



سازمان اوقاف امور خیریه

انجمن متخصصان
روابط عمومی



کانون روابط عمومی

مدیریت تولید و انتشار بروشور

مهدی باقریان

مجموعه کتاب‌های آموزشی

اصول و فنون انتشارات در روابط عمومی



سرشناسه:	باقریان، مهدی، ۱۳۹۲ -
عنوان و نام پدیدآور:	مدیریت تولید و انتشار بروشور/مهدی باقریان؛ [ایران] انجمن متخصصان روابط عمومی، سازمان اوقاف و امور خیریه.
مشخصات نشر:	انتشارات کارگزار روابط عمومی، ۱۳۹۱.
مشخصات فیزیکی:	۲۵۶ ص.، ۲۰×۲۵
فروشنده:	مجموعه کتابهای آموزشی اصول و فنون انتشارات روابط عمومی؛
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۵۳۷۴-۲۹-۲
وضعیت فهرست نویسی:	فیا
یادداشت:	کتابنامه.
موضوع:	مطالعات گرافیک (چاپ)
موضوع:	چاپخانه -- طراحی
شناسه افزوده:	انجمن متخصصان روابط عمومی ایران
شناسه افزوده:	سازمان اوقاف و امور خیریه
رده بندی کنگره:	۱۳۹۱/۲۵۶
رده بندی دیویی:	۷۹۱/۲۵۶
شماره کتابشناسی ملی:	۶۸۸۰۱۵۳
تاریخ درخواست:	۱۳۹۱/۵۳۷
تاریخ پاسخگویی:	۱۳۹۱/۵۳۸
کد پیگیری:	۲۸۸۰۴۱۴

مدیریت تولید و انتشار بروشور

نویسنده: مهدی باقریان

نظارت علمی: انجمن متخصصان روابط عمومی

با تشکر از: حسن ربیعی مدیر کل روابط عمومی سازمان اوقاف و امور خیریه

ویرایش: زهرا بایزادگان

انتشارات: کارگزار روابط عمومی

ناشر: اداره کل روابط عمومی سازمان اوقاف و امور خیریه

صفحه آرای: محمدرضا باباجان

لبتوگرافی: چاپ و صحافی: فایز

چاپ: اول / ۱۳۹۱

شمارگان: ۳۰۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۷۴-۲۹-۲

تعداد صفحات: ۵۶

قیمت: ۶۰۰۰ تومان

تلفن پخش: ۰۹۱۲۱۹۳۸۴۱۹ و ۰۸۸۶۱۷۵۷۶۰۷

وبسایت: www.icPR.ir - www.shara.ir

پست الکترونیک: info@iranPR.org - karGozar80@yahoo.com

تمامی حقوق چاپ و نشر این اثر در انحصار انتشارات کارگزار روابط عمومی است.

هر نوع کپی‌برداری در هر قالبی موجب پیگرد قانونی است.

فهرست مطالب و مندرجات

۵	پیش گفتار
۶	فصل اول: کلیات و مفاهیم
۷	۱. تعریف بروشور
۹	۲. تعریف بروشور و کاتالوگ الکترونی
۱۰	۳. تفاوت بروشور و کاتالوگ
۱۲	۴- قطع بروشور
۱۲	۵. انواع بروشور
۲۱	۶. کارکردهای بروشور
۲۲	۷. ویژگی‌های بروشور
۲۴	۸. آزمون هفت‌تایی
۲۷	فصل دوم: ساختار بروشور
۲۸	۱. طراحی بروشور
۲۸	۲. ساختار متن
۲۹	۳. محتوای متن
۲۹	۴. تناسب داشتن با مخاطب
۳۰	۵. صفحات بروشور
۳۰	۶. کیفیت بروشور
۳۰	۷. توزیع و پخش بروشور
۳۱	فصل سوم: صفحه‌آرایی بروشور
۳۲	۱. طرح‌ریزی

۲۲	عوامل حایز اهمیت در صفحه‌آرایی خوب
۲۳	نکات حایز اهمیت در صفحه‌آرایی بروشور
۳۶	عوامل و عناصر صفحه‌آرایی / فنون صفحه‌آرایی
۴۱	فصل چهارم: فرایند تولید و انتشار بروشور
۴۲	۱. تهیه محتوا
۴۳	۲. چاپ مقدماتی
۴۳	۳. خواندن و غلط‌گیری
۴۳	۴. چاپ نهایی بروشور
۴۴	۵. کیفیت در مقابل کمیت
۴۷	فصل پنجم: اقدامات بعد از انتشار بروشور
۴۸	۱. پخش و توزیع
۴۸	۲. ارزیابی
۵۰	نتیجه‌گیری
۵۱	کتابنامه
۵۳	پیوست‌ها

پیش گفتار

بروشورها به عنوان یکی از فنون اصلی روابط عمومی از نخستین چیزهایی است که اکثر مخاطبان و مشتریان هر زمان که درباره موسسه‌ای از آنها سوال شود به خاطر می‌آورند. به این دلیل است که بروشورها به عنوان یکی از بهترین کارهای انتشاراتی تلقی می‌شود که اکثر صاحبان مؤسسات برای تحقق اهداف روابط عمومی و بازاریابی خود از آنها استفاده می‌کنند.

از بروشور خود چگونه استفاده می‌کنید که شما را در حرفه و صنعت خود پیشتاز نگه دارد؟ بروشورهای چاپی شما در موقعیت مناسبی که قرار دارید چگونه شما را در جایگاه خود حفظ می‌کند؟ چگونه می‌توانید بروشورهای خود را برای حفظ پیشتازی خود به کار ببرید؟

هرچند کارگزاران روابط عمومی با راز و رمز فنون روابط عمومی به ویژه در حوزه انتشارات، آشنایی کامل دارند؛ اما به لحاظ وجود منابع آموزشی منسجم و محصولات انتشاراتی اثرگذار، مشکلات و نواقصی وجود داد که سبب می‌شود کار به نحو مطلوب و آسان که در خور شأن کارگزاران روابط عمومی است، انجام نپذیرد.

لذا مسئولان موسسه کارگزار روابط عمومی با آگاهی از این نیاز و خلا، مجموعه کتاب‌های آموزشی اصول و فنون انتشارات در روابط عمومی را در برنامه آموزشی خود پیش‌بینی کرده‌اند که امید است مورد استفاده مدیران، کارشناسان و دانشجویان روابط عمومی قرار گیرد.

با این حال خواندن این کتاب زیاد وقت شما را نمی‌گیرد و هر چیزی را که برای تولید و انتشار یک بروشور واقعا موثر و متقاعدکننده لازم دارید، به شما می‌گوید.

این کتاب به شما می‌گوید که چطور برای تولید یک بروشور مناسب برنامه‌ریزی کنید. بسم الله الرحمن الرحیم و علیه التکلان.

تهران - مردادماه ۱۳۹۱

مهدی باقریان

فصل اول:

کلیات و مفاهیم

مطالب این فصل:

۱. تعریف بروشور
۲. تعریف بروشور و کاتالوگ الکترونی
۳. تفاوت بروشور و کاتالوگ
۴. قطع بروشور
۵. انواع بروشور
۶. کارکردهای بروشور
۷. ویژگی‌های بروشور
۸. آزمون هفت ثانیه‌ای