



مدونة المناهج السعودية

<https://eduschool40.blog>

الموقع التعليمي لجميع المراحل الدراسية

في المملكة العربية السعودية

- قادة الرأي في العلاقات العامة هم الأشخاص الذين يؤثرون في أشخاص آخرين لأسباب وعوامل شخصية غير رسمية وليس مناصبهم ومواقعهم في المجتمع
- العلاقات العامة هي الإعلام أو الدعاية أو النشر أو الإعلان أو العلاقات الإنسانية أو الشؤون العامة. X
2. درجة التغطية الجماهيرية المقصود بها دراسة طريقة استجابة الجمهور للفكرة وإلى أي حد حقق مضمون الرسالة استجابة. X
2. الخطوة الأولى للتخطيط الإعلامي هي تحديد الأهداف الإعلامية أو الدعاية وتقسيمها مرحليا. X
2. تواجه إدارة العلاقات العامة في الوقت المعاصر صعوبة القياس الدقيق لمدى التغيير المعنوي في آراء واتجاهات وأفكار وسلوك الجمهور الذي سعت للتأثير عليه
30. تنقسم قناة الاتصال في العلاقات العامة إلى نوعين: إقناعي جماهيري وموجهي شخصي
31. تمر عملية العلاقات العامة بأربع خطوات رئيسية هي: الاعلام والدعاية والنشر والعلاقات الإنسانية. X
32. التطوير الجزئي أو المرحلي هو تفويج ينظر إلى البرنامج ككل ويستعرض كل مزاياه وعيوبه ونقاط قوته وضعفه وما يستفاد منه في عملية التخطيط للبرامج المستقبلية. X
33. تعتمد العلاقات العامة في ممارسة نشاطها على الأسلوب العلمي الذي يعتمد على القيام بالدراسات والبحوث والتخطيط
34. تعتبر الرسالة المحور الأساسي لبرنامج الاتصال وينتطلب تصميمها فهما كاملا لطبيعة الجمهور الذي منوجه إليه
35. تستهدف إدارة العلاقات العامة الوصول إلى الجماهير المتعاملة مع المنشأة ولهذا لا بد وأن يتوفر لها بيانات عن هذه الجماهير من حيث توجيحاتها وتقسيماتها فهناك الجمهور الداخلي والخارجي والخاص والتجاري X
36. تزداد ثقة الجمهور في آراء الأشخاص الذين يعرفونهم ويتفقون بهم أكثر من ثقتهم في الآراء التي يتلقونها من خلال قنوات الاتصال الجماهيرية
37. تركز دراسة الجمهور في العلاقات العامة على الخصائص الديموغرافية والاجتماعية والنفسية والطبائعية عن الفكرة أو القضية
38. تختلف العلاقات العامة من حيث أهدافها ووظائفها وأنشطتها عن العلاقات الصناعية والإنسانية وإن تكاملت معها في تحقيق الأهداف العامة للمنشأة
39. تتميز وظيفة العلاقات العامة بعدة خصائص ومنها أنها وظيفة من وظائف الإدارة العليا. X
40. تبدأ إجراءات بحوث العلاقات العامة بتحديد المشكلة وينتهي بتحليل البيانات ومعالجتها إحصائيا. X
41. تأثير المصدر يتوقف على المصداقية والثقة به والتوافق الاجتماعي الطليقي بينه وبين الجمهور
42. تأثير الاتصال وقوته يعتمد به التعرف على التأثير الذي أحدثته الرسالة في الجماهير الذين تعرضوا لها ونوع الوسائل الاتصالية وطرق الإقناع التي ساهمت في هذا التأثير
43. بحوث مستمعي ومشاهدي الإذاعة والتلفزيون تستهدف التعرف على مدى إقبال المستمعين والمشاهدين على برامج الإذاعة والتلفزيون ومدى تفضيلهم لأساليب معينة وأوقات معينة
44. بحوث الدوافع في العلاقات العامة هي البحوث التي تستهدف الكشف عن الأسباب المولدة التي توافق أو عدم توافق اتجاهات الجمهور مع سياسة المنشأة
45. الإعلان الاعلامي يستهدف تكوين صورة ذهنية طيبة للمنشأة عند الجماهير من خلال تعريف الجماهير بالمنشأة وأهدافها وبورها في خدمة الاقتصاد الوطني
46. الاعتقاد بأهمية الجمهور الخارجي وضرورة إعطائه الأولوية والتركيز عليه ليس خطأ ترتكبه إدارة العلاقات العامة. X
47. تشمل الرسالة على الجانبين العقلي المنطقي والعاطفي الوجداني هام وضروري في الاتصال الاعلامي
48. الأسلوب اللطيف على تنفيذ البرنامج في تقييم برامج العلاقات العامة يتم فيه اختيار عينه ممثلة للجمهور المستهدف ودراسة تأثير المادة الإعلامية عليها وأجراء التعديلات اللازمة قبل تعميم المادة على كل فئات الجمهور. X
49. الأسلوب المسبق على تنفيذ البرنامج في تقييم برامج العلاقات العامة يفيد في التعرف على التأثيرات التي ترتبت على تنفيذ البرنامج كما يفيد في التعرف على فعالية استخدام وسائل اتصالية معينة وأساليب معينة في العرض والشرح والتفسير والإقناع. X
50. الاتصال في العلاقات العامة يأخذ شكل موحد ويهدف إلى تحقيق أهداف معينة. X



WWW.KOIZAT.COM

إدارة العلاقات العامة ADS-408 الاختبار النهائي (الانتساب)

ح والخطأ في العبارات التالية.

العبارات

رقم

1. يؤدي عدم وضوح الاختصاصات إلى عدم إمكانية تنظيم إدارة العلاقات العامة تنظيمًا سليماً
2. يؤدي التخطيط في العلاقات العامة إلى تحديد أهداف العلاقات العامة بشكل ترتبط معه بأهداف المنظمة وبشكل يدركه العاملون
3. يمثل التخطيط الخطوة الأولى في عملية العلاقات العامة ويعرف بأنه "هو ذلك النشاط العقلي الإرادي الذي يوجه لاختيار أمثل استخدام ممكن لمجموع الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في مدة زمنية محددة." ✗
4. يقصد بتحديد المزيج الاتصالي البدائل والمكونات الأساسية للعملية الاتصالية وهي المرسل والرسائل وقناة الاتصال والوسائل والجمهور
5. يعتمد معظم القائمون بالاتصال في قياس ترجيح الأثر على عدد القراء أو المستمعين أو المشاهدين الذين تعرضوا للحملة الإعلامية
6. يرتبط بالمفهوم الإداري أو الفلسفي للعلاقات العامة المفهوم الوظيفي أو المهني المتمثل في تقديم المشورة لإدارة المنشأة وفي تسهيل وصول آراء ومواقف جميع فئات المجتمع إلى المنشأة وفي تنفيذ برامج تشرح سياسات المنشأة
7. يتميز الاتصال المواجهي بوجود التفاعل بين المرسل إلى المستقبل والعكس وحدوث رجوع صدق فوري ومباشر في نفس الموقف
8. يبدأ تخطيط العلاقات العامة بدراسة كل الظروف والمتغيرات المحيطة بالمنشأة والتي يمكن أن تؤثر عليها مستقبلاً وينتهي بتحديد الموارد والإمكانات اللازمة لتحقيق الأهداف. ✗
9. هناك مجموعة من المعايير التي يمكن استخدامها لاختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة في العلاقات العامة من أهمها الجمهور المستهدف
10. من محددات الاتصال أنه يجب أن تعمل الرسالة الاتصالية على عدم استئثار الحاجات لدى الأفراد وإيجابية أسياسها. ✗
11. من فوائد تكوين الصورة المرصية عن المنظمة لدى جمهورها حصولها على مساعدة المجتمع على تقييمها والحكم عليها
12. من صعوبات تقيوم أنشطة العلاقات العامة عدم القدرة على تتوصل لمقاييس دقيقة للتقييم فضلاً عن محدودية هذه العملية نفسها من حيث ممارستها وإجراءاتها
13. من خصائص الاتصال الجماهيري أنه يحدث من خلال الوسائل الإلكترونية ويوجد فيه تغذية راجعة. ✗
14. من النقاط التي يمكن استخدامها في التقييم الدوري تلك المتعلقة بالأهداف والنتائج والتنظيم والمضمون والرقابة
15. من العوامل التي أدت إلى بروز أهمية العلاقات العامة وازدياد الاهتمام بها ظهور شبكة واسعة من وسائل الاتصال الحديثة
16. من الصعوبات التي تواجه الاتصال في العلاقات العامة العوامل النفسية عند المتلقي وانهاؤها بمعنويات الدفاع الإدراكي
17. من الصعوبات التي تواجه الاتصال في العلاقات العامة التنكر الاختياري لموضوعات أو أجزاء معينة دون غيرها
18. من الأساليب والوسائل التي تستخدم الكلمة المطبوعة في العلاقات العامة المحاضرات والندوات والمؤتمرات الفنية والغنية. ✗
19. من الأساليب والوسائل التي تستخدم الكلمة المسموعة في العلاقات العامة المطبوعات والكثيبات والمطبات. ✗
20. من أسباب نمو العلاقات العامة كمفهوم إداري وتوظيفه ازدياد قوة الرأي العام وتأثيره على صانعي القرار
21. المطبوعات من الأساليب والوسائل التي تستخدم الكلمة المطبوعة وهذه قد تستهدف الترحيب بالعاملين الجدد وتعريلهم على المنشأة أو تتضمن معلومات تفصيلية عن المنشأة
22. الكثيبات من الأساليب والوسائل التي تستخدم الكلمة المطبوعة وقد توجه للجمهور الداخلي أو الخارجي أو الاثنين معاً
23. قناة الاتصال المواجهي هي القناة التي يتجه من خلالها الاتصال إلى مجموعات ضخمة وغير متجانسة من الجمهور. ✗
24. لقائون بالاتصال هم من يعرفون بالمصدر وينشئون الرسالة الإعلامية ولهم تأثير في عملية الإقناع التي تتوقف على مدى تقبل الجمهور لهم