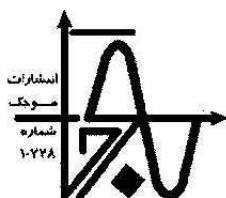


روابط عمومی در سازمان‌ها

تالیف:

مسعود پارسامهر

www.ketab.ir



انتشارات موجک



سرشناسه : پارسامهر، مسعود، ۱۳۶۶-

عنوان و نام پدیدآور : روابط عمومی در سازمان‌ها/ تألیف مسعود پارسامهر.

مشخصات نشر : تهران: انتشارات موجک، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری : ۲۶۵ ص.

شابک : ۳-۳۶۲-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی : فیپا

یادداشت : کتابنامه: ص. ۲۶۳-۲۶۵.

موضوع : روابط عمومی

موضوع : Public relations

موضوع : روابط عمومی -- مدیریت

موضوع : Public relations -- Management

موضوع : سازمان

موضوع : Organization

رده بندی کنگره : HM۱۲۲۱

رده بندی دیویی : ۶۵۹/۲

شماره کتابشناسی ملی : ۸۴۴۸۵۹۵

انتشارات موجک

کانال: telegram.me/mojak1

واتساپ : ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸

تلفن مرکز پخش : ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۲۱۸۱۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل : mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir

عنوان : روابط عمومی در سازمان‌ها

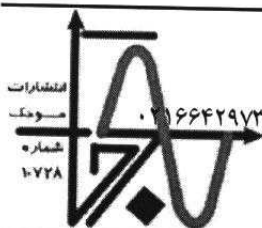
تألیف : مسعود پارسامهر

مشخصات ظاهری : ۲۶۵ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول : تابستان ۱۴۰۰، تیراژ : ۵۰۰ جلد

قیمت : ۸۹۰۰۰۰ ریال، شابک : ۳-۳۶۲-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.



فهرست مطالب

صفحه

عنوان

پیش‌گفتار..... ۱

فصل اول: تاریخچه و مراحل تکامل روابط عمومی و بنیانگذاران آن در جهان و ایران ۳

۱-۱ مفهوم روابط عمومی ۴

۲-۱ بررسی برخی تعاریف روابط عمومی ۵

۳-۱ پیشینه روابط عمومی ۶

۴-۱ مراحل و سیر تطور و تکامل روابط عمومی ۹

۵-۱ سیر تحول روابط عمومی به عقیده EDWARD BERNAYS ۱۴

۶-۱ تاریخچه روابط عمومی ۱۵

۱-۶-۱ تاریخچه روابط عمومی در جهان ۱۵

۱-۶-۲ تاریخچه روابط عمومی در ایران ۱۷

۷-۱ بنیانگذاران روابط عمومی ۱۹

۱-۷-۱ بنیانگذار و پدر روابط عمومی در جهان ۱۹

۲-۷-۱ بنیانگذار و پدر روابط عمومی ایران ۲۰

فصل دوم: ضرورت، اهمیت، نقش و جایگاه روابط عمومی در سازمان‌ها ۲۳

۱-۲ روابط عمومی و ضرورت آن در سازمان‌ها ۲۴

۹۲	۲-۵ وظایف روابط عمومی
۹۸	۳-۵ مراحل تهیه برنامه برای انجام وظایف روابط عمومی
۹۹	۴-۵ ارکان روابط عمومی
۹۹	۵-۵ عناصر روابط عمومی
۱۰۱	۶-۵ ویژگی‌های روابط عمومی
۱۰۲	۷-۵ آسیب‌ها و چالش‌های روابط عمومی
۱۰۲	۱-۷-۵ فقدان جایگاه مشخص
۱۰۳	۲-۷-۵ حاکمیت نگاه‌های سنتی
۱۰۳	۳-۷-۵ کمبود نیروهای متخصص
۱۰۳	۴-۷-۵ توجیه‌گری
۱۰۳	۵-۷-۵ روزمرگی
۱۰۴	۸-۵ راهکارها
۱۰۴	۱-۸-۵ بهبود زیرساخت‌های موجود
۱۰۴	۲-۸-۵ ارتقای جایگاه روابط عمومی
۱۰۵	۳-۸-۵ تغییر نگرش مدیران ارشد
۱۰۵	۴-۸-۵ بکارگیری مدیران کارآمد روابط عمومی
۱۰۵	۵-۸-۵ تقویت اطلاع‌رسانی و ارتباط و تعامل بین رسانه‌ها و روابط عمومی‌ها
۱۰۷	۹-۵ فرآیند روابط عمومی
۱۰۷	۱-۹-۵ شناخت مسأله (مشکل)
۱۰۷	۲-۹-۵ برنامه‌ریزی
۱۰۸	۳-۹-۵ اجرای برنامه‌ها
۱۰۸	۴-۹-۵ ارزیابی
۱۰۹	فصل ششم: اخلاق و حرفه‌ای‌گری در روابط عمومی
۱۱۰	۱-۶ اخلاق چیست؟

۱۱۱	۲-۶ کدهای اخلاقی
۱۱۱	۳-۶ منشور اخلاقی جدید انجمن روابط عمومی آمریکا
۱۱۲	۴-۶ اصول اساسی منشور اخلاقی جدید
۱۱۳	۵-۶ مفاد منشور اخلاقی انجمن روابط عمومی آمریکا
۱۱۳	۱-۵-۶ جریان آزاد اطلاعات
۱۱۴	۲-۵-۶ رقابت
۱۱۵	۳-۵-۶ افشای اطلاعات
۱۱۶	۴-۵-۶ حفظ اعتماد
۱۱۷	۵-۵-۶ تعارض منافع
۱۱۸	۶-۵-۶ تقویت حرفه (توسعه حرفه‌ای)
۱۱۹	۶-۶ حرفه‌ای گری، اعطای مجوز و اعطای اعتبار
۱۱۹	۱-۶-۶ حرفه‌ای گری
۱۲۰	۲-۶-۶ اعطای پروانه کار
۱۲۱	۳-۶-۶ اعطای اعتبار
۱۲۱	۷-۶ سایر تلاش‌ها برای حرفه‌ای شدن
۱۲۳	۸-۶ اخلاق حرفه‌ای در روابط عمومی
۱۲۶	۹-۶ بایدها و نبایدهای اخلاقی در روابط عمومی
۱۲۷	۱۰-۶ معیارهای اخلاقی روابط عمومی
۱۲۹	۱۱-۶ رابطه اخلاق و روابط عمومی
۱۳۰	۱۲-۶ توصیه‌ای برای دست‌اندرکاران روابط عمومی

فصل هفتم: ارتباطات و روابط عمومی ۱۳۱

۱۳۲	۱-۷ مفهوم ارتباط
۱۳۵	۲-۷ انواع ارتباط
۱۳۶	۱-۲-۷ ارتباط از نظر برقرارکننده و دریافت‌کننده

۲۳۸	 ۱۲-۱۲ چهار روش برای بهبود استراتژی روابط عمومی دیجیتال
۲۳۸	 ۱-۱۲-۱۲ ایجاد یک وب سایت جذاب
۲۳۹	 ۲-۱۲-۱۲ با تأثیرگذار و رسانه ارتباط برقرار کنید
۲۳۹	 ۳-۱۲-۱۲ انتشار متون مطبوعاتی را آماده و بهینه کنید
۲۳۹	 ۴-۱۲-۱۲ با مشتریان به صورت آنلاین ارتباط برقرار کنید
۲۴۰	 ۱۳-۱۲ تفاوت روابط عمومی دیجیتال با روابط عمومی سنتی

فصل سیزدهم: گزارش نویسی در روابط عمومی ۲۴۱

۲۴۲	 ۱-۱۳ گزارش نویسی در روابط عمومی
۲۴۲	 ۲-۱۳ شیوه‌های گزارش نویسی
۲۴۳	 ۳-۱۳ شیوه تحقیقی و تحلیلی
۲۴۳	 ۱-۳-۱۳ شیوه توصیفی و تشریحی
۲۴۴	 ۲-۳-۱۳ شیوه هرم وارونه و خبری
۲۴۵	 ۳-۳-۱۳ شیوه تاریخی
۲۴۶	 ۴-۳-۱۳ شیوه تلفیقی
۲۴۷	 ۴-۱۳ انواع گزارش نویسی در روابط عمومی
۲۴۷	 ۱-۴-۱۳ گزارش آماری و تحلیلی فعالیت سازمان
۲۴۸	 ۲-۴-۱۳ گزارش برای روزنامه‌ها و نشریات تخصصی
۲۵۰	 ۳-۴-۱۳ گزارش برای رادیو و تلویزیون
۲۵۱	 ۴-۴-۱۳ گزارش آگهی
۲۵۲	 ۵-۴-۱۳ گزارش از مراسم و برنامه‌ها
۲۵۳	 ۶-۴-۱۳ گزارش سفر و مأموریت
۲۵۳	 ۷-۴-۱۳ گزارش سفر مطبوعاتی
۲۵۴	 ۸-۴-۱۳ گزارش ویژه (بحران)
۲۵۵	 ۹-۴-۱۳ گزارش اداری

۲۵۶	 ۱۳-۴-۱۰ گزارش‌های سالانه در خصوص منابع انسانی (کارکنان)
۲۵۸	 ۱۳-۵-۵ مراحل تدوین گزارش
۲۵۸	 ۱۳-۵-۱ تعیین و شناخت موضوع گزارش
۲۵۹	 ۱۳-۵-۲ گردآوری مطالب و منابع گزارش
۲۵۹	 ۱۳-۵-۳ نگارش گزارش
۲۶۰	 ۱۳-۵-۴ ویرایش و تجدید نظر گزارش
۲۶۰	 ۱۳-۶-۶ ساختار (ساختمان) گزارش اداری
۲۶۱	 ۱۳-۶-۱ بخش مقدماتی
۲۶۱	 ۱۳-۶-۲ بخش اصلی
۲۶۲	 ۱۳-۶-۳ بخش مراجعه

۲۶۳	 منابع
۲۶۳	 منابع فارسی
۲۶۵	 منابع انگلیسی