BLACKBIRD FOR TRAINING

العلاقات العامة والتواصل في المؤسسات

February 2027 12 – 8

لوس أنجلوس (امريكا)



العلاقات العامة والتواصل في المؤسسات

المرجع: 289902_3140 **التاريخ:** 8 – 12 February 2027 **المكان:** لوس أنجلوس (امريكا) **الرسوم:** GBP 5900

مقدمة

في العصر الحديث، أصبح محترفو العلاقات العامة يعملون في مجموعة متنوعة من المجالات في الشركات والحكومات والمنظمات غير الربحية. تهدف دورة "العلاقات العامة والتواصل المؤسسي" إلى تطوير المهارات الإبداعية لإدارة استراتيجيات الاتصال والعلاقات العامة. سيساعدك هذا الكورس على تعزيز دور العلاقات العامة داخل شركتك وتحقيق أهداف الاتصال المؤسسي بشكل فعال. سيشمل التدريب استراتيجيات بناء صورة الشركة وإدارتها، بالإضافة إلى تطبيق ممارسات العلاقات العامة الدولية. كما سيقوم المشاركون بتجميع محتوى الدورة في خطة عمل يمكن مناقشتها مع الإدارة العليا.

أهداف الدورة

بنهاية الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم وتحليل العلاقات العامة وأشكال الاتصال الأخرى في الأعمال.
- تصميم وإدارة الصورة العامة، الدعاية، وجميع جوانب الاتصال التجاري.
- تصميم وتنفيذ برامج العلاقات العامة وحملات الإعلام.
- التعرف على التوجهات العالمية والمعايير الدولية التي تحكم صناعة العلاقات العامة والإعلام.
- إدارة التواصل المؤسسي والعلاقات العامة بشكل فعال، والتأكد من نجاح الحملات الإعلامية.
- بناء وتنفيذ استراتيجيات التواصل المؤسسي التي تتماشى مع أهداف المنظمة.



محاور الدورة

اليوم الأول: طبيعة العلاقات العامة وتداخلها مع الإعلام والصحافة

- نظرة عامة على الاتصال التجاري والعلاقات العامة.
- نموذج النقاط الست للتخطيط للعلاقات العامة.
- كيف يتداخل الإعلام والصحافة مع العلاقات العامة.
- إدارة العلاقات مع الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني.
- فهم أهمية الجمهور المستهدف في التواصل المؤسسي.
- تحديد الأهداف وابتكار استراتيجيات اتصال واضحة وفعالة.
- إعداد الميزانية: الموظفين، الوقت، المواد، والمال.
- تقييم نجاح برامج الاتصال.

اليوم الثاني: البيان الصحفي وأخبار الصحافة، والمعايير الدولية

- التعامل مع الإعلام بفعالية.
- الفرق بين البيان الصحفي والخبر الصحفي.
- فن كتابة البيان الصحفي باستخدام 6C's للاتصال.
- قواعد الصحافة: المصداقية والشفافية.
- الرموز الأخلاقية في العلاقات العامة: قواعد PRSA وقوانين الإعلام العالمية.
- القياس و التأثيرات العامة على الرأي العام.
- التعامل مع الإعلام أثناء إدارة الأزمات.

اليوم الثالث: الاتصال التجاري والعلاقات العامة كجزء منه

- العلاقة بين الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة.
- مقارنة التسويق بـ العلاقات العامة.
- العلاقة مع الجمهور الداخلي الموظفين في التواصل المؤسسي.
- إدارة علاقات العملاء CRM وأهمية العلاقات مع المستهلكين.
- التعامل مع المجتمعات متعددة الثقافات.
- العلاقات الحكومية و العلاقات الدولية.



اليوم الرابع: العولمة وتأثيرها على العلاقات العامة

- تأثير البيئة المعقدة والتكنولوجيا على العلاقات العامة.
- التعامل مع منصات وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال.
- عصر الوسائط المتعددة في الاتصال التجاري.
- دور الفعاليات في العلاقات العامة.
- تنظيم الفعاليات: الأنواع والأغراض.
- بناء مسؤولية اجتماعية للشركات لخدمة الرسالة المؤسسية.
- بناء مجتمع داعم للرسالة الأساسية.

اليوم الخامس: تصميم حملة موحدة، تجميع جميع العناصر

- فهم الرسالة الأساسية وتصميم حملة مؤسسية متكاملة.
- تقييم احتياجات العلاقات العامة وبحث الجمهور المستهدف.
- تخطيط الحملة وفقًا للمعايير العالية والجودة.
- اختيار أفضل الاستراتيجيات لنقل الرسالة.
- تنفيذ الحملة وتقييم تأثيرها على الجمهور المستهدف.
- الحفاظ على الرسالة الأساسية في كل مرحلة.
- تصميم حملات افتراضية بناءً على خلفيات المتدربين المهنية.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- تعزيز مهارات التواصل المؤسسي: تعلم كيفية تصميم وتنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة الفعالة.
- إدارة الصورة العامة: تطوير استراتيجيات مبتكرة لإدارة الصورة العامة، مما يعزز سمعة المنظمة في السوق.
- تطبيق المعايير العالمية: تعلم كيفية تطبيق المعايير الدولية التي تحكم قطاع العلاقات العامة والإعلام.
- إعداد وتنفيذ الحملات الإعلامية: استراتيجيات مبتكرة لإنشاء وتنفيذ حملات إعلامية تحقق النجاح الملموس.
- التعامل مع الأزمات الإعلامية: تعلم كيفية التعامل مع الإعلام خلال الأزمات لزيادة فعالية الاتصال المؤسسي.

الخاتمة

تعتبر دورة "العلاقات العامة والتواصل المؤسسي" فرصة مثالية للمحترفين الذين يسعون إلى تعزيز مهاراتهم في تصميم وتنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة و التواصل المؤسسي الفعالة. من خلال تعلم أفضل ممارسات العلاقات العامة، ستتمكن من تحسين الصورة العامة لمنظمتك، وتعزيز التواصل المؤسسي الذي يخدم الأهداف الاستراتيجية. سيكون المتدربون مستعدين أيضًا لتصميم حملات إعلامية ناجحة تعكس الرسائل الأساسية، وتحقق التأثير المطلوب على الجمهور المستهدف.

