

إدارة المؤسسات الإعلامية

Media Organization Management

المحاضرة زينب العيسى

كلية الإعلام – قسم العلاقات العامة

- المخرجات المتوقعة من الدرس
- المقدمة
- مبادئ وأسس إدارة المؤسسات الإعلامية .
- الهياكل التنظيمية لهذه المؤسسات وأدوار العاملين فيها.
- التحديات الإدارية التي تواجه المؤسسات الإعلامية.



المخرجات المتوقعة من الدرس

- بعد إتمام هذا المقرر يتوقع من الطالب أن يكون قادرا :
 ١. قدرة الطالب على فهم الهيكل التنظيمي للمؤسسات الإعلامية ودور كل قسم.
 ٢. إتقان استراتيجيات التسويق والإدارة المالية في المؤسسات الإعلامية.
 ٣. فهم كيفية التعامل مع التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية .

المؤسسات الإعلامية هي القلب النابض لعالم التواصل العالمي، وبالتالي معرفة طرق ادارة المؤسسات الاعلامية هي المفتاح للنجاح في عالم اليوم، حيث تمتزج الاستراتيجيات الإدارية مع الابتكار التكنولوجي للوصول إلى غايات إعلامية رائدة.



وقد تطور تاريخ إدارة المؤسسات الإعلامية مع تطور وسائل الإعلام نفسها، من الأساليب التقليدية في الصحافة والإذاعة والتلفزيون إلى نماذج حديثة ومتكاملة في العصر الرقمي، تركز على التكنولوجيا، تحليلات البيانات، تعدد المنصات، وإنشاء محتوى رقمي مخصص . حيث شهد هذا المجال زيادة في البحوث العلمية منذ ثمانينيات القرن الماضي، مع التركيز على التكيف مع التغييرات السريعة، التحديات التنافسية، والابتكار في أساليب الإنتاج والتوزيع لضمان الاستدامة والتأثير على الجمهور



المؤسسات .. المفهوم والأنواع والعناصر

المؤسسة: مجموعة وسائل مادية، بشرية ومالية تستخدم مع بعضها البعض من أجل تحقيق الغرض أو المهمة التي أنشأت من أجلها.

المؤسسة تعني « كل شكل تنظيم اقتصادي، مستقل ماليا، والذي يقترح نفسه لإنتاج سلعة أو خدمات للسوق". وبشكل عام هناك ثلاثة أنواع من المؤسسات:

- مؤسسات صناعية: وهي التي تتكفل بصنع منتج أو منتجات.
 - مؤسسات تجارية: تشتري بضائع وتبيعها على حالتها دون إدخال أي تغيير
 - مؤسسات الخدمات: تتولى تقديم خدمات، مثال: البنوك، النقل، التأمين..
- وتتنوع المؤسسات الإعلامية لتشمل: ١- مؤسسات صحفية - ٢- مؤسسات إذاعية - ٣- مؤسسات تلفزيونية وفضائيات - ٤- وكالات أنباء - ٥- دور نشر - ٦- شركات إعلانات.

المؤسسات .. المفهوم والأنواع والعناصر

ويقصد بالمؤسسة الصحفية: المنشأة أو الهيئة التي تتولى إصدار الصحف أو الصحيفة، وتتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانوني وتختار الكيان الإداري الذي يتلاءم مع اعتبارات كثيرة. وتهدف المؤسسة الصحفية من خلال نشر مضمون الرسالة الإعلامية للجمهور إلى الإخبار، ودعم المبادئ والأسس التي يقوم عليها المجتمع، ورفع المستوى الفكري والثقافي ونشر الوعي السياسي لتكوين رأي عام مستنير.



العناصر الأساسية للمؤسسات:

١. أهداف المؤسسة: نتائج تطمح المؤسسة إلى تحقيقها بجهد أفرادها و إمكانياتها.
٢. كادر المؤسسة: من موظفين و عمال ومنهم:
 - أ. كوادر مهنية: "مصور، محرر، معد برامج ...
 - ب. كوادر فنية: فني الصوت، فني الإضاءة، فني الصيانة ..
 - ج. كوادر إدارية: إدارة الأخبار و التحرير، الإدارة الفنية
٣. رأس المال (التمويل): حيث تتعدد مصادر التمويل في المؤسسات الإعلامية.
٤. مقر المؤسسة الإعلامية والأجهزة والمعدات الضرورية لإنجاز الأعمال.

العناصر الأساسية للمؤسسات:

٥. نشاط المؤسسة: ثمرة النتائج التي تطمح إليها المؤسسة لتحقيق أهدافها.
٦. الاتصال: انتقال المعلومات والأفكار بين مختلف المستويات في المؤسسة.
٧. الإدارة: مسئولية مباشرة عن العناصر الستة السابقة حيث يمكن السيطرة على مختلف أوجه نشاط المؤسسة من خلال الإدارة وذلك بتوجيه كوادرها لتأدية واجباتها بما يضمن تحقيق أهداف المؤسسة بأفضل السبل وبأقل التكاليف.



والعملية الإدارية هي مجموعة الأنشطة أو الوظائف التي يمارسها أي إداري لتحقيق الأهداف الخاصة بأي مؤسسة من المؤسسات. يمكن تعريف الإدارة بأنها عملية اجتماعية مستمرة تعمل على استغلال الموارد المتاحة استغلالاً أمثلاً: عن طريق التخطيط، التنظيم، والتوجيه والرقابة للوصول إلى هدف محدد.

ومن هذا التعريف نشق المفاهيم التالية: ■ الإدارة عملية: أي أنها نشاط حركي يتكون من مجموعة من الممارسات المرتبطة ببعضها وتقوم بينها علاقات متداخلة بالتأثير والتأثير.

■ الإدارة عملية اجتماعية: نشأت الإدارة عندما أصبح ضروريا جماعة من الأفراد لأداء عمل معين، فالإدارة تنظم علاقات هؤلاء الأفراد، وتوجه جهودهم وترشدهم لسبيل الوصول إلى الهدف .. إلخ.

■ الإدارة عملية مستمرة: طالما كان هناك مجتمع يعيش فيه أفراد يحتاجون السلع والخدمات، فإن الإدارة تمارس نشاطها في هذا المجتمع. وذلك لأن حاجات الناس لا تنقطع بل في تنوع وتزايد مستمر.

المهارات الإدارية الواجب توافرها في العاملين بالمؤسسات

- ١ المهارات الفكرية: مهارات عقلية خاصة بإعمال الذهن، و تشمل قدرة المدير على التفكير المجرد بطريقة موضوعية ورؤية المؤسسة بمنظور شمولي متكامل في علاقتها مع البيئة المحيطة بها. وتتوفر هذه المهارات في "الإدارة العليا".
٢. المهارات الإنسانية: فن التعامل مع الآخرين، وتتضمن القدرة على التعامل مع الأفراد والجماعات وقيادتهم بأسلوب يعزز التعاون ويحفزهم على الإنجاز فرادى ومجتمعين. وغالبا ما تتوفر هذه المهارات في الإدارة الوسطى.
٣. المهارات الفنية: إتقان الجوانب الفنية للعمل من حيث كيف يؤدي الإنسان عمله، وتمكنه من استخدام الوسائل والأدوات لإنجاز العمل، وهي مهارات تتعلق بالقدرة على تنفيذ الخطط والبرامج إلى أفعال على أرض الواقع، يجب أن تتوفر في مستوى الإدارة الإشرافية أو التنفيذية.

أسباب دراسة إدارة المؤسسات الإعلامية

- ضخامة الاستثمارات في المجال الإعلامي.
- صعوبة الإنتاج في المجال الإعلامي.



تصنيف وأنواع الإدارة الحديثة:

- ١ الإدارة الخاصة: تسمى إدارة الأعمال وهي تختص في إدارة المنشآت والشركات في القطاع الخاص المملوكة لأفراد وليست للدولة، ويندرج في إطارها بعض مؤسسات النفع العام كالمؤسسات الخيرية والتنموية والاجتماعية .. إلخ.
 ٢. الإدارة العامة: هي الإدارة المتعلقة بشؤون الدولة أو ما يعرف بالشأن العام. كما يصطلح عليها في بعض الأدبيات بإدارة الدولة، و الإدارة العامة تختص في إدارة القطاع العام (القطاع الحكومي).
- رغم وجود اختلافات بينهما، فهما ينطلقان من علم الإدارة ووظائفه المتعددة التي تبدأ بالتخطيط وتنتهي بالرقابة.



الإدارة المالية: هي الإدارة المعنية بدراسة أفضل الطرق المؤدية للحصول على رأس المال اللازم وأفضل الطرق لاستخدام هذا التمويل.

إدارة الموارد البشرية: وتعرف إدارة الموارد البشرية في مكان العمل على أنها إدارة الموظفين في المؤسسة، وأحياناً تعرف على أنها إدارة المهارات الخاصة بالأفراد. وهي المسؤولية التي تقع على عاتق المديرين في المنظمة والتي تتركز حول إدارة الأفراد.

إدارة الإنتاج: هي جزء من الإدارة المسؤولة عن وظيفة الإنتاج والتصنيع.

إدارة الجودة: يعتبر من المفاهيم الإدارية الحديثة التي تهدف إلى تحسين وتطوير الأداء بصفة مستمرة وذلك من خلال الاستجابة لمتطلبات العميل.

مستويات الإدارة

- مستوى الإدارة العليا: الإداريون الكبار في المؤسسة – درجة مدير عام.
- مستوى الإدارة الوسطى: مساعدو المدير العام ورؤساء الوحدات.
- مستوى الإدارة الدنيا: رؤساء الأقسام داخل الوحدات ، ويطلق عليها الإدارة الإشرافية المباشرة.

وظائف الإدارة:

(التخطيط، التنظيم، التوجيه، الرقابة).



رؤية ورسالة المؤسسة .. المفهوم و الأهمية

تشكل «الرؤية والرسالة» منطلقات أساسية في عملية التخطيط في الإدارة.

الرؤية: المقصود بالرؤية من الناحية الاستراتيجية أنها التصورات والطموحات لما نصبوا أن تكون عليه المؤسسة في المستقبل.

الرسالة: تعبر الرسالة عن المبرر أو الغرض الأساسي من إنشاء المؤسسة في المجتمع التي تعمل بداخله وجوهرها تحديد الغاية النهائية، أو مبرر الوجود الرئيسي وهي تعبر عن مفهوم الذات للمؤسسة. حيث تتضمن صياغة الرسالة عدة عناصر مثل الفئة المستهدفة، وطبيعة وأنواع الخدمات التي تقدمها، ومكان المؤسسة وهويتها، والقيم والمعتقدات التي توجه عملها وتميزها، كما يمكن أن تتضمن الرسالة التقنيات المستخدمة في أداء الأعمال والأنشطة.

أهمية الرسالة:

- تساعد على تركيز الجهود البشرية في اتجاه عام واحد.
 - تساعد على عدم دخول المؤسسة في أغراض متعارضة.
 - تعمل كمرشد عام لتخصيص الموارد اللازمة لتحقيق هذه الرسالة.
 - توضح المجالات العامة للمسؤوليات في المؤسسة.
 - تعمل كأساس لتطوير وبناء أهداف المؤسسة.
- الغايات أو الأهداف: بالنظر إلى الرؤيا والرسالة التي تمت صياغتهما فيما سبق، فإنه من الممكن الآن استخلاص الغايات وتحديد الأهداف الاستراتيجية اللازمة لتحقيق لتلك الرؤيا والرسالة.

التخطيط .. المفهوم، الأهمية والخطوات

التخطيط: مراحل و خطوات تتخذ لمواجهة الظروف خلال فترة زمنية مستقبلية.

التخطيط: التنبؤ بالمستقبل والاستعداد له بإعداد الخطة المناسبة.

أهمية التخطيط في الحياة الإدارية داخل المؤسسات الإعلامية:

١. التخطيط يقلل من النشاط العشوائي.

٢. التخطيط يساعد على تحديد الأهداف والتركيز من أجل تحقيقها.

٣. التخطيط يساعد على الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية.

٤. التخطيط وسيلة فعالة في تحقيق الرقابة.

٥. التخطيط يساهم في التعرف على المشكلات المتوقعة حدوثها.

٦. يساعد التخطيط في التنسيق بين جميع الأعمال.



مراحل عملية التخطيط

أولاً: مرحلة الإعداد للخطة: تمر مرحلة الإعداد لعملية التخطيط بسلسلة خطوات:

- الخطوة الأولى. دراسة البيئة ■ الخطوة الثانية. تحديد الأهداف ■ الخطوة الثالثة. تحديد ووضع البدائل ■ الخطوة الرابعة تقييم البدائل ■ الخطوة الخامسة اختيار البديل الأفضل والأنسب ■ الخطوة السادسة تحديد الأنشطة والأعمال التي يجب القيام بها لوضع البديل المختار موضع التنفيذ أو تحديد الوسائل والإمكانات اللازمة.

ثانياً: مرحلة الإقرار، أو الموافقة على الخطة.

ثالثاً: مرحلة التنفيذ.

رابعاً : مرحلة المتابعة: تعتبر مرحلة متابعة الخطة من أهم المراحل في عملية التخطيط. إذ لا ينتهي عمل المخطط بوضع الخطة بل يجب عليه أن يتأكد من تنفيذها وملاحظة أية انحرافات في الخطة والعمل على تلافيها والتأكد من تحقيق أهداف وبرامج الخطة ومسارها يتم عن طريق قياس الفرق بين ما هو مستهدف وما هو محقق وأسبابه.

أنواع التخطيط:

أولاً. التخطيط حسب المدى الزمني:

- التخطيط طويل المدى (الخطة طويلة الأجل):

وفي العادة الخطة طويلة الأجل في مجال إدارة الأعمال تتراوح ما بين ٥-٣ سنوات وفي مجال الإدارة العامة تزيد عن ١٠ سنوات والبعض يعتبر الخطة التي تزيد عن السنة هي الخطة طويلة الأجل.

- التخطيط قصير المدى (الخطة قصيرة الأجل):

وهي تلك الخطط التي تتعلق بأعمال ينبغي إنجازها في الأجل القريب وتكون مدتها لا تتجاوز السنة.

أنواع التخطيط:

ثانياً. التخطيط حسب نطاق التأثير:

١. **التخطيط الاستراتيجي:** التخطيط الاستراتيجي هو صنع الاختيارات، فهو عملية تهدف لدعم القادة لكي يكونوا على وعي بأهدافهم ووسائلهم. وبذلك فالتخطيط الاستراتيجي هو أداة ووظيفة إدارية،— مثل بقية الأدوات الإدارية الأخرى — ولا تستخدم إلا لغرض واحد ألا وهو مساعدة المؤسسة في أداء عمل أفضل.
- ٢ **التخطيط التكتيكي:** يركز التخطيط التكتيكي على تنفيذ الأنشطة المحددة في الخطط الاستراتيجية، هذه الخطط تهتم بما يجب أن تقوم به كل وحدة من المستوى الأدنى، وكيفية القيام به، ومن سيكون مسؤولاً عن إنجازه.
٣. **التخطيط التشغيلي:** وتختص به الإدارة الدنيا ويتم فيه تحديد تفاصيل التخطيط التكتيكي بوضع خطط للأنشطة المتكررة في المؤسسة، وتوضع الخطط التشغيلية في شكل موازنات ومعايير تقديرية قابلة للقياس، وتسمح بتحديد النتائج بطريقة واضحة. مثال: تحديد احتياجات إدارة الإنتاج من المواد و قطع الغيار.

التخطيط الإعلامي

يعرف بأنه: توظيف الإمكانيات المادية والبشرية والإعلامية من أجل تحقيق أهداف معينة. وهو التخطيط الذي تقوم به وسائل الإعلام لتوصيل الرسالة الإعلامية بهدف

إحداث التأثير المقصود من خلال توظيف الموارد البشرية والمادية.

خطوات عملية التخطيط الإعلامي:

- الخطوة الأولى. توفر المعلومات.
- الخطوة الثانية. تحديد الأهداف.
- الخطوة الثالثة. تحديد المزيج الإعلامي.
- الخطوة الرابعة. تحديد الإطار الزمني للخطوة.
- الخطوة الخامسة. التنفيذ. ■ الخطوة السادسة. متابعة الخطوة الإعلامية.



أهداف التخطيط الإعلامي

- ١ وضع سياسية إعلامية تقوم على أساسها خطط تنفيذ برامج مرحلية.
- ٢ حشد الطاقات الإعلامية البشرية والمادية في المؤسسات الإعلامية.
- ٣ تنمية المجتمع وتطويره.
- ٤ التصدي للأزمات والتحديات الداخلية والخارجية.
- ٥ وضع أهداف استراتيجية متكاملة.
- ٦ الحصول على أجهزة إدارية وتنظيمية قادرة على التنفيذ الفاعل للخطط.
- ٧ تقديم رؤية مستقبلية من أجل تحقيق أجندة معينة.

مبادئ التخطيط الإعلامي : مبدأ الاستمرارية - مبدأ الشمولية - مبدأ التكامل - مبدأ الترابط والتنسيق - مبدأ المرونة - مبدأ المشاركة.

أنواع و مستويات التخطيط في المؤسسات الإعلامية:

النوع الأول. التخطيط للرسالة الإعلامية.

النوع الثاني. التخطيط للمؤسسة الإعلامية نفسه، مواردها البشرية، المادية ..

يقصد بالرسالة الأفكار والمعاني والتصورات التي يريد المصدر أن ينقله إلى المتلقي بهدف التأثير عليه لتحقيق الهدف المنشود أو الأثر المطلوب.

سمات المخطط الإعلامي (القائم بعملية التخطيط):

١ التخصص والخبرة الكافية في مجال الإعلام و الإدارة و الاقتصاد.

٢. أن يكون لديه خبرة كافية في العمل داخل المؤسسة.

٣. فهم رؤية و رسالة المؤسسة والوعي بأهدافها لاتخاذها منطلقا للتخطيط. ٤ معرفة كافية بمكامن القوة والضعف في

الوسائل الإعلامية المختلفة. ٥ القدرة على فهم البيانات والمعلومات المتوفرة من البحوث العلمية.

وظيفة التنظيم في المؤسسة الإعلامية

التنظيم: عملية ترتيب وتوزيع موارد المنظمة بطريقة تؤدي إلى سرعة تحقيق الهدف.

الهيكل التنظيمي: هو العصب الحيوي والعمود الفقري للمنظمة الذي منه تتفرع وتظهر أقسامها ومعالماها، وعلى ضوءه تتوزع المهام والمسؤوليات والأدوار بين الأقسام، ومن خلاله تتحدد الصلاحيات، وبصلايته وصحته تصح وتنشط المنظمة، فهو كالعمود الفقري للإنسان.

- أهمية التنظيم:** ▪ تقسيم و توزيع الأعمال والأنشطة لأعضاء التنظيم. ▪ تحديد المهام والمسؤوليات المكلف بها كل فرد، وإدارة، وتحديد نوعية وحدود السلطات. ▪ توضيح الإجراءات التي يجب إتباعها داخل كل قسم مما يؤدي إلى سهولة وانسياب العمل. ▪ تسهيل عملية الاتصال بين التنظيم. ▪ ضمان التنسيق بين الوظائف المختلفة وتسهيل عملية.
- تحقيق الأهداف الرئيسية للمؤسسة بأحسن كفاءة ممكنة.

أركان التنظيم

- السلطة: وهي الحق المعطى للشخص بموجب وظيفته والذي يضع في يده القوة التي تمكنه من اتخاذ القرارات وإصدار الأوامر والتعليمات.
- المسؤولية: وتعني الالتزام الملقى على عاتق الشخص للقيام بالمهام المحددة له ويقتضي ذلك توفر قدر من السلطة لتأدية مهامه بنجاح.

التنظيم في المؤسسات الإعلامية:

تفصل المؤسسات الإعلامية في إدارتها بين جانبين مهمين هما:

١. الإدارة التي تهتم بشؤون الرسالة الإعلامية وهي إدارة التحرير.

٢. الإدارة التي تهتم بشؤون إدارة الأعمال وتشمل إدارة شؤون الأفراد، الإدارة المالية، والخدمات السائدة الأخرى التي

تسهل عمل إدارة التحرير والعمل الفني.

أنماط الوظائف وتوصيفها في إطار تنظيم المؤسسة الإعلامية:

- ١ الوظائف القيادية: تخص المديرين الذين يشرفون على العمل ويخططون له.
٢. الوظائف التنفيذية: تباشر التنفيذ اليومي للمهام في المؤسسة ،ومنها وظائف إدارية ووظائف فنية ووظائف خدمية..
٣. الوظائف الاستشارية: الوظائف التي تقدم المشورة إلى القيادة الإدارية.
- أهم الإدارات التي يشملها ويضمها تنظيم المؤسسة الإعلامية:
 ١. إدارة التحرير (رئيس التحرير ، مدير التحرير ، سكرتارية التحرير) ٢. إدارة الشؤون الإدارية والمالية.
 ٣. إدارة القسم الفني (التصميم، المونتاج).
 ٤. إدارة المطابع.
 ٥. إدارة التوزيع والإعلان.

مسؤوليات رئيس مجلس الإدارة في المؤسسة الصحفية

- الإشراف على جميع أوجه النشاط التي تقوم بها المؤسسة الصحفية.
- الإشراف على إعداد التقرير السنوي لنشاط المؤسسة وأعمالها.
- يختص بالأمور العاجلة التي تعرض عليه من مجلس التحرير.
- دعوة هيئة تحرير أي مطبوع صادر من المؤسسة.
- إبلاغ قرارات مجلس الإدارة إلى المرجع الإشرافي الأعلى "وزارة الإعلام".

مسؤوليات رئيس التحرير في المؤسسة الصحفية

- المسؤولية المباشرة عن شئون التحرير والإشراف على أقسام التحرير.
- التنسيق بين إدارة التحرير في الصحيفة والأقسام الإدارية الأخرى.
- مسؤولية تنفيذ سياسة الجريدة، ولذا فإن من حقه نشر أو إلغاء أو حذف مواد معينة

مسؤوليات مدير التحرير في المؤسسة الصحفية:

- إقرار عملية النشر وفقا لسياسة الصحيفة وتوجيهات رئيس التحرير.
- الإشراف على أقسام التحرير المختلفة. ■ القيام بإعداد بعض المواد التحريرية ذات الجانب المهم.
- مراجعة العدد بعد صدوره و مراجعة المطبوعات المماثلة. ■ التأكد من سلامة العمل وسرعته وانتظامه.
- التنسيق بين جهاز التحرير وجهاز سكرتارية التحرير والمطبعة.

مسؤوليات سكرتير التحرير في المؤسسة الصحفية:

- إعداد الماكيت للمطبوعة الذي يوضح من خلاله آلية توزيع المواد الصحفية على صفحات الجريدة مبينا فيه المساحات الإعلانية. ■ إخراج وتنسيق العناوين والمتون وتحديد حجم ونوع ولون وشكل الخطوط المستخدمة. ■ اختيار المواد المصورة والرسوم والإشراف على تحريرها وإخراجها الفني.

وظيفة التوجيه الإداري في العمل بالمؤسسة الإعلامية

التوجيه هو الكيفية والأسلوب الإداري الذي يستطيع من خلاله الرئيس دفع مرؤوسيه للعمل بأقصى طاقاتهم في إطار يحقق من خلاله إشباع رغباتهم وتحقيق أهدافهم الشخصية.

و يعمل التوجيه على رفع مستوى الأداء التنظيمي والمهني للمؤسسة بما يسهم في تحقيق سياساتها العامة من خلال:

- تشجيع المرؤوسين على العمل بكفاءة وفاعلية.
- مهمة مستمرة وضرورية لتنفيذ القرارات.
- تسجيل الأوامر والتعليمات بصورة محددة.
- الإشراف على العاملين خلال عمليات سير العمل.
- إنجاز الأعمال في ضوء الأهداف التنظيمية.

وظيفة الرقابة في المؤسسات الإعلامية

مفهوم الرقابة: تنطوي الرقابة على التحقيق عما إذا كان كل شيء يحدث طبقاً للخطة الموضوعية والتعليمات الصادرة والمبادئ المحددة، وأن غرضها هو الإشارة إلى نقاط الضعف والأخطاء بقصد معالجتها ومنع تكرار حدوثها، وهي تطبق على كل شيء: الأشياء، الناس والأفعال.

وسائل وأدوات الرقابة:

الميزانيات التقديرية، البيانات الإحصائية، المراجعة الداخلية، الملاحظة الشخصية، التقارير والتحليل الموضوعية، الإدارة بالمعلومات، جولات التفتيش، المتابعة والإشراف.

اتخاذ القرارات.. جوهر العملية الإدارية

- مفهوم القرار الإداري: هو الاختيار الحذر والدقيق لأحد البدائل من بين اثنين أو أكثر من مجموعات البدائل السلوكية.
- هو الاختيار المدرك الواعي بين البدائل المتاحة في موقف معين.
- اتخاذ القرارات: هي العملية التي تنقل وظيفة التخطيط إلى الواقع العملي في المؤسسة، واتخاذ القرارات ليس فقط عنصرا مهما لوظيفة التخطيط فقط، بل هو التحريك الفعلي لوظائف المدير الأخرى من تنظيم وتوجيه ورقابة .. وغيرها.

مراحل عملية اتخاذ القرار (خطوات اتخاذ القرار)

١ مرحلة تشخيص المشكلة (تحديد الهدف أو المشكلة).

٢. مرحلة البحث عن المشكلة (جمع المعلومات ذات الصلة بالمسألة).

٣. مرحلة البحث عن البدائل (تحديد البدائل المتاحة وإيجاد الحلول للمسألة).

٤. مرحلة تقييم البدائل (مرحلة البحث عن الحلول المتوقعة للمسألة).

٥. مرحلة اختيار البديل الأمثل (اختيار الحل الملائم للمسألة).

٦. مرحلة تنفيذ قرار أو حل المشكلة و المتابعة و الرقابة على النتائج.



التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي

التحول السريع نحو الرقمنة: مع التطور السريع للتكنولوجيا، تجد المؤسسات الإعلامية نفسها مضطرة للتحول من الوسائل التقليدية إلى الرقمية. هذا يتطلب استثمارات كبيرة في البنية التحتية الرقمية وتدريب الموظفين على أدوات ومنصات جديدة. التنافسية العالية: تشهد الصناعة الإعلامية تزايداً في عدد المنصات الرقمية، مما يجعل المنافسة على جذب الجمهور والاحتفاظ به شديدة. المنصات المستقلة وشبكات التواصل الاجتماعي تضيف عبئاً إضافياً على المؤسسات الإعلامية التقليدية.

الاعتماد على الإعلانات الرقمية: الإعلانات هي المصدر الأساسي للإيرادات في الإعلام، ولكن مع انتشار الحجب الإعلاني ((Ad Blockers وزيادة المنافسة على الإعلانات الرقمية، تواجه المؤسسات صعوبة في تحقيق إيرادات مستدامة. تغير سلوك الجمهور: الجمهور في العصر الرقمي يبحث عن محتوى سريع، مخصص، وتفاعلي. المؤسسات التي تعتمد على النماذج التقليدية تواجه صعوبة في تلبية هذه التوقعات، مما يؤدي إلى فقدان جمهورها لصالح منصات أخرى.

التحديات التي تواجه المؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي

انتشار الأخبار المضللة: في عصر الانتشار السريع للمعلومات، تواجه المؤسسات الإعلامية تحديًا كبيرًا في الحفاظ على مصداقيتها والتمييز بين الأخبار الحقيقية والمضللة، مما يتطلب تدقيقًا صارمًا ومصادقية عالية.

الأمن السيبراني: المؤسسات الإعلامية عرضة للهجمات السيبرانية التي قد تؤدي إلى تسريب بيانات حساسة أو تعطيل خدماتها. حماية البيانات وتأمين الأنظمة أصبح من التحديات الأساسية في العصر الرقمي.

التكيف مع تقنيات الذكاء الاصطناعي : رغم أن الذكاء الاصطناعي يوفر فرصًا كبيرة لتحسين الإنتاجية وتحليل الجمهور، إلا أن استخدامه يتطلب استثمارات ضخمة وفهمًا دقيقًا لكيفية دمجها في العمليات الإعلامية دون التأثير على جودة المحتوى.

ضع علامة صح أو خطأ أمام ما يلي :

- الإدارة المالية: هي جزء من الإدارة المسؤولة عن وظيفة الإنتاج والتصنيع

- مؤسسات تجارية : تتولى تقديم خدمات، مثال: البنوك، النقل، التأمين

تشكل «الرؤية والرسالة» منطلقات أساسية في عملية التخطيط في الإدارة

- التخطيط: التنبؤ بالمستقبل والاستعداد له بإعداد الخطة المناسبة

عنوان الفيديو	الرابط
إدارة المؤسسات الإعلامية	https://youtu.be/UATaj2MQzdM

■ إدارة المؤسسات الإعلامية: لمحمد فريد عزت

انتهت المحاضرة



الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

شكرا لكم