

communication and Leadership

الاتصال والقيادة

Prepared by Dr. Eman almasri

LDR 726

المحاضرة السابعة



communication and leadership

الاتصال والقيادة

المحاضرة السابعة:
العلاقات العامة

LDR 726

Prepared by
Dr. Eman ALmasri

www.midocean.ae

برنامج ماجستير القيادة التربوية

رمز المقرر	اسم المقرر	الساعات المعتمدة
الفصل 1		
ELD 711	اتجاهات معاصرة في القيادة التربوية	3
ELD 712	التخطيط التربوي	3
RSC 701	أساليب البحث	3
الفصل 2		
ELD 721	سياسات التعليم	3
ELD 723	نظريات القيادة التربوية	3
LDR 725	ريادة الأعمال والابتكار	3
LDR 721	قيادة التغيرات	3
الفصل 3		
ELD 731	تكنولوجيا التعليم	3
LDR 726	الاتصالات والقيادة	3
LDR	الأخلاقيات في القيادة	3

مادة الاتصالات والقيادة

هي إحدى مقررات برنامج

ماجستير القيادة التربوية

نتائج المحاضرة السابقة



- مفهوم الإدارة الإلكترونية
- أسس وخصائص الإدارة الإلكترونية
- دواعي وأسباب التحول نحو الإدارة الإلكترونية
- فوائد الإدارة الإلكترونية
- متطلبات ومعوقات الإدارة الإلكترونية
- أنماط الإدارة الإلكترونية
- وظائف الإدارة الإلكترونية

محتوى المادة الدراسية والجدول الزمني

المحاضرة	الموضوع	التاريخ	ملاحظات
1	الاتصال والقيادة	/	
2	الاتصال التنظيمي	/	
3	التنظيم الإداري	/	
4	التطوير التنظيمي	/	
5	الأداء الوظيفي و تقييم الأداء الوظيفي	/	
6	الاتصال والإدارة الإلكترونية	/	
7	العلاقات العامة		
8	الثقافة التنظيمية		
9	الانتماء التنظيمي		
10	البيئة التنظيمية		
	الامتحان النهائي		

مقدمة

زاد الاهتمام في العصر الحالي بمفهوم العلاقات العامة وتتنوع العلاقات العامة حسب مجالها فمنها الحكومية، والتجارية، والصناعية، والعسكرية، والسياسية وتجمع هذه الأقسام مبادئ عامة واحدة، وليست في حقيقتها إلا تطبيق للقواعد العامة للعلاقات العامة مع مراعاة الظروف والأحوال في المجال الذي تطبقه فالوسائل التي تُتبع في العلاقات العامة واحدة والأدوات واحدة كوسائل الاتصال بال جماهير مثل وكالات الأنباء والصحافة والإذاعة ووسائل التواصل الاجتماعي وكذلك الاتصالات الشخصية وهي جميعا تعمل على بلورة الأفكار وتقريبها للمستفيد. والعلاقات العامة بجميع أقسامها تقف على اتجاهات الجمهور وتدرس نفسية وطرق التأثير فيه، وقيادة الرأي العام وطرق التعامل معه، وكسب ثقته. ولم تظهر العلاقات العامة بقوتها وأهميتها الحالية بشكل مفاجئ ولكن حدث تطور في المفهوم وتطور في الفكر أدى إلى بلورة صورة عامة عن مفهوم العلاقات العامة لذلك سنلقي الضوء في هذه المحاضرة على موضوع العلاقات العامة في المنظمات.

فما المقصود بالعلاقات العامة؟

نتائج المحاضرة السابعة



- مفهوم العلاقات العامة
- عوامل ظهور العلاقات العامة
- أهمية وأهداف وفوائد العلاقات العامة
- وظائف وأدوات العلاقات العامة
- أنواع ومبادئ العلاقات العامة
- المسميات الوظيفية ومهارات العلاقات العامة
- إيجابيات وسلبيات العلاقات العامة

مفهوم العلاقات العامة



العلاقات العامة لغة :

- العلاقات العامة "لغة" تعني التواصل الناتج عن التفاعل فردين أو أكثر، إذ أن العلاقة بين أفراد المجتمع تتحقق بعد حدوث فعل و رد فعل بينهم و مع استمرار و رد الفعل يتحقق التفاعل بينهم و يأخذ هذا التفاعل اتجاها إيجابيا تكون الحصلة علاقات اجتماعية تعاونية تحقق الترابط بين الأفراد.
- فكلمة علاقات تعني حصلة الإتصالات التي تتم بين المنظمة و الجماهير التي تتعامل معا،
- أما كلمة عامة يقصد بها جماهيرية أي مجموعة الجماهير المختلفة التي ترتبط مصالحها بالمنظمة



العلاقات العامة : Public Relations

تعرف العلاقات العامة بأنها مجموع من الوظائف الإدارية التي تُساهم في تعزيز التواصل مع العملاء، وربط طبيعة عملها وأهدافها بالعملاء **والعلاقات العامة** تعبر عن النشاط الذي تقوم به إدارة المؤسسة من أجل التعريف بطبيعة عملها للناس، عن طريق استخدام مجموعة من وسائل الاتصال والإعلان المتاحة لتطبيق رؤيتها، وقياس مدى رضا الناس عن الخدمات، أو السلع التي تقدمها لهم، لذلك يجمع مفهوم العلاقات العامة بين الفن، وعلم الإدارة؛ فاختيار الوسيلة المناسبة للتواصل مع الآخرين يُعدّ نوعاً من أنواع الفنون، أمّا دراسته والتعرف عليه من أجل تطبيقه يعدّ علماً قائماً بذاته.

العلاقات العامة : Public Relations

لا يمكن للمنظمة أن تعيش منعزلة عن المجتمع، متوقعة على نفسها؛ بل هي تؤثر وتتأثر فيه؛ لذا فهي بحاجة إلى وجود قسم خاص يُعنى بالتفاعل والتواصل مع هذا المجتمع، ويطلق على هذا القسم مصطلح "العلاقات العامة".

ويضم مجال العلاقات العامة أهم العناصر التنظيمية والأنشطة الإدارية التي تسهم في تحقيق مستويات عليا من تطور وتقديم جميع أنماط المؤسسات والشركات والمنشآت وحتى المنظمات مهما اختلفت ولعل "العملاء" هم المفتاح الرئيسي الذي تشترك به جميع أنواع هذه المنشآت. وبالتالي، وُجدت العلاقات العامة من أجل تقريب المسافة وتوطيد العلاقة بين الشركة والعملاء بهدف تحقيق رضا العميل وترك انطباع إيجابي لديه مما يعمل على زيادة نسبة الأرباح.



العلاقات العامة

تُعرف العلاقات العامة: بأنها الإدارة المسؤولة عن تنظيم وإدارة العلاقات الرسمية بين المؤسسة والمتعاملين معها خارجيًا، بداية من الأطراف التي يتم التعامل معهم بصفة مباشرة من شركات وأشخاص، وصولًا لكل من صورة المؤسسة أمام العملاء المستهدفين وكذلك أمام الإعلام؛ لذلك يمكن تعريف العلاقات العامة بكونها المرآة العاكسة لصورة المنظمة وسمعتها أمام جميع الأطراف المتعاونة معها.

كما يمكن **تعريف العلاقات العامة** أيضًا بكونها الإدارة المسؤولة عن إيجاد صورة إيجابية حول المؤسسة التجارية وخدماتها، بحيث تنجح هذه الإدارة في كسب التأييد الإيجابي من الجمهور المستهدف، وتعمل كحصن الأمان الذي من خلاله يتم صد جميع الهجمات والحملات الإعلانية المضادة.

مفهوم العلاقات العامة

- وعرفت الجمعية للعلاقات العامة الأمريكية : بأنها "نشاط يسهم في أي منظمة على اختلاف وظائفها في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينهما وبين فئة من الجمهور كالعاملين أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام، والعمل على تكيف المؤسسة حسب الظروف البيئية المحيطة وشرح السياسة الخاصة بها للمجتمع".
- وعرفت العلاقات العامة بأنها الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى تكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندوها في أزماتها وتحقيق أهدافها ويشجعوها في نشاطها مما يقودها نحو التنافسية وتجويد الخدمة المقدمة.

العلاقات العامة

وتأسيسًا على ما سبق العلاقات العامة تحمل في معانيها عدة أمور منها:

- ✓ إن العلاقات العامة تعبر عن إتجاهات و أفكار وسياسيات وبرامج خاصة بالمنظمة.
- ✓ الهدف منها كسب ولاء الجمهور ومحاولة إقناعه بالطرق والوسائل المتاحة بالخدمة أو المنتج أو أهداف المنظمة .
- ✓ هي وظيفة إدارية مستمرة يرتبط تنفيذها ببرامج وسياسات وأهداف وخطط وزمن محدد.
- ✓ تمتاز العلاقات العامة بأنها ديناميكية ومتطورة باستمرار ، وتتأثر بالابتكارات التقنية، والإتجاهات المجتمعية المتغيرة ، واحتياجات العمل المتغيرة بسرعة..
- ✓ إن العلاقات العامة عملية اتصال دائم ومستمر بين مجموعة من الأطراف.

العوامل التي أدت لظهور العلاقات العامة



لماذا نحتاج
العلاقات
العامة؟

تتلخص العوامل التي أدت إلى ظهور العلاقات العامة في ما يأتي:

- ظهور أساليب الإدارة الحديثة التي تعتمد على تعزيز الحوار، والمشاركة في الرأي كوسيلة مؤثرة للتعرف على رأي الموظفين، والعملاء حول طبيعة عمل المؤسسة.
- تنوع طرق الاستهلاك عند المستهلكين، والتي تحتاج إلى وجود أفكار إبداعية جديدة لتحقيق طلبات الجمهور.
- تطوّر وسائل الاتصالات بين الشركات، والمستهلكين مع الاعتماد على شبكة الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي كطرق اتصال جديدة.
- نموّ الفكر الاستهلاكي عند الناس؛ بسبب تراكم خبراتهم في المجالات الشرائية مع الوقت.
- ظهور خدمات، وسلع جديدة لم تكن معروفة مسبقاً، وتحتاج إلى تعريف الناس بها.



تسعى العلاقات العامة لتحقيق مجموعة من الأهداف داخل منشآت العمل، ومنها:

1. وضع إستراتيجية تفاعليّة بين المنشأة والعملاء. التواصل الفعّال بين المنشأة والمنشآت الأخرى.
2. توفير وسائل الإعلان المناسبة للتعريف بالمنشأة في المجتمع الذي توجد فيه.
3. متابعة كافة الأخبار التي يتم نشرها حول المؤسسة، أو الشركة، والحرص على التأكد من صحتها.
4. تشجيع التواصل بين كافة المستويات الإدارية لاتخاذ القرارات المناسبة.
5. تطوير الأداء في العمل، من خلال التنسيق بين الإدارة، وكافة الأقسام

أهمية العلاقات العامة



تظهر أهمية العلاقات العامة في ما يأتي:

1. إنقاذ المؤسسات التابعة لها من مخاطر الإفلاس أو حملات تشويه السمعة، حيث تقوم هذه الإدارة بالتعاون مع إدارة التسويق في عملية إعادة الروح للمؤسسة وبعثها بصورة جديدة للجمهور، مما يساعد على منحها الحياة والعودة إلى مجدها بقوة.
2. بناء جسور التعاون مع المؤسسات المختلفة أو مع الجمهور، يكون أكثر تأثيرًا وبقاء في الذاكرة عنه عن أي مجهود آخر.
3. تساعد إدارة العلاقات العامة على الحفاظ على صورة العلامة التجارية بإيجابية وتعمل على تطويرها بشكل دوري بما يتناسب مع طبيعة الجمهور المستهدف وطبيعة السوق، فمتى احتاج السوق إلى تغيير في الصورة النمطية للمؤسسة أو في طبيعة تعاملها، تقوم إدارة العلاقات العامة بعملية التغيير المطلوب ونشرها للجمهور بالشكل الجديد.
4. تمثل العلاقات العامة خط الدفاع الأول عن المؤسسة إذا وقعت في أي أزمة، حيث تقوم بالتعامل مع الوضع باحترافية تجعلها تحد من الآثار السلبية الناتجة عنها، وتحاول إنقاذ ما يتم إنقاذه وتجنب تكراره مرة أخرى.

أهمية العلاقات العامة

- 5- من خلال إتمام دور العلاقات العامة باحترافية، تتمكن الشركة من بناء علاقات قوية مع الجمهور، صعب التأثير فيها سلبياً أو زعزعتها من المنافسين.
- 6- إعطاء قيمة مضافة لمنتجاتها تجعلها أكثر قيمة ورغبة عن الشركات الأخرى، كأن تمتلك ميزة تنافسية حصرية لا يمكن نسخها أو محاولة تطبيقها من المنافسين.
- 7- تظهر المؤسسة بصورة أكثر حياة للعملاء المستهدفين بحيث يسهل رؤيتها والتعامل معها وبناء علاقة وطيدة
- 8- تتمكن المؤسسة من القيام بدورها المجتمعي على أكمل وجه.
- 9- تقوم على التخطيط الاستراتيجي لصورة العلامة التجارية بالنسبة للجمهور، وذلك بدراسة نقاط القوة والضعف الخاصة بالمؤسسة وكذلك المنافسين، ثم العمل على التغلب على نقاط الضعف الخاصة بالمؤسسة لصالح زيادة قوتها، واستغلال نقاط الضعف الخاصة بالمنافسين والعمل لصالح التفوق عليها.

المهام والأعمال المختصة بمن يعمل في العلاقات العامة

مهام وأعمال قسم العلاقات العامة عديدة ومنها:

1. التواصل مع الجمهور سواء كان هذا الجمهور يقع ضمن الفئة المستهدفة أو لا.
2. بناء سمعة طيبة تخص المنظمة والعمل على تعظيم هذه الهالة الإيجابية بكل ما يمكن من وسائل.
3. صد الهجمات المضادة من المنافسين والمختصة بوضع استراتيجيات احترافية تجعل من الجمهور هو المدافع الأول ضد هذه الهجمات بالشكل الذي لا يجعلها حتى تضطر إلى التدخل.
4. تنمية الدور المجتمعي للمنظمة وذلك بتنظيم الفعاليات الخاصة بتحقيق المسؤولية المجتمعية.
5. تنظيم الدور الإعلامي للمنظمة، وذلك بترتيب اللقاءات والمناسبات الخاصة، وإعلان البيانات والتصريحات الحصرية.
6. وضع خطط قصيرة وطويلة المدى فيما يخص رسم وتطوير الصورة الاعتبارية للمؤسسة.
7. تنظيم وترتيب الفعاليات الرسمية والعمل على عكس صورة وسمعة طيبة للمؤسسة.

المهام والأعمال المختصة بمن يعمل في العلاقات العامة

- 8- استقبال الوفود والضيوف الخاصين بالمؤسسة والعمل على تنظيم تجربة مثالية ومريحة لهم مع المؤسسة.
- 9- كتابة وتوزيع المنشورات والتصريحات الإعلامية وكذلك تنظيم عملية التعامل مع ردود الأفعال الناتجة عنها.
- 10- تنظيم البروتوكولات المستخدمة في أوقات المناسبات الخاصة والتعازي وكذلك التهنئة والاحتفالات
- 11- نفي الأخبار الكاذبة التي يتم نشرها حول المؤسسة وتقوم بسرعة التعامل معها بالطريقة المناسبة
- 12- التعامل مع شكاوى الأطراف الخارجية التي تتعامل مع المؤسسة، بحيث تقوم بإجراء المفاوضات اللازمة والتي من خلالها يمكن حل المشاكل دون وقوع أي ضرر محتمل.
- 13- تعريف الجمهور بالمنظمة وذلك من خلال ما تلجأ إليه من وسائل إعلامية مستخدمة سواء كانت هذه الوسائل بصرية أو كتابية أو لقاءات وندوات مباشرة أو أي وسيلة أخرى مستخدمة.



تنوعت الأدوات والوسائل المستخدمة في مجال العلاقات ومنها:

مواقع التواصل الاجتماعي

وسائل الدعاية والإعلان مثل المنشورات

الصور الفوتوغرافية ومقاطع الفيديو

المعارض

التلفزيون

فهي تهدف إلى إيصال رسالة معينة للعملاء المستهدفين. وبناءً عليه، تهدف العلاقات العامة إلى المحافظة على العلاقة الصحية الإيجابية بين المؤسسة والعميل إذ عرّفت الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة العلاقات العامة أنّها: "عملية تواصل استراتيجية تبني علاقات مفيدة بشكل متبادل بين المنظمات وعامة الناس".

أنواع العلاقات العامة



من حيث الأداء الوظيفي تنقسم العلاقات العامة إلى:

1. العلاقات العامة الداخلية:

- ✓ وهي خاصة بالاهتمام بالموظفين لتحقيق أهداف المنشأة. مثل: زيادة وعي وإدراك الموظفين بشأن نشاط الشركة، تدريبهم لتطوير أدائهم، تحسين العلاقات الداخلية بين الموظفين وبعضهم البعض
- ✓ توضيح أهداف المؤسسة، ومساعدة الموظفين على تحقيق هذه الأهداف، معرفة احتياجات الموظفين وتلبيتها، إشراكهم في وضع سياسات وأهداف الشركة
- ✓ الاهتمام الحياة الشخصية للموظفين، من خلال الممارسات التي من شأنها رفع ولاء الموظفين لشركتهم
- ✓ النجاح الحقيقي للشركة يبدأ من الداخل، حيث البناء والكيان الداخلي المتماسك. لذلك تحتفظ العلاقات العامة الداخلية بأهمية خاصة لأجل الحفاظ على نجاح الشركة الخارجي

2. العلاقات العامة الخارجية:

- ✓ وهو النشاط الخارجي الذي تقوم به الشركة للحفاظ على شكل علامتها التجارية،
- ✓ تهتم إدارة العلاقات العامة بالتواصل الخارجي مع أي جهة تساهم في تعميق رسالة الشركة في أذهان الجمهور، مثل إقامة الندوات والمؤتمرات الصحافية، التعامل مع الصحافة والإعلام
- ✓ استقبال الضيوف والوفود، بث القصص الملهمة الإيجابية،
- ✓ نشر الإعلانات الدعائية التي تدعم قيم وأخلاق المجتمع، وغيرها من الأنشطة التي تُنمّي العلامة التجارية للشركة

أنواع العلاقات العامة

أما من حيث الحداثة فتنقسم إلى:

1- العلاقات العامة التقليدية (الكلاسيكية):

وهي تشير إلى الاعتماد على الوسائل القديمة في القيام بوظيفتها. تعتبر المؤتمرات والتلفاز والجرائد والإعلانات الورقية وإعلانات الطرق من الوسائل الكلاسيكية في الدعاية، على الرغم من تطورها تكنولوجياً

2. العلاقات العامة الإلكترونية (الحديثة):

وهي التي تتم بالكامل اعتماداً على الإنترنت، ووسائل الإعلام الاجتماعي الحديث. وهو قسم أصبح له خبراء متخصصون في ترويج وترسيخ العلامة التجارية في أذهان الجمهور عبر القنوات المختلفة على الإنترنت، وخاصة الشبكات الاجتماعية.

أنواع العلاقات العامة

وقسم بعض علماء الإدارة العلاقات العامة إلى:

1. العلاقات الإعلامية أو العلاقات مع وسائل الإعلام - Media Relations
2. العلاقات المجتمعية - Community Relations
3. المسؤولية الاجتماعية للشركات - Corporate Social Responsibility
4. الشؤون العامة - Public Affairs
5. إدارة الأزمات - Crisis Management
6. وسائل التواصل الاجتماعي - Social Media
7. علاقات الموظفين - Employee Relations
8. النهج المتكامل للتسويق والاتصالات - Integrated Marketing and Communications

مبادئ تطبيق العلاقات العامة بشكل ناجح

المقصود بمبادئ العلاقات العامة هي الأسس التي يُبنى عليها ليُطبق بشكل صحيح صحيحًا ويحقق أهدافه فمن ضمن المبادئ الأساسية التي يقوم عليها :

1. الشفافية:

وتقسم الشفافية إلى قسمين. الأول يمثل الشفافية مع الموظفين داخل الشركة، من خلال التعامل الصادق مع الموظف، والالتزام بكل الوعود الممنوحة له، وتوضيح موقف

الشركة بمنتهى الصراحة، والبُعد عن المغالاة أو التفتير

والثاني يمثل الشفافية مع الجمهور في مصداقية الأخبار التي ترد إلى الجمهور عن الشركة، وصدق التزام الشركة مع العميل بما تعد به، والحرص على تحسين تلك

الصورة بفعالية من خلال الالتزام الفعلي لا القولي

التعامل الأمين مع كلا الطرفين هو ما يُعرف بالشفافية. كسب ثقة الكيان الداخلي للمؤسسة (الموظفين)، والكيان الخارجي (الجمهور)، هو الأساس المتين لبناء علاقات

عامة ناجحة للمنشأة

2. الانسجام مع قيم المجتمع:

دور قسم العلاقات العامة في الأساس هو محاولة فهم الجمهور، وبناء صورة ذهنية إيجابية عن الشركة، ولن يحدث هذا الإجراء بدون الفهم الحقيقي لقيم المجتمع وعادات وتقاليد وثقافة وتوجه المجتمع والانسجام الكامل (بمعنى عدم الاصطدام) مع تلك القيم. انتماء أو ولاء العميل لكيان ما يبدأ من إحساسه بالألفة ناحية هذا الكيان، وأن هذا الكيان يحترم ما نشأ عليه من قيم ويراعيها في أنشطته ومنشوراته الدعائية

3. عدم الاصطدام مع مؤسسات الدولة:

هو نوع آخر من الانسجام، ولكن مع النظام الحاكم للدولة، من خلال احترام القوانين والشرائع التي توفر حياة مستقرة للمواطن ولمؤسسات الدولة. وكذلك دعم ومساندة الرؤية العامة للدولة بنشاط مماثل،

المسميات الوظيفية للعاملين في العلاقات العامة

هناك مسميات وظيفية كثيرة في بند أو قسم العلاقات العامة، ولكن أبرزها ما يأتي..

1. مدير العلاقات العامة PR Manager

هو العقل المدبر الذي يدير عملية العلاقات العامة بالكامل للمنشأة، بداية من التخطيط مرورًا بتوزيع المهام والأدوار وحتى المتابعة والتقييم. مدير

العلاقات العامة في الشركة ينبغي أن يكون على وعي جيد بنشاط الشركة وأهدافها المستقبلية

يحدد خطته بناءً على هذا الفهم، ومحاولة إيجاد انسجام كافي بين خطته الرئيسية والقيم التي عليها المجتمع

لديه العديد من المهام تجتمع جميعها في الحفاظ على شكل العلامة التجارية لدى الجمهور، وكذلك حفظ التماسك الداخلي لكيان الشركة. يساعده في

هذه المهام الكثير من المسميات الوظيفية الأخرى ومنها:

2. موظف العلاقات العامة PR Specialist

عليه الكثير من المهام التنفيذية المتعلقة بتنفيذ خطة الشركة في العلاقات العامة. فقد يكون هو الشخص المسؤول عما يُنشر عن الشركة في وسائل الإعلام المختلفة

وقد يكون هو الشخص الذي يتواصل مع الجمهور بشكل مباشر لمعرفة رأيه ونظراته للشركة، وقد يكون هو الشخص الذي يساعد في تنظيم المعارض والمؤتمرات الصحفية التي تدعم العلامة التجارية

3. موظف الاستقبال Receptionist:

من المعلوم أنه مهما تنوعت مهام المنظمة، يعتبر موظف الاستقبال هو الواجهة الرسمية المباشرة للشركة التي ستكون أول ما تقع عليه عين الجمهور. لذلك ينبغي اختيار أفضل العناصر لهذه الوظيفة حُلُقًا ومظهرًا

4. مسؤول الموارد البشرية HR Specialist

على الرغم من أنها إدارة مستقلة تُعنى بالموظفين بشكل رئيسي، ولكن تنظيم العلاقات العامة الداخلية يتطلب تعاونًا مستمرًا مع إدارة الموارد البشرية، لدراسة ملفات الموظفين وتحديد مشاكلهم واحتياجاتهم وتطوير نظرتهم الإيجابية للشركة باستمرار

5. مسؤول الشبكات الاجتماعية Social Media Specialist

احتلت العلاقات العامة الإلكترونية مكانًا بارزًا في قائمة مهام هذا القسم. بل أصبح الاعتماد عليها رئيسيًا أكثر من العلاقات العامة بشكلها الكلاسيكي لذلك يجب أن ينضم إلى الفريق مسؤول شبكات اجتماعية محترف، يمكنه متابعة المنشورات الاجتماعية المختلفة التي تُنشر عن الشركة، ويحلّلها ويرفعها إلى الإدارة لاتخاذ القرار المناسب بناءً على المعلومات الواردة

6. منظم المعارض Events Coordinator

هو الشخص الذي يسعى لأن يكون الحدث Event في أفضل صورة ممكنة، من حيث التنظيم، الإدارة، استقبال الضيوف، الخدمات اللوجستية، وغيرها من الأمور

● مهارات وسمات العاملين في العلاقات العامة



1. اللباقة في التعامل مع فئات الناس المختلفة
2. القدرة على تنسيق وتنظيم الأعمال
3. مهارات صنع القرار
4. مهارات التواصل مع الآخرين
5. حس المسؤولية
6. مهارات الإقناع والتأثير
7. الرغبة الدائمة في تطوير المهارات وتنمية القدرات وتعلم كل ما هو جديد
8. سرعة البديهة

• مهارات وسمات العاملين في العلاقات العامة

9- مهارات الاستماع الجيد من أجل الاستماع إلى مشاكل العملاء في المستقبل

10- الرغبة في مساعدة الناس والعملاء في حل مشكلاتهم

11- مهارات البحث وجمع المعلومات

12- تقييم الخطط التنفيذية

13- شخصية قوية والثقة بالنفس

14- مستوى جيد في اللغة الإنجليزية



• إيجابيات توفر قسم العلاقات العامة في المنظمة

يؤدي قسم العلاقات العامة دور بارز في تطور مستقبل المنظمة إذا تم العناية به وإنشائه بطريقة سليمة وهو من أهم العناصر الموجودة خاصة في مجال التسويق.

الإيجابيات

1. تؤدي حملات العلاقات العامة الناجحة إلى إمكانية الوصول بنجاح إلى السوق المستهدفة والحصول على معلومات دقيقة تفيد المنظمة
2. عامل مساعد في خفض التكاليف حيث يُمكن تحقيق الأهداف التي تكمن وراء العلاقات العامة بتكاليف منخفضة جدًا مقارنةً مع الجهود التسويقية والترويجية الأخرى
3. الحفاظ على السمعة الجيدة للمنظمة
4. إدارة العمليات الاستشارية على مستوى العديد من الأمور مثل السياسات العام

• سلبيات العلاقات العامة في المنظمة

1. إيجاد بعض الصعوبة في إدارة المحتوى كون العلاقات العامة تستخدم الكثير من الوسائل الإعلامية كالصحف والمجلات والراديو ومحطات التلفاز ومواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت
2. مواجهة بعض المخاطر المتعلقة بعائد الاستثمار فيما يرتبط بحملات التسويق والعلاقات العامة
3. صعوبة قياس نتائج حملات العلاقات العامة



خاتمة

تهدف العلاقات العامة إلى إقامة وتعزيز العلاقات بين المؤسسة وجمهورها المستهدف، سواء كان الجمهور عبارة عن عملاء، مستثمرين، موظفين، أو المجتمع بشكل عام. يتم ذلك من خلال استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات والتقنيات مثل الإعلانات، الأحداث، الاتصالات العامة، ووسائل التواصل الاجتماعي. تساعد العلاقات العامة على بناء سمعة إيجابية للمؤسسة وتعزيز صورتها العامة، مما يؤدي في النهاية إلى دعم نجاحها ونموها.

لم تعد العلاقات العامة رفاهية للشركات في عصر الشبكات الاجتماعية، والوصول اللامتناهي للأخبار والأحداث، وسهولة التعبير عن الرأي من قبل الجمهور

ويعتبر إدراك القيادة الواعي لمفهوم العلاقات العامة واستثماره بطريقة صحيحة من خلال تفعيل الاتصالات المتنوعة عاملاً مهماً في قيادة المنظمة وتوجيهها نحو تحقيق رؤيتها الاستراتيجية للوصول إلى التنافسية.

نتائج المحاضرة السابعة



- مفهوم العلاقات العامة
- عوامل ظهور العلاقات العامة
- أهمية وأهداف وفوائد العلاقات العامة
- وظائف وأدوات العلاقات العامة
- أنواع ومبادئ العلاقات العامة
- المسميات الوظيفية ومهارات العلاقات العامة
- إيجابيات وسلبيات العلاقات العامة

المراجع.

الخالدي، خزيم (2012). العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة.

Volume 1, Numéro 1, Pages 82-95

2012-09-01

<https://www.e3melbusiness.com/blog/public-relations-management-importance>

https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9

<https://www.e3melbusiness.com/blog/public-relations-management-importance>

أهمية العلاقات العامة وتأثيرها في المؤسسات (2022)

صالح، محمد (2023). العلاقات العامة والإعلام: دورهما وأهميتهما في المجتمع المعاصر

المراجع

<https://www.creativeblend.com.sa/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%D8%8C-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9%D8%8C-%D8%A7%D9%84>

جبار، أحمد (2012). العلاقات العامة بين الإتجاهات و المنطلقات الفلسفية و مرتكزاتها الأخلاقية . المجلد 8/ العدد 2: ص ص - 10 2

<https://www.for9a.com/specialities/%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9-Public-Relations>

Thank You