BLACKBIRD FOR TRAINING

السرد القصصي في العلاقات العامة

28 ديسمبر 2026 – 1 يناير 2027

لشبونة (البرتغال)



السرد القصصي في العلاقات العامة

المرجع: 200689_3255237 **التاريخ:** 28 ديسمبر 2026 – 1 يناير 2027 **المكان:** لشبونة (البرتغال) **الرسوم:** GBP 5200

مقدمة

في عالم مزدحم بالمعلومات والرسائل المتكررة، لم يعد الاكتفاء بالبيانات الصحفية أو التصريحات الرسمية كافياً للتأثير في الجمهور أو بناء الثقة. هنا يبرز دور السرد القصصي في العلاقات العامة Storytelling in PR كأداة استراتيجية تجعل الرسائل أكثر قرباً، وعمقاً، وإقناعاً. القصص قادرة على تحويل الأفكار المجردة إلى تجارب ملموسة، وربط الجمهور عاطفياً بالمؤسسة، وتعزيز صورتها الإيجابية.

هذه الدورة التدريبية صُممت لتلبية احتياجات القادة والمديرين التنفيذيين والمتخصصين عبر مختلف القطاعات، ممن يسعون لفهم كيفية استخدام السرد القصصي لصياغة رسائل مؤثرة، وإدارة السمعة بطرق مبتكرة، وتحقيق قيمة استراتيجية من كل عملية اتصال.

أهداف الدورة

بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- فهم مفهوم السرد القصصي ودوره في العلاقات العامة.
- تحليل مكونات القصة الناجحة التي تؤثر في الجمهور.
- صياغة روايات مؤسسية تدعم الهوية والرسالة.
- استخدام تقنيات السرد لتبسيط المعلومات المعقدة.
- تطبيق أدوات عملية لبناء قصص إعلامية فعالة.
- تعزيز التفاعل مع الجمهور عبر المنصات التقليدية والرقمية.
- إدارة السمعة من خلال روايات إيجابية ومقنعة.
- تقييم فعالية الحملات القائمة على السرد القصصي.



محاور الدورة

اليوم الأول: مقدمة في السرد القصصي في العلاقات العامة

- تعريف السرد القصصي ودوره في الاتصال المؤسسي.
- الفرق بين الرسائل التقليدية والقصص المؤثرة.
- عناصر القصة الناجحة الشخصيات، التحدي، الحل.
- العلاقة بين السرد وبناء الثقة مع الجمهور.
- أمثلة واقعية توضح أثر السرد في تغيير الصورة الذهنية.
- تمرين أولي: تحليل قصة مؤسسية مشهورة.

اليوم الثاني: بناء هيكل القصة ومكوناتها الأساسية

- كيفية صياغة بداية قوية تشد الانتباه.
- إبراز المشكلة أو التحدي بطريقة مقنعة.
- عرض الحل أو الإنجاز بشكل جذاب.
- دور العاطفة في تعزيز تفاعل الجمهور.
- استخدام الأدلة والبيانات لدعم السرد.
- ورشة عمل: كتابة قصة قصيرة حول نجاح مؤسسي.

اليوم الثالث: توظيف السرد في الحملات الإعلامية والتواصل الرقمي

- دمج السرد القصصي في الحملات الإعلامية التقليدية.
- استراتيجيات استخدام السرد عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- توظيف الفيديو والوسائط التفاعلية لرواية القصص.
- تصميم حملات تعتمد على قصص العملاء أو الموظفين.
- طرق مواجهة الشائعات عبر قصص مضادة.
- نشاط عملي: تصميم حملة إعلامية قائمة على السرد.



اليوم الرابع: مهارات المتحدث الرسمي ورواية القصص أمام الجمهور

- تقنيات الإلقاء المؤثر لرواية القصص.
- كيفية إعداد المتحدث الرسمي لسرد القصص في المؤتمرات.
- توظيف لغة الجسد والصوت لتعزيز الأثر.
- التعامل مع الأسئلة الصعبة من خلال قصص داعمة.
- تدريبات على تقديم قصص مختصرة وفعالة.
- تمرين محاكاة: مؤتمر صحفي يعتمد على السرد.

اليوم الخامس: التقييم والتطبيق العملي لخطط السرد المؤسسي

- أدوات قياس أثر السرد في العلاقات العامة.
- تحليل استجابات الجمهور ووسائل الإعلام.
- تطوير مؤشرات لقياس نجاح الحملات القصصية.
- مراجعة أمثلة تطبيقية وتحديد الدروس المستفادة.
- إعداد خطة متكاملة للسرد المؤسسي.
- تقديم المشاريع النهائية ومناقشتها.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- اكتساب فهم عميق لأهمية السرد القصصي في العلاقات العامة.
- تعلم كيفية بناء رسائل مؤثرة تصل بفعالية للجمهور.
- تعزيز مهارات صياغة الحملات الإعلامية القائمة على القصص.
- تطوير قدرات التحدث والإلقاء أمام وسائل الإعلام.
- الاستفادة من تطبيقات عملية وأمثلة واقعية.
- تحسين صورة المؤسسة وتعزيز سمعتها.
- زيادة تفاعل الجمهور عبر قنوات الاتصال المتعددة.
- بناء استراتيجيات تواصل طويلة المدى تعتمد على السرد.

الخاتمة

إن السرد القصصي في العلاقات العامة Storytelling in PR ليس مجرد أسلوب للتواصل، بل استراتيجية متكاملة تمكّن المؤسسات من بناء صورة قوية، وإدارة سمعتها، وتعزيز ثقة جمهورها.



عبر هذه الدورة، يتمكن المشاركون من اكتساب الأدوات العملية والنظرية لصياغة قصص مؤثرة وفعّالة، وتحويل الاتصال من مجرد معلومات إلى تجارب تلامس الجمهور وتبني علاقة طويلة الأمد معهم.

