

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

المحاضرة 14: نماذج وتطبيقات عملية للعلاقات العامة في المؤسسة

تمهيد:

تتجسد نماذج وتطبيقات العلاقات العامة العملية في المؤسسة في بناء استراتيجيات اتصال فعالة، مثل نموذج RACE (البحث، تخطيط العمل، التواصل، التقييم) أو نماذج جرونج (المؤسسة الصحفية، الإعلام العام، النموذج غير المتماثل، النموذج المتماثل). وتتضمن التطبيقات العملية إدارة الأزمات، تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، تعزيز التواصل الداخلي والخارجي عبر وسائل مختلفة مثل النشرات الإخبارية والمؤتمرات والندوات، بالإضافة إلى بناء علاقات مستدامة مع مختلف الجماهير.

أولاً: نماذج العلاقات العامة

• نماذج جرونج:

- نموذج وكيل الصحافة/الدعاية :نموذج أحادي الاتجاه يركز على الإقناع دون الاهتمام بالدقة أو آراء الجمهور .
- نموذج الإعلام العام :نموذج أحادي الاتجاه يركز على نشر المعلومات بشكل موضوعي وصادق.
- النموذج غير المتماثل ثنائي الاتجاه :يتواصل مع الجمهور لفهم احتياجاتهم ولكنه لا يُعطي أهمية كبيرة لتغيير سياسات المؤسسة.
- النموذج المتماثل ثنائي الاتجاه :يتواصل مع الجمهور لفهم احتياجاتهم ويعمل على تغيير سياسات المؤسسة لتحقيق التفاهم المتبادل.

• نموذج: RACE:

- البحث: (Research) تحليل الوضع الحالي وتقييم الاحتياجات.
- تخطيط العمل: (Action Planning) تحديد الأهداف والرسائل وتطوير الاستراتيجيات.
- التواصل: (Communication) تنفيذ الخطط والاستراتيجيات عبر قنوات الاتصال المختلفة.
- التقييم: (Evaluation) قياس مدى نجاح الحملة وتقييم النتائج.

ثانياً: تطبيقات عملية للعلاقات العامة

• التواصل الداخلي:

- إصدار النشرات الدورية الداخلية أو المطبوعات الخاصة بالمؤسسة.
- تنظيم اجتماعات وورش عمل ومؤتمرات للتواصل بين الموظفين والإدارة.
- بث روح الفريق والتعاون لرفع الكفاءة الإنتاجية.

• التواصل الخارجي:

- بناء علاقات إيجابية مع وسائل الإعلام لضمان تغطية إعلامية جيدة.
- تنظيم المؤتمرات والندوات والمعارض لمشاركة المؤسسة في الفعاليات الهامة.
- إصدار البيانات الصحفية والتقارير السنوية والمطويات لتعريف الجمهور بالمؤسسة.

• إدارة الأزمات:

- تحليل وفهم رد فعل الجمهور تجاه سياسات المؤسسة وإيجاد حلول للمشكلات المحتملة.
- الاستعداد للأزمات المحتملة ووضع خطط للتصدي لها للحفاظ على سمعة المؤسسة وصورتها.

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

• **التواصل مع أصحاب المصلحة:**

- تطوير علاقات استراتيجية مع العملاء والمساهمين والمجتمع المحلي والجهات الحكومية.
- تحليل آراء الرأي العام تجاه المؤسسة ومحاولة التأثير عليها وتوجيهها بشكل إيجابي.

• **تحسين السمعة:**

- بناء سمعة جيدة وصورة ذهنية إيجابية للمؤسسة لدى الجماهير.
- استقطاب الكفاءات البشرية المتميزة من خلال صورة المؤسسة الجذابة .