

المقدمة:

في ظل عصر يشهد تطورًا تكنولوجيًا متسارعًا وثورة في وسائل الاتصال، أصبحت العلاقات العامة ووسائل الإعلام تمثلان حجر الزاوية في نجاح المؤسسات والشركات. فلم يعد الدور الاتصالي اختياريًا، بل تحول إلى عنصر استراتيجي وأساسي في بناء السمعة المؤسسية وتعزيز الحضور الإعلامي.

إن الإدارة الناجحة للعلاقات العامة والإعلام تتطلب اتباع أساليب واستراتيجيات حديثة تساعد في إيصال الرسائل بفعالية، وتعزيز التفاعل الإيجابي مع الجمهور، وتساهم في بناء صورة ذهنية قوية ومستقرة. ومن هذا المنطلق، تم تصميم هذه الدورة التدريبية لتزويد المشاركين بالمعرفة والأدوات والمهارات اللازمة لإتقان مهارات الاتصال المؤسسي عبر قنوات الإعلام التقليدي والرقمي.

الفئة المستهدفة:

تم توجيه هذه الدورة لشرائح متنوعة من المهنيين والمهتمين، ومن بينهم:

- مدراء العلاقات العامة والإعلام.
- أخصائيو التسويق الرقمي والتواصل المؤسسي.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الناشئة.
- الصحفيون والمدونون والعاملون في الحقل الإعلامي.
- المهتمون بتطوير مهاراتهم في العلاقات العامة والإعلام الرقمي.

الكفاءات المستهدفة:

- تطوير استراتيجيات فعالة للعلاقات العامة تتسجم مع أهداف المؤسسة.
- إتقان مهارات التعامل الفعال مع وسائل الإعلام المختلفة.
- بناء وإدارة صورة مؤسسية إيجابية ومتماسكة.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية في تعزيز الرسالة المؤسسية.
- التفاعل بمرونة واحترافية مع الأزمات والمواقف الإعلامية الحرجة.

أهداف الدورة:

- التعرف على المبادئ الأساسية للعلاقات العامة في بيئة العمل الحديثة.
- تطوير استراتيجيات إبداعية في مجال العلاقات العامة تتناسب مع متطلبات العصر الرقمي.
- تنمية القدرة على إدارة الأزمات الإعلامية بفاعلية وسرعة استجابة.
- التمكن من تحليل وتقييم الأثر الإعلامي لحملات العلاقات العامة.
- الإلمام بأحدث الاتجاهات والتقنيات في الإعلام الرقمي والاجتماعي.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: مبادئ العلاقات العامة الحديثة

- التعريف العلمي والوظيفي للعلاقات العامة وأهميتها في المؤسسات.
- استعراض لتطور العلاقات العامة عبر العصور.
- تحليل دور العلاقات العامة في بناء السمعة والصورة الذهنية.
- تأثير العلاقات العامة على القرارات الإدارية والاتصالية.
- المبادئ الأخلاقية والمهنية للعلاقات العامة.

الوحدة الثانية: استراتيجيات العلاقات العامة المبتكرة

- استكشاف أنماط الاستراتيجيات المستخدمة في العلاقات العامة.
- التوظيف الفعال لوسائل الإعلام الاجتماعي في العلاقات العامة.
- دور التسويق الرقمي في دعم الحملات الاتصالية.
- خطوات إعداد وتنفيذ حملة علاقات عامة فعالة.
- مقارنة تحليلية بين النماذج التقليدية والحديثة للعلاقات العامة.

الوحدة الثالثة: إدارة الأزمات الإعلامية

- أهمية الجاهزية والتخطيط المسبق للتعامل مع الأزمات.

- الأساليب الفعالة في التصدي للأزمات الإعلامية والتواصل وقت الطوارئ.
 - وضع خطط استعادة السمعة المؤسسية بعد الأزمات.
 - تحليل نماذج واقعية لأزمات إعلامية ودراسة آليات التعامل معها.
- الوحدة الرابعة: تحليل وقياس تأثير العلاقات العامة والإعلام
- أدوات القياس المستخدمة لتقدير فعالية العلاقات العامة.
 - كيفية استخدام البيانات الكمية والنوعية في تقييم الحملات الإعلامية.
 - تحليل أثر وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية على الصورة العامة.
 - تقييم التغيرات في الرأي العام والمكانة المؤسسية بعد الحملات.
- الوحدة الخامسة: التوجهات الحديثة في الإعلام والعلاقات العامة
- أثر العولمة والتقنيات الحديثة على أساليب الاتصال المؤسسي.
 - إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات واتخاذ القرار الاتصالي.
 - التوجهات الحالية في استخدام منصات الإعلام الاجتماعي المؤسسي.
 - التعامل مع الأخبار المضللة والملفقة وآليات مكافحتها.
- الوحدة السادسة: التطبيقات العملية والورش التفاعلية
- تدريب عملي على تنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة والإعلام.
 - إعداد وتقديم حملة علاقات عامة متكاملة.
 - تنمية المهارات التطبيقية في التفاعل مع الإعلام والجمهور.
 - تحليل نتائج حملة علاقات عامة وتقديم تقرير تقويمي شامل.