BLACKBIRD FOR TRAINING

الدورة الشاملة في العلاقات العامة المدعومة بالذكاء الاصطناعي



الدورة الشاملة في العلاقات العامة المدعومة بالذكاء الاصطناعي

مقدمة

في عصر يشهد تسارعًا غير مسبوق في التحول الرقمي والاعتماد الواسع على الذكاء الاصطناعي، يمرّ مجال العلاقات العامة PR بتحول جذري في مفاهيمه وأدواته وأدواره الاستراتيجية. إذ لم تعد نماذج الاتصال التقليدية قادرة على تلبية متطلبات بيئة إعلامية ديناميكية، تتطلب التحليل الفوري للبيانات، وصياغة رسائل مؤثرة، والتفاعل الدقيق مع أصحاب المصلحة، إضافة إلى إدارة سمعة العلامة التجارية بشكل استباقي وفي الوقت الحقيقي.

أصبح الذكاء الاصطناعي اليوم ممكنًا استراتيجيًا في العلاقات العامة، يدعم اتخاذ القرار، ويعزز المصداقية، ويساهم في بناء الثقة المؤسسية. غير أن توظيف هذه التقنيات بفاعلية يتطلب توازنًا واعيًا بين القدرات التقنية من جهة، والحكم الأخلاقي، والإبداع الإنساني، والإشراف الاستراتيجي من جهة أخرى.

تم تصميم هذا البرنامج التدريبي المهني بمستوى متوسط لمدة أسبوعين لتمكين المشاركين من اكتساب المعرفة العملية والمهارات التطبيقية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في السرد القصصي، والتفاعل مع أصحاب المصلحة، والذكاء الإعلامي، وإدارة سمعة العلامة التجارية. ويعتمد البرنامج على مزيج متكامل من الأطر المفاهيمية، ودراسات الحالة الواقعية، والتمارين التطبيقية، والمحاكاة الاستراتيجية، بما يضمن تطبيقًا عمليًا واعيًا يحافظ على الأصالة، والشفافية، والاتساق الاستراتيجي.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم الدور الاستراتيجي للذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة الحديثة.
- توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي لتعزيز السرد القصصي، وصناعة المحتوى، وتخصيص الرسائل الاتصالية.
- استخدام التحليلات والرؤى الذكية لتحسين التفاعل مع أصحاب المصلحة ورفع فاعلية الاتصال.
- مراقبة وتحليل وإدارة سمعة العلامة التجارية باستخدام أنظمة الذكاء الإعلامي المدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- تصميم استراتيجيات اتصال وإدارة أزمات مدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- دمج الأطر الأخلاقية والحوكمة وقياس الأداء في مبادرات العلاقات العامة الذكية.
- مواءمة أنشطة العلاقات العامة المدعومة بالذكاء الاصطناعي مع الاستراتيجية المؤسسية والأهداف التنظيمية.



محاور الدورة

اليوم الأول: أساسيات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة الحديثة

- مقدمة في الذكاء الاصطناعي وتأثيره على مهنة العلاقات العامة.

نظرة عامة على تقنيات الذكاء الاصطناعي المرتبطة بالاتصال معالجة اللغة الطبيعية، التعلم الآلي، الذكاء الاصطناعي التوليدي.

- تطبيقات الذكاء الاصطناعي عبر دورة حياة العلاقات العامة.
- دور البيانات في بناء استراتيجيات اتصال ذكية.
- الفرص والتحديات والمخاطر المرتبطة بتبني الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة.

اليوم الثاني: البيانات والرؤى وبناء الأساس الذكي للعلاقات العامة

- مصادر البيانات في العلاقات العامة: البيانات الإعلامية، الاجتماعية، وبيانات أصحاب المصلحة.
- جودة البيانات والتحيز والمصداقية في بيئات الذكاء الاصطناعي.
- تحويل البيانات إلى رؤى اتصالية قابلة للتنفيذ.
- تصميم عمليات علاقات عامة جاهزة لتوظيف الذكاء الاصطناعي.
- دراسة حالة: اتخاذ القرار الاتصالي المعتمد على البيانات.

اليوم الثالث: السرد القصصي الذكي وتصميم الرواية المؤسسية

- السرد القصصي الاستراتيجي في عصر الذكاء الاصطناعي.
- تطوير الرسائل والروايات باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.
- مواءمة السرد القصصي مع هوية العلامة التجارية وقيمها.
- اختبار وتحسين الرسائل الاتصالية باستخدام التحليلات الذكية.
- ورشة عمل: تصميم أطر سرد قصصي مدعومة بالذكاء الاصطناعي.

اليوم الرابع: استراتيجية المحتوى والأتمتة والتخصيص

- تخصيص المحتوى والتواصل الموجه للجمهور باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- أتمتة إنشاء المحتوى للبيانات الصحفية، والخطابات، والمنصات الرقمية.
- السرد متعدد القنوات بدعم أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي.
- تحقيق التوازن بين الأتمتة والإبداع البشري والتحرير المهني.
- الأخلاقيات والحفاظ على الأصالة في الاتصال المدعوم بالذكاء الاصطناعي.



اليوم الخامس: ذكاء أصحاب المصلحة وبناء الخرائط التحليلية

- تحديد أصحاب المصلحة ورسم خرائطهم وتقسيمهم باستخدام أدوات ذكية.
- تحليل النفوذ والاهتمام والتأثير عبر التحليلات المتقدمة.
- استخدام التحليلات التنبؤية لفهم سلوك أصحاب المصلحة.
- تصميم رحلات تفاعل أصحاب المصلحة بدعم الذكاء الاصطناعي.
- تمرين عملي: إعداد خريطة أصحاب مصلحة ذكية.

اليوم السادس: منصات التفاعل والرصد الاجتماعي وتحليل المشاعر

- الذكاء الاصطناعي التحاوري وروبوتات المحادثة.
- أدوات الرصد الاجتماعي وتحليل المشاعر في الوقت الحقيقي.
- تتبع القضايا والاتجاهات وبناء ذكاء مجتمعي.
- تصميم استراتيجيات تفاعل متكاملة مدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- دراسة حالة: إدارة الحوار مع الجمهور على نطاق واسع.

اليوم السابع: إدارة سمعة العلامة التجارية والذكاء الإعلامي

- الرصد الإعلامي الذكي عبر القنوات التقليدية والرقمية.
- تحليل الاتجاهات السردية وتقييم صورة العلامة التجارية.
- بطاقات قياس السمعة ومؤشرات الانطباع العام.
- دمج الذكاء الإعلامي في التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة.
- مختبر عملي: تفسير التقارير الإعلامية الذكية.

اليوم الثامن: إدارة الأزمات ومخاطر السمعة

- أنظمة الإنذار المبكر لاكتشاف المخاطر المحتملة على السمعة.
- التخطيط للسيناريوهات المدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- التعامل مع التضليل والمعلومات المضللة والمحتوى المولد آليًا.
- دعم الذكاء الاصطناعي للاستجابة للأزمات والتعافي الاتصالي.
- محاكاة عملية: إدارة أزمة اتصالية باستخدام أدوات ذكية.



اليوم التاسع: الاستراتيجية والحوكمة والأخلاقيات

- دمج الذكاء الاصطناعي في استراتيجية العلاقات العامة المؤسسية.
- نماذج الحوكمة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الاتصال.
- الأخلاقيات، الشفافية، المساءلة، والمتطلبات التنظيمية.
- التعاون بين الإنسان والآلة وتطور أدوار فرق العلاقات العامة.
- قياس الثقة والمصداقية في بيئات الاتصال الذكية.

اليوم العاشر: قياس الأداء، العائد على الاستثمار، ومستقبل العلاقات العامة الذكية

- قياس أداء العلاقات العامة باستخدام لوحات معلومات وتحليلات ذكية.
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs لمبادرات العلاقات العامة الذكية.
- قياس العائد على الاستثمار ROI والأثر الاستراتيجي.
- الاتجاهات المستقبلية والتقنيات الناشئة في العلاقات العامة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.
- إعداد خارطة طريق لتبني الذكاء الاصطناعي لمختصي العلاقات العامة.
- تمرين ختامي: تصميم استراتيجية علاقات عامة ذكية وجاهزة للمستقبل.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- تركيز قوي على التطبيق العملي مدعوم بدراسات حالة ومحاكاة واقعية.
- تطوير قدرات متقدمة في السرد القصصي، والتفاعل، وإدارة السمعة باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- تعزيز القدرة على حماية وبناء سمعة العلامة التجارية في بيئات رقمية معقدة.
- فهم معمق للأخلاقيات والحوكمة والامتثال في استخدام الذكاء الاصطناعي.
- تقوية التفكير الاستراتيجي والقيادي في بيئات الاتصال الذكية.

الخاتمة

مع نهاية هذا البرنامج التدريبي المكثف لمدة أسبوعين، سيكون المشاركون قد اكتسبوا فهمًا شاملاً وعمليًا لكيفية توظيف الذكاء الاصطناعي بفعالية في وظائف العلاقات العامة. وسيكونون مؤهلين لتصميم وتنفيذ استراتيجيات سرد قصصي ذكية، وتعزيز التفاعل الدقيق مع أصحاب المصلحة، وإدارة سمعة العلامات التجارية بشكل استباقي في مشهد رقمي متغير.

إن المعرفة والمهارات المكتسبة من هذا البرنامج ستمكن المشاركين من قيادة تبنٍ مسؤول للذكاء الاصطناعي داخل مؤسساتهم، وتعزيز فاعلية الاتصال المؤسسي، والمساهمة في بناء علامات تجارية موثوقة، مرنة، وجاهزة للمستقبل في عصر الذكاء الاصطناعي.

