

# آینده روابط عمومی

## (کندوکاوی در روابط عمومی)

نویسندگان:

رالف تنچ

(استاد دانشگاه متروپولیتن لیدز انگلستان)

لیز یئومانز

(مدیر گروه ارتباطات و استاد دانشگاه متروپولیتن لیدز انگلستان)

مترجمان:

دکتر عباس اسدی

(دانشیار گروه روزنامه‌نگاری دانشگاه علامه طباطبائی)

محمد اکبری

(پژوهشگر حوزه روابط عمومی و ارتباطات)



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

عنوان و نام پدیدآور	: آینده روابط عمومی (کندوکاوی در روابط عمومی) / نویسندگان [صحیح: ویراستاران] رالف تنچ، لیز یئومانز؛ مترجمان عباس اسدی، محمد اکبری.
مشخصات نشر	: تهران: آثار فکر، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۳۲۰ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۳۳-۳۴-۵
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان اصلی: ۲۰۰۹، ۲nd ed., Exploring public relations
موضوع	: روابط عمومی
موضوع	: Public relations
شناسه افزوده	: تنچ، رالف، ویراستار
شناسه افزوده	: Tench, Ralph
شناسه افزوده	: یومنز، لیز، ویراستار
شناسه افزوده	: Yeomans, Liz
شناسه افزوده	: اسدی، عباس، ۱۳۵۰ - مترجم
شناسه افزوده	: اکبری، محمد، ۱۳۶۴ - [مترجم]
رده بندی کنگره	: HM۱۲۲الف۱۳۹۷/۹



نام کتاب: آینده روابط عمومی (کندوکاوی در روابط عمومی) جلد سوم

ناشر: انتشارات آثار فکر

نویسنده: رالف تنچ - لیز یئومانز

مترجمان: دکتر عباس اسدی - محمد اکبری

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷

تیراژ: ۶۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۳۳-۳۴-۵

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

تهران - میدان انقلاب - خیابان ۱۲ فروردین - خیابان وحید نظری

پلاک ۹۹ تلفن: ۶۶۹۶۷۳۵۵-۶ نمابر: ۶۶۴۸۰۸۸۲

قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان



---

## فهرست مطالب

---

بخش ۴: ملاحظات بخشی	Error! Bookmark not defined.
فصل بیست و هفتم: ارتباطات شرکتی	Error! Bookmark not defined.
مقدمه	Error! Bookmark not defined.
تعریف ارتباط با ذینفعان غیر مصرف کننده	Error! Bookmark not defined.
زمینه و اصول ارتباطات شرکتی	Error! Bookmark not defined.
موقعیت ارتباط شرکتی در ساختار سازمانی	Error! Bookmark not defined.
تعامل ارتباط شرکتی و کلیه استراتژی شرکت ها	Error! Bookmark not defined.
چگونگی تأثیرگذاری ارتباط شرکت بر تصمیم‌گیرهای شرکت	Error! Bookmark not defined.
اهداف ارتباط شرکتی: ذینفعان در مقابل سهامداران	Error! Bookmark not defined.
کاربرد عملی بازتاب انتقادی	Error! Bookmark not defined.
خلاصه فصل	Error! Bookmark not defined.
فصل بیست و هشتم: سازمان‌های کمپین ارتباطی و گروه‌های فشار	Error! Bookmark not defined.
مقدمه	Error! Bookmark not defined.
انواع سازمان‌های کمپینی	Error! Bookmark not defined.
مسائل مهم برای فعالان روابط عمومی در سازمان‌ها و گروه‌های کمپینی	Error! Bookmark not defined.
تاکتیک‌های کمپین	Error! Bookmark not defined.
مردم، سیاست و جهانی سازی	Error! Bookmark not defined.
ایجاد و ارزیابی توافق	Error! Bookmark not defined.
راهنمایی‌های عملی برای روابط عمومی کمپین ها	Error! Bookmark not defined.
خلاصه	Error! Bookmark not defined.
فصل بیست و نهم: ارتباطات بخش عمومی و بازاریابی اجتماعی	Error! Bookmark not defined.
مقدمه	Error! Bookmark not defined.
نظریه‌های ارتباطات عمومی	Error! Bookmark not defined.

**Error! Bookmark not defined.** ..... کمپین‌های ارتباطات عمومی

**Error! Bookmark not defined.** ..... انتقاد به بازاریابی اجتماعی

**Error! Bookmark not defined.** ..... ارتباطات در دولت مرکزی

**Error! Bookmark not defined.** ..... ارتباطات در عرصه دولت محلی

**Error! Bookmark not defined.** ..... چارچوب برنامه ریزی ارتباطی

**Error! Bookmark not defined.** ..... خلاصه فصل

**Error! Bookmark not defined.** ..... فصل سی: روابط عمومی هنر، اوقات فراغت و سرگرمی

**defined.**

**Error! Bookmark not defined.** ..... مقدمه

**Error! Bookmark not defined.** ..... مروری بر صنایع خلاق

**Error! Bookmark not defined.** ..... مفاهیم فرهنگ

**Error! Bookmark not defined.** ..... نقش روابط عمومی در صنایع خلاق

**Error! Bookmark not defined.** ..... اهداف روابط عمومی، استراتژی‌ها و تاکتیک‌ها در سازمان‌های هنری

**defined.**

**Error! Bookmark not defined.** ..... برندسازی و تعیین جایگاه آن

**Error! Bookmark not defined.** ..... خلاصه

**Error! Bookmark not defined.** ..... فصل سی و یکم: افراد مشهور و روابط عمومی

**Error! Bookmark not defined.** ..... مقدمه:

**Error! Bookmark not defined.** ..... زمینه و توسعه تاریخی افراد مشهور (افراد خیلی مهم)

**Error! Bookmark not defined.** ..... ظهور افراد مشهور

**Error! Bookmark not defined.** ..... صنعت تبلیغات، روابط عمومی و روابط عمومی‌ها

**Error! Bookmark not defined.** ..... چرا افراد مشهور برای عوام مردم مفیدند؟

**Error! Bookmark not defined.** ..... قهرمانان، افراد مشهور و صنعت جهانی افراد مشهور

**Error! Bookmark not defined.** ..... عکس العمل مصرف کننده: چرا مردم دنباله روی نامداران هستند؟

**defined.**

**Error! Bookmark not defined.** ..... چگونه تصویر یک فرد مشهور ایجاد، دستکاری و حفظ می‌شود؟

**defined.**

**Error! Bookmark not defined.** ..... خلاصه فصل

**Error! Bookmark not defined.** ..... فصل سی و دوم: چه آینده‌ای پیش روی روابط عمومی است؟

**defined.**

<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	مقدمه:
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	موضوعات و روندهای آینده پیش روی روابط عمومی
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	کمپین و گروه‌های فشار:
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	بین‌المللی شدن روابط عمومی
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	عموم:
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	هویت روابط عمومی
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	مسائل:
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	فناوری
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	نقش متخصصان و حرفه ای‌گرایی در روابط عمومی
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	تخصص‌های کاری روابط عمومی
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	بخش بخش شدن رسانه‌ها
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	آموزش
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	خلاصه فصل
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	واژه نامه
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	نمایه
<b>Error! Bookmark not defined.</b> .....	کتابشناسی





---

## راهنمای مطالعه کتاب

- ۱- در بخش مقدمه هر فصل یک بررسی کلی و مختصر از مطالب و موضوعات مطرح شده در اختیار خواننده قرار می‌گیرد. در بخش فعالیت‌ها خواننده برای مطالعه بیشتر به انجام تحقیقات و جستجو در اینترنت و به گفتگو با دیگر افراد در خصوص فصول کتاب تشویق می‌شود.
  - ۲- بخش نتایج آموزش: این قسمت به خواننده کمک می‌کند بر مباحثی متمرکز شوند که بعد از مطالعه هر فصل اطلاعات لازم را کسب کنند. در بخش ساختار خواننده به سرعت می‌تواند نکات کلیدی ارائه شده هر فصل را مورد بررسی و مطالعه قرار دهد.
  - ۳- در بخش مطالعات موردی کوتاه مفاهیم و موضوعات روابط عمومی به همراه منابع تخصصی و موارد واقعی در زندگی روزمره با ذکر مثال ارائه شده است.
  - ۴- در بخش کادر خواننده به اطلاعات غنی درباره صنعت روابط عمومی دسترسی پیدا می‌کند.
  - ۵- در بخش مطالعات موردی طیف وسیعی از موضوعات لازم برای ارائه در سمینارها و مطالعات خصوص معرفی شده است.
  - ۶- در انتهای هر فصل بخش خلاصه نتایج همه موضوعات مطرح شده به صورت اجمالی آورده شده است.
-

