

د. حبيب ولد مجر

سنة النشر
1444/2023

أسسیات ممارسة العلاقات العامة المؤسساتية



فهرس المحتويات

5.....	مقدمة الكتاب.....
7.....	I. تعريف العلاقات العامة.....
11.....	1.1. تعاريف الأكاديميين والمختصين الغرب للعلاقات العامة.....
14.....	1.2. تعريف العلاقات العامة عربيا.....
16.....	3.1. تعريف الجمعيات والمعاهد الدولية والقوميس.....
21.....	2. دوافع الاهتمام بالعلاقات العامة.....
21.....	1.2. التوسع الصناعي والتقدم التكنولوجي.....
22.....	2.2. زيادة حدة المنافسة.....
23.....	3.2. تزايد الوعي من جانب جماهير الرأي العام.....
24.....	4.2. تطور وسائل الاتصال.....
25.....	5.2. تزايد علاقات الاعتمادية والسلوك الإنساني.....
25.....	6.2. ظهور النقابات المهنية.....
27.....	3. مبادئ وأهداف العلاقات العامة.....
27.....	1.3. أسس ومبادئ العلاقات العامة.....
32.....	2.3. أهداف العلاقات العامة.....
36.....	4. أهمية ووظائف العلاقات العامة.....

..... 37	1.4. أهمية العلاقات العامة
..... 39	2.4. وظائف العلاقات العامة
..... 50	5. النماذج والنظريات البحثية للعلاقات العامة
..... 51	1.5. النماذج الخاصة بالعلاقات العامة
..... 60	2.5. النظريات البحثية المتعلقة بالعلاقات العامة
..... 67	6. جمهور ووسائل الاتصال في العلاقات العامة
..... 67	1.6. جمهور العلاقات العامة
..... 75	2.6. وسائل الاتصال في ممارسة العلاقات العامة
..... 88	7. القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة
..... 91	1.7. مؤهلات ومواصفات العاملين في العلاقات العامة
..... 96	2.7. الضوابط الأخلاقية والمسؤوليات المهنية لرجل العلاقات العامة
..... 100	8. تخطيط أنشطة العلاقات العامة
..... 100	1.8. مفهوم وأهمية التخطيط للعلاقات العامة
..... 105	2.8. أنواع وخطوات التخطيط الفعال للعلاقات العامة
..... 112	9. استراتيجيات العلاقات العامة
..... 112	1.9. إستراتيجية العلاقات العامة بين المفهوم والمتطلبات
..... 115	2.9. أهم استراتيجيات ممارسة العلاقات العامة

10. تنفيذ وتقييم برامج العلاقات العامة.....	121
1.10. تنفيذ أنشطة العلاقات العامة (الاتصال والتنسيق)	121
2.10. تقييم برامج العلاقات العامة.....	127
11. العلاقات العامة وإدارة أزمة المؤسسة.....	140
1.11. الأزمة: التعريف، الخصائص، الأنواع، الأسباب	140
2.11. إدارة الأزمة: (المراحل، الاستراتيجيات، دور العلاقات العامة في إدارة الأزمة).....	145
12. العلاقات العامة والصورة الذهنية للمؤسسة.....	158
1.12. التعريف، السمات، أنواع الصورة الذهنية	158
2.12. دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة.....	163
خاتمة الكتاب.....	167
قائمة المصادر والمراجع.....	169
فهرس المحتويات.....	183