

المحاضرة الرابعة

مجالات العلاقات العامة:

مجالات العلاقات التجارية والتسويقية : تلعب العلاقات العامة دوراً أساسياً فيعمليات التسويق

والتوزيع للمنتجات التجارية وزيادة حجم المبيعات وأعدادالمستهلكين لها، كما تساعد

العلاقات العامة على إقامة علاقات إيجابية بينالجمهور الداخلي وبين إدارة المؤسسة.

- مجال النشاطات الحكومية والسياسية : تدرك معظم الحكومات والنظم السياسية الحديثة

ضرورة تحسين علاقتها بالجمهور وذلك عن طريق إنشاء مكاتب متخصصة في العلاقات

العامة في مختلف الدوائر الحكومية والسياسية لتعزيز الدور الوظيفي لهذه الهيئات وتوصيل

أهدافها إلى الجمهور إلى العام. كما تلعب العلاقات العامة دورا كبيرا في استقطاب

الجماهير والتأثير عليهم للحصول على تأييدهم وأصواتهم في الانتخابات،

فالعلاقات العامة هيحلقة وصل بين السياسيين وبين الجماهير.

- مجال الخدمات التعليمية والصحة: تهتم المؤسسات الخدمية بتحسين العلاقة مع جمهورها

لتحقيق التفاهم المشترك والمتبادل بين الطرفين وضمان المصالح المشتركة. فبالنسبة

لمؤسسات التعليم تساعد العلاقات العامة في تعزيز الثقة بين المؤسسات التربوية والقائمين

عليها وبين المشاركين في العملية التربوية والشركاء الاجتماعيين كأولياء الأمور وصانعي

القرارات وواضعي السياسات المحلية والجمعيات المهنية وجمعيات

أولاً: الأخبار :

أحد المهام الرئيسية لموظفي العلاقات العامة هي إيجاد أو خلق أخبار مفصلة عن المؤسسة ومنتجاتها وموظفيها وصياغة الخبر يتطلب مهارة في تطوير فكرة الخبر والبحث حوله ثم كتابته.

ثانياً الأحداث الخاصة

تستطيع المؤسسة جلب الانتباه للمنتجات الجديدة أو للنشاطات الأخرى لها من خلال تنظيم أحداث خاصة مناسبات" مثل المؤتمرات الصحفية، الندوات، المعارض المسابقات ... الخ.

ثالثاً : المطبوعات

تعتمد المؤسسة بشكل كبير على مواد الاتصال المطبوعة للوصول إلى المستهلكين المستهدفين، وتتضمن هذه المطبوعات التقارير السنوية، الكتيبات، المقالات، المقابلات التلفزيونية ... الخ.

رابعاً: نشاطات الخدمة العامة:

تستطيع الشركة أن تنمي علاقاتها الطيبة مع المجتمع، وذلك من خلال القيام بمسؤولياتها الاجتماعية اتجاه المجتمع الذي تعمل من أجله مثل المشاركة في النشاطات الاجتماعية التبرع بالدم مكافحة التدخين أو المخدرات، المحافظة على البيئة... الخ.

2 وسائل الاتصال في العلاقات العامة

تستخدم العلاقات العامة في ممارسة نشاطها الاتصالي وسائل الإعلام المختلفة، وأهمها وسائل الاتصال الجماهيري التي لا غنى لأية مؤسسة متحضرة عنها في الوقت الحاضر، وهي الصحف اليومية والمجلات والإذاعة والتلفزيون والفيلم السينمائي، كما تستخدم المؤسسات بعض وسائل الإعلام الخاصة التي تصدرها بنفسها كمجلة المؤسسة أو النشرة الإخبارية، وكالمعارض والحفلات والمهرجانات، وهناك وسائل الاتصال الشخصي كالخطابة والمحاضرات العامة ومكاتب الاستقبال وغيرها. بالإضافة إلى الانترنت والوسائط الحديثة للاتصال التي تتميز بالتفاعلية والالتزامية.

وتقسم وسائل الاتصال إلى ما يلي:

أولاً: الوسائل المباشرة:

مطبوعة بيداغوجية لمقياس العلاقات العامة.

سنة ثالثة اتصال

تعد الوسائل المباشرة للاتصال من أكثر الوسائل فاعلية وتأثيراً في الجماهير لأن الاتصال بين المرسل والمستقبل يكون عادة مباشراً، أي وجهاً لوجه، بمعنى أن ما يريد أن يقوله وما يريد أن يعيطه المرسل من انطباعه يتحقق في لحظات أو دقائق معدودة وبسرعة

