

## عنوان مقاله:

نقش روابط عمومی، ایجاد همدلی و مشارکت اجتماعی در صنعت بیمه

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی کنکاش های علوم انسانی در مدیریت، کارآفرینی و اقتصاد و حسابداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

سید منصور فاطمی - کارمند صندوق تامین خسارت های بدنی جمهوری اسلامی ایران، کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

حمید شایسته پور - کارمند بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، کارشناس ارشد علوم سیاسی

## خلاصه مقاله:

هدف از تحقیق حاضر بررسی نقش روابط عمومی، ایجاد همدلی و مشارکت اجتماعی در صنعت بیمه می باشد. روابط عمومی کارکردی از مدیریت است که به ایجاد و حفظ خط مشی های متقابل در زمینه شناخت و پذیرش روابط کمک کرده و موجی همکاری سازمان با مخاطبان آن می شود. روابط سازمان با مشتری باید به گونه ای باشد که اعتماد و اطمینان متقابل را افزایش دهد و وفاداری دوجانبه را تضمین نماید. در چنین صورتی است که مشتری حتی درباره رقبا و کالاهای مشابه، اندیشه ای به ذهن راه نمی دهد. به این ترتیب در این مقاله تلاش شده است تا به شیوه مروری و کتابخانه ای نقش روابط عمومی، ایجاد همدلی و مشارکت اجتماعی در صنعت بیمه مورد بررسی قرار گیرد.

## کلمات کلیدی:

روابط عمومی، ایجاد همدلی، مشارکت اجتماعی و صنعت بیمه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1692542>

