

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 \*تشرف الهيئة المذكورة على مختلف العمليات \*تضع هدف تسعى الى تحقيقه من خلال وسائل تستخدمها (لتنفيذ مهامها، العالمية فيأثناء الزمات التي تواجه المؤسسات العالمية وعملياتها أسباب ما. - أي أن الإدارة العالمية تتحول فيأثناء تنفيذ الحملات العالمية بالشهبتنظيم يتمدد ويتخلص في طريقة واجراءات التنفيذ والاستفادة من الابداعات فريق العمل \*ضمان اسلوب العمل الجماعي وتحقيق مشاعر الولاء والتضامن \*ثقافة الرأي الواحد التي تهيمن على إدارة العالم \*الرقابة القسرية التي تنتج من الرقابة الذاتية في الضمير العالمي \*المعلومات وكيفية استخدامها احدى المتطلبات الأساسية لضمان انجاز الحملات العالمية، وتزويد الفريق بالمعلومات \*تساعد على فهم البيئة والتكيف، \*ضرورة تحديد هدف واضح قابل للتجسيد والحوار والمشاركة فيالقرار \*فريق العمل في الحملات أكثر ديمقراطية من الدارات الهرمية \*المشاركة في صياغة القواعد - مجموعة من الخطوات والجراءات تنفذ علمراحل مواجهة ظروف معينة خلال فترة زمنية - هو توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة من أجل تحقيق اهداف معينة . - توظيف للجهود وتنظيمها مع تحديد كافة الإمكانيات المتاحة لتحقيق الأهداف فيمددة معينة وفق تنظيم اداري . - تنسيق للجهود ومتابعة سيرورة الحملة وفق : \*انجاز العمل المناسب في الوقت المناسب \*تحديد الاهداف وبالتالي تحديد اتجاه الحملة . \*يحقق التوازن بين الموارد المتاحة والاحتياجات \*يساعد على الرقابة والمتابعة المستمرة، \*يحقق أمثل استخدام للوسائل المتاحة الستهدافا لجمهور أوال: المرحلة التمهيديّة)مرحلة جمع المعلومات وتحديد المشكلة (تهدف هذه الخطوة الى التعرف على المشاكل لإيجاد الحلول بجمع المعلومات تحول : \*الموارد البشرية المتاحة والجمهور المستهدف ، \*المتغيرات والعوامل المؤثرة في المجتمع والظروف البيئية السائدة \*النمط الاجتماعي السائدة وفنات الجمهور وخصائصه ومن خلال هذه الخطوة نقوم بتحديد المشكل وجمع المعلومات، وإجراء بحوث مسحية لمعرفة حجم اضافة إلى المعلومات الناتجة 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 تسألت تساعد في تحديد الأهداف) ما هو التأثير المطلوب للحملة؟ كيف يتم تحديد التأثير المطلوب؟ ما هي العقبان التي لها التأثير؟ ما هي الاهداف التي يتعين على عملية التصميم تحقيقها؟ تعريف الهدف: عندما تتبلور المشكلة وتتضح الاحتياجات الخاصة بالقائم بالاتصال والجمهور، السهل تحديد أهداف الحملة العالمية . الهدف هو الوضع والحالة المطلوب الوصول إليها وتحقيقها مع نهاية الحملة، إليه؛ أهداف قصيرة المدى؛ أم المشكل مستمر ودائم يحتاج إلى حملة عالمية مستمرة تتطلب متابعة. \* تساعد القائم بالاتصال على اختيار الرسائل والوسائل وأدوات التقييم \*تساعد فيتوازن خطوات التصميم والتنفيذ والتقييم - منسجمة مع أهداف الحملة والقائم بالاتصال - واضحة ودقيقة وقابلة للقياس . - عدم تداخل الأهداف فيما بينها باستقلال كل هدف عن الآخر واقعية في حدود المتاحة ومرتبطة بالوقت فيأطار زمني محدد . - موضوعية تخدم المصلحة العامة ومرنة يمكن تعديلها \*الأهداف ذات البعد المعرفي: زيادة الوعي \*الاهداف ذات البعد التجاهي: تغيير الاتجاه \*الاهداف ذات البعد العقائدي: تغيير المعتقدات وتوضيح الغاية من الحملة لكن ال يمكن قياسه ثالثا: اتخاذ القرارات وتحضير الاستراتيجية - صياغة وتصميم الرسالة الاتصالية . - اختيار الوسائل وأساليب الاتصال - إعداد الجدولة الزمنية للحملة \* وهي المحتوى والمضمون المعد بالمنطق والحجج وهي اقناع الجمهور. هناك عدة أمور يأخذها القائم بالاتصال في عين الاعتبار بالنسبة للرسالة وهي: مضمون الرسالة: وهو مادة الرسالة . معالجة الرسالة: اختيارات المرسل لطريقة تقديم المضمون عناصر نجاح الرسالة العالمية: \* بسيطة وواضحة لتحقيق النقراطية النسبائية الرشاقة أنواع الرسائل الاتصالية في الحملة: - 1 وفقا للهدف: رسائل عالمية ثقافية ترفيحية 2 - وفقا للجمهور المستهدف : موجهة إلى الجمهور كافة، 3 - وفقا للشك : على شكل أخبار أو محاضرات أو ندوات. \*الاستمالة العقلية: مخاطبة العقل وتقديم الحجج والشواهد \*الاستمالة العاطفية: التأثير في وجدان المتلقي وانفعاله \*استراتيجية الرسالة: ما نريد قوله؟ \*استراتيجية الوسيلة: كيف ومتى؟ وأين؟ يمكن الوصول للجمهور؟ 1/ الإعلام والتعلم 2/ الإقناع المباشر 3/ الضغط الاجتماعي 4/ الحوافز الاقتصادية 5/ اللزام كما تنقسم استراتيجيات التأثير إلى: أوال: استراتيجيات التأثير الداخلية: تركز على العناصر الإدراكية والعاطفية للتأثير في السلوك من خلال الاتصال الجماهيري: يدعم ويعزز السلوكيات ثانيا: استراتيجيات التأثير الخارجية: المحيط (وتمارس ضغوطات علينا لسلوكياتنا وتؤكدها بطريقتين اثنتين : الاستراتيجيات المندمجة: تستعمل فيآن واحد كل من الاستراتيجية الداخلية والخارجية \*اختيار وسائل الاتصال المناسبة التي يمكن استخدامها بشكل فعال في تحقيق أهداف الحملة من بين \*مناسبة للهدف قادرة على التأثير \*مصادقية الوسيلة لدى الجمهور ومألوفة له \*مناسبة للرسائل العالمية \*أن تناسب القائم بالاتصال من حيث إمكانياته المادية المرحلة السادسة: تحديد المخطط الإداري والتنظيمي

الطريقة الثانية: الاستعانة بمستشار خارجي للحمالت، الطريقة الثالثة: الجمع بين الأسلوبين \* وينبغي أن يكون هناك قدر من المرونة في التصرف لتمكين إدارة الحملة من مواجهة الأحداث \* المواد العالمية المطلوب إنتاجها \* الإمكانات المادية 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 اللازم للقناع المرحلة التاسعة: تنفيذ برنامج الحملة: مفهوم تنفيذ الحملة العالمية: هو التطبيق الفعلي للحملة العالمية، وعادة ما يسبق ذلك نوع من التمهيدي للحملة لتهيئة الجو العام عن طريق وسائل مرحلة الانتشار: ممارسة أساليب ووسائل 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 بالجمهور المستهدف 4\_ مرحلة الحسم: الهجوم على المنافس والتأثير في اتجاهات المعارضين وتحويلها إلى مؤيدين وتتميز هذه البداية العالية ثم التناقص مثل حمالت الأمراض الوبائية \* التوازن أو الثبات: تثبت فيه المواد العالمية على امتداد فترة الحملة مثل حمالت السلامة المرورية التبادل في خلق الأثر العالمي: تبدأ الحملة قوية ثم تتناقص ثم تتزايد وتتبادل الأدوار مثل حمالت تقنيات الحمالت العالمية: لتحقيق المصادقية 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 حسب ما هو مقرر أهداف متابعة الحملة العالمية: 4 تقليص مخاطر الأخطاء عند وضع الخطة . يعني تقييم ما تم إنجازها من أنشطة والتعرف على التأثيرات المختلفة لهذه الأنشطة على الجمهور . ومراحلها المختلفة، وفي غاية الأهمية وذلك لمساهمتها في: \* المداد بالمعلومات الدقيقة والكاملة \* الوقوف على النتائج التي حققتها الحملة \* التعرف على رضا وانطباعات الجمهور منظورات التقييم: التقييم القبلي: ويتم في هذه المرحلة عرض المادة في صورتها شبه النهائية على مجموعة من الرسائل مدى وضوحها ومدى تأثيرها إنقاذ الحملة من الفشل الضعف وأوجه الخلل إصالحها