

الرقابة الذاتية والأخلاقيات في الاتصال المؤسسي



التقييم الأهم في مجال العلاقات العامة



تكنولوجيا البلوكتشين وتأثيرها على مجال العلاقات العامة





تنويه: تم تحرير النشرة بالكامل عن طريق الذكاء الاصطناعي، مع تدقيقها لغويًا، دون التدخل في المحتوى.

الرقابة الذاتية والأخلاقيات في الاتصال المؤسسي

للاستماع

تحسين جودة الاتصالات، ويعزز الثقة المتبادلة بين الشركات وجمهورها، وهو ما يؤدي إلى تحقيق نجاح مستدام ونمو مستقبلي.

بوجه عام، يمثل التأكيد على الرقابة الذاتية والأخلاقيات في الاتصال المؤسسي، تحديًا وفرصة للشركات؛ لتحسين علاقاتها مع جميع أصحاب المصلحة، وتعزيز سمعتها وموقفها في السوق. وإن الالتزام

أخلاقية تنظم النشاط التجاري، وتوجه القرارات والسياسات المتعلقة بالاتصال. وينبغي أن تتضمن هذه القيم الشفافية، والمسؤولية، والنزاهة، واحترام التنوع وحقوق الإنسان.

ويعزز التزام الشركات بالرقابة الذاتية والأخلاقيات في الاتصال المؤسسي، موقفها أمام الجمهور، ويساعد في تعزيز سمعتها وثقة المستهلكين. والشركات التي تضع معايير

في عالم الأعمال المتسارع والمتنامي، يحظى الاتصال المؤسسي بأهمية قصوى في تحقيق النجاح. وتعدُّ الشفافية والمصادقية جوهرية الاتصال الفعال والمستدام، وتمثل الرقابة الذاتية والأخلاقيات في الاتصال المؤسسي ركائز أساسية لبناء ثقة جمهور المستهلك والشركاء التجاريين.

وتتمثل الرقابة الذاتية في مراجعة وتقييم الشركات لأنفسها



بالأخلاقيات والممارسات الجيدة، لا يكون مجرد مسألة أخلاقية، بل يعتبر استثمارًا طويل الأمد يدعم استدامة الأعمال، ويضمن نجاحها. لذا، يجب على الشركات المعاصرة أن تعمل بجدّ لتبني وتطبيق مبادئ الرقابة الذاتية والأخلاقيات في جميع جوانب عمليات الاتصال المؤسسي، وذلك لتحقيق النجاح، والتواصل الفعال مع أصحاب المصلحة.

أعلى من الرقابة الذاتية والأخلاقيات تستفيد من علاقات أقوى مع عملائها وشركائها التجاريين، وتتمتع بمستوى أعلى من الولاء والاحترام.

وعلى الرغم من أن الرقابة الذاتية والأخلاقيات قد تكون مكلفة في البداية، فإنها توفر فوائد طويلة المدى للشركات وأصحاب المصلحة. ويساهم ذلك في

بشكل دوري؛ لضمان الالتزام بالمعايير الأخلاقية، والقوانين المحلية والدولية. ويتطلب ذلك تنفيذ سياسات وإجراءات محددة؛ لرصد وتحسين جودة الاتصال والتفاعل مع جميع أصحاب المصلحة.

ومن جهة أخرى، تعني الأخلاقيات في الاتصال المؤسسي احترام قيم ومبادئ





التقييم الأهم في مجال العلاقات العامة

للاستماع

سواء كنت تعمل داخل المؤسسة أو كمستشار، يجب علينا أن نقوم بمقارنة ما هو موجود في خطة الاتصالات بما هو موجود في خطة استراتيجية المؤسسة الأوسع، سواء كانت رسمية أو غير رسمية. وسواء كانت محفورة على لوح أو مستند حي على Google Drive.

إذا كانت حملتك الإعلانية ناجحة، وقدمت مجموعة من المقاطع الإعلانية المميزة التي توضح الجهد المبذول، فإن هناك شيئاً واحداً فقط يهم المروج وهو: هل جعلتني أربح المال؟ إذا تحققت الأرقام المطلوبة، فإن الحملة تعدّ ناجحة. وفي حال عدم تحقيق ذلك، فإن المروجين قد يكونون قساة قليلاً، ويمكن لهم أن يردوا بتعليق مثل: «رائع، يمكنني استخدام تلك المقاطع لإطعام عائلتي، حتى أتمكن من العمل مع شخص يعرف ما يفعله».

ورغم أن الربح المادي ليس هو الهدف النهائي لجميع أنواع المنظمات أو حتى معظمها، فإن هناك شيئاً ما، ويجب توضيح هذا الشيء في خطة المنظمة الاستراتيجية (وإذا لم يكن كذلك، فهذه مشكلة أخرى كبيرة يجب حلها أولاً). وهذا يجعل العائد على الاستثمار

في إنشاء مقاييس معقدة لقياس النجاح. إذا لم تكن متأكدًا من عائد استثمارك، فأنت لا تقيس الشيء الصحيح.

على المستوى الأساسي، جميع الاتصالات الاستراتيجية تُعدّ وسيلة لتحقيق هدف معين، أو يجب أن تكون كذلك. غالبًا ما نقع في معاملة العلاقات العامة على أنها غاية في حد ذاتها. وهذا ما يجعلنا بطبيعة الحال في موقف دفاعي عندما يسألنا رئيس، أو زميل، أو عضو

تُصرف ملايين الدولارات والساعات كل عام، في محاولة للإجابة عن أحد أسئلة مهنتنا العمرية: كيف يمكن قياس العائد على الاستثمار للعلاقات العامة والاتصالات الاستراتيجية؟

هل هي المقاطع؟ هل هي النتائج؟ هل هو التفاعل؟ كيف نعرف أنهم كانوا مهمين؟ كيف نعرف إذا كانت حملتنا تؤثر في المؤشر؟



مجلس إدارة بشكل موجه «إذًا ما الهدف؟».

في الواقع، الإجابة أبسط بكثير مما يعتقد أولئك المتخصصون



مجرد قطعهم الخاصة. وإذا لم نصل إلى المكان الذي أردنا الوصول إليه، فقد يكون هناك خلل أساسي في التنفيذ أو أن الهدف غير واقعي. ومن المهم عدم الاختباء وراء جبل من التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي، ومن الضروري على رئيس العمل تحمل نصف المسؤولية والتحديات الإدارية. والأخبار الجيدة بالنسبة لأشخاص العلاقات العامة، هي أن لديهم الورقة الرابحة، فالثقة تبدأ بالحوار، والحوار هو أساس عملنا.

الخلاصة، عندما تتوافق خطط الاتصالات مع الخطط الاستراتيجية العامة بشكل تام، فإن النتائج تتحدث عن نفسها فعلاً .

ترجمة: illeven COMMUNICATION MANAGEMENT
المصدر: PRDaily

ابدأ بتحديد بمن يتحدث إلى من. هل فريق الاتصالات موجود على طاولة اتخاذ قرارات المؤسسة منذ البداية؟ إذا لم يكن كذلك، فإنه يتعين تغيير ذلك. ولتحمل المسؤولية تجاه المؤشرات، يجب أن يكون لديك دور في تشكيلها.

بعد ذلك، قدم حجة واضحة وجذابة لنظريتك حول التأثير. وهناك العديد من الطرق للقيام بذلك، ومن الجيد البدء بالسؤال «لماذا؟» إذا قال شخص ما إن الهدف يجب أن يكون مليون إعجاب، فاسأل لماذا. وهل هذا سيجعل شيئاً ما يحدث حقاً؟ هل يمكن توجيه الموارد التي ننفقها في محاولة تحقيق ذلك بشكل أكثر فعالية في مكان آخر؟

أخيراً، حان وقت تقديم الثقة، ولتحقيق النجاح في هذا النهج، يجب على جميع الأفراد في المؤسسة تحمل ملكية الجزء العائد للمؤسسة كلها، وليس

واضحًا: إذا حققت المنظمة هدفها - الهدف الواضح الذي وضع في الخطة الاستراتيجية - فإن الحملة نجحت. وإذا لم يتحقق الهدف، فإن الحملة لم تنجح.

قد يكون مثالاً على ذلك اجتياز قانون ما، الذي يتضمن الكثير من التفاصيل المعقدة ويتطلب تعاون العديد من التخصصات المختلفة. وقد تشمل تكتيكات الاتصال حملة مقالات الرأي حسب المناطق. وبغض النظر عن عدد المقالات التي ننشرها، في النهاية يتم اجتياز التشريع أو عدمه، ونحن جزء من النجاح الأكبر أو الفشل في ذلك.

بالطبع، القول بهذا الأمر وتطبيقه عملياً هما شيان مختلفان للغاية. ويتطلب ذلك تغييراً هائلاً في بعض الأحيان في ثقافة المؤسسة لتحقيق ذلك:



تكنولوجيا البلوكتشين وتأثيرها على مجال العلاقات العامة



للاستماع

وخبراء العلاقات العامة، ضروريًا لمواجهة هذا التحدي. 2 - قضايا الأمان والخصوصية على الرغم من أن تكنولوجيا البلوكتشين تعتبر آمنة نسبيًا، فهينها ليست عصية عن الاختراقات والهجمات السيبرانية. ويجب على خبراء العلاقات العامة أن يكونوا على دراية بالمخاطر المحتملة للأمان والخصوصية، ويتبنوا إجراءات لحماية بيانات الشركة والعملاء.

3 - التوافق القانوني والتنظيمي مع تطبيق تكنولوجيا البلوكتشين في مجال العلاقات العامة، يمكن أن تظهر تحديات قانونية وتنظيمية جديدة؛ وهو ما يتطلب مراجعة القوانين واللوائح المحلية والدولية بشأن استخدام البلوكتشين، وضمان التوافق مع المتطلبات المنظمة.

في الختام، تكنولوجيا البلوكتشين توفر فرصًا هائلة لتحسين مجال العلاقات العامة ومواجهة التحديات المستقبلية. ومن خلال تبني هذه التكنولوجيا بذكاء، والعمل على مواجهة التحديات المرتبطة بها؛ يمكن للشركات والمؤسسات استغلال قوة البلوكتشين لتعزيز الشفافية والثقة، وتحسين الاتصالات العامة.

تتيح تكنولوجيا البلوكتشين إمكانية إدارة الهوية الرقمية بطريقة أكثر أمانًا وفعالية. ويمكن للشركات استخدام البلوكتشين لإثبات هويتها، والتحقق من مصداقية الأخبار والمعلومات المتعلقة بها؛ وهو ما يمكن أن يساعد في الحد من انتشار الأخبار الكاذبة والسلبية حول العلامات التجارية ويحمي سمعتها.

3 - تيسير عمليات التواصل والتعاون توفر تكنولوجيا البلوكتشين منصات للتواصل والتعاون آمنة وفعالة بين الشركات وأصحاب المصلحة المختلفين. ويمكن استخدام هذه المنصات لتبادل المعلومات والمستندات بشكل آمن وسريع، مما يعزز التعاون بين الأطراف المعنية ويسهل الاتصالات العامة.

التحديات المستقبلية

1 - التكيف بمواكبة التكنولوجيا المتقدمة مع تطور تكنولوجيا البلوكتشين بسرعة، يتعين على خبراء العلاقات العامة اكتساب معرفة جديدة، ومهارات تقنية لمواكبة التطورات وتحسين استخدامها. وقد يكون توفير التدريب المناسب، وتعزيز التعاون بين الخبراء التقنيين

إن تكنولوجيا البلوكتشين، التي اشتهرت بفضل العملات المشفرة مثل البيتكوين، تتجاوز الآن حدود التكنولوجيا المالية لتؤثر على مجالات عدة أخرى، بما في ذلك العلاقات العامة. ويمكن لتطبيقات البلوكتشين المبتكرة أن تقدم فرصًا جديدة وتواجه تحديات في مجال العلاقات العامة. في هذا المقال، سنلقي نظرة على تأثير تكنولوجيا البلوكتشين على مجال العلاقات العامة، وكيف يمكن استغلال هذه التكنولوجيا لتحسين القطاع ومواجهة التحديات المستقبلية.

الفرص المتاحة بفضل تكنولوجيا البلوكتشين

1 - زيادة الشفافية والثقة تعتبر الشفافية والثقة جوانب رئيسية في مجال العلاقات العامة. وتتيح تكنولوجيا البلوكتشين للشركات والمؤسسات، توثيق المعلومات والبيانات بشكل آمن وشفاف على الشبكة. ويمكن لهذا النوع من الشفافية أن يزيد من ثقة الجمهور بالشركات وعلاماتها التجارية، ويساعد على تعزيز الاتصالات الفعالة مع الجمهور المستهدف.

2 - إدارة الهوية وسمعة العلامة التجارية





دور العلاقات العامة في تحسين تجربة العملاء



تجربة العملاء هي أحد المفاتيح الرئيسية لتحقيق النجاح في الأعمال التجارية، وتعدُّ العلاقات العامة أحد العوامل الأساسية التي تؤثر في تجربة العملاء وتحسين الولاء للعلامة التجارية. في هذه المقالة، سنتحدث عن دور العلاقات العامة في تحسين تجربة العملاء وتعزيز الولاء للعلامة التجارية.

تعد العلاقات العامة أداة مهمة للتواصل مع العملاء وتحسين تجربتهم مع المنظمة، وتهدف العلاقات العامة إلى بناء علاقة قوية ومستدامة مع العملاء من خلال توفير تجربة ممتازة وإيجابية. ولتحقيق هذا الهدف، يتعين على العلاقات العامة تحقيق الأهداف التالية:

1 - توفير تجربة عملاء ممتازة: يجب على العلاقات العامة توفير خدمة عملاء ممتازة، وتجربة إيجابية للعملاء. وتشمل هذه الخدمة المباشرة والرد السريع على الاستفسارات والشكاوى، وتقديم المساعدة عند الحاجة.

2 - الاستماع إلى العملاء: يتعين على العلاقات العامة الاستماع إلى ما يقوله العملاء، وفهم احتياجاتهم ومتطلباتهم. ويمكن تحقيق ذلك من خلال

5 - متابعة تجربة العملاء: يجب على العلاقات العامة متابعة تجربة العملاء وتقييمها باستمرار، وتحليل البيانات والمعلومات المتاحة؛ لتحديد نقاط القوة والضعف، واتخاذ الإجراءات اللازمة لتحسين الأداء.

من خلال تحقيق هذه الأهداف، يمكن للعلاقات العامة تحسين تجربة العملاء، وتعزيز الولاء للعلامة التجارية؛ وهذا يعني زيادة الإيرادات، والنمو المستدام للمنظمة.

وفي النهاية، يجب أن يكون الهدف الأساسي للعلاقات العامة، هو تحقيق رضا العملاء، وتوفير تجربة فريدة ومميزة لهم؛ مما يؤدي إلى تعزيز الولاء للعلامة التجارية، وتحقيق النجاح في الأعمال التجارية.

الاستطلاعات، والمسوح، والتفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي.

3 - توفير المحتوى المناسب: يجب على العلاقات العامة توفير المحتوى المناسب والمثير للاهتمام للعملاء. ويشمل ذلك المحتوى الإعلامي، والتسويقي، والتعليمي، الذي يساعد العملاء على فهم المنتجات والخدمات، واستخدامها بشكل صحيح.

4 - الاهتمام بالتفاصيل: يجب على العلاقات العامة الاهتمام بالتفاصيل، وتقديم الخدمة بشكل مريح ومناسب للعملاء. كما يجب الاهتمام بالتفاصيل الصغيرة التي قد لا تلفت الانتباه، ولكنها تساعد على تحسين تجربة العملاء.





السينما السعودية

بدء عروض مسرحية «ميمو» في أباها.. اليوم

16 يونيو، 2023



السينما ال

السينما السعودية

«Elemental» مغامرات ممتعة في صالات السينما السعودية اليوم
15 يونيو، 2023

«هيئة الأفلام» تنظم لقاءً افتراضياً بعنوان «مستقبل السينما وتقنياتها»
15 يونيو، 2023

«Super Mario» يتصدر إيرادات السينما السعودية في
15 يونيو، 2023

«صندوق البحر الأحمر» يعلن عن تعاون جديد مع «فيلم العلا»
15 يونيو، 2023



بدء عروض مسرحية «ميمو» في أباها.. اليوم

16 يونيو، 2023

سوليوود «ممنوع» كارتج وفيلم «العلا»



منسق الجيل السينمائية.. محاكاة الواقع بخدع فنية

11 يونيو، 2023

سوليوود «خاص» تدهشنا دومًا أفلام الخيال العلمي والمغامرات المثيرة بروعة التصوير السينمائي فيها، ومشاهد نجومها الخارجة عن التأليف، لكن هل...

اقرأ المزيد



صناعة الأفلام

«مُصوّر البانوراما».. مسؤول ظهور الأفلام بمنظور طبيعي

11 يونيو، 2023

سوليوود «ممنوع» كارتج وفيلم «العلا»



سوليوود ©
SOLLYWOOD

كل ما تود معرفته عن السينما في السعودية

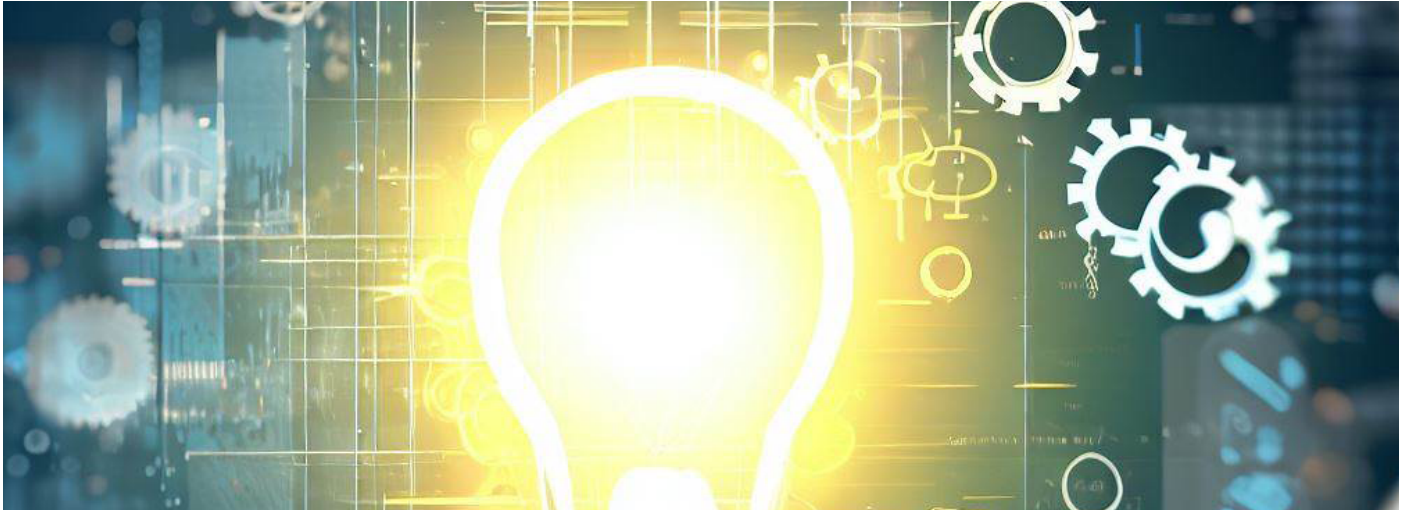


كيف يمكن للعلاقات العامة دعم الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات؟



للاستماع

يعد الابتكار والتطوير جزءًا حيويًا من نجاح أي منظمة، ويمكن للعلاقات العامة أن تساعد في دعم الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات بطرق عدة. وفي هذه المقالة، سنتحدث عن كيفية دعم العلاقات العامة للابتكار والتطوير.



على العلاقات العامة الاستماع للموظفين وتشجيعهم على تقديم الأفكار الجديدة والمبتكرة لتطوير المنتجات والخدمات، وتحفيزهم على العمل كفريق لتحقيق النجاح.

يمكن للعلاقات العامة أن تساعد في دعم الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات بطرق عدة، ويجب على المنظمات توظيف الجهود والموارد اللازمة لتحقيق النجاح في هذا المجال. وبوجه عام، يجب على العلاقات العامة تطوير استراتيجيات متكاملة للابتكار والتطوير، وتحديد الأولويات والخطط التفصيلية لتحقيق الأهداف المرجوة. وستساعد هذه الجهود في تعزيز الابتكار والتطوير، وتحقيق النجاح في الأعمال التجارية.

والتكنولوجيا المطلوبة لتحقيق هذه الأهداف.

4 - **تحليل المنافسين:** يجب على العلاقات العامة تحليل المنافسين، وفهم استراتيجياتهم وممارساتهم في مجال الابتكار والتطوير، وتحديد الفرص المتاحة للمنظمة لتحقيق التفوق في هذا المجال.

5 - **الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي:** يمكن للعلاقات العامة الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع العملاء، وتحليل ردود فعلهم، واستخدام تلك المعلومات لتحسين المنتجات والخدمات.

6- **الاستماع للموظفين:** يجب

1 - **تحليل السوق:** يجب على العلاقات العامة تحليل السوق وفهم احتياجات العملاء والمتطلبات الجديدة في السوق. ويمكن تحقيق ذلك من خلال الاستطلاعات والمسوح والدراسات الميدانية.

2 - **تطوير العلاقات مع العملاء:** يمكن للعلاقات العامة تطوير العلاقات مع العملاء، والتواصل معهم بشكل مستمر لفهم متطلباتهم واحتياجاتهم، وتحديد الفرص المتاحة للابتكار والتطوير.

3 - **التعاون مع الإدارة:** يجب على العلاقات العامة التعاون مع الإدارة لتحديد الأهداف والاستراتيجيات للابتكار والتطوير، وتحديد الموارد





دور الذكاء العاطفي في تعزيز فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية

للاستماع

■ تحسين التفاهم والتعاطف: يساعد الذكاء العاطفي على فهم مشاعر واحتياجات الجمهور، والتفاعل معهم بطريقة تعزز التواصل والتعاون. فالقدرة على تفسير العواطف والرغبات النفسية للآخرين تجعل الاتصالات أكثر جاذبية وفعالية.

■ تعزيز الثقة والمصداقية: يعزز الذكاء العاطفي الثقة والمصداقية من خلال تعزيز الشفافية والصدق في التواصل. إذ إن القدرة على التعبير عن المشاعر بشكل صادق وواضح، تساعد على بناء علاقات قوية وطويلة الأمد مع الجمهور.

■ تحسين القدرة على التأثير والإقناع: يمكن للذكاء العاطفي أن يزيد من قدرة الشركات على التأثير والإقناع، عن طريق التعامل مع مشاعر الجمهور، وتوجيهها بشكل إيجابي. ويمكن أن تحقق القدرة على التواصل العاطفي المؤثر، نتائج إيجابية في حملات التسويق، والعلاقات العامة.

■ تعزيز رضا العملاء والولاء: يساهم الذكاء العاطفي في تعزيز رضا العملاء والولاء، من خلال تلبية توقعاتهم واحتياجاتهم العاطفية. ويمكن

بفعالية. ويشمل الذكاء العاطفي القدرة على التعرف على العواطف، وتفسيرها، والتحكم فيها، واستخدامها؛ لتحقيق أهداف معينة.

الذكاء العاطفي والاتصال المؤسسي

يمكن للذكاء العاطفي أن يؤدي دورًا بارزًا في تعزيز فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية، وتحسين جودة العلاقات بين الشركات وجمهورها. وفيما يلي بعض الجوانب التي يمكن أن يساهم فيها الذكاء العاطفي في هذا السياق:

في عصر الاتصال الرقمي والمعرفة المفتوحة، يعتبر الذكاء العاطفي (EQ) عنصرًا حيويًا في عالم الأعمال والاتصال. تسلط هذه المقالة الضوء على دور الذكاء العاطفي في تعزيز فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية، وتحسين جودة العلاقات بين الشركات وجمهورها.

مفهوم الذكاء العاطفي

يعتبر الذكاء العاطفي مجموعة من المهارات والقدرات العاطفية والاجتماعية التي تساعد الأفراد على التعامل مع مشاعرهم، ومشاعر الآخرين



للشركات التي تتمتع بمستويات عالية من الذكاء العاطفي، أن تستجيب بسرور لمشاعر عملائها، وتحقق تجارب إيجابية تعزز الارتباط والتفاني المستمر.

■ تنمية ثقافة مؤسسية إيجابية: يمكن للذكاء العاطفي أن يساعد في تنمية ثقافة مؤسسية إيجابية، تعزز التعاون والابتكار والإنتاجية. ويمكن للقادة الذين يتمتعون بمهارات تواصل عاطفي قوية، أن ينشئوا بيئة عمل تعزز الثقة والاحترام المتبادل بين الموظفين، وتشجعهم على تقديم أفضل ما لديهم.

■ كيفية تطبيق الذكاء العاطفي في استراتيجيات الاتصال لتعزيز فاعلية الاستراتيجيات الاتصالية

من خلال الذكاء العاطفي، ويمكن للشركات اتباع بعض الخطوات الأساسية:

1 - تقييم وتطوير مهارات الذكاء العاطفي: يجب على الشركات تحديد مستويات الذكاء العاطفي للموظفين وتطويرها من خلال التدريب والتوجيه. ويمكن للموظفين المدربين توجيه التواصل الفعال، وتحسين جودة التفاعل مع الجمهور.

2 - استخدام لغة عاطفية ملائمة: يجب على الشركات استخدام لغة عاطفية ملائمة في استراتيجيات الاتصال؛ لتحفيز الاهتمام والتفاعل. إذ يمكن استخدام القصص والتجارب الشخصية لإيصال رسائل مؤثرة وجذابة.

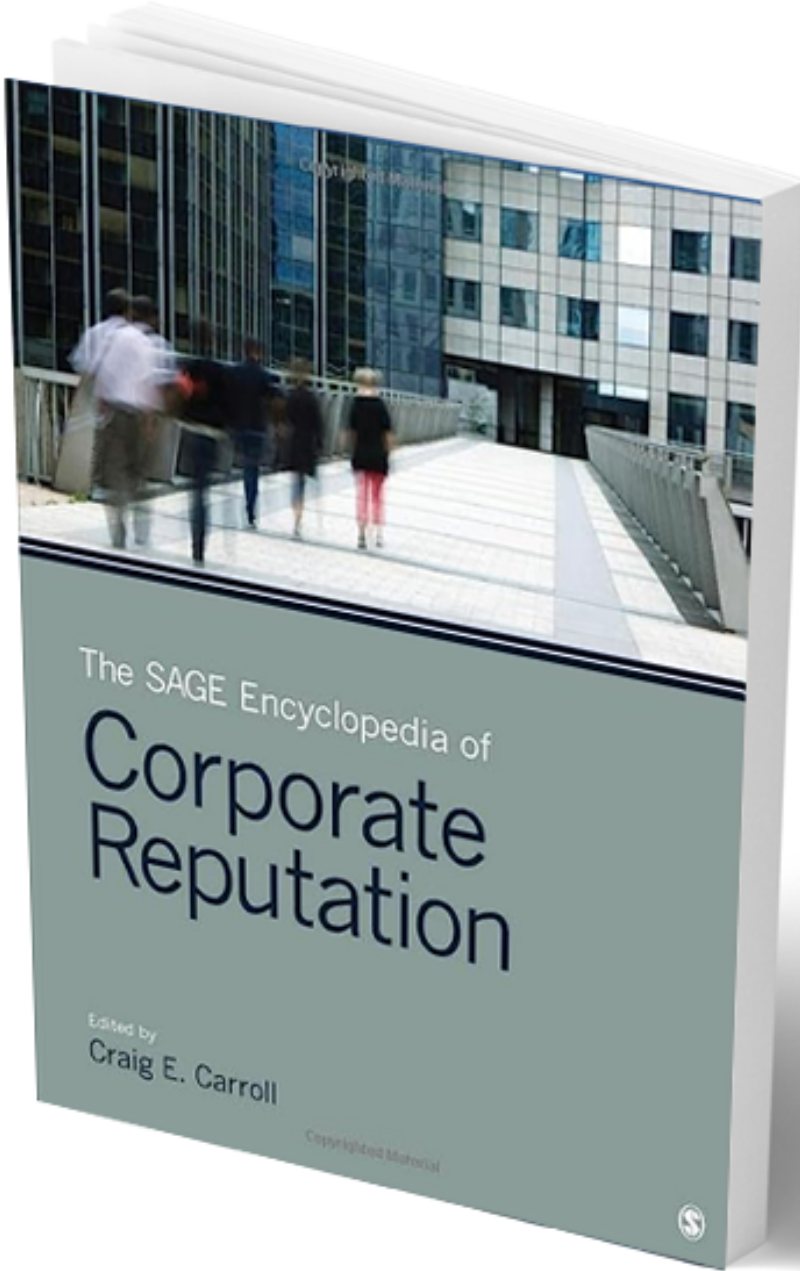
■ التحليل العاطفي للجمهور: يمكن للشركات استخدام التحليل العاطفي؛ لفهم مشاعر وآراء الجمهور، وتكييف استراتيجيات الاتصال وفقًا لذلك. ويمكن استخدام تحليلات البيانات، والاستماع عبر الإنترنت لجمع المعلومات حول ردود فعل الجمهور، واتجاهاتهم العاطفية.

■ تعزيز التفاعل العاطفي مع الجمهور: يجب على الشركات تعزيز التفاعل العاطفي مع الجمهور من خلال الاستجابة لمشاعرهم وتوجيهها بشكل إيجابي. يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع الجمهور والتحدث إليهم، وذلك للاطلاع على احتياجاتهم ومتطلباتهم.



موسوعة سيخ للسمعة التجارية.. دليل شامل لتعزيز الاتصال والعلاقات العامة

للاستماع



في عالم الأعمال المتسارع والمتغير باستمرار، يُعتبر الحفاظ على سمعة جيدة للشركة أمرًا بالغ الأهمية لتحقيق النجاح. وتقدم (موسوعة سيخ للسمعة التجارية The SAGE Encyclopedia of Corporate Reputation)، موردًا قيمًا لمحترفي الاتصال والعلاقات العامة، وأي شخص يتطلع إلى تعزيز سمعة شركته.

تضم هذه الموسوعة مجموعة شاملة من المقالات المكتوبة بواسطة خبراء في مجال الاتصال والعلاقات العامة، وتغطي موضوعات متنوعة مثل إدارة الأزمات السمعية، والعلاقات الإعلامية، والعلامات التجارية، والاستدامة. وتتناول الموسوعة أيضًا استراتيجيات ونصائح عملية للحفاظ على سمعة الشركة وتعزيزها، والتعامل مع التحديات المرتبطة بها.

وتتميز الموسوعة بأسلوبها الواضح والمباشر، مما يجعلها سهلة الفهم، ومناسبة للقراء من جميع المستويات. وتتضمن أمثلة ودراسات حالة حقيقية توضح كيفية تطبيق المفاهيم والاستراتيجيات المناقشة في سياقات عمل حقيقية.

وتوفر الموسوعة نظرة شاملة على الموضوع، وتوجيهات عملية لمواجهة التحديات المتعلقة بالسمعة والعلاقات العامة في عالم الأعمال المعاصر.

بوجه عام، تُعتبر (موسوعة سيخ للسمعة التجارية)، موردًا ضروريًا لمن يعملون في مجال الاتصال والعلاقات العامة، أو أي شخص يتطلع إلى تعزيز سمعة شركته.





بيانات الكتاب

العنوان

The SAGE Encyclopedia of Corporate Reputation
(موسوعة سيغ للسمعة التجارية)

الناشر

SAGE Publications, Inc

سنة النشر

2016



للإطلاع على الأعداد السابقة





الإعلام الرقمي



إدارة الأزمات



الاتصال الدولي



رصد وسائل
الإعلام



أبحاث الاتصال
والتسويق



النشرات
المتخصصة



إدارة السمعة



العلاقات
الإعلامية



إدارة المحتوى



الاستشارات
الاتصالية



إدارة السمعة
الإلكترونية

elleven

نشرة شهرية تصدر عن شركة elleven للاتصال والعلاقات العامة