

العلاقات العامة المدعومة بالذكاء الاصطناعي

1 - 5 نوفمبر 2026

أون لاين

UK Traininig

PARTNER



العلاقات العامة المدعومة بالذكاء الاصطناعي

المرجع: 343517_3255495 التاريخ: 1 - 5 نوفمبر 2026 المكان: أون لاين الرسوم: GBP 2700

مقدمة

في ظل التحول الرقمي المتسارع والانتشار الواسع لتقنيات الذكاء الاصطناعي، يشهد مجال العلاقات العامة PR تحولًا جذريًا في مفاهيمه وأدواته وأساليبه. فلم تعد نماذج الاتصال التقليدية كافية لمواكبة هذا الواقع الجديد، حيث أصبحت أدوات الذكاء الاصطناعي قادرة على تحليل كميات هائلة من البيانات، وصياغة روايات مؤثرة، والتفاعل مع أصحاب المصلحة بدقة أعلى، إضافة إلى إدارة سمعة العلامات التجارية بشكل استباقي وفي الوقت الفعلي.

لم يعد الذكاء الاصطناعي عنصرًا داعمًا ثانويًا في العلاقات العامة، بل أصبح ممكنًا استراتيجيًا أساسيًا يدعم اتخاذ القرار، ويعزز المصداقية، ويقوي ثقة الجمهور بالمؤسسات. ومع ذلك، فإن الاستخدام الفعال لهذه التقنيات يتطلب توازنًا دقيقًا بين القدرات التكنولوجية من جهة، والحكم الأخلاقي، والإبداع الإنساني، والإشراف الاستراتيجي من جهة أخرى.

تم تصميم هذه الدورة التدريبية بمستوى متوسط لتزويد المشاركين بالمعرفة العملية والمهارات التطبيقية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي في مجالات السرد القصصي، والتفاعل مع أصحاب المصلحة، وإدارة سمعة العلامة التجارية. وتجمع الدورة بين الأطر المفاهيمية، ودراسات الحالة الواقعية، والتطبيقات العملية، بما يمكن المشاركين من استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بثقة مع الحفاظ على الأمانة، والشفافية، والاتساق الاستراتيجي.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم الدور الاستراتيجي للذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة الحديثة.
- توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي لتعزيز السرد القصصي، وصناعة المحتوى، وتخصيص الرسائل الاتصالية.
- استخدام الرؤى المستندة إلى الذكاء الاصطناعي لتحسين التفاعل مع أصحاب المصلحة ورفع كفاءة الاتصال.
- مراقبة سمعة العلامة التجارية وتحليلها وإدارتها من خلال أنظمة الرصد الإعلامي الذكية.
- دمج الأطر الأخلاقية، والحوكمة، وقياس الأداء في مبادرات العلاقات العامة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.

UK Training

PARTNER



محاور الدورة

اليوم الأول: أساسيات الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة الحديثة

- مقدمة في الذكاء الاصطناعي وتأثيره على مهنة العلاقات العامة.
- استعراض أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي ذات الصلة بالاتصال معالجة اللغة الطبيعية، التعلم الآلي، الذكاء الاصطناعي التوليدي.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي عبر دورة حياة العلاقات العامة.
- دور البيانات في بناء استراتيجيات اتصال مدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- الفرص والتحديات والمخاطر المرتبطة بتبني الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة.

اليوم الثاني: السرد القصصي واستراتيجية المحتوى المعتمدة على الذكاء الاصطناعي

- تطوير الروايات والرسائل الاستراتيجية بمساعدة الذكاء الاصطناعي.
- تخصيص المحتوى والتواصل الموجه للجمهور باستخدام أدوات ذكية.
- أتمتة إنشاء المحتوى للبيانات الصحفية ووسائل الإعلام الرقمية والاتصال المؤسسي.
- السرد متعدد القنوات بدعم من أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي.
- الاعتبارات الأخلاقية والحفاظ على الأصالة في بيئات الاتصال المدعومة بالذكاء الاصطناعي.

اليوم الثالث: التفاعل مع أصحاب المصلحة باستخدام الذكاء الاصطناعي

- تحديد أصحاب المصلحة ورسم خرائطهم وتقسيمهم باستخدام أدوات ذكية.
- التحليلات التنبؤية لفهم سلوك أصحاب المصلحة والتخطيط للتفاعل معهم.
- الذكاء الاصطناعي التحويلي، وروبوتات المحادثة، ومنصات التفاعل الآلي.
- الرصد الاجتماعي وتحليل المشاعر لفهم الرأي العام والمجتمعات الرقمية.
- تصميم استراتيجيات متكاملة للتفاعل مع أصحاب المصلحة بدعم من الذكاء الاصطناعي.

اليوم الرابع: إدارة سمعة العلامة التجارية والذكاء الإعلامي

- الرصد الإعلامي الذكي عبر القنوات التقليدية والرقمية.
- تحليل المشاعر واكتشاف اتجاهات الخطاب الإعلامي.
- أنظمة الإنذار المبكر لاكتشاف المخاطر المتعلقة بالسمعة.
- دعم الذكاء الاصطناعي لإدارة الأزمات والتخطيط للاستجابة الإعلامية.
- قياس أداء العلاقات العامة باستخدام لوحات معلومات وتحليلات مدعومة بالذكاء الاصطناعي.

UK Traininig
PARTNER



اليوم الخامس: الاستراتيجية والحوكمة ومستقبل الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة

- دمج الذكاء الاصطناعي في الاستراتيجية المؤسسية وعمليات العلاقات العامة.
- الحوكمة، والأخلاقيات، والشفافية، والاعتبارات التنظيمية لاستخدام الذكاء الاصطناعي.
- التعاون بين الإنسان والآلة وتطور الأدوار داخل فرق العلاقات العامة.
- قياس العائد على الاستثمار ROI لمبادرات العلاقات العامة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.
- الاتجاهات المستقبلية والتقنيات الناشئة وخطط تبني الذكاء الاصطناعي لمختصي العلاقات العامة.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- تركيز قوي على التطبيق العملي المدعوم بدراسات حالة واقعية.
- تطوير قدرات متقدمة في السرد القصصي والتفاعل مع الجمهور باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.
- تعزيز القدرة على مراقبة سمعة العلامة التجارية وحمايتها وبناءها بشكل استباقي.
- فهم أعمق لمتطلبات الأخلاقيات والحوكمة والامتثال في استخدام الذكاء الاصطناعي.
- تقوية التفكير الاستراتيجي والقيادي في بيئات الاتصال المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.

الخاتمة

مع ختام هذه الدورة، سيكون المشاركون قد اكتسبوا فهماً متكاملاً لكيفية توظيف الذكاء الاصطناعي بفعالية في وظائف العلاقات العامة. وسيكونون مؤهلين لتصميم وتنفيذ استراتيجيات سرد قصصي ذكية، والتفاعل مع أصحاب المصلحة بدقة أعلى، وإدارة سمعة العلامات التجارية بشكل استباقي في بيئة رقمية متزايدة التعقيد.

إن المعرفة والمهارات المكتسبة من هذا البرنامج ستمكن المشاركين من قيادة تبني مسؤول للذكاء الاصطناعي داخل مؤسساتهم، وتعزيز فاعلية الاتصال المؤسسي، والمساهمة في بناء علامات تجارية موثوقة، مرنة، وجاهزة للمستقبل.

UK Training

PARTNER

