



نموذج (ج)

أجب عن الأسئلة التالية في النموذج المحدد للإجابة بصواب أو خطأ

(عدد الأسئلة - خمسون سؤالاً)

١٧	تنظيم المؤتمرات الصحفية وإصدار البيانات الصحفية هي ممارسة الاتصال في اتجاهين. <input checked="" type="checkbox"/> واحد استراتيجي للإعلام
١٨	يعد نموذج هيراركية التأثير في تفسير كيفية استجابة الأفراد للرسالة الاتصالية. <input checked="" type="checkbox"/>
١٩	الاتجاه ضرورة في عملية الاقناع. <input checked="" type="checkbox"/> لإتمام
٢٠	البرامج الاتصالية تسعى في النهاية إلى التأثير في وعي الجماهير المستهدفة. <input checked="" type="checkbox"/>
٢١	من الصعوبة لممارسي العلاقات العامة بناء علاقات إيجابية وشبكة اتصالات شخصية مع القائمين على وسائل الاتصال والإعلام للحصول على تغطية وشبكة اتصالية مقبولة. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٢	الاستراتيجيات والتكتيكات من العناصر الرئيسية في الخطط أو البرامج في العلاقات العامة. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٣	الاستراتيجيات والتكتيكات من العناصر الرئيسية في الحملات الإعلامية فقط. <input checked="" type="checkbox"/> لا أساس
٢٤	يجب أن تصاغ الأهداف بشكل فضفاض وعام وواسع. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٥	بلوغ الأهداف الاستراتيجية يتطلب وضع استراتيجيات والاستراتيجيات تحتاج إلى تكتيكات. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٦	التحسين المباشر ليس أفضل عند البعض من التخطيط. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٧	المهارة تعني اكتساب المتلقين حرفة الاستجابة للوسيلة. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٨	تلعب الوظيفة الاستشارية الخارجية للعلاقات العامة دوراً حيويًا في كل المنظمات. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٩	الحملة جهد إعلامي اتصالي منظم لكنه مطلوب وملح في حملات العلاقات العامة. <input checked="" type="checkbox"/>
٣٠	العلاقات العامة هي تكوين الصورة النمطية والتخطيط لها يكون في مجال إدارة المنظمة أو الشركة. <input checked="" type="checkbox"/>
٣١	إدارة البرنامج الاتصالي في العلاقات العامة يجب أن ترتبط ارتباطاً مباشراً بالخطط الاستراتيجية. <input checked="" type="checkbox"/>
٣٢	التخطيط عملية مستمرة تربط بين الحاضر والمستقبل. <input checked="" type="checkbox"/>
٣٣	لا تهتم الإدارة بالأهداف في التخطيط الاستراتيجي لحملات وبرامج العلاقات العامة بل أكثر اعتماداً على التحسين المباشر. <input checked="" type="checkbox"/>
٣٤	المشكلة تحدث نتيجة الشائعات غير مؤكدة. <input checked="" type="checkbox"/>
٣٥	لا تسعى المؤسسات أو المنظمات لوضع فلسفة لأهدافها من وجودها والعمل على بلوغه لصالح المجتمع التي قامت فيه. <input checked="" type="checkbox"/>

١	يطلق على تحليل الموقف الاصطلاحي Swot أي مواطن القوة والفرص المتاحة والتحديات التي تواجهها. <input checked="" type="checkbox"/> دلفيف
٢	نظام Adopts يتكون من عشرة عناصر هي المزايا والعوائق والفرص المتاحة والمشكلات والتأملات المستقبلية. <input checked="" type="checkbox"/>
٣	صياغة المشكلة يجب أن تكتب بشكل مقروء وسليم. <input checked="" type="checkbox"/>
٤	يحتاج التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة إلى كثير من المعارف العلمية والعملية. <input checked="" type="checkbox"/>
٥	تظل طائفة المسؤولية الأساسية في حملة التخطيط الاستراتيجي في إدارة العلاقات العامة على كاهل مدير المؤسسة. <input checked="" type="checkbox"/>
٦	الأهداف الاستراتيجية تعني Right Stratigic. <input checked="" type="checkbox"/>
٧	تسعى المؤسسات أو المنظمات لوضع فلسفة لأهدافها ووجودها والعمل على بلوغه لصالح المجتمع التي قامت فيه. <input checked="" type="checkbox"/>
٨	تعد العلاقات بين ممارسة العلاقات العامة ووسائل الإعلام الجديد علاقة عمل واتحاد ومصالح. <input checked="" type="checkbox"/>
٩	الأفضل تقويم أداء العلاقات العامة في ضوء توقعات الجماهير الأساسية داخليا بما فيها الإدارة العليا والمديرين والجماهير الخارجية. <input checked="" type="checkbox"/>
١٠	تحليل البيئة أو المحيط الخارجي يعني Context Analysis. <input checked="" type="checkbox"/>
١١	صياغة مهمة المنظمة تتطلب مشاركة بعض العاملين المتخصصين في المنظمة. <input checked="" type="checkbox"/>
١٢	الهدف الأساسي للعلاقات العامة هو تحسين الصورة الذهنية أمام الجماهير التي لا تتعامل معها. <input checked="" type="checkbox"/>
١٣	من أهداف العلاقات العامة الاستراتيجية هو أن يتغير سلوك الجمهور فعلا. <input checked="" type="checkbox"/>
١٤	الأهداف الاستراتيجية التي تتناسب مع الجماهير الإيجابية قد تتناسب مع الجماهير السلبية. <input checked="" type="checkbox"/>
١٥	الأهداف الاجرائية العامة هي Global objective. <input checked="" type="checkbox"/>
١٦	يجب أن يسعى كل هدف اجرائي على نتيجة واحدة. <input checked="" type="checkbox"/>

٣٦	المشكلة تكون في المنظمة أو في أي مؤسسة ناجمة عن جودة منتجاتها نظراً للمنافسة الشديدة. X
٣٧	التخطيط الجيد المدروس هو الذي يحمي المؤسسة ويجنبها الأخطاء قبل حدوثها. ✓
٣٨	عملية التقويم هي المرحلة الثانية من عمليات العلاقات العامة. X
٣٩	الاتصال في العلاقات العامة عملية تتطلب نظريات ونماذج تجعلها أكثر احتمالاً لتطبيقات وتكتيكات اتصاله. ✓
٤٠	ليس بالضرورة تحديد وصياغة أهداف الحملة وذلك لتكامل عناصرها المكونة لها. X
٤١	العلاقات العامة ليست عملية بناء وصياغة علاقات المنفعة المتبادلة. ✓
٤٢	الهدف الأساسي للعلاقات العامة هو تحسين الصورة الذهنية أمام الجماهير الداخلية التي تتعامل معها دائماً. X وفيه
٤٣	تحليل البيئة أو المحيط الخارجي يعني Context Analysis. ✓
٤٤	يعتمد التخطيط على الكثير من البحوث والتحليلات وقليل من الخبرات. X
٤٥	الفرص المتاحة تعني Threats. X
٤٦	حدد (باسكن) العناصر المكونة للخطة بسبعة عناصر تبدأ من صياغة المشكلة وحتى تحديد أساليب التقويم. ✓
٤٧	عامل الوقت يعني Time Factor. ✓
٤٨	إن كل ما تتعامل معه في عملية تخطيط حملات العلاقات العامة غير متغير والتغيير هنا بشكل مؤقت. X
٤٩	حدد (ولكوكس) العناصر المكونة للخطة في خمسة مكونات تبدأ من تحليل الموقف إلى عملية التقويم. X
٥٠	مراجعة الرسائل الاتصالية تعني Message Audit. ✓

الفتة

أذكرني بدعوه