

# € TRAINING

الاتصال الهؤنسي ومهارات العلاقات العامة في الإعلالم

4 - 8 مايو 2025  
دبي (الإمارات العربية المتحدة)



## الاتصال المؤسسي ومهارات العلاقات العامة في الإعلام

رمز الدورة: Z682 تاريخ الإنعقاد: 4 - 8 مايو 2025 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - التكلفة: 4400 يورو

### مقدمة عن البرنامج التدريبي:

في ظل التغيرات السريعة وتعقيد بيئات العمل الحديثة، أصبح الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة عنصراً محورياً لضمان نجاح المؤسسات واستدامتها. يسعى هذا البرنامج إلى تمكين المشاركين من تطوير استراتيجيات اتصال فعّالة تعزز الهوية المؤسسية وترسخ السمعة داخلياً وخارجياً، من خلال تقديم رؤى معمقة وأدوات عملية. ويركز أيضاً على استعراض أحدث النظريات وتطبيقات الاتصال المؤسسي، مما يتيح للمشاركين فرصة تعزيز مهاراتهم المهنية وتطبيق أفضل الممارسات في مجالات الاتصالات والعلاقات العامة.

### أهداف البرنامج التدريبي:

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

- اكتساب مفهوم الاتصال المؤسسي كركيزة أساسية لتعزيز الهوية المؤسسية وتحقيق أهدافها.
- إتقان تقنيات وأدوات الاتصال لتفعيل التواصل الفعّال داخلياً وخارجياً.
- تصميم وإدارة حملات اتصال مؤسسي مبتكرة تتماشى مع أهداف المؤسسة وقيمتها.
- الاستفادة من مجالات الاتصال المؤسسي المتخصصة لتعزيز التأثير المؤسسي.
- توظيف استراتيجيات الاتصال المؤسسي لمواكبة التطورات التنظيمية وتعزيز استدامة المؤسسة.

### الفئات المستهدفة:

- مدراء العلاقات العامة والإعلام.
- مسؤولو الاتصال المؤسسي.
- مدراء ومسؤولو المسؤولية الاجتماعية.
- مدراء التسويق والعلامات التجارية.
- المتخصصون في الإعلام والتواصل.

### محاور البرنامج التدريبي:

#### الوحدة الأولى:

#### 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 أفعال:

- 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 اللوالم الصحفية:

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