapagana ng content at functionality ng website

#### **SEKSYON 4: KINAKAILANGANG CONTENT**

Sa mga sitwasyon kung saan ang IRC ay inaatasan ng batas o ng Department of Developmental Services (DDS) na mag-post sa inlandrc.org, ang content ay aaprubahan ng Punong Direktor, Direktor ng Mga Serbisyo sa Komunidad, o kanilang designee.

- Dapat iginagalang ng lahat ng materyal sa marketing ang iba't ibang kultura at dapat isinusulong nito ang pagiging bukas sa lahat ng etnisidad, lahi, at kasarian.
- Ang lahat ng materyal sa marketing ay nasa English at Spanish at angkop sa American Sign Language (ASL).

#### **SEKSYON 5: MGA PAGPAPASYA SA CONTENT**

Bilang mga pangunahing eksperto sa web ng ahensya, ang Web Team ng IRC ang responsable sa lahat ng pagpapasya sa content/post na hindi kasama sa tinalakay sa SEKSYON 4. Sinusuri ng team na ito ang viability, sustainability, at halaga ng lahat ng content.

#### **SEKSYON 6: MGA PINAUNLAKANG POST**

Gaya ng nakasaad sa SEKSYON 1, ang pangunahing tungkulin ng mga digital na komunikasyon ng IRC ay isulong ang misyon, mensahe, at brand ng Inland Regional Center. Ang mga kahilingan ng mga panlabas na ahensya na mag-advertise ng mga event o resource ay dapat itinuturing na maisasagawa at akma ng Web Team ng IRC at may pag-apruba mula sa Tagapamahala ng CE na may pangangasiwa ng Tagapangasiwa ng Programa ng CE. Kung maaaprubahan ang isang kahilingan sa pag-post, nakalaan sa Web Team ang karapatang magpasya kung paano pinakamainam na ipepresenta ang impormasyon. Karaniwang lalabas ang mga pinaunlakang post sa web calendar at Twitter ng IRC.

Dapat ipadala ang mga kahilingan sa pag-post sa [community@inlandrc.org](mailto:community@inlandrc.org), nang hindi lalampas sa 45 araw bago ang petsa ng event.

- Dapat iginagalang ng lahat ng materyal sa marketing ang iba't ibang kultura at dapat isinusulong nito ang pagiging bukas sa lahat ng etnisidad, lahi, at kasarian.
- Dapat nasa English at Spanish ang lahat ng materyal sa marketing.
- Ang materyal sa marketing na hindi English at Spanish ay dapat may POC para sa mga tulong sa wika para maisama ang American Sign Language (ASL).

Maaaring idirekta ang mga tanong o alalahanin tungkol sa patakarang ito sa [community@inlandrc.org](mailto:community@inlandrc.org)