

أكثر فهي إدارة اتصالية وهناك آخرون لا يعترفون أساساً بهذه الإدارة ولا يملكون أدنى علم بالدور الذي يمكن أن تقوم به هذه الأداة في النهوض بالمؤسسة.

ويرى الدليمي (٢٠١١: ٨٥) بأنّ العلاقات العامة تسعى لتحقيق عدة أهداف، أهمها:

١- تأسيس هوية المؤسسة، وتقديم صورة حقيقة عنها لأهدافها وأنشطتها ومشروعاتها وإنجازاتها.

٢- السعي المتواصل للمحافظة على السمعة الحسنة للمؤسسة ودعم الانطباعات الإيجابية نحوها، والعمل على توسيع علاقاتها واتصالها مع الجمهور الخارجي للمؤسسة.

٣- الاتصال برجال الأعمال والمؤسسات التجارية ومصادر التمويل المختلفة وكسب تأييدهم ودعمهم للمؤسسة ومشروعاتها وللدور الذي تقوم به في خدمة المجتمع، حتى يتحقق للمؤسسة الدعم المالي الذي يساعدها على أداء رسالتها.

٤- تنمية الشعور لدى أفراد المجتمع لجذب المزيد منهم وترغيبهم وتحفيزهم للمشاركة في أنشطة المؤسسة.

٥- تنسيق المواقف وتنمية الاتصال والتعاون المشترك بين المؤسسة وبقية المؤسسات الأخرى.

٦- تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا بشأن القضايا والمواقف التي تواجه المؤسسة، وبشأن لسياساتها وخططها الحالية والمستقبلية، وخاصة فيما يتعلق بجمهور المؤسسة.

٧- المحافظة على العلاقات الطيبة والقوية بين أعضاء المؤسسة والعاملين فيها والمتعاونين معها وتنمية العلاقات الجيدة بينهم وبين الجماهير المرتبطة بالمؤسسة بشكل مباشر أو غير مباشر.