

عنوان مقاله:

جایگاه مدیریت رسانه در شرایط بحران

محل انتشار:

هشتمین اجلاس آسیایی جامعه ایمن و اولین اجلاس منطقه ای جامعه ایمن مشهد ۲۰۱۷ (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

محمدجواد مشیری - دانشجوی دکترای تخصصی کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی

محمد ثنایی فیض آبادی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، گرایش مدیریت اجرایی، رئیس حوزه مدیریت روابط عمومی و بین الملل
شهرداری مشهد

سیدجلیل بامشکی - کارشناس ارشد مدیریت دولتی، گرایش مدیریت منابع انسانی، رئیس اداره اطلاع رسانی مدیریت روابط عمومی و
بین الملل شهرداری مشهد

خلاصه مقاله:

مدیریت رسانه و اطلاع رسانی به مخاطبان از ویژگی های اصلی یک روابط عمومی موفق در شرایط مدیریت بحران می باشد. در مدیریت بحران ها بهره مندی از دو عنصر ارتباط و اطلاع اساسی است و این مهم بر عهده مدیریت رسانه می باشد. مدیران رسانه با عرضه اطلاعات مناسب، شفاف و بر اساس واقعیت های موجود از وقایع و بحران ها می توانند به فرآیند تصمیم گیری، برنامه ریزی و سرمایه گذاری مدیران آن تشکیلات کمک و این فعالیت را تسریع کنند. یکی از کارکرد های مهم و موثر مدیران رسانه در زمان بروز بحران، اعمال مدیریت سازمانی در بحران هاست، زیرا اگر سازمان ها در هنگام بروز بحران به درستی اطلاع رسانی، هدایت و مدیریت نشوند، برای سازمان درگیر بحران بزرگترین خطر را دارد و در افکار عمومی تنش ایجاد می کند.

کلمات کلیدی:

مدیریت رسانه، شرایط بحران، اطلاع رسانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/605748>

