

مهارت های روابط عمومی

محمد طاهری

انتشارات اندیشه تابان



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

طاهری، محمد، ۱ مرداد ۱۳۵۱

سرشناسه

taheri' mohammad

عنوان و نام پدیدآورنده : مهارت های روابط عمومی / محمد طاهری

مشخصات نشر : کرج - اندیشه تابان، ۱۳۹۷

مشخصات ظاهری : ۲۲۵ صفحه ؛ وزیری

شابک : ۹۷۸ - ۶۲۲ - ۹۹۱۸۳ - ۴ - ۰ - ۰

قیمت : ۳۰۰/۰۰۰ ریال

وضعیت بهره نویسی : فیا

موضوع : روابط عمومی

موضوع : public relations

رده بندی کنگره : ۱۳۰ م۲ ط / ۱۲۲۱ HM

رده بندی دیویی : ۹۱۲ / ۶

شماره کتابشناسی ملی : ۹۴ / ۵۱

کد پیگیری : ۴۱۸۸۸۱ /

نام کتاب : مهارت های روابط عمومی

نویسنده : محمد طاهری

ناشر : اندیشه تابان

شابک : ۹۷۸ - ۶۲۲ - ۹۹۱۸۳ - ۴ - ۰ - ۰

ویراستاری و تصحیح : فاطمه داودی

تعداد صفحات : ۲۲۵

نوبت چاپ : اول

تاریخ چاپ : ۱۳۹۷

شمارگان : ۱۰۰۰ نسخه

طراحی و صفحه آرایی : محمد رضا شیبانی راد

قیمت : ۳۰۰/۰۰۰ ریال

تلفن مرکز نشر : ۰۹۱۹۷۱۴۱۳۴۱

پست الکترونیک : m_taheri۵۱@yahoo.com

تمامی حقوق این کتاب برای ناشر و نویسنده محفوظ است.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه.....	۷
بخش اول : کلیات روابط عمومی	
تعاریف روابط عمومی.....	۱۰
تاریخچه روابط عمومی در جهان و ایران.....	۱۳
اهداف و ویژگی های روابط عمومی.....	۱۷
فعالیت ها و وظایف روابط عمومی.....	۲۲
جایگاه و ساختار سازمانی روابط عمومی.....	۳۰
بخش دوم : مهارت های مدیریتی در روابط عمومی	
مهارت های مدیریتی در روابط عمومی.....	۴۰
بخش سوم : تدوین برنامه و بودجه روابط عمومی	
برنامه ریزی در روابط عمومی.....	۴۴
بودجه بندی در روابط عمومی.....	۵۷
بخش چهارم : ارتباط با رسانه ها و خبرنگاران	
ارتباط روابط عمومی ها با رسانه ها.....	۶۲
فنون ارتباط با رسانه ها و خبرنگاران.....	۶۹
بخش پنجم : فنون تولید پیام های رسانه ای	
خبر نویسی.....	۸۴
گزارش نویسی.....	۱۲۲
مقاله نویسی.....	۱۳۴
آگهی، پیام های تبلیغاتی و گزارش آگهی.....	۱۴۱
مصاحبه.....	۱۴۵
تهیه، تنظیم و ارسال گزارش آگهی.....	۱۱۳
بیانیه و پاسخگویی به رسانه ها.....	۱۵۴

تولید عکس، گزارش تصویری و فیلم..... ۱۶۱

تولیدات چند رسانه ای..... ۱۶۵

بخش ششم: رسانه های روابط عمومی

نشریات سازمانی..... ۱۷۰

پایگاه خبری..... ۱۷۷

رسانه های نوین ارتباطی..... ۱۸۱

تابلو اعلانات و رسانه های محیطی..... ۱۸۵

بخش هفتم: مراسم ها و تشریفات

برنامه ها و مراسم های سازمانی..... ۱۸۸

مدیریت جلسات و سخنرانی..... ۱۹۳

مدیریت تشریفات مراسم ها و نام ها..... ۲۰۸

بخش هشتم: نظرسنجی

نظرسنجی..... ۲۲۰

فهرست منابع:..... ۲۲۴

مقدمه

روابط عمومی به عنوان یک مشاور و پل ارتباطی بین مدیر سازمان با کارکنان و مردم دارای وظایفی گسترده است و باید مهارت های متعددی را دارا باشد تا بتواند به نحو شایسته وظایف درون سازمانی و بیرون سازمانی خود را به سرانجام برساند. روابط عمومی ها باید بر محور دانش و علم روز فعالیت کنند و مهارت ها و فنون ارتباطی لازم را بلد باشند تا در انجام وظایف مطلوب عمل کنند و باعث اثربخشی بهینه سازمان متبوع خود در جامعه گردند. فعالان عرصه روابط عمومی با اتمام از مدیران و کارکنان هر روابط عمومی، در هر سطحی که باشند، باید مجموعه ای از فنون و مهارت ها برای فعالیت موثر را بدانند تا کارایی لازم را برای روابط عمومی داشته باشند و بتوانند وظایف سازمانی خود را انجام دهند.

خبرنویسی؛ گزارش و مقاله نویسی؛ انجام مصاحبه؛ گفتگوها؛ چگونگی برگزاری کنفرانس ها و نشست های خبری؛ توانایی و مهارت برنامه نویسی و طراحی بندی برای روابط عمومی؛ مهارت برقراری ارتباط با رسانه ها؛ چگونگی برگزاری برنامه های تبلیغاتی از قبیل نمایشگاه ها، جشنواره ها، مسابقات، همایش ها، جلسات و گردهمایی ها؛ آگاهی و احیای اصول و آداب تشریفات برنامه ها و مراسم ها؛ تهیه، تنظیم و ارسال گزارش آگهی؛ مدیریت و اداره پایگاه خبری سازمان، چگونگی تهیه محتوا و چاپ نشریه داخلی و انواع مقولات انتشاراتی و... از مهارت ها و فنونی است که فعالان عرصه روابط عمومی باید به آنها مجهز باشند.

در این راستا تصمیم گرفته شد که کتاب مهارت های روابط عمومی تالیف گردد تا ضمن بیان کلیات و تعاریفی از روابط عمومی، تاریخچه، اهداف، وظایف، جایگاه و ساختار تشکیلاتی روابط عمومی ها، مهارت ها و فنونی که کارکنان روابط عمومی ها باید از آنها بهرمنند باشند، تشریح شود.

کتاب مهارت های روابط عمومی جهت افزایش آشنایی، آگاهی و مهارت کارکنان روابط عمومی ها و دانشجویان این عرصه برای فعالیت شایسته تر در روابط عمومی ها در هشت بخش به نگارش درآمده است. در بخش اول کلیات روابط عمومی شامل تعاریف روابط عمومی، تاریخچه روابط عمومی در جهان و ایران، اهداف و ویژگی های روابط عمومی، فعالیت ها و وظایف روابط عمومی، جایگاه و ساختار سازمانی روابط عمومی آمده است.

در بخش دوم مهارت های مدیریتی در روابط عمومی ذکر شده است. بخش سوم کتاب موضوع تدرین برنامه و بودجه در روابط عمومی تشریح گردیده است. در بخش چهارم اهمیت و نحوه ارتباط با رسانه ها و خبرنگاران تبیین گردیده است.

بخش پنجم کتاب شامل فنون تولید پیام های رسانه ای از قبیل خبرنگاری، گزارش نویسی، مقاله نویسی، آگهی، پیام های تبلیغاتی و گزارش آگهی، مصاحبه، تهیه، تنظیم و ارسال گزارش آگهی، بیانیه و پاسخگویی به رسانه ها، تولید عکس، گزارش تصویری و فیلم همچنین تولیدات چند رسانه ای است.

در بخش ششم کتاب رسانه های روابط عمومی از قبیل نشریات سازمانی، پایگاه خبری، رسانه های نوین ارتباطی همچنین تابلو اعلانات و رسانه های محیطی آمده است.

بخش هفتم کتاب شامل انواع برنامه ها و مراسم های سازمانی، مدیریت جلسات و سخنرانی ها، مدیریت تشریفات مراسم ها و برنامه های روابط عمومی تشریح گردیده است.

در بخش هشتم کتاب هم اهمیت نظرسنجی در فعالیت های روابط عمومی، روش ها، ابزارها و مراحل نظرسنجی ذکر شده است.

امید است این کتاب و مطالب آن مورد توجه مدیران و کارکنان روابط عمومی ها همچنین علاقمندان و دانشجویان این رشته قرار گیرد و به شناخت کامل تر آنان از روابط عمومی و مهارت های مورد نیاز برای فعالیت موثر در روابط عمومی ها، کمک نماید.