

المستوى: السنة أولى ماستر علم اجتماع تنظيم وعمل الموسم الجامعي: 2025 / 2026

المحاضرة 13: العلاقات العامة وإدارة سمعة المؤسسة وبناء هويتها

تمهيد:

تترابط العلاقات العامة وإدارة سمعة المؤسسة وبناء هويتها بشكل وثيق؛ حيث تعمل العلاقات العامة كأداة أساسية لبناء صورة ذهنية إيجابية، وإدارة السمعة، وتعزيز هوية المؤسسة لدى مختلف أصحاب المصلحة . ويشمل ذلك التواصل الفعال، وإدارة الأزمات، وبناء الثقة، وتحقيق رضا العملاء .

أولاً: دور العلاقات العامة في بناء هوية المؤسسة وسمعتها

- **التواصل الاستراتيجي:** تعمل العلاقات العامة كحلقة وصل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي، فتنقل رسالتها وقيمها بشكل فعال لجمهور واسع، بما في ذلك الموظفين والعملاء والشركاء والإعلام.
- **بناء صورة إيجابية:** تساهم في بناء صورة إيجابية وراسخة في أذهان الجمهور، مما يعزز الثقة ويدعم الهوية المؤسسية.
- **إدارة الأزمات:** تستخدم العلاقات العامة استراتيجيات اتصال مستمرة وشفافة، مثل البيانات الإخبارية والتحديثات، لإدارة الأزمات المحتملة، وتهدئة الأوضاع، وتعزيز ثقة الجمهور في قدرة المؤسسة على التعامل مع التحديات بمسؤولية.
- **تعزيز القيم والأخلاقيات:** تلعب دوراً في تعزيز القيم الأخلاقية داخل المؤسسة من خلال برامج التوعية والتواصل مع الموظفين، ونشر رسائل أخلاقية واضحة.
- **بناء الثقة والولاء:** من خلال التفاعل المستمر والشفاف، تسعى إلى بناء علاقة ثقة مع الجمهور، مما يؤدي إلى زيادة ولاء العملاء الحاليين وجذب عملاء جدد .

المستوى: السنة أولى ماستر علم اجتماع تنظيم وعمل الموسم الجامعي: 2025 / 2026

ثانيا: دور إدارة السمعة في دعم هوية المؤسسة

- **تحديد الهوية:** يساعد تقييم السمعة المؤسسية في تحديد كيفية نظر الجمهور إلى المؤسسة وما إذا كانت تتوافق مع صورتها المرغوبة، مما يسمح بتعديل الاستراتيجيات إذا لزم الأمر.
- **السمعة كرأس مال:** تعتبر السمعة جزءًا من رأس مال المؤسسة الرمزي، ويمكن أن تؤثر بشكل كبير على قدرتها على جذب الاستثمارات والمواهب وكسب رضا أصحاب المصلحة.
- **تحسين القيمة السوقية:** تساهم السمعة الطيبة في رفع القيمة السوقية للمؤسسة، حيث تجذب المزيد من المستثمرين وتعزز علامتها التجارية في السوق .

❖ خلاصة:

باختصار ، تعتبر العلاقات العامة وإدارة السمعة أدوات مترابطة ضرورية لبناء هوية مؤسسية قوية ومتماسكة. فالعلاقات العامة هي الأداة التي تستخدم لتوصيل الهوية، بينما إدارة السمعة هي العملية المستمرة التي تضمن أن تكون هذه الهوية إيجابية وموثوقة.