

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	المقدمة
16	الفصل الأول مدخل إلى العلاقات العامة
	تمهيد
	مفهوم العلاقات العامة
	العلاقة بين مفهوم العلاقات العامة والمفاهيم الأخرى
	العلاقات العامة والدعاية (أوجه الاختلاف)
	أوجه الشبه والاتفاق بين العلاقات العامة والدعاية
	العلاقات العامة والإعلان (أوجه الاختلاف)
	أوجه الشبه و الاتفاق بين العلاقات العامة والإعلان
	نشأة العلاقات العامة
	أسس ومبادئ العلاقات العامة
	أهمية العلاقات العامة
	أسباب ودوافع الاهتمام بالعلاقات العامة
	أهداف العلاقات العامة
	وظائف العلاقات العامة
	• الوظيفة الإعلامية

	• وظيفة الاستعلام
	• وظيفة التنسيق
	▪ وظيفة البحوث
	▪ وظيفة التخطيط
	▪ وظيفة الاتصال
	▪ التنسيق
	▪ وظيفة التقويم والمتابعة
	صفات مسئول العلاقات العامة
	• الشروط الموروثة
	• الشروط التعليمية
	• الشروط المكتسبة
	مهام مسئول العلاقات العامة
	العلاقات العامة والجمهور
	أنواع الجمهور
	• الجمهور الخارجي
	- الجمهور النوعي
	- الجمهور العام
	• الجمهور الداخلي
	تصنيف وسائل الاتصال في العلاقات العامة
	• حسب الجماهيرية
	• حسب طبيعة الوسيلة
	• حسب طريقة الاتصال

	إعداد خطة للعلاقات العامة
	• جمع المعلومات
	• التخطيط
	• التقويم
	تنظيم إدارة العلاقات العامة
	• تنظيم العلاقات العامة كعمل فرعي للإداريين
	• تنظيم العلاقات العامة تحت إدارة متخصصة
	• مزايا وجود إدارة للعلاقات العامة بالمؤسسة
	- الإلمام بما يجري في المؤسسة
	- أهمية الإدارة الداخلية وقت الأزمات
	- الإدارة تعمل كفريق متعاون مع الإدارة الأخرى
	- عيوب الأخذ بنظام الإدارة الداخلية للعلاقات العامة
	• العلاقات العامة تحت إدارة مستشار خارجي
	- مزايا الاستعانة بالمستشار الخارجي
	- الموضوعية
	- الخبرة الواسعة في مجال العلاقات العامة
	- المرونة
	- قلة التكاليف
	- عيوب الاستعانة بالمستشار الخارجي
	• العلاقات العامة تحت إدارة داخلية بالتعاون مع مستشار خارجي

	• مزايا المزج بين الإدارة الداخلية والمستشار الخارجي
	مشكلات إدارات العلاقات العامة في المنظمات وكيفية مواجهتها
62	الفصل الثاني الآزمات (نشأتها – تصنيفاتها – مراحلها – أسبابها)
	مقدمة
	نشأة الأزمة ومفهومها
	الفرق بين الأزمة و بعض المفاهيم والمصطلحات الأخرى
	• الحادثة
	• الواقعة
	• مفهوم الصراع
	• مفهوم الصدمة
	• مفهوم الكارثة
	سمات وخصائص الأزمة
	تصنيفات الأزمة وتقسيماتها المختلفة
	• نوع الأزمة ومضمونها
	• النطاق الجغرافي للأزمة

	• حجم الأزمة
	• المدى الزمني لظهور الأزمة وتأثيرها
	• طبيعة التهديدات التي تخلق الأزمة
	• أسباب الأزمة
	• طبيعة أطراف الأزمة
	✓ من حيث: التكرار
	✓ مدي التأثير
	✓ مستوى الأزمات
	✓ حيث محاور الأزمة
	✓ العمق والتغلغل
	✓ درجة الشدة
	✓ مستوى المعالجة
	مراحل حدوث الأزمة وتقسيماتها المختلفة
	• مرحلة الإنذار
	• المرحلة الحادة أو الحرجة
	• المرحلة المزمنة
	• مرحلة القرار

	• مرحلة التعرف على المعتقدات الأولية
	• مرحلة الحضانة
	• مرحلة العواقب
	• مرحلة الإنقاذ والإصلاح
	• مرحلة إعادة التأهيل الثقافي الكامل
	• مرحلة العودة
	• مرحلة ميلاد الأزمة
	• مرحلة نمو الأزمة
	• مرحلة نضج الأزمة
	• مرحلة انحسار الأزمة
	• مرحلة الاختفاء
	• مرحلة الصدمة
	• مرحلة التراجع
	• مرحلة الاعتراف
	• مرحلة التأقلم
	• مرحلة استعادة النشاط

	أسباب نشوء الأزمة
78	الفصل الثالث العلاقات العامة وإدارة الأزمات
	مقدمة
	تعريف إدارة الأزمات
	أهداف إدارة الأزمات
	مراحل إدارة الأزمات
	أسس التعامل مع الأزمات و مبادئه
	• تحديد الأهداف و الأسبقيات • حرية الحركة و سرعة المبادأة • المباغتة • حشد القوى وتنظيمها • التعاون و المشاركة الفعالة • السيطرة المستمرة على الأحداث • التأمين الشامل للأشخاص والممتلكات والمعلومات • المواجهة السريعة لإحداث الأزمة • الاقتصاد في استخدام القوة
	إستراتيجيات مواجهة الأزمات
	• إستراتيجية العنف • إستراتيجية وقف النمو • إستراتيجية التجزئة • إستراتيجية الإجهاض • إستراتيجية دفع الأزمة للأمام

	• إستراتيجية تغير المسار:
	• منهجية التعامل مع الأزمات
	أولاً: الطرق التقليدية:
	• إنكار الأزمة
	• الهروب من الأزمة
	• كبت الأزمة
	• بخس الأزمة
	• تنفيس الأزمة
	• تفريغ الأزمة
	• عزل قوى الأزمة
	ثانياً: الطرق غير التقليدية
	• طريقة فرق العمل
	• طريقة الاحتياطي التعبوي للتعامل مع الأزمات
	• طريقة المشاركة الديمقراطية للتعامل مع الأزمات
	• طريقة الاحتواء
	• طريقة تصعيد الأزمة
	• طريقة تفريغ الأزمة من مضمونها
	• طريقة تفتيت الأزمات
	نماذج العلاقات العامة في إدارة الأزمات
	• نموذج مارا Moel Marra
	• نموذج هرد Hurd
	دور العلاقات العامة في إدارة مراحل الأزمة المختلفة
	أولاً: مرحلة قبل الأزمة
	1- إعداد فريق اتصالات الأزمة
	2- بناء قاعدة معلوماتية عن بيئة المنظمة وجمهورها

	3- تحديد المخاطر محتملة الحدوث
	4- وسائل وأدوات الاتصال بالجمهور
	5- إعداد خطة اتصالات الأزمة
	6- التدريب على خطط العلاقات العامة وإدارة الأزمات
	ثانيًا: العلاقات العامة في مرحلة حدوث الأزمة
	1. جمع المعلومات والتعامل مع الأزمة فور وقوعها
	2. تحديد الإستراتيجية الاتصالية ونوع الخطاب المناسب للأزمة
	3. التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة
	ثالثًا : العلاقات العامة في مرحلة ما بعد الأزمة
	1. إستراتيجية التقييم
	2. استنتاج الدروس المستفادة
	عوامل نجاح إدارة الأزمة
	تطبيقات عملية لإدارة الأزمات المحلية
	1. كارثة انفجار مصنع للمبيدات الحشرية بوهبال
	2. كارثة تشيرنوبل
	3. الإغماء في المدارس المصرية
138	الفصل الرابع الإستراتيجية الإعلامية لإدارة الأزمات
	مفهوم الإعلام
	عناصر الاتصال:
	• المتصل أو القائم بالاتصال أو المرسل (Sender)
	• الرسالة (Messag)
	• التشويش (Noise or Interference)
	• الوسيلة أو القناة الحاملة للرسالة (Channel or

	Medium)
	• المستقبل أو الطرف الآخر في الاتصال. (Receiver)
	• بيئة الاتصال والسياق الذي يتم فيه
	مستويات الاتصال
	• الاتصال الذاتي
	• الاتصال الشخصي
	• الاتصال الجمعي
	• الاتصال الثقافي
	• الاتصال الوسطي
	• الاتصال الجماهيري
	وظائف الاتصال الجماهيري
	• وظيفة الأخبار
	• وظيفة الإعلام والتعليم
	• وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه
	• وظيفة الترفيه
	• وظيفة الرقابة
	• وظيفة الإعلان والترويج
	• وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات
	مفهوم إعلام الأزمات
	أنواع الرسائل الإعلامية المستخدمة أوقات الأزمات
	المعطيات والمؤشرات العامة التي يعمل من خلالها الإعلام في إدارة الأزمة
	طرق التعامل مع وسائل الإعلام في الأزمات
	وسائل الإعلام الجماهيرية التي يتم الاستعانة بها في إدارة الأزمات

	• الصحافة المكتوبة
	• الإعلان
	• التلفزيون
	• الإذاعة
	• الإنترنت
	التخطيط الإعلامي للأزمة
	مرتكزات قوة التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات
	مؤشرات ضعف التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات
	• الإستراتيجيات الإعلامية في مواجهة الأزمات
	• إستراتيجية الكتمان والتحفظ
	• الإستراتيجيات القانونية
	• إستراتيجية الاستجابة والدفاع
	• إستراتيجية الدفاع الهجومي
	مؤشرات الأداء وطرق القياس لإعلام الأزمة
	• أولاً: استيعاب دروس الأزمات السابقة
	• ثانياً: المدرك هو الحقيقة
	• ثالثاً: خاطب الناس بما يريدون سماعه
	• رابعاً: اجعل من الأزمة فرصة
	• خامساً: المنظمات الكبرى تحظى بتغطية أوسع
	• سادساً: تأثير الظروف المحيطة
	• سابعاً: تكرار الأزمات وتشابهها يضاعف من تأثيرها
	الإعلام ودوره في مراحل تطور الأزمات
	• أولاً: قبل اندلاع الأزمة
	• ثانياً: خلال الأزمة
	• ثالثاً: بعد الأزمة

