

التخطيط الإعلامي الاستراتيجي في السياقات متعددة الثقافات والدولية

29 أغسطس – 2 سبتمبر 2027

القاهرة (مصر)

UK Traininig

PARTNER



التخطيط الإعلامي الاستراتيجي في السياقات متعددة الثقافات والدولية

المرجع: 333862_3255171 التاريخ: 29 أغسطس – 2 سبتمبر 2027 المكان: القاهرة (مصر) الرسوم: GBP 4200

مقدمة

تأتي دورة التخطيط الإعلامي الاستراتيجي كبرنامج تدريبي متكامل يهدف إلى تمكين المشاركين من صياغة وتنفيذ استراتيجيات الإعلام الحديثة التي تجمع بين الوسائل الرقمية والتقليدية. تركز الدورة على أهمية إدارة الأزمات الإعلامية ودور العلاقات العامة الدولية في تعزيز الصورة المؤسسية. ومن خلال التطبيق العملي والدراسات الواقعية، يحصل المشاركون على الأدوات والمعرفة الضرورية لتصميم خطط إعلامية فعالة تدعم أهداف مؤسساتهم وتضمن حضوراً مؤثراً في البيئات المعقدة والمتعددة الثقافات.

أهداف الدورة

- فهم أساسيات التخطيط الإعلامي الاستراتيجي ودوره في المؤسسات.
- التعرف على أفضل الممارسات العالمية في استراتيجيات الإعلام.
- تطوير مهارات صياغة الأهداف الإعلامية وتحليل الجمهور المستهدف.
- بناء رسائل رئيسية متسقة مع هوية المؤسسة واستراتيجيتها.
- تطبيق آليات فعالة لقياس وتقييم الأداء الإعلامي.
- تعزيز القدرات في مجال العلاقات العامة الدولية.
- اكتساب أدوات عملية لإدارة الحملات الإعلامية والأزمات.
- صياغة خطط إعلامية متكاملة تحقق التوازن بين الإعلام الرقمي والتقليدي.

محاور الدورة

اليوم الأول: مدخل إلى التخطيط الإعلامي الاستراتيجي

- دور الإعلام في المؤسسات والمنظمات.
- الأسس النظرية والعملية للتخطيط الإعلامي.
- أمثلة على نماذج ناجحة في استراتيجيات الإعلام.
- تحديد أهداف إعلامية قابلة للقياس.

UK Traininig

PARTNER



اليوم الثاني: صياغة الأهداف والرسائل الرئيسية

- تطوير أهداف دقيقة وواقعية للحملات الإعلامية.
- تحليل الجمهور وتجزئته.
- بناء الرسائل الإعلامية المؤثرة.
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية وربطها باستراتيجية المؤسسة.

اليوم الثالث: تطوير وتنفيذ الاستراتيجيات الإعلامية

- إعداد خطط إعلامية متكاملة لبيئات متعددة الثقافات.
- الموازنة بين الوسائل الرقمية والتقليدية.
- إدارة الموارد والميزانيات الزمنية والمالية.
- دعم الأنشطة الإعلامية من خلال العلاقات العامة الدولية.

اليوم الرابع: مراقبة الأداء وتحليل الحملات

- أدوات قياس فعالية الحملات الإعلامية.
- تحليل البيانات الرقمية والإحصائية.
- مراجعة وتطوير استراتيجيات الإعلام بشكل مستمر.
- معالجة الفجوات في الأداء الإعلامي.

اليوم الخامس: تحسين الأداء وإدارة الأزمات الإعلامية

- بناء خطط استباقية لمواجهة التحديات الإعلامية.
- استخدام نتائج التقييم لتعزيز الأداء.
- محاكاة مواقف عملية في إدارة الأزمات الإعلامية.
- تقديم خطة إعلامية استراتيجية قابلة للتنفيذ.

UK Training

PARTNER



لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- اكتساب معرفة متقدمة في التخطيط الإعلامي الاستراتيجي.
- تطوير القدرة على تصميم استراتيجيات الإعلام المبتكرة.
- تنمية مهارات التعامل مع الأزمات الإعلامية.
- تحسين فاعلية أنشطة العلاقات العامة الدولية.
- التعرف على أدوات قياس الأداء الإعلامي وتحليل البيانات.
- تعزيز القدرات في إعداد حملات إعلامية متعددة الثقافات.
- اكتساب خبرة عملية من خلال دراسات حالة وتمارين تطبيقية.
- المساهمة في تحسين الصورة المؤسسية وزيادة الحضور الإعلامي.

الخاتمة

تعد هذه الدورة فرصة عملية للمحترفين الراغبين في تطوير مهاراتهم في التخطيط الإعلامي الاستراتيجي، وتعزيز قدرتهم على تصميم وتنفيذ استراتيجيات الإعلام المتقدمة، ومواجهة التحديات المرتبطة بإدارة الأزمات الإعلامية.

ومن خلال الدمج بين الأدوات الرقمية والتقليدية، والاعتماد على خبرات عالمية في مجال العلاقات العامة الدولية، سيتمكن المشاركون من صياغة خطط إعلامية متكاملة تدعم أهداف مؤسساتهم وتحقق أثراً ملموساً ومستداماً.

UK Training

PARTNER

