

به نام خداوند جان و خرد

روابط عمومی چند رسانه‌ای

مؤلف

مریم باشعمر اشکری

تهران

انتشارات ساکو

۱۳۹۴

سرشناسه

: با شعور لشگری، مریم، ۱۳۴۲ -

عنوان و نام پدیدآور

: روابط عمومی چندرسانه‌ای / مؤلف مریم با شعور لشگری.

مشخصات نشر

: تهران: ساکو، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری

: ۱۳۴ ص.

شابک

: ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۷۰-۹۰-۵

وضعیت فهرست‌نویسی : فیبا

یادداشت

: کتاب حاضر در همین سال توسط انتشارات کارگزار روابط عمومی فیبا گرفته است.

یادداشت

: واژه‌نامه.

یادداشت

: کتابنامه: ص: ۱۳۳-۱۳۴.

موضوع

: سامانه‌های چندرسانه‌ای

موضوع

: روابط عمومی

موضوع

: روابط عمومی - مدیریت

رده‌بندی کنگره

: ۱۳۹۶/۵۷۵/ب۱۶۹ QAY۶/۵۷۵

رده‌بندی دیویی

: ۶/۷

شماره کتابشناسی ملی

: ۰۴۲۳



تلفن مرکز بخش: ۰۶۶۴۹۴۵۲۴ - ۰۶۶۵۰۲۶۰۰ - ۰۲۱

www.nashresaco.ir

نام کتاب : روابط عمومی چندرسانه‌ای

مؤلف : مریم با شعور لشگری

ناشر : ساکو

واژه‌نگار : انتشارات ساکو

طرح جلد : انتشارات ساکو

لیتوگرافی : طاووس رایانه

چاپخانه : اصلانی

سال نشر : ۱۳۹۴

نوبت : اول

شمارگان : ۱۰۰۰

قیمت : ۹۵۰۰

ISBN: 978-600-7270-90-5

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۷۰-۹۰-۵

«مسئولیت مطالب کتاب به عهده مؤلف و حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به انتشارات ساکو است.»

اخطار! هرگونه کپی و تکثیر از نظر شرعی و قانونی مجاز نمی‌باشد و پیگرد قانونی دارد.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۶..... سخن مؤلف

فصل ۱: تعریف، عناصر، نظریه‌ها و تولید

۸.....	مقدمه
۸.....	چندرسانه‌ای
۱۰.....	تاریخچه چندرسانه‌ای
۱۱.....	تعریف چندرسانه‌ای
۱۴.....	روابط عمومی چندرسانه‌ای
۱۵.....	ماهیت چندرسانه‌ای
۱۷.....	انواع چندرسانه‌ای
۲۰.....	کاربردهای چندرسانه‌ای
۲۰.....	مزایا و معایب استفاده از چندرسانه‌ای
۲۲.....	نظریه شناختی چندرسانه‌ای
۲۵.....	انواع پردازش در مدت توجه به اطلاعات
۲۵.....	اصول آموزش چندرسانه‌ای
۲۹.....	اصول پویانمایی و تعامل
۳۰.....	تولید چندرسانه‌ای
۳۱.....	استانداردهای چندرسانه‌ای
۳۳.....	مراحل تولید چندرسانه‌ای
۳۴.....	مرحله پیش‌تولید
۳۴.....	مرحله تولید
۳۵.....	مرحله پس از تولید
۳۵.....	عناصر نظام چندرسانه‌ای
۳۵.....	متن
۳۶.....	صوت و صدا
۳۷.....	تصویر
۳۸.....	گرافیک
۳۸.....	پویانمایی
۳۸.....	ویدئو
۳۹.....	نرم‌افزارهای مورد نیاز طراحی و ساخت یک پروژه چندرسانه‌ای
۳۹.....	نرم‌افزارهای گرافیکی
۳۹.....	نرم‌افزارهای کپی‌ریختن
۴۰.....	نرم‌افزارهای ویرایش فیلم
۴۰.....	نرم‌افزارهای ویرایش صدا

۴۰	نرم افزارهای ساخت پویانمایی
۴۱	نحوه ایجاد فلوجارت برنامه
۴۱	واسطهای گرافیکی کاربر
۴۳	خودآزمایی فصل اول

فصل ۲: پادکست

۴۵	مقدمه
۴۵	پادکست
۴۶	تعریف پادکست
۴۸	ویژگیهای پادکست
۴۹	تفاوتهای پادکست و رادیو
۵۰	مزایا و معایب پادکست
۵۱	تاریخچه پادکستینگ
۵۲	انواع پادکستها
۵۳	کاربرد پادکستها
۵۳	کاربردهای پادکست در روابط عمومی سازمانها
۵۵	تولید پادکست
۵۶	نکات مهم در تولید و انتشار پادکست
۶۲	ثبت پادکست در موتورهای جستجو
۶۲	نحوه دریافت پادکست از اینترنت
۶۳	خودآزمایی فصل دوم

فصل ۳: وب سایت سازمانی

۶۵	مقدمه
۶۵	وب سایتهای سازمانی
۶۷	تعریف و کاربرد وبسایت چندرسانه‌ای
۶۸	مزایا و معایب وبسایتهای چندرسانه‌ای
۶۹	طراحی، مدیریت و تولید وبسایتهای چندرسانه‌ای
۷۳	طراحی وبسایت
۷۸	توسعه وبسایت
۸۱	آجاکس
۸۱	سایر ابزارهای توسعه محتوا
۸۲	تست، چاپ و نشر و حفظ سایت
۸۳	انواع مخاطبان سایتهای چندرسانه‌ای
۸۳	مخاطبان ثابت
۸۳	مخاطبان قدیمی
۸۴	مخاطبان آشنا

۸۴	مخاطبان تصادفی
۸۴	مخاطبان جستجوگر
۸۵	رنگ، اندازه و تصاویر صفحه
۸۷	کلید واژه‌ها
۸۸	بهینه‌سازی وبسایت
۸۹	گام‌های عملی در روابط عمومی و وبسایت‌های چندرسانه‌ای
۹۲	خودآزمایی فصل سوم

فصل ۴: چندرسانه‌ای‌های مبتنی بر موبایل

۹۴	مقدمه
۹۴	انواع وسایل موبایل
۹۵	دستیار دیجیتال
۹۵	گوشی‌های هوشمند
۹۵	تلفن همراه
۹۵	لپ‌تاپ شخصی و نوت بوک
۹۶	تلفن همراه و هوشمند
۹۷	اطلاع‌رسانی از طریق موبایل (تلفن همراه و هوشمند)
۹۹	عناصر مهم اطلاع‌رسانی از طریق موبایل
۱۰۰	مزایا و معایب اطلاع‌رسانی از طریق موبایل
۱۰۱	شیوه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغات در موبایل
۱۰۲	فناوری‌های اطلاع‌رسانی از طریق موبایل
۱۰۸	طراحی روابط عمومی موبایلی
۱۱۵	گام‌های عملی در روابط عمومی موبایلی
۱۱۷	خودآزمایی فصل چهارم

فصل ۵: چندرسانه‌ای و نمایشگاه

۱۱۹	مقدمه
۱۲۰	طراحی برنامه‌های چندرسانه نمایشگاهی
۱۲۱	برنامه‌های کاربردی چندرسانه نمایشگاهی
۱۲۵	مزایا و معایب چندرسانه‌ای نمایشگاهی
۱۲۶	چندرسانه‌ای و معرفی شرکت و محصولات
۱۲۷	چندرسانه‌ای و همایش و کنفرانس
۱۲۸	خودآزمایی فصل پنجم
۱۲۷	واژه‌نامه
۱۳۶	منابع و مأخذ

سخن مؤلف

پس از قرن‌ها تلاش انسان برای برقراری ارتباط سریع با یکدیگر، این امکان با فناوری‌های جدید ارتباطی فراهم شده است. فناوری جدید طرز تلقی و نحوه زندگی مخاطبان را تغییر داده است و بر نحوه دسترسی به اطلاعات و انتخاب رسانه مطلوب، تأثیر گذاشته است.

فناوری‌های جدید ارتباطی با دگرگون ساختن عناصر مهم اطلاع‌رسانی و به‌خصوص محیط اطلاع‌رسانی و مخاطبان، در نقش و وظایف روابط عمومی‌ها تغییر ایجاد کرده است. با ظهور فناوری‌های سیار، دسترسی به اطلاعات برای مخاطبان شخصی شده و این شخصی‌سازی کارکنان روابط عمومی را در معرض طیف وسیعی از چالش‌ها قرار داده است. تغییر در این عرصه وارد شدن شکل جدیدی از فعالیت یعنی «اطلاع‌رسانی چندرسانه‌ای» به سیطه برنامه‌های روابط عمومی‌هاست.

روابط عمومی «چندرسانه‌ای» در ارائه ویژگی‌های پیام‌ها، خدمات و محصولات متکی بر تمامی راه‌های حسی است و مخاطب در دریافت آنها در قالب‌های مختلف آزاد و مختار است. این ویژگی سبب گردیده که انتقال پیام به یک یا دو راه حسی محدود نشود و مطابق با ویژگی مخاطبان باشد. تأثیر چندرسانه‌ای به قدری است که ضرورت بازنگری در وظایف و مأموریت‌های روابط عمومی‌ها را آشکار می‌سازد.

کتاب حاضر با مد نظر قرار دادن این موضوع و تحولات و تحولات در حیطه اطلاع‌رسانی سعی در باز کردن دریچه‌ای کوچک اما مؤثر پیرامون دانشجویان این رشته دارد. این کتاب مطابق با سرفصل‌های مصوب دانشگاه تدوین شده است، اما از آنجا که علم روابط عمومی و ابزارهای آن هر روز و هر ثانیه رو به تکامل است کاستی‌های بسیاری در آن مشاهده می‌شود. از این‌رو امید می‌رود استادان و صاحب‌نظران از انتقادات و پیشنهادهای ارزنده خویش دریغ نورزند و با ارسال نظرات به ایمیل زیر در بهتر شدن این کتاب نگارنده را یار و راهنما باشند.

مریم باشعور لشگری

Pb12005@yahoo.com

زمستان ۱۳۹۴