

€ TRAINING

المتحدث الإعلامي الرسمي

15 - 19 ديسمبر 2025
لندن (المملكة المتحدة)



المتحدث الإعلامي الرسمي

رمز الدورة: Z535 تاريخ الإنعقاد: 15 - 19 ديسمبر 2025 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - التكلفة: 5550 يورو

مقدمة البرنامج التدريبي:

في عالم يعتمد بشكل متزايد على الإعلام والتواصل الفوري أصبح دور المتحدث الإعلامي الرسمي محوراً في تشكيل الصورة العامة للمؤسسات وتعزيز ثقة الجمهور. يمثل المتحدث الرسمي صوت المؤسسة حيث يتحمل مسؤولية نقل الرسائل بوضوح وشفافية وإدارة المواقف الإعلامية بما يضمن تعزيز سمعة المؤسسة والتعامل مع التحديات الإعلامية. يهدف هذا البرنامج إلى تمكين المشاركين من تطوير مهاراتهم في التحدث الرسمي وبناء الخطط الإعلامية والتعامل مع وسائل الإعلام بشكل احترافي يعكس قيم ورؤية المؤسسة.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحديد الدور الحيوي للمتحدث الإعلامي الرسمي في المؤسسات.
- تطوير استراتيجيات فعّالة للتواصل الإعلامي.
- تحسين مهارات التحدث والإلقاء أمام وسائل الإعلام.
- إدارة الأزمات الإعلامية والمواقف الحرجة باحترافية.
- تعزيز صورة المؤسسة وبناء الثقة مع الجمهور ووسائل الإعلام.

الفئات المستهدفة:

- المتحدثون الرسميون.
- مسؤولو الإعلام والعلاقات العامة.
- مدراء الاتصال المؤسسي.
- الموظفون العاملون في الإدارات الحكومية والخاصة المعنية بالتواصل الإعلامي.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

الدور والمسؤوليات الأساسية للمتحدث الإعلامي الرسمي:

- مفهوم المتحدث الإعلامي الرسمي ودوره في المؤسسات.
- الفرق بين المتحدث الرسمي والإعلامي الداخلي.
- السمات الشخصية والمهارات الأساسية للمتحدث الرسمي.
- كيفية تمثيل المؤسسة والتعبير عن رؤيتها وقيمتها.
- تحديات المهنة وسبل التغلب عليها.

الوحدة الثانية:

صياغة الرسائل الإعلامية:

- مبادئ صياغة الرسائل الإعلامية بوضوح وفعالية.
- التكيف مع مختلف وسائل الإعلام: المرئية، المسموعة، والمكتوبة.
- بناء رسائل إيجابية في الأوقات الحرجة.
- استراتيجيات التأثير على الرأي العام من خلال الرسائل الإعلامية.

الوحدة الثالثة:

إدارة المؤتمرات والمقابلات الإعلامية:

- طرق التحضير للمؤتمرات الصحفية والمقابلات الإعلامية.
- كيفية التعامل مع الأسئلة الصعبة والحساسة.
- أساليب إدارة النقاشات أمام الجمهور ووسائل الإعلام.
- تعزيز الرسائل من خلال استخدام تقنيات التواصل غير اللفظي.
- الأخطاء الشائعة أثناء المقابلات وكيفية تجنبها.

الوحدة الرابعة:

إدارة الأزمات الإعلامية:

- تعريف الأزمات الإعلامية وأثرها على سمعة المؤسسة.
- الخطوات الأساسية لإدارة الأزمات بفعالية.
- كيفية التعامل مع الشائعات والأخبار السلبية.
- كيفية بناء خطط اتصال في حالات الطوارئ.
- دور المتحدث الرسمي في استعادة ثقة الجمهور.

الوحدة الخامسة:

تعزيز الثقة وبناء الصورة العامة للمؤسسة:

- أهمية بناء علاقة إيجابية مع وسائل الإعلام.
- كيفية تعزيز صورة المؤسسة أمام الجمهور.
- استراتيجيات بناء هوية إعلامية قوية ومستدامة.
- دور استخدام القصص الإعلامية للترويج لرؤية المؤسسة.
- قياس تأثير التواصل الإعلامي على سمعة المؤسسة.