

مدل تعالی سازمانی از روابط عمومی

وید حسین اده



زمستان ۱۳۹۸

سرشناسه: حسین زاده، مجید - ۱۳۵۶
عنوان و پدیدآور: مدل تعالی سازمانی در روابط عمومی / مجید حسین زاده
مشخصات نشر: تهران: انتشارات امید رهاوی، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری: ۱۳۲ ص:، جدول، نمودار: ۱۴/۵ x ۲۱/۵ س. م.
شابک: 1-6-96411-600-978
وضعیت فهرست نویسی: فیا
موضوع: کیفیت فراگیر -- مدیریت
موضوع: Total quality management
موضوع: کارآمدی سازمانی
موضوع: Organizational effectiveness
موضوع: تحریر سازمانی -- مدیریت
موضوع: Organizational change -- Management
رده بند: ۶۵۸/۵۶۲
رده بندی دیسی: ۶۵۸/۵۶۲
شماره کتابخانه ملی: ۵۹۶۷۱۹۶



■ ناشر: امید رهاوی omiderahavi@chmail.ir

■ نام کتاب: مدل تعالی سازمانی در روابط عمومی

■ نویسنده: مجید حسین زاده

■ حروفچینی: علی محمدی

■ طراح جلد: فرهنگ خشای

■ چاپ اول: ۱۳۹۸

■ شمارگان: ۳۰۰ نسخه

■ چاپ: پیشگام

■ قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان

■ تلفن پخش: ۸۸۲۸۵۳۸۸ - ۰۹۳۵۵۷۷۷۰۶۴

■ شابک: 1-6-96411-600-978

■ حق چاپ برای نویسنده محفوظ است.

فهرست

صفحه	عنوان
۷	تقدیم به
۹	مقدمه
۱۱	فصل اول؛ مدل های تعالی سازمانی
۱۲	مدل های تعالی سازمانی چیست ؟
۱۳	سیر تکاملی مدل های تعالی سازمانی
۱۷	مدل دمیנג
۲۲	مدل مالکوم بارلیج
۲۵	مدل بنیاد مدیریت کیفیت اروپا
۲۸	به کارگیری مدل های تعالی سازمانی در ایران
۳۵	نتیجه گیری
۳۷	فصل دوم؛ تعالی سازمانی و روابط عمومی
۳۹	اهمیت تعالی سازمانی در روابط عمومی و اطلاع رسانی سازمان ها
۴۰	سرمادی روابط عمومی ، چرا و چگونه ؟
۴۲	اصول کلی برتری و سرمادی
۴۳	توضیح اصول کلی سرمادی
۴۵	جایگاه سرمادی ؛ روابط عمومی ، عنصری حیات بخش
۴۷	مبانی عملی و نظری روابط عمومی سرمادی
۴۸	مبدا و مقصد سرمادی در روابط عمومی
۵۱	فصل سوم؛ فرآیند متناسب سازی روابط عمومی در راستای تعالی سازمانی
۵۳	بررسی اجمالی مفاهیم بنیادین
۵۵	بررسی اجمالی معیارها، وزن و شکل مدل
۵۶	تشریح معیارها

۵۷	بررسی اجمالی منطق ارزیابی رادار.....
۶۱	فصل چهارم؛ روابط عمومی متعالی.....
۶۲	ارزش ها و مفاهیم بنیادین تعالی.....
۷۰	معیارهای مدل تعالی روابط عمومی متعالی.....
۷۲	تشریح، معیارهای مدل.....
۹۳	ارتقاء مفاهیم بنیادین و مدل تعالی روابط عمومی.....
۹۵	تشریح منطق ارزیابی رادار.....
۹۸	ارزیابی براساس منطق رادار.....
۱۰۳	امتیازدهی براساس منطق رادار.....
۱۰۴	نتیجه گیری.....
۱۰۵	فصل پنجم؛ خودارزیابی روابط عمومی، در مدل تعالی.....
۱۰۶	تعریف خودارزیابی.....
۱۰۷	فرآیند کلی خودارزیابی.....
۱۰۸	فرآیند مراحل عمومی خودارزیابی.....
۱۱۰	معرفی روش های مختلف خودارزیابی برای خودارزیابی.....
۱۱۰	روش پرسشنامه.....
۱۱۱	روش کارگاهی.....
۱۱۵	روش پروفرما.....
۱۱۷	روش شبیه سازی جایزه.....
۱۲۰	مقایسه بین روش های مختلف و انتخاب مناسب ترین روش.....
۱۲۲	تعیین امتیاز.....
۱۲۲	نتیجه گیری.....
۱۲۳	گزارش بازخورد ارزیابی روابط عمومی کمیته امداد امام خمینی (ره) بر مبنای مدل تعالی.....

این باور در علم مدیریت رواج دارد که هر آنچه را نتوان اندازه گرفت، نمی‌توان به درستی مدیریت کرد. این اعتقاد، مدیران را به سوی ایجاد سازوکارهای اندازه‌گیری عملکرد سوق داده است تا از این رهگذر، چند و چون فعالیت‌های خود را ارزیابی کنند و با واپایی و اقدامات اصلاحی، به اهداف برنامه‌هایشان دست یابند.

از این رو، به کارگیری سازوکاری منسجم و جامع برای پایش و رصد عملکرد کلان سازمان در همه ابعاد آن از مسائل اساسی پیش روی مدیران در تدوین برنامه‌های سازمان به شمار می‌آید؛ با توجه به منظور اجرای صحیح و مورد انتظار برنامه‌ها لازم است که سیستم‌ها، فرایندها و واحدهای سازمان در هنگام لزوم و به صورتی مناسب مورد ارزیابی قرار گیرند. این ارزیابی از یک سو برنامه‌ریزی‌های آینده را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از سوی دیگر اجرای برنامه‌های جاری را جهت دهی می‌کند. بزوم پاسخگویی به ذی‌نفعان گوناگون سازمان و انتظارات مختلف و حتی متضاد آنها، از حالش‌هایی است که در ایجاد مدل تعالی روابط عمومی با عدم دارا بودن شاخص‌های کیفی و کمی، دلیل ساختن معیار مشابه و بعضاً اعمال سلیقه شخصی هر یک از مدیران، پیش رو وجود دارد.

رویکردهای اصلی ارزیابی عملکرد سازمان را می‌توان در چهار دسته، گنجانند که عبارت‌اند از: ۱- رویکردهای نیل به هدف، ۲- رویکردهای رضایت ذی‌نفعان، ۳- رویکردهای فرایندهای داخلی و ۴- رویکردهای ارزش‌های رقابتی که در واقع تئوریکتی از رویکردهای چهارگانه یادشده به شمار می‌آید.

به منظور حفظ پایداری در موفقیت سازمان باید چارچوبی برای مالی سازمانی در نظر گرفته شود. مدل‌های تعالی سازمانی که غالباً در دو دهه اخیر به دست مدیران معرفی شده‌اند، چارچوب مناسبی‌اند برای ارزیابی و سنجش میزان استقرار نظام‌های مدیریتی در درون سازمان و چگونگی تعامل آنها با یکدیگر و همچنین نتایجی که سازمان به دست آورده است. حال اگر روابط عمومی و اطلاع‌رسانی را به تنهایی یک سازمان قلمداد گردد معیارهایی که در تعالی هر سازمان ملاک عمل قرار می‌گیرد را باید بر روی این واحد نیز اعمال نماییم.

مدل‌های تعالی در هر سازمانی می‌توانند از یک سو به مثابه چارچوبی برای خودارزیابی و از سوی دیگر، همچون روشی نظام‌مند در ارزیابی آن سازمان به کار روند. نکته در خور اشاره در مورد این مدل‌ها، جامعیت شان در به کارگیری در هر سازمانی و با هر نوع فعالیت و ابعادی است بنابر این روابط عمومی نیز از این قاعده مستثنا نبوده و همانند یک سازمان می‌تواند در این مدل

تعریف شده و مسیر تعالی آن را نیز مشخص نمود.

در این کتاب تلاش شده است تا ضمن بازنویسی مفاهیم تعالی برای روابط عمومی، مدل جامعی برای ارزیابی و خودارزیابی حرکت در مسیر تعالی و بهبود تدوین شود. در فصل مقدمه نخست کتاب مفهوم تعالی سازمانی و خلاصه‌ای از مدل‌های تعالی سازمانی و جایزه‌های ملی که در جهان و ایران به کارگرفته می‌شوند آمده است تا مقدمه‌ای بر چارچوب مدل تعالی بیان شود. در فصل دوم، فرآیند طراحی مدل تعالی روابط عمومی و نیز تصویر کلی مدل، شامل مفاهیم بنیادین، معیارها و منطق ارزیابی و ارتباط این بخش‌ها با یکدیگر آمده است. مفاهیم بنیادین تعالی روابط عمومی، از ملزومات تعالی هستند که تمام ابعاد موفقیت و حرکت در مسیر پیشرفت همه جانبه خود را دربردارند. معیارها و زیرمعیارهای تعالی روابط عمومی موجبات تحقق مفاهیم بنیادین هستند که از گذر منطق خاصی ارزیابی می‌شوند. فرآیند متناسب‌سازی روابط عمومی در راستای تعالی سازمان در فصل سوم بررسی شده‌اند. ارزش‌ها، معیارها و چگونگی ارزیابی بر مبنای مدل، در فصل چهارم از معیارها و زیرمعیارها، بررسی شده‌اند. در فصل چهارم نکات راهنمای مورد بررسی در هر یک از زیرمعیارها و ارتباط میان مفاهیم بنیادین و زیرمعیارهای مدل نیز آمده است. نهایتاً نمونه‌ای از خود ارزیابی در مدل تعالی و روش‌های آن و جایگاه مدل در دستیابی به خودارزیابی تبیین شده است.

در فصل پنجم یک نمونه خودارزیابی حوزه روابط عمومی در مدل تعالی که حاصل بررسی روابط عمومی کمیته امداد امام خمینی (ره) می‌باشد به عنوان یک مدل ارائه گردیده است. مطالعه و به کارگیری این مدل به مدیران و مسئولان حوزه روابط عمومی و اطلاع رسانی و پژوهشگران عرصه ارزیابی عملکرد، مدیران مؤسسات خیریه و مردم نهادی که سروکار بیشتری با جذب مخاطب عام دارند و نهادهای ارزیابی این راسخات ته‌صیه می‌شود.

مجید حسین زاده