

مفاهيم جديدة

في العلاقات العامّة

د. فهمي محمد العدوي



دار أسماء

الفهرس

المحتويات	الصفحة
الفهرس - - - - -	٣
المقدمة - - - - -	١١

الفصل الأول

العلاقات العامة	١٣
مدخل - - - - -	١٤
مفهوم العلاقات العامة - - - - -	١٥
تعريف العلاقات العامة - - - - -	١٧
أهم خصائص العلاقات العامة - - - - -	٢٩
أهمية العلاقات العامة - - - - -	٣٠
العلاقة بين علم العلاقات العامة والعلوم المرتبطة بها - - - - -	٣٣
العلاقة بين العلاقات العامة والاتصال Communication - - - - -	٣٣
العلاقة بين العلاقات العامة والإدارة Management - - - - -	٣٣
العلاقة بين العلاقات العامة والإعلام Information - - - - -	٣٤
العلاقة بين العلاقات العامة والصحافة Journalism - - - - -	٣٥
العلاقة بين العلاقات العامة والتسويق Marketing - - - - -	٣٥
العلاقة بين العلاقات العامة والإعلان Advertising - - - - -	٣٦
العلاقة بين العلاقات العامة والدعاية Propaganda - - - - -	٣٧
العلاقة بين العلاقات العامة والرأي العام Public Opinion - - - - -	٣٨
العلاقة بين العلاقات العامة وعلم النفس Sciology - - - - -	٣٨
العلاقة بين العلاقات العامة وعلم الاجتماع Sociology - - - - -	٣٩
العلاقة بين العلاقات العامة والتنمية - - - - -	٣٩
الفرق بين العلاقات العامة والدعاية - - - - -	٣٩
الفرق بين العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية - - - - -	٤٠
الفرق بين العلاقات العامة والشؤون العامة - - - - -	٤١
الأسباب التي أدت إلى نشوء العلاقات العامة - - - - -	٤٢

الفصل الثاني

٤٣ تطور العلاقات العامة

٤٤	- - - - -	التطور التاريخي للعلاقات العامة
٤٥	- - - - -	١- العلاقات العامة عند قدماء المصريين
٤٥	- - - - -	٢- العلاقات العامة عند بابل وآشور
٤٦	- - - - -	٣- العلاقات العامة عند اليونان والرومان
٤٦	- - - - -	٤- العلاقات العامة في الإسلام
٤٧	- - - - -	العلاقات العامة بعد ظهور الإسلام
٤٩	- - - - -	العلاقات العامة وأخلاقيات الدبلوماسية العربية الإسلامية
٥٤	- - - - -	العلاقات العامة في العصور الوسطى
٥٤	- - - - -	العلاقات العامة في العصور الحديثة

الفصل الثالث

٥٧ وظائف العلاقات العامة

٥٩	- - - - -	التوعية العامة
٦٠	- - - - -	كسب أعضاء جدد
٦٠	- - - - -	كسب التأييد
٦٠	- - - - -	تنمية الموارد المالية
٦٠	- - - - -	واقعية أعمال المنظمة
٦٠	- - - - -	خلق علاقات طيبة مع الجمهور
٦١	- - - - -	أهداف العلاقات العامة
٦٩	- - - - -	فلسفة العلاقات العامة
٧٤	- - - - -	أنشطة العلاقات العامة

الفصل الرابع

٧٧ نشاطات العلاقات العامة

٨١	- - - - -	برامج العلاقات العامة في المؤسسات
٨٤	- - - - -	كيف تكسب ثقة الجمهور
٨٤	- - - - -	رأي الجمهور في حقل العلاقات العامة
٨٤	- - - - -	الرأي الفردي
٨٥	- - - - -	الرأي الجماعي
٨٧	- - - - -	كيف تكسب رأي الجمهور

٨٨	- - - - -	النماذج الخاصة بممارسة العلاقات العامة
٩٤	- - - - -	نماذج ممارسة العلاقات العامة في المنظمات المختلفة
٩٥	- - - - -	النظريات المرتبطة بممارسة العلاقات العامة -
٩٥	- - - - -	التيارات المدارس الفكرية التي اهتمت بالمنظمة -
٩٦	- - - - -	النظريات المرتبطة بالعلاقات العامة -
٩٦	- - - - -	١- نظرية النظم -
٩٨	- - - - -	٢- النظرية الموقفية -
٩٨	- - - - -	٣- نظرية الحوار -

الفصل الخامس

١١ صناعة العلاقات العامة

١٠٥	- - - - -	جوهر عمل العلاقات العامة
١٠٨	- - - - -	اختلاف الأنظمة القائمة عليها
١١٢	- - - - -	العلاقات العامة والجمهور
١١٢	- - - - -	أولاً- العلاقات العامة والجمهور الداخلي للمؤسسة
١١٣	- - - - -	أهمية العلاقات مع العاملين
١١٤	- - - - -	الثقة المتبادلة بين الإدارة والأفراد
١١٦	- - - - -	أهمية الاتصال بالجمهور الداخلي
١١٦	- - - - -	موقف مسؤول العلاقات العامة من إدارة الأفراد
١١٧	- - - - -	وسائل الاتصال بالجمهور الداخلي
١١٨	- - - - -	أنواع الجمهور الداخلي
١١٨	- - - - -	١- المؤسسون -
١١٩	- - - - -	٢- المساهمون -
١١٩	- - - - -	٣- العاملون -
١٢٠	- - - - -	العلاقة بين العلاقات العامة والإدارة العليا -
١٢١	- - - - -	أولاً- توقعات الإدارة من العاملين في العلاقات العامة
١٢١	- - - - -	ثانياً- توقعات العاملين في العلاقات العامة من الإدارة العليا
١٢١	- - - - -	ثالثاً- العلاقات العامة والجمهور الخارجي للمؤسسة
١٢٢	- - - - -	وسائل الاتصال مع العملاء
١٢٤	- - - - -	أهداف العلاقات العامة مع الحكومة

١٢٧	- - - - -	من أين تبدأ العلاقات العامة؟
١٢٩	- - - - -	خطوات إعداد خطة العلاقات العامة للمؤسسة

الفصل السادس

١٣٣ خطائص ومبادئ وأخلاقيات العلاقات العامة

١٣٤	- - - - -	خصائص العلاقات العامة -
١٣٦	- - - - -	مبادئ مهنة العلاقات العامة -
١٣٩	- - - - -	أخلاقيات مهنة العلاقات العامة -
١٤٢	- - - - -	أخلاقيات العلاقات العامة مع وسائل الإعلام -
١٤٥	- - - - -	الدستور الأخلاقي لمهنة العلاقات العامة -
١٤٧	- - - - -	أسس وركائز العلاقات العامة الناجحة -

الفصل السابع

١٥١ العاملون في جهاز العلاقات العامة

١٥٢	- - - - -	مهام رئيس قسم العلاقات العامة -
١٥٢	- - - - -	الوصف الوظيفي لمدير العلاقات العامة -
١٥٤	- - - - -	الغرض الرئيسي من الوظيفة -
١٥٤	- - - - -	الواجبات والمسؤوليات -
١٥٦	- - - - -	المهام الرئيسية -
١٥٧	- - - - -	المهارات المطلوبة -
١٥٧	- - - - -	المواد والمعدات والأدوات المستخدمة -
١٥٧	- - - - -	ظروف العمل -
١٥٧	- - - - -	شروط مثالية لمدير العلاقات العامة الناجح -
١٦١	- - - - -	ثانياً - الوصف الوظيفي لموظفي العلاقات العامة -
١٦١	- - - - -	المهام الرئيسية لموظف العلاقات العامة -
١٦٢	- - - - -	ثالثاً - الصفات والخصائص التي يجب أن يتصف بها العاملين في العلاقات العامة -
١٦٤	- - - - -	مؤهلات موظف العلاقات العامة -
١٦٤	- - - - -	الصفات الشخصية -
١٦٥	- - - - -	قوة الشخصية -
١٦٥	- - - - -	اللياقة -
١٦٥	- - - - -	الموضوعية -

١٦٥	- - - - -	حب الاستطلاع
١٦٥	- - - - -	الخيال الخصب
١٦٥	- - - - -	قابلية التنظيم
١٦٦	- - - - -	الشجاعة
١٦٦	- - - - -	الحس الفني
١٦٦	- - - - -	قدرة المثابرة والاحتمال
١٦٦	- - - - -	الإعداد العلمي
١٦٦	- - - - -	اللغة
١٦٦	- - - - -	الخبرة الصحفية والكتابة
١٦٦	- - - - -	علم النفس
١٦٧	- - - - -	علم الاجتماع
١٦٧	- - - - -	الإدارة والاقتصاد
١٦٧	- - - - -	الإحصاء وأصول البحث
١٦٧	- - - - -	صفات أخصائي العلاقات العامة
١٦٧	- - - - -	الشروط الموروثة
١٦٨	- - - - -	الشروط التعليمية
١٦٨	- - - - -	الشروط المكتسبة
١٧٤	- - - - -	مبادئ التفاوض
١٧٥	- - - - -	المجالات التي يعمل فيها خبراء العلاقات العامة
١٧٧	- - - - -	مسؤوليات العلاقات العامة هل هي وظيفية

الفصل الثامن

١٧٩ البحث في العلاقات العامة

١٨٠	- - - - -	تعريف البحث
١٨٠	- - - - -	أنواع بحوث العلاقات العامة
١٨٣	- - - - -	أهمية البحث في مجال العلاقات العامة
١٨٣	- - - - -	أهداف البحث
١٨٤	- - - - -	خطوات إعداد البحث
١٨٥	- - - - -	تنظيم إدارة العلاقات العامة
١٨٧	- - - - -	هيكل التنظيم الأمريكي لإدارة العلاقات العامة

١٨٨	- - - - -	أهمية التنظيم في عمل العلاقات العامة -
١٨٩	- - - - -	الأسس والمبادئ -
١٨٩	- - - - -	أدوات التنظيم -
١٩٠	- - - - -	التنظيم الإداري للعلاقات العامة -
١٩١	- - - - -	موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة -
١٩٢	- - - - -	عوامل تحديد المستوى والشكل التنظيمي للعلاقات العامة -
١٩٤	- - - - -	التنظيم الداخلي للعلاقات العامة -
١٩٦	- - - - -	أولاً - الخطوات الإجرائية للتنظيم الداخلي لأجهزة العلاقات العامة -
١٩٧	- - - - -	ثانياً - أساليب تنظيم إدارة العلاقات العامة -
٢٠٠	- - - - -	بعض خصائص الهياكل التنظيمية -
٢٠١	- - - - -	المحددات التنظيمية للعلاقات العامة -
٢٠٢	- - - - -	التخطيط في العلاقات العامة -
٢٠٤	- - - - -	أهمية التخطيط -
٢٠٤	- - - - -	مزايا عملية التخطيط في العلاقات العامة -
٢٠٥	- - - - -	متطلبات عملية التخطيط -
٢٠٥	- - - - -	أنواع التخطيط -
٢٠٧	- - - - -	أنواع الخطط -
٢٠٨	- - - - -	مراحل التخطيط -
٢١٣	- - - - -	إعداد خطة العلاقات العامة -
٢١٤	- - - - -	عوامل نجاح الخطة في العلاقات العامة -
٢١٥	- - - - -	التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة والإعلام -
٢١٥	- - - - -	عناصر التخطيط الاستراتيجي الناجح لنشاط العلاقات العامة والإعلام -
٢١٦	- - - - -	خطوات التخطيط لنشاط العلاقات العامة والإعلام -
٢١٦	- - - - -	فوائد التخطيط الاستراتيجي لأنشطة العلاقات العامة والإعلام -
٢١٦	- - - - -	مدخلات التخطيط للعلاقات العامة والإعلام -
٢١٦	- - - - -	خطوات التخطيط لأنشطة العلاقات العامة والإعلام -
٢١٧	- - - - -	قواعد نجاح التخطيط الاستراتيجي لأنشطة العلاقات العامة والإعلام -
٢١٧	- - - - -	عناصر نجاح تخطيط برنامج العلاقات العامة والإعلام -
٢١٧	- - - - -	التخطيط الاستراتيجي -
٢١٩	- - - - -	أساليب إعداد الخطط الإستراتيجية -

٢٢٥	- - - - -	الاتصال في العلاقات العامة
٢٢٨	- - - - -	مفاهيم عن الاتصال
٢٢٩	- - - - -	متطلبات تنفيذ عملية الاتصال
٢٢٩	- - - - -	متطلبات عملية - - - - -
٢٢٩	- - - - -	متطلبات شخصية - - - - -
٢٣٠	- - - - -	أساليب الاتصال في العلاقات العامة
٢٣٠	- - - - -	أولاً - الاتصالات الشفهية - - - - -
٢٣١	- - - - -	ثانياً - الاتصالات بالجماعات الصغيرة - - - - -
٢٣١	- - - - -	ثالثاً - الاتصال بالجماعات الكبيرة - - - - -
٢٣٣	- - - - -	التقويم والتقييم في العلاقات العامة - - - - -
٢٣٥	- - - - -	السلبات ونقاط الضعف المحتملة في تقويم نشاطات العلاقات العامة - - - - -
٢٣٦	- - - - -	أساليب التقويم - - - - -
٢٣٦	- - - - -	استخدام قائمة الفحص لتقييم جهود العلاقات العامة - - - - -
٢٣٧	- - - - -	توقيت عملية التقويم - - - - -
٢٣٧	- - - - -	نماذج التقويم - - - - -

الفصل التاسع

٢٤١ كيف نضع برنامجاً للعلاقات العامة ونقيمه

٢٤٢	- - - - -	أولاً - مقدمة البرنامج - - - - -
٢٤٣	- - - - -	ثانياً - خطة تصميم ووضع البرنامج - - - - -
٢٤٣	- - - - -	ثالثاً - إعداد البرنامج - - - - -
٢٤٤	- - - - -	رابعاً - تنفيذ البرنامج - - - - -
٢٤٥	- - - - -	خامساً - تقييم عمليات تنفيذ البرنامج - - - - -
٢٤٦	- - - - -	دور موظف العلاقات العامة في وضع البرامج - - - - -
٢٤٧	- - - - -	إستراتيجية حملة العلاقات العامة - - - - -
٢٥١	- - - - -	الخطوات الرئيسية لتصميم حملة إعلامية - - - - -

الفصل العاشر

٢٥٣ العلاقات العامة وإدارة الأزمات

٢٥٤	- - - - -	قبل الأزمة - - - - -
٢٥٥	- - - - -	خلال الأزمة - - - - -

٢٥٦	- - - - -	وضع المخططات موضع التنفيذ
٢٥٧	- - - - -	إدارة الإعلام
٢٥٨	- - - - -	الاهتمام بالموظفين
٢٥٨	- - - - -	بعد الأزمة
٢٥٨	- - - - -	العدل وتحقيق الحلول المرضية في إدارة القضايا والمشكلات
٢٦٠	- - - - -	دور العلاقات العامة في ترشيد القرارات الإدارية
٢٦١	- - - - -	دور العلاقات العامة في تشكيل صورة رجال الأعمال

الفصل الحادي عشر

٢٦٣ العلاقات العامة من منظور مثالي

٢٦٤	- - - - -	١ - فكرة العلاقات العامة
٢٦٤	- - - - -	٢ - عمل العلاقات العامة
٢٦٥	- - - - -	٣ - مفهوم العلاقات العامة
٢٦٦	- - - - -	٤ - وظيفة العلاقات العامة
٢٦٦	- - - - -	٥ - مهام وظائف العلاقات العامة
٢٦٧	- - - - -	٦ - أهداف العلاقات العامة
٢٦٨	- - - - -	أغراض العلاقات العامة
٢٦٩	- - - - -	الأخطاء الأكثر شيوعاً في العلاقات العامة
٢٧٠	- - - - -	بعض المفاهيم والأخطاء التي تلتصق بمهنة العلاقات العامة
٢٧١	- - - - -	العلاقات العامة والصورة الذهنية
٢٧٢	- - - - -	تعريف الصورة الذهنية
٢٧٣	- - - - -	أهمية الصورة الذهنية للمنظمات

الفصل الثاني عشر

٢٧٥ الآفاق المستقبلية

٢٧٥	- - - - -	لوظيفة العلاقات العامة
٢٧٩	- - - - -	العلاقات العامة والتغيرات في العالم المعاصر
٢٨٢	- - - - -	التقدم التكنولوجي والعلاقات العامة
٢٨٢	- - - - -	استخدامات شبكة الإنترنت في مجال العلاقات العامة
٢٨٥	- - - - -	المراجع