

مما يدعو المؤسسات كافة الى مواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين، وإدارية تتسم بالتعقيد، فضال عن توفير الخدمات بطرق، وأساليب تتناسب مع والمتمثلة في شبكة الإنترنت وما نتج عنها من تطبيقات وسائل العالم الجديد، والتي تعد من أهم التطورات في المجال الاتصالي والمعلوماتي، والتنظيمية سواء على المستويين الحكومي أو الخاص، وغدت وسائل الاتصال الحديثة تشكل عنصرا ضروريا للتميز وأداة فعالة لتسويق صورة المؤسسة، باعتماد المؤسسات إستراتيجيات موجهة للزبائن، تستشعر حاجاتهم، مما مكن ممارسي العالقات العامة من تقوية العالقات والاتصالت لبناء وتصحيح صورة المنظمة وتعزيزها، وتحويل الأساليب القديمة للعالقات العامة إلى أساليب متطورة معاصرة تخدم المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي. مما أثر على الأنشطة الإدارية السيمما في مجال التسويق والعالقات العامة، فالتسويق والعالقات العامة هما جزءان أساسيان من إستراتيجية الاتصال والتواصل للمؤسسة، رغم أنهما يختلفان في بعض الجوانب، إل أنهما يعملان معا لتعزيز العالمة التجارية وبناء عالقة طيبة مع زبائنهما، فالزبون يعتبر بالنسبة للمؤسسة مركز إهتمام نظرا للدور الرئيسي الذي يلعبه في ظل التحولات المختلفة الذي يشهدها عالم