

متخصص في الإعلام والعلاقات العامة

UK Traininig

PARTNER



متخصص في الإعلام والعلاقات العامة

المقدمة

العلاقات العامة واتصالات الشركات في صميم أداء الأعمال. لقد أدت الأساليب والأدوات والقنوات الحديثة إلى زيادة سرعة تجربة الاتصالات بشكل كبير ، من المحلية إلى العالمية. يبحث هذا البرنامج في مجموعة متنوعة من أدوات ونهاج الاتصال المؤسسي قبل أن يدرس بالتفصيل القيمة المحتملة ودور أصحاب المصلحة الرئيسيين في شؤون الشركات وعملات العلاقات العامة. إنه يبحث في الأساليب التي ستتخلل المنظمة بأكملها بالإضافة إلى التخصصات المتخصصة في العلاقات العامة واتصالات الشركات.

أهداف دورة تدريب متخصصي الإعلام والعلاقات العامة

- وضع شؤون الشركة في سياقها الاستراتيجي الاستباقي والفعال
- تطوير فهم لبرامج أصحاب المصلحة للنشطة الاتصال المنتظمة والمركزة
- فحص أدوات تطوير شؤون الشركة
- فهم كيفية تطوير وتنسيق الإستراتيجية والخطط والتكتيكات
- تقييم استخدام البحث

محاور دورة متخصص في الإعلام والعلاقات العامة

اليوم الأول

قوة الاتصال

- نظرة عامة على البرنامج والتصميم والخيارات
- تهيئة الافتتاح: تحديد الهدف
- الصورة الكبيرة: نظرة عامة واستراتيجية العلاقات العامة
- متى يجب استخدام العلاقات العامة
- هوية الشركة وصورتها: تكوين صورة وهوية إيجابية
- أن تصبح جارا مفضلاً: إدارة السمعة الخارجية
- دور القادة في إدارة الاتصالات

اليوم الثاني

من الداخل إلى الخارج: صياغة رسائل متسقة

- توقعات الموظفين وأصحاب العمل
- فهم الجماهير: التقسيم وتحديد الأولويات
- تخطيط رحلة التواصل مع أصحاب المصلحة
- إيصال الرسالة إلى الجماهير
- رواية القصص: إنشاء قصة تتكشف ينتبه الناس إليها
- تهيئة الموظفين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي
- خطوات إنشاء محتوى واضح له تأثير
- تنمية الثقة والمصداقية مع كبار القادة

اليوم الثالث

UK Training
PARTNER

المخاطر والتحديات: تحديثها وإدارتها

- التخطيط لها هو غير متوقع
- استخدام أنشطة الاتصال لإدارة المخاطر على السهولة
- إصلاح السهولة التلقائية
- التعرف على أصحاب الرأي والمؤثرين
- التعامل مع صانعي القرار الرئيسيين
- مبادئ لبناء علاقات مستدامة مع صناع القرار والمؤثرين
- برامج الاتصال السياسي والشخصيات العامة
- مراقبة الأنشطة السياسية

اليوم الرابع

اتصالات الشركة / العلاقات العامة في مزيج الشركات

- أفضل ممارسات العلاقات الإعلامية
- إدارة الفعاليات الفعالة
- تطوير مجموعة أدوات لإدارة النزاهة
- استضافة زيارات كبار الشخصيات
- البروتوكول في الممارسة
- أنشطة العلاقات العامة الحالية وأدوارها
- تحديثات الاتصال متعددة الجنسيات والعالمية

اليوم الخامس

التخطيط القوي والمقنع

- 10 مراحل تخطيط العلاقات العامة
- استخدام أبحاث السوق لتخطيط أنشطة العلاقات العامة
- تطوير أهداف قابلة للقياس للأنشطة
- تحديد الرسائل الأساسية
- تطوير أدوات الاتصال العملي
- إنشاء جدول للأنشطة العلاقات العامة
- قياس المخرجات والنتائج والقيمة

اليوم السادس

طبيعة العلاقات العامة وكيف تتقاطع مع الإعلام والصحافة

- لحظة عامة عن الاتصالات التجارية والعلاقات العامة
- نموذج النقاط الست لتخطيط العلاقات العامة
- كيف تتناسب وسائل الإعلام والصحافة مع العلاقات العامة
- إدارة الإعلام التقليدي والعلاقات الإعلامية الإلكترونية
- فهم أهمية الجمهور
- تأسيس جهود اتصال موضوعية
- الميزانية - الموظفون والوقت والمواد والمال
- تقييم نجاح برنامج الاتصال

اليوم السابع

UK Training
PARTNER

بيان صحفي وبيان صحفي معايير دولية

- التعامل مع وسائل الإعلام
- بيان صحفي مقابل بيان صحفي
- فن كتابة بيان صحفي باستخدام 6 سي للتواصل
- مدونة الحقيقة للصحافة
- مجتمع العلاقات العامة في أمريكا وأوروبا
- مدونة الأخلاقيات PRSA وأخلاقيات صناعة العلاقات العامة
- التجارة بين المعايير الدولية للعلاقات العامة والمصالح الخاصة
- المعايير الدولية لجمعية الصحافة المهنية
- الرأي العام وكيفية قياسه
- نهج دعائية للاتصال
- التعامل مع وسائل الإعلام أثناء عملية إدارة النزاعات

اليوم الثامن

الاتصالات التجارية والعلاقات العامة كجزء منها

- الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة
- الاتصالات التسويقية مقابل العلاقات العامة
- الجمهور الداخلي وعلاقات الموظفين
- علاقات المستهلك وإدارة علاقات العملاء الفعالة
- العلاقات المجتمعية وتعددية الثقافات
- علاقات حكومية
- علاقات دولية

اليوم التاسع

العولمة وأثرها على العلاقات العامة

- تعقيد البيئة والعولمة وتأثير التكنولوجيا
- منصات التواصل الاجتماعي وكيفية التعامل معها بفاعلية
- عصر الوسائط المتعددة للاتصالات التجارية
- الأحداث كجزء من علاقاتك العامة
- أهمية الأحداث وأنواعها وأماكنها وأغراضها
- توظيف الأحداث لخدمة الرسالة التثقيفية الشاملة
- المسؤولية الاجتماعية للشركات وكيف تخدم الرسالة
- بناء مجتمع داعم لرسالتك الأساسية

اليوم العاشر

تصميم شعار موحد للحملة ، يجمعها جميعاً معاً

- فهم الرسالة الرسائل الأساسية
- تقييم الحاجة إلى جهود العلاقات العامة والبحث عن جمهورك
- تخطيط الحملة / البرنامج بمعايير الجودة والموضوع
- اختيار أفضل استراتيجية لإيصال رسالتك
- تنفيذ الحملة / البرنامج
- تقييم تأثير الحملة / البرنامج على الجمهور

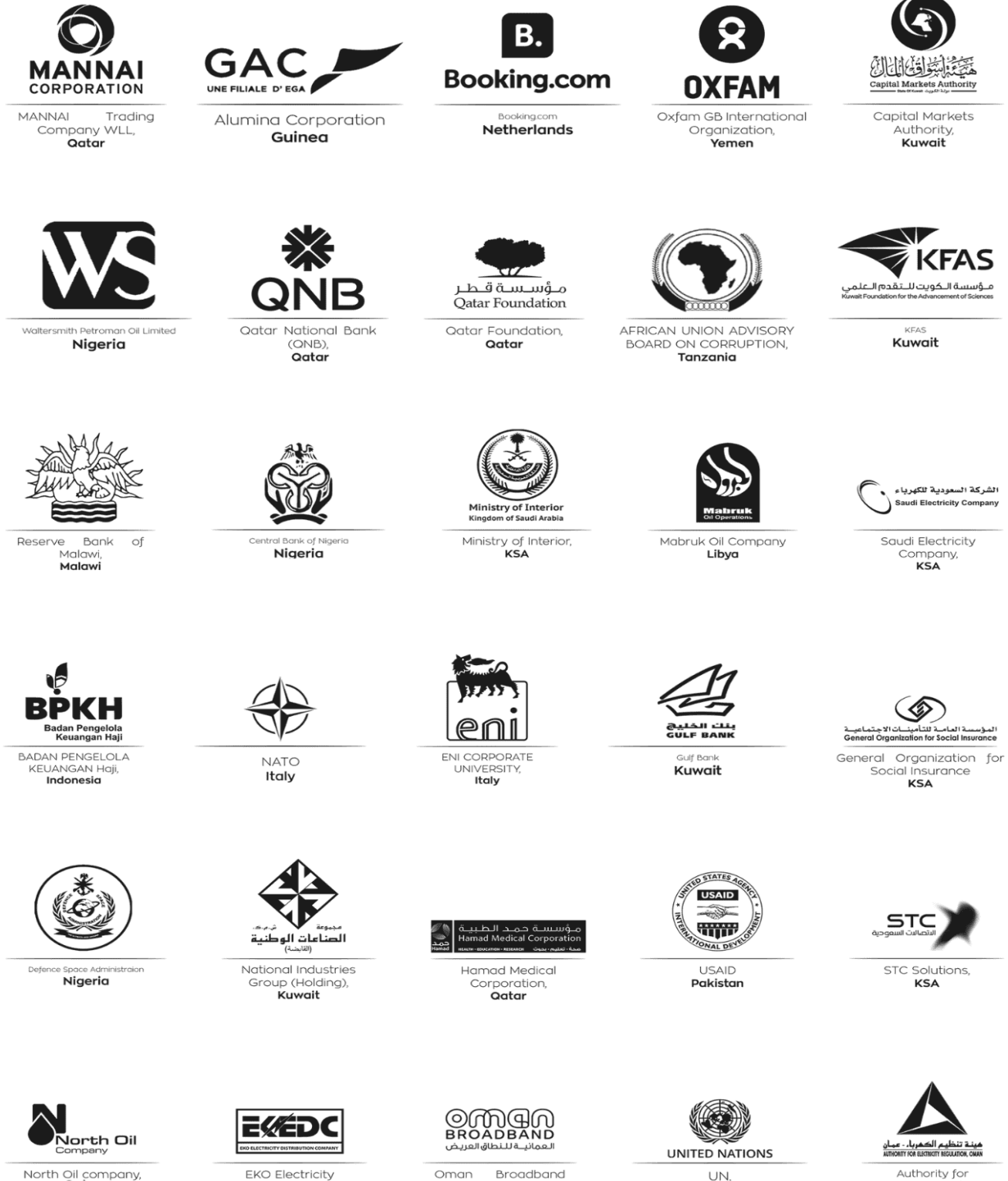
UK Training

PARTNER

- الحفاظ على الرسالة الأساسية في كل مرحلة
- تصميم حملة افتراضية بناءً على قدرات المتدرب وخلفيته المهنية

UK Training
PARTNER

Blackbird Training Clients



UK Training
PARTNER

البرامج التدريبية

البرامج التقنية/البرامج الإدارية

إدارة المشافي
القطاع العام
ورشات عمل خاصة
النفط والغاز
مهندسة الاتصالات
تكنولوجيا المعلومات
الصحة والسلامة
القانون وإدارة العقود
الجهازك و السلامة
الطيران والملاحة الجوية
الإدارة العليا

المهارات الاحترافية
الهالية والمحاسبة والميزانية
الإعلام والعلاقات العامة
إدارة المشاريع
الموارد البشرية
تحقيق الحسابات وضمان الجودة
التسويق والمبيعات وخدمة العملاء
السكرتارية وإدارة المكاتب
سلسلة التوريد والخدمات اللوجستية
الإدارة والقيادة
صقل المهارات والإدارة المرنّة



International House 185 Tower Bridge
Road London SE1 2UF United Kingdom



+44 7401 1773 35
+44 7480 775526



training@blackbird-training.com



www.blackbird-training.com

UK Training
PARTNER

