



## مدیریت روابط عمومی و بین‌المللی در ورزش

(کارشناسی ارشد تربیت بدنی)

دکتر حمید قاسمی   دکتر ابوالفضل فراهانی   دکتر معصومه حسینی

|                      |                                                                                                                                               |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه              | قاسمی، حمید - ۱۳۵۰ - Ghasemi, Hamid                                                                                                           |
| عنوان و نام پدید آور | مدیریت روابط عمومی و بین المللی در ورزش: (کارشناس ارشد تربیت بدنی) / حمید قاسمی، ابوالفضل فراهانی، معصومه حسینی و ویراستار علمی لقمان کشاورز. |
| مشخصات نشر           | تهران: دانشگاه پیام نور، ۱۳۹۷.                                                                                                                |
| مشخصات ظاهری         | پانزده، ۲۱۱ ص: مصور، جدول.                                                                                                                    |
| فروست                | دانشگاه پیام نور، ۲۹۴۹. گروه تربیت بدنی، ۱/۱۱۲                                                                                                |
| شابک                 | 978 - 964 - 14 - 0541 - 2                                                                                                                     |
| وضعیت فهرست نویسی    | فبا                                                                                                                                           |
| یادداشت              | کتابنامه: ص ۲۰۹-۲۱۱.                                                                                                                          |
| موضوع                | ورزش - روابط عمومی - آموزش برنامه ای                                                                                                          |
| موضوع                | Sports - Public relations - Programmed instruction                                                                                            |
| موضوع                | ورزش - روابط عمومی - راهنمای آموزشی (عالی)                                                                                                    |
| موضوع                | Sports - Public relations - Study and teaching (Higher)                                                                                       |
| موضوع                | رسانه های گروهی و ورزش - آموزش برنامه ای                                                                                                      |
| موضوع                | Mass media and sports - Programmed instruction                                                                                                |
| موضوع                | رسانه های گروهی و ورزش - راهنمای آموزشی (عالی)                                                                                                |
| موضوع                | Mass media and sports - Study and teaching (Higher)                                                                                           |
| موضوع                | ارتباط در سازمان ها - آموزش برنامه ای                                                                                                         |
| موضوع                | Communication in organizations - Programmed instruction                                                                                       |
| موضوع                | ارتباط در سازمان ها - راهنمای آموزشی (عالی)                                                                                                   |
| موضوع                | Communication in organizations - Study and teaching (Higher)                                                                                  |
| شناسه افزود          | راهانی، ابوالفضل، ۱۳۴۴ -                                                                                                                      |
| شناسه افزوده         | معصومه، ۱۳۵۴ -                                                                                                                                |
| شناسه افزوده         | کشاورز، ل. ان، ۱۳۴۹ - ویراستار                                                                                                                |
| شناسه افزوده         | دانشگاه پیام نور                                                                                                                              |
| شناسه افزوده         | P. n University                                                                                                                               |
| رده بندی کنگره       | ۶۳۹/۸۹۵                                                                                                                                       |
| رده بندی دیویی       | ۵۴۲۱۸۴۰                                                                                                                                       |
| شماره کتابشناسی ملی  |                                                                                                                                               |



### مدیریت روابط عمومی و بین المللی در ورزش

مؤلفان: دکتر حمید قاسمی - دکتر ابوالفضل فراهانی - دکتر معصومه حسینی

ویراستار علمی: دکتر لقمان کشاورز

تهیه و تولید: دفتر تدوین و تولید کتب و محتوای آموزشی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مرکز چاپ و توزیع دانشگاه پیام نور

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

نوبت و تاریخ چاپ: چاپ اول اسفند ۱۳۹۷

شابک: ۲ - ۵۴۱ - ۱۴ - ۹۶۴ - ۹۷۸

ISBN: 978 - 964 - 14 - 0541 - 2

فروش این کتاب فقط از طریق نمایندگی های دانشگاه پیام نور مجاز می باشد و فروش آن در سایر مراکز فروش کتاب موجب تعقیب قانونی فروشنده خواهد گردید.

(کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ و متعلق به دانشگاه پیام نور است. تولید، کپی یا خلاصه برداری، نشر و ترجمه، چاپ، توزیع، گسترده تهیه CD و... این اثر یا بخشی از آن اعم از متن، طرح پشت و روی جلد و بدون اخذ مجوز کتبی از معاونت فناوری و پژوهش دانشگاه خلاف مقررات و تعرض به حقوق مادی و معنوی دانشگاه است. متخلفین وفق قانون حمایت از مؤلفان و هنرمندان دارای مسئولیت حقوقی و کیفری بوده و تحت پیگرد قرار می گیرند)

قیمت: ۱۳۰۰۰۰ ریال

آدرس فروشگاه مرکزی چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور: تهران، خیابان شهید رجایی،

نرسیده به تقاطع آزادگان، جنب ورزشگاه یادآورانی، تلفن: ۵۵۵۰۲۱۰۴ - ۵۵۰۰۹۸۲۸

سایت فروش اینترنتی: <http://digibook.pnu.ac.ir>

## فهرست مطالب

|                                               |       |
|-----------------------------------------------|-------|
| پیشگفتار.....                                 | سیزده |
| فصل اول. مبانی روابط عمومی و بین‌الملل.....   | ۱     |
| هدف کلی.....                                  | ۱     |
| هدف‌های یادگیری.....                          | ۱     |
| مقدمه.....                                    | ۱     |
| ۱-۱ ارتباطات ورزشی.....                       | ۲     |
| ۲-۱ مبانی ارتباطات.....                       | ۲     |
| ۳-۱ مبانی ورزش.....                           | ۴     |
| ۴-۱ مبانی روابط عمومی ورزشی.....              | ۵     |
| ۵-۱ رابطه روابط عمومی با بازاریابی ورزشی..... | ۷     |
| ۶-۱ مهارت نوشتن روابط عمومی.....              | ۸     |
| ۱-۶-۱ خبرنگاری.....                           | ۹     |
| ۲-۶-۱ گزارش‌نویسی.....                        | ۱۲    |
| ۷-۱ مهارت سخن گفتن روابط عمومی.....           | ۱۳    |
| ۱-۷-۱ مهارت مذاکره.....                       | ۱۵    |
| ۲-۷-۱ مهارت اجرا و گزارشگری در رسانه.....     | ۱۵    |
| ۳-۷-۱ سخن‌گوی سازمانی.....                    | ۱۵    |
| ۴-۷-۱ مهارت انجام مصاحبه.....                 | ۱۶    |
| ۸-۱ مهارت گوش‌دادن.....                       | ۱۶    |
| ۹-۱ مهارت خواندن.....                         | ۱۷    |
| ۱۰-۱ مهارت زبان بدن.....                      | ۱۹    |
| ۱۱-۱ مهارت دیداری یا سواد بصری.....           | ۲۰    |

|    |                                                 |
|----|-------------------------------------------------|
| ۲۱ | ۱۲-۱ مهارت کاربرد فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی |
| ۲۱ | ۱-۱۲-۱ سواد اطلاعاتی و رایانه ای                |
| ۲۲ | ۲-۱۲-۱ قابلیت نشر رومیزی                        |
| ۲۳ | ۳-۱۲-۱ توانایی استفاده از اینترنت               |
| ۲۵ | ۱۳-۱ مهارت برنامه ریزی                          |
| ۲۶ | ۱۴-۱ مهارت پژوهشی                               |
| ۲۷ | ۱۵-۱ سایر مفاهیم کلیدی در روابط عمومی ورزش      |
| ۲۷ | ۱۶-۱ مبانی روابط بین الملل در ورزش              |
| ۳۱ | ۱۷-۱ آینده روابط عمومی و بین الملل در ورزش      |
| ۳۳ | خلاصه فصل اول                                   |
| ۳۴ | فعالیت ها برای یادگیری                          |
| ۳۴ | خودآزمایی چهارگزینه ای فصل اول                  |
| ۳۷ | فصل دوم. برنامه ریزی در روابط عمومی و بین الملل |
| ۳۷ | هدف کلی                                         |
| ۳۷ | هدف های یادگیری                                 |
| ۳۷ | مقدمه                                           |
| ۳۸ | ۱-۲ حوزه های عمل در روابط عمومی                 |
| ۳۸ | ۱-۱-۲ روابط رسانه ای                            |
| ۳۹ | ۲-۱-۲ روابط اجتماعی                             |
| ۳۹ | ۳-۱-۲ روابط با کارکنان                          |
| ۴۰ | ۴-۱-۲ روابط با سرمایه گذاران                    |
| ۴۰ | ۵-۱-۲ روابط با مشتری                            |
| ۴۱ | ۶-۱-۲ روابط با سازمان های دولتی و حکومتی        |
| ۴۱ | ۲-۲ اهداف برنامه های روابط عمومی                |
| ۴۳ | ۳-۲ برنامه ریزی در روابط عمومی                  |
| ۴۳ | ۴-۲ برنامه ریزی راهبردی و روابط عمومی           |
| ۴۶ | ۵-۲ برنامه ریزی عملیاتی در روابط عمومی          |
| ۴۶ | ۱-۵-۲ تعیین نقش روابط عمومی در سازمان           |
| ۴۷ | ۲-۵-۲ تعیین اهداف روابط عمومی                   |
| ۴۷ | ۳-۵-۲ تعیین نیازها و علایق مخاطبان              |
| ۴۸ | ۴-۵-۲ تعیین پیام های روابط عمومی                |
| ۴۸ | ۵-۵-۲ تدوین استراتژی اطلاع رسانی                |
| ۴۹ | ۶-۵-۲ مطابقت برنامه ها با منابع                 |
| ۴۹ | ۷-۵-۲ تدوین برنامه مکتوب و زمان بندی شده        |
| ۵۰ | ۸-۵-۲ پیش شرط لازم برای اجرای موفق برنامه       |

|    |                                                                    |
|----|--------------------------------------------------------------------|
| ۵۱ | ۶-۲ اولویت‌بندی برنامه‌های روابط عمومی ورزشی.....                  |
| ۵۱ | ۷-۲ خوش‌نامی سازمان.....                                           |
| ۵۳ | ۸-۲ اجرای برنامه روابط عمومی.....                                  |
| ۵۴ | ۱-۸-۲ پژوهش.....                                                   |
| ۵۴ | ۲-۸-۲ برنامه‌ریزی.....                                             |
| ۵۵ | ۳-۸-۲ اجرا.....                                                    |
| ۵۶ | ۴-۸-۲ ارزیابی.....                                                 |
| ۵۷ | ۹-۲ برون‌سپاری برنامه‌های عملیاتی روابط عمومی.....                 |
| ۵۸ | ۱۰-۲ برنامه عملیاتی روابط عمومی المپاد ورزشی دانشگاه پیام‌نور..... |
| ۵۹ | ۱۱-۲ مدیریت بحران در روابط عمومی ورزشی.....                        |
| ۶۱ | ۱-۱۱-۲ پیش‌بینی بحران‌ها.....                                      |
| ۶۱ | ۲-۱۱-۲ برنامه‌ریزی ارتباطات در بحران.....                          |
| ۶۳ | ۳-۱۱-۲ اجرای برنامه ارتباطات در بحران.....                         |
| ۶۳ | ۱۲-۲ ارزیابی اثربخشی برنامه.....                                   |
| ۶۳ | ۱۳-۲ نظام‌نامه فعالیت‌های روابط عمومی و بین‌الملل ورزش.....        |
| ۶۴ | ۱-۱۳-۲ نمونه نظام‌نامه توسعه روابط عمومی.....                      |
| ۶۶ | ۲-۱۳-۲ نمونه نظام‌نامه توسعه روابط بین‌الملل.....                  |
| ۶۹ | خلاصه فصل دوم.....                                                 |
| ۷۰ | فعالیت‌هایی برای یادگیری.....                                      |
| ۷۰ | خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل دوم.....                                |
| ۷۳ | فصل سوم. روابط رسانه‌ای.....                                       |
| ۷۳ | هدف کلی.....                                                       |
| ۷۳ | هدف‌های یادگیری.....                                               |
| ۷۳ | مقدمه.....                                                         |
| ۷۳ | ۱-۳ مبانی روابط رسانه‌ای در روابط عمومی ورزشی.....                 |
| ۷۵ | ۲-۳ رسانه‌های جمعی.....                                            |
| ۷۶ | ۱-۲-۳ انواع رسانه‌های چاپی.....                                    |
| ۷۷ | ۲-۲-۳ رسانه‌های الکترونیک.....                                     |
| ۷۹ | ۳-۲-۳ رسانه‌های نوپدید.....                                        |
| ۷۹ | ۳-۳ شکل‌گیری انواع ژورنالیسم.....                                  |
| ۸۰ | ۴-۳ شیوه رمزگذاری پیام‌ها در رسانه‌ها.....                         |
| ۸۲ | ۵-۳ تولیدکنندگان محتوای رسانه (رمزگذاران حرفه‌ای).....             |
| ۸۳ | ۶-۳ نقش رسانه و ورزش بر یکدیگر.....                                |
| ۸۴ | ۷-۳ انواع نقش و کارکردهای رسانه‌های جمعی بر مخاطب.....             |
| ۸۵ | ۸-۳ تحلیل نقش رسانه‌ها با توجه به ماهیت آن‌ها.....                 |

|     |                                                                |
|-----|----------------------------------------------------------------|
| ۸۷  | ۹-۳ فرایند اثرگذاری رسانه‌ها بر مخاطب                          |
| ۸۸  | ۱-۹-۳ نظریه تزریقی                                             |
| ۸۸  | ۲-۹-۳ اثر گروه‌های مرجع                                        |
| ۸۸  | ۳-۹-۳ نظریه استفاده و ارضاء                                    |
| ۸۸  | ۴-۹-۳ آثار بلندمدت رسانه                                       |
| ۸۸  | ۱۰-۳ رویکرد تبلیغی رسانه‌ها                                    |
| ۹۰  | ۱۱-۳ نقش رسانه‌ها بر رسوم                                      |
| ۹۰  | ۱۲-۳ نقش رسانه‌های جمعی در توسعه ورزش جهان                     |
| ۹۱  | ۱۳-۳ توزیع و پخش اخبار روابط عمومی ورزشی                       |
| ۹۱  | ۱۴-۳ پوشش ورزش توسط رسانه‌ها                                   |
| ۹۲  | ۱۵-۳ محدویت‌های ارتباطی در رسانه‌های جمعی                      |
| ۹۳  | ۱۶-۳ منبع قدرت رسانه‌های جمعی                                  |
| ۹۴  | ۱۷-۳ راهبردهای اساسی روابط عمومی برای ارتباط با رسانه‌های جمعی |
| ۹۵  | ۱۸-۳ رسانه‌های دیجیتال و رساناهای ورزشی                        |
| ۹۹  | خلاصه فصل سوم                                                  |
| ۱۰۰ | فعالیت‌هایی برای یادگیری                                       |
| ۱۰۰ | خودآزمایی فصل سوم                                              |
| ۱۰۳ | فصل چهارم. مدیریت رسانه‌های سازمانی                            |
| ۱۰۳ | هدف کلی                                                        |
| ۱۰۳ | هدف‌های یادگیری                                                |
| ۱۰۳ | مقدمه                                                          |
| ۱۰۳ | ۱-۴ انواع رسانه‌های درون‌سازمانی                               |
| ۱۰۴ | ۲-۴ راهنمای رسانه‌ای                                           |
| ۱۰۷ | ۳-۴ خبرنامه‌ها                                                 |
| ۱۰۸ | ۴-۴ نشریه سازمانی                                              |
| ۱۰۹ | ۵-۴ پوستر                                                      |
| ۱۱۱ | ۶-۴ بروشور                                                     |
| ۱۱۲ | ۱-۶-۴ قالب پیش‌فرض                                             |
| ۱۱۲ | ۲-۶-۴ ساخت دستی بروشور در ورد                                  |
| ۱۱۶ | ۷-۴ بریده جراید                                                |
| ۱۱۶ | ۸-۴ رسانه‌های تصویری                                           |
| ۱۱۷ | ۹-۴ رسانه‌های صوتی                                             |
| ۱۱۷ | ۱۰-۴ چند رسانه‌ای‌های رایانه‌ای                                |
| ۱۱۸ | ۱۱-۴ خدمات اطلاعاتی روابط عمومی                                |
| ۱۲۱ | ۱۲-۴ لوگوی سازمانی                                             |

|     |                                                                 |
|-----|-----------------------------------------------------------------|
| ۱۲۱ | ۱۳-۴. کنفرانس خبری.....                                         |
| ۱۲۳ | ۱۴-۴ مقایسه انواع رسانه‌های سازمانی.....                        |
| ۱۲۴ | ۱۵-۴ وب‌سایت.....                                               |
| ۱۲۸ | خلاصه فصل چهارم.....                                            |
| ۱۲۸ | فعالیت‌هایی برای یادگیری.....                                   |
| ۱۲۹ | خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهارم.....                           |
| ۱۳۱ | فصل پنجم. زیرساخت‌های ارتباطی در روابط عمومی و بین‌المللی.....  |
| ۱۳۱ | هدف کلی.....                                                    |
| ۱۳۱ | هدف‌های یادگیری.....                                            |
| ۱۳۱ | مقدمه.....                                                      |
| ۱۳۲ | ۱-۵ مخاطب‌شناسی در روابط عمومی.....                             |
| ۱۳۳ | ۲-۵ تهیه پیام برای مخاطبین.....                                 |
| ۱۳۴ | ۳-۵ راه‌های انتقال پیام به مخاطب.....                           |
| ۱۳۶ | ۴-۵ سخنرانی نماینده سازمان در جمع.....                          |
| ۱۳۸ | ۵-۵ ارتباط شخصی نماینده سازمان.....                             |
| ۱۳۹ | ۶-۵ توره‌های تبلیغاتی.....                                      |
| ۱۳۹ | ۷-۵ برگزاری دوره‌های آموزشی.....                                |
| ۱۴۰ | ۸-۵ امکان بازدید مخاطب از اماکن ورزشی.....                      |
| ۱۴۰ | ۹-۵ سمینار تخصصی یا دانشگاهی و برپایی نمایشگاه.....             |
| ۱۴۱ | ۱۰-۵ مصاحبه رسانه‌های جمعی با نمایندگان سازمان.....             |
| ۱۴۲ | ۱۱-۵ آگهی‌های تبلیغاتی با تأکید بر منافع عمومی جامعه (PSA)..... |
| ۱۴۳ | ۱۲-۵ فعالیت‌های خیریه و نوع‌دوستانه.....                        |
| ۱۴۵ | ۱۳-۵ روابط کارکنان.....                                         |
| ۱۴۵ | ۱۴-۵ روابط با سرمایه‌گذار.....                                  |
| ۱۴۶ | ۱۵-۵ روابط با مشتری.....                                        |
| ۱۴۸ | ۱۶-۵ مدیریت روابط حامی مالی یا اسپانسر.....                     |
| ۱۴۹ | ۱۷-۵ روابط دولتی.....                                           |
| ۱۵۰ | ۱۸-۵ زیرساخت فنی برای ارتباطات.....                             |
| ۱۵۱ | خلاصه فصل پنجم.....                                             |
| ۱۵۲ | فعالیت‌هایی برای یادگیری.....                                   |
| ۱۵۲ | خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل پنجم.....                            |
| ۱۵۳ | فصل ششم. روابط با سازمان‌های ملی و بین‌المللی.....              |
| ۱۵۳ | هدف کلی.....                                                    |
| ۱۵۳ | هدف‌های یادگیری.....                                            |

|     |                                                          |
|-----|----------------------------------------------------------|
| ۱۵۳ | مقدمه.....                                               |
| ۱۵۳ | ۱-۶ مفهوم سازمان.....                                    |
| ۱۵۴ | ۲-۶ رویدادهای ورزشی به عنوان محصول.....                  |
| ۱۵۷ | ۳-۶ انواع سازمان ورزشی.....                              |
| ۱۵۹ | ۴-۶ ارتباطات با کمیته بین المللی المپیک.....             |
| ۱۶۱ | ۵-۶ اتحادیه کمیته های ملی المپیک (ANOCs).....            |
| ۱۶۱ | ۶-۶ اتحادیه کمیته های المپیک قاره ای.....                |
| ۱۶۲ | ۷-۶ فدراسیون های بین المللی و Sport accord.....          |
| ۱۶۵ | ۸-۶ سازمان های ملی ورزشی.....                            |
| ۱۶۵ | ۹-۶ وزارت ورزش و جوانان.....                             |
| ۱۶۸ | ۱۰-۶ کمیته ملی المپیک.....                               |
| ۱۶۹ | ۱۱-۶ فدراسیون های ملی.....                               |
| ۱۶۹ | ۱۲-۶ باشگاه های ورزشی.....                               |
| ۱۷۱ | ۱۳-۶ ارتباط با سازمان های بین المللی.....                |
| ۱۷۳ | ۱۴-۶ روابط بین المللی، ف دیپلماسی ورزشی.....             |
| ۱۷۸ | ۱۵-۶ روابط برای اس دیپلماسی برای ورزشی.....              |
| ۱۷۹ | ۱۶-۶ لزوم آشنایی با قوانین مقررات ورزشی در ارتباطات..... |
| ۱۷۹ | خلاصه فصل ششم.....                                       |
| ۱۸۰ | فعالیت هایی برای یادگیری.....                            |
| ۱۸۰ | خودآزمایی چهارگزینه ای فصل ششم.....                      |
| ۱۸۳ | فصل هفتم. پژوهش و نظرسنجی.....                           |
| ۱۸۳ | هدف کلی.....                                             |
| ۱۸۳ | هدف های یادگیری.....                                     |
| ۱۸۳ | مقدمه.....                                               |
| ۱۸۳ | ۱-۷ روش تحقیق.....                                       |
| ۱۸۸ | ۲-۷ مراحل اجرای پژوهش.....                               |
| ۱۹۰ | ۳-۷ روش مصاحبه و مشاهده.....                             |
| ۱۹۲ | ۴-۷ گروه های متمرکز (مصاحبه گروهی).....                  |
| ۱۹۵ | ۵-۷ تحقیقات پیمایشی.....                                 |
| ۱۹۶ | ۶-۷ تحلیل محتوا.....                                     |
| ۱۹۷ | ۷-۷ مطالعه موردی.....                                    |
| ۱۹۸ | ۸-۷ تحقیق تاریخی.....                                    |
| ۱۹۸ | ۹-۷ روش دلفی.....                                        |
| ۱۹۸ | ۱۰-۷ افکار عمومی و نظرسنجی.....                          |
| ۲۰۲ | ۱۱-۷ ارتباط جمعی و افکار عمومی.....                      |

|     |                                           |
|-----|-------------------------------------------|
| ۲۰۲ | ..... نظرسنجی برای افکار عمومی            |
| ۲۰۴ | ..... خلاصه فصل هفتم                      |
| ۲۰۵ | ..... فعالیت‌هایی برای یادگیری            |
| ۲۰۵ | ..... خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل هفتم     |
| ۲۰۷ | ..... پاسخنامه خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای |
| ۲۰۹ | ..... منابع                               |

www.ketab.ir

## پیشگفتار

روابط عمومی و روابط بین‌الملل از واحدهای مهم در اغلب سازمان‌های ورزشی است. سازمان‌های ورزشی با محدودیت‌های خاص و عام متعددی سروکار دارند. در این میان ارتباط مؤثر با رسانه‌های جمعی یکی از موضوعات مهم و چالش‌های اساسی برای بسیاری از سازمان‌های ورزشی است. نحوه مواجهه اثربخش با انواع مخاطب در مرزهای داخل و خارج از کشور تا حدی تخصصی شده است که زمینه حضور افرادی با تخصص روابط عمومی و بین‌الملل را فراهم کرده است.

روابط عمومی سازمان‌های ورزشی حیطه‌کار گسترده و مرتبط با بسیاری از امور را دربردارد. برای نمونه حیطه‌کاری روابط عمومی در سازمان‌های غیرتجاری می‌تواند شامل همه اقدامات برای بهبود روابط درون و بیرون سازمانی باشد و در سازمان‌های تجاری در امور مربوط به ترویج محصولات (کالا یا خدمات) نیز نقش دارد. روابط عمومی بر روی مخاطبین کلیدی سازمان از جمله «کارکنان»، مشتریان، رسانه‌ها، ورزشکاران، سرمایه‌گذاران و امثال آن» و ارتباط مؤثر با آن‌ها در جهت ایجاد خوش‌نامی سازمانی تأکید دارد. در مجموع و به دلیل این کارکردهای چندگانه، مهارت روابط عمومی در حوزه مدیریت ورزشی بسیار مهم و حیاتی است.

در حوزه روابط بین‌الملل ارتباطات سازمانی در فراسوی مرزهای ملی موردتوجه قرار می‌گیرد. برای این امر فرد ضمن برخورداری از مهارت‌های اولیه روابط عمومی لازم است تا با سازمان‌های ملی و بین‌المللی و انواع پروتکل‌های کلیدی برای ارتباط اثربخش با آن‌ها آشنا باشد.

این کتاب برای علاقه‌مندان و دانشجویان مدیریت ورزشی طراحی شده است تا با رویکردی کاربردی «روابط عمومی و روابط بین‌الملل» را بشناسند. فصل اول کتاب به مبانی روابط عمومی و بین‌الملل می‌پردازد تا خواننده را با اصول اولیه این حوزه آشنا کند. در فصل دوم خواننده در جریان «برنامه‌ریزی در روابط عمومی و بین‌الملل» قرار می‌گیرد. این فصل تلاش می‌کند تا عملیات روابط عمومی و بین‌الملل را در اجرا به خواننده معرفی کند. فصل سوم به «روابط رسانه‌ای» اختصاص دارد. از آنجایی که اغلب در کار روابط عمومی، رسانه‌ها از مهم‌ترین مخاطبان کلیدی هستند که بر دیگر مخاطب کلیدی سازمان نیز اثر دارند؛ بنابراین در یک فصل مجزا مورد بحث قرار می‌گیرد. فصل چهارم به «مدیریت رسانه‌های سازمانی» می‌پردازد. رسانه‌های سازمانی گاهی ارزش تبلیغاتی برابر رسانه‌های جمعی خارج از سامان پیدا می‌کنند؛ بنابراین به مدیریت این رسانه‌ها به صورت ویژه و در فصل چهارم پرداخته می‌شود. فصل پنجم کتاب درباره «زیرساخت‌ها در روابط عمومی و بین‌الملل» است. در این فصل به خواننده گفته می‌شود که روابط عمومی و بین‌الملل برای ارتباطات به چه زیرساخت‌هایی نیاز دارند. فصل ششم درباره «روابط با سازمان‌های ملی و بین‌المللی» است. در این فصل به چگونگی ارتباطات برای ارتباط مؤثر در سطح سازمان‌های ملی و بین‌المللی پرداخته می‌شود. پژوهش در محتوای رسانه‌ها و انتخاب روش مناسب مواجهه با آن‌ها یکی از وظایف اصلی روابط عمومی است؛ از سوی دیگر روابط عمومی‌ها باید با پیمایش نظرات مخاطبین کلیدی خود به دنبال شناخت افکار عمومی در رابطه با سازمان خود باشند. به همین دلیل فصل هفتم به «پژوهش و نظرسنجی» می‌پردازد. ارتباط مؤثر علاوه بر نیاز به مهارت‌های ارتباطی مؤثر در ابعاد مختلف به مهارت پژوهش و جستجوی مؤثر در شرایط مختلف نیز نیاز دارد. در فصل پایانی چگونگی استفاده از مهارت جستجو و پژوهش برای افراد فعال در حوزه روابط عمومی و بین‌الملل توضیح داده خواهد شد.

در ساختار کتاب و هر فصل تلاش شده است تا خواننده ابتدا با یک مقدمه وارد بحث شود و پس از مرور مطالب مرتبط با عنوان هر فصل در خلاصه پایان فصل، موضوعات مهم را مرور کند. پس از خلاصه فصل، فعالیت‌هایی عملی به صورت تمرین آزاد یا کار کلاسی برای یادگیری بیشتر معرفی می‌شود. در انتها خواننده به چند نمونه سؤال برای ارزشیابی یادگیری فصل پاسخ می‌دهد.

بدیهی است برای دستیابی به یک کتاب آرمانی که بتواند خواننده خود را با بهترین نحو در مسیر فعالیت تخصصی در حوزه روابط عمومی و بین الملل قرار دهد به یک تلاش جمعی گسترده نیاز است؛ بنابراین از کلیه صاحب نظران، افراد مجرب و دانشجویان عزیز خواهشمندیم تا با ارائه نظرات اصلاحی و تکمیلی خود ما را تا رسیدن به منبعی جامع و کم نقص در این حوزه یاری فرمایند.

حمید قاسمی، ابوالفضل فراهانی و معصومه حسینی