

إدارة العلاقات العامة

(مدخل صناعة العلاقات العامة)

الدكتور

مروان بدر السميحات
دكتوراه في إدارة الأعمال

الدكتور

علي فلاح مزاح الزعبي
أستاذ التسويق المشارك



اليازوري

فهرس المحتويات

٥	آية قرآنية
٦	مقولة:
٧	المقدمة
٧	المدخل الفكري للكتاب
١٠	هيكلية الكتاب
١٣	فهرس المحتويات.....
٢١	الفصل الأول: مدخل إلى العلاقات العامة.....
٢٣	أهداف الفصل التعليمية:
٢٤	١, ١ - تمهيد.
٢٤	١, ٢. مفهوم العلاقات العامة.
٢٩	١, ٣. مراحل تطور العلاقات العامة.
٣٠	١, ٤. أهمية العلاقات العامة.
٣٢	١, ٥. أهداف العلاقات العامة.
٣٦	١, ٦. ماهية العلاقات العامة.
٣٧	١, ٧. خصائص العلاقات العامة.
٣٨	١, ٨. وظائف العلاقات العامة.
٣٩	١, ٩. برامج العلاقات العامة.
٣٩	١, ١٠. مرتكزات ودعائم العلاقات.
٤٠	١, ١١. خطوات وظيفة العلاقات العامة.
٤١	١, ١٢. مراحل وخطوات تخطيط أنشطة العلاقات العامة.....
٤٣	١, ١٣. وسائل وأدوات تنفيذ برامج وأنشطة العلاقات العامة.....
٤٣	١, ١٤. أنشطة العلاقات العامة.
٤٤	١, ١٥. التنظيم الإداري للعلاقات العامة.....
٤٦	١, ١٦. صناعة العلاقات العامة.
٤٧	١, ١٧. العلاقات العامة والمزيج التسويقي.
٤٩	١, ١٨. الجماهير والرأي العام.

- ١٩, ١. قياس فاعلية العلاقات العامة. ٥٠
- ٢٠, ١. مهام ومواصفات رجال العلاقات العامة. ٥٠
- ٢١, ١. خاتمة الفصل الأول. ٥٢
- ٢٢, ١. أسئلة الفصل الأول. ٥٢
- الفصل الثاني: تخطيط العلاقات العامة ٥٥
- أهداف الفصل التعليمية: ٥٧
- ١, ٢. تمهيد. ٥٧
- ٢, ٢. مفهوم التخطيط في العلاقات العامة. ٥٨
- ٣, ٢. أنواع التخطيط. ٥٩
- ٤, ٢. متطلبات التخطيط. ٦٠
- ٥, ٢. خطوات التخطيط. ٦١
- ٢, ٦. استراتيجيات تخطيط العلاقات العامة. ٦١
- ٧, ٢. معوقات التخطيط. ٦٤
- ٨, ٢. خاتمة الفصل الثاني. ٦٤
- ٩, ٢. أسئلة الفصل الثاني. ٦٥
- الفصل الثالث: وظائف واستراتيجية العلاقات العامة ٦٧
- أهداف الفصل التعليمية: ٦٩
- ١, ٣. تمهيد. ٦٩
- ٢, ٣. وظائف العلاقات العامة. ٧١
- ٣, ٣. وظائف العلاقات العامة في المجالات الصناعية. ٧٦
- ٤, ٣. وظائف العلاقات العامة في المجالات العلمية والتكنولوجية. ٧٧
- ٥, ٣. وظائف العلاقات العامة في مجال الاستثمارات. ٧٨
- ٦, ٣. وظائف العلاقات العامة في المجالات المالية والمصرفية: ٧٩
- ٧, ٣. العلاقات العامة في الجهات غير التجارية. ٧٩
- ٨, ٣. العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية: ٨١
- ٩, ٣. العلاقات العامة في الإدارة الحكومية. ٨٢
- ٦, ٣. استراتيجية العلاقات العامة. ٨٦
- ٧, ٣. أدوار العلاقات العامة. ٩٤
- ٨, ٣. خاتمة الفصل الثالث. ١١١
- ٩, ٣. أسئلة الفصل الثالث. ١١١

- الفصل الرابع: وسائل إدارة العلاقات العامة ١١٣
- أهداف الفصل التعليمية: ١١٥
- ١, ٤. تمهيد. ١١٦
- ٢, ٤. أهمية برامج العلاقات العامة. ١١٧
- ٣, ٤. أسس برنامج العلاقات العامة الناجح. ١١٨
- ٤, ٤. أنواع برامج العلاقات العامة. ١١٩
- ٥, ٤. خطوات إعداد برنامج العلاقات العامة. ١٢٤
- ٦, ٤. طرق تقييم برامج العلاقات العامة: ١٢٧
- ٧, ٤. مقاييس تقييم برامج العلاقات العامة. ١٢٨
- ٨, ٤. مؤشرات قياس كفاءة العلاقات العامة: ١٣١
- ٩, ٤. عناصر التقييم الشامل المستمر لبرامج العلاقات العامة: ١٣٥
- ١٠, ٤. عناصر العلاقات العامة. ١٣٦
- ١١, ٤. العلاقات العامة ووسائل الاتصال. ١٣٧
- ١٢, ٤. الخطب والتصريحات والمحادثات العملية. ١٣٨
- ١٣, ٤. العلاقات العامة والتكرار والأساطير. ١٤٠
- ١٤, ٤. العلاقات العامة ومواجهة الفضائح والشائعات. ١٤١
- ١٥, ٤. خاتمة الفصل الرابع. ١٤٣
- ١٦, ٤. أسئلة الفصل الرابع. ١٤٤
- الفصل الخامس: وكالات العلاقات العامة ١٤٧
- أهداف الفصل التعليمية: ١٤٩
- ١, ٥. تمهيد. ١٥٠
- ٢, ٥. مهام ومسؤوليات وكالات لعلاقات العامة. ١٥٠
- ٣, ٥. عوامل تطور ونمو وكالات العلاقات العامة. ١٥١
- ٤, ٥. التنظيم الإداري لوكالات العلاقات العامة. ١٥٢
- ٥, ٥. أبعاد ومتغيرات تنظيم وكالات العلاقات العامة. ١٥٥
- ٦, ٥. خيارات وبدائل وكالات العلاقات العامة. ١٥٥
- ٧, ٥. أسس اختيار وكالات العلاقات العامة. ١٥٦
- ٨, ٥. وكالات العلاقات العامة عربيا. ١٥٦
- ٩, ٥. نشأة وتطور وكالات العلاقات العامة الدولية. ١٥٨
- ١١, ٥. أنواع وكالات العلاقات العامة الدولية. ١٦٠

- ١٦٣ ١٢, ٥. أهداف العلاقات العامة في المجال الدولي.
- ١٦٥ ١٢, ٥. خاتمة الفصل الخامس.
- ١٦٥ ١٣, ٥. أسئلة الفصل الخامس.
- ١٦٩ الفصل السادس: حملات العلاقات العامة
- ١٧١ أهداف الفصل التعليمية:
- ١٧٢ ١, ٦. تمهيد.
- ١٧٢ ٢, ٦. مفهوم الحملة الإعلانية للعلاقات العامة.
- ١٧٢ ٣, ٦. طبيعة حملات العلاقات العامة.
- ١٧٤ ٤, ٦. مهام حملات العلاقات العامة.
- ١٧٤ ٥, ٦. مراحل تنظيم وتنفيذ حملات العلاقات العامة.
- ١٧٦ ٦, ٦. أهداف حملات العلاقات العامة.
- ١٧٧ ٧, ٦. دراسات تنفيذ مشاريع حملات العلاقات العامة.
- ١٧٨ ٨, ٦. مبادئ إعداد خطط حملات العلاقات العامة ونفقاتها التقديرية.
- ١٧٨ ٩, ٦. تنفيذ حملات العلاقات العامة.
- ١٧٨ ١٠, ٦. تقييم أداء حملات العلاقات العامة.
- ١٨١ ١١, ٦. الخلفيات المعاصرة لتقييم فاعلية العلاقات الاجتماعية في بعض الدول.
- ١٨٢ ١٢, ٦. إعداد الكوادر المتخصصة بالعلاقات العامة.
- ١٨٤ ١٣, ٦. خاتمة الفصل السادس.
- ١٨٤ ١٤, ٦. أسئلة الفصل السادس.
- ١٨٧ الفصل السابع: الجمهور والعلاقات العامة
- ١٨٩ أهداف الفصل التعليمية:
- ١٨٩ ١, ٧. تمهيد.
- ١٩٠ ٢, ٧. مفهوم الجمهور.
- ١٩٠ ٣, ٧. أنواع الجماهير.
- ١٩١ ٤, ٧. العلاقات العامة مع جمهور العاملين.
- ١٩٢ ٥, ٧. العلاقات العامة مع جمهور المساهمين.
- ١٩٤ ٦, ٧. العلاقات العامة مع جمهور الموردين.
- ١٩٥ ٧, ٧. العلاقات العامة مع المستهلكين.
- ١٩٥ ٨, ٧. العلاقات العامة مع المجتمع المحلي.
- ١٩٧ ٩, ٧. خاتمة الفصل السابع.

١٩٧	١٠, ٧. أسئلة الفصل السابع.....
١٩٩	الفصل الثامن: الرأي العام والعلاقات العامة.....
٢٠١	أهداف الفصل التعليمية:
٢٠١	١, ٨. تمهيد.
٢٠٢	٢, ٨. مفهوم الرأي العام.....
٢٠٢	٣, ٨. الفرق بين الرأي العام والسخط العام والاتجاه العام.....
٢٠٣	٤, ٨. تغيير الرأي العام.
٢٠٣	٥, ٨. أنواع وتقسيمات الرأي العام.....
٢٠٤	٦, ٨. العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام:
٢٠٥	٧, ٨. دور العلاقات العامة تجاه الرأي العام:
٢٠٥	٨, ٨. طرق قياس الرأي العام:.....
٢٠٦	٩, ٨. خاتمة الفصل الثامن.
٢٠٦	١٠, ٨. أسئلة الفصل الثامن.....
٢٠٩	الفصل التاسع: مشكلات العلاقات العامة.....
٢١١	أهداف الفصل التعليمية:
٢١١	١, ٩. تمهيد.
٢١٢	٢, ٩. مشاكل العلاقات العامة.....
٢١٨	٣, ٩. خاتمة الفصل التاسع.....
٢١٨	٤, ٩. أسئلة الفصل التاسع.....
٢٢١	الفصل العاشر: العلاقات العامة وإدارة الأزمات.....
٢٢٣	أهداف الفصل التعليمية:
٢٢٤	١, ١٠. تمهيد.
٢٢٤	٢, ١٠. مفهوم إدارة الأزمة.....
٢٢٤	٣, ١٠. سمات الأزمة.....
٢٢٥	٤, ١٠. متطلبات إدارة الأزمة.....
٢٣٠	٥, ١٠. أساليب حل الأزمات والتعامل معها.....
٢٣٣	٦, ١٠. دور العلاقات العامة في الأزمات.....
٢٣٨	٧, ١٠. إجراءات العلاقات العامة في تقييم الأزمة.....
٢٣٩	٨, ١٠. نموذج لحل المشكلة قبل وقوع أزمة.....
٢٤٠	٩, ١٠. عوامل نجاح إدارة الأزمات.....

- ٢٤٢ خاتمة الفصل العاشر. ١٠, ١٠
- ٢٤٣ أسئلة الفصل العاشر. ١١, ١٠
- ٢٤٥ الفصل الحادي عشر: العلاقات العامة والتسويق
- ٢٤٧ أهداف الفصل التعليمية
- ٢٤٧ ١, ١١. تمهيد
- ٢٤٧ ٢, ١١. فاعلية وظائف العلاقات العامة
- ٢٤٩ ٣, ١١. العلاقات العامة وآليات التسويق
- ٢٥٢ ٤, ١١. المجالات الخارجية للعلاقات العامة
- ٢٦٠ ٥, ١١. خاتمة الفصل الحادي عشر
- ٢٦٠ ٦, ١١. أسئلة الفصل الحادي عشر
- ٢٦٥ الفصل الثاني عشر: العلاقات العامة والبروتوكولات
- ٢٦٧ أهداف الفصل التعليمية:
- ٢٦٧ ١, ١٢. تمهيد
- ٢٦٨ ٢, ١٢. تعريف البروتوكول
- ٢٧١ ٣, ١٢. قواعد البروتوكول ومجالات تطبيقها
- ٢٧٣ ٤, ١٢. صور المجاملات الدولية
- ٢٧٦ ٥, ١٢. مراسم المراسلات والزيارات بين رؤساء الدول
- ٢٧٨ ٥, ١٢. البروتوكول وآداب الحفلات والمقابلات
- ٢٨٦ ٦, ١٢. القواعد العامة للأسبقية
- ٢٩١ ٧, ١٢. الأسبقية في الأمم المتحدة والجامعة العربية
- ٢٩٣ ٨, ١٢. خاتمة الفصل الثاني عشر
- ٢٩١ ٩, ١٢. أسئلة الفصل الثاني عشر
- ٢٩٧ قائمة المراجع والمصادر
- ٢٩٩ أولاً: قائمة المراجع العربية
- ٣٠٥ ثانياً: المراجع الأجنبية

قائمة الأشكال

- الشكل (١-١) وظائف العلاقات العامة ٣٨
- الشكل (٢-١) خطوات وظيفة العلاقات العامة ٤١
- الشكل (١-٢) أجزاء خطة العلاقات العامة ٥٨
- الشكل (٢-٢) استراتيجيات تخطيط العلاقات العامة ٦٣
- الشكل (١-٣) خطوات استراتيجية العلاقات العامة ٩٠
- الشكل (٢-٣) أقسام الجمهور ١٠٩
- الشكل (١-٤) أنواع برامج العلاقات العامة ١١٩
- الشكل (٤-٢) أنواع برامج العلاقات العامة ١٢٣
- الشكل (١-٥) أنواع وكالات العلاقات العامة الدولية ١٦٠
- الشكل (١-٧) مستويات تقييم حملات العلاقات العامة ١٨٠
- الشكل (١-٨) العلاقات العامة والجمهور ١٩٦
- الشكل (١-٩) طرق قياس الرأي العام ٢٠٦
- الشكل (١-١٠) عناصر التخطيط في إدارة الأزمة ٢٢٦
- الشكل (٢-١٠) متطلبات إدارة الأزمة ٢٣٠
- الشكل (٣-١٠) عوامل نجاح إدارة الأزمات ٢٤٢
- الشكل (١-١١) المجالات الخارجية للعلاقات العامة ٢٥٢
- الشكل (١-١٢) صور المعاملات الدولية ٢٧٥

قائمة الجداول

- الجدول (١-١) مقارنة بين العلاقات العامة وعناصر مزيج الاتصالات التسويقية ٤٨
- الجدول (١-٥) اعداد الوكالات الدولية للعلاقات العامة ١٥٧
- الجدول (١-١١) مقارنة بين التسويق والعلاقات العامة ٢٥٠
- الجدول (١-١٢) أوجه الاختلاف بين العلاقات العامة والبروتوكولات ٢٧٢
- الجدول (٢-١٢) أوجه الاختلاف بين مدونة السلوك وقواعد البروتوكولات ٢٧٢

قائمة الملاحق

- الملاحق (١) المصطلحات العلمية للكتاب ٣٠٩
- الملاحق (٢) خطه للعلاقات العامة كوسيلة ترويجية ٣١٣