

## الفهرس

الصفحة	المحتويات
٣	الفهرس
١١	المقدمة

## الفصل الأول

١٣	العلاقات العامة
١٤	مدخل
١٥	مفهوم العلاقات العامة
١٧	تعريف العلاقات العامة
٢٩	أهم خصائص العلاقات العامة
٣٠	أهمية العلاقات العامة
٣٣	العلاقة بين علم العلاقات العامة والعلوم المرتبطة بها
٣٣	العلاقة بين العلاقات العامة والاتصال Communication
٣٣	العلاقة بين العلاقات العامة والإدارة Management
٣٤	العلاقة بين العلاقات العامة والإعلام Information
٣٥	العلاقة بين العلاقات العامة والصحافة Journalism
٣٥	العلاقة بين العلاقات العامة والتسويق Marketing
٣٦	العلاقة بين العلاقات العامة والإعلان Advertising
٣٧	العلاقة بين العلاقات العامة والدعاية Propaganda
٣٨	العلاقة بين العلاقات العامة والرأي العام Public Opinion
٣٨	العلاقة بين العلاقات العامة وعلم النفس Sciology
٣٩	العلاقة بين العلاقات العامة وعلم الاجتماع Sociology
٣٩	العلاقة بين العلاقات العامة والتنمية
٣٩	الفرق بين العلاقات العامة والدعاية
٤٠	الفرق بين العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية
٤١	الفرق بين العلاقات العامة والشؤون العامة
٤٢	الأسباب التي أدت إلى نشوء العلاقات العامة

## الفصل الثاني

### ٤٣ تطور العلاقات العامة

٤٤	- - - - -	التطور التاريخي للعلاقات العامة
٤٥	- - - - -	١- العلاقات العامة عند قدماء المصريين
٤٥	- - - - -	٢- العلاقات العامة عند بابل وآشور
٤٦	- - - - -	٣- العلاقات العامة عند اليونان والرومان
٤٦	- - - - -	٤- العلاقات العامة في الإسلام
٤٧	- - - - -	العلاقات العامة بعد ظهور الإسلام
٤٩	- - - - -	العلاقات العامة وأخلاقيات الدبلوماسية العربية الإسلامية
٥٤	- - - - -	العلاقات العامة في العصور الوسطى
٥٤	- - - - -	العلاقات العامة في العصور الحديثة

### الفصل الثالث

### ٥٧ وظائف العلاقات العامة

٥٩	- - - - -	التوعية العامة
٦٠	- - - - -	كسب أعضاء جدد
٦٠	- - - - -	كسب التأييد
٦٠	- - - - -	تنمية الموارد المالية
٦٠	- - - - -	واقعية أعمال المنظمة
٦٠	- - - - -	خلق علاقات طيبة مع الجمهور
٦١	- - - - -	أهداف العلاقات العامة
٦٩	- - - - -	فلسفة العلاقات العامة
٧٤	- - - - -	أنشطة العلاقات العامة

### الفصل الرابع

### ٧٧ نشاطات العلاقات العامة

٨١	- - - - -	برامج العلاقات العامة في المؤسسات
٨٤	- - - - -	كيف تكسب ثقة الجمهور
٨٤	- - - - -	رأي الجمهور في حقل العلاقات العامة
٨٤	- - - - -	الرأي الفردي
٨٥	- - - - -	الرأي الجماعي
٨٧	- - - - -	كيف تكسب رأي الجمهور

٨٨	- - - - -	النماذج الخاصة بممارسة العلاقات العامة
٩٤	- - - - -	نماذج ممارسة العلاقات العامة في المنظمات المختلفة
٩٥	- - - - -	النظريات المرتبطة بممارسة العلاقات العامة -
٩٥	- - - - -	التيارات المدارس الفكرية التي اهتمت بالمنظمة -
٩٦	- - - - -	النظريات المرتبطة بالعلاقات العامة -
٩٦	- - - - -	١- نظرية النظم -
٩٨	- - - - -	٢- النظرية الموقفية -
٩٨	- - - - -	٣- نظرية الحوار -

### الفصل الخامس

#### ١١ صناعة العلاقات العامة

١٠٥	- - - - -	جوهر عمل العلاقات العامة -
١٠٨	- - - - -	اختلاف الأنظمة القائمة عليها -
١١٢	- - - - -	العلاقات العامة والجمهور -
١١٢	- - - - -	أولاً- العلاقات العامة والجمهور الداخلي للمؤسسة -
١١٣	- - - - -	أهمية العلاقات مع العاملين -
١١٤	- - - - -	الثقة المتبادلة بين الإدارة والأفراد -
١١٦	- - - - -	أهمية الاتصال بالجمهور الداخلي -
١١٦	- - - - -	موقف مسؤول العلاقات العامة من إدارة الأفراد -
١١٧	- - - - -	وسائل الاتصال بالجمهور الداخلي -
١١٨	- - - - -	أنواع الجمهور الداخلي -
١١٨	- - - - -	١- المؤسسون -
١١٩	- - - - -	٢- المساهمون -
١١٩	- - - - -	٣- العاملون -
١٢٠	- - - - -	العلاقة بين العلاقات العامة والإدارة العليا -
١٢١	- - - - -	أولاً- توقعات الإدارة من العاملين في العلاقات العامة -
١٢١	- - - - -	ثانياً- توقعات العاملين في العلاقات العامة من الإدارة العليا -
١٢١	- - - - -	ثالثاً- العلاقات العامة والجمهور الخارجي للمؤسسة -
١٢٢	- - - - -	وسائل الاتصال مع العملاء -
١٢٤	- - - - -	أهداف العلاقات العامة مع الحكومة -

- ١٢٧ - - - - - من أين تبدأ العلاقات العامة؟
- ١٢٩ - - - - - خطوات إعداد خطة العلاقات العامة للمؤسسة

### الفصل السادس

#### ١٣٣ - - - - - **خطأئ ومبادئ وأخلاقيات العلاقات العامة**

- ١٣٤ - - - - - خصائص العلاقات العامة-
- ١٣٦ - - - - - مبادئ مهنة العلاقات العامة -
- ١٣٩ - - - - - أخلاقيات مهنة العلاقات العامة -
- ١٤٢ - - - - - أخلاقيات العلاقات العامة مع وسائل الإعلام -
- ١٤٥ - - - - - الدستور الأخلاقي لمهنة العلاقات العامة -
- ١٤٧ - - - - - أسس وركائز العلاقات العامة الناجحة -

### الفصل السابع

#### ١٥١ - - - - - **العاملون في جهاز العلاقات العامة**

- ١٥٢ - - - - - مهام رئيس قسم العلاقات العامة -
- ١٥٢ - - - - - الوصف الوظيفي لمدير العلاقات العامة -
- ١٥٤ - - - - - الغرض الرئيسي من الوظيفة -
- ١٥٤ - - - - - الواجبات والمسؤوليات -
- ١٥٦ - - - - - المهام الرئيسية -
- ١٥٧ - - - - - المهارات المطلوبة -
- ١٥٧ - - - - - المواد والمعدات والأدوات المستخدمة -
- ١٥٧ - - - - - ظروف العمل -
- ١٥٧ - - - - - شروط متالية لمدير العلاقات العامة الناجح -
- ١٦١ - - - - - ثانيًا- الوصف الوظيفي لموظفي العلاقات العامة -
- ١٦١ - - - - - المهام الرئيسية لموظف العلاقات العامة -
- ١٦٢ - - - - - ثالثًا- الصفات والخصائص التي يجب أن يتصف بها العاملين في العلاقات العامة -
- ١٦٤ - - - - - مؤهلات موظف العلاقات العامة -
- ١٦٤ - - - - - الصفات الشخصية -
- ١٦٥ - - - - - قوة الشخصية -
- ١٦٥ - - - - - اللياقة -
- ١٦٥ - - - - - الموضوعية -

١٦٥	- - - - -	حب الاستطلاع
١٦٥	- - - - -	الخيال الخصب
١٦٥	- - - - -	قابلية التنظيم
١٦٦	- - - - -	الشجاعة
١٦٦	- - - - -	الحس الفني
١٦٦	- - - - -	قدرة المثابرة والاحتمال
١٦٦	- - - - -	الإعداد العلمي
١٦٦	- - - - -	اللغة
١٦٦	- - - - -	الخبرة الصحفية والكتابة
١٦٦	- - - - -	علم النفس
١٦٧	- - - - -	علم الاجتماع
١٦٧	- - - - -	الإدارة والاقتصاد
١٦٧	- - - - -	الإحصاء وأصول البحث
١٦٧	- - - - -	صفات أخصائي العلاقات العامة
١٦٧	- - - - -	الشروط الموروثة
١٦٨	- - - - -	الشروط التعليمية
١٦٨	- - - - -	الشروط المكتسبة
١٧٤	- - - - -	مبادئ التفاوض
١٧٥	- - - - -	المجالات التي يعمل فيها خبراء العلاقات العامة
١٧٧	- - - - -	مسؤوليات العلاقات العامة هل هي وظيفية

## الفصل الثامن

١٧٩	- - - - -	البحث في العلاقات العامة
١٨٠	- - - - -	تعريف البحث
١٨٠	- - - - -	أنواع بحوث العلاقات العامة
١٨٣	- - - - -	أهمية البحث في مجال العلاقات العامة
١٨٣	- - - - -	أهداف البحث
١٨٤	- - - - -	خطوات إعداد البحث
١٨٥	- - - - -	تنظيم إدارة العلاقات العامة
١٨٧	- - - - -	هيكل التنظيم الأمريكي لإدارة العلاقات العامة

١٨٨	- - - - -	أهمية التنظيم في عمل العلاقات العامة -
١٨٩	- - - - -	الأسس والمبادئ -
١٨٩	- - - - -	أدوات التنظيم -
١٩٠	- - - - -	التنظيم الإداري للعلاقات العامة -
١٩١	- - - - -	موقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة -
١٩٢	- - - - -	عوامل تحديد المستوى والشكل التنظيمي للعلاقات العامة -
١٩٤	- - - - -	التنظيم الداخلي للعلاقات العامة -
١٩٦	- - - - -	أولاً- الخطوات الإجرائية للتنظيم الداخلي لأجهزة العلاقات العامة -
١٩٧	- - - - -	ثانياً- أساليب تنظيم إدارة العلاقات العامة -
٢٠٠	- - - - -	بعض خصائص الهياكل التنظيمية -
٢٠١	- - - - -	المحددات التنظيمية للعلاقات العامة -
٢٠٢	- - - - -	التخطيط في العلاقات العامة -
٢٠٤	- - - - -	أهمية التخطيط -
٢٠٤	- - - - -	مزايا عملية التخطيط في العلاقات العامة -
٢٠٥	- - - - -	متطلبات عملية التخطيط -
٢٠٥	- - - - -	أنواع التخطيط -
٢٠٧	- - - - -	أنواع الخطط -
٢٠٨	- - - - -	مراحل التخطيط -
٢١٣	- - - - -	إعداد خطة العلاقات العامة -
٢١٤	- - - - -	عوامل نجاح الخطة في العلاقات العامة -
٢١٥	- - - - -	التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة والإعلام -
٢١٥	- - - - -	عناصر التخطيط الاستراتيجي الناجح لنشاط العلاقات العامة والإعلام -
٢١٦	- - - - -	خطوات التخطيط لنشاط العلاقات العامة والإعلام -
٢١٦	- - - - -	فوائد التخطيط الاستراتيجي لأنشطة العلاقات العامة والإعلام -
٢١٦	- - - - -	مدخلات التخطيط للعلاقات العامة والإعلام -
٢١٦	- - - - -	خطوات التخطيط لأنشطة العلاقات العامة والإعلام -
٢١٧	- - - - -	قواعد نجاح التخطيط الاستراتيجي لأنشطة العلاقات العامة والإعلام -
٢١٧	- - - - -	عناصر نجاح تخطيط برنامج العلاقات العامة والإعلام -
٢١٧	- - - - -	التخطيط الاستراتيجي -
٢١٩	- - - - -	أساليب إعداد الخطط الإستراتيجية -

٢٢٥	- - - - -	الاتصال في العلاقات العامة -
٢٢٨	- - - - -	مفاهيم عن الاتصال -
٢٢٩	- - - - -	متطلبات تنفيذ عملية الاتصال -
٢٢٩	- - - - -	متطلبات عملية -
٢٢٩	- - - - -	متطلبات شخصية -
٢٣٠	- - - - -	أساليب الاتصال في العلاقات العامة -
٢٣٠	- - - - -	أولاً- الاتصالات الشفهية -
٢٣١	- - - - -	ثانياً- الاتصالات بالجماعات الصغيرة -
٢٣١	- - - - -	ثالثاً- الاتصال بالجماعات الكبيرة -
٢٣٣	- - - - -	التقويم والتقييم في العلاقات العامة -
٢٣٥	- - - - -	السلبيات ونقاط الضعف المحتملة في تقويم نشاطات العلاقات العامة-
٢٣٦	- - - - -	أساليب التقويم -
٢٣٦	- - - - -	استخدام قائمة الفحص لتقييم جهود العلاقات العامة -
٢٣٧	- - - - -	توقيت عملية التقويم -
٢٣٧	- - - - -	نماذج التقويم -

### الفصل التاسع

٢٤١	_____	كيف نضع برنامجاً للعلاقات العامة ونقيمه
٢٤٢	- - - - -	أولاً- مقدمة البرنامج -
٢٤٣	- - - - -	ثانياً - خطة تصميم ووضع البرنامج -
٢٤٣	- - - - -	ثالثاً - إعداد البرنامج -
٢٤٤	- - - - -	رابعاً - تنفيذ البرنامج -
٢٤٥	- - - - -	خامساً - تقييم عمليات تنفيذ البرنامج -
٢٤٦	- - - - -	دور موظف العلاقات العامة في وضع البرامج -
٢٤٧	- - - - -	إستراتيجية حملة العلاقات العامة -
٢٥١	- - - - -	الخطوات الرئيسية لتصميم حملة إعلامية-

### الفصل العاشر

٢٥٣	_____	العلاقات العامة وإدارة الأزمات
٢٥٤	- - - - -	قبل الأزمة -
٢٥٥	- - - - -	خلال الأزمة -

٢٥٦	- - - - -	وضع المخططات موضع التنفيذ
٢٥٧	- - - - -	إدارة الإعلام
٢٥٨	- - - - -	الاهتمام بالموظفين
٢٥٨	- - - - -	بعد الأزمة
٢٥٨	- - - - -	العدل وتحقيق الحلول المرضية في إدارة القضايا والمشكلات
٢٦٠	- - - - -	دور العلاقات العامة في ترشيد القرارات الإدارية
٢٦١	- - - - -	دور العلاقات العامة في تشكيل صورة رجال الأعمال

### الفصل الحادي عشر

#### ٢٦٣ العلاقات العامة من منظور مثالي

٢٦٤	- - - - -	١ - فكرة العلاقات العامة
٢٦٤	- - - - -	٢ - عمل العلاقات العامة
٢٦٥	- - - - -	٣ - مفهوم العلاقات العامة
٢٦٦	- - - - -	٤ - وظيفة العلاقات العامة
٢٦٦	- - - - -	٥ - مهام وظائف العلاقات العامة
٢٦٧	- - - - -	٦ - أهداف العلاقات العامة
٢٦٨	- - - - -	أعراض العلاقات العامة
٢٦٩	- - - - -	الأخطاء الأكثر شيوعاً في العلاقات العامة
٢٧٠	- - - - -	بعض المفاهيم والأخطاء التي تلتصق بمهنة العلاقات العامة
٢٧١	- - - - -	العلاقات العامة والصورة الذهنية
٢٧٢	- - - - -	تعريف الصورة الذهنية
٢٧٣	- - - - -	أهمية الصورة الذهنية للمنظمات

### الفصل الثاني عشر

#### ٢٧٥ الإتفاق المستقبلية

٢٧٥	- - - - -	لوظيفة العلاقات العامة
٢٧٩	- - - - -	العلاقات العامة والتغيرات في العالم المعاصر
٢٨٢	- - - - -	التقدم التكنولوجي والعلاقات العامة
٢٨٢	- - - - -	استخدامات شبكة الإنترنت في مجال العلاقات العامة
٢٨٥	- - - - -	المراجع