جامعة بغداد/ كلية الإعلام — اسئلة الامتحانات النهائية — المادة: ادارة العلاقات العامة

القسم: العلاقات العامة — للعام الدراسي 2022/ 2023 — الزمن: ثلاث ساعات

المرحلة: الثالثة — الدور الاول نموذج (1)

ملحوظة : اجب عن اربعة اسئلة فقط :

س1:ما المواصفات الواجب توافرها لدى الافراد المسؤولين على قيادة نشاط العلاقات العامة؟ (15 درجة)

س2:ان نجاح اي نشاط من انشطة العلاقات العامة في اي مؤسسة لا يمكن ان يتحقق الا بوجود مجموعة من المقومات التي ينبغي مراعاتها عند التخطيط لأي نشاط وادارته بشكل صحيح، بينّها بالشرح مع الامثلة ؟ (15 درجة)

س3:تستعين ادارة العلاقات العامة عند تنفيذ خطتها بالعديد من اساليب الاتصال الشخصي(وجهاً لوجه) لنقل رسالة ما الى الجمهور، اذكرها بالتفصيل؟ (15 درجة)

س4: ما الاستراتيجيات التي تستخدمها العلاقات العامة عند التخطيط لأنشطتها لتحقيق اهدافه، عددها واشرح اربعة منها مع ذكر الامثلة المناسبة لكل استراتيجية ؟ (15 درجة)

س5:ناقش/ي العبارة الآتية: (أنَّ نجاح اي تنظيم للعلاقات العامة في أي مؤسسة يتوقف الى حد كبير على درجة نجاح الهيكل التنظيمي اي كفاءته في توظيف الموارد المتاحة وصولاً الى الفاعلية في تحقيق الاهداف)؟ (15 درجة)

تمنياتنا لكم النجاح

رئيس القسم

أ.د. محمد عبد حسن

استاذ المادة

م.د. زينة عبد الخالق

جامعة بغداد/ كلية الإعلام
القسم: العلاقات العامة

اسئلة الامتحانات النهائية
للعام الدراسي ٢٠٢٢/ ٢٠٢٣
الدور الاول

المادة: ادارة العلاقات العامة
المرحلة: الثالثة
الزمن: ثلاث ساعات

ملحوظة : اجب عن اربعة اسئلة فقط :

س١: ما المواصفات الواجب توافرها لدى الافراد المسؤولين على قيادة نشاط العلاقات العامة؟ (١٥ درجة)

١. ان تتوافر لديهم القدرة الادارية. اي القدرة على الاشراف على نشاط العلاقات العامة وتوجيه الخبراء .

٢. القدرة على رسم الخطط الكفيلة بتحقيق نشاط العلاقات العامة، وبذا يكفل حسن تنسيق وتنظيم النشاط .

٣. القدرة على اختيار وسائل الاتصال الانسب في الوصول الى الجماهير واختيار الزمن المناسب لتنفيذ النشاط .

٤.قوة الشخصية والشجاعة الادبية التي تمكنهم من عرض آرائهم ومقترحاتهم بصراحة وقوة

٥.اهمية ان تتوافر لديهم القدرة التحليلية، وكذا القدرة على التصور والابداع بما يمكنهم من الاشراف على اعداد الابحاث والبرامج والدراسات الخاصة بنشاط العلاقات العامة، والتي تكفل تكوين، وكذلك المحافظة على صورة ذهنية جيدة للمنظمة لدى جماهيرها.

٦.يتسم القائد الاداري بالحلم والصبر والتفاهم وحسن المعاملة والمهارة الشخصية وهي صفات انسانية حميدة تجعل من القائد قدوة للمرؤوسين ومثالاً لهم.

٧.يتصف القائد الاداري بالمعرفة والخبرة الادارية والفنية التي يجب توافرها كي يستطيع اداء دوره بشكل متكامل وفعال، وتدور هذه الصفة في اطار تعلم المبادئ النظرية والعلمية اللازمة ثم يضيف اليها الخبرة والممارسة الميدانية.

٨. يختص القائد الاداري بالقرارات الجوهرية ذات المدى الزمني البعيد والتي يتأثر بها كل اطراف بيئة المنظمة الداخلية والخارجية.

س٢: ان نجاح اي نشاط من انشطة العلاقات العامة في اي مؤسسة لا يمكن ان يتحقق الا بوجود مجموعة من المقومات التي ينبغي مراعاتها عند التخطيط لأي نشاط وادارته بشكل صحيح، بينّها بالشرح مع الامثلة ؟ (١٥ درجة)

١. تحديد الإطار الزمني للخطة على وفق اوضاع ونوعية الأهداف المطلوب تحقيقها قد يكون (ثلاثة أو خمسة أعوام)، والتي تُعدّ حلقة اساسية من حلقات تنفيذ الخطة.

٢. توفر بيانات دقيقة ومعلومات اساسية يعتمد عليها التخطيط، وتبنى عليها تصرفات صحيحة، وتنبؤات صادقة، فدقة البيانات وصحتها عن الموارد والامكانيات البشرية والمادية تؤدي الى تحديد اهداف واقعية.

٣. تحديد الأهداف التي سيتم التوصل اليها، وليس الواجب الوصول اليها، الامر الذي يتنافى مع عملية التخطيط، وأي نشاط يتم داخل هذه الخطة له هدف محدد يرتبط بالنفع والفائدة التي تعود على المؤسسة والجمهور التي تستهدفها خطه العلاقات العامة.

٤. تحديد وسائل الاتصال بالمؤسسة سواء أكانت (الداخليه أم الخارجيه) للوصول الى هذه الأهداف استرشاداً بالاستخدام الامثل لامكانيات المتاحه، فإعلام الجمهور عن انشطه وانجازات هيأه الاعلام والاتصالات عن طريق استخدام التلفاز والمعارض، إذ ان من أسباب فشل تخطيط العلاقات العامة هو : استخدام وسائل اتصال غير مناسبة لإعلام الجمهور الذي تهتم به المؤسسه كاستخدام الملصقات والمطبوعات لجمهور ترتفع فيه نسبة الامية .

٥. مشاركة المعنيين جميعهم في تنفيذ الخطة، وصياغة ورسم تفصيلاتها، إذ انهم ادرى من الآخرين فيما يواجه الخطة من مشكلات عند تنفيذ الخطة.

س٣: تستعين ادارة العلاقات العامة عند تنفيذ خطتها بالعديد من اساليب الاتصال الشخصي (وجهاً لوجه) لنقل رسالة ما الى الجمهور، اذكرها بالتفصيل؟ **(١٥ درجة)**

١. الاحتفالات: بهدف اقامة صلات طيبة مع الجمهور سواء من افراد المنظمة ام من الجماهير الخارجية ، وتنظم في مناسبات معينة خاصة بالمنظمة او بالمجتمع المحيط.

٢. المسابقات: تشمل اقامة المسابقات ودعوة الجمهور للمشاركة فيها، او رعاية وتمويل مسابقة عامة عن طريق تقديم الجوائز والهدايا.

٣. خدمة المجتمع: ان تسهم المنظمة في خدمة المجتمع الذي تنشط فيه مثل الجمعيات التعاونية او المدارس او دور الايتام او دور المسنين او دور حضانة الاطفال

٤. الزيارات الميدانية: ان تكون دعوة جماهير المنظمة الخارجية لزيارتها والاطلاع على انشطتها، او قيام بعض موظفي العلاقات العامة بزيارة المؤسسات الاخرى في المجتمع او زيارة الموظفين في المناسبات الاجتماعية.

٥.المعارض: تهدف الى التعريف بنتاجات المنظمة وانشطتها والخدمات التي تقوم بها، وتأخذ شكلين الاول معارض تنظمها المنظمة والثاني المشاركة في معارض نوعية او عامة محلية او دولية.

٦. الندوات والمؤتمرات: اذ تقوم ادارة العلاقات العامة في المنظمة بتنظيم الاجتماعات والندوات والمؤتمرات التي يتم فيها تبادل وجهات النظر وتدعيم العلاقات بين المنظمة وجماهيرها من جهة وبين المنظمة والمنظمات الاخرى.

٧.المؤتمرات الصحفية: تمتاز بأنها اسرع اسلوب لنشر معلومة ما، ويتم اللجوء اليها ابان الازمات او الاحداث المهمة في حياة المنظمة.

س٤: ما الاستراتيجيات التي تستخدمها العلاقات العامة عند التخطيط لأنشطتها لتحقيق اهدافه، عددها واشرح اربعة منها مع ذكر الامثلة المناسبة لكل استراتيجية ؟ (١٥ درجة)

هنالك سبعة استراتيجيات للعلاقات العامة،وهي (استراتيجية التريث وعدم التورط، استراتيجية التوقيت، استراتيجية التركيز، استراتيجية المفاجأة، استراتيجية المشاركة، استراتيجية ملتقى الطرق، استراتيجية الاختفاء).

١. استراتيجية التريث وعدم التورط: وتعني: عدم الاستجابه لمحاولات جر المؤسسة الى معارك يستفيد منها غيره، فقد تكون حملات كيديه لإثاره الغبار حول المؤسسة في صحيفه معينه، وقد يفضل في بعض الاحيان ان يكون الرد ايجابياً يتمثل ببعض الافعال او المعلومات التي تقدم للجمهور بأي وسيله من وسائل الاتصال، ويكون ذكرها بذاته نفياً لما أثير حولها، ومنها: عندما تتعرض هيأه الاعلام والاتصال الى حمله كيديه عن طريق وسائل الاعلام، وخصوصاً بتعاملها مع القنوات الفضائيه بحكم اللوائح القانونيه التي تصدرها مؤسسة بحق هذه القنوات.

٢. استراتيجية التوقيت: وتعني اختيار التوقيتات المناسبة في توجيه الرسائل الاتصالية، لضمان الحصول على أكبر قدر ممكن من التأثير؛ لذا تقع على مسؤول العلاقات العامة اختيار التوقيت المناسب في تنفيذ الانشطة، ومن الضروري أن يكون هذا التوقيت مناسبا للجمهور المستهدف من الخطة، ومناسبا لطبيعة موضوع الخطة. ومنها: مناسبات الاعياد، والاحداث البارزة لرسم صورة طيبة وجيدة عن المؤسسة .

٣. استراتيجية التركيز : تطبق هذه الاستراتيجية في كثير من الاحيان في أوقات الحروب والمواقف الطارئة والأزمات التي تحتاج إلى اتخاذ قرارات وتحرك سريع من قبل ممارسي العلاقات العامة؛ لتوصيل مضمون المادة الاتصالية إلى الجماهير على اختلاف اماكن تواجدهم وفي اسرع ما يكون لمواجهة الأزمة.

٤. استراتيجية المفاجاة: تستخدم هذه الاستراتيجية عندما تكون هناك معلومة أو حدث مهم أكثر تاثيرا وحاسما، يدلي بها أحد المسؤولين في المؤسسة بهدف احداث التأثير في الجمهور وتحويل الانظار عن بعض المشكلات القائمة وتوجيه الاهتمام نحو الموقف الجديد.

س٥: ناقش/ش العبارة الآتية: (أنَّ نجاح اي تنظيم للعلاقات العامة في أي مؤسسة يتوقف الى حد كبير على درجة نجاح الهيكل التنظيمي اي كفاءته في توظيف الموارد المتاحة وصولاً الى الفاعلية في تحقيق الاهداف) ؟ (١٥ درجة)

يعد التنظيم من الاساليب المهمة في تحقيق اي نشاط من الانشطة الجماعية الهادفة، ولذلك لا يمكن للعلاقات العامة ان تحقق اهدافها ما لم تلتزم بأُسس التنظيم.

ويُعرف التنظيم بأنَه: "ترتيب الموارد المالية والبشرية والآلية والخبرات الفنية بأفضل طريقة تؤدي الى تحقيق الاهداف المرسومة بأقصر وقت، وباقل الجهود، والتكاليف".

يُعدّ توصيف الوظائف واحداً من الشروط الجوهرية لتحقيق مبدأ وضع الشخص المناسب في المكان المناسب، ثم الاستخدام الامثل للموارد البشرية، فالتوصيف يسهل التعريف بطبيعة العمل والتخصص المهني لكل دور وظيفي، وكذلك التعريف بالمؤهلات المطلوبة لإشغال الوظيفة ثم متابعة اداء شاغلها وتقويمه، لذا تكون العلاقات العامة بأمس الحاجة الى توصيف للوظائف يتناسب مع النشاط الذي تمارسه، والاهداف التي تسعى الى تحقيقها من هذا النشاط، وعليه يتوقف تحديد تلك الوظائف على معايير عدة، تتمثل بالأتي:

١. طبيعة وحجم ومجال عمل المنظمة واهمية وحجم الجماهير التي تتعامل معها.

٢. المناخ السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي تعمل فيه المنظمة.

٣. مدى ادراك الادارة العليا لمفهوم العلاقات العامة ومدى اقتناعهم بأهمية وقدرة تلك الادارة على انجاز الاعمال التي كُلفت بها.

٤. حجم الموارد المالية المتاحة او المتخصصة لإدارة العلاقات العامة.

الا انه يمكن القول انه مهما اختلفت الوظائف المحددة لإدارة العلاقات العامة من منظمة الى اخرى فان هنالك محوراً عاماً للاتفاق بين وظائف العلاقات العامة بصرف النظر على طبيعة المنظمة التي تعمل بها فأنها ينبغي ان تفسر للرأي العام واهتماماته واتجاهاته ومشكلاته للأدارة، وان تشرح للرأي العام اهداف المنظمة وسياساتها وانجازاتها وما تؤديه من خدمات

م.د. زينة عبد الخالق
استاذ المادة

أ.د. محمد عبد حسن
رئيس القسم