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 ولمشروعاتها 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 لسياستها وخططها الحالية والمستقبلية، وخاصة فيما يتعلق بجماهير 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.