

تنظيم المؤتمرات الصحفية وإصدار البيانات الصحفية هي ممارسة الاتصال في اتجاهين.	٣٧
يعد نموذج هيراركية التأثير في تفسير كيفية استجابة الأفراد للرسالة الاتصالية.	٣٨
الاتجاه ضرورة في عملية الاقناع.	٣٩
البرامج الاتصالية تسعى في النهاية إلى التأثير في وعي الجماهير المستهدفة.	٤٠
من الصعوبة لممارسي العلاقات العامة بناء علاقات إيجابية وشبكة اتصالات شخصية مع القائمين على وسائل الاتصال والإعلام للحصول على تغطية وشبكة اتصالية مقبولة.	٤١
الاستراتيجيات والتكتيكات من العناصر الرئيسية في الخطط أو البرامج في العلاقات العامة.	٤٢
الاستراتيجيات والتكتيكات من العناصر الرئيسية في الحملات الإعلامية فقط.	٤٣
يجب أن تصاغ الأهداف بشكل فضفاض وعام وواسع.	٤٤
بلوغ الأهداف الاستراتيجية يتطلب وضع استراتيجيات والاستراتيجيات تحتاج إلى تكتيكات.	٤٥
التحسين المباشر ليس أفضل عند البعض من التخطيط.	٤٦
المهارة تعني اكتساب المثلثين حرفية الاستجابة للوسيلة.	٤٧
تلعب الوظيفة الاستشارية الخارجية للعلاقات العامة دوراً حيوياً في كل المنظمات.	٤٨
الحملة جهد إعلامي اتصالي منظم لكنه مطلوب وملح في حملات العلاقات العامة.	٤٩
العلاقات العامة هي تكوين الصورة النمطية والتخطيط لها يكون في مجال إدارة المنظمة أو الشركة.	٥٠



نموذج (أ)

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

١٨	إن كل ما تتعامل معه في عملية تخطيط حملات العلاقات العامة غير متغير والتغير هنا بشكل مؤقت.
١٩	حدد (ولكوكس) العناصر المكونة للحلقة في خمسة مكونات تبدأ من تحليل الموقف إلى عملية التقييم.
٢٠	مراجعة الرسائل الاتصالية تعني Message Audit.
٢١	يطلق على تحليل الموقف الاصطلاحي SWOT أي مواطن القوة والفرص المتاحة والتحديات التي تواجهها.
٢٢	نظام Adopts يتكون من عشرة عناصر هي المزايا والعوائق والفرص المتاحة والمشكلات والتأملات المستقبلية.
٢٣	صياغة المشكلة يجب أن تكتب بشكل مقروء وسليم.
٢٤	يحتاج التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة إلى كثير من المعارف العلمية والعملية.
٢٥	تظل طائفة المسؤولية الأساسية في حملة التخطيط الاستراتيجي في إدارة العلاقات العامة على كاهل مدير المؤسسة.
٢٦	الأهداف الاستراتيجية تعني Right Stratigic.
٢٧	تسعى المؤسسات أو المنظمات لوضع فلسفة لأهدافها ووجودها والعمل على بلوغه لصالح المجتمع التي قامت فيه.
٢٨	تعد العلاقات بين ممارسة العلاقات العامة ووسائل الإعلام الجديد علاقة عمل واتحاد ومصالح.
٢٩	الأفضل تقويم أداء العلاقات العامة في ضوء توقعات الجماهير الأساسية داخليا بما فيها الإدارة العليا والمدبرين والجماهير الخارجية.
٣٠	تحليل البيئة أو المحيط الخارجي يعني Context Analysis.
٣١	صياغة مهمة المنظمة تتطلب مشاركة بعض العاملين المتخصصين في المنظمة.
٣٢	الهدف الأساسي للعلاقات العامة هو تحسين الصورة الذهنية أمام الجماهير التي لا تتعامل معها.
٣٣	من أهداف العلاقات العامة الاستراتيجية هو أن يتغير سلوك الجمهور فعلا.
٣٤	الأهداف الاستراتيجية التي تتناسب مع الجماهير الايجابية قد تتناسب مع الجماهير السلبية.
٣٥	الأهداف الاجرائية العامة هي Global objective.
٣٦	يجب أن يسعى كل هدف اجرائي على نتيجة واحدة.

١	إدارة البرنامج الاتصالي في العلاقات العامة يجب أن ترتبط ارتباطاً مباشراً بالتخطيط الإستراتيجية.
٢	التخطيط عملية مستمرة تربط بين الحاضر والمستقبل.
٣	لا تهتم الإدارة بالأهداف في التخطيط الاستراتيجي لحملات وبرامج العلاقات العامة بل أكثر اعتماداً على التحسين المباشر.
٤	المشكلة تحدث نتيجة الشائعات غير مؤكدة.
٥	لا تسعى المؤسسات أو المنظمات لوضع فلسفة لأهدافها من وجودها والعمل على بلوغه لصالح المجتمع التي قامت فيه.
٦	المشكلة تكون في المنظمة أو في أي مؤسسة ناجمة عن جودة منتجاتها نظراً للمنافسة الشديدة.
٧	التخطيط الجيد المدروس هو الذي يحمي المؤسسة ويجنبها الأخطاء قبل حدوثها.
٨	عملية التقييم هي المرحلة الثانية من عمليات العلاقات العامة.
٩	الاتصال في العلاقات العامة عملية تتطلب نظريات ونماذج تجعلها أكثر احتمالاً لتطبيقات وتكتيكات اتصاله.
١٠	ليس بالضرورة تحديد وصياغة أهداف الحملة وذلك لتكامل عناصرها المكونة لها.
١١	العلاقات العامة ليست عملية بناء وصياغة علاقات المنفعة المتبادلة.
١٢	الهدف الأساسي للعلاقات العامة هو تحسين الصورة الذهنية أمام الجماهير الداخلية التي تتعامل معها دائماً.
١٣	تحليل البيئة أو المحيط الخارجي يعني Context Analysis.
١٤	يعتمد التخطيط على الكثير من البحوث والتحليلات وقليل من الخبرات.
١٥	الفرص المتاحة تعني Threats.
١٦	حدد (باسكن)العناصر المكونة للحلقة بسبعة عناصر تبدأ من صياغة المشكلة وحتى تحديد أساليب التقييم.
١٧	عامل الوقت يعني Time Factor.