



جامعة ميد أوशन University Midocean

كلية العلوم الإنسانية

ماجستير علاقات عامة

إعداد الباحثة: هلا محمد راجح

الرقم الجامعي: 261000126

1447هـ - 2026م

خطة بحث

فاعلية التقنيات الذكية وصناعة القرارات الاستراتيجية في العلاقات العامة

مقدمة

ما يشهده عالمنا المعاصر من تطور كبير وهائل بمختلف المجالات الاجتماعية والإقتصادية، مرتبط ارتباط وثيق بالتقدم التقني بما يسمى بالثورة التكنولوجية، حيث أفرزت الثورة التقنية (الذكاء الاصطناعي)، تقنيات بإمكانها محاكاة الذكاء الإنساني، من خلال ما يسمى بالتقنية الذكية أو الأنظمة الذكية، والتي تتميز بالسرعة والتطور الذاتي، وتحليل كميات ضخمة من البيانات لاستخلاص النتائج والتنبؤات.

وهذا جعل المؤسسات تتجه لتبني تلك التقنية الذكية التي بإمكانها أيضا فهم عمليات السوق وتحليلها سواء البيئة الداخلية أو الخارجية، في أعمالها ونشاطها وخاصة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية، لأهمية تلك القرارات في بلوغ المؤسسات أهدافها والاستمرارية في نشاطها.

لذلك تسعى الدراسة لتسليط الضوء على تأثير التقنيات الذكية في صناعة القرارات الاستراتيجية في العلاقات العامة، والإجابة على،

الإشكالية: يبرز السؤال الرئيسي، كيف يمكن للتقنيات الذكية المساهمة في صناعة القرارات الاستراتيجية، وما هي التحديات؟

ليتفرع عنه الأسئلة الفرعية:

- أ. كيف تسهم التقنيات الذكية في صناعة القرارات الاستراتيجية في المؤسسات؟
- ب. ما هي التحديات التقنية، التنظيمية، والأخلاقية، وكيفية مواجهتها؟

أهمية الدراسة

1. إثراء المكتبة العربية بمفهوم دور التقنيات الذكية في صناعة القرارات الاستراتيجية في العلاقات العامة.
2. بيان تأثير التقنيات الذكية في صناعة وتحسين القرارات الاستراتيجية في المؤسسات.

1. معرفة وتقييم تأثير تطبيقات التقنيات الذكية في تحسين جودة وصناعة القرارات الاستراتيجية.
2. تحديد أدوات التقنيات الذكية في صناعة القرارات الاستراتيجية في المؤسسات.
3. بيان التحديات التي تواجه تلك التقنية سواء تنظيمية أو أخلاقية، حين استخدامها من قبل المؤسسات.
4. تحديد الآليات والاستراتيجيات المقترحة والتي تمكن المؤسسات، بتجاوز التحديات.

منهج الدراسة

المنهج الوصفي: بهدف الاطلاع ومراجعة الدراسات السابقة المماثلة لدراستي، والكتب والمراجع.

المنهج التحليلي: من خلال استبانة سيتم تنظيمها لمعرفة مدى دور التقنيات الذكية في صناعة القرارات الاستراتيجية في العلاقات العامة، إضافة لعرض الاستبانة على مشرف الدراسة للتعديل أن وجد ومن ثم توزيعها بشكل إلكتروني وبعد ذلك ليتم تحليلها واستخلاص النتائج والتوصيات.

مصطلحات الدراسة

العلاقات العامة، وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب والمحافظة على تفهم وتعاطف جمهورها الداخلي والخارجي.¹

صناعة القرارات الإستراتيجية، نشاط مؤسسة وإداري يعتمد على الخبرة والمعرفة، ويتضمن أسلوب الاختيار بين البدائل المتاحة، شريطة المعرفة الواعية بأهمية القرار ونتائجه وأيضا التقييم للنتائج.²

البيئة الداخلية والخارجية، العاملين في المؤسسة، وكذلك أفراد المجتمع.

التقنيات الذكية، استراتيجية يمكن استخدامها من قبل المؤسسات والأشخاص لتعزيز أدائهم.³

النظم الخبيرة، نظام معرفي صمم ليحاكي ذكاء الإنسان.⁴

الوكيل الذكي، تمثيل رقمي لشخص افتراضي، مهمته المساعدة بتحقيق أهداف محددة، ويتصرف بشكل مستقل.⁵

الشبكات العصبية الاصطناعية، نظام معالجة بيانات تحاكي جهاز الإنسان العصبي، مكونة من عدة طبقات.⁶

الخوارزميات الجينية، برامج حاسوبية لتحليل مشاكل نظم التطور، ويتعامل مع عدة بدائل مؤثرة.⁷

اللغة الطبيعية (NLP): برمجيات تقدم التوصيف اللغوي المطلوب للكمبيوتر.⁸

¹ - الصحن، محمد فريد. (2009). العلاقات العامة المبادئ والتطبيق. دار الثقافة للنشر. الإسكندرية. ط1. ص20

² كرامة الله مخدوم، هند. (2020). "مهارات وآليات صناعة القرارات الإستراتيجية". المدينة المنورة. جامعة طيبة. مجلة الدراسات التجارية المعاصرة. المجلد (9)، العدد (09). ص101-130.

³ - عاصم العبيدي، رأفت. (2015). دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق الإنتاج الأخضر، دراسة استطلاعية في عينة من الشركات الصناعية العاملة، مجلة جامعة كركوك للعلوم الاقتصادية. ص 89

⁴ - رايموند مكليود، جيورج شيل. (2006). ترجمة: سرور علي إبراهيم. نظم المعلومات الإدارية. دار المريخ. الرياض. ص ص583-585.

⁵ أحمد، رجاء، والسيد، رمضان. (2017). أثر التفاعل بين نمط تقديم الوكيل الذكي ومستوى التحكم فيه داخل بيئات التعلم الافتراضية ثلاثية الأبعاد في تنمية مهارات التعلم المنظم ذاتيا والدافعية للإنجاز لدى طلاب تكنولوجيا التعليم. تكنولوجيا التربية: دراسات وبحوث. عدد (33). مجلد (1). ص97.

⁶ - جباري، لطيفة. (2017). دور نماذج الذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرار- بحث منشور في مجلة العلوم الانسانية المركز الجامعي تدوف. الجزائر. العدد (1). ص 128

⁷ - خوالد، أبو بكر. (2019). تطبيقات الذكاء الاصطناعي كتوجه جديد لتعزيز تنافسية منظمات الأعمال. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا. ص17.

الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على بيان دور التقنيات الذكية في صناعة القرارات الاستراتيجية في العلاقات العامة

الدراسات السابقة

1. دراسة الأولى: بعنوان تأثير التحول الرقمي في فاعلية القرارات الاستراتيجية⁹

هدف الدراسة: معرفة تأثير التحول الرقمي على فاعلية التحول الرقمي على فاعلية القرارات الاستراتيجية وذلك من خلال تطبيق التحول الرقمي وأثره في القطاع المصرفي في المملكة العربية السعودية، وقد خلصت الدراسة بوجود أثر ذو دلالة احصائية لبعد تقنية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي على عملية القرار الاستراتيجي.

توصيات الدراسة: لابد من تطبيق أنظمة حماية متقدمة لصد الهجمات السيبرانية، وكذلك حماية المعلومات المالية والحسابية لأجل موثوقية ودقة البيانات المستخدمة في اتخاذ القرار.

1- دراسة كبان، جلاب (٢٠٢٢)¹⁰ بعنوان "أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على جودة اتخاذ القرار داخل مؤسسة اتصالات الجزائر تيارت.

هدفت الدراسة: لبيان أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بتحسين جودة اتخاذ القرار.

منهج الدراسة: المنهج الوصفي التحليلي والعملي ممثلاً في الاستبانة،

نتائج الدراسة: لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أثر بالغ الأهمية في تحسين عملية اتخاذ القرار، وتحسين خدمات المؤسسة.

توصيات الدراسة: لابد من توعية العاملين بالمؤسسة بتقنيات الذكاء الاصطناعي وأهميتها والاستفادة من تطبيقاتها.

دراسة، أحمد محمد عبد اللطيف، عامر. 2021¹¹

عنوان الدراسة: العلاقة بين أبعاد الذكاء الاصطناعي واتخاذ القرارات الاستراتيجية في ضوء الخبرة الدولية لمتخذ القرار كمتغير معدل دراسة تطبيقية على شركات التأمين في مصر، هدف الدراسة: التعرف على العلاقة بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي واتخاذ القرارات الرشيدة مع دراسة أثر الخبرة الدولية لمتخذ القرار كمتغير معدل. أهم نتائج الدراسة: وجود علاقة معنوية إيجابية ذات دالة إحصائية بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي والقرارات الرشيدة.

توصيات الدراسة: تعزيز سلوكيات الذكاء الاستراتيجي بين أفراد الإدارة العليا.

2- دراسة: ساره عبد الله القرني¹²

⁸ بن ثنيان بن محمد آل سعود، سارة. (2017). " التطبيقات التربوية للذكاء الاصطناعي في الدراسات الإجتماعية". مجلة سلوك، جامعة عبد الحميد بن باديس. المجلد 07. العدد (5). مستغانم. الجزائر. ديسمبر. ص: 147 - 148.

⁹ أحمد مفلح الشمري، سحر. (2025). تأثير التحول الرقمي في فاعلية القرارات الاستراتيجية. المجلة العربية للنشر العلمي. الإصدار الثامن- العدد الثامن والسبعون. نيسان 2025م

¹⁰ كبان حنان- جلاب خديجة هداية. ماستر. (2022). جامعة ابن خلدون. أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على جودة اتخاذ القرار داخل مؤسسة اتصالات الجزائر تيارت. الجزائر.

¹¹ عامر، أحمد محمد عبد اللطيف، وفريد، شريف طاهر محمد. (2021). العلاقة بين أبعاد الذكاء الاصطناعي واتخاذ القرارات الاستراتيجية في ضوء الخبرة الدولية لمتخذ القرار كمتغير معدل دراسة تطبيقية على شركات التأمين في مصر. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية. المجلد 12، العدد 4. 2021.

أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على اتخاذ القرارات – دراسة ميدانية كمية على الموظفين الإداريين في شركة أرامكو السعودية.

أهداف الدراسة: معرفة أثر تطبيقات التقنية الذكية على اتخاذ القرارات في شركة أرامكو السعودية، ومدى اعتماد الشركة على التقنيات الذكية، بيان الفروق بين المتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة حول اجاباتهم على أسئلة الاستبيان.

اهمية الدراسة: معرفة تأثير تطبيقات التقنية الحديثة (الذكاء الاصطناعي) على عملية اتخاذ القرار، التأكيد على أهمية تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته.

نتائج الدراسة: اعتماد شركة أرامكو نحو تبني التقنيات الذكية ومتابعة تطوراتها، وجود بيئة تقنية لدعم صناعة العمليات التنظيمية، أما التوصيات: التركيز على تطوير مهارات مستخدمين تلك التقنية، تنظيم دورات تدريب لشرح تقنية الذكاء الاصطناعي.

3- دراسة حيدة وكادي (٢٠٢٠) بعنوان استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين عملية اتخاذ القرار- دراسة حالة شركة إنتاج الكهرباء والغاز بأدرا.

هدفت الدراسة بيان تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومدى استخدامها والاهتمام بها في مؤسسة سونغلاز.

منهج الدراسة: المنهج الوصفي التحليلي والمنهج العملي المتمثل في الاستبانة.

نتائج الدراسة: استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي له أهمية في تطوير المؤسسة.

توصيات الدراسة: لابد على الشركة من تدريب موظفين الموارد البشرية، وكذلك استقطاب متخصصين بمجال نظم دعم القرار.

هيكلية الدراسة

الفصل الأول: أدبيات دراسة صناعة القرار الاستراتيجي في العلاقات العامة

المبحث الأول: الإطار النظري لصناعة القرار الاستراتيجي

المطلب الأول

أولاً: مفهوم وتعريف القرار الإستراتيجي

ثانياً: أهمية القرارات الاستراتيجية

ثالثاً: أهمية صناعة القرارات الاستراتيجية

رابعاً: أهداف صناعة القرارات الاستراتيجية

المطلب الثاني

¹² ساره عبد الله القرني. (2025). أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على اتخاذ القرارات – دراسة ميدانية كمية على الموظفين الإداريين في شركة أرامكو السعودية. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية. المجلد 10، العدد 4.

أولاً: خصائص القرار الاستراتيجي

ثانياً: العوامل المؤثرة في صناعة القرار

ثالثاً: حالات صنع القرار الاستراتيجي

رابعاً: مراحل صناعة القرار الاستراتيجي

المطلب الثالث

أولاً: مداخل صناعة القرارات الاستراتيجية

ثانياً: أبعاد القرارات الاستراتيجية

ثالثاً: مزايا القرارات الإستراتيجية

رابعاً: عيوب القرارات الإستراتيجية

المبحث الثاني: الإطار النظري للعلاقات العامة

المطلب الأول: مفهوم وتعريف العلاقات العامة

المطلب الثاني

أولاً: نشأة وتطور العلاقات العامة

ثانياً: أنواع العلاقات العامة

المطلب الثالث

أولاً: أهمية العلاقات العامة

ثانياً: أهداف العلاقات العامة

ثالثاً: خصائص العلاقات العامة

رابعاً: مهام العلاقات العامة

خامساً: وظائف العلاقات العامة

المطلب الرابع

أولاً: أسس العلاقات العامة

ثانياً: مبادئ العلاقات العامة المعاصرة

ثالثاً: عوامل الاهتمام بالعلاقات العامة

رابعاً: واجبات إدارة العلاقات العامة المعاصرة

الفصل الثاني: التقنيات الذكية وتطبيقاتها في صناعة القرار الاستراتيجي

المبحث الأول

المطلب الأول: الإطار النظري للتقنيات الذكية

أولاً: مفهوم وتعريف التقنيات الذكية

ثانياً: أهداف التقنية الذكية في صناعة القرار الاستراتيجي

ثالثاً: خصائص التقنية الذكية

رابعاً: متطلبات توظيف التقنية الذكية

خامساً: التحديات التنظيمية والأخلاقية لتوظيف الأنظمة الذكية

المطلب الثاني: التقنيات الذكية في صناعة القرارات الاستراتيجية في العلاقات العامة

أولاً: أنواع التقنيات الذكية في صناعة القرارات الاستراتيجية في العلاقات العامة

ثانياً: دور التقنية الذكية في صنع القرار

المبحث الثاني تطبيقات التقنيات الذكية وإثرها في صناعة القرارات الاستراتيجية

1. النظم الخبيرة
2. الوكيل الذكي
3. الشبكات العصبية
4. الخوارزمية الجينية.
5. اللغات الطبيعية (NLP)

الخاتمة

تمثل التقنيات الذكية ركيزة أساسية لمختلف مجالات الإدارة المؤسسية، فقد بات تحليل البيانات الضخمة يعتمد على تلك التقنية، كما أن تنبني التقنيات الذكية في المؤسسات أضحت ضرورة استراتيجية، لأجل تعزيز كفاءة صناعة القرارات الاستراتيجية، كما أنها تمنح صانع القرار الاستراتيجي (الإنسان) الوصول لمعلومات منهجية وعلمية تتصف بالدقة لمساعدته في صناعة القرار، في عالم يسوده التطور التكنولوجي والمنافسة، وأن التقنيات الذكية ليست مجرد تطبيق تقني، بل تحول تنظيمي وثقافي يتطلب تغيير في الفكر الإداري وممارساته.

وكما نعلم بأن صناعة القرار الاستراتيجي في المؤسسة يمثل عنصر جوهري لنجاح المؤسسة، وتحقيق أهدافها واستمراريتها.

النتائج النظرية

- تتميز التقنية الذكية بأهميتها في صناعة القرار الاستراتيجي.
- محاكاتها للذكاء الإنساني.
- التقنية الذكية تطوير صناعة القرار المؤسسي، وتزيد في الكفاءة والجودة
- التنبؤ بالمستقبل، وإمكانية التعلم الآلي.
- عدم التحيز

الاقتراحات والتوصيات

- يجب على المؤسسات إيجاد بنية تقنية، تدريب موظفيها على التقنية الذكية
- حماية برامج التقنية الذكية من الهجمات الإلكترونية

- توفر بنية تقنية في المؤسسة

- وجود كفاءات متخصصة.

المراجع

الكتب

1. الصحن، محمد فريد. (2009). العلاقات العامة المبادئ والتطبيق. دار الثقافة للنشر. الإسكندرية. ط1. ص20
2. خوالد، أبو بكر. (2019). تطبيقات الذكاء الاصطناعي كتوجه جديد لتعزيز تنافسية منظمات الأعمال. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، المانيا. ص17.
3. رايموند مكليود، جيورج شيل. (2006)، ترجمة: سرور علي إبراهيم. نظم المعلومات الإدارية. دار المريخ. الرياض. صص583-585.
4. كبان حنان- جلاب خديجة هداية. ماستر. جامعة ابن خلدون. 2022. أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على جودة اتخاذ القرار داخل مؤسسة اتصالات الجزائر تيارت. الجزائر.

مجلات

1. أحمد مفلح الشمري، سحر. (2025). تأثير التجول الرقمي في فاعلية القرارات الاستراتيجية. المجلة العربية أحمد، رجاء، والسيد، رمضان. (2017). أثر التفاعل بين نمط تقديم الوكيل الذكي ومستوى التحكم فيه داخل بيئات التعلم الافتراضية ثلاثية الأبعاد في تنمية مهارات التعلم المنظم ذاتيا والدافعية للإنجاز لدى طلاب تكنولوجيا التعليم. تكنولوجيا التربية: دراسات وبحوث. عدد (33). مجلد (1). ص97.
2. للنشر العلمي. الإصدار الثامن- العدد الثامن والسبعون، تاريخ نيسان 2025م
3. جباري، لطيفة. (2017). دور نماذج الذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرار- بحث منشور في مجلة العلوم الانسانية المركز الجامعي تنوف. الجزائر. العدد (1). ص 128
4. سارة بن ثنيان بن محمد آل سعود، "التطبيقات التربوية للذكاء الاصطناعي في الدراسات الإجتماعية"، مجلة سلوك، جامعة عبد الحميد بن باديس، المجلد 07. العدد 05، مستغانم، الجزائر، ديسمبر 2017. صص: 147 - 148.
5. ساره عبد الله القرني. (2025). أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على اتخاذ القرارات - دراسة ميدانية كمية على الموظفين الإداريين في شركة أرامكو السعودية. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية. المجلد 10، العدد 4.
6. عاصم العبيدي، رأفت. (2015). دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق الإنتاج الأخضر، دراسة استطلاعية في عينة من الشركات الصناعية العاملة، مجلة جامعة كركوك للعلوم الاقتصادية، جامعة كركوك. 2015. ص 89
7. كرامة الله مخدوم، هند. (2020). "مهارات وآليات صناعة القرارات الإستراتيجية". المدينة المنورة. جامعة طيبة. مجلة الدراسات التجارية المعاصرة. المجلد (9)، العدد (09). صص 101-130.
8. عامر، أحمد محمد عبد اللطيف، وفريد، شريف طاهر محمد. (2021). العلاقة بين ابعاد الذكاء الاصطناعي واتخاذ القرارات الاستراتيجية في ضوء الخبرة الدولية لمتخذ القرار كمتغير معزل دراسة تطبيقية على شركات التأمين في مصر. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية. المجلد 12، العدد 4 (2021).

Research Proposal

Effectiveness of Smart Technologies and Strategic Decision-Making in Public Relations

Researcher: Hala Mohammed Rajeh.
Student ID: 261000126

introduction

The immense development witnessed in our contemporary world across various social and economic fields is inextricably linked to the technological progress known as the "technological revolution." This revolution—specifically through artificial intelligence—has spawned technologies capable of simulating human intelligence. Known as "smart technologies" or "smart systems," these innovations are characterized by speed, self-evolution, and the ability to analyze vast amounts of data to derive conclusions and generate predictions.

This prompted organizations to adopt this smart technology—capable of understanding and analyzing market processes, including both internal and external environments—into their operations and activities, particularly for strategic decision-making, given the critical importance of such decisions in achieving organizational goals and ensuring operational continuity.

Therefore, this study seeks to highlight the impact of smart technologies on strategic decision-making in public relations, and to answer the following questions:

Problem:

main question

How can smart technologies contribute to strategic decision-making, and what are the challenges?

Sub-questions:

How do smart technologies contribute to strategic decision-making within organizations?

What technical, organizational, and ethical challenges will organizations face when adopting smart technologies?

How can organizations address these challenges?

Importance study

1. Enriching the Arabic library with the concept of the role of smart technologies in strategic decision-making within public relations.
2. Highlighting the impact of smart technologies on the formulation and enhancement of strategic decisions within organizations; these technologies are highly efficient at analyzing vast amounts of data rapidly and objectively, thereby ensuring that strategic decisions are sound, capable of addressing challenges, and aligned with the company's current and future objectives.

Study Objectives

1. To understand and evaluate the impact of smart technology applications on improving the quality of strategic decision-making.
2. To identify the smart technology tools used in strategic decision-making within organizations.
3. To outline the organizational and ethical challenges organizations face when utilizing these technologies.
4. To identify proposed mechanisms and strategies that enable organizations to overcome these challenges.

Methodology

1. Descriptive method: Used to examine and review previous studies similar to my own, as well as books and reference materials.
2. Analytical Approach: A questionnaire will be designed to assess the role of smart technologies in strategic decision-making within public relations. The questionnaire will be submitted to the study supervisor for any necessary revisions, distributed electronically, and subsequently analyzed to derive findings and recommendations.

Study Terms

Strategic decision-making is an organizational and managerial activity grounded in experience and knowledge; it involves selecting from available alternatives, contingent upon a conscious awareness of decision's significance and consequences, as well as an evaluation of those outcomes.

Smart technologies are a strategy that organizations and individuals can use to enhance their performance.

Expert systems are knowledge-based systems designed to simulate human intelligence.

An intelligent agent is a digital representation of a virtual entity tasked with helping to achieve specific goals and operating autonomously.

Artificial neural networks are data processing systems that mimic the human nervous system and consist of multiple layers.

Genetic algorithms are computer programs designed to analyze problems related to evolutionary systems, dealing with various influential alternatives.

Natural Language Processing (NLP): Software that provides the linguistic characterization required by the computer.

Limitations of study

Thematic Scope: The study is limited to examining the role of smart technologies in strategic decision-making within public relations.

Previous Studies

1. first study is titled "The Impact of Digital Wandering on the Effectiveness of Strategic Decisions."

The study aimed to examine the impact of digital transformation on the effectiveness of strategic decisions within the banking sector in the Kingdom of Saudi Arabia. It concluded that the dimension of artificial intelligence technologies and applications has a statistically significant impact on the strategic decision-making process.

Recommendations: Advanced protection systems must be implemented to fend off cyberattacks and safeguard financial and accounting information, thereby ensuring the reliability and accuracy of the data used for decision-making.

2. Kabban and Jallab Study (2022)_

Titled "The Impact of Using Artificial Intelligence on the Quality of Decision-Making within Algérie Télécom – Tiaret."

study aimed to examine the impact of using artificial intelligence techniques on improving the quality of decision-making.

Results: The use of artificial intelligence technologies has a significant impact on improving the decision-making process and enhancing organizational services; furthermore, artificial intelligence enables decision-makers to select the best alternative.

Recommendations: It is essential to raise employee awareness regarding artificial intelligence technologies and their importance, and to leverage the applications of these technologies.

3. Study, Ahmed Mohamed Abdel-Latif, Amer. 2021.

Study Title: The Relationship Between Artificial Intelligence Dimensions and Strategic Decision-Making, with the Decision-Maker's International Experience as a Moderating Variable: An Applied Study on Insurance Companies in Egypt. Study Objective: To identify the relationship between strategic intelligence dimensions and rational decision-making, while examining the impact of the decision-maker's international experience as a moderating variable. Key Findings: A statistically significant positive relationship exists between strategic intelligence dimensions and rational decisions. Study Recommendations: Fostering strategic intelligence behaviors among senior management personnel.

Chapter One: Literature on Strategic Decision-Making in Public Relations

Section One: The Theoretical Framework of Strategic Decision-Making

First Requirement

First: The Concept and Definition of a Strategic Decision

Second: The importance of strategic decisions

Third: The importance of strategic decision-making

Fourth: Objectives of Strategic Decision-Making

Second Requirement

First: Characteristics of Strategic Decisions

Second: Factors Influencing Decision-Making

Third: Situations of Strategic Decision-Making

Fourth: Stages of Strategic Decision-Making

Section Three

First: Approaches to Strategic Decision-Making

Second: Dimensions of Strategic Decisions

Third: Advantages of Strategic Decisions

Fourth: Disadvantages of Strategic Decisions

Section Two: The Theoretical Framework of Public Relations

Subsection One: The Concept and Definition of Public Relations

Subsection Two

First: The Origins and Evolution of Public Relations

Second: Types of Public Relations

The Third Requirement

First: The Importance of Public Relations

Second: The Objectives of Public Relations

Third: The Characteristics of Public Relations

Fourth: The Tasks of Public Relations

Fifth: The Functions of Public Relations

Fourth Requirement

First: Foundations of Public Relations

Second: Principles of Contemporary Public Relations

Third: Factors Driving Interest in Public Relations

Fourth: Duties of Contemporary Public Relations Management

Chapter Two: Smart Technologies and Their Applications in Strategic Decision-Making

Section One

Section One: The Theoretical Framework of Smart Technologies

First: Concept and definition of smart technologies

Second: Objectives of smart technology in strategic decision-making

Third: Characteristics of smart technology

Fourth: Requirements for implementing smart technology

Fifth: Organizational and ethical challenges of implementing smart systems

Second Section: Smart Technologies in Strategic Decision-Making in Public Relations

First: Types of smart technologies in strategic decision-making within public relations

Second: The role of smart technology in decision-making

Section Two: Applications of Smart Technologies and Their Impact on Strategic Decision-Making

4. Expert Systems

5. Intelligent Agent

6. Neural Networks

7. Genetic Algorithm

8. Natural Language Processing (NLP)

Conclusion

Smart technologies constitute a fundamental pillar of various areas of organizational management; big data analysis now relies on them, and their adoption has become a strategic necessity for enhancing the efficiency of strategic decision-making. In a world defined by technological advancement and competition, these technologies provide strategic decision-makers with access to accurate, systematic, and scientifically grounded information to aid the decision-making process. Ultimately, smart technologies represent not merely a technical application but an organizational and cultural transformation that requires a shift in managerial mindset and practices.

As we know, strategic decision-making within an organization is a fundamental element of its success, the achievement of its goals, and its continuity.

Theoretical results

Smart technology is distinguished by its importance in strategic decision-making.

It simulates human intelligence.

Smart technology advances organizational decision-making, enhancing both efficiency and quality.

It enables future forecasting and machine learning capabilities.

It is free from bias.

Suggestions and Recommendations

Organizations must establish a technical infrastructure and train their employees in smart technology.
Protecting smart technology software from cyberattacks
Provides a technical infrastructure within the organization.
Availability of specialized expertise.