

الدرس رقم 3): تنفيذ ومتابعة والتقييم الحملات العالمية - تقييم الداء وتقييم اثر الإدارة والتخطيط للحملات العالمية في مجال الاتصال العمومي: *هيئة تتولى إدارة المؤسسة العالمية *تشراف الهيئة المذكورة على مختلف العمليات *تضع هدف تسعى الى تحقيقه من خلال وسائل تستخدمها (لتنفيذ مهامها، العالمية فيأثناء الزماتالتي تواجه المؤسسات العالمية وعملياتها ألسباب ما . - أي أن الإدارة العالمية تتحول فيأثناء تنفيذ الحملات العالمية الناشهبتنظيم يتمدد ويتخلص في طريقة وأجراءات التنفيذ والاستفادة من الابداعات فريق العمل *ضمان اسلوب العمل الجماعي وتحقيق مشاعر الوالء والتضامن *ثقافة الرأى الواحد التي تهيمن على إدارة العالم *الرقابة القسرية التيانتمتطامن الرقابة الذاتيةفي الضمير العالمى *المعلومات وكيفية استخدامها احدى المتطلبات الأساسية لضمان انجاز الحملاتالعالمية، وتزويد الفريق بالمعلومات *تساعد على فهم البيئة والتكيف، *ضرورة تحديد هدف واضح قابل للتجسيد والحوار والمشاركة فيالقرار *فريق العمل في الحملات أكثرديمقراطيةمنالدارات الهرمية *المشاركة في صياغة القواعد - مجموعةمن الخطوات والإجراءات تنفذ علمراحل مواجهة ظروف معينة خلال فترةزمنية - هو توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة من أجل تحقيق اهداف معينة . - توظيف للجهود وتنظيمها مع تحديد كافة الإمكانيات المتاحة لتحقيق الأهداف فيمدة معينة وفق تنظيم اداري . - تنسيق للجهود ومتابعة سيرورة الحملة وفق : *انجاز العمل المناسب في الوقت المناسب *تحديد الهداف وبالتالي تحديد اتجاه الحملة . *يحقق التوازن بين الموارد المتاحةوالاحتياجات *يساعد على الرقابة والمتابعة المستمرة، *يحقق أمثل استخدام للوسائل المتاحةالستهدافالجمهور أوال:المرحلة التمهيديّة)مرحلة جمع المعلومات وتحديد المشكلة) تهدف هذه الخطوة الى التعرفعلى المشكالت إيجاد الحلول بجمع المعلوماتحول : *الموارد البشرية المتاحةوالجمهور المستهدف ، *المتغيراتوالعوامل المؤثرةفي المجتمعوالظروفالبيئيةالسائدة *النمط الاجتماعى السائدة وفئاتالجمهور وخصائصه ومن خلال هذه الخطوة نقوم بتحديد المشكل وجمع المعلومات، وإجراء بحوث مسحية لمعرفة حجم اضافة إلى المعلوماتالنتيجة عن ودراسة ظروف الاستفادة من التجارب أي دراسة الواقع والحاضر لمعرفة الأهداف المستقبلية وكيفية التأثير على الجمهور مع معرفة عاداته العالمية. ثانيا: تحديد وصياغة اهداف الحملة تساؤلت تساعد في تحديد الأهداف (ما هو التأثير المطلوب للحملة؟ كيف يتم تحديد التأثير المطلوب؟ ماهيالعقبات التي لها التأثير؟ ما هي الهداف التي يتعين على عملية التصميم تحقيقها؟ تعريف الهداف: عندما تتبلور المشكلة وتتضحالاحتياجات الخاصةبالقائم بالاتصال والجمهور، السهل تحديد أهداف الحملة العالمية . الهداف هو الوضعاوالحالة المطلوبالوصول إليها وتحقيقها مع نهاية الحملة، إليه:أهدافقصيرة المدى؟ام المشكل مستمر ودائم يحتاج إلى حملة إعالمية مستمرة تتطلب متابعة. * تساعد القائم بالاتصال على اختيار الرسائل والوسائل وأدوات التقييم *تساعد فيتوازن خطواتالتصميم والتنفيذ والتقييم -منسجمة مع أهداف الحملة والقائم بالاتصال -واضحة ودقيقة وقابلة للقياس . - عدم تداخل الأهداف فيما بينها باستقلال كل هدف عن الآخرواقعية في حدود المتاحة ومرتبطةبالوقتفيأطارزمنيحدد . - موضوعية تخدم المصلحة العامة ومرنة يمكن تعديلها *الأهداف ذات البعد المعرفى:زيادةالوعي *الهداف ذات البعد اللتجاهى:تغيير اللتجاه *الهداف ذات البعد العقائدى:تغيير المعتقدات وتوضيح الغاية من الحملة لكن ال يمكن قياسه ثالثا: اتخاذالقراراتوتحضير السترراتيجية - صياغة وتصميم الرسالة الاتصالية . - اختيار الوسائل وأساليب الاتصال -إعداد الجدولة الزمنية للحملة * وهي المحتوى والمضمون المعد بالمنطق والحجج وهي اقناع الجمهور. هناكعدةأمور يأخذها القائم بالاتصال في عين الاعتبار بالنسبة للرسالة وهي: مضمون الرسالة:وهو مادة الرسالة . معالجة الرسالة:اختيارات المرسل لطريقةتقديم المضمون عناصر نجاح الرسالة العالمية: *بسيطة وواضحة لتحقيق إلقراءة النسيابية الرشاقة أنواع الرسائل الاتصالية في الحملة: 1- وفقا للهدف: رسائل إعالمية ثقافية ترفيحية 2 - وفقا للجمهور المستهدف : موجهةإلىالجمهوركافة، 3 - وفقا للشك : على شكل أخبار أو محاضرات أو ندوات. *الستمالة العقلية:مخاطبة العقل وتقديم الحججوالشواهد *الستمالة العاطفية:التأثير في وجدان المتلقيوإنفعالاته *استراتيجية الرسالة: ما نريد قوله؟ *استراتيجية الوسيلة: كيف؟ومتى؟وأين؟يمكن الوصول للجمهور؟ 1/إلعالموالتعلم 2/ إلقناعالمباشر 3/الضغط الاجتماعى 4/الحوافز الاقتصادية 5/اللزآم كما تنقسم استراتيجيات التأثير إلى: أوال: استراتيجيات التأثير الداخلية:تركز على العناصر الإدراكية والعاطفية للتأثير في السلوك من خلال الاتصال الجماهيري:يدعم أو يعزز السلوكيات ثانيا: استراتيجيات التأثير الخارجية: المحيط(وتمارسضغوطاتعلناالسلوكياتوتلكبترىقتين اثنتين : السترراتيجيات المندمجة:تستعمل فيآن واحد كل من السترراتيجية الداخليةوالخارجية *اختيار وسائل الاتصال المناسبة التي يمكن استخدامها بشكل فعال في تحقيق أهداف الحملة من بين *مناسبة للهدف قادرة علالتأثير *مصدقيةالوسيلةلدى الجمهورومالتمتها له *مناسبة للرسائل العالمية *أن تناسب القائم بالاتصال من حيث إمكانياته المادية المرحلة السادسة: تحديد المخطط الاداري والتنظيمي

الطريقة الثانية: الاستعانة بمستشار خارجي للحملات، الطريقة الثالثة: الجمع بين الأسلوبين * وينبغي أن يكون هنا كقدر من المرونة في التصرف لتمكين إدارة الحملة من مواجهة الأحداث * المواد العالمية المطلوب إنتاجها * الأماكن المتاحة المتوفرة لدى الجهة التي ستقوم بالحملة الطرق المستخدمة في تحديد ميزانية الحملة: * طرق القواعد أو الإرشاد استخدام معلومات تاريخية لتحديد الميزانية * طرق تجريبية توظف التجربة والنسب في تقدير الميزانية بعد الانتهاء من التخطيط المرحلة الثامنة: وضع جدول زمني للحملة العالمية * الفترة الزمنية: اختيار الذروة لتلقي الرسالة * التوزيع الزمني: توزيع الرسائل على فترات الوقت المستغرق / موعد النطاق / النهاية / الوقت الإلزامي للقناع المرحلة التاسعة: تنفيذ برنامج الحملة: مفهوم تنفيذ الحملة العالمية: هو التطبيق الفعلي للحملة العالمية، وعادة ما يسبق ذلك نوع من التمهيدي للحملة لهيئة الجو العام عن طريق وسائل مرحلة الانتشار: ممارسة أساليب وسائل الاتصال المتاحة المعبرة والمؤثرة والمألوفة لكل فئة من مرحلة التركيز : تعتمد على دقة الملاحظة وعلى استطلاعات الرأي لتقييم المراحل السابقة ثم بناء استراتيجية جديدة للوصول إلى الجمهور المستهدف 4_ مرحلة الحسم: الهجوم على المنافس والتأثير في اتجاهات المعارضين وتحويلها إلى مؤيدين وتتميز هذه البداية العالية ثم التناقص مثل حملات الأمراض الويائية * التوازن أو الثبات: تثبت فيه المواد العالمية على امتداد فترة الحملة مثل حملات التسالمة المرورية التبادل في خلق الأثر العالمي: تبدأ الحملة قوية ثم تتناقص ثم تتزايد وتتبادل الأدوار مثل حملات تقنيات الحملات العالمية: لتحقيق المصادقة أثناء تنفيذها تستند تقنيات الاتصال الاجتماعي على مبدئين * وحدة الشمولية أو الكمية: تكثيف الجهود المبذولة في حملة واحدة بدل توزيعها على عدة عمليات المرحلة العاشرة: التقييم والتقويم للحملة العالمية: * عملية شاملة على جميع الأنشطة وأهمها الأفراد العاملين والوسائل وكيفية العمل وصرف * ترتبط بكل عنصر من عناصر العملية الإدارية وبشكل خاص التخطيط * تساعد على التأكد من حسن سير العمل أو الفعل العالمي * تساعد على التأكد من أن الإنجاز يسير حسبما هو مقرر أهداف متابعة الحملة العالمية: 4_ تقليص مخاطر الأخطاء عند وضع الخطة . يعني تقييم ما تم إنجازهم من أنشطة والتعرف على التأثيرات المختلفة لهذه الأنشطة على الجمهور . ومراحلها المختلفة، دقة غاية الأهمية وذلك مساهمتها في: * المداد بالمعلومات الدقيقة والكاملة * الوقوف على النتائج التي حققتها الحملة * التعرف على رضا وانطباعات الجمهور من نظرات التقييم: التقييم القبلي: ويتم في هذه المرحلة عرض المادة في صورتها شبه النهائية على مجموعاتهم الرسائل مدى وضوحها ومدى تأثيرها إنفاذ الحملة من الفشل الضعف وأوجه الخلل إنصالحها