

المقدمة

شهدت المؤسسات الحديثة توسعًا كبيرًا في أعداد العاملين ضمن منظوماتها، مما جعل من الضروري تطوير عمليات الاتصال الداخلي لتلبية احتياجات هؤلاء العاملين، نظرًا لدورهم المحوري في تمثيل المؤسسة أمام مختلف الفئات المجتمعية والتحدث باسمها. فالعلاقات العامة، بما تمثله من ركيزة أساسية في منظومة الاتصال المؤسسي، تساهم في تعزيز صورة المؤسسة وترسيخ رسالتها داخليًا وخارجيًا.

يرتبط مستوى المعلومات المتوفرة لدى الموظف حول مؤسسته بدرجة ولائه واعتزازه بالانتماء إليها، ومن هنا تبرز أهمية التواصل المستمر لتعريف العاملين بالأهداف والسياسات المؤسسية. كما أن الموظف المطلع على الحقائق يتخذ قراراته بناءً على أسس واقعية وعقلانية، وهو ما لا يمكن تحقيقه إلا من خلال بناء منظومة اتصالية متكاملة تتولاها إدارات العلاقات العامة في المؤسسات.

الفئة المستهدفة

- المديرون في المؤسسات العامة والخاصة.
- منسقو الفعاليات، السكرتارية التنفيذية، ومسؤولو الضيافة.
- الدبلوماسيون وممثلو الهيئات الرسمية.
- رواد الأعمال الراغبون في صقل مهاراتهم في تنظيم الفعاليات والمناسبات الرسمية.
- طلاب وخريجو كليات الأعمال والتخصصات ذات الصلة.
- الراغبون في تطوير خبراتهم للعمل في مجالات الإعلام والعلاقات العامة.

أهداف الدورة

- الإلمام بالمفاهيم المعاصرة والمتكاملة لإدارة العلاقات العامة.
- توظيف بحوث العلاقات العامة في دعم اتخاذ القرار.
- التعرف على الاتجاهات الحديثة في تحليل المحتوى الإعلامي وتطبيقاتها العملية.
- تحديد المهام والمسؤوليات المستجدة للعلاقات العامة ومؤسسات الإعلام.
- فهم العلاقة التكاملية بين البروتوكول، والعلاقات العامة، والنشاط الإعلامي.

- التدريب على دمج العلاقات العامة مع الكفاءة الفنية والإدارية للمؤسسة.
- تطبيق الأساليب الحديثة في تنظيم وإدارة أنشطة العلاقات العامة.
- بناء استراتيجيات إعلامية وعلاقات عامة متكاملة داخل المؤسسة.
- تخطيط الحملات الإعلامية وتنفيذها وتقييم مخرجاتها.
- اكتساب مهارات في تصميم وإنتاج المواد الإعلامية للمطبوعات ووسائل الإعلام الإلكترونية والمسموعة والمرئية.
- تطوير التفكير الابتكاري في العلاقات العامة والإعلام.
- فهم تأثير تقنيات الاتصال الحديثة على ممارسة العلاقات العامة.
- دراسة كيفية تشكيل صورة العلاقات العامة وتعديلها وتعزيز تكاملها.
- تعزيز المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة.
- التعرف على السمات والمهارات المطلوبة للعاملين في العلاقات العامة.
- إدارة الأزمات الإعلامية بفعالية واحترافية.
- التعامل مع التغطيات الإعلامية للأحداث الكبرى.

محتوى الدورة

المحور الأول: مفهوم العلاقات العامة ودورها المؤسسي

- النظريات الإدارية والفلسفية للعلاقات العامة والإعلان.
- خصائص ومهارات الممارس الناجح في العلاقات العامة.
- المهام والوظائف الرئيسية للعلاقات العامة.
- فوائد التنظيم المؤسسي الحديث للعلاقات العامة والإعلام.

المحور الثاني: مقومات نجاح مدير العلاقات العامة والإعلام

- مهارات التواصل الفعال مع القيادات الإدارية.
- القدرة على التعامل مع التحديات والعلاقات المعقدة.

- مهارة إدارة الأزمات الإعلامية.

- التخطيط الإستراتيجي للبرامج الإعلامية والعلاقات العامة.

المحور الثالث: البروتوكول وآداب العلاقات العامة

- تعريف البروتوكول وآداب السلوك المؤسسي.

- مهارات إدارة الاجتماعات والمناسبات الرسمية.

- فنون الإتيكيت والتواصل الإنساني.

- الأساليب السليمة للنقد البناء في البيئة المؤسسية.

المحور الرابع: إدارة الحملات الإعلامية والدعاية

- المبادئ الحديثة لحملات العلاقات العامة.

- خطوات تخطيط وتشغيل الحملات.

- أنواع تخطيط البرامج.

- أسس تقييم الأداء وقياس أثر الحملات.

المحور الخامس: العلاقات العامة والمراسلات الإعلامية

- إدارة وتنظيم المؤتمرات الصحفية والندوات.

- إدارة المناظرات الإعلامية والمقابلات الإذاعية والتلفزيونية وفق المنهج البريطاني.

- توجيه العمليات الإعلامية عبر الإنترنت.

- إدارة الأزمات الإعلامية وفق المعايير التنظيمية الحديثة.

المحور السادس: الاستراتيجية الإعلامية في العلاقات العامة

- أهمية التخطيط الاستراتيجي ودوره في تحسين الأداء الإعلامي.

- خطوات إعداد خطط استراتيجية للعلاقات العامة.

- التكامل بين الأنشطة الإعلامية والتخطيط المؤسسي.

- قواعد النجاح في إعداد خطط إعلامية فعّالة.

المحور السابع: مهارات الاتصال والجمهور المستهدف

- تنمية مهارات الإعلاميين في التفاعل مع الجمهور.
- المبادئ التي تحكم فعالية الرسائل الإعلامية.
- تحسين الأداء الإعلامي من خلال تحليل التفاعل مع الجمهور.

المحور الثامن: مؤثرات استخدام الوسائط الإعلامية

- المهارات اللازمة لاستخدام الوسائط بفعالية.
- استراتيجيات تحديد التأثير المطلوب في الحقل الإعلامي.
- أساليب تقييم الأداء الإعلامي بطريقة منهجية.

المحور التاسع: تصميم وإنتاج المواد الإعلامية المطبوعة

- القواعد المنظمة للإنتاج الطباعي.
- المهارات الأساسية لتصميم المطبوعات.
- تقنيات التخطيط الطباعي وفقاً للمعايير الحديثة.

المحور العاشر: إنتاج المواد الإعلامية المرئية والمسموعة

- عناصر التميز والتنافسية في الوسائط السمعية والبصرية.
- العوامل التي تعزز من فعالية البرامج الإذاعية والتلفزيونية.
- المعايير الواجب توفرها في الإنتاج الإعلامي الفعّال.

المحور الحادي عشر: التأثير في الرأي العام

- العوامل التي تحدد وجود الرأي العام.
- المؤثرات في تشكيله وطرق التفاعل معه.
- دور وسائل الإعلام في بلورة توجهات الرأي العام.

المحور الثاني عشر: إدارة الاجتماعات الداخلية

- التحضير القبلي للاجتماعات الرسمية.
- تحديد الحضور والمشاركين وصياغة جدول الأعمال.
- إدارة ما بعد الاجتماع وإعداد مذكرة تفاهم.
- متابعة تنفيذ المخرجات واتخاذ القرارات بناءً عليها.

المحور الثالث عشر: توظيف تقنية المعلومات في العلاقات العامة

- فعالية التقنية الحديثة في تطوير العلاقات العامة.
- التحديات والفرص في بيئة المعلومات الرقمية.
- تصميم صفحات إلكترونية للعلاقات العامة على الشبكة الدولية.
- إنشاء قواعد بيانات مخصصة لخدمة العمل الإعلامي.