

# کتاب الگوی کاربردی "مدیریت علمی روابط عمومی"

نویسنده: احمد یحیایی ایله ای

ناشر: سیمای شرق

سال نشر: ۱۳۹۴

چاپ سوم: ۱۳۹۹



کتاب الگوی کاربردی «مدیریت علمی روابط عمومی» با الهام از چرخه مدیریت کیفیت و بر اساس چهار مرحله «تحقیق و تحلیل»، «برنامه‌ریزی و سازماندهی»، «ارتباطات (اجرا و اقدام)» و «ارزیابی و اثربخشی» در روابط عمومی منتشر شده است. بهره‌مندی از الگوی ارائه شده در این کتاب کمک می‌کند تا مدیران روابط عمومی بتوانند بر اساس معیاری علمی، کیفی و البته جهانی، فعالیت‌های اجرایی را هدایت و مدیریت کنند.

علاقه‌مندان جهت خرید آنلاین کتاب می‌توانند به وب‌سایت [www.prshop.ir](http://www.prshop.ir) مراجعه کنند.

شماره تماس: ۸۸۹۳۱۹۱۴

پیشگفتار: مدیریت علمی روابط عمومی ..... ۱

### بخش اول: مدیریت و روابط عمومی

فصل اول: مدیریت چیست ..... ۱

- مدیریت: علم، هنر یا تجربه؟
- تعریف مدیریت
- نظریه های مدیریت
- وظایف مدیریت
- انواع مدیریت
- مهارت‌های مدیریت
- نقش های مدیران
- سبک‌های اداره سازمان

فصل دوم: روابط عمومی چیست؟ ..... ۱

- روابط عمومی چیست؟
- تاریخچه روابط عمومی
- اصول روابط عمومی
- ساختار و تشکیلات روابط عمومی
- وظایف روابط عمومی
- مدیریت روابط عمومی

فصل سوم: مدیریت روابط عمومی ..... ۱

- مدل‌های مفهومی مدیریت روابط عمومی
- مدل‌های کاربردی مدیریت روابط عمومی
- مدل‌های علمی مدیریت روابط عمومی

فصل چهارم: مدل مدیریت علمی روابط عمومی ..... ۱

- ابعاد مدل مدیریت علمی روابط عمومی

- تحقیق (شناسایی نیازهای روابط عمومی)
- برنامه ریزی (تدوین برنامه های روابط عمومی)
- ارتباطات (اجرای فعالیتهای روابط عمومی)
- ارزیابی (سنجش کمی و کیفی آثار روابط عمومی)

### **بخش دوم: تحقیق و تحلیل**

#### فصل پنجم: روابط عمومی؛ سیستم اطلاع مدار ..... ۱

- تحقیق و تحلیل
- روابط عمومی؛ سیستم اطلاع مدار
- شیوه‌های تهیه و تولید اطلاعات

#### فصل ششم: تولید اطلاعات ..... ۱

- تحقیقات بنیادی
- آسیب شناسی (عارضه یابی)
- مخاطب شناسی
- رسانه شناسی

#### فصل هفتم: تحلیل اطلاعات ..... ۱

- تحلیل ارتباطات
- تحلیل محتوا
- تحلیل گفتمان

### **بخش سوم: برنامه ریزی و سازماندهی**

#### فصل هشتم: برنامه ریزی در روابط عمومی ..... ۱

- تعریف و مزایای برنامه ریزی
- انواع برنامه و انواع برنامه ریزی
- برنامه ریزی استراتژیک
- برنامه ریزی در روابط عمومی

#### فصل نهم: برنامه ریزی استراتژیک در روابط عمومی ..... ۱

- مدیریت استراتژیک در روابط عمومی
- برنامه ریزی استراتژیک در روابط عمومی

## بخش چهارم: ارتباطات (اجرا و اقدام)

فصل دهم: ارتباطات اجتماعی ..... ۱

- سیر تحول تاریخی ارتباطات اجتماعی
- مدل‌های ارتباطی
- انواع ارتباطات اجتماعی
- ارتباطات سازمانی
- ارتباطات سازمانی از دیدگاه روابط عمومی

فصل یازدهم: ارتباطات انسانی ..... ۱

الف: مدیریت تشریفات

- انواع مراسم
- مراحل اجرایی تشریفات

ب: مدیریت شایعات

- شایعه چیست؟
- ویژگی‌های شایعه
- علل بروز شایعه
- عکس العمل مردم در برابر شایعه
- انواع شایعه
- تاثیرات شایعه

فصل دوازدهم: ارتباطات رسانه ای ..... ۱

الف: روابط عمومی و رسانه ها

- گونه های رسانه
- کارکردهای رسانه
- حساس ترین وظیفه روابط عمومی
- اصول ارتباط با رسانه ها
- قوانین ارتباط با رسانه ها
- راهبردهای ارتباط با رسانه ها
- راهکارهای ارتباط با رسانه‌ها

ب: روابط عمومی و بحران

- بحران چیست؟
- انواع بحران
- پیامدهای بحران

- مدیریت بحران چیست؟
- راهبردهای مدیریت بحران
- مدیریت ارتباطات بحران
- مرحله قبل از بحران
- مرحله حین بحران
- مرحله بعد از بحران

### بخش پنجم: ارزیابی

فصل سیزدهم: ارزیابی عملکرد چیست؟ ..... ۱

- ارزیابی چیست؟
- ارزیابی عملکرد چیست؟
- ارزیابی عملکرد کارکنان
- ارزیابی عملکرد سازمان

فصل چهارم: ارزیابی عملکرد روابط عمومی ..... ۱

الف: ارزیابی کمی فعالیتهای روابط عمومی (نظرسنجی)

- نظرسنجی چیست؟
- پرسشنامه نظرسنجی
- ساختار پرسشنامه

ارزیابی کیفی فعالیتهای روابط عمومی (اترسنجی یا اثربخشی)

- مولفه های سنجش اثربخشی
- مفهوم اثربخشی در روابط عمومی
- دلایل عمده تعیین اثربخشی روابط عمومی
- رویکردهای سنجش میزان اثربخشی روابط عمومی
- مدل پیشنهادی میزان اثربخشی روابط عمومی

منابع و مأخذ ..... ۱