

به نام آنکه جان را فکرت آموخت
چراغ دل به نور دانش افروخت

مدیر پروژه: سید هادی میرباقری

استانداردهای روابط عمومی (جلد دوم)

نویسندگان:

احمد یحیایی ایله‌ای - سید شهاب سید محسنی

مهدی باقریان - سید حسین قوامی

عادل میرشاهی





سرشناسه	یحيای ايله ای، احمد، ۱۳۹۹ -
عنوان و نام پدیدآور	استانداردهای روابط عمومی / نویسنده احمد یحیای ایلای؛ مدیر پروژه محمد جشمی؛ مشاوران علمی (بر اساس حروف الفبا) حامدرضا اسماعیلی... (و دیگران)؛ [به سفارش] کارگزار روابط عمومی، شرکت پژوهشی شارنگ (شهامت عام)، انجمن متخصصان روابط عمومی، تهران؛ انتشارات کارگزار روابط عمومی، ۱۳۹۲ -
مشخصات نشر	ج: ۲، نمودار: ۲۱ × ۲۸ سم،
مشخصات ظاهری	۲۰۰۰۰ ریال؛ ۵-۱۵-۳۷۴-۶۰۰-۹۷۸: ۲-۳۲-۲-۵۳۷۴-۶۰۰-۹۷۸: ج: ۲،
شابک	فایا
وضعیت فهرست نویسی	یادداشت
یادداشت	مشاوران علمی (بر اساس حروف الفبا) حامدرضا اسماعیلی، حسین امامی، مهدی باقریان، فریادلی سنگتین، سیدشهاب سیدمحسنی، علی فروفر، هادی کمرلی، محمود مختاریان، امیرمسعود مناهری، یونسندگان جلد دوم احمد یحیای ایلای، سیدشهاب سیدمحسنی، سیدشهاب سیدمحسنی، مهدی باقریان، سیدحسین قوامی، عادل میرشاهی است.
یادداشت	ج: ۲، (چاپ اول: ۱۳۹۲) (فایا).
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	روابط عمومی
موضوع	روابط عمومی - مدیریت
شناسه افزوده	جشمی، محمد
شناسه افزوده	اسماعیلی، حامدرضا، مشاور علمی.
شناسه افزوده	موسسه کارگزار روابط عمومی
شناسه افزوده	شرکت ملی صنایع پژوهشی
شناسه افزوده	انجمن متخصصان روابط عمومی ایران
رده بندی کنگره	۱۳۹۲/۱۵۱۲۱/۳۷۴-۶۰۰-۹۷۸
رده بندی دیویی	۶۵۹/۳
شماره کتابشناسی ملی	۲۶۱۱۲۹۹

تاریخ درخواست: ۱۳۹۲/۰۶/۳۰
تاریخ پاسخگویی: ۱۳۹۲/۰۴/۳۰
کد پیگیری: 3210934

انتشارات:	کارگزار روابط عمومی
عنوان کتاب:	استانداردهای روابط عمومی - جلد دوم
مدیر پروژه:	سید هادی میرباقری
نویسندگان:	احمد یحیای ایلای - سیدشهاب سیدمحسنی - مهدی باقریان - سید حسین قوامی - عادل میرشاهی
ویراستار:	زهرا بابازاده گان
طراح و صفحه آرا:	بهنام امینی بیدختی
چاپخانه:	نوژن گرافیک
نوبت چاپ:	اول / ۱۳۹۴
شمارگان:	جلد ۳۰۰۰
شابک:	۹۷۸ - ۶۰۰ - ۵۳۷۴ - ۳۲ - ۲
تعداد صفحات:	ISBN:978-600-5374-32-2
قیمت:	۲۰۳ ص
تلفن پخش:	۲۷,۵۰۰ تومان
شماره پیامک:	۸۸۶۱۷۵۷۶ - ۸۸۶۱۷۵۷۷ - ۰۹۱۲۱۹۳۸۴۱۹
وبسایت:	۳۰۰۰۷۱۵۳
پست الکترونیکی:	www.iranpr.org - www.icpr.ir - www.shara.ir kargozar80@yahoo.com - info@iranpr.org

تمامی حقوق محفوظ است. هیچ بخشی از این کتاب، بدون آن که قبلاً اجازه کتبی از انتشارات «کارگزار روابط عمومی» اخذ شده باشد نباید تکثیر، ضبط یا به هر شکلی اعم از الکترونیک، مکانیکی، ضبط صوتی یا غیر آن انتقال داده شود.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۵	یادداشت ناشر
۶	مقدمه اول
۷	مقدمه دوم
۸	بخش اول: مدیریت برنامه ریزی
۹	□ سند روابط عمومی
۱۳	□ بهینه سازی فعالیت های روابط عمومی
۱۷	□ انتخاب مدیر روابط عمومی
۲۱	□ انتخاب مشاور روابط عمومی
۲۶	□ مدیریت افکار عمومی
۳۰	□ مدیریت بحران
۳۵	□ مدیریت مذاکره
۴۱	□ مدیریت شهرت
۴۵	بخش دوم: فنون روابط عمومی
	الف- ارتباطات رسانه ای
۴۶	□ برنامه ریزی رسانه ای
۵۰	□ گزارش خبری
۵۵	□ گزارش تحلیلی
۶۱	□ گزارش تلویزیونی
۶۵	□ مصاحبه کتبی
۶۹	□ پوشش خبری و تصویری مراسم و برنامه ها
۷۴	□ میهمانی رسانه ای
۷۹	□ راه اندازی ویدئو کنفرانس
۸۲	□ راه اندازی اتاق خبرنگاران
۸۶	□ راه اندازی بانک اطلاعات رسانه ای
۹۱	□ پایش رسانه ای
	ب- ارتباطات اینترنتی و الکترونیکی
۹۶	□ وب سایت
۱۰۰	□ اینترنت
۱۰۵	□ ویلاگ
۱۰۸	□ مدیریت شبکه های اجتماعی
۱۱۳	□ مدیریت روابط عمومی موبایل
۱۱۷	□ مدیریت تولید محتوا
۱۲۲	□ نگارش استاندارد

□ تهیه متن سخنرانی..... ۱۲۶

□ برنامه ریزی برای سنوپی آر..... ۱۳۰

□ مدیریت اجرا و پیاده سازی سنوپی آر..... ۱۳۵

□ مدیریت تور یا نمایشگاه آنلاین..... ۱۴۰

ج- ارتباطات مردمی

□ مدیریت ملاقات مردمی..... ۱۴۶

□ نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها..... ۱۵۱

□ مدیریت رسیدگی به شکایات..... ۱۵۵

□ مدیریت صندوق دریافت شکایات..... ۱۵۹

□ تهیه نامه های اداری..... ۱۶۴

د- مدیریت گردهمایی

□ مدیریت مراسم بزرگداشت..... ۱۷۱

□ مدیریت مراسم اختتامیه..... ۱۷۶

□ مدیریت مراسم اهداء جوایز (جشنواره ها)..... ۱۸۲

□ شیوه نامه عکسبرداری از مراسم..... ۱۸۷

ه- مدیریت انتشارات

□ کتاب عملکرد سازمان..... ۱۹۲

□ مقاله نویسی برای همایش های علمی..... ۱۹۶

منابع و مأخذ..... ۲۰۲

یادداشت ناشر

ما و شما که در حیطه کار پر مشغله و جذاب روابط عمومی فعالیت می‌کنیم، حتماً بارها و بارها پای حرف‌ها و صحبت‌های کتاب نشسته‌ایم.

زمانی که کتابی را در دست می‌گیریم و می‌خوانیم در حقیقت به حرف‌های یک دوست گوش فرا می‌دهیم. در زندگی روزمره، معمولاً برای حرف‌هایی گوش شنوا وجود دارد که تازه باشند و به قول معروف بتوانیم آن‌ها را در عمل به کار ببریم. کتابی که بتواند به طور مفید و مختصر ما را با آنچه به کارمان می‌آید آشنا کند، دوست خوبی است که همشینی با او را قدر خواهیم دانست. امروزه، بازار کتاب مملو از کتاب‌های گوناگون است. در زمینه روابط عمومی و ارتباطات هم می‌توان آثار فراوانی را در آن یافت. اما به نظر می‌رسد این گونه کتاب‌ها با پرداختن به کلیات و مباحث نظری - که در جایگاه خود ارزشمند و مفید هستند - کمتر توانسته‌اند در عمل به کمک دست‌اندرکاران این حرفه بیایند.

به همین لحاظ و با این نگاه که مجموعه‌ای از کتاب‌های کاربردی و سودمند تهیه و در اختیار علاقه‌مندان این حرفه قرار گیرد، انتشارات کارگزار روابط عمومی پس از سال‌ها تجربه در زمینه چاپ کتاب‌ها و نشریات مرتبط با روابط عمومی و ارتباطات، تهیه و چاپ مجموعه کتاب‌های کاربردی روابط عمومی در حوزه‌های اصول، مبانی و فنون روابط عمومی را در دستور کار خود قرار داده است.

در نظر است این مجموعه کتاب‌ها به مرور تهیه و تقدیم علاقه‌مندان و دست‌اندرکاران این عرصه گردد. انتشارات کارگزار روابط عمومی به لحاظ اهمیت موضوع حرفه و هنر روابط عمومی در عرصه‌های مختلف، دیری است که بخشی از فعالیت‌های خود را به «استانداردهای روابط عمومی» اختصاص داده است. امید است تلاشگران عرصه روابط عمومی، در یک همگامی و هماهنگی و وحدت رویه، برای توفیق در آرایه بهترین و ضروری‌ترین آثار در این میدان، یار و یاور ما باشند. انشاء...

انتشارات کارگزار روابط عمومی

(ناشر اندیشه و هنر روابط عمومی)

مقدمه اول

خوشبختانه جلد اول کتاب استانداردهای روابط عمومی با استقبال خوب مدیران، کارشناسان و علاقمندان به حوزه روابط عمومی و ارتباطات مواجه شد و این انگیزه را ایجاد کرد که با گذشت کمتر از یک سال همانطور که در جلد اول کتاب مذکور نوید آن داده شده بود با همت تعدادی از اساتید و صاحب نظران روابط عمومی، دومین جلد کتاب به زیور طبع آراسته و پیش روی علاقمندان و خوانندگان حرفه روابط عمومی قرار گیرد.

دومین جلد کتاب استانداردهای روابط عمومی به نوعی تکمیل کننده شاخه های فعالیتی روابط عمومی می باشد که در جلد اول امکان و فرصت نگارش آن فراهم نگردید. به واقع مجموعه کتب جلد اول و دوم کتاب استانداردهای روابط عمومی تمامی فنون و فعالیت های اصلی روابط عمومی را شامل شده که ضمن توضیح هر فعالیت، فرآیند، نمودار و چک لیست کاری برای آن ارایه کرده است. حتی کسانی که تجربه کار و فعالیت در واحد روابط عمومی را نداشته باشند با بکار گرفتن فرآیند کاری تعریف شده برای هر فعالیت و تکنیک و چک لیست های کاری می توانند گام به گام آن فن و تکنیک را به راحتی و با کیفیت خوب در سازمان شان اجرا و پیاده سازی کنند.

دومین جلد کتاب استانداردهای روابط عمومی به دو بخش مدیریت و برنامه ریزی فنون روابط عمومی تقسیم بندی شده است که در بخش اول به روش تهیه سند روابط عمومی به عنوان یک پیشینه و نقشه راه برای هر روابط عمومی پرداخته و در ادامه فرآیند بهینه سازی فعالیت های روابط عمومی را ارایه کرده است. شیوه انتخاب درست مدیر و مشاور روابط عمومی و نحوه مدیریت بحران، مذاکره و شهرت، از دیگر موضوعات بخش مدیریت برنامه ریزی کتاب می باشد. بخش دوم کتاب نیز شامل فنون ارتباطات رسانه ای، ارتباطات اینترنتی و الکترونیکی، ارتباطات مردمی، مدیریت گردهمایی ها و مدیریت انتشارات است.

در پایان، انتشارات کارگزار روابط عمومی بر خود لازم می داند از مهندس سیدهادی میرباقری از مدیران شایسته و برجسته کشورمان و از نویسندگان اثر، دکتر احمد یحیایی ایله ای، مهدی باقریان، سیدشهاب سیدمحسنی، عادل میرشاهی و مهندس سیدحسین قوامی که از کارشناسان مجرب و صاحب نظران این رشته می باشند تشکر و قدردانی نماید. بدون تردید کتاب پیش رو نیز خالی از ضعف و کاستی نبوده و منتظر دریافت نظرات و پیشنهادات سازنده علاقمندان و خوانندگان برای اصلاح آن در چاپ های بعدی می باشد.

نویسندگان

بهار ۱۳۹۴

مقدمه دوم

استانداردسازی، راهگشای رشد و اعتلای روابط عمومی

آفریننده جهان برای برقراری نظام خلقت برای هر چیزی حد، مقدار، معیار و اندازه‌ای را مقرر کرده است که امروزه به آن «استاندارد» گفته می‌شود. «استاندارد» همان «نظم» موجود میان اجزا و ضوابط حاکم بر روابط است که از طریق تامین و نگهداری اطلاعات، تضمین کیفیت، سلامت محصولات و خدمات، موجب پویایی و بالندگی هر سیستمی می‌شود. «روابط عمومی» نیز بدون ضوابط و قواعد مشخص و معین نمی‌تواند نظام کارا و اثربخشی داشته باشد. بنابراین تهیه و تدوین استانداردهای روابط عمومی می‌تواند موجب کاهش منابع مصرفی و افزایش کیفیت و بهره‌وری در کارها شود. از این رو باید تدبیری اندیشیده شود تا فرآیند استانداردسازی از نظر محتوا و روند اجرایی، راه رسیدن به هدف را تسهیل کرده و به سادگی و به دور از هرگونه پیچیدگی قابل ارائه باشد.

برای پرهیز از مباحث تئوریک به یک نمونه کوچک از تدوین استانداردها و تاثیر مثبت آن در کسب موفقیت و گشایش فصلی تازه در حیات روابط عمومی و امور بین‌الملل گروه پتروپارس در سال ۱۳۹۱ اشاره می‌شود که استانداردهای کاری در زمینه:

- دستورالعمل گزارش دهی از روند توسعه و فعالیت‌ها و ارائه و اطلاع‌رسانی آن در شرکت

- دستورالعمل فعالیت‌های سمعی بصری

- دستورالعمل ارتباط با رسانه‌ها و تهیه بریده جراید

- دستورالعمل خدمات طراحی گرافیکی

- دستورالعمل انتشار آگهی

- دستورالعمل کدگذاری محصولات روابط عمومی

- فرآیند برگزاری مراسم

- روش اجرایی برگزاری مراسم

با این هدف که تغییرات احتمالی مدیران و کارشناسان این حوزه نتواند مانع اجرای دقیق و سریع برنامه‌ها شده و استانداردها بتوانند روش‌های اجرای برنامه‌ها را از دسترس تغییر سلیقه‌ها دور نگاه دارند در سند راهبردی روابط عمومی گنجانده شد. تهیه و تنظیم این فرآیندها، دستورالعمل‌ها و روش‌های اجرایی توانست سهم به‌سزایی در پویایی و چابکسازی اقدامات این مجموعه داشته و با وجود نیروهای محدود، بستر ساز کسب موفقیت‌های پرشماری چون دریافت «جایزه طلایی روابط عمومی» در یازدهمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران (۱۳۹۳)، کسب «مدیر برتر روابط عمومی» در دهمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران (۱۳۹۲) و دهمین سمپوزیوم بین‌المللی روابط عمومی (۱۳۹۳)، «روابط عمومی برتر ملی» در نهمین سمپوزیوم بین‌المللی روابط عمومی (۱۳۹۲) و «روابط عمومی ممتاز ملی» در هشتمین جشنواره ملی انتشارات روابط عمومی (۱۳۹۲) شد و البته ناگفته پیداست که پشتیبانی و حمایت جناب آقای مهندس شمس؛ مدیرعامل محترم گروه پتروپارس و سایر مدیران و همکاران این مجموعه، به عنوان مکمل این استانداردهای مدون، توانست موفقیت‌های مذکور را در دسترس قرار دهد.

اکنون نیز پس از چاپ و انتشار موفق جلد نخست کتاب ارزشمند «استانداردهای روابط عمومی» به عنوان گامی مثبت در جهت تحقق آرمان روابط عمومی یکپارچه و کارآمد، جلد دوم این کتاب با مشارکت موثر انجمن متخصصان روابط عمومی و موسسه کارگزار روابط عمومی و با بهره‌گیری از تجارب و دانش جمعی از متخصصان و اساتید این حوزه، تألیف و تدوین شده است که امید است ضمن این که اقدامی کوچک در مسیر ارتقا و رشد دانش روابط عمومی در کشور عزیزمان باشد، توجه نظر ناقدان و خوانندگان گرانقدر و بویژه اصحاب رسانه و روابط عمومی را جلب نموده و در عین حال نظرات راهگشای ایشان را به دنبال داشته و طعم شیرین نقد سازنده را در کام پدیدآورندگان این اثر جاری نماید.

و من الله توفیق و علیه التکلان

سیدهادی میرباقری

مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل و

مدیر پیگیری پروژه‌های گروه پتروپارس