

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

عمليات در روابط عمومی

تأليف

احمد مظفری



نشر اراده

۱۳۹۵

سرشناسه	: مظفری، احمد، ۱۳۴۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: عملیات در روابط عمومی / تألیف احمد مظفری.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات اراده، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۳ ص.
شابک	: ۸۰۰۰۰ ریال : 978-600-8140-88-7
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
موضوع	: روابط عمومی
موضوع	: Public relations
موضوع	: روابط عمومی -- ایران
موضوع	: Public relations -- Iran
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۵ ۸۶۶۴ م/۱۲۲۱ HM
رده بندی دیویی	: ۶۵ / ۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۲۲ ۵۱۶

نام کتاب: عملیات در روابط عمومی

مؤلف: احمد مظفری

ناشر: نشر اراده

ویراستار: معصومه عالیشاهی

نوبت چاپ و سال چاپ: اول - ۱۳۹۵

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپخانه: نگین تهران

شابک: ۷-۸۸-۸۱۴۰-۶۰۰-۹۷۸

قیمت: ۸۰۰۰۰ ریال

نشانی: تهران-میدان انقلاب - خ. کارگر شمالی - خ. فرصت شیرازی - پلاک ۲۰ - واحد ۲

تلفن: ۰۲۱۶۶۵۹۶۵۲۱

فهرست مطالب

صفحه	عناوین
۶	مقدمه
۷	فصل اول
۷	تاریخچه روابط عمومی
۱۲	تاریخچه روابط عمومی در ایران
۱۴	پیدایش اصطلاح روابط عمومی
۱۵	روابط عمومی پس از انقلاب اسلامی
۱۸	فصل دوم
۱۸	روابط عمومی چیست؟
۲۰	تعاریف روابط عمومی
۲۳	فصل سوم
۲۳	ارتباط چیست؟
۲۷	انواع ارتباط
۳۰	وسایل ارتباط جمعی
۳۷	فصل چهارم
۳۷	افکار عمومی چیست
۴۱	عوامل تشکیل دهنده افکار عمومی
۴۱	رهبران افکار عمومی
۴۲	انواع رهبران افکار عمومی
۴۳	نقش روابط عمومی در کنترل افکار عمومی
۴۵	طبقه بندی و تقسیم بندی افکار عمومی
۴۹	فصل پنجم
۴۹	تاکتیک های گفتاری

۵۰	راهنمایهای عملی برای گفتگوی مؤثر
۵۱	سخنرانی و سخنوری
۵۲	انواع سخنرانی
۵۴	مراحل سخنوری
۵۶	تجمعات
۵۷	انواع تجمعات
۶۳	جلسه
۶۶	کنفرانس خبری
۶۸	رهنمودهای اجرایی برای برگزاری کنفرانس خبری
۶۹	مصاحبه
۷۱	فصل ششم
۷۱	اطلاعیه مطبوعاتی
۷۳	چند نکته در باره اطلاعیه مطبوعاتی
۷۵	آگهی
۷۶	انواع آگهی
۷۶	چند نکته در باره تهیه و تنظیم آگهی
۷۷	گزارش آگهی
۷۹	خبرنامه
۸۰	بروشورها و کتابچه های راهنما
۸۱	گزارش سالانه
۸۲	پاسخگویی به مطبوعات
۸۵	انواع پاسخگویی به مطبوعات
۸۷	نحوه تنظیم پاسخ

۸۹	فصل هفتم : روابط عمومی الکترونیک و سایر
۸۹	روابط عمومی الکترونیک چیست؟
۹۲	تعاریفی برای روابط عمومی الکترونیک
۹۳	سوادهای مورد نیاز امروز جامعه اطلاعاتی
۹۳	ویژگی های روابط عمومی الکترونیک
۹۴	تکنولوژی های کاربردی در روابط عمومی الکترونیک
۹۷	مزایای روابط عمومی الکترونیک و عمومی برای کارکنان و مشتریان
۹۸	ویژگیهای روابط عمومی هوشمند
۹۸	رصد کردن رسانه های اجتماعی و مدیریت بحران
۱۰۰	انواع نشر الکترونیک
۱۰۳	مزایای نشر الکترونیک
۱۰۴	سه مدل مسلط در ارتباطات
۱۰۵	ویژگی های روابط عمومی کارآمد
۱۰۹	فصل هشتم : پیشنهادها ، رهنمودها و دلایل
۱۱۲	مدیران روابط عمومی
۱۱۰	خصوصیات مسئولین روابط عمومی
۱۱۲	مدیران روابط عمومی و افکار عمومی
۱۱۴	مدیران روابط عمومی و وسایل ارتباط جمعی
۱۱۵	وظایف و مسئولیتهای روابط عمومی
۱۲۱	منابع و مأخذ

مقدمه

امروزه ارتباطات نقش بسیار مهمی در پیشبرد اهداف یک سازمان ایفاء می کند و بهبود کیفی و کمی فعالیتهای سازمان و افزایش بهره وری از امکانات و نیروی انسانی در سایه انعکاس هر چه بهتر فعالیتها و مصوبات سازمان به جامعه و بهره گیری از امکانات و قابلیتهای اجتماع و مشارکت عمومی افراد آن می باشد.

در این راستا روابط عمومی که حلقه ارتباط سازمانها با جامعه هستند می توانند نقش بسیار اساسی را پذیرا شوند و بطور کلی هر چه این ارتباط با مردم و جامعه گسترده تر و مفید تر صورت پذیرد به همان اندازه سازمان یا مؤسسه در رسیدن به اهداف و آرمانهای خود موفق تر خواهد بود.

در دنیای امروز مردم در کلیه صحنه های جامعه حضور فعال دارند و افکار عمومی در تصمیم گیریهای دولت اندرکاران نقش اساسی دارد و هیچ برنامه و فعالیتی بدون مشارکت و حضور مردم به خوبی اجرا نمی گردد بدین جهت شناخت افکار عمومی و ارزیابی آن یکی از نیازهای اساسی تمام دولتها و سازمانهاست. از آنجا که روابط عمومی سازمانی نوپاست و اکثر افراد با وظایف و اهداف آن آشنا نیستند در این تحقیق بر آنیم تا با زبان ساده در قالب ۸ فصل شما را با روابط عمومی و نقش آن در ارتباطات سازمانی آشنا سازیم به این امید که سازمانها و نهادهای جامعه اسلامی با ایجاد جو سالم تبلیغی در جهت نیل به اهداف متعالی نظام مقدس جمهوری اسلامی و پیوند هر چه بیشتر ملت و دولت گام بردارند.