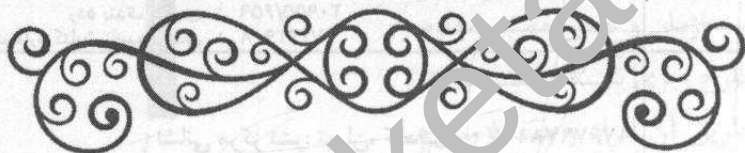




روابط عمومی تشکیلاتی



آنچه که باید از روابط عمومی در تشکلهای دانشجویی بدانیم

نویسنده: محمد زاده مهر

انتشارات پژوهشگر برتر

تهران ۱۳۹۹

سرشناسه : زادمهر، محمد، ۱۳۷۶-
 عنوان و نام پدیدآور : روابط عمومی تشکیلاتی : آنچه که باید از روابط عمومی در
 تشکل‌های دانشجویی بدانیم/نویسنده محمد زادمهر.
 مشخصات نشر : تهران: پژوهشگر برتر، ۱۳۹۹.
 مشخصات ظاهری : ۱۱۰ ص.: مصور(رنگی)، نمودار (رنگی).: ۵/۱۴×۵/۲۱ س م.
 شابک : 978-622-7400-03-8
 وضعیت فهرست نویسی : فیبا
 عنوان دیگر : آنچه که باید از روابط عمومی در تشکل‌های دانشجویی بدانیم.
 موضوع : روابط عمومی -- ایران
 موضوع : Public relations -- Iran
 موضوع : روابط عمومی -- مدیریت
 موضوع : Public relations -- Management
 موضوع : دانشجویان -- انجمن‌ها
 موضوع : College students-- Societies, etc.
 ر.بندی آفره : HM۱۳۲۱
 ردیف‌بندی دیویی : ۳۰۹۵۵/۶۵۹
 شماره کتابشناسی : ۷۳۳۲۹۰۸

نشانی سرگزشت: تهران، کدپستی: ۱۷۶۷۹۷۸۱۱۷
 دفتر مرکزی نشر: ۳۳۱۶۵۲۱، ۳۳۱۷۴۸۰۷، دورنگار: ۳۳۱۶۹۴۰۶
 W_Site: www.bookpb.ir E_mail: info@bookpb.ir

نام کتاب: روابط عمومی تشکیلاتی
 نویسنده: محمد زادمهر
 صفحه‌آرایی: گروه نرم‌افزاری ساحل
 طراح جلد: سید مرادحسینی
 نوبت و سال چاپ: اول (۱۳۹۹)
 شمارگان: ۱۰۰ نسخه
 قطع کتاب: رقعی
 قیمت: ۵۲۵۰۰ تومان
 شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۴۰۰-۰۳-۸

کلیه حقوق چاپ و نشر این کتاب برای مؤلف و ناشر محفوظ است.

پیشگفتار



در ابتدای بحث آنچه به نظر مهم می‌رسد این است که تعریف این بهانی روابط عمومی از واژه روابط عمومی را مرور کنیم. بنابراین تعریف روابط عمومی بخشی از وظایف مدیریت سازمان و عملی هستند، مداوم و طرح ریزی شده است که از طریق آن افراد و سازمان‌ها می‌کوشند تا تفاهم و پشتیبانی

کسانی را که با آنها سرو کار دارند، به دست آورند».

البته در این صفحات و بخش‌های مختلف قصد نداریم روابط عمومی به معنای جهانی و یا سازمانی آن را بررسی کنیم بلکه می‌خواهیم روابط عمومی را در مقیاس تشکیلات و تشکل دانشجویی بررسی و باید تمام تعاریف کلی را کوچک کرده و آنطور که در فضای دانشجویی کاربرد دارند تعریف کنیم.

تعریف ما از روابط عمومی تشکیلاتی باید متناسب با هدف‌گذاری باشد که برای جذب دانشجو انجام می‌شود و باید توجه کرد مجموعه مورد نظر

از شما چه انتظاراتی دارد، اکنون می‌توانید تفسیری درست از روابط عمومی را برای خودتان داشته باشید.

در این مجال قصد داریم انتظارات مجموعه مورد نظر یعنی تشکل دانشجویی چه در سطح یک دفتر دانشگاهی و یا یک اتحادیه کشوری را بررسی کنیم. ضمناً باید توجه کنیم روابط عمومی به عنوان یک فن و یک هنر، مهارت تخصصی چیست و چه کاربردی دارد و در جهانی که مدیران، روابط عمومی در سطح مدیران ارشد شرکت‌های بزرگ هستند چگونه می‌تواند از پیشبرد اهداف یک تشکل دانشجویی با تمام محدودیت‌هایش موثر باشد.

مجموعه فوق حاصر ۴ سال حضور در مجموعه‌ها و فعالیت‌های دانشجویی در عناوین و سطوح مختلف از جمله دفتر دانشگاهی تشکل‌های دانشجویی و حضور در اتحادیه کشوری است. تجربه‌های کسب شده در جایگاه‌های دبیرکل، دبیر و قائم مقام واحد روابط عمومی اتحادیه جامعه اسلامی دانشجویان سراسر کشور در صفحات پیش‌رو برای استفاده فعالین دانشجویی مکتوب شده که امیدوارم که برای مزید در مسیر پرتلاطم و سختی که انتخاب نموده‌اید، باشد.

محمد زادمهر

۱۳۹۷/۴/۱۱

بازنویسی در ۱۳۹۹/۵/۲۹

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۵
فهرست مطالب.....	۷
فصل اول: تعریف روابط عمومی.....	۱۱
مقدمه.....	۱۲
روابط عمومی یعنی چه؟.....	۱۴
وظایف روابط عمومی.....	۱۵
آفت‌های روابط عمومی.....	۱۷
فصل دوم: فضای مجازی.....	۱۹
مقدمه.....	۲۰
پیام‌رسان‌ها.....	۲۱
چگونه و از کدام ابزارها استفاده کنیم؟.....	۲۲
شبکه‌های اجتماعی.....	۲۵
سایت.....	۲۸
فصل سوم: بُرد.....	۳۱
مقدمه.....	۳۲

۳۳	چند نکته راهبردی.....
۳۷	فصل چهارم: نشریه.....
۳۸	مقدمه.....
۴۰	آغاز راه.....
۴۲	نام نشریه.....
۴۲	پیدا کردن نام.....
۴۵	ارکان نشریه.....
۴۹	مراحل آماده سازی نشریه.....
۵۰	مرحله اول؛ آماده سازی مطالب نشریه.....
۷۱	مرحله دوم؛ تایپ و صفحه بندی.....
۷۷	مرحله سوم؛ چاپ و تکثیر.....
۷۸	مرحله چهارم؛ انتشار و توزیع.....
۸۰	بازخورد.....
۸۳	فصل پنجم: ارتباطات رسانه‌ای.....
۸۴	مقدمه.....
۸۵	پوشش رسانه‌ای.....

۸۷.....	ارتباط با خبرنگاران
۸۹.....	فصل ششم: تولیدات چند رسانه‌ای
۹۰.....	مقدمه
۹۱.....	تولیدات تصویری
۹۳.....	تولیدات صوتی
۹۵.....	فصل هفتم: تبلیغات
۹۶.....	مقدمه
۹۷.....	تبلیغات میدانی
۹۸.....	تبلیغات مجازی
۱۰۱.....	فصل هشتم: پوشش برنامه‌ها
۱۰۲.....	مقدمه
۱۰۳.....	فیلم‌برداری و عکس‌برداری
۱۰۴.....	فضای مجازی
۱۰۵.....	مدیریت رسانه‌ها
۱۰۷.....	منابع