BLACKBIRD FOR TRAINING

آليات كتابة السياسات الإعلامية والتسويقية والتخطيط الاستراتيجي

31 مايو – 4 يونيو 2027

مانشستر (المملكة المتحدة)



آليات كتابة السياسات الإعلامية والتسويقية والتخطيط الاستراتيجي

المرجع: 301228_3254140 **التاريخ:** 31 مايو – 4 يونيو 2027 **المكان:** مانشستر (المملكة المتحدة) **الرسوم:** GBP 5200

مقدمة

في بيئة إعلامية تتسم بالتغير السريع والتطور المستمر، لم يعد النجاح قائمًا على إنتاج المحتوى فقط، بل أصبح يعتمد أيضًا على القدرة على صياغة سياسات إعلامية فعالة، وبناء استراتيجيات تسويقية مدروسة، ووضع خطط استراتيجية تدعم الأهداف المؤسسية وتواكب اتجاهات القطاع. ومن هذا المنطلق، تأتي دورة كتابة السياسات الإعلامية والتسويق والتخطيط الاستراتيجي كبرنامج تدريبي متكامل لمدة أسبوع، يهدف إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات العملية اللازمة للعمل بكفاءة واحترافية في هذا المجال الحيوي.

تركز الدورة على تنمية القدرة على إعداد سياسات إعلامية واضحة وقابلة للتطبيق، وتصميم مبادرات تسويقية موجهة، وبناء أطر استراتيجية تسهم في تحسين الأداء الإعلامي وتعزيز استدامة النمو المؤسسي. كما تمنح المشاركين فهمًا عمليًا للعلاقة بين السياسة الإعلامية، والتسويق، والتخطيط الاستراتيجي، وكيفية دمج هذه العناصر معًا لرفع كفاءة العمل الإعلامي وتحقيق نتائج أكثر تأثيرًا.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم دور السياسات الإعلامية وأهميتها في دعم المعايير الأخلاقية والقانونية والتنظيمية.
- تطوير استراتيجيات تسويقية ملائمة للمنتجات والخدمات والمبادرات الإعلامية.
- إعداد خطط إعلامية استراتيجية تتماشى مع أهداف المؤسسة وتوجهات السوق.
- كتابة سياسات إعلامية واضحة وعملية، بما في ذلك السياسات المرتبطة بالإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي.
- تصميم الحملات التسويقية وتقييم نتائجها باستخدام مؤشرات أداء قابلة للقياس.
- تطبيق أفضل الممارسات في تنفيذ السياسات وتعزيز الالتزام المؤسسي بها.
- تنمية التفكير الاستراتيجي والقدرة على اتخاذ القرار في بيئات الإعلام والاتصال.

محاور الدورة



اليوم الأول: مقدمة في السياسات الإعلامية

- التعرف على مفهوم السياسات الإعلامية ودورها في تنظيم العمل الإعلامي والاتصالي داخل المؤسسات.
- استعراض الأسس الأخلاقية والقانونية التي تقوم عليها عملية إعداد السياسات الإعلامية.
- التعرف على المكونات الرئيسية للسياسات الإعلامية الفعالة والقابلة للتطوير.
- فهم دور السياسات في تعزيز الاتساق المؤسسي، وإدارة المخاطر، ودعم المساءلة.
- مراجعة نماذج عملية لهيكلة السياسات الإعلامية في المؤسسات والجهات المختلفة.

اليوم الثاني: استراتيجيات التسويق الفعالة في المجال الإعلامي

- تحليل الجمهور الإعلامي وفهم أهميته في بناء استراتيجيات تسويقية ناجحة.
- التعرف على مبادئ التموضع السوقي وصناعة القيمة في المنتجات والخدمات الإعلامية.
- تطوير استراتيجيات تسويقية مناسبة للمبادرات الإعلامية وفقًا للأهداف والجمهور المستهدف.
- تعلم كيفية إعداد خطط تسويق إعلامي تدعم الانتشار، والتفاعل، والنمو.
- استعراض الأساليب التسويقية الإبداعية والمتكاملة المناسبة للأسواق المحلية والأوسع نطاقًا.

اليوم الثالث: التخطيط الإعلامي الاستراتيجي

- فهم مفهوم التخطيط الاستراتيجي وأهميته في وظائف الإعلام والاتصال.
- التعرف على نماذج التخطيط الاستراتيجي وكيفية تطبيقها في المؤسسات الإعلامية.
- تعلم كيفية مواءمة المبادرات الإعلامية مع الأهداف العامة والأولويات المؤسسية.
- تحويل الأهداف الاستراتيجية إلى خطط عمل قابلة للتنفيذ والمتابعة.
- دراسة آليات قياس التقدم وتطوير الخطط الإعلامية وفقًا لتغيرات السوق والبيئة المحيطة.

اليوم الرابع: كتابة السياسات والامتثال

- مراجعة أنواع السياسات الإعلامية، بما في ذلك السياسات التحريرية والتشغيلية وسياسات التواصل الاجتماعي.
- تعلم مبادئ كتابة السياسات بشكل واضح ومنظم وقابل للتنفيذ.
- فهم كيفية تضمين الجوانب القانونية والأخلاقية والتنظيمية في صياغة السياسات.
- استعراض وسائل تعزيز الامتثال للسياسات داخل الإدارات والفرق المختلفة.
- التعرف على أساليب فعالة لتعميم السياسات وتطبيقها وتحديثها بشكل مستمر.



اليوم الخامس: إعداد الحملات التسويقية وتنفيذ السياسات

- التعرف على المراحل الأساسية لتخطيط وتصميم الحملات التسويقية الإعلامية المؤثرة.
- ربط أهداف الحملات باحتياجات الجمهور والأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.
- تحديد مؤشرات الأداء والمعايير المستخدمة في قياس نجاح الحملات التسويقية.
- مناقشة أفضل الممارسات في تنفيذ السياسات بما يدعم أهداف الاتصال والتسويق.
- بناء تصور متكامل لكيفية تكامل السياسة الإعلامية، والتسويق، والتخطيط الاستراتيجي في تحسين الأداء الإعلامي.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- تطوير مهارات كتابة السياسات: تعلم كيفية إعداد سياسات إعلامية واضحة وفعالة وعملية.
- تعزيز التفكير الاستراتيجي: اكتساب القدرة على ربط المبادرات الإعلامية بالأهداف المؤسسية الكبرى.
- رفع الكفاءة التسويقية: فهم كيفية تصميم استراتيجيات وحملات تسويقية تحقق نتائج ملموسة.
- تعزيز الوعي بالامتثال: فهم أثر الجوانب القانونية والأخلاقية على الممارسات الإعلامية والاتصالية.
- قيمة مهنية عملية: تطوير المهارات اللازمة للتميز في مجالات الإعلام، والاتصال، والتسويق المؤسسي.

الخاتمة

توفر دورة كتابة السياسات الإعلامية والتسويق والتخطيط الاستراتيجي تجربة تدريبية متكاملة تجمع بين الجوانب النظرية والتطبيقية، وتركز على بناء قدرات المشاركين في صياغة السياسات، وتصميم الاستراتيجيات التسويقية، وتطوير الخطط الإعلامية بكفاءة واحتراف. ومن خلال هذا التكامل بين السياسة والتسويق والتخطيط، تمنح الدورة المشاركين الأدوات التي تساعدهم على تحسين الأداء الإعلامي ودعم نجاح المؤسسة في بيئة تنافسية ومتغيرة.

وبنهاية البرنامج، سيكون المشاركون أكثر قدرة على إعداد وثائق إعلامية واضحة ومتوافقة، وتصميم حملات تسويقية أكثر تأثيرًا، ووضع خطط إعلامية استراتيجية تستجيب للأهداف الداخلية ومتطلبات السوق الخارجية. وتعد هذه الدورة فرصة مهمة لكل من يسعى إلى توسيع قدراته المهنية وتعزيز أثره في قطاع الإعلام والاتصال.

