

۲۰۵۴۹۰

۶۹۰۰۵

به نام آنکه جان را فکرت آموخت

چراغ دل به نور دانش افروخت

اندیشه‌زایی روابط عمومی

(روابط عمومی استراتژیک، تحقیقات و ابزارهای دیجیتال)

دو روایت از:

پروفسور جیمز ای. گرونی



کنگره روابط عمومی

سرشناسه: گرونیک، جیمز

Grunig, James E.

عنوان و نام پدیدآور: اندیشه‌های روابط عمومی: (روابط عمومی استراتژیک، تحقیقات و ابزارهای دیجیتال) / دو

روایت جیمز ای. گرونیک؛ ترجمه: حنا باقریان؛ ویرایش زهرا بابازاده‌گان.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات کارگزار روابط عمومی، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۸۸ص.

شابک: دوره: ۱-6-91211-964-978

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: کتاب حاضر ترجمه دو مقاله با نامهای "Guidelines for Formative and Evaluative Research in

Public Affairs و "Paradigms of global Public relations in an age of digitalization" از نویسنده است.

عنوان دیگر: روابط عمومی استراتژیک، تحقیقات و ابزارهای دیجیتال. موضوع: روابط عمومی

موضوع: Public relations شناسه افزوده: باقریان، حنا، ۱۳۷۶- مترجم

بندی کنگره: HM۱۲۲۱ رده‌بندی دیویی: ۶۵۹/۲ شماره کتابشناسی ملی: ۵۷۷۹۶۰۳

عنوان کتاب: اندیشه‌های روابط عمومی

نویسنده: پروفسور جیمز ای. گرونیک

ترجمه: حنا باقریان

ویرایش: زهرا بابازاده‌گان

حروفچین و صفحه‌آرا: غلامرضا حسن بابازاده‌گان

طرح جلد: علی قاصدی

انتشارات: کارگزار روابط عمومی

لیتوگرافی: تارنگ

چاپ: احمدی

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۱۲۱۱-۶-۱ ISBN 978-964-91211-6-1

تعداد صفحات: ۸۸ صفحه

قیمت: ۳۵۰۰۰ ریال

تلفن پخش: ۰۹۱۲۱۹۳۸۴۱۹

وب سایت: www.iranpcpr.ir - www.shara.ir

پست الکترونیک: info@Iranpcpr.ir - kargozar80@Yahoo.com

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 الکترونیک،
مکانیکی، فتوکپی، ضبط صوتی یا غیر آن انتقال داده شود.

فهرست مطالب

بخش اول: تحقیقات در روابط عمومی

۶	پیش‌گفتار
۹	مقدمه
۱۲	چگونه روابط عمومی را اندیشه زایی کنیم
۱۵	سطوح تجزیه و تحلیل در تحقیقات روابط عمومی
۱۸	تحقیقات سازنده و ارزیابی کنند
۱۹	تحقیقات روابط عمومی در سطح رسانه
۲۰	تحقیقات روابط عمومی در سطح سازمانی
۲۲	تحقیقات روابط عمومی در سطح عملکردی
۲۵	تحقیقات روابط عمومی در سطح اجتماعی
۲۶	نتایج تحقیقات در روابط عمومی
۲۷	تحقیقات اخیر برای روابط عمومی
۳۰	نتیجه‌گیری
۳۱	منابع

بخش دوم: الگوهای روابط عمومی جهانی در عصر دیجیتالی شدن (ابزار دیجیتال برای روابط عمومی)

- ۳۶ پیشگفتار
- ۳۷ مقدمه
- ۴۰ اصول کلی
- ۴۵ رها کردن توهم اعمال کنترل
- ۵۳ استفاده از رسانه های جدید به روش قدیمی
- ۵۷ الگوی مدیریت تفسیری و استراتژیک
- ۶۴ رسانه های دیجیتال در مدیریت استراتژیک روابط عمومی
- ۷۱ ابزار دیجیتال برای روابط عمومی و استراتژی
- ۷۸ نتیجه
- ۸۰ منابع
- ۸۷ فهرست انتشارات کارگزار روابط عمومی