

الفصل الرابع

عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

الفصل الرابع

عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

تحقيقاً لأهداف البحث ووصولاً لوضع مقرر دراسي عن العلاقات العامة لطلاب كليات التربية الرياضية بالجامعات المصرية، وفي إطار المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات، تقدم الباحثة ما توصلت إليه من نتائج مصنفة على النحو التالي:

- أ- الوظائف التي يقوم بها العاملين بإدارة العلاقات العامة في المؤسسات عينة الدراسة.
- ب- تحليل المراجع المتخصصة في مجال العلاقات العامة.
- ج- تحليل محتوى مقرر العلاقات العامة في عينة من الكليات المتخصصة.
- أ - الوظائف التي يقوم بها العاملين بإدارة العلاقات العامة في المؤسسات عينة الدراسة.

جدول (١٠)

أراء عينة البحث نحو الوظائف الإدارية للعلاقات العامة (ن = ٤٠)

م	الوظائف	الدرجة المقدرة	النسبة %
مستوى الممارسة			
١-	إجراء الاتصالات المناسبة بين المؤسسة والهيئات المنفذة لسياساتها	١٩١	٩٥,٥
٢-	تنسيق جهود العاملين لتحقيق الهدف.	١٩٠	٩٥
٣-	إجراء البحوث بالمشكلات التي تتعرض لها.	١٨٨	٩٤
٤-	جمع البيانات اللازمة لوضع الخطط المختلفة بالمؤسسة.	١٨٥	٩٢,٥
٥-	توفير البيانات والمعلومات اللازمة لتدريب العاملين بالمؤسسة لرفع كفاءتهم لتحقيق الهدف.	١٥٧	٧٨,٥
٦-	توفير المعدلات الخاصة بالأداء.	١٠٣	٥١,٥
٧-	المساعدة في إجراء القياسات لاتخاذ قرارات تقويم الأداء.	٩١	٤٥,٥

من الجدول السابق يتضح ما يلي

نالت وظائف العلاقات العامة المرتبطة بالجانب الإداري درجات تتراوح نسبة أهميتها ما بين (٩٥,٥ % ، ٤٥,٥ %).

وفي حدود النسبة التي ارتضتها الباحثة لقبول الوظيفة وهي ٦٠% على الأقل يمكن استبعاد كل من وظيفتي

- توفير المعدلات الخاصة بالأداء .
- المساعدة في إجراء القياسات لاتخاذ قرارات تقويم الأداء لممارس الجانب الإداري للعلاقات العامة.

بينما تمثل وظائف

- إجراء الاتصالات المناسبة بين المؤسسة والهيئات المنفذة لسياستها.
 - تنسيق جهود العاملين لتحقيق الهدف.
 - إجراء البحوث للمشكلات التي تتعرض لها.
- أكثر وظائف العلاقات العامة أهمية وذلك وفقاً لأراء الممارسين العلاقات العامة بالمؤسسات حيث حصلت اى منها على أكثر من ٩٠ % .

وتتفق هذه النتائج مع ما أشارت إليه دراسات كلاً من إبراهيم إمام (٢) ١٩٦٨م وعلي عجوة (٦٩) ١٩٨٧م وممدوح بسيوني بيلي (١٠٦) ١٩٩١م إلى أن من أهم وظائف العلاقات العامة هي القيام بالدراسات والبحوث التي تهتم بتحليل الرأي العام لجمهور المؤسسة.

أما الدراسة التي قامت بها ليلي محمد صلاح (٧٨) ١٩٨٦م والتي استهدفت تقويم أنشطة العلاقات العامة في هيكلها التنظيمي إلى افتقار أهداف العلاقات العامة في بعض الوحدات محل الدراسة على تدعيم علاقتها بجمهورها الخارجي.

بينما تشير دراسة فرج حلمي الشناوي (٧٠) ١٩٨٤م إلى أن العلاقات العامة الناجحة تتم من خلال الاتصال مع الجمهور الداخلي أكثر منها مع الجمهور الخارجي حيث أوضحت نتائجه عن: عدم موافقة ٥٤% من إجمالي العينة المهنية والفئوية للعينة على نجاح العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي أهم من نجاحها مع الجمهور الخارجي.

وترجع الباحثة ذلك إلى أن الوظيفة الإدارية تعمل على تتبع الموقف والمعرفة إلى ما توصل إليه نشاط المؤسسة وأهمية دور العلاقات العامة. ووظيفة القيام بالبحوث والدراسات التي تهتم بتحليل الرأي العام لأعضاء المؤسسة فيما يرتبط بأنشطة المؤسسة. كانت أكثر أهمية وذلك وفقاً لأراء المسؤولين عن العلاقات العامة بالمؤسسة.

ويتفق العديد من المهتمين بالعلاقات العامة على أن وظيفة البحوث والدراسات العلمية التي تهتم بتحليل الرأي العام لأعضاء المؤسسة فيما يرتبط بأنشطتها تعد من الوظائف الهامة التي تدرس علاقة الجماهير الداخلية والخارجية.

جدول (١١)

آراء عينة البحث في الوظائف الخاصة بإيجاد وتدعيم الروابط الطبية بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى (ن = ٤٠)

م	الوظائف	الدرجة المقدرة	النسبة %
	مستوى الممارسة		
١-	تشجيع المشاركة المتبادلة بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى في أنشطتها في مختلف المناسبات	١٨٦	٩٣
٢-	تمثيل المؤسسة في استقبال وتوديع الزوار والخبراء ضيوف المؤسسة وتنفيذ البرامج	١٦٠	٨٠
٣-	المساعدة في الإجابة عن استفسارات الجمهور من خلال مكتب الاستعلامات	١٢٢	٦١
٤-	اقتراح سياسات للعمل بالمؤسسة	٦٠	٣٠

من الجدول السابق يتضح ما يلي

نالت وظائف العلاقات العامة المختصة بإيجاد وتدعيم الروابط الطبية بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى درجات تتراوح نسبة أهميتها ما بين (٩٣% ، ٣٠%).

وفي حدود النسبة التي إرتضاها الباحث لقبول الوظيفة وهي ٦٠% على الأقل يمكن استبعاد وظيفة

• اقتراح سياسات العمل بالمؤسسة لممارس العلاقات العامة.

بينما تمثل وظائف

• تشجيع المشاركة المتبادلة بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى في أنشطتها في مختلف المناسبات.

• تمثيل المؤسسة في استقبال وتوزيع الزوار والخبراء ضيوف المؤسسة وتنفيذ البرامج.

• المساعدة في الإجابة عن استفسارات الجمهور من خلال مكتب الإستعلامات.

الأكثر أهمية وفقاً لآراء الممارسين للعلاقات

قد نالت أعلى نسبة ممارسة في الوظائف المختصة بكسب ثقة العاملِي حيث نالت كل منهم على أكثر من ٦٠%

وترجع الباحثة انخفاض نسبة استخدام وظيفة إعلام العاملين بالمؤسسة عن أنشطتها من خلال إصدار كتيبات هو أن المستوى المادي للمؤسسة يكون منخفض.

كما أن الوظائف التي نالت أعلى نسبة ممارسة وذلك بسبب القيام بأعمال التسهيلات تعد من الوظائف الغير مرتبطة بتكاليف مالية لتأديتها أو ممارستها، كما أنها لا تتطلب مهارة فائقة من قبل المسؤولين في القيام بها وذلك بمقارنتها بالوظائف الأخرى وهذا ما يتعارض مع مواصفات ممارس العلاقات العامة والإعداد له الإعداد الجيد وذلك عن طريق التخطيط الحسن لإعداد ممارس العلاقات العامة وهذا يدل على عدم فهم الدور الذي يؤديه ممارس العلاقات العامة، وتؤكد ذلك دراسة سمير محمد حسين (٤٨) ١٩٧٥م التي استهدفت قياس درجة فهم الجمهور لدور العلاقات العامة والتي كانت من أهم نتائجها

- قصور النظرة العامة لوظيفة العلاقات العامة والفهم الخاطئ لتطبيقها.
- عدم وضوح الدور الذي يمكن أن تقوم به إدارة العلاقات العامة في خدمة المؤسسة.
- غياب الأسلوب العلمي في تخطيط نشاط العلاقات العامة.

كما أن الدراسة التي أجرتها "مي محمد عبد الواحد" (١٠٧) ١٩٨٤م والتي توصلت من خلالها إلى أن هناك أسباب لعدم تفهم دور العلاقات العامة هي

- قلة مدة الخبرة لدى القوة العاملة بالعلاقات العامة.
- زيادة التدخل بين أعمال أجهزة المؤسسة وجهاز العلاقات العامة.

وتؤكد دراسة ممدوح بسيوني بيلي (١٠٦) ١٩٩١م نتائج دراسة مي محمد عبد الواحد (١٠٧) ١٩٨٤م والتي تتمثل في وجود أجهزة متفرغة للعلاقات العامة في كل المؤسسات الصحفية تستخدم تسمية العلاقات العامة كمسمى إداري لهذه الأجهزة.

تعاني وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات الصحفية في مصر نقصاً في أعداد العاملين بها.

جدول (١٣)

أراء عينة البحث لممارس العلاقات العامة نحو الوظائف المختصة بتدعيم كيان المؤسسة

(ن = ٤٠)

م	الوظائف	الدرجة المقدره	النسبة %
١-	تنظيم وإعداد الأحداث الخاصة بالمؤسسة (زيارات - معارض)	١٨١	٩٠,٥
٢-	المشاركة في الإشراف على المواد الإعلامية التي تنتجها المؤسسة.	١٧١	٨٥,٥
٣-	المشاركة الإيجابية في الاحتفالات القومية والدينية من خلال (حوافز مادية - جوائز عينية)	١٦٩	٨٤,٥
٤-	الاتصال بوسائل الإعلام لتقديم الأخبار والمعلومات الخاصة بالمؤسسة.	١٦٥	٨٢,٥
٥-	مساعدة الإدارة في إعداد المادة الإعلانية الخاصة بالمؤسسة والسلع والخدمات التي تستمد في ترويجها.	١٣٠	٦٥

من الجدول السابق يتضح ما يلي

نالت وظائف العلاقات العامة المختص بوظائف تدعيم كيان المؤسسة درجات تتراوح نسبة أهميتها ما بين (٩٠,٥ % ، ٦٥ %)

وفي حدود النسبة التي ارتضتها الباحثة لقبول الوظيفة وهي ٦٠ % على الأقل فلا يمكن استبعاد وظيفة واحدة حيث أن أراء ممارس العلاقات العامة أجمعت على استخدام الوظائف الخاصة بتدعيم كيان المؤسسة.

بينما تمثل وظائف

- تنظيم وإعداد الأحداث الخاصة بالمؤسسات.
- المشاركة في الإشراف على المواد الإعلامية التي تنتجها المؤسسة .
- المشاركة الإيجابية في الاحتفالات القومية والدينية.

وهذا ما يتفق مع دراسة سمير محمد حسين وآخرون (٤٧) ١٩٩١م والتي تشير إلى دور العلاقات العامة في تقديم الخدمات والتسهيلات إلى كل من يتعامل مع المؤسسة وتمثيل دور المؤسسة في استقبال الوفود القادمة من الخارج.

وترجع الباحثة ذلك إلى

اشترائك واتصال نشاط العلاقات العامة بالمؤسسة مع المؤسسات الأخرى يساهم في تحقيق أهداف كلا منها. ويوفر الكثير من الجهد والمال من خلال التعاون الوثيق والتنسيق بينهما. الاشتراك وتوفيق العلاقة بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى حيث تلعب دوراً كبيراً في تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور عن المؤسسة حيث أن الصورة الذهنية هي الناتج للانطباعات الذاتية التي تتكون عن الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو المؤسسة أو المنظمة المحلية أو الدولية. وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة والغير مباشرة.

وترتبط هذه التجارب باتجاهات الأفراد وعقائدهم. (١٢٠ - ١٤) ، كما يعدد "جفكنير JeefkinS"

أنواع الصورة الذهنية فيما يلي

- الصورة التي ترى بها المؤسسة نفسها من خلالها والآخرين.
- الصور المتعددة التي تحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين للمؤسسة يعطي كل منهم انطباعاتاً مختلفاً عنها.
- الصورة المثلى التي يمكن أن تتحقق إذا وضع في الاعتبار منافسة المؤسسات الأخرى.

جدول (١٢)

النسبة المئوية لأراء عينة البحث لممارس العلاقات العامة نحو الوظائف المختصة بكسب ثقة العاملين (ن = ٤٠)

م	الوظائف	الدرجة المقدرة	النسبة %
	مستوى الممارسة		
١-	تدعيم الروابط الاجتماعية بين العاملين في المؤسسة من خلال الأنشطة الاجتماعية (حفلات - رحلات)	١٩٥	٩٧,٥
٢-	المساهمة في تقديم الخدمات الخاصة بالتسهيلات (الانتقالات - توفير أماكن الإقامة للعاملين في المهمات الرسمية)	١٩٠	٩٥
٣-	تهيئة جو نموذجي للعمل من خلال العلاقات العامة الودية بين العاملين.	١٧٦	٨٨
٤-	تجميع البيانات والمعلومات الخاصة بالمؤسسة في مختلف وسائل الإعلام لعرضها على المسؤولين	١٧٤	٨٧
٥-	إعلام العاملين بالمؤسسة عن أنشطتها من خلال إصدار كتيبات في المناسبات المختلفة.	٩٧	٤٨,٥
٦-	تنظيم التقارير الخاصة بأداء العاملين قبل عرضها على الإدارة العليا.	٩٤	٤٧

من الجدول السابق يتضح ما يلي

نالت وظائف العلاقات العامة المختصة بكسب الثقة العاملين درجات تتراوح نسبة أهميتها ما بين (٩٧,٥ % ، ٤٧ %) .

وفي حدود النسبة التي ارتضتها الباحثة لقبول الوظيفة ٦٠ % على الأقل يمكن استبعاد وظيفتي

- إعلام العاملين بالمؤسسة عن أنشطتها من خلال إصدار كتيبات في المناسبات المختلفة
- تنظيم التقارير الخاصة بأداء العاملين قبل عرضها على الإدارة العليا.

بينما تمثل وظائف

- تدعيم الروابط الاجتماعية بين العاملين في المؤسسة من خلال الأنشطة الاجتماعية .
- المساهمة في تقديم الخدمات الخاصة بالتسهيلات.
- تهيئة جو نموذجي للعمل من خلال العلاقات العامة الودية بين العاملين.

كما ان الوظائف التي حصلت على أعلى نسبة ممارسة لممارس العلاقات العامة حيث حصلت كل منهم على أكثر من ٦٠% وترجع الباحثة ذلك إلى أن

• دور قسم الإعلان هام وضروري في تحسين الصورة الذهنية المكونة عن المؤسسة وذلك للعاملين أو للمؤسسات الأخرى المتعاملة مع المؤسسة لتحقيق السمعة الطيبة مما يؤدي إلى نجاح الهدف والحل السريع للمشاكل وتفاديها.

• أهمية دور وسائل الإعلام في تدعيم قوة الرأي العام إزاء الإدارة والرد على كل ما ينشر بالصحف وتوصيل المعلومات بطريقة سهلة للجمهور.

• وظيفة دعم الصلة مع أجهزة الإعلام من خلال تسهيل مهام الإعلاميين والمشاركة في إعداد وتنفيذ الأنشطة التي تعمل على كسب وتأييد ثقة الرأي العام.

كما أن الممارسة الفعلية لتلك الوظيفة لم تحظ بالاهتمام بالنسبة لأهميتها النسبية التي حصلت عليها للأسباب التالية :

- عدم تخصيص وسائل الإعلام لبرامج تختص بالمؤسسة بالقدر الكاف.
 - عدم توافر الكوادر العلمية المختصة بإجراء البحوث.
 - عدم توافر الميزانيات المالية إلا في المؤسسات عالية الأرباح. (١٢٣ - ٤٥)
- هذا ما تتفق معه نتائج دراسة محمد ناجي الجوهر (٩٧) ١٩٧٨م حيث أشار إلى
- عدم وجود ميزانية خاصة وعدم توافر الاحتياجات.
 - عدم التنسيق بين جهاز العلاقات العامة والأجهزة الأخرى بالتنظيم.

جدول (١٤)

أراء عينة البحث في العلاقات العامة نحو إعداد كوادر علمية للعاملين بالمؤسسة

(ن = ٤٠)

م	الوظائف	الدرجة المقدرة	النسبة %
	مستوى الممارسة		
١-	رفع كفاءة العاملين للتحديث باسم المؤسسة.	١٥٠	٧٥
٢-	إصدار النشرات والمجلات العلمية الخاصة بجهود المؤسسة نحو أنشطتها	١٤٣	٦٧
٣-	تنظيم الدورات التدريبية (صقل - تدريب) لتهيئة العاملين بالمؤسسة.	٩٥	٤٧,٥

يتضح من الجدول السابق ما يلي

نالت وظائف العلاقات العامة المختصة بإعداد كوادر علمية للعاملين بالمؤسسة درجات تتراوح نسبة أهميتها ما بين (٧٥% ، ٤٧,٥%).

وفي حدود النسبة التي إرتضتها الباحثة لقبول الوظيفة هي ٦٠% على الأقل تم استبعاد وظيفة

• تنظيم الدورات التدريبية لتهيئة العاملين بالمؤسسة.

ومن الملاحظ أن الوظيفة لا تمارس نهائياً لدى المؤسسات وترجع الباحثة ذلك إلى أن

• إعداد الدورات تختص بها إدارة التدريب.

• عدم إعداد دورات تدريبية لإعداد كوادر علمية للعاملين بالعلاقات العامة إلا في فترات متباعدة.

كما ان الوظائف التي حصلت على أعلى نسبة ممارسة هي

• رفع كفاءة العاملين للتحديث باسم المؤسسة .

• إصدار النشرات والمجلات العلمية الخاصة بجهود المؤسسة نحو أنشطتها

حيث حصلت كل منهما على أكثر من ٦٠% .

جدول (١٥)

أراء عينة البحث نحو ممارس العلاقات العامة نحو الوظائف الدفاعية (ن = ٤٠)

م	الوظائف	الدرجة المقدرة	النسبة %
	مستوى الممارسة		
١-	مواجهة الجماعات المختلفة والتحدث من خلال لقاءات طبيعية وتخصيص متحدث بإسم المؤسسة.	١٩٨	٩٩
٢-	التأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر على الجمهور صحيحة وسليمة من حيث الشكل والموضوع.	١٩٦	٩٨
٣-	البحث وجمع المعلومات عن الظروف العاملة المحيطة بالمؤسسة أو التي تؤثر أو يحتمل أن تؤثر على موقف المؤسسة بالنسبة للجمهور أو بعض الجماهير النوعية.	١٩٥	٩٧,٥
٤-	تحليل اتجاهات الرأي العام الخاصة بالمؤسسة وكتابة التقارير الموضحة لهذه الاتجاهات.	١٨٥	٩٢,٥
٥-	إعداد الدعاية المضادة لأي هجوم يقع عليها نتيجة أخبار كاذبة أو غير صحيحة.	١٧٧	٨٨,٥

يتضح من الجدول السابق ما يلي

نالت وظائف العلاقات العامة المختصة بالوظائف الدفاعية درجات تتراوح نسبة أهميتها ما بين (٩٩% ، ٨٨,٥%).

وفي حدود النسبة التي ارتضتها الباحثة لقبول الوظيفة وهي ٦٠% على الأقل لم يتم استبعاد أيًا من الوظائف

بينما تمثل وظائف

- مواجهة الجماعات المختلفة .
- التأكد من جميع الأخبار المنشورة .
- البحث وجمع المعلومات أعلى نسبة ممارسة.

وترجع الباحثة السبب في ذلك إلى البحث في مجال العلاقات العامة يعني أن القيام بالدراسات المتصلة بقياس اتجاهات الرأي العام بين كل من يبني على قاعدة من الإدراك وذلك عن طريق تحسين الصورة الذهنية التي تعتبر هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عن الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو المؤسسة تأكيداً للشروط الواجب توافرها في ممارس العلاقات العامة والتي تتمثل في مهارات شخصية ومهارات إتصالية ومهارات علمية وتتوقف نجاح العملية الدفاعية على مدى نجاح عملية الاتصال واختيار العاملين المعدين لهذا الغرض من خلال إعداد الكوادر العلمية المتحدثة.

جدول (١٦)

أراء ممارس العلاقات العامة المختصة بعملية الاتصال (داخلي - خارجي) (ن = ٤٠)

م	الوظائف	الدرجة المقدرة	النسبة %
الاتصال الداخلي			
١-	تدعيم الروابط الاجتماعية بين العاملين في المؤسسة من خلال (حفلات - رحلات)	١٨٥	٩٢,٥
٢-	تنسيق جهود العاملين لتحقيق الهدف.	١٧١	٨٥,٥
٣-	تنظيم وإعداد الدورات التدريبية مع التعاون مع قسم التدريب.	١٣٤	٦٧
٤-	إعلان العاملين بالمؤسسة عن أنشطتها من خلال إصدار كتيبات في المناسبات المختلفة.	١١٨	٥٩
٥-	المساعدة على إعداد التقارير الخاصة بالمعدلات الخاصة بالأداء.	٨١	٤٠,٥
الاتصال الخارجي			
١-	جمع المعلومات عن الرأي العام حول أنشطة المؤسسة من خلال إجراء البحوث وإجراء الاستفسارات	١٨٥	٩٢,٥
٢-	تشجيع المشاركة المتبادلة بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى في أنشطتها في مختلف المناسبات.	١٨٣	٩١,٥
٣-	إجراء الاتصالات المناسبة بين المؤسسة والهيئات المنفذة لسياساتها.	١٦١	٨٠,٥
٤-	الاتفاق مع وسائل الإعلام والإشراف على الإخراج للبرامج التلفزيونية التي تمولها المؤسسة.	١٥٣	٧٦,٥
٥-	مواجهة الجماعات المختلفة والتحدث من خلال اللقاءات.	١٢٢	٦١

يتضح من الجدول السابق ما يلي

نالت وظائف العلاقات العامة المختصة بعملية الاتصال (الداخلي - الخارجي) درجات تتراوح

نسبة أهميتها ما بين (٩٢,٥ % ، ٤٠,٥ %).

في حدود النسبة التي ارتضاها الباحثة لقبول الوظيفة وهي ٦٠ % على الأقل تم استبعاد وظيفة

المساعدة على إعداد التقارير الخاصة بالمعدات الخاصة بالأداء بالاتصال الداخلي أما الاتصال

الخارجي فلم يتم استبعاد وظيفة.

بينما نالت الوظائف

- تدعيم الروابط الاجتماعية بين العاملين في المؤسسة
- جمع المعلومات عن الرأي العام حول أنشطة المؤسسة
- تشجيع المشاركة المتبادلة بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى أعلى نسبة ممارسة حيث نال كل منهم على نسبة اعلى من ٦٠ % .

وترجع الباحثة ذلك أن جميع الوظائف السابقة ما هي إلا وظائف إتصالية تحتاج إلى مهارة لممارسة الوظائف .

ب- تحليل المراجع المتخصصة في مجال العلاقات العامة

بناء على تحليل الباحثة لسبع وعشرين مرجعا متخصصا في مجال العلاقات العامة (جدول ٥ ، ٦) وقد استخلصت الباحثة من هذه المراجع إلى أن الموضوعات التي نالت أعلى نسبة التواجد داخل المقررات هي

- المقدمة، تشمل المفهوم والتعاريف، التطور التاريخي.
- الجزء الرئيسي، يشمل الأهداف والوظائف والهيكل التنظيمي (موقع إدارة العلاقات العامة من الهيكل التنظيمي - الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة).
- الجزء الختامي، يشمل الأبحاث والمعلومات - المجالات التطبيقية في الأنشطة المختلفة.

ج- تحليل مقرر العلاقات العامة في عينة من الكليات المتخصصة

- بعد التوصل إلى المقررات التي تواجدت بأعلى النسب في المراجع المتخصصة تم حساب متوسط عدد الصفحات للتوصل إلى عدد الساعات اللازمة لتدريس المقرر تبعا للأهمية.
- تحديد الوقت اللازم لتنفيذ مكونات المقرر بناء على متوسط عدد الصفحات لكل موضوع داخل المراجع السابق ذكرها ، قامت الباحثة بحساب متوسطات الصفحات لكل منها جدول (١٧)

جدول (١٧)

تحليل التوزيع النسبي وتقديرها الكمي لصفحات المراجع (ن = ٢٧)

الموضوعات						المرجع		
رقم المرجع	عدد صفحات المرجع	عدد صفحات العلاقات العامة بالمرجع	التعاريف المفهوم والمقدمة	التطور التاريخي	الأهداف	وظائف	الأبحاث والمعلومات	المجالات التطبيقية
٢	٨٠	٤١	٨	١٢	٢	٩	٣	٧
٣	١٤٠	٤٣	٤	١١	٦	١٠	٢	١٠
٧	٨٦٠	٤٦	٥	١٠	٤	١٢	٣	١٢
٨	١٧٤	٣٥,٥	٣	٨	٩	١٠	٢/١	٥
٩	٨٤	٦٤	١٢	١٤	٨	٨	٥	١٧
١٢	٢٨٠	٥٦	١٦	١٠	١٢	٦	-	١٢
١٣	٤٨٤	٤٢	١٠	٣	٤	٢	٩	١٤
٢٢	١٦٥	٥٠	٧	١٥	٣	٧	١٠	٨
٢٤	٣٠٠	٤٢	٩	٨	٥	٩	٢	٩
٢٥	١٢١	٦٠	٧	٩	٨	١٤	٤	١٨
٢٦	٣١٢	٤٧	٦	١٣	٢	١٤	٩	٣
٢٨	٤٨٨	٦٥	١٩	١٧	٥	١٠	٨	٦
٢٩	٢٢٩	٥٩	٩	١٠	٩	٨	٨	١٥
٣٠	٢٣٠	٥٨	٣	٨	٧	٩	٧	٢٤
٣٦	١١٢	٤٨	٦	٩	٦	٦	٧	١٤
٤٥	٣٤٩	٥٨	١٠	١١	٧	٢	١٧	١١
٤٦	٣١٨	٤٦	٧	١٠	٨	٧	٦	٨
٥٨	١٨٧	٥٥	٢	١٠	٩	٩	٥	٢٠
٦٢	٣٩	٥٢	٤	٨	١٢	١١	٨	٩
٧٩	١٢٢	٤٦	٧	٧	١٠	٤	٧	١١
٨٠	٣٠٠	٤٦	٩	١٣	٣	٩	٦	٦
٨٣	٢٢	٣٣	٤	١٤	٢	٤	-	٩
٨٥	٢٦١	٤٢	٥	١٥	٣	٦	٤	٩
٨٧	٣١٠	١٧	٤	٣	٤	٦	-	-
٨٨	٣٥	١٢	٢	٣	١	٣	٣	-
٩٠	١٦٨	٢٦	٤	٢	٣	٦	٣	٨
١٠٣	٢٤٥	٣٢	٧	٨	٣	٦	-	٨
المجموع	٦٤١٥	١٢٢١,٥	١٨٩	٢٦١	١٥٥	٢٠٧	١٣٦,٥	٢٧٣
متوسط عدد الصفحات	٢٣٧,٦	٤٥,٢٤	٧	٩,٦٦	٥,٧٤	٧,٦٦	٥,٠٥	١٠,١١

من الجدول السابق يتضح ما يلي :

يتكون مقرر العلاقات العامة من ثلاث وحدات تالية ، أولاً الجزء التمهيدي ويشتمل على (التعاريف

والمفهوم والمقدمة حيث نالت تلك الموضوعات على متوسط عدد الصفحات بها سبعة صفحات -

التطور التاريخي والذي نال ٩,٦٦ % من متوسط عدد الصفحات) .

ثانياً الجزء الرئيسي ، ويشتمل على (الأهداف والتي نالت خمسة وأربعة وسبعون من متوسط عدد الصفحات - أما الوظائف فقد نالت سبعة وستة وستون من متوسط عدد الصفحات بينما نالت الأبحاث والمعلومات على خمسة وخمسة من المائة من متوسط عدد الصفحات) .

ثالثاً الجزء الختامي (التطبيقي) ، ويشمل على المجالات التطبيقية والتي نالت أعلى متوسط عدد الصفحات حيث تقدر بعشرة وإحدى عشر من المائة من عدد صفحات منهاج العلاقات العامة . وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن متوسط عدد صفحات منهاج تساوى خمسة وأربعون وأثنين وعشرون من المائة أي ما يقدر بحجم متوسط للمنهاج المقترح في حالة ما إذا كان كمادة مستقلة أما إذا كان فرع من مادة الإدارة الرياضية فيقدر بباب دراسي يتضمن ثلاثة فصول رئيسية .