**المساق : التخطيط للعلاقات العامة**

**السنة اولى ماستر**

**مقدمة**

- تعتبر العلاقات العامة من المواضيع الحديثة نسبيا ، اذ أصبحت تحظى باهتمام الحكومات بالإضافة إلى اهتمام الشركات والمؤسسات الخاصة فالعلاقات العامة هي حلقة الوصل بين المؤسسة أو الشركة وجماهيرها ولا يمكن للمؤسسة أو الشركة من تأدية مهامها وبالتالي تحقيق أهدافها دون وجود ثقة متبادلة بينها وبين جمهورها وفق هذا المفهوم العلاقات العامة (هي فن التعامل مع الجمهور بهدف اكتساب رضاهم وقبولهم وتأييدهم لذلك لا بد وان تقوم العلاقات على برنامج مخطط وقائم على أساس سلوك الجمهور ودراسة اتجاهاتهم دراسة واعية وشاملة .

و يرى البعض أن العلاقات العامة لا تقتصر في مجالاتها وأهدافها واهتمامها على علاقة المنظمات الإدارية بالبيئة الخارجية بل تشمل نشاطها داخل المنظمة لتعمل على تحقيق التناسق والانسجام الداخلي وذلك كأولوية أولى من وظائف العلاقات العامة.

|  |
| --- |
| للتذكير :تناولنا خلال السداسي الاول :مفهوم العلاقات العامة واهم التعاريف و الاتجاهات السائدة  و اسباب النشاة وظهور مفهوم العلاقات الإنسانية تاريخيا ومدى ارتباط ذلك بتطور الصناعي والتسويق التجاري و الخدماتي وزاد في انتشار ذلك الطفرة التكنولوجية التي ساهمت في توسيع المجال وقد سبق ان تعرفنا على الاهداف ووظائف العلاقات العامة واهم السمات و الميزات التي يجب ان يتحلى بها العاملون المكلفون في ادارة او مكتب العلاقات العامة وبالتالي فان العمل داخل العلاقات العامة يحتاج الى قدرات ومواهب متعددة حتى يتسنى للفرد النجاح والتميز داخل العلاقات العامة .  كما إن النجاح في اختيار العاملين في أجهزة العلاقات العامة يتوقف أساساً على الفهم الواضح لم تتوقعه المؤسسة من هذه الأجهزة ومن العاملين فيها. وهذا التوقع يمثل الهدف الذي يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار عند إعداد الخطط والبرامج الخاصة بإمداد جهاز العلاقات العامة بالعاملين ذوي المقدرة والكفاءة.  أما بالنسبة لعدد العاملين فلا يخضع لقانون أو لقواعد ثابتة فعددهم يتوقف على حجم المؤسسة أولاً وحجم ادارة العلاقات العامة وطبيعتها هذا الجهاز من حيث البساطة والتعقيد وأهدافه وخططه.  . |

|  |
| --- |
| مراجعة عامة :  مراحل تطور العلاقات العامة  1-نموذج النشر : ظهر في القرن التاسع عشر، من سماته ، اتصال باتجاه واحد من المنظمة إلى الجمهور ،الهدف خلق شهرة ودعاية للمنظمة ،معلومات غير كاملة (أنصاف الحقائق) لخداع الجمهور  2)نموذج الابلاغ :ظهر في بداية القرن العشرين ،استند على نشر الأخبار للجماهير، اتجاه واحد من المنظمة إلى الجمهور، معلومات حقيقة عن المنظمة من حيث السياسات والنشاطات  3) النموذج اللا تناسق بالاتجاهين: ظهر في بداية القرن العشرين ،كان الاتصال من المنظمة إلى الجمهور الداخلي والخارجي ،الاتصال من الجماهير إلى المنظمة ،الهدف إقناع الجمهور لمصلحة المنظمة ، عدم التعديل على السياسات والبرامج حسب رغبات الجمهور، عدم محاولة التعديل على سلوك الجماهير بشكل يخدم المنظمة فعليا  4)النموذج المتناسق باتجاهين: ظهر في بداية الستينات من القرن الماضي ،العلاقات العامة هي الأساس في هذا النموذج بين المنظمة وجمهورها ، الاتصال ذو اتجاهين من المنظمة إلى الجمهور ومن الجمهور إلى المنظمة  تأثير للعلاقات العامة على الجمهور وتأثير للجمهور على المنظمة وسياساتها وأنشطتها من خلال التعديل والتطوير. |

|  |
| --- |
| مراجعة عامة :  سمات التي يجب توافرها في العاملون بجهاز العلاقات العامة  1- التخصص العلمي ذوى الصلة بالعمل في مجال العلاقات العامة  2- الالمام بقواعد العلوم السلوكية والاجتماعية بشكل واضح  3- القدرة على التعامل مع الانماط الشخصية المختلفة  4- توافر المهارات الادارية مثل القدرة على التخطيط ووضع الاهداف والتظيم والتوجيه  5- القدرة على تنظيم الاجتماعات والحفلات وغيرها من الامور المجتمعية  6- القدرة على تحليل وتفسير الاتجاهات ولو بشكل بسيط  7- الالمام بقواعد البحث العلمي والدراسات في المجال الانساني .  وبالتالي فان العمل داخل العلاقات العامة يحتاج الى قدرات ومواهب متعددة حتى يتسنى للفرد النجاح والتميز داخل العلاقات العامة . |