

## المقدمة:

في ظل بيئة تتسم بالتنافس الشديد والتغيرات المتسارعة، أصبحت العلاقات العامة ووسائل الإعلام ركيزتين أساسيتين لنجاح المؤسسات والمنظمات على اختلاف أنواعها. لم يعد التميز المؤسسي يعتمد فقط على جودة المنتج أو الخدمة، بل بات مرهوناً بقدرة المؤسسة على بناء علاقات إيجابية مع الجمهور، والتواصل الفعال مع وسائل الإعلام بأساليب مدروسة ومبتكرة.

إن التفاعل الذكي مع الرأي العام، والقدرة على تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة، والتعامل الاحترافي مع القضايا الإعلامية، أصبحت عوامل حاسمة في تحقيق التميز المؤسسي والاستدامة. وتأتي هذه الدورة التدريبية لتواكب هذا التحول الكبير، حيث تُمكن المشاركين من فهم وتطبيق أحدث الاستراتيجيات في مجال العلاقات العامة والإعلام، وتزودهم بأدوات وتقنيات حديثة لبناء صورة مؤسسية قوية، وتعزيز التفاعل المؤثر مع مختلف فئات الجمهور ووسائل الإعلام.

## الفئة المستهدفة:

تُعد هذه الدورة مثالية لمجموعة متنوعة من المهنيين والمهتمين، ومن أبرزهم:

- مدراء العلاقات العامة ومدراء الإعلام في المؤسسات العامة والخاصة.
- المتخصصون في مجالات التسويق والاتصال المؤسسي.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الراغبون في تحسين صورة شركاتهم وتعزيز حضورها الإعلامي.
- الصحفيون، المدونون، والمحررون العاملون في مجال الإعلام التقليدي والرقمي.
- المهتمون بتطوير مهاراتهم في العلاقات العامة والإعلام الرقمي، سواء من المهنيين أو الباحثين.

## الكفاءات المستهدفة:

من خلال هذه الدورة، سيطور المشاركون الكفاءات التالية:

- صياغة استراتيجيات فعالة ومبتكرة للعلاقات العامة بما يتماشى مع متطلبات العصر الحديث.
- بناء وإدارة علاقات متينة مع الجمهور ووسائل الإعلام محلياً ودولياً.
- توظيف وسائل الإعلام الرقمية والتقنيات الحديثة لدعم حملات العلاقات العامة.
- إدارة الأزمات الإعلامية بكفاءة واحترافية، والحد من التأثيرات السلبية على السمعة.

- تقييم وقياس أثر حملات العلاقات العامة باستخدام أدوات تحليلية وبيانات دقيقة.

أهداف الدورة:

تهدف هذه الدورة إلى تمكين المشاركين من:

- فهم الأسس النظرية والعملية للعلاقات العامة الحديثة، وأهميتها في العصر الرقمي.
- تصميم وتنفيذ استراتيجيات متقدمة للعلاقات العامة تلأئم احتياجات المؤسسات الحالية.
- تعزيز القدرة على التفاعل الإيجابي والفعال مع وسائل الإعلام والجمهور العام.
- اكتساب مهارات التعامل مع الأزمات الإعلامية والتقليل من آثارها السلبية.
- تطوير القدرة على تحليل نتائج حملات العلاقات العامة وقياس أثرها بدقة واحترافية.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: مفهوم العلاقات العامة في العصر الحديث

- التعريف الحديث للعلاقات العامة ونشأتها وتطورها.
- الدور المتنامي للعلاقات العامة في البيئة الرقمية.
- العلاقة بين العلاقات العامة والنجاح المؤسسي والسمعة.
- التغييرات الكبرى التي طرأت على هذا المجال في السنوات الأخيرة.
- مقارنة بين أدوات وممارسات العلاقات العامة التقليدية وتلك المعاصرة.

الوحدة الثانية: استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة

- عرض شامل للاستراتيجيات الحديثة والأدوات المستخدمة في العلاقات العامة.
- الاتجاهات المعاصرة في التسويق والعلاقات العامة.
- التكامل بين الإعلام الرقمي والعلاقات العامة لتحقيق أهداف المؤسسة.

- استراتيجيات فعالة لبناء علاقات ناجحة مع الشركاء والمستثمرين.
- أساليب الابتكار في تصميم وتنفيذ حملات العلاقات العامة.

#### الوحدة الثالثة: إدارة الأزمات والسمعة العامة

- التخطيط المسبق والتجهيز للتعامل مع الأزمات الإعلامية.
- آليات التحكم في تداعيات الأزمات والتقليل من الخسائر المعنوية.
- خطوات استعادة السمعة المؤسسية بعد الأزمات الإعلامية.
- دراسة نماذج حقيقية لأزمات مؤسسية وتقديم تحليلات لحلولها.
- تطوير خطط استباقية لمنع تفاقم المشكلات المحتملة.

#### الوحدة الرابعة: تقدير تأثير العلاقات العامة والإعلام

- الأدوات التحليلية المستخدمة في تقييم فاعلية أنشطة العلاقات العامة.
- كيفية تقييم أداء الحملات الإعلامية بناءً على مؤشرات كمية ونوعية.
- دور البيانات والإحصائيات في اتخاذ قرارات اتصالية استراتيجية.
- تحليل التغير في صورة المؤسسة وسمعتها عقب الحملات الإعلامية.
- الربط بين نتائج العلاقات العامة والأداء المؤسسي الشامل.

#### الوحدة الخامسة: الاتجاهات الراهنة في الإعلام والعلاقات العامة

- أثر التحول الرقمي على وسائل الإعلام التقليدية والعلاقات العامة.
- التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي واستراتيجيات إدارتها.
- كيفية التعامل مع الأخبار الكاذبة والمضللة والتصدي لها بفعالية.
- تأثير العلاقات العامة على الحوكمة المؤسسية والقرار الإداري.
- استراتيجيات الإعلام والعلاقات العامة في السياقات الدولية والعابرة للثقافات.

## الوحدة السادسة: الورش والتطبيقات العملية

- تطبيق عملي لاستراتيجيات العلاقات العامة والإعلام في سيناريوهات حقيقية.
- تصميم حملة علاقات عامة متكاملة من الفكرة إلى التنفيذ والتقييم.
- استخدام أدوات رقمية متقدمة في تنفيذ الأنشطة الاتصالية.
- تحليل نتائج الحملات وتقديم تقارير تقييم احترافية.
- صياغة خطط تطوير مستقبلية لتعزيز كفاءة العلاقات العامة في المؤسسة.