

€ TRAINING

الاتصال المؤسسي ومهارات العلاقات العامة في الإعلام

16 - 20 يونيو 2025
لندن (المملكة المتحدة)



الاتصال المؤسسي ومهارات العلاقات العامة في الإعلام

رمز الدورة: Z682 تاريخ الإنعقاد: 16 - 20 يونيو 2025 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - التكلفة: 5550 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

يمثل الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة عنصرين أساسيين في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات وتعزيز حضورها الإعلامي. تعتمد المؤسسات على استراتيجيات اتصال واضحة لضمان التواصل الفعال مع الجمهور والإعلام والشركاء. وتلعب العلاقات العامة دورًا هامًا في توجيه الرسائل المؤسسية والتعامل مع الأزمات وترسيخ الهوية المؤسسية في بيئة إعلامية متغيرة. يستعرض هذا البرنامج مبادئ الاتصال المؤسسي وأدواره في بناء العلاقات المؤسسية الفعالة. كما يركز على تطوير مهارات التعامل مع الإعلام وصياغة الرسائل المؤسسية وإدارة التفاعل مع الجمهور من خلال قنوات الاتصال المختلفة.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحديد دور الاتصال المؤسسي في بناء الصورة الذهنية للمؤسسات.
- استكشاف استراتيجيات العلاقات العامة في التعامل مع وسائل الإعلام.
- تحليل تأثير الإعلام على السمعة المؤسسية وصناعة الرأي العام.
- تقييم أساليب إدارة الأزمات الإعلامية وتعزيز المصداقية المؤسسية.
- التعرف على تقنيات الاتصال الرقمي ودوره في تطوير استراتيجيات العلاقات العامة.

الفئات المستهدفة:

- مسؤولو الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة.
- مدراء الإعلام والتواصل المؤسسي.
- متخصصو التسويق وإدارة الهوية المؤسسية.
- الصحفيون والإعلاميون المهتمون بالعلاقات العامة.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

أسس الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة:

- مفهوم الاتصال المؤسسي وأهميته في البيئة المؤسسية.
- دور العلاقات العامة في دعم الأهداف المؤسسية.
- استراتيجيات الاتصال الداخلي والخارجي في المؤسسات.
- مبادئ التخطيط الإعلامي والتواصل الفعال مع الجمهور.
- طرق قياس فعالية الاتصال المؤسسي.

الوحدة الثانية:

استراتيجيات العلاقات العامة والتواصل الإعلامي:

- الأساليب الحديثة في إدارة العلاقات مع وسائل الإعلام.
- تقنيات إعداد البيانات الصحفية والتواصل مع الصحفيين.
- دور العلاقات العامة في بناء الهوية المؤسسية.
- عملية إدارة المؤتمرات الصحفية وطرق التفاعل مع الإعلاميين.

- المعايير الأخلاقية في العلاقات الإعلامية.

الوحدة الثالثة:

الإعلام وتأثيره على المؤسسات والرأي العام:

- دور وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام.
- تحليل دور الإعلام التقليدي في تشكيل الصورة المؤسسية.
- تقنيات تحليل التغطية الإعلامية للمؤسسات.
- تأثير الإعلام على السمعة المؤسسية.
- استراتيجيات التعامل مع الأخبار السلبية والشائعات الإعلامية.

الوحدة الرابعة:

إدارة الأزمات الإعلامية وحماية السمعة المؤسسية:

- أسس التعامل مع الأزمات الإعلامية.
- مبادئ إعداد خطط الطوارئ والاستجابة الفورية للأزمات.
- دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات الإعلامية.
- أهمية استعادة الثقة بعد الأزمات وإعادة بناء الصورة المؤسسية.

الوحدة الخامسة:

الإعلام الرقمي واستراتيجيات الاتصال الحديثة:

- دور الإعلام الرقمي في تعزيز التواصل المؤسسي.
- استراتيجيات بناء الهوية الرقمية وإدارة السمعة الإلكترونية.
- تقنيات تحليل التفاعل الإعلامي وقياس الأثر الرقمي.
- أهمية تطوير المحتوى الإعلامي الرقمي الفعال.
- الاتجاهات الحديثة في الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة.