

€ TRAINING

الاتصال الهؤسسي و مهارات العلاقات العامة في الإعلار

14 - 18 يوليو 2024
دبي (الإمارات العربية المتحدة)



الاتصال المؤسسي و مهارات العلاقات العامة في الإعلام

رمز الدورة: Z682 تاريخ الإنعقاد: 14 - 18 يوليو 2024 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - التكلفة: 4400 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

هذه الأيام، نواجه العديد من الفضائح الكبرى في عالم الشركات، التي قد تُنشئ بيئة صعبة للمؤسسات وتمنعهم من إنجاز الأعمال والحفاظ على التواصل الفعال وبقاء الصورة والسمعة الإيجابية. ويركز الاتصال المؤسسي على أهمية أن التواصل المستدام أمر ضروري لبيئة مؤسسات سليمة.

في هذا البرنامج ستناقش النظريات والأدوات ووجهات نظر الشركات والاتصالات التنظيمية لاستخدامها في تطوير مهارات المشاركين كمهنيون تواصل بطريقة عملية، للتعامل مع قضايا الاتصالات المعقدة في المؤسسات الحديثة داخليا وخارجيا.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- تعريف الاتصال المؤسسي
- تطبيق تقنيات وأدوات مختلفة لتنفيذ التواصل الفعال للشركات
- تخطيط وتنفيذ برامج وحملات للاتصالات المؤسسية داخليا وخارجيا
- تحديد واستخدام مجالات متخصصة في الاتصالات المؤسسية
- توظيف التواصل المؤسسي في التطورات التنظيمية الجديدة

الفئات المستهدفة:

- الموظفين الذين يسعون إلى إيجاد معرفة متعمقة لاتصالات المؤسسة.
- ذوي الخبرة من المدراء والمشرفين والضباط في العلاقات العامة.
- الموظفين الرئيسيين الذين تعتمد طبيعة عملهم على العلاقات والتفاعل داخل المنظمة أو خارجها، وتحديدًا في مجالات الإعلام والمسؤولية الاجتماعية للشركة CSR وإنشاء العلامات التجارية.

محاو البرنامج التدريبي:

الوحدة الاولى:

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 افعال

- 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 اللوازم الصحفية:

- إعداد النشرات الصحفية
- التعامل مع وسائل الإعلام
- بناء علاقات طيبة مع وسائل الإعلام
- التعامل مع الصحافة في أوقات الأزمات