

۲۰۲۰-۱۵

۹۷۸۷۳۱۲۱

به نام آنکه جان را فکرت آموخت

چراغ دل به نور دانش افروخت

مدیریت روابط عمومی دولتی

(جلد دوم)

نویسندگان:

مهدی باقریان

هادی کمرئی - محمد حمدان بن حاجی عدنان



کتابخانه روابط عمومی

تمامی حقوق محفوظ است. هیچ بخشی از این کتاب، بدون آن که قبلاً اجازه کتبی «کارگزار روابط عمومی» اخذ شده باشد نباید تکثیر، ضبط و یا به هر شکلی اعم از الکترونیکی، مکانیکی، فتوکپی، ضبط صوتی یا غیر آن انتقال داده شود.

فهرست مطالب

فصل ۶: سطوح روابط عمومی دولتی در ایران

۲	مقدمه
۳	سطوح روابط عمومی دولتی در ایران
۳	الف) روابط عمومی بین الملل
۸	۱- روابط عمومی بین المللی
۸	۱-۱- تأثیر گذاشتن سایر کشورها
۱۳	۱-۱-۱- موانع و راهکارها
۳۱	مطالعه موردی/ نقش روابط عمومی در بازار باس مقاصد گردشگری
۳۷	مطالعه موردی/ نمونه ای از تلاش های روابط عمومی دولتی بین المللی
۴۰	۲-۱- دیپلماسی
۴۱	۱-۲-۱- انواع دیپلماسی
۴۱	اول) دیپلماسی عمومی
۴۲	دوم) دیپلماسی شبکه ای
۴۲	سوم) تله دیپلماسی
۴۲	چهارم) دیپلماسی مجازی
۴۲	پنجم) دیپلماسی دیجیتال
۴۴	ششم) دیپلماسی اقتصادی
۴۵	۲-۲-۱- دیپلماسی عمومی
۴۷	اول) اهمیت دیپلماسی عمومی
۴۸	دوم) تعریف دیپلماسی عمومی
۵۱	سوم) انواع دیپلماسی عمومی
۵۸	مطالعه موردی/ دیپلماسی رسانه ای آمریکا
۶۰	چهارم) عوامل موفقیت در دیپلماسی عمومی
۶۱	۳-۲-۱- دیپلماسی عمومی قرن بیست و یکم
۶۲	۴-۲-۱- نقش شرکت های تجاری در درک جهانی از یک ملت
۷۰	۵-۲-۱- دیپلماسی رسانه ای
۷۷	۶-۲-۱- روابط عمومی و دیپلماسی
۸۰	۶-۲-۱- الگوی مبتنی بر روابط عمومی داخلی

۸۱	۱-۲-۲- الگوی مبتنی بر روابط عمومی دولتی
۸۲	پنجم) تفاوت بین روابط عمومی دولتی و دیپلماسی عمومی
۸۲	۱-۲-۷- دیپلماسی ایران در صحنه های بین المللی
۸۴	مطالعه موردی/ نمونه ای از تلاش های روابط عمومی دولتی بین المللی در ایران: گفتگوی تمدن ها
۸۸	۱-۳- سازمان های غیر دولتی
۸۹	۱-۴- سازمان های روابط عمومی خارجی
۹۲	۱-۵- استفاده از فرصت های بین المللی
۹۳	۱-۶- مبارزه اطلاعاتی و جنگ نرم
۹۴	مطالعه موردی/ روابط عمومی در رسانه و سیاست
۹۶	۱-۷- برخی پیشنهاد های راهبردی
۹۹	ب) روابط عمومی در سطح ملی
۹۹	۱. روابط عمومی ر قوه مجریه
۹۹	۱-۱- مرکز ارتباطات مردمی ریاست جمهوری
۱۰۰	۱-۲- ساختار نظارتی پاسخگو ارتباطات مردمی در کشور
۱۰۱	۱-۳- ارتباطات مردمی بخش عمومی
۱۰۴	۱-۴- شبکه ارتباطی و خدمات دولت
۱۰۶	۱-۴-۱- تاریخچه شبکه دولت
۱۰۷	۱-۴-۲- هدف شبکه دولت
۱۱۳	۲. شورای اطلاع رسانی دولت
۱۱۳	۲-۱- تشکیل شورای هماهنگی تبلیغات دولت
۱۱۶	۲-۲- تشکیل شورای اطلاع رسانی دولت
۱۱۸	۲-۳- تشکیل شورای اطلاع رسانی در هر دستگاه دولتی
۱۲۱	۲-۴- اصلاح آیین نامه چگونگی تعیین و حدود وظایف سخنگو دولت و تشکیل شورای اطلاع رسانی دولت
۱۲۳	۲-۵- تشکیل مجمع مدیران کل روابط عمومی و شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه های اجرایی
۱۲۴	۳. روابط عمومی در قوه مقننه
۱۲۵	۳-۱- تقویت روابط بین مجلس و مردم
۱۲۵	۳-۲- دیوان محاسبات
۱۲۵	۳-۳- تشکیل فراکسیون روابط عمومی و رسانه
۱۲۷	۳-۳-۱- انتخاب اعضای هیات ریسه فراکسیون روابط عمومی و رسانه
۱۲۸	۳-۳-۲- نخستین جلسه هیات ریسه فراکسیون روابط عمومی و رسانه مجلس
۱۲۸	۳-۳-۳- روابط عمومی ها مرکز هدایت و مغز متفکر یک سازمان هستند
۱۲۹	۳-۳-۴- نقش موثر روابط عمومی ها در دنیای ارتباطات
۱۲۹	۳-۳-۵- باید از ظرفیت رسانه ها برای ارتقای کشور استفاده شود
۱۳۰	۴. روابط عمومی در قوه قضاییه
۱۳۳	۴-۱- تاریخچه روابط عمومی قوه قضاییه
۱۳۳	۴-۲- ویژگی های روابط عمومی دستگاه قضایی

۱۳۵	۳-۴- دامنه اطلاع رسانی در قوه قضاییه
۱۴۴	۴-۴- عملکرد رسانه در دستگاه قضایی جمهوری اسلامی ایران
۱۴۹	۵-۴- عمده‌ترین عملکرد اداره کل روابط عمومی و اطلاع رسانی قوه قضاییه
۱۵۰	۶-۴- مرکز ارتباط مردمی قوه قضاییه
۱۵۶	۷-۴- رسیدگی به شکایت‌های مردمی از سازمان‌های دولتی
۱۵۸	۸-۴- نتایج یک تحقیق
۱۶۰	۹-۴- پاسخگویی قضایی
۱۷۲	۱۰-۴- برخی مقررات
۱۷۲	۱-۱۰-۴- بخشنامه به همه واحدهای قضایی، اداری و سازمان‌های وابسته دادگستری جمهوری اسلامی ایران
۱۷۲	۲-۱۰-۴- تهیه و انتشار خبرنامه از سوی مراجع قضایی به صورت متمرکز و با هماهنگی
۱۷۳	۳-۱۰-۴- آرم‌ها و رنگی با اداره کل روابط عمومی قوه قضاییه جهت تهیه گزارش، خبر و
۱۷۳	۴-۱۰-۴- هماهنگی قضات جهت انجام هر گونه مصاحبه، تهیه فیلم، ارایه گزارش و
۱۷۴	۵-۱۰-۴- هماهنگی معاونان ادار و قضایی با اداره کل روابط عمومی و تشریفات در مورد
۱۷۴	۶-۱۰-۴- آیین نامه نظام جامع اطلاع رسانی قوه قضاییه
۱۷۷	پ- ارکان نظام جامع اطلاع رسانی قوه قضاییه
۱۸۶	ج- روابط عمومی در سطح دستگاهی
۱۹۳	د- روابط عمومی در سطح استان
۱۹۴	۱. شرح وظایف مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی در کشور
۲۰۳	۲. شرح وظایف اداره کل روابط عمومی استانداری‌ها
۲۳۸	۳. شورای هماهنگی روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرائی در استانداری‌ها
۲۴۰	۴. شورای اطلاع رسانی استان
۲۴۲	۵. ارتقای جایگاه روابط عمومی در دوره دولت مهر
۲۴۳	۶. تنزل جایگاه روابط عمومی در دوره دولت تدبیر و امید
۲۵۰	ه- روابط عمومی در سطح محلی
۲۵۰	۱. فرمانداری‌ها
۲۵۵	۲. شوراهای اسلامی و سایر مراجع محلی
۲۵۹	آغازی نو

فصل ۷: ساختار روابط عمومی دولتی در ایران

۲۶۴	مقدمه
۲۶۴	مفهوم ساختار سازمانی
۲۶۵	سازمان‌ها به عنوان نظام
۲۶۵	نظام‌های باز و بسته
۲۶۸	روابط عمومی در سیستم‌های باز
۲۷۲	نمودارهای سازمانی روابط عمومی

۲۷۴	ماهیت کار روابط عمومی
۲۷۶	وظایف کلی روابط عمومی دولتی
۲۸۰	الف) جایگاه روابط عمومی در سازمان‌های دولتی قبل از انقلاب اسلامی
۲۸۱	نخستین تشکیلات روابط عمومی در ایران
۲۸۴	روابط عمومی دولتی: خشت اول
۲۸۸	ب) جایگاه روابط عمومی در سازمان‌های دولتی پس از پیروزی انقلاب اسلامی
۲۹۰	اول: ساختارها و وظایف پیشنهادی روابط عمومی‌های دستگاه‌های اجرایی
۲۹۰	۱. شرح وظایف پیشنهادی هماهنگ درباره روابط عمومی‌ها
۲۹۲	۲. ابلاغیه اداره کل تبلیغات معاونت مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۲۹۳	۱-۲- جایگاه تشکیلاتی روابط عمومی
۲۹۳	۲-۲- وظایف اساسی روابط عمومی
۲۹۵	۲-۳- بودجه و اعتبارات
۲۹۵	۲-۴- تشکیلات سازمانی
۲۹۷	۳. مصوبه شورای عالی اداری در خصوص بند (ه) ماده (۲) و بند (۴) قسمت (ب) ماده
۳۰۹	۴. آیین‌نامه نحوه فعالیت، وظایف و اختیارات روابط عمومی دستگاه‌های اجرایی
۳۱۲	۱-۴- ضوابط فعالیت پایگاه‌های اطلاع‌رسانی دستگاه‌های اجرایی
۳۱۳	۲-۴- اصلاح آیین‌نامه نحوه فعالیت وظایف اختیارات روابط عمومی دستگاه‌های اجرایی
۳۱۴	۵. مصوبه ضوابط سازماندهی وظایف فعالیت عمومی
۳۱۴	۱-۵- مصوبه شورای عالی اداری در خصوص ضوابط سازماندهی وظایف و فعالیت‌های
۳۱۶	۲-۵- بخشنامه به کلیه وزارتخانه‌ها و موسسات دولتی
۳۱۸	الف- گروه بندی وظایف و فعالیت‌های عمومی زیر نظر رئیس یا بالاترین مقام دستگاه
۳۲۰	ب- گروه بندی وظایف و فعالیت‌های عمومی زیر نظر معاونت توسعه مدیریت و
۳۲۳	۳-۵- تغییرات ایجاد شده در سطح سازمانی واحدهای روابط عمومی استانداری‌ها
۳۲۸	۶. قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات
۳۲۸	۱-۶- راهاندازی سامانه دسترسی آزاد به اطلاعات
۳۴۶	۷. منشور حقوق شهروندی
۳۴۷	۱-۷- عدالت علنی و تضمین حقوق شهروندی
۳۴۷	دوم: شرح کلی وظایف روابط عمومی دولتی در ایران
۳۴۷	۱. فعالیت‌های مدیریتی
۳۴۸	۲. فعالیت‌های مشاوره‌ای
۳۴۸	۳. مطالعات و تحقیقات
۳۴۹	۴. ارتباطات رسانه‌ای
۳۵۰	۱-۴- ابتکارات رسانه ای
۳۵۰	۲-۴- مشکلات و چالش‌ها
۳۵۰	۳-۴- برنامه های آینده
۳۵۱	۵. ارتباطات مردمی

۳۵۱	۶. ارتباطات کارمندی
۳۵۳	۷. ارتباطات دیجیتال
۳۵۳	۸. انتشارات
۳۵۴	۹. تبلیغات
۳۵۴	۱۰. سمعی و بصری
۳۵۴	۱۱. امور دفتری و پشتیبانی
۳۵۵	سوم: ساختار پیشنهادی مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی
۳۶۸	چهارم: اشکالات ساختار فعلی روابط عمومی سازمان های دولتی
۳۶۹	سه نکته منفی
۳۶۹	۱. نام «مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی»
۳۷۰	۲. گستره
۳۷۰	۳. ساختار و تشکیلات
۳۷۰	پنجم: دو ساختار پیشنهادی
۳۷۴	ششم: چهار پیشنهاد برای طراحی ساختار روابط عمومی وزارتخانه ها و سازمان های بزرگ دولتی
۳۷۵	۱. یکپارچه سازی فعالیت ها و اقدامات
۳۷۷	۲. برون سپاری
۳۷۸	۳. ایده پردازی، جوان سازی و خلاقیت
۳۷۹	۴. مهندسی مجدد
۳۸۰	۵. ساختار سازمانی متمرکز
۳۸۴	۶. تدوین استانداردهای حرفه ای
۳۸۴	۷. توزیع مناسب نیروی انسانی متخصص
۴۰۲	آغازی نو

فصل ۸: آینده روابط عمومی دولتی

۴۰۴	مقدمه
۴۰۴	موانع و محدودیت های روابط عمومی دولتی
۴۰۵	۱. مردم بی تفاوت
۴۰۵	۲. قانون گذاران ناسازگار
۴۰۵	۳. موقعیت متوسط و بعضا پایین
۴۰۶	۴. عزت نفس اندک
۴۰۶	۵. برداشت منفی
۴۰۹	راهکارها: نقش روابط عمومی دولتی در اثربخشی سازمان
۴۱۰	۱. آموزش و توانمندسازی کارکنان روابط عمومی دولتی
۴۱۱	۲. توسعه مهارت های ارتباطی کارکنان روابط عمومی دولتی
۴۱۲	۳. حرفه ای گرایی
۴۱۶	۴. انتخاب و انتصاب مدیران روابط عمومی خیره

۴۱۸		۵. ایجاد روابط عمومی خلاق
۴۲۲		۶. تبعیت از روش های برتر در روابط عمومی
۴۳۴		۷. آغازی نو
۴۴۵		منابع و مآخذ

www.ketab.ir