

جامعة محمد العربي بن مهيدي - أم البواقي -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

شعبة العلوم الإنسانية.

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

مستوى: ثانية ماستر

يوم 2024/05/11

الاسم: ..... اللقب: ..... الفوج: .....

امتحان السداسي الثاني في إعداد وإنتاج مواد العلاقات العامة

السؤال الأول: اشرح مايلي؟ (03 ن)

1/ البروتوكول

2/ العلاقات العامة الرقمية:

3/ الأستوديو الاذاعي:

السؤال الثاني: هناك مجموعة من الأسس والمرتكزات التي تقوم عليها العلاقات العامة وانشطتها... اذكر أربعة منها؟ (04 ن)

/1

/2

/3

/4

السؤال الثالث: تستطيع برامج العلاقات العامة في مختلف المؤسسات الاستفادة من الاستوديوهات التلفزيونية وأدواتها، وضح ذلك؟

(05 ن)

/1

/2

/3

/4

/5

السؤال الرابع: العلاقات العامة الرقمية اليوم هي فن دمج العلاقات العامة التقليدية بالمحتوى التسويقي والاعلام الاجتماعي بالإضافة إلى عملية تحسين أداء محركات البحث... كيف ذلك؟ (08ن)

انتهى/ بالتوفيق

أ.د/ نوال وسار

جامعة محمد العربي بن مهدي - أم البواقي -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

شعبة العلوم الإنسانية.

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

مستوى: ثانية ماستر

يوم 2024/05/11

الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الثاني في إعداد وإنتاج مواد العلاقات العامة

الجواب الأول: (03ن)

1/ البروتوكول البروتوكول هو الطريقة الاجرائية المحكمة او المنضبطة و المنظمة لتسيير الانشطة والفعاليات ويرتبط بالتنفيذ الدقيق لبرامج العلاقات العامة والفعاليات التي تشرف عليها العلاقات العامة وتزداد اهمية هذا النشاط كلما زادت اهمية الشخصيات المستضافة او المعنية بنشاط العلاقات العامة.

2/ العلاقات العامة الرقمية: قيام الإدارة المعنية بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحدي وقنوات الإعلام الرقمي لتنفيذ أنشطتها، وذلك للإسهام في تحقي أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع. فالعلاقات العامة الإلكترونية تشترك مع العلاقات العامة التقليدية في المفهوم والمبادئ والأهداف، إلا أنها تختلف عنها في الممارسة.

3/ الأستوديو الإذاعي الأستوديو الإذاعي هو المكان الذي يستخدم لإنتاج كافة البرامج الإذاعية سواء إن كانت مباشرة أو التي يتم تسجيلها على أشرطة متخصصة، ويكون مجهز هندسيا من جميع المعدات والأدوات اللازمة للإنتاج وهناك الاستوديوهات الإذاعية متحركة على السيارات في حال التغطيات الإذاعية الخارجية.

الجواب الثاني: هناك مجموعة من الأسس والمرتكزات التي تقوم عليها العلاقات العامة وانشطتها... وهي (04ن)

-العنصر البشري: إن المحرك الرئيسي لديناميكية الحياة هو العقل والجهد البشري وفي العلاقات العامة نقصد بالعنصر البشري فريق العمل وممارسو نشاط العلاقات العامة.

-الجمهور المستهدف: وينقسم إلى الجمهور الداخلي ( فريق العمل وممارسو العلاقات العامة) والجمهور الخارجي للمؤسسة وهم المتعاملين أو الجمهور العام.

-التخطيط البرامجي: تعتمد إدارة العلاقات العامة المعاصرة على التخطيط لجهودها من اجل تحقيق أهدافها المسطرة.

-الإمكانيات المتاحة: تحقيق الأهداف يتطلب توفير إمكانات وهي الموارد البشرية والمادية والمالية التي تمتلكها المؤسسة.

-تكنولوجيا الاتصال ووسائله: خدمت العلاقات العامة بشكل كبير

الجواب الرابع: تستطيع برامج العلاقات العامة في مختلف المؤسسات الاستفادة من الاستوديوهات التلفزيونية وأدواتها (05 ن)

\*وحدات الصوت والصورة: عبارة عن مجموعة من الأجهزة والأدوات المرتبطة بطاوتي مراقبة الصوت والصورة والغرض منها ضمان سلامة الصوت والصورة ويعمل فيها مجموعة من المهندسين بشكل تضامني لتحقيق الهدف.

\*وحدة الاضاءة: تعتبر من الوحدات الهامة التي تخدم الجانب الفني وهي مجموعة من الاجهزة المرتبطة بوحدة مراقبة تعمل على ضبط الاضواء. \*وحدة الديكور: تكون حسب اختلاف طبيعة البرامج وتنوعها.

\*الكاميرا التلفزيونية:

تعكس الكاميرا المشاهد التي أمامها، والتعرف على كافة الجوانب الفنية والمهارية من طرف فريق العمل يعد ضروريا ما يساعدهم في عملية إعداد البرامج التلفزيونية، وقد مرت بمراحل عديدة من التطور في حجمها والوحدات المصاحبة لها.

وعلى ممارسي العلاقات العامة ان يتزودوا بالمعارف الخاصة بالكاميرا وفنون التصوير حتى يتمكنوا من اضافة نوع من التميز على الرسائل الاتصالية.

الجواب الخامس: العلاقات العامة الرقمية اليوم هي فن دمج العلاقات العامة التقليدية بالمحتوى التسويقي والاعلام الاجتماعي بالإضافة إلى عملية تحسين أداء محركات البحث.... (08ن)

\* أصبح من الممكن تحويل الأخبار إلى حوارات ، والتي من خلالها يمكننا تجاوز وسائل الاعلام التقليدية والتحدث مباشرة مع الجمهور المستهدف على الأنترنت، يعكس ما كان في السابق حيث كان هدف محترفي العلاقات العامة نشر خبر واحد عن مؤسستهم في جريدة أو مطبوعة ما.

\* أصبحت عملية نشر الأخبار من خلال العلاقات العامة الرقمية أبعد وأسرع وأكثر تحديدا واستهدافا من أي وقت مضى، فالعلاقات العامة الرقمية تتيح لنا تعزيز مدى انتشار أخبار المؤسسات ومشاركتها عبر قنوات إعلامية جديدة عديدة ، فالعلاقات العامة الرقمية تمكننا من استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي والمدونات والتعليقات ، ليس فقط لنشر الأخبار ولكن لخلق الحوار وتحقيق التواصل.

\* المحتوى التسويقي: يعرف المحتوى التسويقي بعملية خلق وتوزيع مادة تفاعلية ذات قيمة سواء كانت مقال أو انفوجرافيك أو فيديو أو صورة... الخ وذلك لجذب واكتساب واشراك الجمهور المستهدف ، والهدف الرئيسي من المحتوى التسويقي هو تحقيق أعلى مستوى ممكن من التواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف وذلك من أجل الحفاظ على العملاء وخلق عملاء محتملين جدد.

\* إعادة توظيف المحتوى عبر الاعلام الاجتماعي : من أحد أهم الطرق للانتقال إلى العلاقات العامة الرقمية ودمج المحتوى التسويقي في برامج الاتصال الخاصة بالمؤسسة هو إعادة توظيف المحتوى الذي قمت باعداده من قبل وتحويله إلى مادة تفاعلية جديدة ، فالبيان الصحفي مثلا يمكن إعادة نشره على موقع لينكدن Linkiden في أحد المجموعات ذات الصلة أو تحويله إلى انفوجرافيك ومن ثم نشره على شبكة Pinterest أو Facebook ، وهكذا يمكن إطالة زمن صلاحية المحتوى التي تقدمه مستفيدا من مزايا وسائل الاعلام الاجتماعي المختلفة للوصول إلى أكبر قاعدة ممكنة من الجمهور المستهدف.

\* عملية تحسين أداء محركات البحث :

هوكل ما تقوم به من جهود ومساغى من أجل ظهور موقع وصفحات وحسابات على الصفحة الأولى في محركات البحث ولا سيما محرك البحث جوجل Google فمع بداية ظهور الأنترنت كانت هذه العملية دائما ما يتكفل القيام بها الفريق التقني في المؤسسة، لكن اليوم ومع اتساع نطاق النظام البيئي الرقمي والدور المحوري الذي تلعبه الأنترنت ووسائل الاعلام الاجتماعي في مجال الاتصال والعلاقات العامة.

لقد أصبحت عملية SEO على عاتق مسؤولي العلاقات العامة والتسويق والاتصال ، وبعد هذا تطورا منطقيا إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن فرق العلاقات العامة والتسويق والاتصال هي التي تقوم بإعداد المحتوى ومن تم فهي أكثر قدرة على تحديد الكلمات المفتاحية الأمثل والقنوات الاعلامية الأنسب لنشر المحتوى وكيف يتم التفاعل معه من قبل الجمهور المستهدف ، كما أن إنتاج محتوى تسويقي مميز ونشره بصورة مختلفة عبر قنوات إعلامية متعددة ، فكله يساعد على دعم تواجد المؤسسة رقميا.

انتهى/ بالتوفيق

أ.د/ نوال وسار