

عنوان مقاله:

تدوین راهبردهای مدیریت رسانهای پیشبرد اقتصاد مقاومتی در دوران پسابرجام برای سیمای ج.ا.ا.

محل انتشار:

دهمین کنگره پیشگامان پیشرفت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

احمد امین فرد - دکتری مدیریت رسانه، عضو باشگاه دانش پژوهان جوان و نخبگان دانشگاه آزاد تهران مرکزی،

خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق، دستیابی به مطلوبترین راهبردهای مدیریت رسانهای پیشبرد اقتصاد مقاومتی در دوران پسابرجام برای سیمای جمهوری اسلامی ایران در راستای الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت میباشد. این تحقیق با استفاده از روش دلفی، طی سه مرحله و با بهرهگیری از الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک انجام شد. به همین منظور برای دستیابی به اهداف تحقیق از نظرات خبرگان در این حوزه کمک گرفته شد. نتیجه این تحقیق نشان داد راهبردهای تدافعی مناسب‌ترین راهبردها برای سیمای جهت مدیریت رسانهای پیشبرد اقتصاد مقاومتی میباشند. در انتها راهبردهای تدافعی تدوین شده برای سیمای اولویتبندی شدند. مهمترین راهبرد این تحقیق اطلاع‌رسانی و آگاه‌بخشی در باب برنامه‌های راهبردی اساسی کشور در عرصه اقتصاد مانند ذخایر ارزی مطمئن برای مقابله با شوکهای اقتصادی ناشی از تحریمها، تامین منابع تولید سرمایه‌گذاری و کاهش وابستگی اقتصاد ایران به نفت، برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی در دوران پسابرجام می باشد، که به خوبی با راهبرد فوق فعال در مدیریت رسانه ای بحران و نظریه قدرت هوشمند مطابقت دارد.

کلمات کلیدی:

راهبرد، مدیریت رسانهای، اقتصاد مقاومتی، قدرت هوشمند، سیمای جمهوری اسلامی ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/580873>

