

جامعة القاهرة

كلية الإعلام

قسم العلاقات العامة والإعلان

العوامل المؤثرة على تقويم برامج العلاقات العامة في مصر

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام

إعداد

الباحثة/ شيماء محمد عبد المجيد العشماوي

إشراف

ا.د. علي عجوة

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

إشراف مشارك

د. ريم أحمد عادل طه

مدرس العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" قَالُوا سِيِّدُنَا وَرَبُّنَا لَمَّا أَعْلَمُ لَنَا إِلَّا مَا عَلِمْتُنَا إِنَّكَ أَنْتَ أَنْتَ الْعَلِيُّ الْمَكِينُ "

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

سورة " البقرة " آية رقم " ٣٣ "

إِلَهَاءٌ

إِلَى أُمِّيْ وَأَبِيْ

سَامِيْ الْفَضْلُ الْأَكْبَرُ عَلَيْ بَعْدَ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ

أَمْدَهُمَا اللَّهُ بِالصَّحَّةِ وَالْعَافِيَّةِ وَأَنَّا بِمَا عَنِيْ خَيْرٌ الْمُبَرَّأِ

شكراً وتقديراً

الحمد لله رب العالمين، و الصلاة و السلام على أشرف المسلمين سيدنا محمد صل الله عليه و سلم و على آله و صحبه أجمعين، أما بعد.. فأحمد الله عز وجل كثيراً على أن وفقني في إعداد و إتمام هذه الرسالة وأدعوه أن تكون ذات فائدة و علم ينفع به.

و يسعدني أن أقدم بخالص و أسمى آيات الشكر و التقدير إلى أستاذِي الفاضل الدكتور / على عجوة أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، و المشرف على هذه الرسالة، حيث أمنني بكل أشكال التعليم و التوجيه و الرعاية طوال فترة الإشراف بداية من فكرة الرسالة و إنتهاءً بما هي عليه الأن. و لا يسعني إلا أن أدعو الله أن يجزيه عن هذا العمل خير الجزاء، و أن يمده بالصحة و العافية ليتواصل عطاؤه الإنساني و العلمي بلا حدود.

كذلك يسعدني أن أقدم بخالص الامتنان و العرفان بالجميل إلى أستاذِي الدكتورة / ريم أحمد عادل المدرس بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، و المشرف المشارك على هذه الرسالة، على كل ما بذلته معي من جهد و ما تحملته من عبء لإنجاز هذه الرسالة، و ما أضافته من علم و فكر طوال فترة الإشراف، فلولا مجهودها الكبير ما خرج هذا العمل إلى النور، و ما كانت الرسالة في شكلها النهائي هذا، فجزاها الله خيراً عندي.

و يتواصل شكري و تقديرِي إلى الأستاذة الدكتورة / حنان فاروق جنيد الأستاذ بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، لتفضليها بقبول مناقشتي و المشاركة في لجنة الحكم على الرسالة رغم مشاغلها و أعバها الثقيلة، و هو أمر أثق أنه إضافة حقيقة لهذه الرسالة، و أدعوه أن ينفع بمحاظتها القيمة و بوافر علمها، و لها مني كل آيات الشكر و التقدير.

كذلك أقدم بخالص الشكر و التقدير إلى الأستاذة الدكتورة / فوازدة البكري الأستاذ المساعد بقسم الإعلام بكلية الأداب جامعة حلوان، والتي زادتني شرفاً بقبولها الاشتراك في مناقشتي رغم مشاغلها و أعバها الكثيرة، راجيةً من الله أن ينفع بأفكارها و بوافر علمها، و لها مني كل آيات الاحترام و التقدير.

كما أقدم بوافر الشكر و التقدير إلى جميع المسؤولين عن أجهزة العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة الذين تعاونوا معى في مرحلة جمع البيانات، و بذلوا الوقت و الجهد في سبيل البحث العلمي.

الملامحة

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
أ - ت	فهرس الموضوعات
ث	فهرس الأشكال
ج - ز	فهرس الجداول
س	المستخلص
٣٨ - ١	الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة <ul style="list-style-type: none"> أولاً: المقدمة ثانياً: موضوع الدراسة ثالثاً: الدراسات السابقة رابعاً: النموذج الذي تتبعه الدراسة..... خامساً: أهداف الدراسة سادساً: تساؤلات الدراسة و فرضيتها سابعاً: المفاهيم المستخدمة في الدراسة..... ثامناً: نوع الدراسة تاسعاً: منهج الدراسة..... عاشرًا: مجتمع الدراسة و عينة الدراسة الحادي عشر: أداة جمع البيانات..... الثاني عشر : صعوبات الدراسة الثالث عشر: إختبار الصدق و الثبات الرابع عشر: المعالجة الإحصائية للبيانات
٩٥ - ٣٩	الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة <ul style="list-style-type: none"> المبحث الأول: عملية تقويم برامج العلاقات العامة: النماذج و المراحل و القياسات ... ماهية تقويم برامج العلاقات العامة..... أنواع تقويم برامج العلاقات العامة..... مداخل تقويم برامج العلاقات العامة.....

رقم الصفحة	الموضوع
٤٢ - ٤١	الأسس العلمية لتقدير برامج العلاقات العامة.....
٤٣	نماذج تقدير برامج العلاقات العامة.....
٥١ - ٤٣	أولاً: النماذج التقليدية (الكلاسيكية).....
٦١ - ٥١	ثانياً: النماذج الحديثة.....
٦٢ - ٦١	ما يمكن إستخلاصه من العرض السابق لنماذج تقدير برامج العلاقات العامة
٦٤-٦٢	مراحل عملية تقدير برامج العلاقات العامة.....
٦٦ - ٦٥	القياسات المتضمنة في عملية تقدير برامج العلاقات العامة.....
٩٣ - ٦٧	المبحث الثاني: الأدوات المستخدمة في تقدير برامج العلاقات العامة
٧٧ - ٦٨	أولاً: أدوات مرحلة تقدير المدخلات
٧١ - ٦٩	أ- أدوات البحث التحليلية.....
٧٧ - ٧٢	ب- أدوات البحث الأولية.....
٨٤ - ٧٨	ثانياً: أدوات مرحلة تقدير المخرجات
٨٢ - ٧٨	أ- الأدوات الكمية
٨٤ - ٨٢	ب- الأدوات الكيفية
٩٣ - ٨٤	ثالثاً: أدوات مرحلة تقدير العائدات
٨٨ - ٨٥	أ- الأدوات الرسمية.....
٩٣ - ٨٨	ب- الأدوات غير الرسمية
٩٥ - ٩٣	الخلاصة
٩٤ - ٩٣	النموذج النظري المقترن لعملية تقدير برامج العلاقات العامة
٩٥	المعايير القياسية لمستوى فعالية تقدير برامج العلاقات العامة
١٩٤ - ٩٦	الفصل الثالث
	نتائج الدراسة
١٢٤ - ٩٦	المبحث الأول: النتائج العامة للدراسة
١٥٢ - ١٢٥	المبحث الثاني: نتائج تساؤلات الدراسة.....
١٩٤ - ١٥٣	المبحث الثالث: نتائج فروض الدراسة.....

رقم الصفحة	الموضوع
٢٠٥ - ١٩٥	الخاتمة و التوصيات
٢١٩ - ٢٠٦	مراجع الدراسة
٢٣٧ - ٢٢٠	ملحق الدراسة
٢٣٢ - ٢٢٠	الملحق الأول: إستمارة الإستقصاء
٢٣٥ - ٢٣٣	الملحق الثاني: قائمة بأسماء المنظمات محل الدراسة
٢٣٦	الملحق الثالث: قرار رئيس الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الإحصاء
٢٣٧	الملحق الرابع: إفادة مركز الدراسات و الاستشارات الإحصائية و القياسية
٢٤٠ - ٢٣٨	ملخص الدراسة

فهرس الأشكال

الصفحة	الموضوع	الرقم
٢٧	النموذج النظري المقترن لعملية تقويم برامج العلاقات العامة	شكل ١
٤٤	نموذج الإعداد و التنفيذ و التأثير PII Model	شكل ٢
٤٧	النموذج الهرمى لبحوث العلاقات العامة	شكل ٣
٤٨	أفضل عشر مناهج بحثية يمكن إستخدامها بالنماذج الهرمی	شكل ٤
٤٩	نموذج مقياس فعالية العلاقات العامة	شكل ٥
٥٢	نموذج التقويم المستمر	شكل ٦
٥٤	نموذج خطة التقويم	شكل ٧
٥٦	نموذج عملية التخطيط و البحث و التقويم	شكل ٨
٥٧	العلاقة بين خطوات نموذج التخطيط و البحث و التقويم و مراحل التقويم	شكل ٩
٦٠	النموذج الموحد للتقويم	شكل ١٠
٩٤	النموذج النظري المقترن لعملية تقويم برامج العلاقات العامة	شكل ١١
١٣٣	متغيرات تقييم جهود العلاقات العامة التي تتأثر بنمط ملكية المنظمة	شكل ١٢
١٤٠	متغيرات تقييم جهود العلاقات العامة التي تتأثر بطبيعة نشاط المنظمة	شكل ١٣
٢٠٥	نموذج العوامل المؤثرة على تقويم برامج العلاقات العامة	شكل ١٤

فهرس الجداول

الصفحة	الموضوع	الرقم
٣١-٣٠	متغيرات الدراسة	جدول ١
٣٢	مفاهيم الدراسة	جدول ٢
٣٣	توزيع عينة الدراسة وفقاً لنمط الملكية	جدول ٣
٣٤	توزيع عينة الدراسة وفقاً لطبيعة النشاط	جدول ٤
٣٤	توزيع عينة الدراسة وفقاً لأحجام المنظمات	جدول ٥
٣٤	توزيع عينة الدراسة وفقاً لجنسية الإدارة	جدول ٦
٥٨	المناهج البحثية المطروحة بنموذج التخطيط و البحث و التقويم	جدول ٧
٦٣	المسميات المختلفة لمرحلتى المدخلات و المخرجات بنماذج التقويم	جدول ٨
٦٤	المراحل الفرعية لمرحلة تقويم العائدات بنماذج التقويم و مسمياتها	جدول ٩
٦٦ - ٦٥	القياسات المطلوبة فى كل مرحلة من مراحل تقويم برامج العلاقات العامة	جدول ١٠
٩٧	معدل ممارسة تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ١١
١٠٠	معدل الإهتمام بتقييم جهود العلاقات العامة مع الفئات الجماهيرية المختلفة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ١٢
١٠١	مستويات تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ١٣
١٠٢	مراحل تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ١٤
١٠٥	الأهداف (القياسات) المطلوبة عند تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ١٥
١٠٦	الأهداف (القياسات) المطلوبة فى كل مرحلة من مراحل تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ١٦
١٠٨	الأدوات البحثية المستخدمة فى تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ١٧
١١٠	الأدوات البحثية المستخدمة فى كل مرحلة من مراحل تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ١٨
١١١	معدل الإستفادة من نتائج تقييم جهود العلاقات العامة فى تقويم البرامج الحالية بالمنظمات محل الدراسة	جدول ١٩

١١٢	المراحل التي تستفيد فيها أجهزة العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة من نتائج التقييم في تقويم البرامج الحالية	جدول ٢٠
١١٣	معدل الإستفادة من نتائج تقييم جهود العلاقات العامة في التخطيط للبرامج المستقبلية بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٢١
١١٣	أشكال الإستفادة من نتائج تقييم جهود العلاقات العامة في المستقبل بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٢٢
١١٤	وجود تطوير متوقع في تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٢٣
١١٥	أشكال التطوير المتوقع لتقدير جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٢٤
١١٦	ماهية المسؤول عن تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٢٥
١١٧	مدى دعم الإدارة العليا لتقدير جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٢٦
١١٨	أشكال دعم الإدارة العليا لتقدير جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٢٧
١١٨	تصنيص ميزانية سنوية لتقدير جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٢٨
١١٩	نسبة المخصصات المالية للتقدير من الميزانية السنوية للعلاقات العامة المنظمات محل الدراسة	جدول ٢٩
١٢٠	تقدير رؤوساء أجهزة العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة لمستوى فعالية تقييم جهودهم	جدول ٣٠
١٢١	مدى وجود صعوبات عند تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٣١
١٢١	صعوبات تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٣٢
١٢٢	معوقات تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٣٣
١٢٥	العلاقة بين نمط ملكية المنظمة و معدل ممارسة تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٣٤

١٢٦	العلاقة بين نمط ملكية المنظمة و ممارسة تقييم برامج إدارة الأزمات و برامج المسئولية الإجتماعية	جدول ٣٥
١٢٦	العلاقة بين نمط ملكية المنظمة و مراحل تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٣٦
١٢٧	العلاقة بين نمط ملكية المنظمة و الإستفادة من نتائج التقييم في تقويم البرامج الحالية	جدول ٣٧
١٢٨	العلاقة بين نمط ملكية المنظمة و وجود تطوير متوقع في تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٣٨
١٢٨	العلاقة بين نمط ملكية المنظمة و ماهية المسؤول عن تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٣٩
١٢٩	العلاقة بين نمط ملكية المنظمة و أشكال دعم الإدارة العليا لتقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٤٠
١٢٩	العلاقة بين نمط ملكية المنظمة و تخصيص ميزانية سنوية لتقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٤١
١٣٠	العلاقة بين نمط ملكية المنظمة و صعوبات تقييم جهود العلاقات ال العامة	جدول ٤٢
١٣١	العلاقة بين نمط ملكية المنظمة و معوقات تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٤٣
١٣٤	العلاقة بين طبيعة نشاط المنظمة و معدل ممارسة تقييم جهود ال العلاقات العامة	جدول ٤٤
١٣٥	العلاقة بين طبيعة نشاط المنظمة و تقييم برامج إدارة الأزمات و برامج المسئولية الإجتماعية	جدول ٤٥
١٣٥	العلاقة بين طبيعة نشاط المنظمة و مراحل تقييم جهود العلاقات ال العامة	جدول ٤٦
١٣٦	العلاقة بين طبيعة نشاط المنظمة و معدل الإستفادة من نتائج التقييم في تقويم البرامج الحالية	جدول ٤٧
١٣٦	العلاقة بين طبيعة نشاط المنظمة و وجود تطوير متوقع في تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٤٨
١٣٧	العلاقة بين طبيعة نشاط المنظمة و ماهية المسؤول عن تقييم جهود ال العلاقات العامة	جدول ٤٩

١٣٧	العلاقة بين طبيعة نشاط المنظمة و تخصيص ميزانية سنوية لتقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٥٠
١٣٨	العلاقة بين طبيعة نشاط المنظمة و صعوبات تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٥١
١٣٩	العلاقة بين طبيعة نشاط المنظمة و معوقات تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٥٢
١٤١	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة وفقاً لمدى مواكبته لمراحل إدارة العلاقات العامة	جدول ٥٣
١٤٣	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة في مرحلة قبل التنفيذ وفقاً لمدى الالتزام بالقياسات المطلوبة	جدول ٥٤
١٤٣	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة في مرحلة أثناء التنفيذ وفقاً لمدى الالتزام بالقياسات المطلوبة	جدول ٥٥
١٤٤	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة في مرحلة بعد التنفيذ وفقاً لمدى الالتزام بالقياسات المطلوبة	جدول ٥٦
١٤٦	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة في مرحلة قبل التنفيذ وفقاً لمدى استخدام الأدوات البحثية المناسبة	جدول ٥٧
١٤٦	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة في مرحلة أثناء التنفيذ وفقاً لمدى استخدام الأدوات البحثية المناسبة	جدول ٥٨
١٤٧	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة بعد التنفيذ وفقاً لمدى استخدام الأدوات البحثية المناسبة	جدول ٥٩
١٤٩	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة وفقاً لمدى الإستفادة من نتائج التقييم في تقويم البرامج الحالية	جدول ٦٠
١٥٠	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة وفقاً لمدى الإستفادة من نتائج التقييم في تقويم البرامج المستقبلية	جدول ٦١
١٥١	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة بناءً على المعايير المتفق عليها بالنماذج الدولية	جدول ٦٢
١٥٣	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة وفقاً لنمط ملكية المنظمة	جدول ٦٣
١٥٤	الفروق بين منظمات قطاع الأعمال العام و القطاع الاستثماري وفقاً لمستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٦٤

١٥٥	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة وفقاً لطبيعة نشاط المنظمة	جدول ٦٥
١٥٦	الفروق بين المنظمات الإنتاجية و الخدمية وفقاً لمستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٦٦
١٥٧	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة وفقاً لجنسية إدارة المنظمة	جدول ٦٧
١٥٧	الفروق بين المنظمات ذات الإدارة المصرية و المختلطة وفقاً لمستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٦٨
١٥٨	مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة وفقاً لحجم المنظمة	جدول ٦٩
١٥٩	الفروق النسبية بين المنظمات ذات الأحجام المختلفة وفقاً لمستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٧٠
١٦١	موقع جهاز العلاقات العامة بالهيكل التنظيمي في المنظمات محل الدراسة	جدول ٧١
١٦١	أهداف جهاز العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٧٢
١٦٢	علاقة جهاز العلاقات العامة بالإدارة العليا في المنظمات محل الدراسة	جدول ٧٣
١٦٢	معدل وضع جهاز العلاقات العامة لخطته بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٧٤
١٦٣	الوظائف الأساسية التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٧٥
١٦٣	العلاقة بين العلاقات العامة و التسويق بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٧٦
١٦٤	متوسط سنوات خبرة العاملين بجهاز العلاقات العامة في المنظمات محل الدراسة	جدول ٧٧
١٦٤	تنظيم دورات تدريبية للعاملين بالعلاقات العامة في المنظمات محل الدراسة	جدول ٧٨
١٦٥	الثقافة التنظيمية داخل جهاز العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة	جدول ٧٩
١٦٦	الأدوار المهنية التي يمارسها الرؤوساء و العاملين بأجهزة العلاقات العامة في المنظمات محل الدراسة	جدول ٨٠
١٦٧	مدى توافر المبادئ العشر للعلاقات العامة الممتازة بأجهزة العلاقات العامة في المنظمات محل الدراسة	جدول ٨١
١٦٨	مستوى إمتياز أجهزة العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة التي تمارس تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٨٢

١٦٨	العلاقة بين مستوى إمتياز جهاز العلاقات العامة و مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٨٣
١٧٠	العلاقة بين ماهية المسؤول عن تقييم جهود العلاقات العامة و مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٨٤
١٧١	العلاقة بين مدى دعم الإدارة العليا لتقييم جهود العلاقات العامة و مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٨٥
١٧٣	العلاقة بين تخصيص ميزانية سنوية لتقييم جهود العلاقات العامة و مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٨٦
١٧٦	إتجاهات رؤوساء أجهزة العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة نحو تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٨٧
١٧٧	الاتجاه العام لرؤوساء اجهزة العلاقات العامة بالمنظمات محل الدراسة نحو تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٨٨
١٧٨	تصنيف رؤوساء أجهزة العلاقات العامة وفقاً لنوع	جدول ٨٩
١٧٨	تصنيف رؤوساء أجهزة العلاقات العامة وفقاً للسن	جدول ٩٠
١٧٨	تصنيف رؤوساء أجهزة العلاقات العامة وفقاً للتخصص الدراسي	جدول ٩١
١٧٩	تصنيف رؤوساء أجهزة العلاقات العامة وفقاً لعدد سنوات خبرتهم	جدول ٩٢
١٧٩	وجود خبرة سابقة لرئيس الجهاز في غير مجال العلاقات العامة	جدول ٩٣
١٧٩	تصنيف رؤوساء أجهزة العلاقات العامة وفقاً لمجال خبرتهم السابقة	جدول ٩٤
١٨٠	العلاقة بين إتجاه رئيس جهاز العلاقات العامة نحو التقييم و مستوى فعالية تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٩٥
١٨٢	العلاقة بين الدور المهني الذي يمارسه رئيس جهاز العلاقات العامة و إتجاهه نحو تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٩٦
١٨٤	إتجاهات رؤوساء أجهزة العلاقات العامة وفقاً لنوع	جدول ٩٧
١٨٥	الفارق بين ذكور و إناث رؤوساء أجهزة العلاقات العامة وفقاً لإتجاهاتهم نحو تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ٩٨
١٨٦	إتجاهات رؤوساء أجهزة العلاقات العامة وفقاً للسن	جدول ٩٩
١٨٧	الفارق بين رؤوساء أجهزة العلاقات العامة ذوى الأعمار المختلفة وفقاً لإتجاهاتهم نحو تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ١٠٠

١٨٨	إنجاهات رؤوساء أجهزة العلاقات العامة وفقاً لتخصصاتهم الدراسية	جدول ١٠١
١٨٩	الفارق بين رؤوساء أجهزة العلاقات العامة ذوى التخصصات الدراسية المختلفة وفقاً لإنجاهاتهم نحو تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ١٠٢
١٩٠	إنجاهات رؤوساء أجهزة العلاقات العامة وفقاً لسنوات خبرتهم فى مجال العلاقات العامة	جدول ١٠٣
١٩١	الفارق بين رؤوساء أجهزة العلاقات العامة ذوى سنوات الخبرة المختلفة فى مجال العلاقات العامة وفقاً لإنجاهاتهم نحو تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ١٠٤
١٩٢	العلاقة بين كون الخبرة السابقة لرئيس جهاز العلاقات العامة فى مجال العلاقات العامة و إنجاهه نحو تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ١٠٥
١٩٣	الفارق بين رؤوساء أجهزة العلاقات العامة ذوى مجالات الخبرة المختلفة وفقاً لإنجاهاتهم نحو تقييم جهود العلاقات العامة	جدول ١٠٦