

€ TRAINING

الإبداع في إدارة العلاقات العامة والتعامل مع وسائل الإعلام

12 - 16 أغسطس 2024
لندن (المملكة المتحدة)
Landmark Office Space



الإبداع في إدارة العلاقات العامة والتعامل مع وسائل الإعلام

رمز الدورة: Z951 تاريخ الإنعقاد: 12 - 16 أغسطس 2024 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - Space Office Landmark التكلفة: 5300 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

تعد أقسام العلاقات العامة مهمة لأنها تعمل على بناء صورة ذهنية إيجابية للمنظمات بين الجمهور. كما أنها تساعد في تخطيط طرق الوصول إلى الجماهير الداخلية والخارجية حتى تتمكن المنظمة من تحقيق أهدافها. العلاقات العامة هي نوع من العمل المهم لأنه يساعد على فهم وإقناع الناس بما تفعله المنظمة. كما أنه مهم أيضاً داخل هيكل معظم المنظمات الحديثة ، ويمكن أن يكون له تأثير كبير على سمعة المنظمة وصورتها.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- معرفة نظريات ونماذج العلاقات العامة
- معرفة مختلف مجالات العلاقات العامة ومهامها الأساسية.
- الإلمام بأنواع الأساليب والتقنيات المستخدمة في مجال العلاقات العامة .
- معرفة أسس بناء الخطة الاستراتيجية للعلاقات العامة .
- الإلمام بالمعارف والمهارات التحليلية الأساسية للاتصال الاستراتيجي في بيئة العمل .
- إتقان مهارات نقد وتحليل مضامين ووسائل الإعلام
- مهارة الكتابة الإعلامية وفقاً لخصوصيات الوسيلة
- مهارة فهم واستيعاب الآخرين من خلال الإنصات العميق.
- مهارة تحليل ما يقوله الآخرون والوصول إلى ما وراء الكلمات.
- مهارة كسب ود الآخرين والتواصل الجيد وبناء الألفة النفسية معهم.
- مهارة إجراء المناقشات الحوارية الناجحة.
- مهارة تطبيق البروتوكول وعلاقته بالعلاقات العامة والإعلام

الفئات المستهدفة:

- مدراء العلاقات العامة
- مدراء التسويق
- مدراء الدعاية والإعلان
- مدراء الإعلام
- العاملون في إدارة العلاقات العامة
- منتسبي أقسام التخطيط

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

طبيعة العلاقات العامة:

- الخلط بينها وبين ممارسات أخرى.
- العلاقات العامة مفاهيم أساسية
- خلفيات ممارسي العلاقات العامة
- المسميات المختلفة لأقسام العلاقات العامة
- هل تعتبر العلاقات العامة فناً؟ أم علماً؟
- ما هو الفرق بين الصورة الذهنية والسمعة؟

- الصفات الاتصالية لموظف العلاقات العامة:
- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

الوحدة الثانية:

العلاقات العامة ووسائل الاتصال:

- دواعي وأسباب استخدام وسائل وأساليب الاتصال
- القواعد والأسس التي يجب توافرها في أخصائي العلاقات العامة حين التعامل مع وسائل الاتصال الجماهيري
- الأمور التي يجب مراعاتها عند كتابة الأخبار أو البيانات الصادرة عن العلاقات العامة
- وما يجب ان يراعيه رجل العلاقات العامة عند كتابة الأخبار
- الممنوعات التي يجب الابتعاد عنها عند كتابة أو إعداد البيان الصحفي
- أهم المتطلبات الواجب توافرها في البيان الصحفي
- خطوات رجل العلاقات العامة في اختيار الوسيلة المناسبة لرسالته
- المعايير التي يقرر على أساسها رجال الإعلام أي الأخبار أحق بالنشر والإذاعة

الوحدة الثالثة:

الأساليب والوسائل التي يستخدمها العلاقات العامة في أنشطتها وبرامجها:

- الوسائل المقروءة والمكتوبة والمطلوبة التي تستخدمها العلاقات العامة
- الوسائل المسموعة المنطوقة
- الوسائل المرئية
- أنواع الاتصال المباشر التي يستخدمها مسؤولي العلاقات العامة
- طرق الاتصال والتواصل غير المباشر التي يستخدمها أخصائي العلاقات لتعزيز صورة المؤسسة والترويج لها
- وسائل وأساليب الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة من حيث الفعل واللفظ
- وسائل الاتصال بالفعل
- وسائل غير لفظية
- الوسائل اللفظية

الوحدة الرابعة:

التخطيط في العلاقات العامة:

- برامج العلاقات العامة
- عناصر عملية التخطيط
- الخطوات التي تتبعها العلاقات العامة عند وضع خطتها
- تحديد الأهداف البسيطة والمركبة
- تحديد الوسائل والأساليب
- متطلبات تكاليف التخطيط
- استراتيجيات العلاقات العامة
- الوقت المحدد للتنفيذ
- تقييم خطط العلاقات العامة
- أسباب التخطيط في العلاقات العامة
- معوقات التخطيط في العلاقات العامة
- المزايا الناتجة عن عملية التخطيط

الوحدة الخامسة:

الصورة الذهنية وإدارة سمعة المؤسسة:

- مفهوم الصورة الذهنية
- أهمية الحديث عن الصورة الذهنية للمنظمات



- سمعة المنظمة
- مصادر تكوين الصورة الذهنية مكونات الصورة الذهنية
- أداة تكوين الصورة الذهنية
- خطوات بناء الصورة الذهنية
- أثر وسائل الإعلام في بناء وتعديل الصورة الذهنية
- دور العلاقات العامة في تكوين الصورة الذهنية
- صور من واقع بعض المنظمات في العلاقات العامة