

نگرش مدیران در خصوص وظایف روابط عمومی

نویسندگان:

دکتر اسداله چراغی

بی بی سرور غفاری

دکتر مهرداد افشون



شمار کتابخانه ملی ۵۱۵۹۴۶۰



قیمت: ۱۷۰۰۰ تومان

اهواز: خیابان نادری شرقی، نبش خیابان کرمی خراط ۳۲۲۱۹۲.۲ - ۳۲۲.۲۸۰.۲ - ۹۱۶۱۱۸۵۱۱۸.

فهرست

۷	سخن نویسنده
۹	مقدمه
۱۱	فصل اول: ادبیات نظری و مستندات
۱۳	چارچوب نظری روابط عمومی
۱۳	نظریه‌های مربوط به روابط
۱۳	نظریه عمومی نظام‌ها
۱۴	نظریه موقعیتی
۱۵	رهیافت‌های حسی-عناد در روابط
۱۶	نظریه‌های شناختی رفتاری
۱۷	نظریه مبادله اجتماعی
۱۷	نظریه اشاعه
۱۸	نظریه یادگیری اجتماعی
۱۹	نظریه‌های مربوط به ارتباطات اجتماعی
۲۰	نظریه استفاده و بهره‌مندی
۲۱	نظریه برجسته‌سازی
۲۲	نظریه وابستگی مخاطبان
۲۲	الگوهای روابط عمومی
۲۲	الگوی تبلیغ یا کارگزاری
۲۳	الگوی اطلاع عمومی
۲۳	الگوی دوسویه ناهم‌سنگ
۲۳	الگوی دوسویه هم‌سنگ
۲۴	تعاریف و مفاهیم روابط عمومی
۲۹	تاریخچه روابط عمومی در جهان
۳۱	تاریخچه روابط عمومی در ایران
۳۴	بنیانگذاران روابط عمومی
۳۴	بنیانگذار و پدر روابط عمومی در جهان

۳۵	بنیانگذار و پدر روابط عمومی ایران
۳۷	ضرورت و نیاز اجتماع به روابط عمومی
۳۹	آشنایی اجمالی با فعالیت‌های روابط عمومی
۳۹	ارتباطات مردمی
۳۹	الف) ارتباطات مردمی در شاخه دریافت پیشنهادات
۴۰	ب) ارتباطات مردمی در شاخه پاسخگویی
۴۰	سازماندهی ارتباطات مردمی
۴۱	انواع ارتباطات مردمی
۴۱	الف- ارتباطات مردمی درون سازمانی
۴۱	ب) ارتباطات مردمی برون سازمانی
۴۳	ارتباطات رسانه‌ای
۴۳	الف) ارتباطات رسانه‌ای در شاخه خبر
۴۳	ب) ارتباطات رسانه‌ای در شاخه جوابیه
۴۴	انتشارات
۴۴	آموزش
۴۵	پژوهش و افکارسنجی
۴۶	روابط عمومی، وظایف، کارکرد
۴۶	ارتباط با رسانه‌ها
۴۷	آموزش در روابط عمومی
۴۸	امور فرهنگی و نمایشگاه‌ها
۴۸	مراسم
۴۹	برگزاری نمایشگاه
۴۹	برنامه‌ریزی نمایشگاهی
۵۰	فعالیت‌های سمعی و بصری
۵۰	عکس
۵۰	مجله ویدئویی
۵۰	فعالیت‌های فرهنگی و نمایشگاهی
۵۱	تله کامپیوتر
۵۱	برگزاری سمینار
۵۲	روابط عمومی، نقش‌ها و کارکردها
۵۴	چارت تشکیلات روابط عمومی

۵۵	اصول و مبانی روابط عمومی
۵۸	اصول کار روابط عمومی از دیدگاه دکتر نطقی
۶۵	ارکان و اهداف اساسی روابط عمومی
۶۶	طبقه‌بندی مخاطبان روابط عمومی
۶۷	نقش روابط عمومی در سازمان
۶۹	ساختار مناسب با شرح وظایف و تشکیلات روابط عمومی
۶۹	عمده شرح وظائف
۶۹	زیر ساخت‌های روابط عمومی
۷۰	تفاوت بین روابط عمومی و تبلیغات
۷۰	تعاریف و ویژگی‌های روابط عمومی
۷۲	وجه افتراق روابط عمومی با تبلیغات
۷۳	معیار تفکیک روابط عمومی تبلیغات
۷۴	جایگاه سازمان‌ها: مازر روابط عمومی
۷۵	عوامل موثر بر توسعه جایگاه روابط عمومی
۷۹	روابط عمومی مطبوعات
۸۶	خصوصیات مدیر روابط عمومی
۸۸	وظایف مدیر روابط عمومی
۸۹	روابط عمومی و مدیریت اثربخش
۹۲	ویژگی‌های کارشناس روابط عمومی
۹۷	جایگاه روابط عمومی در ایران
۹۷	چالش‌های روابط عمومی در ایران
۹۹	تاثیر رفتار مدیران ارشد بر روابط عمومی
۱۰۱	پیشنهادهای لازم برای توانمندی روابط عمومی سازمان‌ها
۱۰۳	نتیجه‌گیری
۱۰۳	پیشینه

فصل دوم: روش شناسی ۱۰۹

۱۱۱	روش
۱۱۱	جامعه آماری
۱۱۲	تعداد یا حجم نمونه
۱۱۲	نمونه و روش نمونه‌گیری

۱۱۳		روش گردآوری اطلاعات
۱۱۳		۱- روش کتابخانه‌ای
۱۱۳		۲- روش میدانی
۱۱۴		روائی و پایائی پرسشنامه
۱۱۴		ابزار گردآوری اطلاعات
۱۱۴		روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۱۷		فصل سوم: تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۱۹		یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرها
۱۲۷		فصل چهارم: بررسی و نتیجه‌گیری
۱۳۵		نتیجه

سخن نویسنده

بی تردید تعالی علمی و فرهنگی کشور، بازتاب میزان تفکری است که فرهیختگان در مقام عمل به منصفه ظهور می‌رسانند. در این بین، مهمتر و حساس‌تر از همه، رسالت عالمان و علم‌جویان است. این رسالت همان گونه که در جهت پرورش استعدادهای فردی، با قرات و مطالعه انجام می‌گیرد. برای پیشبرد اهداف اجتماعی و تعالی فرهنگی، با کتابت و مباحثه نیز محقق می‌شود.

با این امید که با استمرار فعالیت‌های انتشاراتی، بتواند گامی در راه رشد و بالندگی فرهنگی بردارد.

دکتر اسداله چراغی