

# € TRAINING

الاتصال الهؤسسي ومهارات العلاقات العامة في الإعلالم

3 - 7 فبراير 2025  
ميونخ (ألمانيا)



## الاتصال المؤسسي ومهارات العلاقات العامة في الإعلام

رمز الدورة: Z682 تاريخ الإنعقاد: 3 - 7 فبراير 2025 دولة الإنعقاد: ميونخ (ألمانيا) - التكلفة: 5300 يورو

### مقدمة عن البرنامج التدريبي:

هذا البرنامج التدريبي يناقش النظريات والأدوات ووجهات نظر الشركات والاتصالات التنظيمية لاستخدامها في تطوير مهارات المشاركين كمهنيين لتحقيق التواصل بطريقة عملية، وللتعامل مع قضايا الاتصالات المعقدة في المؤسسات الحديثة داخليا وخارجيا.

حيث أن الاتصال المؤسسي يركز على أهمية أن التواصل المستدام أمر ضروري لبيئة مؤسسات سليمة.

### أهداف البرنامج التدريبي:

#### في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- تعريف الاتصال المؤسسي.
- تطبيق تقنيات وأدوات مختلفة لتنفيذ التواصل الفعال للشركات.
- تخطيط وتنفيذ برامج وحملات للاتصالات المؤسسية داخليا وخارجيا.
- تحديد واستخدام مجالات متخصصة في الاتصالات المؤسسية.
- توظيف التواصل المؤسسي في التطورات التنظيمية الجديدة.

### الفئات المستهدفة:

- الموظفون الذين يسعون إلى ايجاد معرفة متعمقة لاتصالات المؤسسة.
- ذوي الخبرة من المدراء والمشرفين والضباط في العلاقات العامة.
- الموظفون الرئيسيون الذين تعتمد طبيعة عملهم على العلاقات والتفاعل داخل المنظمة أو خارجها، وتحديدًا في مجالات الإعلام والمسؤولية الاجتماعية للشركة CSR وأنشاء العلامات التجارية.

### محاور البرنامج التدريبي:

#### الوحدة الاولى:

#### أساسيات التواصل المؤسسي:

- تعريف الاتصالات المؤسسية.
- التواصل المؤسسي في بيئة متغيرة.
- المشهد الإعلامي الجديد: التحديات والفرص.
- إدارة أصحاب المصلحة والتواصل.
- تعريف هوية الشركة والعلامات التجارية والسمعة التجارية.
- أهمية هوية الشركة وسمعتها.
- محاذاة الهوية والصورة والسمعة.

#### الوحدة الثانية:

#### تحويل الاستراتيجيات الى افعال:

- استراتيجية الاتصال المؤسسي والتخطيط الاستراتيجي.
- الجوانب العالمية لاتصال المؤسسات.

- ثقافة السياق القوي والضعيف.
- الجوانب الثقافية بين الجماهير.
- تخطيط وتنفيذ برامج وحملات التواصل.
- البحث والقياس والتقييم.
- قياس سمعة الشركة.
- النظريات حول قياس آثار التواصل.

## الوحدة الثالثة:

### التطورات الجديدة للاتصال المؤسسي:

- القيادة وتغيير التواصل.
- التواصل القيادي الفعال.
- المسؤولية الاجتماعية للشركات CSR والعلاقات المجتمعية.
- حالة المسؤولية الاجتماعية للشركات CSR.
- التواصل حول المسؤولية الاجتماعية للشركات CSR.
- مجالات التركيز الثماني للمسؤولية الاجتماعية للشركات CSR.
- المسؤولية الاجتماعية للشركات CSR والعلاقات العامة PR.

## الوحدة الرابعة:

### العلاقات العامة ووسائل الإعلام:

- تعريف وسائل الإعلام.
- أنواع الوسائط.
- المقابلات المسجلة والمباشرة.
- السلوك أثناء المقابلات الإعلامية.
- العلاقات العامة ووسائل الإعلام: الأدوات.
- المؤتمرات الصحفية.

## الوحدة الخامسة:

### إعداد اللوازم الصحفية:

- طرق إعداد النشرات الصحفية.
- التعامل مع وسائل الإعلام.
- أهمية بناء علاقات طيبة مع وسائل الإعلام.
- أساليب التعامل مع الصحافة في أوقات الأزمات.