**-التنظيم الداخلي لإدارة العلاقات العامة:**

**1.4-أهداف تنظيم العلاقات العامة :**

يهدف التنظيم في أي مؤسسة إلى توفير الظروف الملائمة لإنجاز العمل على وجه أكمل، تقوم الإدارة في العادة بالعمل على تحقيق الأهداف الأربعة التالية في مجال العلاقات العامة:

- تحديد الأهداف الاجتماعية للمنظمة أوالمؤسسة أو مساعدتها على تحديدها .

- اكتشاف التناقضات بين هذه الأهداف، وبين تلك العناصر من المجتمع الذي تعتمد عليها المؤسسة.

- محاولة التكييف بين سياسة المنظمة وأعمالها وبين المجتمع ومعطياته أو خصائصه.

- إرشاد المنظمة إلى الطرق والوسائل التي تستطيع بها أن تجعل سياستها وأعمالها مفهومة لدى الجمهور.

**2.4- العوامل المؤثرة على تنظيم إدارة العلاقات العامة:**

1ـ حجم المؤسسة أو الهيئة. 2 ـ حجم ميزانية العلاقات العامة. 3 ـ نظرة الإدارة العليا على إدارة العلاقات العامة. 4 ـ خلفية مدير العلاقات العامة.

**3.4-أهمية تنظيم العلاقات العامة:**

 تتمثل هذه الأمية فيما يلي:

* تجنب الإسراف، وذلك بالاستغلال الجيد للإمكانيات المتاحة والحصول على أقصى إنتاجية منها.
* للوصول إلى الهدف بأقصى طريق ممكن دون الإخلال بالمبادئ الإنسانية والقيم الأخلاقية.
* إيجاد روح التعاون ووحدة الهدف بين العاملين في ميدان العلاقات العامة، وتحقيق الانسجام والتنسيق والتكامل بين تخصصاتهم وخبراتهم ومهارتهم، بما يزيد من احتمال الوصول إلى الأهداف المحددة بقدر كبير من الفعالية.
* جميع المسؤوليات المتعددة ذات الطبيعة الواحدة في إدارة واحدة متناسقة النشاط، بحيث يسهل الربط بين أجزائها، بما يحقق انتظام العمل وانسيابه بسهولة ويسر.
* تحديد الاختصاصات والصلاحيات والمسؤوليات، بحيث يعرف كل فرد واجباته فتسير العلاقات الوظيفية والاجتماعية بأقل قدر من التنافر والاحتكاك أو الصدام.

4.4-**متطلبات تنظيم إدارة العلاقات العامة:**

إن أي تنظيم لإدارة العلاقات العامة مهما كانت تسميته (إدارة، قسم، جهاز أو غير ذلك)، يجب أن يراعي ما يلي:

- العلاقات العامة جهاز يتبع الإدارة العليا في المؤسسة.

- العلاقات العامة نشاط اتصالي يجب أن تسمح له مرونة التنظيم بالحركة، والاتصال المباشر بجمهورها الداخلي والخارجي.

- إن طبيعة أنشطته الاتصالية مختلفة، وتحتاج إلى مهارات متعددة وإلى كوادر ماهرة في الاتصال والعلاقات الإنسانية لتنفيذه.

- طبيعة أنشطتها في التنبؤ والتخطيط والتعرف على طبيعة الجمهور وسمعة الشركة وصورتها، تحتاج إلى قسم للبحوث والتخطيط.

وبناءا على هذا فإن البناء التنظيمي لجهاز العلاقات العامة يجب أن يشمل أقساما أو موظفين مختصين كما يلي:

1ـ قسم البحوث والتخطيط: وتكون اختصاصاته القيام بدراسة اتجاهات الرأي العام، والتعرف على اتجاهات الجمهور نحو المؤسسة ومنتجاتها، وشكاويهم واحتياجاتهم، والتخطيط لحملات وبرامج العلاقات العامة، وجمع المعلومات اللازمة لأعدادها وتنفيذها .

2 ـ قسم الاتصال الخارجي: تسند له مسؤولية الإشراف على برامج العلاقات العامة في الاتصال بالمؤسسات الإعلامية، مثل: الصحافة، الإذاعة، والتلفزيون، وتكون مهامه إصدار النشريات والإشراف على مطبوعات المؤسسة وكتبها السنوية، وكذلك توفير المعلومات الصحفية والبيانات اللازمة للتعريف بالمؤسسة وأنشطتها، وإعداد نشرات يومية أو أسبوعية لما ينشر في الصحافة، ويعبّر عن اتجاهات ومعلومات تهم المؤسسة في وضعها الراهن وفي مستقبلها. وكذلك تكون مهمة هذا القسم تنظيم المؤتمرات الصحفية لمسؤولي المؤسسة، وكذلك من مسؤولياته القيام بالمعارض وتنظيم المؤتمرات والمشاركة بها باسم المؤسسة.

3 ـ قسم الاتصال الداخلي: ومسؤوليته تعزيز انتماء العاملين بالمؤسسة، وفرض المشاركة فيها، وذلك من خلال الإشراف على خدمات اجتماعية ورياضية، ورحلات ترفيهية، وحفلات فنية، وكذلك العمل على زيادة وعي المستخدمين، وذلك من خلال برامج، ندوات، محاضرات، معارض داخلية، وإصدار نشرية أو مجلة داخلية.

5.4-**تنظيم إدارة العلاقات العامة:**

تعدّ العلاقات العامة نشاط اتصالي إداري علمي، وهذا بغرض أن يكون الجهاز القائم على العلاقات العامة جهازا قادرا على تحقيق الأهداف المطلوبة منه، من خلال الأنشطة الثلاثة: الاتصالية، الإدارية، العلمية.

ويقصد بالتنظيم تلك الوحدات التنظيمية التي تقوم بمختلف الأعمال المتعلقة بالعلاقات العامة، وطبيعة العلاقات. وخطوط الاتصال بين تلك الوحدات، والتنظيم الجيد هنا يحقق المزايا التالية:

- الاستفادة من التخصص.

- التحديد الواضح للاختصاصات والمسؤوليات لما يمنع حدوث التضارب، أو الازدواجية في نشاطات العلاقات العامة.

- التكامل والتنسيق بين أنشطة العلاقات العامة.

- الفاعلية في أداء عمل العلاقات العامة.

ويقوم تنظيم إدارة العلاقات العامة على الخطة الإجرائية التالية:

1. حصر الأنشطة وكافة الأعمال التي تأخذ طابع العلاقات العامة بناءا على معايير عملية وعلمية يستطيع بها المنظم التمييز بين ما هو نشاط للعلاقات العامة، وبين ما هو نشاط آخر، وهذا يبرز أن يكون مفهوم العلاقات العامة ينطوي على مضامين وتوجهات واضحة للمنظم.
2. تجميع الأنشطة والأعمال ذات الطبيعة المتجانسة في مجموعة واحدة متخصصة داخل النشاط العام للعلاقات العامة، مما يمكن أن يكون أساسا علميا يمكن الاعتماد عليه، في إنشاء الأقسام الوظيفية فيما بعد، وبصورة تساعد على معرفة وتحديد نوع المؤهلات ( العلمية والعملية)، والمهارات الواجب توافرها في من ستناط بهم مسؤوليات هذه الأقسام.
3. إنشاء ( وحدات إدارية فرعية) داخل نطاق العلاقات العامة بحيث يتم إنشاء قسم لكل مجموعة نشاط متخصصة. وإعطاء كل قسم الاسم الوظيفي المناسب الذي يتفق مع طبيعة ونوع الواجبات والمسؤوليات الموكلة إليه، ويجب مراعاة عدم التكرار والازدواجية عند تجميع الأعمال، بحيث لا يكون العمل الواحد مسؤولية أكثر من قسم.
4. تعيين الأفراد المناسبين في كل قسم وظيفي بوضع الشخص المناسب في المكان المناسب.
5. تحديد السلطات الوظيفية كل حسب حجم المسؤولية على عاتقه، وهنا يجب الاحتكام إلى توازن السلطة والمسؤولية، فالسلطة يجب أن تمنح فقط لمراكز اتخاذ القرار ( مراكز المسؤولية الوظيفية)، ومما لا شك فيه أنه لا سلطة في غياب المسؤولية، ولا مسؤولية في غياب السلطة.

تحديد العلاقات الوظيفية بين الأقسام الوظيفية التابعة للعلاقات العامة، وبينها وبين الأقسام في الوحدات الإدارية الأخرى في المؤسسة، كما تحدد هذه العلاقات بين إدارة العلاقات العامة وغيرها من الإدارات الأخرى.