

نشاطات العلاقات العامة:

- 1- كتابة وصياغة المواضيع والمقالات والصور للجهات الإعلامية المختلفة.
- 2- تنظيم المؤتمرات والزيارات و الإستقبال.
- 3- إعطاء المعلومات للإعلام.
- 4- الاحتفاظ بألبوم صور وأشرطة فيديو وأرشيف عن المؤسسة.
- 5- تحرير منشورات (جريدة أو مجلة أو نشرة) أو النشرات التعريفية.
- 6- كتابة التقارير السنوية والملصقات التثقيفية.
- 7- تنظيم معارض.
- 8- تنظيم الزيارات الداخلية للمؤسسة او الزيارات السياحية.
- 9- التحضير للاجتماعات الخاصة.
- 10- الافتتاح الرسمي لبعض الأقسام الجديدة.
- 11- تنظيم الاحتفالات الرسمية والمناسبات.

جمهور العلاقات العامة:

هو تلك المجموعات من الناس التي تقوم المؤسسة بالاتصال معهم داخلياً وخارجياً لذلك فإن نشاط العلاقات العامة سوف يركز على الوصول إلى هذه المجموعات التي تخص الشركة وجمهور كل مؤسسة يختلف عن المؤسسة الأخرى تبعاً لنوع العمل الذي تقوم به المؤسسة.



أنواع الجمهور:

- 1- البيئة ومجتمع المؤسسة.
- 2- الموظفون المحتملون.
- 3- الموظفون.
- 4- الممولين.
- 5- المستثمرين.
- 6- الموزعين.
- 7- المستهلكين.
- 8- قادة الرأي (المسؤولين في بعض جهات الدولة).

التخطيط في العلاقات العامة :

1- التخطيط الاستراتيجي (الوقائي): هو التخطيط القائم على الدراسة الشاملة ويُبنى على أساس زمني طويل مطلوب أن تترسخ السمعة مع الزمن لكسب زبائن دائمين أو التذمر لتحقيق شكل مقبول ومتقدم من الاستمرار الدائم.

ABAHE

2- التخطيط المرحلي التكتيكي (العلاجي): وهي عمليات تضطر المؤسسة لوضعها لمعالجة حالات الطوارئ أو الأزمات المتوقعة نتيجة عوامل لا إرادية وهناك عدد من المبادئ يجب مراعاتها عند وضع برامج العلاقات العامة ، منها:

أ- أن تكون البرامج متناسب مع قدرات المؤسسة ولا تشكل عبئاً عليها.

ب- أن تحدد الوسائل الإعلانية المطلوبة والمناسبة.

ت- ينبغي تحديد الجمهور المستهدف داخلياً وخارجياً بما يتناسب مع مستوياتهم الثقافية والإقتصادية.

ث- مراعاة تنفيذ البرامج بالمواعيد والأماكن التي تناسب رغبات الزبائن وتحقيق وصولهم.

ج- أن يتوفر في المؤسسة الكادر المناسب من حيث الإعداد والقدرة على التنفيذ بشكل ناجح وفعال.

