



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ  
السَّلَامُ عَلَیْكُمْ وَرَحْمَةُ اللّٰهِ وَبَرَكَاتُهُ



المحاضرة الرابعة عشر من مقرر العلاقات العامة

بِعنوان  
مراجعة عامة  
إعداد  
دا أسماء عمران



أهداف

المحاضرة

مراجعته عامة  
عن كل ما سبق  
دراسته في  
المقرر

# عناصر المحاضرة :-

- 1- مراجعه عامة على المفاهيم بمقرر العلاقات العامة .
- 2- مراجعه عامة على الجماهير الخاصة بالمنظمة .
- 3- مراجعه على نظريات العلاقات العامة .
- 4- نظام المعلومات والعلاقات العامة .

# مفاهيم في مقرر العلاقات العامة :-

**اولاً: مفهوم العلاقات العامة :**

يمكننا تصور مفهوم العلاقات العامة public relations من واقع التعريفات الكثيرة التي ذكرها الباحثون المتخصصون في مجال العلاقات العامة ( باحثون - جهات - منظمات معنية )

**معهد العلاقات العامة البريطاني** يعرفها : الجهود الادارية المخططة والمستمرة التي تهدف الي تعزيز التفاهم المتبادل بين المنشأة وجمهورها  
**جمعية العلاقات العامة الامريكية** : بانها نشاط ( صناعة - هيئة - مهن - حكومة )

في انشاء وتعزيز علاقات جيدة بينها وبين جمهورها العملاء والموظفين والمساهمين والجمهور العام  
ومن هنا نوكد علي ان العلاقات العامة لا تقتصر علي علاقات المنظمة مع جماهيرها الخارجية بل تمتد لتشمل جماهيرها الداخلية .

## ثانياً : مفهوم التسويق

- تعريف التسويق : هو مجموعة من الأنشطة والأعمال المتكاملة تهدف إلى توفير السلعة أو الخدمة للعميل بالكميات والمواصفات المطلوبة وفي الزمان والمكان المناسب وبأقل تكلفة ممكنة.

## ثالثاً : الدعاية

- الدعاية هي محاولة لتعريف الرأي العام برأي معين أو فكرة محددة لأجل خدمة مصالح ذاتية، حيث تحاول فئة معينة السيطرة على عقول الجماهير أو جعلها تسلك مسلكاً معيناً بخدم أهداف الجهة القائمة بالدعاية.
- هي تلك الجهود المقصودة للتأثير في التغير بفكرة أو رأي أو كسب تأييده لقضية أو شخص أو منظمة أو تغيير الآراء والاتجاهات السائدة نحو قضية معينة.

## رابعاً : الاعلام

الإعلام: هو نشاط الاتصالي الهادف إلى تزويد الجمهور بالحقائق فقط عن الأمور والقضايا المعلنة وبدون أي زيادة أو مبالغة مما يساهم في نهاية بخلق رأي عام واعي محيط بجميع الأبعاد والزوايا.

والأعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصادقة التي تساعد على تكوين آراء صائبة ورشيذة إزاء مشكلة أو قضية معينة أي ان الهدف النهائي لأعلام هو مساعدة الناس على تكوين آراء صائبة ورشيذة.

الأعلام أحد وظائف الأساسية للعلاقات العامة .  
وهو جزء من أنشطة العلاقات العامة .





## أهمية العلاقة مع الجماهير :

### كلمة الجمهور في مجال العلاقات العامة تعني :

مجموعة من الافراد تجمعهم مصلحة مشتركة أو يولف بينهم اهتمام مشترك .  
من هنالك عدة جماهير من وجهة نظر المنشأة و ليس جمهوراً واحداً .  
و يبين الشكل التالي في الشريحة التالية جماهير المنشأة التي يمكن أن تتعامل معها و هي مذكورة على سبيل المثال و ليس الحصر .



# النقابات العمالية

- لقد انشأت النقابات وازدادت اعداد منسوبيها ثم استطاعت ان تأخذ الاعتراف الرسمي بها من قبل الحكومات و كذلك من قبل رجال الاعمال .
- و النقابات ترمي إلى رعاية مصالح اعضائها و الدفاع عن حقوقهم من حيث مستوى الاجور و ساعات العمل و ظروف العمل الأخرى .

# المسئولية الاجتماعية :-

- (( المسئولية الاجتماعية )) :(((
- والتي تعتبر من اهم مداخل العلاقات العامة الجيدة مع المجتمع وموضوع المسئولية الاجتماعية يعتبر من المواضيع الحساسة والمهمة جداً في علاقة المنشأة بالمجتمع .
- وهناك عدة تعريفات للمسئولية الاجتماعية ، لكنها بالمعنى العام تعني ان منشأة خاصة تقع عليها مسؤوليات تجاه المجتمع الذي تعيش فيه .

# الموظف العام الجيد :

- فالموظف العام الجيد هو الذي يؤدي واجباته الوظيفية بشكل دقيق وسريع ويتعامل مع المواطن باعتباره خادما له وليس سيّدا له ويعتبر وظيفته تكليفا وليس تشريفا وينبغي علي الموظف ان يلتزم بالأخلاق الحميدة كالصدق والأمانة والمساواة في المعاملة.

# الإدارة العامة :-

- الإدارة العامة : هي تلك الأنشطة الإدارية التي يؤديها موظفو الدولة فيما يتعلق بالإنتاج الحكومي من السلع والخدمات بهدف تحقيق المصلحة العامة .

## البيروقراطية :-

- البيروقراطية هي الانتظار في طوابير طويلة وتحويل المراجع الى من مكتب الى اخر وبالتالي فان المنظمات التي لديها ميل قوي للبيروقراطية اصبحت جامدة وغير مرنة وتتصف بعد تجاوبها مع متطلبات البيئة وتأثيرها .
- والبيروقراطية بالإضافة الى انها تساهم في تعطيل مصالح الجمهور فإنها لاشك تقف عائقاً امام تطوير الموظف نفسه وتحد من قدراته على الابداع والابتكار .

## الموظف العام :-

- الموظف العام ينبغي ان يكون ملما بأهداف الدائرة الحكومية التي يعمل بها ومقتنعا برسالتها وفلسفتها ، حيث يساهم ذلك في رفع مستوي اداء الموظف العام وزيادة درجة انتمائه واخلاصه لدائرته مما يؤثر على في اعطاء الانطباع الجيد والصورة الذهنية المشرقة لدى المواطنين عن الدائرة وسياستها وادارتها والموظفين العامين فيها .

# الجمهور الخارجي المحلي :-

- الجمهور الخارجي المحلي : ويتمثل في الجمهور الذي يكون موقعه في داخل الدولة كالمراجعين ، وسائل الاعلام وهنا يجب التأكيد على ان التعامل مع هذه الجماهير يعتمد ايضاً على الصدق وابرار الحقائق لان ذلك هو الطريق الافضل لكسب ثقتهم وبقاء العلاقات الجيدة معهم .



# الجمهور الخارجي الدولي:-

- الجمهور الخارجي الدولي : ويتمثل في الجمهور الذي موقعه خارج الدولة مثل المنظمات الدولية التي لها علاقة مباشرة مع الدوائر الحكومية كاليونيسيف ، اليونسكو وجامعة الدول العربية .

# التخطيط :-

- يعتبر التخطيط احد الوظائف الرئيسية لمدير العلاقات العامة والذي يقوم بموجبه بتحديد الطريق الذي يجب ان يلتزم به موظفو العلاقات العامة خلال الفترة التي تغطيها عملية التخطيط لتحقيق الاهداف الموضوعه .
- دافيد و بون boon and david يعرف التخطيط بانه : العملية التي يحدد من خلالها المدراء اهدافهم ، ويتنبأوا بالمستقبل ويرسموا الطريق لتحقيق هذه الاهداف
- اما جون وزملائه فيرون ان التخطيط : يتضمن كافة الانشطة التي تؤدي الي تحديد الاهداف والي اقرار الطريق المناسب لتحقيق هذه الاهداف .

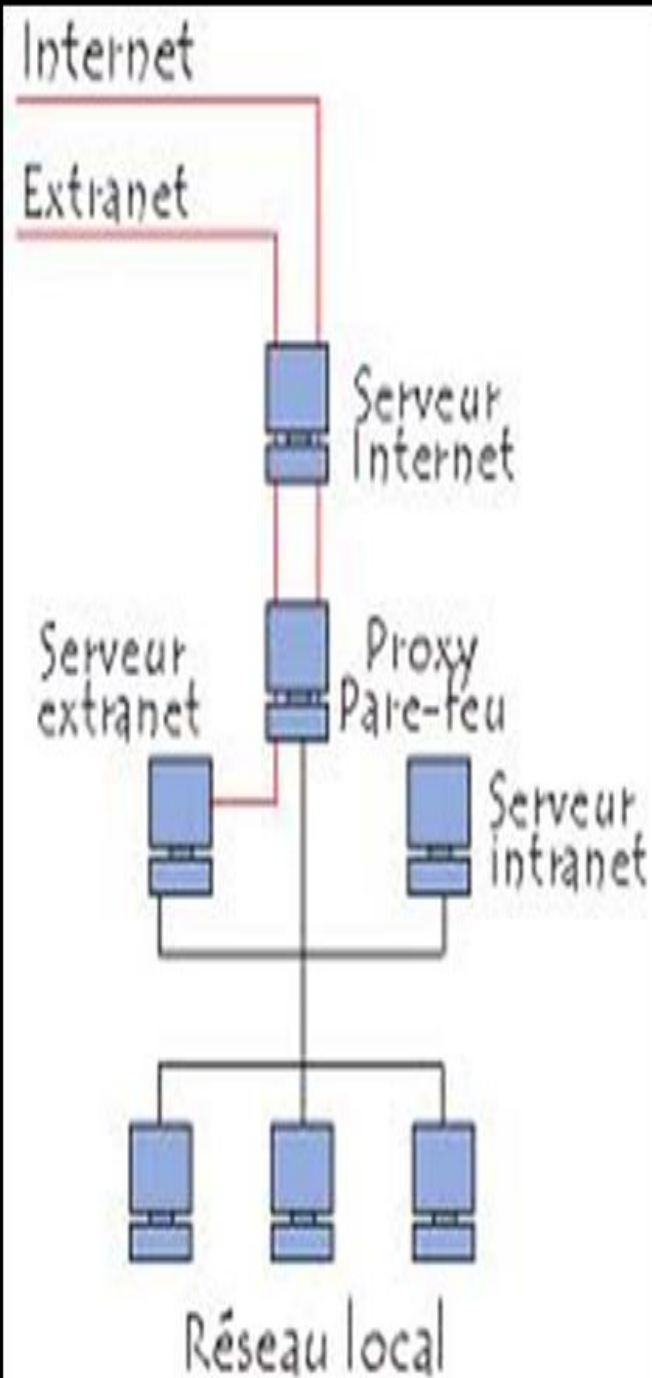
# الانترنت:-

- الانترنت بكل بساطة هو : عبارة عن عدد كبير من أجهزة الحاسوب المتصلة مع بعضها بهدف تبادل المعلومات وإجراء الاتصالات .
- ان هذا العصر يلقب بانه عصر الانترنت وذلك بسبب الطاقات الهائلة التي تملكها الشبكة العالمية علي نقل المعلومات والتفاعل معها .

## الانترانت:

هي شبكة داخلية مثلا ضمن شركة أو مؤسسة، هدفها الرئيسي هو مشاركة معلومات وموارد الشركة بين الموظفين. غالباً ما يكون نظام البريد الالكتروني الداخلي جزءاً من الانترانت. الذين يستطيعون الوصول الى الانترانت هم فقط الأشخاص الأعضاء بنفس الشركة أو المؤسسة.





## الاكسترانت:

هي مشابهة للانترانت، لكنها تتيح مشاركة جزء من معلومات الشركة أو المؤسسة مع وكالات خارجية كالموردين أو الشركاء أو الزبائن أو الشركات الأخرى. يمكن اعتبارها كإمتداد للانترانت الشركة إلى مستخدمين خارجيين. يمكن إعطاء الجهات الخارجية مستويات وصول مختلفة.

تتزايد شعبية الاكسترانت كوسيلة لتبادل الشركاء معلومات فيما بينهم. انها تتيح للشركات مشاركة كتالوجات المنتجات مع آخرين يعملون في نفس المجال، والتعاون مع شركات أخرى على مشاريع مشتركة وبرامج تدريب، والوصول إلى خدمات تقدمها شركة واحدة لمجموعة من الشركات الأخرى.

بعض المجالات التي يمكن أن تستخدم فيها الإكسترانت لتحسين العمل مثل:

- تسهيل عمليات الشراء في الشركات
- متابعة الفواتير
- خدمات التوظيف
- تواصل شبكات توزيع البضائع

# الصحف:-

## • الصحف NEWS PAPERS

- الصحف تلعب دوراً هاماً في تكوين الراي العام ، حتى ام البعض لقب الصحافة بالسلطة الرابعة أي انها تأتي بعد السلطات الثلاثة ( التشريعية والقانونية والتنفيذية ) وذلك دلالة على اهميتها في حياة الناس وعلى قدرتها على التأثير في الراي العام .

# المؤتمرات الصحفية PRESS CONFERENCES

- يمكن استخدام الصحف لأغراض العلاقات العامة فعندما يكون هناك اخبار لدى المنشأة تود عرضها على الراي العام ، فإنها تقوم بالاتصال بالصحافة لدعوتها لحضور المؤتمر الصحفي .
- هذا ويجب التخطيط جيداً للمؤتمر الصحفي لان المؤتمرات غير المخطط لها يمكن ان تسيء الى سمعة الشركة وصورتها امام الصحافة .

# الراديو radio

- يعتبر الراديو وسيلة من وسائل الاتصال المسموعة ، ولا يكاد يخلو بيت من وجود راديو فيه وقد كان الراديو منذ فترة ليست بعيدة هو الوسيلة الاكثر استعمالاً من بين وسائل الاتصال ، الا انه بعد اختراع التلفزيون اصبح الراديو اقل استعمالا عن ذي قبل .



## التلفزيون :-

- يعتبر التلفزيون من وسائل الاتصال السمعية والمرئية في نفس الوقت حيث انه يجمع بين الصوت والصورة المتحركة وبالتالي فهو اكثر تأثيرا في النفس البشرية من وسائل اخرى كالصحف والمجلات وغيرها .
- ويعتبر التلفزيون من المصادر الهامة والموثوق بها للأخبار وللإستمتاع بالبرامج الثقافية والاجتماعية والسياسية والرياضية .
- والواقع ان الكاميرا تصور الاوضاع الحقيقية كما هي دون مبالغة او تضخيم .

## المعارض:-

- تعتبر المعارض وسيلة اتصال هامة بالجمهور حيث تقوم الشركات بعرض منتجاتها او نماذج لخدماتها معززه برسوم بيانية واشكال واحصائيات ووسائل ايضاح وكذلك يمكن تدعيم اسم الشركة وتحسين صورتها امام الجمهور عن طريق عرض وتفسير سياسة المنظمة وانجازاتها واهدافها .
- وقد تقوم الشركة بتخصيص مساحة معينة داخل مكاتبها او مواقعها لاستخدامها كعرض دائم او مؤقت لها وذلك لعرض منتجاتها الجديدة التي تقدمها او لتمكن الزوار من مشاهدة تطورات عملياتها وتقدم انشطتها من خلال الصور والرسوم البيانية والاحصائيات .

# لوحة الاعلانات الداخلية :

- وهذه الوسيلة من وسائل الاتصال المقروءة والموجهة الى الجمهور الداخلي للشركة وتوضع عادة في مكان بارز في الشركة أي بالقرب من الاستقبال او في الممرات التي تكثر عليها حركة الموظفين .
- وقد تكون لوحة الاعلانات على شكل مستطيل او مربع او دائرة ويركب عليها اطار زجاجي لعدم التلاعب بمحتوياتها وتشمل عادة الموضوعات التي تتناول شرح لقوانين الشركة او تعليماتها ، اعلانات النقابة ، اخبار الموظفين من توظيفات جديدة او ترقيات وتنقلات .
- ودائماً تكون دائرة العلاقات العامة هي المسؤولة عن فتح واغلاق لوحة الاعلانات وكذلك عن أي اوراق جديدة تضاف اليها او أي اوراق تلغى منها .

## المنظمات :-

- وتعد المنظمات نتاج مجتمعي بمعنى انها نتاج اصلا هو استجابته لحاجة او تحقيق هدف معين في المجتمع وبالتالي نشاطها جزء من قطاع يضم قطاعات اخري من نوعية خاصة تعمل في نشاطات مرتبطة وهذا القطاع بدوره جزء من المجتمع الكلي .
- تحدد المنظمات الاجتماعية : بانها مؤسسات انشأت خصيصا لاشباع حاجات معينة والمساهمة في احداث التغير المقصود لصالح المجتمعات
- وحدات اجتماعية او تجمعات انسانية مكونة لتحقيق اهداف ادارية علي نطاق واسع من خلال ترابط واتصال افراد كثيرين بطريقة تسلسلية انتظامية .

# ادارة المنظمات الاجتماعية :-

- يقصد بإدارة المنظمات الاجتماعية بأنها ( طريقة وعملية يتم بها تحويل اهداف المؤسسة الي حقائق ملموسة عن طريق اقامة بناء تنظيمي وباستخدام عمليات تيسر اداء العمل في تناسق وكذا توطيد الجهود للسير نحو تحقيق الهدف المنشود .
- وهي تعرف بأنها عملية تامين وتحويل الموارد المجتمعية ( البشرية - المادية ) في برامجها المختلفة مع ضمان المشاركة النشطة بين كل من المجلس المسئول عن رسم السياسة في المنظمة والمدير المنفذ والموظفين الفنيين والجماهير او عملاء المنظمة وذلك بدرجات متفاوتة .

## ادارة الاستعلامات :

- هي حلقة الاتصال بين وزارة التربية والتعليم وسائر الوزارات والمصالح والمؤسسات ذات الصلة بشئون التربية والتعليم ، فتبادلها الراي بكل ما يتعلق بهذه الشئون ، وهي التي تزود الهيئات التعليمية والثقافية الاجنبية في الجمهورية .

# نظام معلومات العلاقات العامة :-

- يعتبر نظام معلومات العلاقات العامة اح الانظمة الوظيفية الفرعية داخل المنظمة حيث يهدف الى تجميع البيانات ومعالجتها وتوفيرها لمديري وموظفي العلاقات العامة لأجل
  - الاستفادة منها في تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة وظائف ونشاطات العلاقات العامة
- ومما يجدر الاشارة اليه ان نظام معلومات العلاقات العامة لا يعمل بشكل منعزل عن الانظمة الوظيفية الفرعية الاخرى
- فهو يعتبر مكملا لها ومتفاعلا معها فمخرجات نظم المعلومات في التسويق والافراد والمالية والانتاج مثلا تعتبر مدخلات لنظام معلومات العلاقات العامة والعكس صحيح فمخرجات نظام معلومات العلاقات العامة تعتبر مدخلات لنظم معلومات التسويق والافراد والمالية والانتاج

## الرأي العام :-

- الرأي العام ظاهرة اجتماعية يتشكل به السلوك الجماعي فيتحدد في اطاره الضوابط والتنظيمات الاجتماعية .
- ويعتبر الرأي العام هو ثمرة تفاعل الافكار في احد المواقف التي تمر بها جماعه من الجماعات .
- ويمكننا ان نقول ان الرأي العام هو نتيجة لاتفاق غالبية المجتمع حول موضوع معين او مشكلة معينه ، فالرأي العام لا يمثل اجماعا تاما بل يعتمد في كثير من المظاهر على الاغلبية من افراد المجتمع .

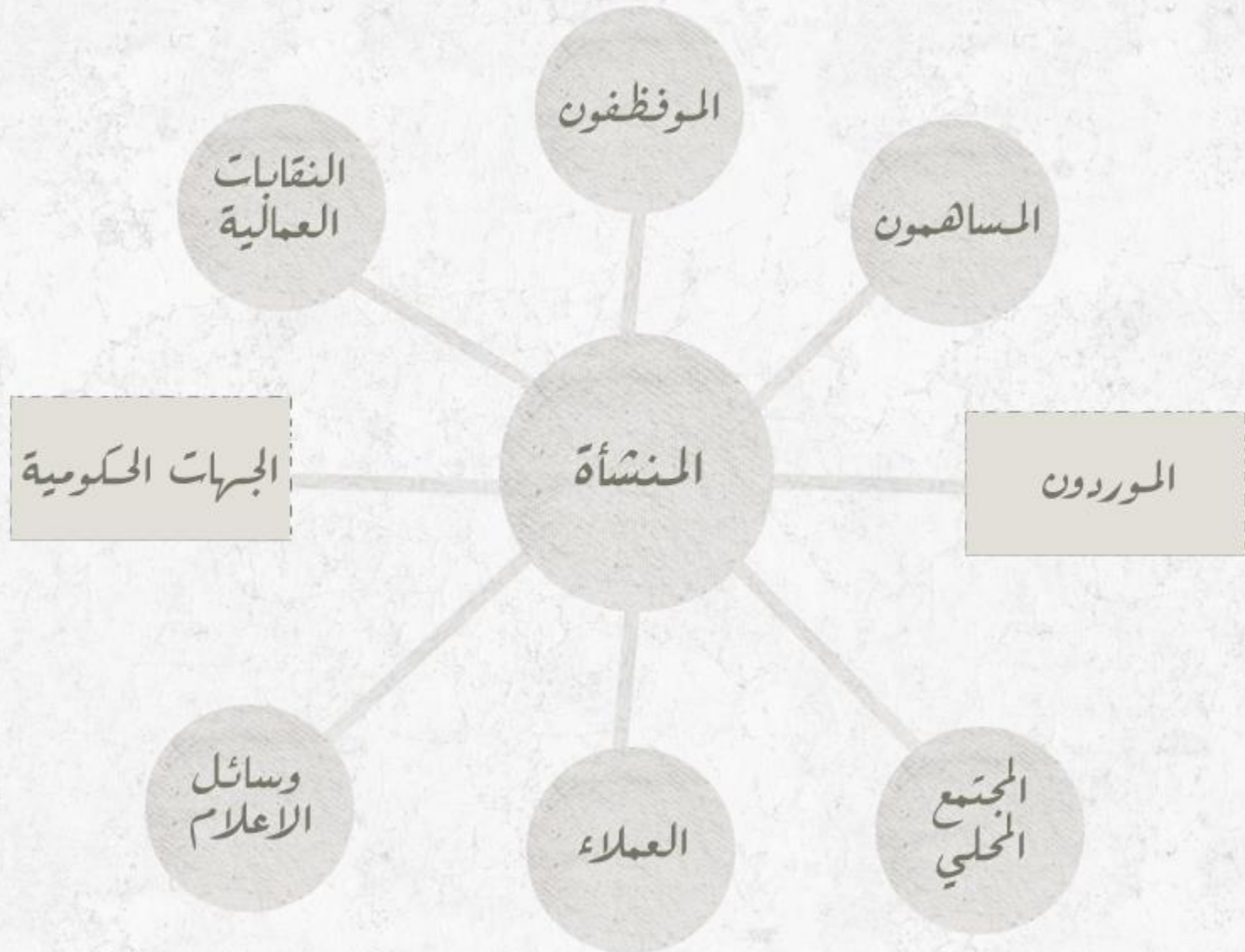


# تابع

- هو المادة الخام التي يقوم باحث العلاقات العامة بدراستها بغية تحليلها ومحاولة التأثير فيها .
- والراي العام بالنسبة لخبير العلاقات العامة هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة .
- ولقد زادت اهمية الراي العام في المجتمع الدولي المعاصر نتيجة لظروفه الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وتقدم العلم والمعرفة .
- يعرف الراي العام : مجموعة آراء جمهور معين او هو الجماعة التي يشترك اعضاؤها في بعض الاهتمامات او الآراء العامة .

الجماهير الخاصة بالمنظمة

## المنشأة و جماهيرها :



# العلاقات مع الجماهير الداخليه :

## أولا - العلاقات مع الموظفين :

الإنسان هو الوحدة الأساسية التي تتكون منها المنشأة وهو ليس مجرد آلة تعمل و تنتج ثم تتوقف عن الانتاج وفق اهواء و امزجة اصحاب العمل .

لقد كان العامل قبل الثروة الصناعية يعيش في ظروف عمل سيئة حيث كان يعمل ساعات طويلة تصل في بعض الاحيان إلى أكثر 14 ساعة في اليوم تحت الاوامر المزاجية لصاحب العمل ، و كانت النساء تعمل ساعات طويلة حتى أثناء العمل .

و كان الاطفال يعملون في المصانع مقابل اجور زهيدة و هكذا لم يكن في تلك الفترة أي حقوق للعامل . أما في بداية هذا القرن فقد تغيرت النظرة إلى العامل الانساني و أصبح هنالك اهتمام كبير لإرضائه و إيجاد علاقة جيدة معه و كانت بداية هذا التحول في النظرة إلى العامل ظهور حركة العلاقات الانسانية في العشرينات من هذا القرن و التي كانت اللبنة الأولى لظهور نظرية العلاقات الانسانية .





أهم العوامل التي ساهمت في تغيير النظرة إلى العامل :

1- ظهور القوانين المنظمة لأمر العمل و التي نظمت العلاقة بين صاحب العمل و العمال و حددت واجبات العامل و حقوقه مثل الاجازات و تحديد ساعات العمل و تحديد الحد الأدنى للأجور .

2- بروز النقابات العمالية و التي أصبحت قوة لا يستهان بها للدفاع عن حقوق العمال و ممارسة الضغوط على اصحاب العمل لتحصيل هذه الحقوق .

3- ازدياد وعي العامل بحقوقه و واجباته ، فلا شك أن وعي العامل في التسعينات من هذا القرن يختلف عن وعيه في الخمسينات ، وقد أصبح العامل الآن يطالب بحقوقه بشكل أكثر إصراراً لأنه أصبح أكثر وعياً بها .

4- ظهور النظريات و الأبحاث و الدراسات التي ساهمت إلى حد كبير في تعزيز النظرة إلى العامل بالإضافة إلى ظهور العلوم الادارية كالعلاقات العامة و إدارة الموارد البشرية كعلوم منفصلة عن العلوم الأخرى .

## - اتصال العلاقات العامة بالموظفين :

○ تجري اتصالات العلاقات العامة بالموظفين لتحقيق عدة أهداف أهمها :-

- 1- شرح سياسات و إجراءاتها و تفسير القوانين و اللوائح الجديدة المتعلقة بسير العمل .
- 2- اقناع العمال بأن مصلحة الإدارة و مصلحتهم واحدة و غير متعارضة بتالي فتعاونهم مع الإدارة سوف يؤدي الى زيادة ارباح الشركة من ثم زيادة الحوافز و المكافآت اليهم .
- 3- رفع الروح المعنوية للموظفين مما يؤدي الى تقليل معدلات التغيب عن العمل و الى زيادة انتاجية الموظف و انتماؤه للشركة .
- 4- محاولة اجتذاب الموظفين المؤهلين و المدربين جيدا للعمل في الشركة .
- 5- خلق روح الاعتزاز لدى الموظف بشركته .
- 6- الاعتراف بإنجازات الموظفين و مساهماتهم في مجال العمل مما يساعد على اشباع حاجات الموظف.
- 7- تشجيع الموظف على التعبير عن آرائه و اتجاهاته و ذلك بتطبيق نظام الاتصالات ذا الاتجاهيين .



- **ثانيا : العلاقات مع النقابات العمالية :**  
- اتصال العلاقات العامة بالنقابات :

لقد انشأت النقابات و ازدادت اعداد منسبيها ثم استطاعت ان تأخذ الاعتراف الرسمي بها من قبل الحكومات و كذلك من قبل رجال الاعمال .  
و النقابات ترمي إلى رعاية مصالح اعضائها و الدفاع عن حقوقهم من حيث مستوى الاجور و ساعات العمل و ظروف العمل الأخرى .

و تجري اتصالات العلاقات العامة بالنقابات العمالية لتحقيق عدة أهداف :

- 1- معرفه سياسه النقابة تجاه الشركة و نواياها لحل النزعات القائمة .
- 2- المحافظة على علاقات جيدة مع اعضاء النقابة .
- 3- شرح سياسات الشركة و تفسير القوانين الجديدة .
- 4- اقناع النقابة بان مصلحة الشركة و مصلحة الاعضاء النقابة مشتركة و متعارضة .
- 5- العمل على اتصال المستمر بالنقابة و ليس فقط الاتصال فقط وقت النزاعات .
- 6- كسب ثقة النقابة عن طريق تطبيق عادل للقوانين الموضوعه .
- 7- تزويد النقابات بكل ما يهمها من معلومات و بيانات و إحصائية القوى العاملة لديها .

## ثالثا : العلاقات مع المساهمين :

يقسم راس مال الشركة المساهمة العامة الى اسهم أي اجزاء متساوية في القيمة و الحقوق و الواجبات و التي يتم التعامل بها ( أي شراء وبيع ) من خلال السوق المالي و يتولى إدارة الشركة المساهمة مجلس ادارة يتم انتخابه من قبل الهيئة العامة للمساهمين .

### - و تجري اتصالات العلاقات العامة بالمساهمين لتحقيق عدة اهداف منها :

- 1/ ايجاد التفاهم بين المساهمين و ادارة الشركة .
- 2/ خلق الاهتمام لدى المساهمين بالشركة .
- 3/ الترويج لمنتجات الشركة لدى المساهمين و بيع هذه المنتجات اليهم فهم اولى الناس بشرائها .
- 4/ كسب تأييد المساهمين لا ادارة الشركة و ذلك لأجل اعادة انتخاب مجلس الادارة لما لذلك تأثير على استمرارية السياسات و البرامج .
- 5/ ايجاد الثقة المتبادلة بين المساهمين و ادارة الشركة و ذلك لتشجيع المساهمين على الاحتفاظ بما لديهم من اسهم في الشركة .
- 6/ تحسين صورة الشركة امام المساهمين الحاليين و ذلك لضمان اكتتابهم في اسهم الشركة عن قرار زيادة راس المال .
- 7/ تحسين صورة الشركة امام المساهمين المتوقعين لضمان شراءهم لأسهم الشركة مستقبلاً .

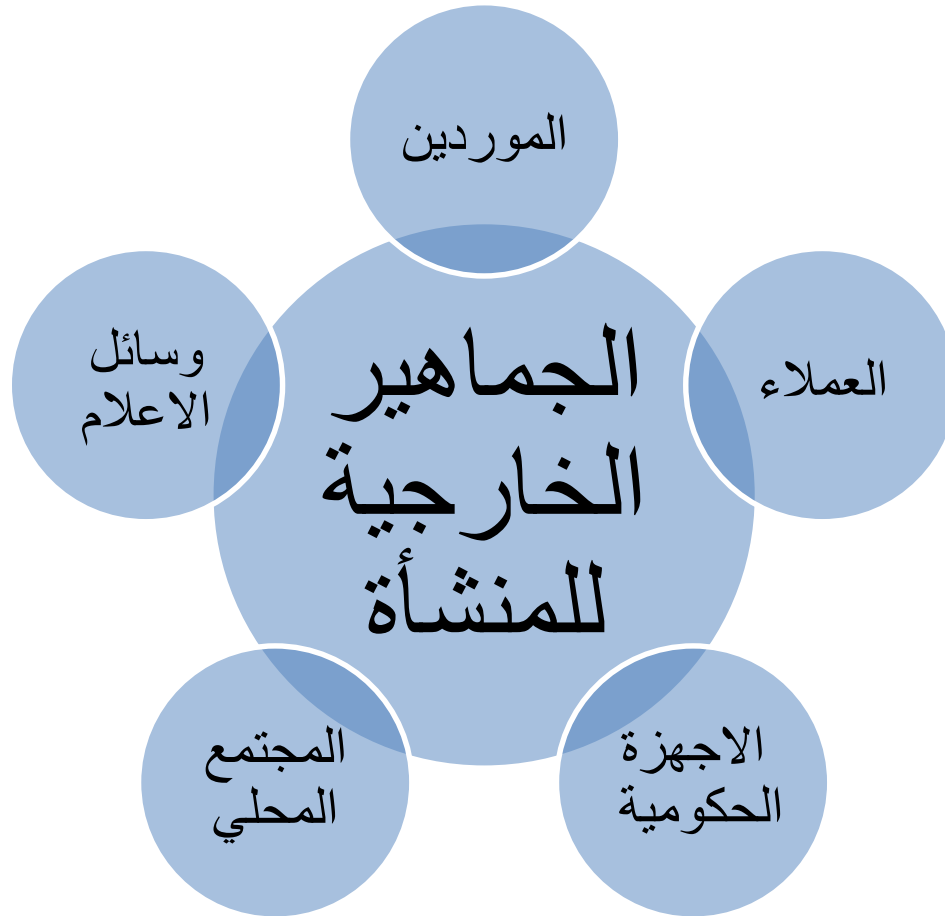


ثانياً :

العلاقات مع المساهمين



# العلاقات العامة مع الجماهير الخارجية :



# 1- العلاقات العامة مع العملاء :-

- يتوقف نجاح الشركة او فشلها علي طبيعة علاقتها مع عملائها ، ففي اي مجال عمل تقوم به الشركة سواء كان بيع سلع او خدمات فان العميل هو مفتاح النجاح .
- لقد كانت المشكلة الرئيسية التي يواجهها المنتج قبل الثورة الصناعية هي كيف يمكن ان يزيد من انتاجه ، الا انه الان اصبحت مشكلته كيف يوزع ويسوق ما تنتجه مصانعة ، ومن هنا اصبح هناك تنافس شديد بين الشركات للحصول على رضا العميل وكسب ولاءه للسلعة سواء كان ذلك عن طريق تقديم السلعة ذات الجودة العالية او بيعها اليه بارخص الاسعار او توصيلها اليه في المكان المناسب والوقت المناسب .

- ان العميل لا يستطيع تحمل الاعلانات المضللة او المخادعة وبالتالي فإننا نجد ان كثيراً من القوانين والتشريعات قد وقفت لتحمي العميل من كافة الممارسات التي تؤدي الى خداعة .
- فالتشريعات في الولايات المتحدة على سبيل المثال اجبرت المنتج على وضع ملصق على السلعة التي يبيعها ليبين فيها مكونات السلعة او أي كفالة عليها ان وجدت او أي تحذيرات بالنسبة للسلع التي تكون خطرة على حياة الفرد وعلى صحته ولا يفوتنا هنا الدور التي تقوم به جمعيات حماية المستهلك في جميع انحاء العالم وذلك بهدف حماية المستهلك من أي اضرار قد تلحقه نتيجة أي ممارسات من قبل المنتجين والبائعين .

# اتصال العلاقات العامة بالعملاء :-

- ثقة العميل بالمنشأة لها اكبر الاثر علي نجاح هذه المنشأة ولذلك
- من الاهمية بمكان الحفاظ علي علاقات جيدة مع العملاء وكسب
- تاييدهم .
- واهداف اجراء الاتصالات مع العملاء يمكن ايجازها فيما يلي :
- 1- كسب ثقة العملاء الحاليين والحفاظ عليهم .
- 2- اجتذاب عملاء جدد الي المنشأة .
- 3- الحصول علي اكبر حصة في السوق .
- 4- التعرف علي اراء العملاء واتجاهاتهم .

# تابع

- 5- تزويد العملاء بمعلومات عن المنشأة فيما يتعلق بسياساتها وتاريخها .
  - 6- تخفيض شكاوي العملاء الي اقل حد ممكن والاسراع بحل مشكلاتهم .
  - 7- مساعدة دائرة التسويق في تعديل سياستها .
- ونظراً لأهمية العملاء بالنسبة للشركة ، فاننا نورد برنامج فعالاً للحفاظ عليهم وضمان ولائهم للشركة :
- اجراء استقصاء دوري بين العملاء للتعرف علي اتجاهاتهم ازاء سياسات الشركة .
  - تخصيص احد العاملين لاستقبال العملاء الجدد وارشادهم ويجب ان يكون هذا العامل علي درجة من الكياسة واللباقة والخبرة بنشاط الشركة واجراءات العمل بها .
  - تحقيق سياسة الباب المفتوح امام العملاء ، ذلك بان يتاح لهم تقديم مقترحاتهم .
  - مشاركة العميل في شتي مناسباته افراحة واطراحة سواء تم ذلك عن طريق ايفاد احد العاملين اليه ، أو عن طريق الاتصال الهاتفي او البريدي .

## 2- العلاقات مع الموردين :

- تعتمد المنشأة سواء كانت صناعية او تجارية او زراعية او خدمية علي الموردين في الحصول علي ما تحتاجه من مواد خام وادوات وفرطاسية وطاقة ومعدات ، ولذلك فالمنشأة بحاجة الي المحافظة علي علاقات وثيقة مع الموردين وجذب ثقتهم فيها وتأييدهم لسياستها حتي تتمكن المنشأة من الحصول علي المواد المطلوبة المكان المناسب والوقت المتفق عليه وبالكمية المطلوبه . اتصال العلاقات العامة مع الموردين :
  - ويجري تحسين العلاقات مع الموردين عن طريق اتباع سياسة عادلة للشراء وعدم استغلالهم ودفع مستحقاتهم في الوقت المحدد
  - ويمكن تلخيص توقعات الموردين وغباتهم كما يلي :
- 1- اتباع سياسة عادلة للشراء مبنية علي اسس واضحة وموضوعية .
  - 2- الصدق في معاملة الموردين .
  - 3- اتاحة الفرصة للموردين لابداء رأيهم واقتراحاتهم ووجهات نظرهم .
  - 4- الاستمرارية في التعامل مع المورد واستلام طلبات بصفة منتظمة .
  - 5- دفع فاتورة المشتريات في الوقت المحدد .
  - 6- معالجة الشكاوي المقدمة من الموردين بالسرعة الممكنة .

# اهداف العلاقات العامة مع الموردين :

- \*\*\*\*\* الحصول علي طلبيات المنشأة في الوقت المحدد والمكان المحدد وبافضل جودة واقل الاسعار بالاضافة الي الاستمرارية في الحصول علي هذه الطلبيات وكذلك ايجاد الثقة والتعاون بين المنشأة وبين الموردين .
- \*\*\*\*\* اما بالنسبة الي اساليب الاتصال بالموردين فتتم من خلال المقابلات الشخصية بينهم وبين المدراء وكذلك يتم الاتصال بهم من خلال المطبوعات والنشرات التي تصدرها المنشأة .

## 3- العلاقات مع وسائل الاعلام :

- يقصد بها العلاقات مع المحررين الصحفيين والناشرين ومراسلي الصحف والمجلات ووكالات الانباء ومعلقي الاذاعة والتلفزيون .
- والعلاقات العامة مع وسائل الاعلام من الضروري ان تبني علي اساس من الصدق والدقة في اعطاء المعلومات حتي تستطيع المنشأة ان تحصل علي ثقتهم وتعاونهم الدائم مما يؤدي الي وقوفهم بجانب المنظمة في اوقات الازمات وسرعة تفهمهم لهذه الازمات وقت وقوعها .

•



• ويمكن تلخيص توقعات وسائل الاعلام :

- 1- الاستجابة بسرعة وامانه الي الاستفسارات من جانب ممثلو وسائل الاعلام .
- 2- الالتزام بالمواعيد المحددة في ارسال النشرة الاخبارية او القصة الخبرية .
- 3- العدالة في التعامل مع مختلف وسائل الاعلام دائما .
- 4- توفير التسهيلات اللازمة والتعاون مع ممثلي وسائل الاعلام .
- 5- الاستماع الي اراء ومقترحات رجال الصحافة والاعلام .

اما من حيث اساليب الاتصال بوسائل الاعلام فقد تشمل الاتصالات الشخصية والاجتماعات والمؤتمرات الصحفية والمقابلات الشخصية وترتيب زيارات الي المنشأة واعداد النشرات الاخبارية والتي تعدها دائرة العلاقات العامة بالمنشأة وتتضمن معلومات معينة عن قصة خبرية تهم جمهور محدد او الجمهور العام ومن ثم يتم ارسالها الي الصحف ووسائل الاعلام الاخرى لنشرها .

# العلاقات العامة مع الجهات الحكومية :-

- اهمية وطبيعة العلاقات العامة مع الجهات الحكومية :-
- كان دور الحكومة في الأزمنة القديمة دور الحارس على اموال وحقوق الناس من أي معتد خارجي .
- اما هذه الايام دورها يشمل وظائف اخري اضافية الى الوظائف السابقة ؟، فازداد تدخل الدولة في الانشطة الاقتصادية سواء عن طريق اصدار القوانين المنظمة لها او عن طريق التدخل المباشر والقيام بتنفيذ المشاريع الكبيرة الانتاجية او الخدمية .

- ودور الدولة معروف في مراقبة الائتمان ومراقبة الاسعار وتحديد المعايير والمقاييس وغيرها وتبذل المنشأة جهودها لتوثيق علاقتها بالدوائر الحكومية وذلك من اجل ايجاد جو من التعاون والثقة بينهم .
- وهناك عدة اهداف رئيسية للعلاقات العامة من اتصالها بالجهات الحكومية ( سيتم تناولها لاحقاً ) .
- اما بالنسبة لأساليب اتصال العلاقات العامة بالجهات الحكومية فيمكن ان تتم عن طريق الاتصال الشخصي بالمسؤولين او دعوتهم لزيارة المنشأة لمناقشتهم واطلاعهم على منتجات الشركة وانجازاتها .

## 4- العلاقات العام مع المجتمع المحلي :

- المنشأة لا تعيش بمعزل عن المجتمع الذي حولها فهي تحصل منه على احتياجاتها من العمال والموظفين وتبيعه منتجاتها من السلع والخدمات وتستفيد المنشأة من الخدمات والمرافق العامة في المجتمع مثل مرافق الكهرباء والماء والغاز والمواصلات ولهذا يجب المحافظة على علاقات جيدة دائماً مع المجتمع المحلي ورموزه والمستفيدين منه .

- **فقيادة الراي لهم الدور الاساسي في تكوين الراي العام لذي المجتمع المحلي ، اذ انهم يؤثرون على تفكير المجتمع بسبب سلطتهم الواضحة ، ويشمل قادة الراي الالباء والمدرسين والسياسيون ومسئولي النقابات وموظفي الحكومات و الصحفيون وغيرهم .**

## • اتصالات العلاقات العامة مع المجتمع المحلي :

- 1- تزويد المجتمع بأخبار المؤسسة وسياستها وانظمتها .
- 2- المحافظة علي العلاقات الجيدة .
- 3- دعم البرامج الثقافية والصحية والاجتماعية وذلك لأجل مساهمة في رفاهية المجتمع .
- 4- التحقيق في اي شكاوي ترد من افراد المجتمع ومحاولة حلها بسرعة
- 5- التعرف علي اراء افراد المجتمع واتجاهاته عن طريق البحوث .
- 6- اجراء تصحيح المعلومات الخاطئة التي قد تكون تشكلت في ذهن افراد المجتمع لأجل تحسين الصورة الذهنية للمنشأة .
- 7- الترويج لمنتجات الشركة وبيعها لأفراد المجتمع المحلي .

- ان من مهام جهاز العلاقات العامة ايجاد صلات قوية بين الشركة والمجتمع المحلي الذي تعيش فيه ، وبالتالي فاننا سنورد فيما يلي برنامج فعلا للحفاظ على هذه العلاقات الجيدة مع المجتمع المحلي :-

- \* تخصيص منح عالمية للمتفوقين من طلبة الجامعات والمعاهد والمدارس في مجالات معينه وتقدم هذه المنح باسم الشركة بعد الاعلان عنها .

- \* الاشتراك في المناسبات الهامة بوسائل اكثر ايجابية من مجرد نشر التهاني في الجرائد والمجلات ومن امثلة ذلك ان تقوم الشركة بعلاج عدد من المواطنين او تقدم تبرعاً لمن اصابتهم كارثة او تهدي سيارة اسعاف لمستوصف خيري .

- \* تخصيص عامل او اكثر للاتصال بالأجهزة الحكومية ويقوم هذا العامل بتوثيق الصلة الشخصية مع القائمين على هذه الاجهزة وبذلك يسهل التفاهم والتنسيق معهم .
- \* الاشتراك في المؤتمرات الهامة التي تتصل بنشاط الشركة وتنظيم الدورات الثقافية والندوات الاذاعية والتليفزيونية .
- \* مد الصحافة والاذاعة بالمعلومات التي يهتم بها جمهور القراء والمستمعين مما يتصل بنشاط الشركة وطبيعة عملها .
- \* اعداد الكتيبات الايضاحية والنشرات الدورية التي تتناول الشركة واخبارها واخبار العاملين والعملاء الحاليين والمرتبين



# نظريات العلاقات العامة

# نظريات العلاقات العامة :

## • نظرية النظم:

- تعتبر منطق النظم أساسي لدراسة أي تنظيم، وهي تقوم على تحليل المتغيرات وتأثيراتها المتبادلة، فالنظم البشرية تحتوي على عدد كبير من المتغيرات المرتبطة ببعضها، وبالتالي منهج التحليل انتقل إلى مستوى أعلى مما كان عليه في النظرية الكلاسيكية والسلوكية إذ تعتمد على أجزاء يرتبط بعضها ببعض

- - الفرد ( المسؤول ) تعالج هذه النظرية حوافز الفرد واتجاهاته وميوله واتجاهاته وبصفة عامة سيكولوجيته وهيكل الشخصية الذي يحضر معه في المنظمة.
- - الهيكل التنظيمي أو الترتيب الرسمي وما يتبعه من مناصب.
- - أنماط العلاقات بين المجموعات أي العلاقات غير الرسمية المتبادلة وما ينتج عنها من تفاعل.
- - تكنولوجيا العمل ومتطلباتها، فوسائل العمل يجب أن تتماشى مع احتياجات العاملين الفسيولوجية والسيكولوجية.

## • نظرية التكيف والتوافق

- وتعتمد على مدى توافق الفرد مع البيئة التي يعمل فيها
- وانسجام العامل في يجسد شعوره بالرضا والقناعة والاستقرار مما يحفزه على العطاء والبدل في المهام التي يقوم بها

## • نظرية التأثير

- وتقوم على الفرق بين ما يريده الفرد في عمله وبين ما هو كائن بالفعل، وكلما اتسعت الهوة بين الطرفين، كلما انخفض التأثير التفاعلي

## • نظرية الميول

- وتعتمد على أن الناس لديهم تصرفات فطرية تسبب لديهم ميول نحو تحقيق مستوى معين من الارتياح وهي نظرية تميل إلى أن تكون مستقرة على مر الزمن وعبر المهن والوظائف

## • نظرية القيادة

• تعتمد على مداخل رئيسية منها:

• ° مدخل السمات : هو يقوم على افتراض أن المسؤول

• أو القائد يولد ولا يصنع ( الرجل العظيم )

• ° المدخل السلوكي وتعتمد على بعدين: الأول ( اهتمام

• المسؤول بالعمل ) والثاني ( اهتمام المسؤول بالعاملين)

• ° المدخل الظرفي أو الموقف الذي أضاف بعدا آخر إلى

• جانب البعدين الآخرين وهو الظرف الذي يشتغل فيه

• القائد والعاملين

• ° المدخل الحديث وهو يؤكد على القيادة الغير تقليدية  
والخصائص الكاريزماتية للشخص التي تعد ذات أهمية خاصة  
في تغيير وتحويل المنظمات والأفراد لمواكبة المتغيرات

## • نظرية ماسلو

- تعتمد على الحاجة التي يميل إليها الفرد ليكرس نفسه إلى شيء ما مثل العمل، الهواية، الرياضة... واعتمادا على الدرجة التي يشبع بها الفرد حاجاته المختلفة من البيئة، فإنه يصل إلى درجات مختلفة من الإثارة والاهتمام، وتكون من المستوى الأول لحاجتنا البيولوجية الأساسية مثل:
- الأمن، الطعام الإنجاب.... وبعد ذلك يطلع نحو مستويات أعلى مثل خطوات الدرج



• بالإضافة إلى هذه النظريات هناك:

• نظرية الإعلان و نظرية الاتصال وتستمد أهم أسسها من هذه المجالات ومن مدى المعرفة بها، ونفس الشيء بالنسبة لنظريات علم النفس وعلم الاجتماع وباقي النظريات التي تهم العلاقات العامة وتنتمي إلى مجالات مختلفة.

• ان العلاقات العامة قد استفادت كثيرا من الفرضيات والنماذج التي افرزتها بحوث الاتصال وتجاربه العملية خلال المرحلة السابقة في تكوين نظرية فرعية تعكس تقليدية النموذج المستخدم من حيث تصوره لمفهوم الاتصال والعلاقات العامة وتشمل هذه النظريات الفرعية ما يلي :-

• - نظرية ( ديسيل ) او الارتفاع الصوتي .

• - نظرية البيع .

• - نظرية المعلومات المتناقضة .

• - نموذج نظرية النظم .

# نظم معلومات العلاقات العامة

## • مقدمة :

من الضروري توفير المعلومات اللازمة لمن يحتاجها بالخصائص المطلوبة من حيث التوقيت والدقة والصحة والكلفة والموثوقية وبالتالي على المنظمة توفير نظام معلومات معين يمكن مديرو وموظفو المنظمة من الوصول الى المعلومات التي يحتاجونها كل وفق طبيعة عمله هذا النظام الذي يسمى بنظام المعلومات هو عبارة عن شبكة مترابطة من المعلومات يتم اعدادها ومعالجتها من اجل استخدامها لمساعدة الموظفين المستفيدين منها لانجاز اعمالهم

فالهدف الاساسى اذن من نظام المعلومات الادارية هو توفير المعلومات اللازمة والتي قد يحتاجها المديرون اثناء تادية اعمالهم فى التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة ويتم تجزئة نظام المعلومات فى اى منظمة الى مجموعة من الانظمة الفرعية فيكون هناك نظام معلومات لكل وظيفة او نشاط من نشاطات المنظمة وينبغى التاكيد هنا على ان هذه الانظمة الفرعية تتفاعل مع بعضها وتكون متكاملة وفى هذا المجال يقول د تيسير العجارمة وزميله ان التكامل بين الانظمة الفرعية يمكن ان يتحقق بطرق مختلفة

واحدة من هذه الطرق تتمثل في التدفق الفعلى او المحتمل للمعلومات فيما بينها فالتدفق يعد مهما جدا خاصة عندما تكون هذه المعلومات والموجودة فى نظام فرعى معين مطلوبة من نظام فرعى ثانى ان مخرجات نظام فرعى معين من المعلومات المعالجة سوف تشكل بيانات (المادة الخام) النظام الفرعى الاخر ومن طرق التكامل بين انظمة المعلومات الفرعية الحالة التى يشترك فيها اكثر من نظام معلومات فرعى فى ايجاد نوع من المعلومات تلبية لاحتياجات نظام معلومات فرعى ثالث بحيث يتعدرايجاد -

مثل هذه المعلومات او يتعذر الاستفادة منه الا في حالة تحقيق المشاركة بين النظامين الفرعيين كاشتراك نظام المعلومات المالية ونظام معلومات الانتاج فى ايجاد المعلومات الخاصة بتكلفة السلعة التى تعتمد كاساس فى تحديد السعر لاحقا

### - مفهوم نظام معلومات العلاقات العامة :-

يعتبر نظام معلومات العلاقات العامة اح الانظمة الوظيفية الفرعية داخل المنظمة حيث يهدف الى تجميع البيانات ومعالجتها وتوفيرها لمديرى وموظفى العلاقات العامة لاجل

الاستفادة منها في تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة وظائف  
ونشاطات العلاقات العامة

ومما يجدر الإشارة اليه ان نظام معلومات العلاقات العامة لا  
يعمل بشكل منعزل عن الانظمة الوظيفية الفرعية الاخرى  
فهو يعتبر مكملا لها ومتفاعلا معها فمخرجات نظم  
المعلومات في التسويق والافراد والمالية والانتاج مثلا  
تعتبر مدخلات لنظام معلومات العلاقات العامة والعكس  
صحيح فمخرجات نظام معلومات العلاقات العامة تعتبر  
مدخلات لنظم معلومات التسويق والافراد والمالية والانتاج

• وحتى تكون المعلومات التي تم جمعها وتجهيزها مهمة وذات جدوى فانه ينبغي ان تتوفر فيها الصفات التالية :-

**1- الوضوح :** تعتبر المعلومات الواضحة والمحددة اكثر فائدة

**2- الصحة :** اي الصدق في ايراد المعلومات وعدم المبالغة فيها او التقليل من اهميتها

**3- الدقة :** ينبغي توخي الدقة وخاصة في تسجيل الارقام والاعداد والمبالغ النقدية

**4- التوثيق :** من الضروري ان تكون المعلومات مكتوبة وموثقة



5- **التوقيت** : يجب ان تصل المعلومات الى المستخدمين فى الوقت المناسب

6- **الكم المناسب** : يجب ان تتوفر المعلومات التى تكون ذات صلة بالموضوع المراد اتخاذ القرار فيه او معالجته وبنفس القدر المطلوب

7- **الكلفة/العائد** : يفترض ان يكون العائد المتوقع من جمع المعلومات وتحليلها وترتيبها وتجهيزها اكبر من الكلفة المصاحبة لذلك

-هذا وينبغى ان تتوفر السرية والامن فى المعلومات المهمة التى يتم تجهيزها

# فوائد نظام معلومات العلاقات العامة

تحتاج المنظمة الى نظام معلومات كفو يساعدا ادارتها في تحقيق اهدافها وبالتالي فوجود نظام معلومات جيد للعلاقات العامة يحقق الفوائد التالية :-

1- توفير المعلومات الصحيحة والارقام الدقيقة لكافة مديرو وموظفو العلاقات العامة في الوقت المناسب

2- دعم ادارة العلاقات العامة في اتخاذ القرار الرشيد فكلما كانت المعلومات كافية ودقيقة كلما ادى ذلك الى زيادة درجة رشد القرار

3- زيادة قدرة الادارة على متابعة وتقييم نشاطات العلاقات العامة وذلك من خلال توفير المعلومات اللازمة عن تنفيذ الخطط وتشبه انجاز المهام المخطط لها

4- تحفيز موظفي العلاقات العامة من خلال ابلاغهم بارقام التنفيذ الفعلى للخطط ومدى التقدم الذى يحققونه فى هذا المجال

5- توثيق المعلومات الضرورية والكافية واسترجاعها عند الحاجة لذلك

6- مساعدة موظفي العلاقات العامة عند الرد على استفسارات الجماهير وكذلك عند الاهتمام بمشاكل وشكاوى الجماهير ومحاولة حلها

7- مساعدة ادارة العلاقات العامة بتوفير المعلومات اللازمة عند اجراء المؤتمرات الصحفية او المقابلات التلفزيونية

# مكونات نظام معلومات العلاقات العامة

• هنالك العديد من المستلزمات الضرورية لنظام معلومات العلاقات العامة من أهمها :-

- 1-مورد المعدات: تتكون الاجهزة والمعدات الضرورية لنظام المعلومات اساسا من جهاز الحاسوب وما يتبعه من المكونات المادية والمودم ولوحة المفاتيح والشاشة وغيرها
- 2-مورد البرامج:تتضمن البرامج الرئيسية المتعلقة بنظام التشغيل ونظام ادارة قواعد البيانات
- 3-الاجراءات : تعتبر الاجراءات الدليل الذى يبين تسلسل خطوات العمل ذمنيا

4- الاتصالات والشبكات : لابد من وجود مجموعة من مراكز المعلومات تتعاون فيما بينها لاجل تبادل المعلومات بشكل يتيح تدفق الخبرات

5- الافراد : يعتبر العاملون مكون اساسي من مكونات اي نظام معلومات

