

€ TRAINING

الإبتكار والتميز في العلاقات العامة

16 - 20 يونيو 2025
فيينا (النمسا)



الإبتكار والتميز في العلاقات العامة

رمز الدورة: Z496 تاريخ الإنعقاد: 16 - 20 يونيو 2025 دولة الإنعقاد: فيينا (النمسا) - التكلفة: 6000 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

تعد العلاقات العامة أحد الركائز الأساسية في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات وتعزيز علاقاتها مع مختلف الجهات المعنية. فهي ليست مجرد أداة للتواصل، بل استراتيجية متكاملة تهدف إلى تحقيق الانسجام والتكيف بين المؤسسة وجمهورها المتنوع. يركز هذا البرنامج على أساليب الإبتكار والتميز في إدارة العلاقات العامة، مع تسليط الضوء على أحدث الاستراتيجيات في بناء السمعة المؤسسية، إدارة الأزمات، وتعزيز الاتصال الفعال. كما يوفر للمشاركين فهماً متقدماً لدور العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، وأفضل الممارسات التي تضمن تمثيلها بصورة احترافية أمام مختلف الأطراف المعنية.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحديد دور العلاقات العامة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.
- فهم الوظائف الحديثة للعلاقات العامة في بيئة عمل متغيرة.
- تطبيق استراتيجيات مبتكرة في إدارة حملات وبرامج العلاقات العامة.
- التميز في إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة وتعزيز سمعتها.
- تطوير مهارات الاتصال الجماهيري وإدارة الأزمات بفعالية.
- استخدام الاستراتيجيات الحديثة لتعزيز الأداء المؤسسي في مجال العلاقات العامة.

الفئات المستهدفة:

- مدراء العلاقات العامة.
- المسؤولون عن العلاقات العامة والإعلام.
- أخصائيو العلاقات العامة والمراسم والبروتوكول.
- الأكاديميون والباحثون في مجال العلاقات العامة.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

المفهوم الحديث للعلاقات العامة ودورها في المؤسسات:

- نشأة وتطور العلاقات العامة ودورها في بيئة الأعمال الحديثة.
- المفهوم الإداري والمهني للعلاقات العامة.
- الأدوار الاستراتيجية للعلاقات العامة في تحقيق الأهداف المؤسسية.
- وظائف العلاقات العامة في المؤسسات المعاصرة.
- أسس بناء منظومة علاقات عامة فعالة داخل المؤسسة وخارجها.

الوحدة الثانية:

العلاقات العامة في بيئة متغيرة:

- دور العلاقات العامة في دعم وتحسين صورة المؤسسة وسمعتها.
- استراتيجيات بناء العلاقات العامة مع الجهات الداخلية والخارجية.
- تأثير التحولات الرقمية على ممارسات العلاقات العامة الحديثة.

- حملات العلاقات العامة: التخطيط، التنفيذ، والتقييم.
- العوامل المؤثرة على الاستراتيجيات التنظيمية لإدارة العلاقات العامة.

الوحدة الثالثة:

الابتكار والتميز في إدارة العلاقات العامة:

- تحليل مشكلات العلاقات العامة وطرق معالجتها بفعالية.
- أساليب التخطيط الإبداعي لحمات وبرامج العلاقات العامة.
- أدوات قياس وتقييم نتائج أنشطة العلاقات العامة.
- الاستراتيجيات السلوكية في أنشطة العلاقات العامة.
- دور الابتكار في تحسين أداء العلاقات العامة وتعزيز التفاعل مع الجمهور.

الوحدة الرابعة:

دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات:

- مفهوم الأزمات المؤسسية وتصنيفها وفقاً لتأثيرها على المؤسسة.
- مراحل إدارة الأزمات واستراتيجيات التعامل معها.
- دور العلاقات العامة في حماية الصورة الذهنية أثناء الأزمات.
- أساليب التعامل مع الإعلام خلال الأزمات وضمان إيصال الرسائل بفعالية.
- التكتيكات العالمية في إدارة الأزمات المؤسسية وتعزيز ثقة الجمهور.

الوحدة الخامسة:

استراتيجيات الاتصال الفعال مع الجمهور الداخلي والخارجي:

- استراتيجيات تحسين الاتصال الداخلي وتعزيز الروح المعنوية للعاملين.
- دور العلاقات العامة في تحفيز الموظفين وتعزيز تفاعلهم مع أهداف المؤسسة.
- أدوات التواصل الحديثة ودورها في تعزيز فعالية العلاقات العامة.
- طرق بناء وتعزيز الثقة بين المؤسسة وأصحاب المصلحة الرئيسيين.
- استراتيجيات إدارة المحتوى الإعلامي لتعزيز صورة المؤسسة ورسائلها العامة.