

# إدارة الإعلام

علي عبد الفتاح

## الإستراتيجية الإعلامية

### بناء إستراتيجية إعلامية

وسائل الإعلام الجماهيرية (مثل الصحف والراديو والتلفزيون والإنترنت) وسيلة أساسية يمكن إيصال الرسائل عبرها إلى مجموعات كبيرة ومتنوعة من الناس. وتقدم وسائل الإعلام لمنظمات حرية التعبير وسيلة أساسية لنقل المعلومات لجمهور يشمل الجميع ابتداء من العامة إلى صناع القرار في الحكومة. وتحتاج منظمات حرية التعبير أن تكون إستراتيجية لدى محاولتها إسماع صوتها. عادة ما تكون الوسائل الإعلامية شركات كبيرة وبيروقراطية تتوقع أن يتم التواصل معها بطريقة محددة. وكنتيجة لذلك فمن أجل زيادة فرصك في الحصول على تغطية إعلامية، تحتاج إلى تأطير رسالتك بطريقة تتوافق مع الكيفية التي تصوغ بها وسائل الإعلام موضوعاتها.

### الطريقة الأكثر فعالية للقيام بذلك هي تطوير إستراتيجية إعلامية .

الإستراتيجية الإعلامية هي الخطة التي ترشد منظماتك للتفاعل مع الإعلام. كما أنها تساعدك على ضمان أن رسائلك متماسكة ومنظمة ومستهدفة. إعداد إستراتيجية يعني أن منظماتك لن تتعامل بآلية رد الفعل - وهو الملحوظ في الإعلام عندما يحدث أو الظروف ضرورة التعليق من جانبها. وباستخدام إستراتيجية إعلامية يمكنك بدلا من ذلك بناء رسالتك وصورتك العامة وعلاقاتك مع الإعلام وفقا لرغباتك، لذا عندما تريد إطلاق حملة أو الاستجابة لموقف، سيكون لديك قاعدة اجتماعية تبني عليها .

الإستراتيجية الإعلامية الخاصة بالحملة عادة ما تكون مرتبطة بإستراتيجيتك الإعلامية العامة، وهي خطة عن كيفية التفاعل مع الإعلام لإيصال رسالتك عن حملة بعينها. وقد تكون مثل هذه الإستراتيجية أسهل إذا كان لديك

## المحتويات

5	الإستراتيجية الإعلامية.....
5	بناء إستراتيجية إعلامية .....
5	الطريقة الأكثر فعالية للقيام بذلك هي تطوير إستراتيجية إعلامية.....
6	خطوات بناء إستراتيجية إعلامية: .....
11	خصائص الإعلام الإلكتروني.....
11	تعريف الإعلام الإلكتروني .....
12	الخصائص التي تميز بها الإعلام الإلكتروني .....
13	الفروق الهامة بين الإعلام الإلكتروني وبين الإعلام التقليدي .....
20	إدارة الإعلام و التوعية - مقدمة.....
26	التفاعل مع المجتمع .....
27	محتوى عالي الجودة .....
27	الفعاليات والأحداث .....
27	إعلانات فيس بوك.....
28	تطبيقات فيس بوك.....
28	تطبيقات الوب والموبايل الاجتماعية .....
28	تسعى إدارة الإعلام لتحقيق الأهداف التالية : .....
29	تطوير الإعلام لا تطويعه.....
31	مشروع الإعلام العربي .....
31	رصد الإعلام العربي .....
32	مهنة الإعلاميين.....
32	مشروع رصد الإعلام العربي .....
33	الدافع من وراء فكرة رصد الإعلام: .....
33	مشروع التثقيف الإعلامي: .....

- 34..... الإنتاج السينمائي
- 35..... أدوار المكتب الإعلامي بالهيئة القومية
- 35..... لضمان جودة التعليم والاعتماد
- 35..... أهداف المكتب:
- 36..... تبنثق من هذه الأهداف أدوارا وإستراتيجية عمل تتلخص في عدة نقاط:
- 37..... هيكل المكتب إعلامي:
- 38..... إدارة الإعلام والعلاقات العامة
- 42..... إدارة الإعلام والمعلومات
- 42..... مركز الإعلام والمعلومات
- 42..... أهم ما يميز إدارة الإعلام والمعلومات
- 43..... مركز الإعلام والمعلومات
- 43..... رؤية المركز
- 44..... رسالة المركز
- 45..... إدارة التجليد والرسائل العلمية
- 45..... إدارة الطباعة
- 45..... إدارة التصوير
- 46..... إدارة الصيانة
- 47..... وحدة ضمان الجودة
- 47..... رؤية وحدة ضمان الجودة بالمعهد العالي للصحة العامة
- 48..... الأهداف الإستراتيجية لوحدة ضمان الجودة
- 49..... إدارة الإعلام والتقنية
- 51..... إدارة الإعلام والموارد
- 51..... قسم الموارد
- 52..... قسم العلاقات العامة

56.....	إدارة العلاقات العامة والإعلام
69.....	قسم النشر الإلكتروني:
71.....	هيئة شؤون الإعلام
76.....	إنشاء وتنظيم هيئة شؤون الإعلام
78.....	إدارة الإعلام
80.....	إدارة الإعلام والعلاقات العامة
80.....	وحدات القسم
80.....	إدارة القسم ومدير القسم
81.....	واجبات القسم:-
85.....	قسم الإعلام
85.....	مهام القسم
86.....	اللجان الفرعية بقسم الإعلام
91.....	تاريخ الإدارة والهيكل التنظيمي
91.....	مراقبة الإنتاج والتنسيق الإعلامي
92.....	مراقبة الدراسات والتسويق الإعلامي
92.....	قسم الدراسات والبحوث الإعلامي
97.....	إدارة الإعلام الديني
100.....	ماهية إدارة الإعلام الديني والهدف الذي تسعى إلى تحقيقه
101.....	الأهداف التي أنشأت من أجلها الإدارة
102.....	مشروع نفائس القيمي لتعزيز العبادات
104.....	الإنجازات الإعلامية التي حققتها إدارة الإعلام الديني
105.....	مهام إدارة الإعلام
105.....	إدارة الإعلام و النشر
108.....	من أهم المشروعات في مجال الإعلام:

109.....	إدارة الإعلام الإلكتروني
110.....	تعريف بإدارة شؤون الإعلام
111.....	مهام إدارة شؤون الإعلام
112.....	المنظمات غير الحكومية وإدارة شؤون الإعلام
122.....	إدارة المؤسسات الإعلامية
124.....	أولا / الأهداف :
124.....	أهداف إستراتيجية طويلة الأجل :
125.....	ثانيا / كادر المؤسسة من موظفين وعمال :
126.....	ثالثا / رأس المال (التمويل) :
127.....	رابعا / المقر ومشتملاته من آلات ومعدات :
127.....	خامسا / نشاط المؤسسة :
131.....	مؤثرات على إدارة المؤسسات الإعلامية :
132.....	أولا : حق الدولة في منح الترخيص وسحبه والإشراف المباشر :
133.....	ثانيا : السيطرة الاقتصادية من خلال الإعلان وامتلاك وسائل الإعلام
134.....	ثالثا : القوانين واللوائح المنظمة للإعلام
135.....	رابعا : الضغوط الاجتماعية
136.....	خامسا : الضغوط السياسية الخارجية
141.....	مسئوليات رئيس مجلس الإدارة في المؤسسة الإعلامية
141.....	مسئوليات رئيس التحرير
142.....	مسئوليات مدير التحرير
144.....	تعريف مفهوم الإعلام
144.....	مفهوم مصطلح الإعلام
145.....	التعريف العام للإعلام
146.....	الإعلام ولغة الحضارة

151	الإعلام والتنمية .....
151	مفهوم التخطيط الإعلامي .....
153	كيف يتم تحديد الإستراتيجية؟ .....
155	ماهية الاتصال .....
155	مفهوم الاتصال .....
155	أركان الاتصال وأهدافه .....
157	أهمية وسائل الإعلام في العالم .....
158	أولاً : التثقيف العام وتكوين الآراء والاتجاهات .....
159	ثانياً : التعليم الشعبي العام المفتوح .....
160	ثالثاً : توثيق المعلومات والبيانات .....
160	رابعاً : بث ونقل الشعائر الدينية .....
160	خامساً : التسلية والإمتاع والترفيه .....
161	سادساً : الرقابة العامة .....
162	سابعاً : التنمية الاقتصادية والإعلانات التجارية .....
163	ثامناً : بناء العلاقات العامة .....
165	هل تسوّق وسائل الإعلام العربية .....
165	المصلحات والمفاهيم الإسرائيلية ؟ وكيف ؟ .....
165	بروز مصطلح الشرق الأوسط: .....
167	كيف نشأت وتطورت وسائل الإعلام .....