

€ TRAINING

أسس الاعلام المؤسسي

2024 29 - 25 نوفمبر
دوسلدورف (ألمانيا)



أسس الاعلام المؤسسي

رمز الدورة: Z683 تاريخ الإنعقاد: 25 - 29 نوفمبر 2024 دولة الإنعقاد: دوسلدورف (ألمانيا) - التكلفة: 5940 يورو

مقدمة البرنامج التدريبي:

يستعرض هذا البرنامج مفهوم الاتصال المؤسسي ودوره في تعزيز هوية المؤسسة وبناء سمعتها في السوق. حيث يركز على أهمية التواصل الفعال بما يساهم في تحقيق رؤية ورسالة المؤسسة. كما ويتناول استراتيجيات تحسين السمعة المؤسسية وتوظيف وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي لتحقيق تأثير إيجابي.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على مفهوم التواصل المؤسسي.
- تطبيق تقنيات مختلفة لتنفيذ التواصل الفعال.
- تخطيط برامج التواصل المؤسسي داخل المؤسسة وخارجها.
- توظيف التواصل المؤسسي في التطورات التنظيمية الجديدة.
- التكيف مع مختلف وسائل التواصل داخل المؤسسة.

الفئات المستهدفة:

- المسؤولون عن الإعلام المؤسسي في الشركات والمؤسسات.
- مدراء العلاقات العامة والاتصالات.
- الموظفون العاملون في قطاع الإعلام والاتصالات داخل المؤسسات.
- الموظفون العاملون في أقسام التسويق والدعاية داخل المؤسسات.
- الناطقون الاعلاميون المعتمدون لدى المؤسسات.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

نظرة عامة عن الاتصال المؤسسي:

- التعرف على مفهوم الاتصال المؤسسي.
- رؤية ورسالة وهدف المؤسسة.
- هوية المؤسسة، علامتها التجارية وسمعتها التجارية.
- محاذاة الهوية والصورة والسمعة.
- أهمية إشراك أصحاب المصلحة في التواصل المؤسسي.

الوحدة الثانية:

التواصل في المؤسسات:

- التواصل المؤسسي.
- التواصل التسويقي.
- التواصل الداخلي.
- تطوير استراتيجية التواصل المؤسسي.

الوحدة الثالثة:

تطوير استراتيجية التواصل المؤسسي:

- التخطيط الاستراتيجي واستراتيجية التواصل المؤسسي.
- تخطيط وتنفيذ برامج وحملات التواصل المؤسسي.
- التواصل في أوقات الأزمات.
- تحديد الأهداف والمؤشرات الرئيسية للأداء.
- تقييم فعالية الحملات الإعلامية.

الوحدة الرابعة:

آثار التواصل المؤسسي:

- قياس سمعة الشركة من خلال البحث والتقييم.
- تحليل ردود الفعل والتغذية الراجعة.
- تطوير استراتيجيات تحسين السمعة.
- إدارة السمعة في الأوقات العصيبة.
- توظيف الأبحاث لقياس تأثير التواصل المؤسسي.

الوحدة الخامسة:

مجالات متخصصة في التواصل المؤسسي:

- العلاقات الإعلامية.
- وسائل الإعلام الجديدة.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- التأثيرات المختلفة للتغطية الإخبارية على التواصل المؤسسي.
- أهمية بناء وتحسين العلاقات مع وسائل الإعلام المختلفة.