

متخصص في الإعلام والعلاقات العامة

15 - 26 مارس 2027

باريس (فرنسا)

UK Traininig

PARTNER



متخصص في الإعلام والعلاقات العامة

المرجع: 143965_321729 التاريخ: 15 - 26 مارس 2027 المكان: باريس (فرنسا) الرسوم: GBP 9400

مقدمة

تعد العلاقات العامة و الاتصالات المؤسسية في قلب أداء الأعمال الحديثة. فقد ساعدت الأساليب الحديثة والأدوات والتقنيات في تسريع وتيرة الاتصالات من المحلي إلى العالمي. تستعرض هذه الدورة مجموعة من الأدوات والنماذج الخاصة بـ العلاقات العامة قبل التعمق في قيمة ودور الأطراف الرئيسية في عمليات العلاقات العامة و الاتصالات المؤسسية. كما تبحث في الأساليب التي تعزز التكامل داخل المنظمة ككل، بالإضافة إلى التخصصات في مجال العلاقات العامة و الاتصالات المؤسسية.

من خلال إتمام الدورة، ستكتسب المهارات الأساسية اللازمة لإدارة العلاقات العامة بشكل فعال داخل المنظمات، مما يتيح لك بناء استراتيجيات متكاملة لإدارة العلاقات الإعلامية وتعزيز صورة العلامة التجارية.

أهداف الدورة

- فهم العلاقات العامة في سياقها الاستراتيجي الفعال، وتعلم كيفية تحديد وإدارة الأولويات في إدارة العلاقات العامة.
- تطوير استراتيجيات التواصل مع المعنيين عبر برامج العلاقات العامة.
- فحص تطوير أدوات العلاقات العامة المؤسسية وكيفية تنسيق الاستراتيجيات والأنشطة.
- تقييم أبحاث العلاقات العامة ودورها في تحسين الفعالية.
- تطبيق تقنيات العلاقات الإعلامية لبناء سمعة جيدة وموثوقة للشركة.
- فهم كيفية تصميم وتنفيذ الحملات الإعلانية الموحدة التي تحقق أهداف المؤسسة.

UK Training

PARTNER



محاوِر الدورة

اليوم الأول: قوة الاتصال

- نظرة عامة على البرنامج وتصميمه.
- ممارسة الافتتاح: تحديد الأهداف.
- الصورة الكبيرة: إستراتيجية العلاقات العامة.
- متى يجب استخدام العلاقات العامة.
- بناء هوية وصورة إيجابية للمؤسسة.
- إدارة السمعة الخارجية والعلاقات الإعلامية.
- دور القادة في إدارة الاتصالات المؤسسية.

اليوم الثاني: من الداخل إلى الخارج: صياغة الرسائل المتسقة

- فهم التوقعات بين الموظفين وأرباب العمل.
- تقسيم الجمهور وتحديد أولويات العلاقات العامة.
- رسم رحلة التواصل مع المعنيين.
- العلاقات الإعلامية الفعالة وكيفية إيصال الرسائل للجمهور.
- فن السرد: إنشاء قصة يشد الناس للانتباه.
- تمكين الموظفين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
- خطوات إنشاء محتوى واضح وذو تأثير.
- بناء الثقة مع كبار القادة.

اليوم الثالث: المخاطر والتحديات: تحديدها وإدارتها

- التخطيط للمفاجآت.
- استخدام الأنشطة الإعلامية لإدارة المخاطر على السمعة.
- إصلاح السمعة المتضررة.
- تحديد المؤثرين والمتخصصين في الرأي.
- التواصل مع صانعي القرار الرئيسيين.
- المبادئ لبناء علاقات مستدامة مع صانعي القرار.
- برامج الاتصال مع VIP والجهات السياسية.
- استراتيجيات للتأثير على العلاقات العامة.

UK Training
PARTNER



اليوم الرابع: العلاقات العامة في مزيج الشركات

- أفضل الممارسات في العلاقات الإعلامية.
- إدارة الفعاليات بفعالية.
- تطوير أدوات إدارة الأزمات.
- تنظيم زيارات VIP والبروتوكولات.
- الأنشطة المالية في العلاقات العامة.
- التحديات في التواصل بين الشركات متعددة الجنسيات.

اليوم الخامس: تخطيط فعال ومؤثر

- 10 مراحل لتخطيط العلاقات العامة.
- استخدام أبحاث السوق لتخطيط الأنشطة الإعلامية.
- تحديد أهداف قابلة للقياس في الأنشطة.
- تحديد الرسائل الأساسية.
- تطوير أدوات الاتصال العملية.
- قياس النتائج والقيمة المترتبة على الأنشطة الإعلامية.

اليوم السادس: طبيعة العلاقات العامة وعلاقتها بالصحافة والإعلام

- نظرة عامة على الاتصال المؤسسي و العلاقات العامة.
- نموذج العلاقات العامة المكون من ست نقاط.
- كيف يتناسب الإعلام والصحافة مع العلاقات العامة.
- إدارة العلاقات مع الإعلام التقليدي والإلكتروني.
- أهمية الجمهور في العلاقات العامة.
- تحديد أهداف الاتصال الموضوعي.
- ميزانية الموارد: الوقت، المال، المواد.

UK Training

PARTNER



اليوم السابع: البيانات الصحفية والمعايير الدولية

- التعامل مع الإعلام.
- الفرق بين البيان الصحفي و التقرير الصحفي.
- فن كتابة البيانات الصحفية باستخدام مبادئ التواصل الستة.
- الأخلاقيات في العلاقات العامة حسب معايير الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة.
- تبادل المعايير الدولية للصحافة والعلاقات العامة مع مصالح الشركة.
- قياس الرأي العام وكيفية التعامل مع الإعلام في أوقات الأزمات.

اليوم الثامن: الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة كجزء من ذلك

- العلاقات العامة المؤسسية والتسويق.
- علاقة العلاقات العامة بالعلاقات الداخلية مع الموظفين.
- إدارة علاقات العملاء بشكل فعال.
- العلاقات المجتمعية متعددة الثقافات.
- العلاقات الحكومية والعلاقات الدولية.

اليوم التاسع: العولمة وتأثيرها على العلاقات العامة

- البيئة المعقدة والعولمة وتأثير التكنولوجيا.
- منصات التواصل الاجتماعي وكيفية التعامل معها بفعالية.
- عصر الوسائط المتعددة في الاتصال المؤسسي.
- الفعاليات كجزء من العلاقات العامة.
- أهمية الفعاليات: أنواعها، أماكنها، وأغراضها.
- مسؤولية الشركات الاجتماعية ودورها في الرسالة العامة.

اليوم العاشر: تصميم حملة موحدة ودمج الرسائل

- فهم الرسائل الأساسية.
- تقييم الحاجة إلى الأنشطة الإعلامية والبحث عن الجمهور المستهدف.
- تخطيط الحملة أو البرنامج وفقاً للمعايير والجودة.
- اختيار أفضل الاستراتيجيات لتوصيل الرسالة.
- تنفيذ الحملة الإعلامية.
- قياس تأثير الحملة على الجمهور.
- تصميم الرسالة الموحدة استناداً إلى القدرات المهنية للمشاركين.

UK Traininig
PARTNER



لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- الحصول على شهادة محترف العلاقات العامة المعتمدة.
- تطوير مهارات إدارة العلاقات الإعلامية التي تعد أساسية في العلاقات العامة.
- تعلم كيفية تحديد وبناء استراتيجيات العلاقات العامة الناجحة مع المعنيين.
- القدرة على تصميم وتنفيذ حملات إعلامية مؤثرة وقابلة للقياس.
- اكتساب المعرفة بأساسيات العلاقات العامة وأفضل الممارسات التي تساهم في تحسين الصورة العامة للمؤسسة.
- تطوير مهارات التواصل الفعال مع الموظفين، العملاء، والشركاء من خلال استراتيجيات العلاقات العامة.

الخاتمة

دورة العلاقات العامة والاتصالات المؤسسية هي فرصتك لتطوير مهاراتك في مجال العلاقات العامة و العلاقات الإعلامية، مما يساعدك في تعزيز سمعة مؤسستك وزيادة تأثيرها. من خلال تعلم استراتيجيات إدارة العلاقات العامة الفعالة وتطبيق الأدوات اللازمة لإنشاء حملات إعلامية مؤثرة، ستصبح خبيرًا في مجال العلاقات العامة، مما يمنحك ميزة تنافسية في سوق العمل.

سجل الآن لتطوير مهاراتك في العلاقات العامة وتعزيز مكانتك المهنية!

UK Training

PARTNER

