

.١	<p>أهمية تخطيط مضمون دوريات العلاقات العامة:</p> <p>القدرة على الاتصال على نحو فعال تأتي في المرتبة الثانية من حيث الأهمية بعد القدرة على ممارسة العلاقات العامة ذاتها كوظيفة إدارية، وذلك انطلاقاً من أن العلاقات العامة الجيدة هي التي تنبع من الأداء الجيد الذي يُعرف به الجمهور على أساس جيد.</p>
.٢	<p>أهمية فعالية الاتصال تأخذ طابع الضرورة أو الحتمية بالنسبة للمنشآت المعاصرة خاصة الإنتاجية منها.</p> <p>حيث توجد دراسات تؤكد العلاقة الارتباطية بين الاتصال الفعال وحجم الانتاجية والربحية،</p> <p>وبينه وبين الاقتصاد في استهلاك المواد الخام والطاقة المستخدمة في التصنيع،</p> <p>وبينه وبين سلامة إجراءات الأمن الصناعي المستخدمة في بيئة العمل،</p> <p>وبينه وبين ارتفاع نسبة ولاء العاملين للمنشأة.</p>
.٣	<p>عناصر العملية الاتصالية في العلاقات العامة حسب أهميتها وترتيبها .</p> <p>تحفظ بالترتيب</p> <ol style="list-style-type: none"> ١ . القائم بالاتصال . ٢ . الهدف من العملية الاتصالية . ٣ . الجمهور المستهدف . ٤ . الرسالة الاتصالية . ٥ . توقيت العملية الاتصالية . ٦ . الوسيلة أو الوسائل الاتصالية المستخدمة

<p>❖ وسائل الاتصال المسموعة والمرئية</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ الراديو. ❖ الشرائح المصورة. ❖ السينما. ❖ التليفزيون والفيديو. 	<p>وسائل الاتصال في العلاقات العامة</p> <p>❖ وسائل الاتصال المطبوعة</p> <ol style="list-style-type: none"> ١. النشرات. ٢. التقارير السنوية. ٣. الدوريات (داخلية - وخارجية). ٤. الكتب والكتيبات والمطويات. ٥. الإعلان الموسمي. ٦. الملصقات. ٧. صحف الحائط. 	<p>.٤</p>
		<p>.٥</p>
<p>❖ كيف نخطط لدوريات العلاقات العامة</p> <ul style="list-style-type: none"> • أهمية تخطيط مضمون دوريات العلاقات العامة • بناء و الاحتفاظ بشخصية مميزة للدورية • تحقيق استراتيجية طويلة المدى • الحفاظ على مضمون الدورية من التخبط و العشوائية • معالجة الظروف الطارئة • التخطيط يساعد على بذل مجهود اكبر و تقديم الافضل، حيث يتاح لهم وقت اطول للمناقشة و تبادل الرأي • المرونة في معالجة مضمون الدورية مع مايقع في عالم الجمهور 		<p>.٦</p>
	<p>❖ الجدول الزمني</p> <ul style="list-style-type: none"> • ينبغي وضع جدول زمني لعملية التخطيط • اجتماعات منتظمة للفريق • عدد الاجتماعات بحسب عدد مرات نشر الدورية 	<p>.٧</p>
<p>❖ قبل ترتيبات التخطيط لعمل دوريات العلاقات العامة يجب ان نذكر في : الهدف،</p>	<p>الجمهور المستهدف</p>	<p>.٨</p>

.٩	<p>❖ ترتيبات التخطيط لمضمون الموضوعات الصحفية لدوريات العلاقات العامة</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ موضوعات عن العاملين في المنشأة : نشاطات موظفي الشركة ❖ عن السياسات و التوجهات العامة للإدارة : الكلام عن الخطط المستقبلية مثل توظيف الوظائف ❖ موضوعات عن تطور المنشأة وإنجازاتها : مثل الحصول على جوائز ❖ موضوعات عن الخدمات التي تقدم للجمهور: مثل حملات التخفيضات ❖ موضوعات عن مواقع العمل في المنظمة : التعريف بالمنظمة والتطورات فيها ❖ موضوعات عن المسائل والقضايا التي تهم المنظمة : مثل تغيير وزير ❖ موضوعات عن الوحدات أو فروع المنظمة : ❖ موضوعات عامة ❖ رياضية، فنية او ترفيهية
.١٠	<p>❖ يمكن ترتيب المضمون حسب الانواع لدوريات العلاقات العامة التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ مقالات افتتاحية : كلمة رئيس التحرير ❖ تحقيقات وأحاديث صحفية : مثال لقاء صحفي ❖ تقارير وبيانات رسمية : ❖ أخبار ❖ موضوعات مصورة ❖ إسهامات القراء
.١١	<p>❖ معايير التخطيط لدوريات العلاقات العامة</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ التوازن والشمول : كيف نعمل توازن وشمول بين مواضيع الدورية ❖ تنوع الموضوعات وطرق المعالجة ❖ مصداقية المضمون ❖ ثبات سياسة الدورية ❖ مراعاة أسس الاتصال الفعال.

تقويم الإنتاج الإعلامي

١٢	<ul style="list-style-type: none">✦ اهداف عملية التقويم:✦ التعرف على العقبات✦ قياس الكفاءة✦ دراسة البدائل✦ تبرير الوقت و الأموال التي استثمرت✦ ترشيد اساليب التنفيذ✦ التعرف على افضل السبل
١٣	<p>تقويم الإنتاج الإعلامي</p> <p>مجالات التقويم وأنواع البحوث</p> <ul style="list-style-type: none">✦ الناتج الإعلامي من حيث الكم والكيف✦ كفاءة عملية توزيع الناتج الإعلامي✦ تحديد من الذين وصلهم الناتج الإعلامي✦ مدى إشباع الناتج الإعلامي لاهتمامات الجمهور✦ مدى فهم الجمهور لمضمون الرسالة <p>قياس المتغيرات التي طرأت على الجمهور نتيجة التعرض للبرامج والأنشطة الاتصالية.</p>
١٤	<p>تقويم الانتاج الاعلامي</p> <p>✦ أنماط البحوث التي تؤدي إلى القياس النهائي لتأثير النشاط الاتصالي</p> <ul style="list-style-type: none">✦ دراسة اهتمامات الجمهور✦ دراسة مدى سهولة قراءة مضمون الرسالة الاتصالية، بالنسبة للمستويات التعليمية المختلفة✦ قياس حجم وكثافة التعرض للرسائل الاتصالية المستخدمة.✦ قياس درجة استجابة الجمهور للرسائل الاتصالية. من اهداف العملية الاتصالية✦ في الانتاج الاعلامي✦ قياس تأثير العملية الاتصالية على الجمهور المستهدف.
١٥	<p>✦ ورق الطباعة: يمثل ورق الطباعة الجزء الأكبر في تكلفة إنتاج أو إصدار المطبوعات</p> <p>الدورية وغير الدورية في العلاقات العامة</p> <ul style="list-style-type: none">✦ قد تصل التكلفة في بعض الأحيان إلى ٥٠%.

<p>العوامل المؤثرة في اختيار نوع الورق</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ الهدف الذي ينتج من أجله المطبوع ❖ عدد الصفحات والكميات المطبوعة ❖ نوعية الجمهور المستهدف لإنتاج هذه المطبوعات ❖ نوعية المحتوى، الورق لطباعة النصوص لا يصلح لطباعة الرسوم ❖ أسلوب توزيع المطبوعات ويظهر فيها تأثير التعرض للعوامل الجوية، فهناك التوزيع باليد، أو بالبريد، أو العرض في الأكشاك. ❖ أنواع الطباعة المستخدمة واحتياجاتها فهناك ورق يستعمل في طباعة ، المجلات. جودة ودقة المنتج الطباعي هو المعيار في اختيار نوع الورق 	.١٦
<p>أنواع الورق المستخدم في مطبوعات العلاقات العامة</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ الستانية : أفضل من ورق الجرائد ولكن لا يصل إلى جودة الورق الأبيض ❖ الكوشيه أو السيملي كوشيه (مثل صفحات الوسط الملونة) ❖ الورق الأبيض ❖ ورق الجرائد (الورق الخشن) <p>مثلاً:</p> <p>الكتيبات تحتاج إلى ورق الكوشيه (رقى وفخامة) وكلفته مرتفعة بالقياس إلى الأبيض المجلات يمكن أن يستخدم في جسمها ورق الستانية وفي غلافها ورق الكوشيه.</p>	.١٧
<p>طرق الطباعة الرئيسية</p>	
<p>أنواع الطباعة</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ الطباعة من السطح البارز. ❖ الطباعة من السطح الغائر. ❖ الطباعة من سطح مستو: أملس مباشرة أو غير مباشرة ❖ توجد أنواع أخرى مثل المساميّة، ويطلق عليها الطباعة من الشبكات الحريرية وتستخدم للطباعة على الملابس، الجلود، الأكواب، والأدوات المكتبية. 	.١٨

التصميم والبناء الفني للعناصر التبوغرافية

❖ الأهداف الوظيفية للإخراج الفني . ❖ تصنيف الموضوعات وتبويتها وترتيبها ❖ تسهيل القراءة واغراء القراء ❖ التعبير عن او تمثيل شخصية المطبوعة . ❖ العناصر ❖ أسس التصميم الفني .	.١٩
❖ إخراج العناصر التيبوغرافية العامة ❖ أنواع العناوين ❖ أشكال العناوين ❖ إخراج الصور الفوتوغرافية ❖ خطوات إخراج الصورة الفوتوغرافية ❖ إرشادات عامة في إخراج الصورة والرسوم ❖ إخراج النص أو المتن ❖ استخدام الألوان	.٢٠
❖ إخراج الجريدة النصفية راجع الملخص الماسي	.٢١
❖ العناصر الأساسية لرأس الجريدة	.٢٢
❖ إخراج المجلة راجع الملخص الماسي	
❖ التبويب وترتيب الموضوعات ❖ تصميم صفحات المجلة	.٢٣
المطبوعات غير الدورية	
❖ المطويات ❖ الكتيب ❖ المنشورات الإخبارية ❖ الأهداف الاتصالية للملصقات	.٢٤

أساليب الإنتاج الإذاعي راجع الملخص الماسي	
# الأساليب المتميزة للإنتاج	.٢٥
# خطوات الإنتاج	.٢٦
• الأساليب المتميزة للإنتاج	
• فريق الإنتاج	
إنتاج الإعلانات راجع الملخص الماسي	
عناصر الإعلان الجيد	.٢٧
الاستديو التلفزيوني وملحقاته راجع الملخص الماسي	
❖ الاستديو	.٢٨
❖ غرفة المراقبة	
عناصر الإنتاج راجع الملخص الماسي	
❖ الكاميرات	.٢٩
❖ الصوت	
❖ الانتقال المرئي	
❖ العناوين	
❖ الرسوم	
❖ الماكياج	
❖	.٣٠