

1. مفهوم التخطيط في مجال العلاقات العامة:

تخضع العلاقات العامة لمقتضيات التخطيط، وممارسة التخطيط في وظيفة العلاقات العامة، تأتي في إطار عملية التخطيط الشاملة التي نهتم بها المنظمة، وتتكامل مع عمليات التخطيط الجزئي للوظائف الإدارية الأخرى كالإنتاج والتسويق، والشؤون المالية والأفراد. ويرتبط تحقيق أهداف العلاقات العامة، بالاعتماد على صياغة خطة متكاملة، مع توفر قناعة كاملة بالاستثمار الأمثل للعلاقات العامة، ويتوقف نجاح العلاقات العامة على الإستراتيجية التي وُضعت لبلوغ تلك الأهداف، وعلى ذكاء الحملات الإعلامية التي تترجم إلى واقع ملموس.

2. أهمية التخطيط للعلاقات العامة*:

- الابتعاد عن عشوائية الأداء، أو ما يطلق عليه العمل وفق سياسة "رد الفعل"، ولعلّ أخطر ما يواجه العلاقات العامة بالذات هو تحكم الضغوط اليومية في وقت القائمين عليها مما لا يترك لهم الفرصة للتفكير التخطيطي أو النظرة المستقبلية.
- يؤدي تخطيط نشاطات العلاقات العامة إلى تبني برنامج متكامل، يتوافق مع إستراتيجية المنظمة والمرتبطة بأهدافها، مما يؤكد قدرة إدارة العلاقات العامة على المساهمة الإيجابية في أداء المنظمة، ويؤدي من جهة أخرى إلى كسب تأييد الإدارة وثقتها في وظيفة العلاقات العامة.

* تم التطرق إلى نماذج واقعية، وإسقاطها على بعض من المؤسسات الجزائرية أثناء المحاضرة، فيما تعلق بالعنصر 2.

مقياس: التخطيط في العلاقات العامة

المحاضرة 6: ممارسة وأهمية التخطيط في العلاقات العامة

- التحديد الدقيق للموارد المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ الخطة وحسن استخدامها وتوجيهها.
- يؤدي تخطيط أنشطة العلاقات العامة إلى إمكانية التنبؤ بالمشكلات والمتغيرات البيئية التي يتوقع حدوثها، ومن ثم تخطيطها وتقليل أو تجنب أثرها إلى أدنى حد ممكن.
- يبرز التخطيط أهداف العلاقات العامة بوضوح، مما يساعد موظفي الإدارة على تفهمها، ويسعون إلى تحقيقها، وتنفيذها عن قناعة وفي التوقيت الزمني المحدد لذلك.
- يسهل التخطيط مهمة مدير العلاقات العامة في اتخاذ القرار والتوجيه والرقابة والتقييم والتقويم.