



www.massira.jo

# إدارة العلاقات العامة وتنظيمها

الدكتورة  
منال هلال المزاهره



رقم التصنيف : 659.2  
المؤلف ومن هو في حكمه : منال هلال المزهرة  
عنوان الكتاب : إدارة العلاقات العامة وتنظيمها  
رقم الإيداع : 2014/4/1680  
الوصف : العلاقات العامة/ الإدارة  
بيانات النشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

## حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان- الأردن ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزئاً أو تسجيله على اشرطة كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated, reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base or retrieval system, without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2015م - 1436هـ

الطبعة الثانية 2019م - 1440هـ

الطبعة الثالثة 2025م - 1446هـ



## عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 6 5627049 + فاكس : 6 5627059 +962  
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 6 4640950 + فاكس : 6 4617640 +962  
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والخراج : دائرة الانتاج

www.massira.jo

# إدارة العلاقات العامة وتنظيمها

الدكتورة  
منال هلال المزاهرة



## الفهرس

19.....المقدمة

### الفصل الأول

#### العلاقات العامة: المفهوم والتعريف

- 27.....تعريف مفهوم العلاقات العامة
- 29.....تعريف العلاقات العامة في قاموس أكسفورد
- 29.....تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة لمفهوم العلاقات العامة
- 30.....التعريف الوارد في الشريعة المهنية لمستشاري العلاقات العامة
- 30.....التعريف المهني المتخصص للعلاقات العامة
- 31.....تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني
- 31.....جمعية العلاقات العامة العربية
- 33.....فوائد وجود إدارة خاصة للعلاقات العامة في المنظمات او المؤسسات
- 34.....أهمية العلاقات العامة
- 35.....المرتكزات الأساسية لمفهوم العلاقات العامة
- 36.....أهداف العلاقات العامة
- 40.....وظائف العلاقات العامة
- 42.....أولاً: الوظيفة الإعلامية
- 42.....ثانياً: الوظيفة الاتصالية
- 43.....ثالثاً: الوظيفة البحثية والاستشارية

44.....	رابعاً: وظيفة التخطيط
44.....	خامساً: وظيفة التقويم
45.....	سادساً: وظيفة الخدمات والشؤون العامة
52.....	خصائص وسمات وأسس العلاقات العامة
54.....	سمات العلاقات العامة
56.....	أسس العلاقات العامة الرئيسية
58.....	مراجع الفصل الأول

## الفصل الثاني

### تنظيم وهيكله إدارة العلاقات العامة

64.....	تعريف التنظيم
65.....	التنظيم أهميته وأهدافه
66.....	عناصر التنظيم
67.....	أدوات التنظيم
67.....	تنظيم إدارة العلاقات العامة
68.....	أهمية التنظيم لإدارة العلاقات العامة
69.....	خطوات تنظيم إدارة العلاقات العامة
70.....	مبادئ تنظيم إدارة العلاقات العامة
72.....	أشكال تنظيم نشاط العلاقات العامة بالمنظمات
72.....	بناء الجمهور
73.....	بناء العملية الإدارية
73.....	بناء العملية الاتصالية
73.....	الموقع التنظيمي

73.....	البناء النسقي التنظيمي الفرعي
73.....	النسق التنفيذي
75.....	موقع إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمنظمات والمؤسسات
75.....	نماذج المنظمات المعاصر
	العوامل المؤثرة في اختيار الشكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة في
80.....	المؤسسات أو المنظمات
83.....	المركزية واللامركزية في تنظيم إدارة العلاقات العامة
83.....	تعريف المركزية أو اللامركزية لأنشطة العلاقات العامة
83.....	مركزية السلطة
84.....	لا مركزية السلطة
86.....	مكانة إدارة العلاقات العامة
87.....	حجم إدارة العلاقات العامة
89.....	الهيكل التنظيمي الداخلي لإدارة العلاقات العامة
91.....	أساليب تنظيم عمل إدارة العلاقات العامة
93.....	تنظيم إدارة العلاقات العامة
94.....	صفات العاملين في إدارة العلاقات العامة
98.....	مخائص وسمات مدير العلاقات العامة
100.....	المعايير الأخلاقية التي يتوجب على العاملين بالعلاقات العامة الالتزام بها
102.....	مراجع الفصل الثاني

### الفصل الثالث

#### الاستشارة الخارجية لإدارة العلاقات العامة

107.....	مفهوم الاستشارة
----------	-----------------

109.....	الوظيفة الاستشارية في العلاقات العامة
112.....	تعريف الاستشارة الخارجية للعلاقات العامة
112.....	الوكالات الاستشارية في مجال العلاقات العامة
115.....	استعانة المنظمات والمؤسسات بالمستشار الخارجي
119.....	التكامل بين إدارة العلاقات العامة والمستشار الخارجي
121.....	إيجابيات وسلبيات الاستعانة بالمستشار الخارجي للعلاقات العامة
123.....	موقع المستشار الخارجي في الهيكل التنظيمي للمنظمات والمؤسسات
125.....	مراجع الفصل الثالث

## الفصل الرابع

### تخطيط برامج إدارة العلاقات العامة

132.....	تعريف التخطيط في العلاقات العامة
134.....	أهمية التخطيط في المنظمات أو المؤسسات
135.....	أهمية التخطيط لإدارة العلاقات العامة
136.....	أنواع التخطيط للعلاقات العامة
139.....	متطلبات عملية التخطيط
140.....	شروط التخطيط الجيد
141.....	تخطيط برامج وأنشطة العلاقات العامة
143.....	مراحل تخطيط برامج إدارة العلاقات العامة
143.....	أولاً: مرحلة الدراسة والإعداد ووضع الخطة وإقرارها
143.....	ثانياً: مرحلة تنفيذ الخطة
144.....	ثالثاً: مرحلة المتابعة وتقييم نتائج الخطة
145.....	مراحل التخطيط كما يراها ليفاين وكمان

145	أولاً: وضع المهمة والأهداف .....
145	ثانياً: الخلفية .....
145	ثالثاً: وضع الاستراتيجيات .....
145	رابعاً: تطوير خطة العمل .....
	المراحل الرئيسية لإعداد الخطط والتي يتفق الكثير من الباحثين والممارسين
146	حولها .....
146	تحديد أهداف برامج العلاقات العامة .....
147	تحديد الجمهور .....
	قيام إدارة العلاقات العامة بتحديد كل من الموارد البشرية والمالية والفنية
147	اللازمة لتنفيذ أنشطة العلاقات العامة .....
147	دراسة العوامل المؤثرة على وضع الخطة .....
148	تحديد الأنشطة والموضوعات .....
148	اختيار وتحديد الوسائل الإعلامية .....
148	تقويم برامج العلاقات العامة .....
151	القيام بوضع الخطة .....
151	تقديم مشروع الخطة .....
151	مرحلة تنفيذ الخطة .....
151	عوامل نجاح الخطة في العلاقات العامة .....
152	دور نشاط التخطيط مع بحوث العلاقات العامة .....
152	خطوات تخطيط العلاقات العامة .....
153	تحديد الأهداف .....
154	مرحلة إعداد ورسم الخطة .....
154	وظيفة الاتصال .....



- 155..... مزايا عملية التخطيط للعلاقات العامة  
157..... الصعوبات التي تواجه عملية تخطيط برامج إدارة العلاقات العامة  
161..... مراجع الفصل الرابع

### الفصل الخامس

#### التخطيط الاستراتيجي لإدارة العلاقات العامة

- 167..... نشأة وتطور مفهوم التخطيط الاستراتيجي  
169..... تعريف مفهوم التخطيط الاستراتيجي  
174..... أهمية التخطيط الاستراتيجي  
176..... مبررات التخطيط الإستراتيجي  
177..... مستويات التخطيط الاستراتيجي  
178..... مراحل التخطيط الاستراتيجي  
180..... سمات التخطيط الاستراتيجي  
180..... خصائص التخطيط الاستراتيجي  
181..... مستويات التخطيط الاستراتيجي  
182..... أولاً: الاستراتيجيات على مستوى المنظمة  
182..... ثانياً: الاستراتيجيات على مستوى الوحدات  
183..... ثالثاً: الاستراتيجيات الوصفية  
184..... التخطيط الاستراتيجي لإدارة العلاقات العامة  
185..... الاستراتيجيات التي يلجأ العاملون في العلاقات العامة إلى تنسيقها  
185..... إستراتيجية التركيز  
186..... إستراتيجية التوقيت  
186..... إستراتيجية التريث وعدم التورط

187.....	إستراتيجية المفاجأة.....
187.....	إستراتيجية المشاركة.....
188.....	إستراتيجية ملتقى الطرق.....
188.....	إستراتيجية الاختفاء.....
188.....	إستراتيجيات العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للمنظمات.....
190.....	خطوات إعداد إستراتيجية العلاقات العامة.....
191.....	تحديد الأهداف.....
192.....	الجمهور المستهدف.....
193.....	الوسائل والتقنيات الواجب الاعتماد عليها.....
193.....	تحديد الميزانية والوقت.....
194.....	النشاطات أو الخطوات العملية التي ينبغي إتباعها؟.....
196.....	مراجع الفصل الخامس.....

## الفصل السادس

### تقويم برامج العلاقات العامة

204.....	التقويم وتعريفاته.....
205.....	التعريف التجاري.....
205.....	تعريف يهتم بتقويم الفعالية.....
205.....	تعريف يُعنى بتقويم فعالية أهداف البرنامج.....
206.....	التقويم في العلاقات العامة.....
207.....	مجال تقويم العلاقات العامة.....
208.....	التغطية الجماهيرية.....
208.....	الاستجابة الجماهيرية.....

209.....	تأثير الاتصالات
209.....	عملية الإقناع
209.....	أهداف التقويم
211.....	وسائل وأدوات تقويم أنشطة وبرامج العلاقات العامة
212.....	الكلمة المكتوبة
212.....	دراسة اهتمامات القراء
213.....	دراسات الانقراطية أو القابلية للقراءة
214.....	بحوث جماهير الراديو والتلفزيون
215.....	قياس التأثير
217.....	مجالات تقويم برامج العلاقات العامة
218.....	مراحل تقويم برامج وأنشطة العلاقات العامة
219.....	أولاً: التقويم القبلي السابق على تنفيذ البرنامج
221.....	ثانياً : التقويم المرحلي أثناء تنفيذ البرامج
223.....	ثالثاً: التقويم النهائي بعد تنفيذ البرنامج
224.....	الصعوبات والمعوقات التي تواجه عملية تقويم برامج وأنشطة العلاقات العامة
229.....	مراجع الفصل السادس

### الفصل السابع

#### البرامج والحملات الإعلامية في إدارة العلاقات العامة

235.....	برامج العلاقات العامة
235.....	مفهوم برامج العلاقات العامة وتعريفه
238.....	دور إدارة العلاقات العامة في إعداد البرامج
240.....	أهمية برامج العلاقات العامة

- 241.....العوامل المؤثرة على برامج العلاقات العامة
- 241.....عوامل داخلية
- 241.....عوامل خارجية
- 242.....التخطيط لبرامج إدارة العلاقات العامة
- 242.....أسس تخطيط برامج العلاقات العامة
- 243.....البحث وجمع الحقائق والمعلومات
- 244.....التخطيط لبرامج العلاقات العامة
- 244.....الاتصال وتنفيذ البرامج الإعلامية
- 245.....تقييم البرامج الإعلامية
- 245.....تنفيذ البرامج
- 246.....أهمية التخطيط لبرامج وأنشطة العلاقات العامة
- 247.....إجراءات إعداد البرامج للعلاقات العامة
- 247.....أولاً: مرحلة إعداد الإطارات التخطيطية
- 250.....ثانياً: مرحلة تصميم البرنامج
- 252.....ثالثاً: مرحلة تنفيذ البرنامج
- 253.....رابعاً: مرحلة التقييم
- 253.....شروط نجاح برامج العلاقات العامة
- 256.....الأساليب المتبعة في تقويم برامج العلاقات العامة
- 257.....تخطيط الحملات الإعلامية للعلاقات العامة
- 259.....أنواع التخطيط
- 260.....عملية تخطيط حملات العلاقات العامة
- 261.....عناصر حملة العلاقات العامة
- 263.....مكونات خطة أو برنامج العلاقات العامة

263.....	تحديد وصياغة الأهداف الإستراتيجية
265.....	الأهداف الإستراتيجية أو (المفاهيمية)
265.....	الأهداف الإجرائية
267.....	الإستراتيجيات
267.....	التكتيكات
268.....	مراحل إعداد الحملات الإعلامية للعلاقات العامة
269.....	أولاً: دراسة الجمهور المستهدف
270.....	ثانياً: تحديد الأهداف الإعلامية
273.....	ثالثاً: اختيار الوسيلة الإعلانية وتحديد لها
273.....	رابعاً: تحديد مخصصات الحملات
274.....	خامساً: جدولة الحملة الإعلامية
274.....	سادساً: ابتكار الرسالة الإعلانية للحملة الإعلامية
275.....	سابعاً: تنفيذ الحملة الإعلامية
275.....	ثامناً: تقييم الحملة ونتائجها أو قياس فعالية الحملة
277.....	مراجع الفصل السابع

## الفصل الثامن

### العلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية للمؤسسة

284.....	تطور مفهوم الصورة الذهنية
286.....	مفهوم وتعريف الصورة الذهنية
287.....	مفهوم الصورة الذهنية
287.....	تعريف الصورة الذهنية لغويا
288.....	تعريف الصورة الذهنية اصطلاحاً

292.....	تكوين الصورة الذهنية .....
293.....	مصادر تكوين الصورة الذهنية.....
294.....	أنواع الصورة الذهنية .....
296.....	أهمية الصورة الذهنية وسمعتها للمنظمات .....
297.....	سمعة المنظمة.....
299.....	خصائص وسمات الصورة الذهنية.....
301.....	أبعاد ومكونات الصورة الذهنية .....
302.....	دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية .....
306.....	وظيفة العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية للمنظمات والمؤسسات .....
312.....	إدارة العلاقات العامة وتشكيل الصورة الذهنية للمنظمات أو المؤسسات .....
315.....	وسائل الإعلام والاتصال والصورة الذهنية .....
321.....	وظائف الإعلام المؤثرة في بناء الصورة الذهنية للمنظمات أو للمؤسسات.....
321.....	وظيفة التوجيه والتأثير .....
321.....	وظيفة دعم القيم والمبادئ الاجتماعية .....
322.....	الانتماء والولاء .....
322.....	وظيفة دعم الرفاهية الاقتصادية .....
322.....	وظيفة عرض المنجزات الحضارية .....
322.....	المراقبة وعرض الأحداث المختلفة بموضوعية .....
322.....	مجالات التأثير الإعلامي لبناء الصورة الذهنية .....
323.....	تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهورين (الداخلي والخارجي).....
	أولاً: تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور الداخلي/ موظفي إدارة
325.....	العلاقات العامة.....
327.....	ثانياً: تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي.....

330.....	تغيير الصورة الذهنية .....
330.....	إستراتيجيات الصورة الذهنية للمنظمات أو المؤسسات .....
334.....	مراجع الفصل الثامن.....

### الفصل التاسع

#### العلاقات العامة وإدارة الأزمات في المنظمات والمؤسسات

342.....	تعريف الأزمة .....
345.....	المفاهيم والمصطلحات المرتبطة بالأزمة.....
347.....	عوامل نشوء الأزمة .....
349.....	خصائص الأزمة .....
350.....	أنواع الأزمات.....
350.....	الأزمات المفاجئة.....
351.....	الأزمات المتراكمة.....
351.....	تصنيفات الأزمات .....
352.....	إدارة الأزمات .....
352.....	تعريف مفهوم إدارة الأزمة.....
353.....	متطلبات إدارة الأزمات .....
354.....	مراحل إدارة الأزمة .....
355.....	المراحل الرئيسية لحدوث الأزمة.....
355.....	سمات الأزمة .....
356.....	فريق إدارة الأزمة .....
358.....	مهام فريق إدارة الأزمات .....
358.....	الوضع التنظيمي لفريق إدارة الأزمة .....

- 359..... أسس اختيار أعضاء فريق إدارة الأزمة.
- 360..... خصائص فريق إدارة الأزمة.
- 361..... خصائص قائد فريق الأزمات
- 361..... مراحل عمل فريق إدارة الأزمات
- 362..... مهمة تدريب فريق إدارة الأزمة
- 363..... إدارة العلاقات العامة وإدارة الأزمات
- 364..... التداخل المهني بين العلاقات العامة وإدارة الأزمات
- 365..... جهود العلاقات العامة في مراحل الأزمات
- 365..... أولاً: إدارة العلاقات العامة ما قبل الأزمة
- 373..... ثانياً: إدارة العلاقات العامة أثناء الأزمة
- 378..... ثالثاً: دور إدارة العلاقات العامة ما بعد الأزمة
- 379..... رابعاً: دور إدارة العلاقات العامة في تقييم الأزمة
- 380..... مبادئ الاتصال أثناء الأزمة
- 384..... إدارة العلاقات العامة والتعامل مع وسائل الإعلام في إدارة الأزمات
- مبادئ عامة يجب إتباعها من قبل إدارة العلاقات العامة في علاقتها مع
- 387..... وسائل الإعلام
- 388..... أهداف العلاقات العامة من التعامل مع وسائل الإعلام
- 390..... عوامل نجاح إدارة الأزمات
- 391..... آثار الأزمة على المنظمة أو المؤسسة
- 393..... مراجع الفصل التاسع



**الفصل العاشر**

**بحوث العلاقات العامة**

400	تعريف بحوث العلاقات العامة
402	أهمية البحوث في العلاقات العامة
404	أهداف بحوث العلاقات العامة
406	أنواع بحوث العلاقات العامة
415	أهمية البحوث لمدير أو مسؤول إدارة العلاقات العامة
419	شروط فعالية البحوث
421	مراجع الفصل العاشر
423	المراجع