مباحثی در ارتباطات سازمانی

مترجمین
دکتر حبیب‌الله دعایی
دانشیار گروه مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان
مهندس غلامرضا ملک‌زاده
عضو هیئت علمی پژوهشکده علوم و صنایع غذایی خراسان رضوی
سید مرتضی غیور

بهار ۱۳۹۰

انتشارات نما
نشر جهان فردا

www.ketab.ir

سرشناسه	:	گیلیس، تامارا ال.، ۱۹۶۱ - م — Gillis, Tamara L.
عنوان و پدیدآور	:	مباحثی در ارتباطات سازمانی/ تامارال. گیلیس؛ مترجمین حبیب الله دعایی ... [و دیگران].
مشخصات نشر	:	مشهد: جهان‌فردا — نما، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری	:	۴۷۲ ص. : مصور، جدول.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۵۰۶۸-۹۱-۷ ISB: 978-600-5068-91-7
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیپا
یادداشت	:	عنوان اصلی: The IABC Handbook of Organization Communication
یادداشت	:	مترجمین حبیب الله دعایی، غلامرضا ملک‌زاده، سید مرتضی غیور
موضوع	:	ارتباط در سازمان‌ها
موضوع	:	ارتباط در مدیریت کارمندان
شناسه افزوده	:	دعایی، حبیب الله، ۱۳۳۷ -، مترجم
شناسه افزوده	:	ملک‌زاده، غلامرضا، ۱۳۳۹ -، مترجم
رده‌بندی کنگره	:	HD۳۰/۳/گ۹م۲ ۱۳۸۹
رده‌بندی دیویی	:	۶۵۸/۴۵
شماره کتابشناسی ملی	:	۲۲۲۷۹۱۲

www.ketab.ir

نام کتاب	:	مباحثی در ارتباطات سازمانی
مترجمین	:	غلامرضا ملک‌زاده — حبیب ا... دعایی — سید مرتضی غیور
ناشر	:	انتشارات جهان فردا
تیراژ	:	۱۰۰۰
چاپ	:	اول
چاپ	:	دانشگاه
صفحه‌آرایی	:	معصومه برک
قیمت	:	۱۰۰۰۰ تومان
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۵۰۶۸-۹۱-۷
ISBN	:	978-600-5068-91-7

«حق چاپ محفوظ است»

مراکز پخش:

انتشارات نما، خیابان انقلاب، خیابان اردیبهشت، کوچه وحید، پلاک ۵

تلفن: ۶۶۹۵۸۱۹۱ - تلفاکس: ۶۶۴۶۴۵۹۳

مشهد: کتاب جهان نما، قاسم‌آباد، استاد یوسفی ۱۷

تلفاکس: ۶۶۲۸۲۲۵

مقدمه مترجمین

ارتباطات سازمانی، نظامی پویا و گسترده است که اقدامات مرتبط با آن بر جامعه و فناوری اثر می‌گذارد. به همین دلیل هر کتابی در رابطه با ارتباطات سازمانی باید طیفی گسترده از مباحث را مطرح سازد و در عین حال هیچ گاه نگارش و تدوین کتابی که در آن همه‌ی جوانب مربوط به ارتباطات سازمانی مورد بحث قرار گرفته باشد، به سادگی میسر نخواهد شد.

کتاب حاضر که با عنوان مباحثی در ارتباطات سازمانی در اختیار علاقمندان به حوزه‌ی ارتباطات سازمانی قرار می‌گیرد، ترجمه‌ی ویرایش چهارم کتاب راهنمای ارتباطات سازمانی انجمن بین‌المللی ارتباطات کسب و کار (IABC) است. مطالب و مباحث مطرح شده در این کتاب حاصل انجام پروژه‌ای تحقیقاتی با عنوان "درون ارتباطات سازمانی" است که از ۱۹۸۱ آغاز شد و نتایج آن با همین عنوان در سال‌های ۱۹۸۱ ، ۱۹۸۵ ، و ۱۹۹۹ منتشر شده است و مورد استفاده بسیاری از دست اندرکاران ارتباطات سازمانی از جمله دانشجویان مقاطع مختلف رشته‌های مدیریتی قرار گرفته است. به گفته‌ی دست اندرکاران انتشار این مجموعه، ویرایش‌های مختلف و پی در پی آن از نظر محتوا به گونه‌ای تغییر کرده است که بیانگر توجهات در حال تغییر در عرصه‌ی ارتباطات سازمانی و اثر آن بر سازمان‌ها (کوچک، بزرگ، عمومی، خصوصی، انتفاعی و غیر انتفاعی) باشد. مجموعه‌ی حاضر نیز ترجمه آخرین ویرایش کتاب در سال ۲۰۰۶ است که شامل مجموعه‌ی متنوعی از مباحث جامع در زمینه‌ی ارتباطات سازمانی است.

این کتاب براساس رسالت‌های انجمن بین‌المللی ارتباطات کسب و کار (IABC) مبنایی اساسی برای دانشی عملی و کاربردی برای ارتباطات اثر بخش سازمانی فراهم می‌کند که بر موفقیت سازمان‌ها نیز اثر می‌گذارد. هدف این کتاب فراهم ساختن ادراک مفهومی و کاربردی عملی از عناصر ارتباطات سازمانی است به گونه‌ای که درکی وسیع از ارتباطات سازمانی و ارتباطات در کسب و کارهای مختلف را ممکن می‌سازد.به همین دلیل این کتاب و مباحث مطرح شده در آن می‌تواند برای طیفی گسترده از دانشجویان و افرادی که در بخش‌های مرتبط با ارتباطات سازمانی و روابط عمومی سازمان‌ها مفید باشد.

در پایان، مترجمین کتاب برخورد لازم می‌دانند از کلیه‌ی کسانی که به نحوی در ترجمه و نشر آن مشارکت و همکاری داشته‌اند بخصوص سرکار خانم معصومه عربشاهی و آقایان محسن فرهادی، علیرضا چیت سازیان، مهدی منظری و حسن جعفریانی، تشکر و قدردانی به عمل آورند. امید آن که کتاب حاضر بتواند نقشی هر چند کوچک در شکوفایی علمی کشور و بخصوص توسعه‌ی دانش مدیریت و عرصه‌ی ارتباطات سازمانی داشته باشد.

مترجمین

www.ketab.ir

فهرست مطالب

بخش اول: ارتباطات کسب و کار در سازمان‌های در حال تکامل ۷

فصل اول: ویژگی‌های ارتباطات برتر ۹

فصل دوم: رابط شرکت: متخصص راهبردی ارشد ۲۲

فصل سوم: فرهنگ سازمانی ۳۱

فصل چهارم: ارتباطات مورد اعتماد ۴۲

فصل پنجم: اخلاق در ارتباطات (تفکیک راه درست از نادرست) ۵۲

بخش دوم: مدیریت ارتباطات ۶۱

فصل ششم: رویکردهای راهبردی به مدیریت ارتباطات ۶۲

فصل هفتم: برنامه‌ریزی راهبردی ۷۳

فصل هشتم: همراستایی راهبرد و ارتباطات داخلی کارکنان ۸۶

فصل نهم: مدیریت مسائل ۹۷

فصل دهم: ارتباطات در تغییر ۱۰۷

فصل یازدهم: واقعیت‌های متداول در ارتباطات بحران ۱۱۹

فصل دوازدهم: مسئولیت اجتماعی شرکت ۱۲۷

فصل سیزدهم: برقراری ارتباط برای ادغام و تملک ۱۳۹

فصل چهاردهم: مدیریت و ارتباطات در تنوع فرهنگی ۱۵۶

فصل پانزدهم: مشاوره ارتباطات در ارتباطات شرکت ۱۷۱

بخش سوم: ارتباطات داخلی ۱۸۱

فصل شانزدهم: ارتباطات داخلی ۱۸۲

فصل هفدهم: روابط مدیر - کارمند ۱۹۰

فصل هجدهم: پرتاب سنگ به کرگدن‌های شرکت ۲۰۰

فصل نوزدهم: برقراری ارتباط در مورد تغییرات کلیدی سازمان ۲۱۱

فصل بیستم: رسانه‌های اطلاعاتی داخلی ۲۲۶

فصل بیست و یکم: ساخت نشان تجاری داخلی ۲۳۵

بخش چهارم: روابط عمومی ۲۴۷

www.ketab.ir

فصل بیست و دوم: برنامه‌ریزی و تحقیقات روابط عمومی ۲۴۸
فصل بیست و سوم: نقش مدیر ارشد اجرائی به عنوان مسئول ارتباطات ۲۵۹
فصل بیست و چهارم: روابط موفق رسانه‌ای ۲۷۱
فصل بیست و پنجم: روابط با سرمایه‌گذار و ارتباطات مالی ۲۷۸
فصل بیست و ششم: برقراری ارتباط با دولت ۲۹۸
فصل بیست و هفتم: به دست آوردن یک موقعیت رهبری در جامعه ۳۰۷
فصل بیست و هشتم: روابط عمومی و آموزه‌های اخلاقی ۳۱۶
فصل بیست و نهم: سنجش برنامه‌ریزی روابط عمومی ۳۲۶

بخش پنجم: ارتباطات بازاریابی ۳۴۳
فصل سی‌ام: ارتباطات بازاریابی امروز ۳۴۴
فصل سی و یکم: نشان‌گذاری و مدیریت نشان ۳۵۲
فصل سی و دوم: ایجاد و حفظ پویایی ارتباط شرکت ۳۶۵
فصل سی و سوم: ارتباط برای رضایتمندی و وفاداری مشتری ۳۷۵
فصل سی و چهارم: اندازه‌گیری در ارتباطات بازاریابی ۳۸۶

بخش ششم: آینده‌ی ارتباطات کسب و کار ۳۹۹
فصل سی و پنجم: آینده‌ی اندازه‌گیری در ارتباطات شرکتی ۴۰۰
فصل سی و ششم: دسترسی به ماهیت نامحدود دانش ۴۰۹
فصل سی و هفتم: ارزش‌های جدید برای محیط کار جدید ۴۱۸
فصل سی و هشتم: آینده‌ی ارتباطات یکپارچه ۴۲۵
فصل سی و نهم: روابط بین‌المللی ۴۳۶
فصل چهلم: تأثیر فناوری بر ارتباطات سازمانی ۴۴۸
فصل چهل و یکم: آینده‌ی ارتباطات کسب و کار ۴۵۷

www.ketab.ir