

الدعاية هي تلك الجهود غير المقصودة للتأثير في الغير لإقناعه بفكرة أو رأي أو كسب تأييده نقضية أو شخص أو منظمة أو تغيير الآراء والاتجاهات السائدة نحو قضية معينة أو شخص أو منظمة بهدف تغيير سلوك الأفراد والجماعات أو خلق أنماط جديدة من السلوك.	39	المركزية هي فلسفة تشير إلى ماعتقده الإدارة العليا من انه ينبغي أن تتاح لجميع العاملين الفرصة لتنمية مواهبهم وامكانياتهم ومعاملتهم كأشخاص مسؤولين وعلى ذلك ينبغي أن يحصلوا على التأييد والمعونات الضرورية من المستويات الأعلى.	29
الأهداف المرنة تكون محددة الغايات واضحة المعالم والعناصر.	40	المقابلة المركزة وهي تعني مقابلة المستمع او المشاهد ومحاولة التعرف على مدى تذكره لأجزاء البرنامج والتأثيرات المختلفة لكل جزء منه.	30
يتوقف ازدهار نشاط وكالات العلاقات العامة على الصعيد الدولي على وفرة وسائل الاتصال المستقلة التي لا تخضع لسيطرة الحكومة إلا في أضيق الحدود.	41	الدراسات التجريبية تستخدم للتعرف على تأثير برنامج معين في نقل المعلومات او تغيير الإتجاهات او تكوين رأي حول موضوع معين.	31
ليس من الضروري أن تكون الأهداف قابلة للتعديل إلا إذا أثبتت نتائج البحوث أن هناك حاجة إلى هذا التعديل.	42	من مزايا التخطيط لأنشطة العلاقات العامة حسن اختيار الموضوعات والاقوات الملائمة بالإضافة الى إختيار الاساليب الأكثر فاعلية في التنفيذ .	32
الخصائص النفسية وهي تتعلق بخصائص الجمهور من حيث: الجنس (ذكر / أنثى) السن - المكانة المادية - التعليم.	43	هناك بعض العقبات التي تحول دون تمسك بعض المؤسسات بوظيفة التخطيط منها عدم اعتراف الإدارة في بعض المؤسسات بإمكانية الإخذ بالتخطيط في ممارسة أنشطة العلاقات العامة.	33
ترتبط الخصائص الجغرافية بشكل مباشر بأسنوب حياة الجمهور والقيم التي يتبنونها.	44	من المكونات الأساسية لعملية التخطيط الاستراتيجي اسباب الخطة وهي تتعلق بموقف تسعى المنظمة نحو تغييره او تحسينه.	34
الجمهور الداخلي ويقصد به الأفراد الذين يتبادلون المنافع المادية مع المنظمة سواء كانت تقدم سلعاً او خدمات.	45	يرى (جورج هاموند) أن تخطيط العلاقات العامة يتطلب نظرة باحثة إلى الخلف لتحديد العوامل المؤدية إلى الموقف المطروح للدراسة.	35
الجمهور التجاري هو الذي يتصل عمله بنشاط المنظمة ويتأثر هي باتجاهاته وسلوكه نحوها.	46	يستخدم مصطلح الجمهور في العلاقات العامة ليشير إلى أي جماعة مكونة من فردين أو أكثر تربطهم مصنحة أو أهداف مشتركة ويتأثر هذا الجمهور ببعض المنظمات القائمة ويؤثر فيها.	36
معادلة جاننج (Gunning) تقيس هذه المعادلة يسر القراءة بمتوسط طول الجملة وعدد الجمل البسيطة وقوة الفعل ونسبة الكلمات المألوفة ونسبة الكلمات المجردة ونسبة الكلمات الطويلة.	47	ركز (كاتفيلد) بشكل أساسي على مجموعة الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي وتتمثل في تقديم النصح والمشورة إلى الإدارة فيما يتعلق بالتعامل مع الجمهور الداخلي بالمنظمة.	37
الأهداف الثابتة تحتوي على درجة كبيرة من التحديد ويمكن تطويرها وفقاً لمقتضى الظروف.	48	بعد توصيف الوظائف واحداً من الشروط الجوهرية لتحقيق مبدأ وضع الشخص المناسب في المكان المناسب ثم الإستخدام الأمثل للموارد البشرية لأن التوصيف يوفر تصوراً سليماً عن الأدوار الوظيفية المطلوبة.	38
تعتبر وكالة Roy Bernard Company في لندن أولى الوكالات التي اتجهت في عام ١٩٣١ إلى المجال الدولي.	49		
لا يختلف أسلوب تنظيم العمل في إدارة العلاقات العامة من منظمة إلى أخرى نظراً لتلائم الأهداف بين المنظمات وانشطتها والجماهير التي تسعى لكسب تأييدها.	50		



## نموذج ( ب )

أجب عن الأسئلة التالية في النموذج المحدد للإجابة بصواب أو خطأ  
(عدد الأسئلة - خمسون سؤالاً)

يقصد بالسلطة الصلاحيات المخولة لشاغل وظيفة معينة وتتضمن السلطة حق إعطاء الأوامر والحصول على الطاعة من المرؤسين وحق اتخاذ القرارات في حدود معينه ملزمة للتنفيذ من جانب المرؤسين.	١٦	✓	بعد (هيرت) من أبرز الشخصيات التي حملت بعد (إيفي لي) الدور الأكبر لدفع العلاقات العامة إلى مرحلة التقنين.	١	✓
العيونة العشوائية البسيطة وهي الطريقة التي تتساوى فيها احتمالات الإختيار لجميع مفردات المجتمع التي تسحب منه العينة.	١٧	✓	بعد (الوارد بيرنز) أول من استخدم عبارة مستشار العلاقات العامة عام ١٩٣١ م.	٢	✓
التوجيه والإشراف وهي تتعلق بالنشاط الإداري المختص بتوفير الأموال اللازمة والتأكد من حسن إنفاقها في أبواب الاتفاق القانونية.	١٨	✓	ثبتت الجمعية العمومية لجمعية العلاقات العامة العربية في عام ١٩٨٨م الدستور الجديد الذي حل محل دستور عام ١٩٨٣.	٣	✓
التسجيل يعني كتابة الحقائق أو المعلومات كما هي بامانة بقصد الإحتفاظ بها والرجوع إليها في المستقبل.	١٩	✓	ليس من الضروري أن تكون خلفية الباحث العلمية لها صلة وثيقة بمجال البحث.	٤	✓
الدعاية الرمادية وهي التي تخاطب العقل والعواطف المسامية وتعتمد على المنطق في عرض الحقائق وتكشف عن مصدرها واتجاهها وأهدافها.	٢٠	✓	هناك ثلاث مكونات أساسية لعملية التخطيط الإستراتيجي في العلاقات العامة هي : الأسباب، الأهداف، الوسائل.	٥	✓
تقوم الدعاية الحديثة على التحليل العلمي النفسي والاجتماعي للأفراد والجماعات وتعتمد على دراسة الإنسان من حيث حاجاته ورغباته وميوله واتجاهاته.	٢١	✓	أسباب الخطة : وهي تتعلق بموقف تسعى المنظمة نحو تغييره أو تحسينه.	٦	✓
تسمى العلاقات العامة إلى تحقيق أهداف بعيدة المدى تعتمد على التأثير المتراكم Comulative effect لأنشطة والبرامج التي تنفذها بالإضافة إلى الأهداف القصيرة والمتوسطة.	٢٢	✓	يري (جورج هاموند) أن التخطيط للعلاقات العامة يتطلب نظرة طويلة جداً للأمام حتى يمكن تحديد أهداف المنظمة ووضع البرامج المقروص تنفيذها لتحقيق تلك الأهداف.	٧	✓
الإعلان هو الجهود الشخصية التي لا يدفع عنها مقابل بواسطة ممول معين لعرض الأفكار أو السلع أو الخدمات وترويجها.	٢٣	✓	(الطريقة التزامنية) وفيها يتم سؤال أفراد العينة لحظة إذاعة البرنامج لتحديد حجم التعرض له أثناء إذاعته.	٨	✓
دراسة الإقترالية : تستخدم هذه الطريقة للتعرف على درجة الاهتمام التي يوليها القراء لما يقرؤونه في الصحف أو المجلات او مطبوعات المؤسسة	٢٤	✓	التلفون غير التزامني وهي تماثل الطريقة التزامنية باستثناء واحد هو أن الاستقصاء يتم بالتلفون في لحظة إذاعة البرنامج.	٩	✓
(معادلة فليش) تتلخص في طولاً الكلمة ويرى فليش أن يكون ٧٠% من كلمات الرسالة ذات مقطع واحد.	٢٥	✓	اختبار تحليل البرنامج وهو اختراع ألي لتسجيل ردة فعل الجمهور إزاء البرنامج أثناء التعرض له.	١٠	✓
الطريقة التزامنية وفيها يتم سؤال أفراد العينة لحظة إذاعة البرنامج لتحديد حجم التعرض له أثناء إذاعته	٢٦	✓	تتضمن مهارة الاستماع اليقضة التامة لما يقال وفهمه والقدرة على توجيه الأسئلة الصحيحة سواء كان ذلك في استطلاع الآراء أو توجيه المناقشة.	١١	✓
التسويق هو: تكوين علاقة متعاونة بين الأفراد والجماعات الذين تتداخل أعمالهم وهو واحد من أهم المشاكل التي تقابلها المنظمات.	٢٧	✓	من مظاهر الجاذبية أن يكون لدى رجل العلاقات العامة القدرة على الشعور بمدى توافقه مع الغير أو نشازه عنهم ، وأن يعرف متى يتكلم أو ينصت ومتى يدافع أو يهاجم.	١٢	✓
تأخذ بعض المؤسسات بالأسلوب المركزي لإدارة العلاقات العامة حيث يتركز جميع العاملين بالإدارة في المقر الرئيسي وعنه تصدر جميع الأنشطة ومنه يتحرك بعض المتخصصين لممارسة بعض وظائفهم في فروع المؤسسة طبقاً للخطة الموضوعة.	٢٨	✓	عند الاستعانة بالمستشار الخارجي ينبغي عدم إمداده بالمعلومات والبيانات والتي من بينها تاريخ المنظمة وتطورها وطبيعة الخدمة أو السلطة وكيفية إنتاجها.	١٣	✓
			من أهم مزايا إنشاء إدارة داخلية للعلاقات العامة ( المعرفة الكاملة بالمنظمة ومشاكلها ) .	١٤	✓
			(وحدة الأمر) تبعاً لهذا المبدأ يتلقى المرؤسين أوامرهم وتوجيهاتهم من رؤساء الأقسام أو الإدارات المختلفة.	١٥	✓