

توسط احمد باقری در منطقه ویژه اقتصادی لامرد برگزار شد؛

آموزش دوره کارگاهی و حرفه ای خبرنگاری در روابط عمومی

روابط عمومی ها با برخورداری از دانش تخصصی و پایبندی به اصول حرفه ای و اخلاقی ضمن شناخت مسئولیت ها و جایگاه خویش، نیازها و منافع متقابلی را با مطبوعات (رسانه ها) مورد نظر قرار داده و با استفاده از راهکارهای مناسب ارتباطی و پرهیز از انتظارات نامعقول و غیر منطقی سعی در ارائه اطلاعات و اخبار شفاف و درست از سازمان به منظور فراهم سازی شرایط توسعه یافتگی و رشد یکدیگر دارند.

به گزارش خبرنگاران گروه علم و فناوری گزارش خبر، بنیان روابط عمومی بر ارتباطات استوار است و ارتباط با رسانه از جمله محوری ترین حوزه های تخصصی روابط عمومی بشمار می رود. نگارش و نویسندگی پیش نیاز برقراری ارتباط هم سنگ و موثر و متقابل بین رسانه ها و روابط عمومی ها تلقی می گردد.

رسانه ها مناسب ترین فرصت ها را برای ارتباط بین روابط عمومی با افکار عمومی فراهم می سازند هر چند که روابط عمومی ها باید از سایر امکانات برای انتقال اطلاعات، اخبار و برنامه ها برای ارتباطات میان فردی و گروهی نیز بهره ببرند اما اثر گذاری و کارایی رسانه های جمعی و بخصوص مطبوعات بیشتر از سایر تکنیک ها و وسایل ارتباط جمعی است.

در دنیای کنونی و در سالهای اخیر روابط عمومی وارد مرحله جدیدی از تکامل و رشد و بالندگی خود گردیده که از پیشرو بودن و متعالی بودن سازمان حکایت دارد.

روابط عمومی خلاق و صاحب ایده مهمترین صفت روابط عمومی مدرن و تخصصی بشمار می رود.

در این مرحله، فعالیت اصلی روابط عمومی ها صرفاً اطلاع سانی و خبر رسانی نیست.

روابط عمومی پویا علاوه بر انجام هر چه علمی تر و تخصصی تر وظایف و مسئولیت های سنتی خود، مهمترین وظیفه و مسئولیت خویش را تحقیق و پژوهش در سطح جامعه می داند. چرا که بر این باورند که تحقیق مقدمه توسعه و رشد است و هر گونه هدف گذاری، برنامه ریزی، تعیین استراتژی و روش شناسی و حرکت جهت نیل به دستاوردها منوط به انجام پژوهش و تحقیق است.

بر این اساس روابط عمومی با انجام تحقیق و پژوهش و جمع آوری اطلاعات و ارائه آن به درون سازمان (مدیریت ارشد و تصمیم گیران) سعی دارد تا مدیریت را از بازخوردها مطلع نماید.

به نحوی که مدیریت سازمان بداند چه مسائلی در جامعه در ارتباط با سازمان وجود دارد؟

مردم در رابطه با سازمان چه می اندیشند؟ مشتریان و مخاطبان، خدمات و محصولات شرکت را چگونه ارزیابی می کنند؟

از این رهگذر ضمن نیاز سنجی و اشراف و آگاهی از محیط پیرامونی و درونی، نیازهای ارتباطی شناسایی و در جهت تحقیق اهداف مورد نظر برنامه ریزی و سیاستگذاری بعمل خواهد آمد.

در این مسیر روابط عمومی نه تنها عملکردها را تشریح می کنند بلکه زمینه تحقق عملکرد را نیز فراهم نموده و بسترهای لازم جهت تصمیم گیری و برنامه ریزی مناسب بر اساس نیازهای عمومی و خواست های اجتماعی و فرهنگی را نیز مهیا می نماید.

روابط عمومی پویا با انتقال پیام های صحیح و متناسب با زمان و مکان خاص خود، به تشریح برنامه ها و سیاستها و اقدامات انجام شده سازمان متبوع در جهت پاسخگویی به نیازهای مخاطبان که در حقیقت از نیازها و باز خوردهای اولیه (یافته های پژوهش) اخذ شده می پردازد.

در این مرحله روابط عمومی نیازی به نهان سازی اخبار و اطلاعات ندارد و فاصله مردم و سازمان ها با استفاده از کانال های مختلف ارتباطی هر روز کمتر شده و شکاف اطلاعاتی بین سازمان و مخاطبان اعم از مردم و رسانه ها نا چیزتر می شود. این رویکرد بر الگوی سه سوپه ملت، رسانه ها و دولت استوار است.

دوره کارگاهی خبرنگاری در روابط عمومی توسط مدرس احمد باقری در منطقه ویژه اقتصادی لامرد در ۱۶ ساعت و در ۲ روز به همت مجتمع فنی تهران برگزار شد.

برای آشنایی و شرکت در دوره های حضوری و آنلاین به صورت حرفه ای بر روی سوابق علمی احمد باقری کلیک کنید.

اهم سرفصل های دوره خبرنگاری در روابط عمومی:

آموزش تولید محتوای موثر در قالب خبر و گزارش خبری برای روابط عمومی های صنعتی و تجاری
بازاریابی محتوا خبر و ارائه مدل خبری سئوپذیر در موتورهای جستجو
سبک های خبرنگاری مدرن و عناصر خبری در روابط عمومی
مدیریت تولید محتوا و تولید خبر در راستای مشارکت و همراهی افکار عمومی با سیاست های سازمان ها
اصول حرفه ای ارتباط با رسانه ها