

€ TRAINING

الاستراتيجيات المعاصرة في إدارة العلاقات العامة

8 - 19 يونيو 2025
كوالالمبور (ماليزيا)



الاستراتيجيات المعاصرة في إدارة العلاقات العامة

رمز الدورة: Z334 تاريخ الإنعقاد: 8 - 19 يونيو 2025 دولة الإنعقاد: كوالالمبور (ماليزيا) - التكلفة: 9450 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

تلعب العلاقات العامة دورًا أساسيًا في تعزيز التواصل بين المؤسسات والجمهور مما يساهم في تحسين الصورة المؤسسية وزيادة الثقة. تعتمد المؤسسات الحديثة على استراتيجيات متطورة لضمان تحقيق أهدافها الإعلامية وتعزيز سمعتها على المستويين المحلي والدولي. مع تطور التكنولوجيا ووسائل الإعلام، أصبح من الضروري تطوير مهارات الاتصال واستخدام الأدوات الرقمية وإدارة العلاقات العامة الدولية بفعالية. يهدف هذا البرنامج إلى تزويد المشاركين بأحدث الاستراتيجيات في إدارة هذه العلاقة وتعزيز قدراتهم في بناء الهوية المؤسسية وإدارة الأزمات وتحقيق التأثير الإيجابي المستدام.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحليل دور العلاقات العامة في بناء الصورة المؤسسية وتعزيز الثقة مع الجمهور.
- استخدام استراتيجيات الاتصال الحديثة لتطوير العلاقات مع الجمهور والشركاء.
- تقييم تأثير الوسائل الرقمية على إدارة العلاقات العامة المحلية والدولية.
- وضع خطط لإدارة الأزمات الإعلامية وتحقيق استجابة احترافية.
- تطوير استراتيجيات فعالة لتعزيز العلاقات العامة الدولية وتوسيع النفوذ المؤسسي عالميًا.

الفئات المستهدفة:

- مدراء ومسؤولو العلاقات العامة.
- الموظفون المختصون في الاتصال المؤسسي والإعلام.
- مسؤولو التسويق وبناء العلامة التجارية.
- موظفو الهيئات الحكومية والخاصة المعنيون بإدارة السمعة المؤسسية.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

الأسس الحديثة للعلاقات العامة:

- مفهوم العلاقات العامة وأهميتها في المؤسسات المعاصرة.
- تطور استراتيجيات العلاقات العامة وتأثيرها على بيئة العمل.
- الفرق بين العلاقات العامة التقليدية والرقمية.
- العلاقة بين العلاقات العامة وإدارة الهوية المؤسسية.
- مقومات نجاح فرق العلاقات العامة في تحقيق الأهداف المؤسسية.

الوحدة الثانية:

استراتيجيات الاتصال الفعال في العلاقات العامة:

- أساسيات الاتصال المؤسسي وبناء علاقات ناجحة مع الجمهور.
- أدوات وأساليب الاتصال الفعال وتأثيرها على صورة المؤسسة.
- دور العلاقات العامة في تطوير الهوية المؤسسية والتواصل الإعلامي.
- تقنيات الإقناع والتفاوض في إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة.

- خطوات تطوير استراتيجيات التواصل الداخلي والخارجي للمؤسسات.

الوحدة الثالثة:

استخدام الوسائل الرقمية في العلاقات العامة:

- التحولات الرقمية وتأثيرها على ممارسات العلاقات العامة.
- استراتيجيات إدارة المحتوى الرقمي والتفاعل مع الجمهور عبر الإنترنت.
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في بناء السمعة المؤسسية.
- كيفية استخدام التحليلات الرقمية لقياس فعالية استراتيجيات العلاقات العامة.
- تحديات وأخلاقيات العمل الإعلامي الرقمي في العلاقات العامة.

الوحدة الرابعة:

إدارة السمعة المؤسسية والعلاقات مع الجمهور:

- أهمية السمعة المؤسسية وتأثيرها على استدامة النجاح.
- استراتيجيات بناء وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات.
- دور العلاقات العامة في التعامل مع قضايا الرأي العام.
- عملية تحليل سلوك الجمهور ووضع استراتيجيات الاستجابة المناسبة.
- تقنيات التعامل مع الشكاوى وتحويلها إلى فرص لتحسين الأداء.

الوحدة الخامسة:

إدارة الأزمات والتخطيط الإعلامي الاحترافي:

- ماهية الأزمات المؤسسية وتأثيرها على السمعة العامة.
- مبادئ وضع خطط استباقية لإدارة الأزمات الإعلامية بكفاءة.
- أساليب التعامل مع الأزمات الإعلامية والحد من تأثيرها السلبي.
- دور العلاقات العامة في استعادة الثقة بعد الأزمات.
- أهمية تطوير خطط اتصال فورية لضمان استجابة فعالة وسريعة.

الوحدة السادسة:

التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة:

- مفهوم التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة.
- أساليب تحليل البيئة الداخلية والخارجية لتطوير استراتيجيات فعالة.
- أدوات تحديد الأهداف الرئيسية وقياس الأداء في العلاقات العامة.
- مبادئ تطوير خطط العلاقات العامة طويلة الأمد وفقاً لرؤية المؤسسة.
- أدوات تقييم الحملات الإعلامية وطرق تحسينها لضمان تحقيق النتائج المطلوبة.

الوحدة السابعة:

المسؤولية الاجتماعية ودور العلاقات العامة في التنمية المستدامة:

- دور العلاقات العامة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.
- خطوات بناء استراتيجيات تواصل مع المجتمع لدعم المشاريع الاجتماعية.
- كيفية توظيف برامج العلاقات العامة لتعزيز الأثر الإيجابي للمؤسسة.
- أساليب تحقيق التكامل بين العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- أهمية تطوير شراكات استراتيجية تعزز الاستدامة المؤسسية.

الوحدة الثامنة:

العلاقات العامة وإدارة الفعاليات المؤسسية:

- أسس تنظيم الفعاليات المؤسسية وعلاقتها بالصورة العامة للمؤسسة.
- أساليب إدارة العلاقات مع الجمهور والشركاء خلال الفعاليات.
- أهمية التخطيط والتنفيذ الفعال للفعاليات الإعلامية والمؤتمرات.
- مبادئ تطوير استراتيجيات التغطية الإعلامية والترويج الفعال للفعاليات.
- أدوات تحليل أداء الفعاليات وقياس تأثيرها على العلاقات العامة.

الوحدة التاسعة:

العلاقات العامة الدولية وتوسيع النفوذ المؤسسي:

- مفهوم العلاقات العامة الدولية وأهميتها في المؤسسات العالمية.
- استراتيجيات تطوير العلاقات الإعلامية مع الأسواق الخارجية.
- طرق التعامل مع الثقافات المختلفة في الاتصال المؤسسي الدولي.
- أساليب إدارة السمعة المؤسسية على المستوى الدولي.
- أهمية تطوير الشراكات الدولية وتعزيز حضور المؤسسة عالميًا.

الوحدة العاشرة:

تقييم وقياس أداء استراتيجيات العلاقات العامة:

- أهمية تقييم أداء أنشطة العلاقات العامة في تحقيق الأهداف المؤسسية.
- الأدوات والمنهجيات المستخدمة لقياس كفاءة استراتيجيات العلاقات العامة.
- طرق تحليل استجابة الجمهور وتأثير الحملات الإعلامية.
- مبادئ تطوير خطط التحسين المستمر بناءً على نتائج التقييم.
- دور المراجعة الدورية في تعزيز فعالية العلاقات العامة.