



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

الإعلام الجديد

Lecture 3

PRL 613

ماجستير العلاقات العامة

Prepared by
Dr. Hala Elalfy Fawzy

www.midocean.ae

Chapter

03

الإعلام الجديد وإدارة الأزمات.



Chapter
03

محتويات الفصل

نتناول في هذا الفصل:

1. مفهوم الأزمة.
2. السمات الأساسية للأزمة.
3. التفرقة بين مفهوم (الحادث - المشكلة - القضية - الكارثة - الأزمة).
4. العوامل المؤثرة على فهم طبيعة الأزمة.
5. دورة حياة الأزمة.
6. إدارة القضايا ومواجهة الضغوط.
7. تخطيط الاتصال ما قبل الأزمة.
8. الاتصال في مرحلة الأزمة.
9. الاتصال في مرحلة ما بعد الأزمة.
10. معوقات إدارة الأزمة.

IF YOU LOSE MONEY FOR THE FIRM I WILL BE
UNDERSTANDING. IF YOU LOSE REPUTATION I
WILL BE RUTHLESS.

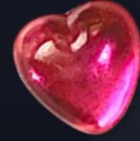
WARREN BUFFETT

« تحتاج 20 عاما لتبني سمعة و 5 دقائق
لتحطيمها » وورنت بافيت

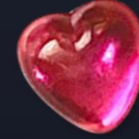
مفهوم الأزمة



- تهديداً خطراً متوقعاً أو غير متوقع لأهداف وقيم ومعتقدات وممتلكات الأفراد والمنظمات والدول والتي تحد من عملية اتخاذ القرار.
- وفي مجال العلاقات العامة يمكن تعريف الأزمة على أنها حالة طارئة تواجهها المؤسسات والشركات والحكومات، وتتسم بالتعقيد والخطورة والتأثير السلبي على الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. وتشمل إدارة الأزمات في مجال العلاقات العامة تحليل الوضع وتقييم المخاطر وتطوير الخطط والاستراتيجيات والتعامل مع الأزمات بشكل فعال وسريع وبأقل الخسائر.
- لذا فإنه من الضروري على المؤسسات ومستخدميها - وعلى رأسهم العلاقات العامة - أن يستوعبوا الفروق بين الأزمة والمفاهيم التي قد يختلط معناها أو مفهومها بالأزمة.



المفاهيم التي تتداخل مع مفهوم الأزمة



الحادث

- يمكن تعريف الحادث على أنه فعل مادي له تأثير سلبي على الفرد أو المنظمة. فعلى سبيل المثال، إذا اشتعلت النيران في أحد المصانع وتم حصارها وإخمادها بسرعة، وتسبب ذلك في بعض الخسائر المادية والبشرية، ومع ذلك لم يعرف الجمهور الخارجي شيئاً عما حدث، ولم تتسرب أخباره إلى وسائل الإعلام، فإن توصيف ما وقع يسمى حادث.
- ومن جهة أخرى فإن حادثاً بسيطاً لعميل غاضب يشتكي من منتج ما (مثل وجود حشرة داخل مشروب غازي)، ويحمل هذا العميل شكواه إلى إحدى وسائل الإعلام مؤيداً دعواه بالدليل المادي (زجاجة المشروب وداخلها الحشرة) يمكن لهذا الحادث الصغير أن يتحول إلى أزمة كبرى لشركة المشروبات الغازية. ذلك أن هذا الحادث الصغير يحظى بالنشر السلبي من جانبي وسائل الإعلام. وينطوي على تهديد شديد لسمعة المنظمة. فالعنصر الذي يحيل الحادثة إلى أزمة هو النشر السلبي من جانب وسائل الإعلام الذي يلحق الضرر بسمعة المنظمة.

تابع المفاهيم التي تتداخل مع مفهوم الأزمة

المشكلة



- يشير قاموس Webster إلى أن المشكلة " حالة صعبة تتطلب حلا ".
- كذلك فإن المشكلة " حالات تتعقد فيها عوامل متشابكة تتصف بالغموض ويحتاج إلى حلها معرفة أسبابها وتحليل عناصرها وظروفها".
- والمشكلة تعني عوائق وصعوبات تحول دون الوصول للهدف المأمول، ويؤدي تراكم المشكلات إلى تراكم الأزمات إذا تكررت حدوثها، أو إذا استمرت لفترة طويلة دون حل.

تابع المفاهيم التي تتداخل مع مفهوم الأزمة

القضية



- عبارة عن موضوع جدلي يتسع للاختلاف في وجهات النظر وتباين الآراء والحلول المقترحة، وتظهر القضية نتيجة تطور الخلافات حول مسألة ما وتتطوي على آراء متعارضة.
- وتنشأ القضية نتيجة الفجوة بين سلوكيات المنظمة وتوقعات قطاع أو أكثر من جماهيرها. وإذا استمرت القضايا دون علاج يمكن أن تؤثر على وظائف المنظمة وتطوراتها المستقبلية. وتختلف إدارة القضايا عن إدارة الأزمات في كون الأولى ذات طبيعة وقائية Proactive في حين غالبا ما تكون الثانية ذات طبيعة علاجية Reactive.
- وتتشابه القضية مع الأزمة في أن كلاهما ينطوي على تهديد للمنظمة بشكل ما، غير أن الاختلاف بينهما يكون في المدى الزمني Time Scale حيث تأتي الأزمة عادة على غير توقع، وتدفع المنظمة إلى الاستعجال في اتخاذ الإجراءات، ويتم ذلك غالبا في إطار نقص المعلومات وعدم اليقين.

تابع المفاهيم التي تتداخل مع مفهوم الأزمة

الكارثة



- عبارة عن " حدث يسبب تديرا شائعا وأضرار كبيرة.
- ويعرف العلماء الكارثة تعريفات تبرز خصائصها وتميزها عن الأزمة فهي: " حادثة مفاجئة مأساوية تترك الحياة اليومية بشكل بالغ وتوقع العديد من الخسائر المادية والبشرية، وتحطم الموارد المحلية، وتسبب مشكلات تستمر لفترات طويلة."
- وتتسم الكارثة بسمات أساسية:
- الشدة والقساوة: ويمكن قياس هذه الشدة من خلال حجم الدمار والخسائر المادية والبشرية والاقتصادية.
- اتساع النطاق: حيث تمتد آثارها إلى مناطق جغرافية واسعة أو منظمات دولية متعددة الجنسيات.

أمثلة على الأزمات التي تعرضت لها الشركات

الشركة	الأزمة	تأثير الأزمة على سمعة المؤسسة	طرق التعامل مع الأزمة
شركة تويوتا	أزمة تصنيع وسحب السيارات (٢٠٠٩-٢٠١٠): تعرضت تويوتا لأزمة بسبب مشاكل في نظام التحكم بالمحركات، مما أدى إلى سحب الملايين من السيارات.	تأثرت سمعة تويوتا المرموقة والموثوقة، وتراجعت ثقة المستهلكين في الشركة.	تبنت تويوتا استراتيجية شفافة وتعاونت مع السلطات التنظيمية لحل المشكلة، وأجرت إصلاحات شاملة في عمليات التصنيع ومراجعة إجراءات الجودة والسلامة.

https://www.bbc.com/arabic/business/2014/02/140212_toyota_prius_recall

أمثلة على الأزمات التي تعرضت لها الشركات

الشركة	الأزمة	تأثير الأزمة على سمعة المؤسسة	طرق التعامل مع الأزمة
شركة أوبر	أزمة الثقة والتحرش الجنسي (٢٠١٧): تعرضت يوبر لاتهامات بالتحرش الجنسي وثقة المستهلكين تجاه الشركة تأثرت.	تأثرت سمعة أوبر بشكل كبير وتعرضت لانتقادات حادة تتعلق بثقافتها التنظيمية ومعاملتها للموظفين والعملاء.	اتخذت أوبر إجراءات فورية بتعيين مدير جديد للثقة والمسؤولية الاجتماعية، وتحسين سياساتها الداخلية وتدريب موظفيها على السلوك المهني، وزادت الشفافية في التعامل مع البيانات الشخصية للمستخدمين.



<https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-62150134>
<https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-39026665>

السمات المميزة للأزمة

عامل التشابك والتعقيد

تتصف الأزمات بالتشابك والتعقيد نظراً لوجود العديد من العناصر والأطراف المؤثرة والمتأثرة بالأزمة. وهذا يجعل من الصعب تحديد العلاقات السببية بين مكونات الأزمة ويزيد من صعوبة فهمها والتعامل معها.

عامل التفاعل

يشير إلى تفاعل عناصر الأزمة وتأثير كل عنصر في الآخر مما يزيد من تعقيد الأزمة ويصعب التنبؤ بمسارها. فعندما تتفاعل عناصر الأزمة فإن ذلك يؤدي إلى نتائج وتداعيات غير متوقعة.

الشك أو عدم التأكد

يشير إلى عدم وضوح المعلومات والبيانات حول الأزمة وتفاصيلها مما يجعل من الصعب التنبؤ بتطوراتها واتخاذ القرارات المناسبة للتعامل معها. كلما زاد عامل عدم التأكد كلما زادت صعوبة إدارة الأزمة والسيطرة عليها.

العوامل المؤثرة على فهم طبيعة الأزمة

- نوع الأزمة ومصدرها: فالأزمات الطبيعية مثل الزلازل تختلف عن الأزمات الاقتصادية أو السياسية مما يتطلب فهماً مختلفاً لطبيعتها.
- مرحلة الأزمة ومدى تصاعدها: فكلما ازداد تصاعد الأزمة ازداد تعقيد فهمها.
- مدى توافر المعلومات والبيانات: فكلما زادت المعلومات المتوافرة حول الأزمة سهل فهم طبيعتها.
- الخبرات السابقة في التعامل مع أزمات مشابهة.
- مدى توافر الخبراء والمستشارين القادرين على تحليل الأزمة.
- العوامل الثقافية والاجتماعية المحيطة بالأزمة.
- الإمكانيات والموارد المتاحة لجمع المعلومات حول الأزمة وتحليلها.
- البيئة السياسية ومدى تعقدها.





- نقطة تحول تتزايد فيها الحاجة إلى الفعل المتزايد ورد الفعل المتزايد لمواجهة الظروف الطارئة.
- تتميز بدرجة عالية من الشك في القرارات المطروحة. - يصعب فيها التحكم في الأحداث.
- تسود فيها ظروف عدم التأكد ونقص المعلومات ومديرو الأزمة يعملون في جو من الريبة والشك والغموض وعدم وضوح الرؤية.
- ضغط الوقت والحاجة إلى اتخاذ قرارات صائبة وسريعة مع عدم وجود احتمال للخطأ لعدم وجود الوقت لإصلاح هذا الخطأ.
- التهديد الشديد للمصالح والأهداف، مثل انهيار الكيان الإداري أو سمعة وكرامة متخذ القرار.
- المفاجأة والسرعة التي تحدث بها، ومع ذلك قد تحدث رغم عدم وجود عنصر المفاجأة.

الأسباب التي تنتج عنها الأزمة

- **سوء الفهم:** خطأ في استقبال وفهم المعلومات المتوفرة عن الأزمة نتيجة قلة أو تداخلها.
- **سوء الإدراك:** يمثل الإدراك مرحلة استيعاب المعلومات التي أمكن الحصول عليها والحكم التقديري على الأمور المعروضة.
- **سوء التقدير:** إما بالشك في المعلومات أو إعطاء قيمة للمعلومات مبالغ فيها نتيجة الثقة الزائدة بالنفس.
- **سوء التقييم:** وينشأ في كثير من الأحيان نتيجة المغالاة في الثقة بالنفس، وفي القدرة الذاتية على مواجهة الطرف الآخر.
- **سوء الإدارة:** بسبب العشوائية أو الاستبداد الإداري أو عدم وجود أنظمة للعمليات الإدارية، فالإدارة العشوائية هي التي تقوم على الجهل وتشجيع الانحراف والتسيب.



الفرق بين إدارة الأزمة والإدارة بالأزمة

Chapter

03

- **إدارة الأزمة Management Crisis:** هي كيفية التغلب عليها بالأدوات العلمية الإدارية المختلفة، وتجنب سلبياتها والاستفادة من إيجابياتها وهذا ما تحتاجه كل منشأة في هذا العصر المليء بالأزمات، في حين أن الإدارة بالأزمات تقوم على افتعال الأزمات وإيجادها من عدم كوسيلة للتغطية والتمويه على المشاكل القائمة التي تواجه الكيان الإداري.
- **الإدارة بالأزمات Management by Crisis:** هي خلق أزمة معينة (افتعال) في مستوى إداري معين (أو مستويات إدارية) من أجل تحقيق مصالح شخصية أو مصالح عامة معينة من خلال تحريك أطراف الأزمة بما يخدم الأهداف الاستراتيجية والمصالح المعينة لمفتعل الأزمة (شخص، مؤسسة، دولة) وخير مثال واقعي لهذا المصطلح الذي برز مؤخراً الفوضى الخلاقة في الوقت الراهن.



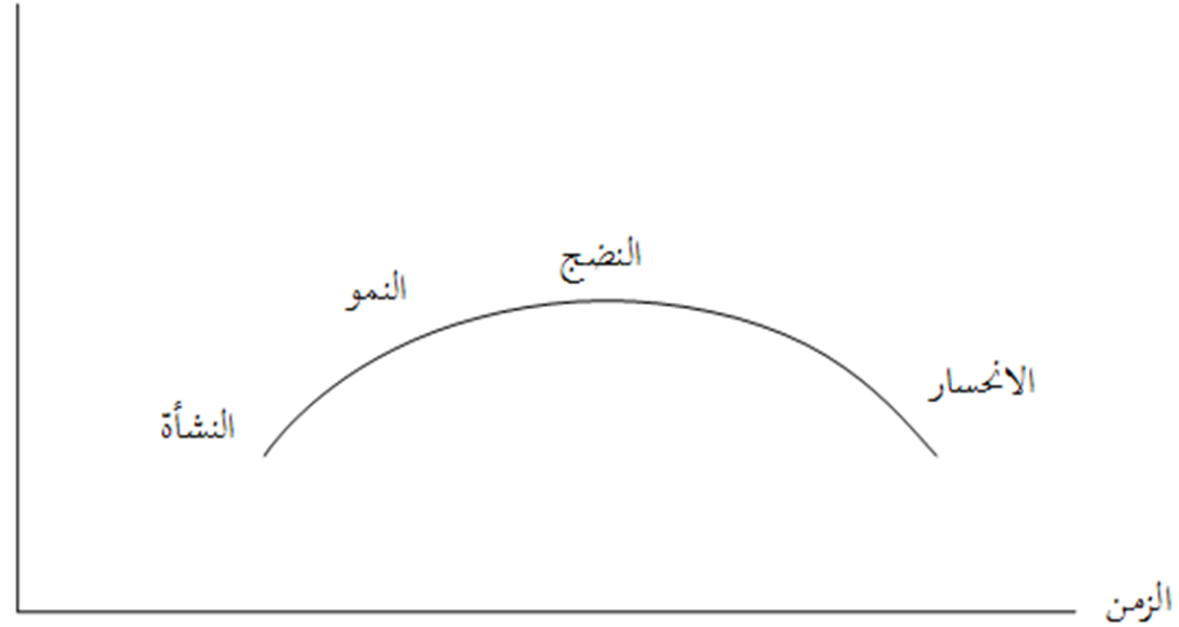
Chapter

03

دورة حياة الأزمة



حدة الأزمة





• النشأة:

- بداية ظهور مؤشرات وإشارات ضعيفة تدل على احتمال وقوع أزمة.
- يصعب في هذه المرحلة التنبؤ بحدوث أزمة أو عدمه.

• النمو:

- تزداد حدة مؤشرات الأزمة وتتفاقم.
- تبدأ الأحداث في التسارع والتصاعد.
- تتضح ملامح الأزمة.



• **النضج:**

- ذروة الأزمة وأشدّها حدة.
- تظهر الأضرار والخسائر بشكل كامل.

• **الانحسار:**

- تبدأ حدة الأزمة في الانخفاض.
- تتخذ الإجراءات والسيطرة على الأضرار.
- بداية مرحلة التعافي وإعادة الأوضاع إلى طبيعتها.

تصنيف الأزمات

أنواع الأزمة	مجال التصنيف
1. الأزمة في مرحلة الميلاد. 2. الأزمة في مرحلة النمو. 3. الأزمة في مرحلة النضج. 4. الأزمة في مرحلة الانحسار. 5. الأزمة في مرحلة الاختفاء.	مرحلة التكوين
1. دورية (كورونا). 2. غير دورية/ عشوائية.	تكرار الحدوث
1. سطحية. 2. عميقة/ متغلغلة.	عمق الأزمة
1. محدودة التأثير. 2. هيكلية التأثير/ متغلغلة.	التأثير

تابع تصنيف الأزمات

Chapter

03

أنواع الأزمة	مجال التصنيف
1. عنيفة. 2. خفيفة.	الشدة
1. القومي/الكلي. 2. الجزئي.	المستوى
1. أزمات عالمية مستوردة من الخارج.. 2. أزمات محلية أمكن تصديرها للخارج. 3. أزمات محلية لا يمكن تصديرها للخارج.	العلاقة بالعالم الخارجي
1. صريحة وعلنية ومحسوسة. 2. خفيفة وضمنية ومستترة.	مدى الإحساس بها
1. أزمات مادية محسوسة وملموسة. 2. أزمات معنوية عاطفية ونفسية. 3. أزمات تجمع بين المادية والمعنوية.	محور وموضوع الأزمة



إدارة القضايا ومواجهة الضغوط



- القضية يمكن أن تتحول إلى أزمة في الشركات، كما يمكن للأزمة أن تتحول إلى قضية إذا تمت إدارتها بشكل صحيح.
- فالقضية هي موضوع أو مشكلة محتملة قد تواجه الشركة، أما الأزمة فهي تصاعد وتفاقم للقضية.
- من الأمثلة على تحول القضية إلى أزمة:
- ظهور شكاوى متكررة من العملاء حول خدمة معينة دون معالجتها فتتفاقم إلى أزمة سمعة.
- إهمال مشكلات فنية بسيطة في المصنع فتؤدي لأعطال كبيرة.
- عدم الاستجابة لمطالب الموظفين فيندلع إضراب عام.
- أما تحول الأزمة إلى قضية فيحدث عندما تتم إدارة الأزمة بكفاءة ويتم السيطرة عليها قبل أن تتفاقم، فتصبح قضية عادية تواجه الشركة.

عوامل نجاح المؤسسة في إدارة القضايا

- ✓ الاكتشاف المبكر للمشكلات في التوقيت المناسب.
- ✓ تحليل أسباب المشكلة وأبعادها وآثارها الحالية والمحتملة.
- ✓ تقييم المشكلات عند تطورها وتحولها إلى قضايا لها صفة الاستمرار.
- ✓ وضع البرامج التي تتيح الاتصال الفعال مع الجماهير.
- ✓ التقييم المستمر للجهود التي تتم في معالجة القضايا.

مراحل التخطيط لإدارة الأزمات

مرحلة ما قبل الأزمة

وهي المرحلة التي تنذر بوقوع الأزمة، وهدف الإدارة في هذه المرحلة هو الاستعداد والتحضير لكل الاحتمالات وكافة المتغيرات وذلك من خلال وضع خطة متكاملة تحد أو تقلل من أخطار الأزمة تعتمد على الآتي:

- تدريب الأفراد والمجموعات للقيام بأدوارهم بكفاءة عالية من أجل تنفيذ الخطة.
- تحديد الإجراءات التي يجب الالتزام بها لتلافي الآثار السلبية للأزمة المتوقع حدوثها وعدم تجاهلها.

تابع مراحل التخطيط لإدارة الأزمات

الاتصال في مرحلة الأزمة:

وهي مرحلة التعامل مع الأزمة، إذ يتم فيها التطبيق العملي للتدابير المعدة سابقة من خطط موضوعه واستخدام المهارات المكتسبة من التدريب والاستعداد لمواجهة الأزمة. وتعتمد هذه المرحلة على عدة عوامل متصلة بطبيعة الأزمة تتمثل في الآتي:

- ✓ توفير المعلومات عن حجم الآثار السلبية للأزمة
- ✓ تحديد التدابير المناسبة لاحتواء الأضرار الناجمة عن الأزمة والتخفيف من آثارها.
- ✓ التعاون بين المؤسسات والأجهزة المشتركة في مواجهة الأزمة.

تابع مراحل التخطيط لإدارة الأزمات

مرحلة ما بعد وقوع الأزمة

وتهتم الإدارة في هذه المرحلة بكيفية إعادة الوضع لما كان عليه قبل حدوث الأزمة من خلال تنفيذ خطط قصيرة أو متوسطة أو طويل الأجل حسب الآثار السلبية والأضرار التي أحدثتها الأزمة. بعدها تتم دراسة آثار الأزمة وتحديد حجم الخسائر، ثم القيام بتقييم الوضع وإدخال التعديلات اللازمة.

عناصر إدارة الأزمة الناجحة يجب أن تركز على عدة ركائز



- الفورية في التعامل مع الأزمة.
- توفير التدفق المتواصل والصريح للمعلومات
- تقديم رسائل صادقة تتسق مع محتوى الأزمة.
- أن يكون هناك متحدث رسمي واحد فقط يدرك مهامه وأبعاد الأزمة.

استراتيجيات تعزيز المرونة الاجتماعية أثناء الأزمات

- تحديد وتدريب أفراد لأجل تولي المبادرة بطريقة مستقلة وفاعلة في الظروف الصعبة عند انهيار الهياكل القيادية.
- تطوير خطة مستمرة تساعد على انشاء مراكز عمليات في موقع خارجي مدعم بتقنية المعلومات.
- العمل مع الهيئات المحلية وبمشاركة الحكومة ومنظمات الأعمال والمواطنين والإعلام.
- التخطيط والتدريب المستمر والشمولي على سيناريوهات ذات حلول ممكنة.

المشاكل التي يمكن أن تنتج عن وجود إدارة للأزمات

- بدون خطط لإدارة الأزمات ستكون الأزمة المنظمة مبالغ باهظة، وستؤثر حتماً على وضعها المالي؛ وذلك لأن الأزمة تضع المنظمة تحت ضغط الوقت، وتجعل تركيزها على سرعة الاستجابة دون الاهتمام بالتكاليف أو الجوانب المادية للقرارات.
- إدارة الأزمات تمنع الأزمة من التحول إلى ما هو أسوأ، فعندما يتم وضع خطط لإدارة الأزمات سيتضمن الأمر دراسة سلسلة الأحداث أو العواقب التي قد تخلفها الأزمة، ويمكن أن تكون أسوأ أو أشد من الأزمة نفسها.

معالجة الأزمات وإدارتها إعلامياً من خلال الإعلام الجديد

• أولاً: توازن التناول الإعلامي في التعامل مع تهديدات الأزمة:

- يرتبط التوازن الإعلامي بعدد من المحددات ومن أهمها التوازن في تناول السلبيات والايجابيات المرتبطة بموضوع الأزمة، والتوازن في تغطية الأزمة من وجهات نظر مختلفة، خاصة وأن وسائل الإعلام هي الأفضل في نقل ومعالجة الأحداث والظواهر والتطورات، وهو الأكفاء في ترسيخ الصور وتكوين المعاني المتعلقة بها.

تابع معالجة الأزمات وإدارتها إعلامياً من خلال الإعلام الجديد

• **ثانياً: شمول وتكامل تناول الإعلامي لأبعاد الأزمة وخلفياتها
وتداعياتها:**

• إن الجانب المعلوماتي في تناول الأزمات والكوارث لا يكون وحده كافياً لتشكيل رأي عام واعي ومستنير حول الأزمة الواقعة، وسبل التعامل معها ومواجهتها، خاصة وأن حدوث الأزمات لا يأتي عادة مفاجئاً، وإنما تسبقه تراكمات. ومن هنا تبرز أهمية مراعاة تحقيق الشمول والتكامل في التغطية الإعلامية للأزمات والكوارث.

نماذج الاستجابة للأزمات

Chapter

03

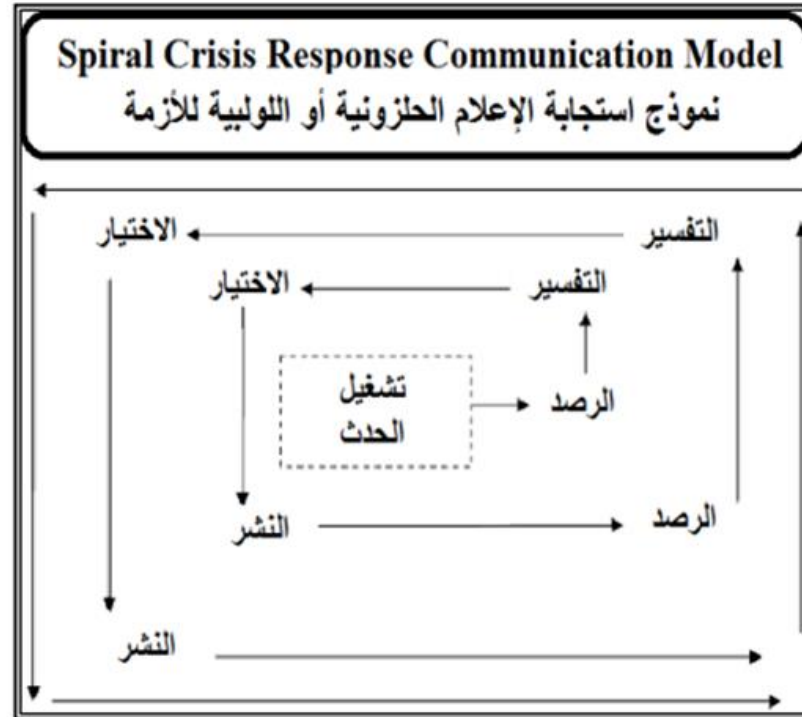


في هذا النموذج يرى هالي أن استجابة وسائل الإعلام للأزمة تركز على عنصر واحد وهو النشر ووجهة واحدة وهي الأفراد، واقترح هذا النموذج أن تتوالى الخطوات لاتصالات الأزمة، والتي تتمثل في الرصد أو الملاحظة، والترجمة أو التفسير، والاختيار ثم تنظم وترتب وتنتشر، وبالتالي تتمكن وسائل الإعلام من قياس جميع مراحل إدارة الأزمة.

نماذج الاستجابة للأزمات

Chapter

03



في هذا النموذج تكون الاستجابة حلزونية وتقوم على عدة خطوات وهي: (الرصد، والتفسير، الاختيار، النشر).

أساليب إدارة الأزمات بنجاح

Chapter

03

- التخطيط الاعلامي في المراحل المبكرة حيث يعمل على حل المشكلات.
- تحديد إذا ما كان الموقف يمثل مشكلة حقيقية.
- اتباع خطة ادارة المشكلات الخاصة به.
- الاجابة السريعة.
- كن ذاتيا لا تحصر نفسك في حديث الشركات الذي يجعل اجاباتك تبدو باردة ومحسوبة.
- تأكد من صحة حقائقك.
- حدد المتحدث الذكي الموثوق به.
- كن موجزا واضحا وأميناً.
- اعتذر وتحمل المسؤولية وبادر بالتحرك.
- اعرف متى ينبغي عليك أن تتخلى عن الأمر.



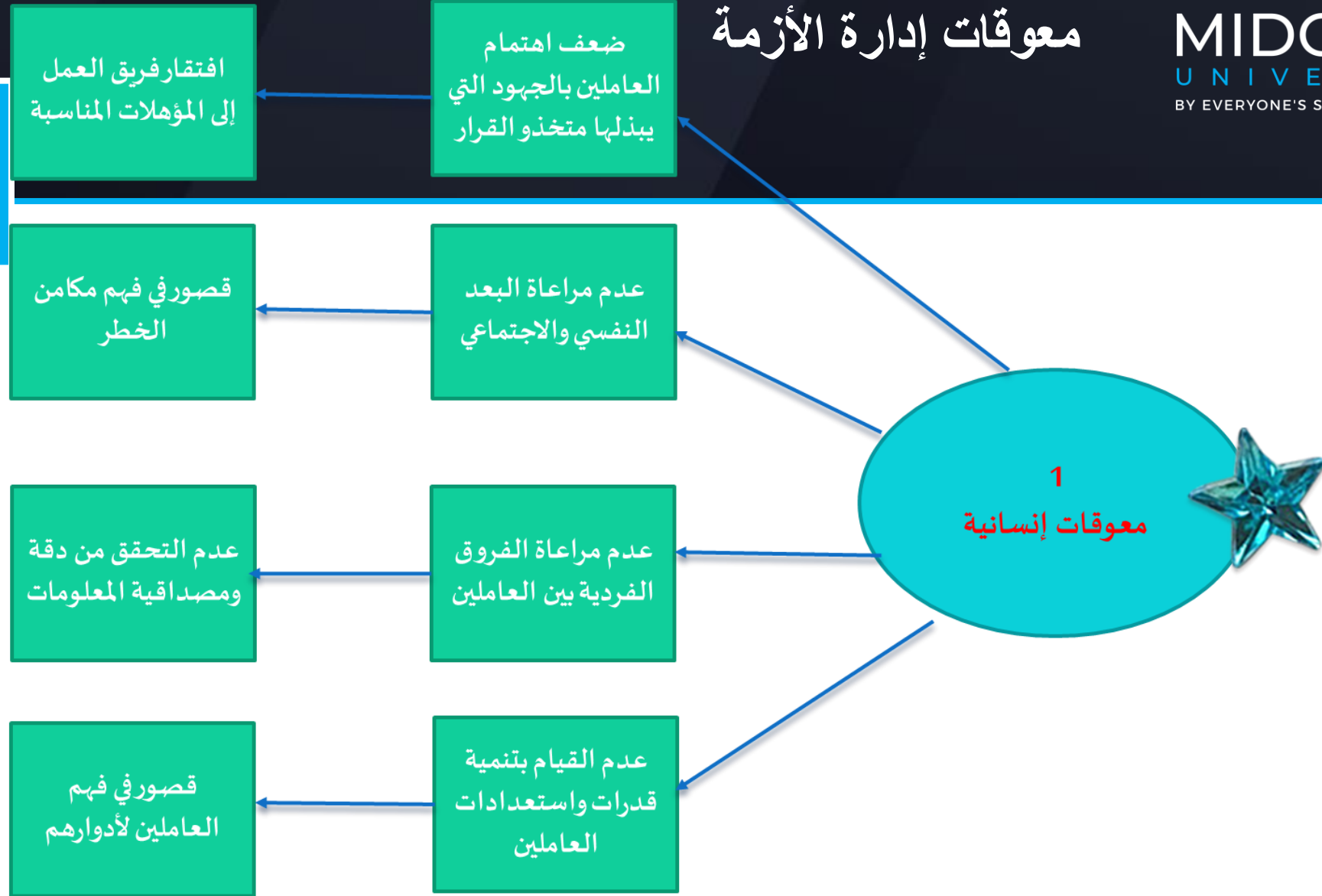
نموذج مقترح لأبعاد الرسائل والمضامين الاعلامية الناجحة وقت الأزمات

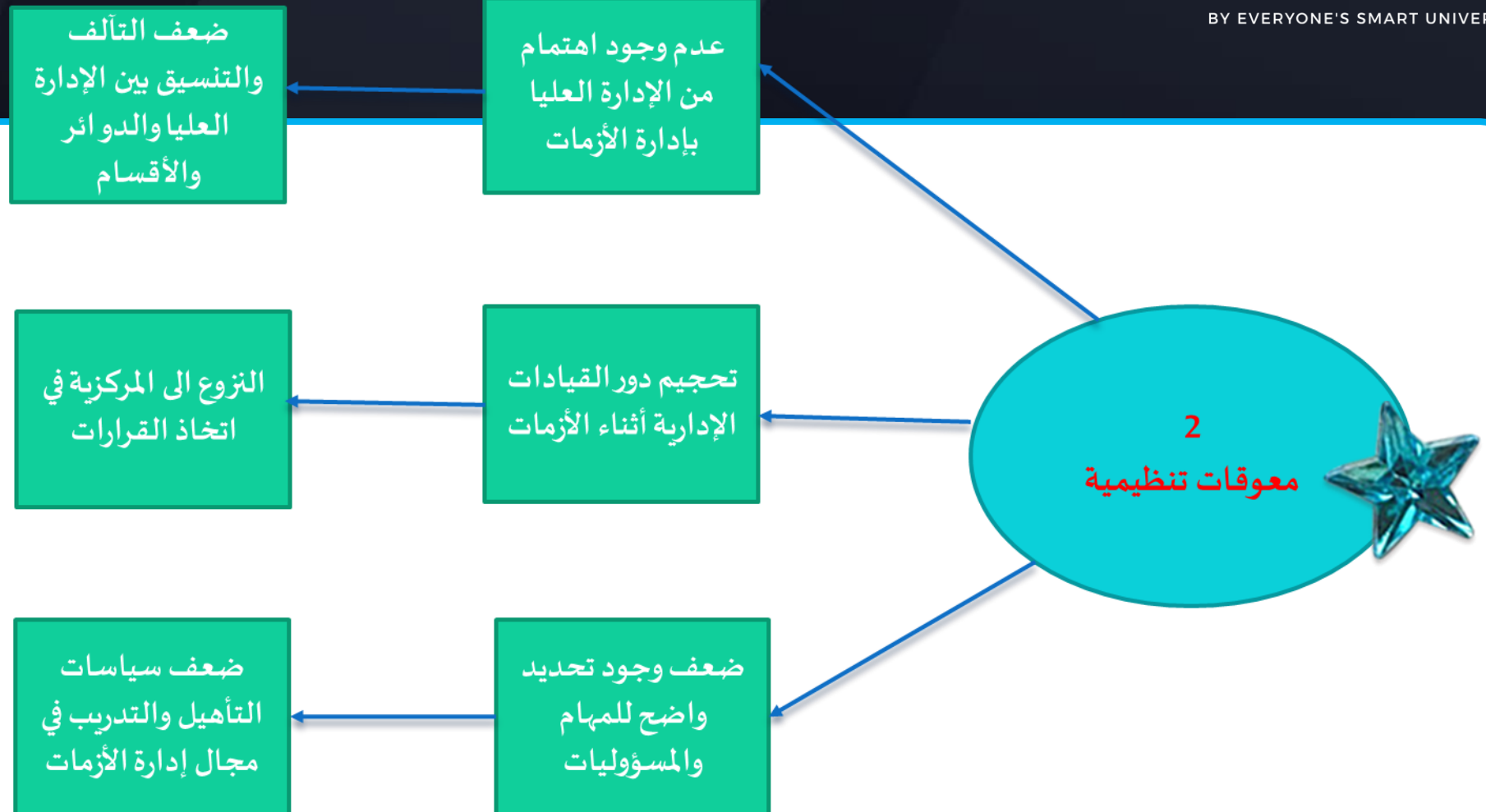
- البعد المعلوماتي: تقديم معلومات كافية وشاملة للأزمة وأبعادها، وأطرافها وأسبابها وتطوراتها.
- البعد الوطني: يتم فيه بث واذاعة ونشر مضامين تثير الروح الوطنية داخل نفوس المواطنين.
- البعد اللغوي: استخدام أساليب لغوية متنوعة لكي تصل لجميع أنماط المواطنين.
- البعد العاطفي: عرض الجوانب والاهتمامات الانسانية.
- البعد الفني: عرض أفلام ودراما وأغاني وطنية تجسد حالات واقعية للخروج من أزمات سابقة.
- البعد الديني: استضافة شخصيات دينية.
- البعد الاجتماعي: شرح وتوضيح العائد الاجتماعي والفائدة التي ستعود على المواطنين.
- البعد الاقتصادي: التركيز على العائد الاقتصادي والفائدة المادية التي تعود على الاقتصاد القومي.

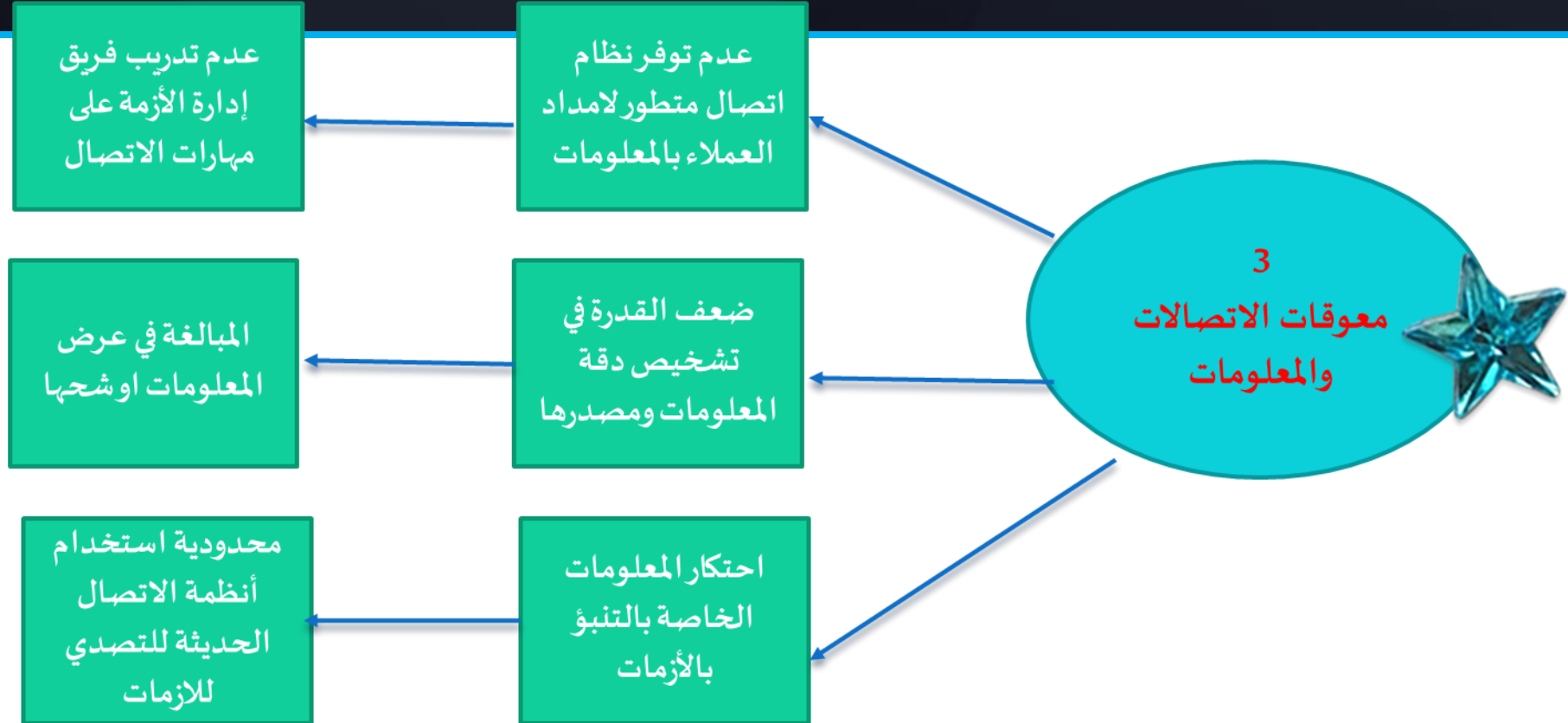
معوقات إدارة الأزمة

Chapter

03







أساليب تجنب وقوع الأزمات

2

تلقي الإشارات
المبكرة للأزمة

1

تكوين فريق إدارة
الأزمات

3

وضع نظام متكامل
للمنظمة

4

تدريب الموظفين
على إدارة الأزمة

الخلاصة



- تناولنا خلال هذا الفصل مفهوم الأزمة، والسمات الأساسية للأزمة.
- التفرقة بين مفهوم (الحادث- المشكلة- القضية- الكارثة- الأزمة).
- العوامل المؤثرة على فهم طبيعة الأزمة.
- دورة حياة الأزمة.
- إدارة القضايا ومواجهة الضغوط.
- تخطيط الاتصال ما قبل الأزمة.
- الاتصال في مرحلة الأزمة.
- الاتصال في مرحلة ما بعد الأزمة.
- المعوقات التي تتعلق بإدارة الأزمة





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY



Thank You

