

اصول روابط عمومی

Principles of Public Relations

www.ketab.ir

مؤلف:

دکتر مصطفی قدم خیر



سرشناسه : قدم‌فیر، مصطفی، ۱۳۶۴ -
Ghadamkheyr, Mostafa
عنوان و نام پدیدآور : اصول روابط عمومی = Principles of public relations / مؤلف مصطفی قدم‌فیر.
مشخصات نشر : تهران: مهراندیشان سپهر، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری : ۲۰۲ ص.
شابک : 978-622-965425-5
وضعیت فهرست نویسی : فیا
موضوع : روابط عمومی
موضوع : Public relations
رده بندی کنگره : HM۱۲۲۱
رده بندی دیویی : ۰۵۹/۷
شماره کتابشناسی ملی : ۶۰۷۷، ۹۱

عنوان: اصول روابط عمومی

مؤلف: مصطفی قدم‌فیر

ناظر علمی: رضا زبیدی

ناشر: مؤسسه انتشاراتی مهراندیشان سپهر

نوبت و سال چاپ: اول، ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۸۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۶۵۴۲-۵-۵

تلفن مرکز پخش: ۰۹۲۲۶۱۶۳۶۰۴

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

مقدمه

فصل اول: کلیات

خلاصه فصل

اهداف آموزشی فصل

مفهوم روابط عمومی

تاریخچه روابط عمومی

تاریخچه روابط عمومی در جهان

تاریخچه روابط عمومی در ایران

بنیانگذاران روابط عمومی

بنیانگذار و پدر روابط عمومی در جهان

بنیانگذار و پدر روابط عمومی ایران

پرسش های تشریحی

پرسش های چند گزینه ای

فصل دوم: روابط عمومی (ضرورت، وظایف، اصول و انواع)

خلاصه فصل

اهداف آموزشی فصل

ضرورت و نیاز اجتماع به روابط عمومی

وظایف روابط عمومی

نقش روابط عمومی

اصول روابط عمومی

انواع روابط عمومی

روابط عمومی تحلیل گر

روابط عمومی توجیه گر

روابط عمومی تبیین گر

فعالیت های روابط عمومی

روابط عمومی داخلی

مقدمه

وظایف

روابط عمومی خارجی

مقدمه

وظایف

ویژگی های لازم برای روابط عمومی

ویژگی های کارکنان روابط عمومی

عوامل مؤثر در ارتقاء روابط عمومی

پرسش های تدریجی

پرسش های چند گانه از

فصل سوم: الگوهای روابط عمومی

خلاصه فصل

اهداف آموزشی فصل

الگوهای روابط عمومی

الگوی نمایندگی مطبوعات

الگوی اطلاع رسانی (ارائه اطلاعات به مردم)

الگوی دوسویه ناهمبستگی یا سازمان محور

الگوی دوسویه همبستگی یا مخاطب محور

الگوی صنعت روابط عمومی

الگوی روابط عمومی حرفه ای

الگوی دوسویه

الگوی ترکیبی

الگوی متقارن جدید

نقش های روابط عمومی در الگوهای مختلف

پرسش های تشریحی

پرسش های چند گزینه ای

فصل چهارم: روابط عمومی دیجیتال

خلاصه فصل

اهداف آموزشی فصل

مقدمه

مفهوم روابط عمومی دیجیتال

ضرورت روابط عمومی دیجیتال

وظایف روابط عمومی دیجیتال

ویژگی های روابط عمومی دیجیتال

شناخت موانع روابط عمومی دیجیتال

تدابیر لازم جهت پیاپی سازی روابط عمومی دیجیتال

پرسش های تشریحی

پرسش های چند گزینه ای

فصل پنجم: گزارش نویسی در روابط عمومی

خلاصه فصل

اهداف آموزشی فصل

گزارش نویسی در روابط عمومی

شیوه های گزارش نویسی

شیوه تحقیقی و تحلیلی

شیوه توصیفی و تشریحی

شیوه هرم وارونه و خبری

شیوه تاریخی

شیوه تلفیقی

انواع گزارش نویسی در روابط عمومی

گزارش آماری و تحلیلی فعالیت سازمان

گزارش برای روزنامه ها و نشریات تخصصی

گزارش برای رادیو و تلویزیون

گزارش آگهی

گزارش از مراسم و برنامه ها

گزارش سفر و مأموریت

گزارش سفر مطبوعاتی

گزارش ویژه (بحران)

گزارش اداری

گزارش های سالانه در خصوص منابع انسانی (کارکنان)

مراحل تدوین گزارش

تعیین ساختار موضوع گزارش

گردآوری مطالب و منابع گزارش

نگارش گزارش

ویرایش و تجدید نظر گزارش

ساختار (ساختمان) گزارش اداری

بخش مقدماتی

بخش اصلی

بخش مراجعه

پرسش های تشریحی

پرسش های چند گزینه ای

فصل ششم: انجمن های حرفه ای روابط عمومی

خلاصه فصل

اهداف آموزشی فصل

مقدمه

تعریف انجمن های روابط عمومی

اهداف انجمن های روابط عمومی

انجمن بین المللی روابط عمومی

کنگره بین المللی روابط عمومی

انجمن روابط عمومی ایران

مقدمه

خط مشی انجمن روابط عمومی ایران

آیین نامه نحوه فعالیت، وظایف و اختیارات روابط عمومی ایران

پرسش های تشریحی

پرسش های چند گزینه ای

فصل هفتم: ارتباطات و روابط عمومی

خلاصه فصل

اهداف آموزشی فصل

مقدمه

مفهوم ارتباط

انواع ارتباط

مقدمه

ارتباط از نظر برقرار کننده و دریافت کننده

ارتباط از نظر نماد

انواع ارتباط با توجه به عکس العمل، برنامه، پیام

انواع ارتباط از نظر محتوا و کارکرد

اجزا و عناصر ارتباط

ضرورت و اهمیت ارتباطات

اهداف ارتباط

ویژگی های ارتباط

نقش های ارتباط

موانع و محدودیت های ارتباط

پرسش های تشریحی

پرسش های چند گزینه ای

فصل هشتم: آشنایی با روابط عمومی در کتابخانه ها

خلاصه فصل

اهداف آموزشی فصل

مقدمه

وظایف و فعالیت های مدیریتی در کتابخانه ها

برنامه ریزی

سازماندهی

نظارت و مراقبت

هدایت و رهبری

هماهنگی

گزارش نویسی

ارزشیابی

ارتباطات

تاریخچه روابط عمومی در کتابخانه ها

مفهوم روابط عمومی در کتابخانه ها

اهداف و وظایف روابط عمومی در کتابخانه ها

اطلاع رسانی

تشویق و ترغیب به مطالعه و پژوهش

مشارکت، همکاری و بهینه سازی امور کتابخانه

اهمیت و ضرورت روابط عمومی در کتابخانه ها

مهم ترین آثار فعالیت روابط عمومی در کتابخانه ها

ویژگی های مدیر روابط عمومی در کتابخانه ها

پرسش های تشریحی

پرسش های چند گزینه ای

فصل نهم: ابزارهای روابط عمومی در کتابخانه ها و برنامه های آن

خلاصه فصل

اهداف آموزشی فصل

ابزارهای روابط عمومی در کتابخانه ها

مقدمه

تاکتیک های نوشتاری

روزنامه

مجله

کتاب

بروشور

خبرنامه

گزارش سالیانه

پوستر

نامه اداری

تبلیغات

تاکتیک های گفتاری

برنامه ریزی

تلفن ثابت

نوار کاست شنیداری

تاکتیک های بصری

برنامه تلویزیونی

فیلم متحرک

نوار ویدیویی

عکس

اسلاید

فیلم استریپ

ترانس پرئسی

وبترین های نمایش

تاکتیک های چند رسانه ای

وب سایت

پست الکترونیکی

لوح فشرده

تلفن همراه

برنامه های روابط عمومی کتابخانه ها

سخنرانی در تریبون های رسمی (نماز جمعه و جماعت)

نمایشگاه کتاب

جلسات هفتگی

معرفی و نقد کتاب

جلسات معارفه

مجالس ترحیم و سوگواری

مجالس جشن (تبریک و تهنیت)

کنفرانس خبری

کارگاه های آموزشی

برگزاری جشن

بازدید

برگزاری همایش ها

برگزاری جشنواره ها

سخنرانی ها

قصه گویی

کتابخوانی

کیفیت رابطه‌ای که ما با دیگران داریم در سرنوشت، آینده و در شکل‌گیری روابط بعدی ما به شدت موثر است. هر چه قدر این روابط محکم‌تر باشد ما به اهدافمان نزدیک‌تر خواهیم شد. ارتباطات و اهمیت آن به عنوان یکی از مهم‌ترین اصل‌های مدیریتی پذیرفته شده است به همین دلیل امروزه کمتر سازمان یا شرکتی را می‌توان یافت که واحد یا بخشی تحت عنوان روابط عمومی نداشته باشد. واحد روابط عمومی دریاچه ارتباط شرکت با افراد داخل و خارج سازمان است که می‌تواند از این طریق، سازمان یا شرکت را به اهداف مدیریت نزدیک‌تر کند.

عبارت روابط عمومی تعریف‌های متعددی دارد اما یکی از جامع‌ترین تعاریف را اسکات کارتلیپ ارائه داده است. او می‌گوید: روابط عمومی، اداره کردن وظایف، شناسایی، ایجاد، حفظ و نگهداری روابط مطلوب و حساس بین سازمان و جامعه است. جامعه‌ای که توفیق و ناکامی یک سازمان به آن وابسته است. تعریف دیگر به عبارت دیگر، انجمن جهانی روابط عمومی است که به شرح ذیل می‌باشد: روابط عمومی بخشی از وظایف مدیریت سازمان است. عملی است ممتد، مداوم و طرح ریزی شده که از طریق آن، افراد سازمان‌ها می‌توانند تفاهم و پشتیبانی کسانی را که با آنها سروکار دارند، به دست آورند.

در نگارش این کتاب تلاش شده تا مفاهیم کلی روابط عمومی و اصول مرتبط با آن مطرح گردد. امید است که انتشار این اثر نه فقط یک اتفاق، بلکه مقدمه‌ای برای ارتقا سطح علمی کشور گردد. در پایان بر خود لازم می‌دانیم که شکر نعمت الطاف بیکران الهی را به شما آوریم که بدون آن، نه این راه پیمودنی بود، و نه این مهم، شدنی.

بدون تردید و از آنجا که کتاب حاضر خالی از خلل و اشکال نیست، دست یاری به سوی همه متخصصین کشور دراز نموده و از آنها می‌خواهیم نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود را از طریق رایانامه mghadamkhir@gmail.com برای ما ارسال نمایند تا در ویرایش‌های بعدی مورد استفاده قرار گیرد.