

المقدمة:

أصبحت استراتيجيات الإعلام والتواصل المؤسسي اليوم أحد الركائز الأساسية لنجاح المؤسسات واستدامة حضورها في السوق. فالإعلام لم يعد مجرد وسيلة لنقل الأخبار، بل بات أداة استراتيجية تُستخدم لبناء الصورة الذهنية وتعزيز الثقة والتفاعل مع الجمهور.

تسعى هذه الدورة التدريبية إلى تمكين المشاركين من فهم أعمق للعوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الإيجابية للمؤسسة، وتزويدهم بالمعارف والمهارات اللازمة لإدارة عمليات الإعلام والتواصل بكفاءة. من خلال التركيز على أسس الإعلام الفعال، وتقنيات الاتصال الحديثة، وأساليب التعامل مع الأزمات، سيكتسب المشاركون القدرة على صياغة رسائل مؤثرة، وتوجيه الرأي العام بما يدعم الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، ويعزز من سمعتها في بيئة الأعمال التنافسية.

الفئات المستهدفة:

مدراء ومسؤولو الإعلام المؤسسي والتواصل الداخلي والخارجي.

موظفو العلاقات العامة والمستشارون الإعلاميون.

العاملون في مجالات التسويق الرقمي والإعلانات.

المسؤولون عن الموارد البشرية وتطوير بيئة العمل.

القادة التنفيذيون والمديرون العاملون في مختلف الإدارات.

الراغبون في تعزيز مهاراتهم المهنية في مجالات الاتصال المؤسسي والإعلام الحديث.

الأهداف التدريبية:

مع انتهاء هذه الدورة التدريبية، سيتمكن المشاركون من:

تصميم وتنفيذ استراتيجيات إعلامية متكاملة تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة وتعزيز صورتها العامة.

تطوير مهارات إدارة الأزمات الإعلامية والقدرة على التواصل المؤثر أثناء الطوارئ.

صقل مهارات صياغة الرسائل الإعلامية بشكل احترافي وفعال يتماشى مع تطلعات الجمهور.

بناء علاقات مهنية قوية مع ممثلي وسائل الإعلام واستخدامها لصالح المؤسسة.

تحليل وتقييم نتائج الحملات الإعلامية ووضع التوصيات لتحسينها.

استخدام الأدوات الرقمية والمنصات الحديثة لتعزيز التفاعل المؤسسي مع الجمهور الداخلي والخارجي.

تطوير المهارات الكتابية الإعلامية لإعداد المحتوى المؤسسي بأعلى جودة.

تنفيذ حملات إعلانية وعلاقات عامة تحقق نتائج ملموسة.

التأثير الإيجابي في الرأي العام وتوجيهه بما يخدم مصالح المؤسسة.

بناء سمعة مؤسسية قوية ومستدامة تدعم التميز التنافسي.

الكفاءات المستهدفة:

التخطيط الاستراتيجي لحملات الإعلام والتواصل المؤسسي.

المهارة في إدارة الأزمات الإعلامية واستعادة الثقة.

صياغة الرسائل المؤسسية المؤثرة والداعمة للرؤية المؤسسية.

بناء وإدارة العلاقات المهنية مع الجهات الإعلامية المختلفة.

تحليل البيانات والمؤشرات لتقييم فعالية الحملات الإعلامية.

الاستخدام الاحترافي لأدوات التواصل الرقمي والتقنيات الحديثة.

تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى الجمهور.

التأثير على الرأي العام بوسائل علمية وإعلامية متقدمة.

تطوير مهارات الكتابة الإعلامية وإنتاج محتوى متميز.

إدارة الحملات الإعلامية والإعلانية على المستوى الاستراتيجي.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: المبادئ الأساسية للإعلام والتواصل المؤسسي

التعريف بمفهوم الإعلام المؤسسي ودوره في تحقيق الأهداف المؤسسية.

فهم طبيعة الاتصال المؤسسي وتأثيره على الصورة العامة.

تحليل العلاقة بين الإعلام والجمهور الداخلي والخارجي.

التمييز بين الإعلام التقليدي والرقمي وتحديد الأفضل وفق السياق.

استعراض أمثلة واقعية توضح دور الإعلام في بناء سمعة المؤسسة.

الوحدة الثانية: بناء العلاقات الإعلامية وتعزيزها

أسس تطوير علاقات استراتيجية مع وسائل الإعلام.

أفضل الممارسات في التعامل مع الصحفيين والإعلاميين.

كيفية إعداد البيانات الصحفية بشكل احترافي ومؤثر.

استراتيجيات التواصل مع الإعلام من خلال القنوات الرقمية.

بناء شبكة إعلامية فعالة تدعم رسائل المؤسسة وتوسع حضورها.

الوحدة الثالثة: إدارة الأزمات في البيئة الإعلامية

فهم طبيعة الأزمات الإعلامية وتأثيرها على المؤسسة.

خطوات التخطيط المسبق والتجهيز للتعامل مع الأزمات.

صياغة الرسائل السريعة والدقيقة أثناء فترات الأزمة.

تحليل دراسات حالة في إدارة الأزمات الإعلامية بنجاح.

استراتيجيات استعادة الثقة وإعادة بناء السمعة بعد الأزمات.

الوحدة الرابعة: تطوير الرسائل الإعلامية المؤثرة

تحديد الفئات المستهدفة من الرسائل وتقنيات تقسيم الجمهور.

صياغة رسائل تتناسب مع قيم المؤسسة وتلبي توقعات الجمهور.

اختيار الوسائط والقنوات المناسبة لنقل الرسائل بفعالية.

تقييم أثر الرسائل على الجمهور وتعديلها بناء على التغذية الراجعة.

تحليل أمثلة تطبيقية لرسائل إعلامية ناجحة.

الوحدة الخامسة: تحليل وتقييم الحملات الإعلامية

أهمية المتابعة والتقييم في تحسين الأداء الإعلامي.

أدوات وتقنيات قياس فاعلية الحملات الإعلامية.

تحليل أثر الحملات الإعلامية على صورة المؤسسة العامة.

تطوير استراتيجيات جديدة بناء على نتائج التقييم.

تقديم نماذج لحملات إعلامية تم تحليلها بنجاح وتحقيق نتائج مميزة.