

مقدمة ورشة العمل:

تُعتبر إدارة العلاقات العامة من العناصر الأساسية في بناء علاقات مهنية استراتيجية تسهم في تعزيز سمعة المؤسسات وتنمية تفاعلها مع الجمهور. ومع التغيرات المتسارعة في المجالات التقنية والإعلامية، أصبح دور إدارة العلاقات العامة أكثر تعقيداً وأهمية.

تهدف ورشة العمل هذه إلى تسليط الضوء على أحدث الاستراتيجيات المتبعة في مجال العلاقات العامة، مع التركيز على الجوانب الأخلاقية والقانونية المتعلقة بها، بالإضافة إلى تكنولوجيا المعلومات وكيفية التفاعل مع وسائل الإعلام الدولية. كما سيتم تناول النقاط الست التي ابتكرها فرانك جي. فيكنز لتخطيط البرامج، فضلاً عن أهمية دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات.

تمثل هذه الورشة فرصة للمشاركين للتعرف على أساليب وممارسات العلاقات العامة المعاصرة في السياق العالمي، وتعلم كيفية تطبيق هذه الاستراتيجيات في مؤسساتهم. ستعتمد الورشة على دراسات حالة عملية وتمرين تفاعلية لضمان تعزيز الفهم وتنمية المهارات المطلوبة. تهدف الورشة إلى تمكين المشاركين بالأدوات الضرورية لتطوير استراتيجيات علاقات عامة فعالة تتواءم مع التحديات المعاصرة.

الفئات المستهدفة:

- مدراء العلاقات العامة في المؤسسات الكبرى.
- المتخصصون في مجال الإعلام والعلاقات العامة.
- القادة التنفيذيون الذين يديرون الاتصالات المؤسسية.
- موظفو العلاقات العامة في المنظمات الحكومية وغير الحكومية.
- الراغبون في تطوير مهاراتهم في العلاقات العامة والتواصل المؤسسي.
- المهتمون بالتعامل مع وسائل الإعلام والإعلام الدولي.

أهداف ورشة العمل:

في نهاية ورشة العمل، سيكون المشاركون قادرين على:

1. تحليل دور العلاقات العامة في المؤسسات المعاصرة وتأثيرها في تحسين الصورة العامة للمؤسسة.
2. مراجعة الجوانب الأخلاقية والقانونية المتعلقة بالعلاقات العامة.

3. التعرف على المصادر الدولية للعلاقات العامة وأفضل الممارسات المتبعة.
4. دراسة النقاط الست التي ابتكرها فرانك جي. فيكنز لتخطيط برامج العلاقات العامة.
5. مواكبة أحدث أساليب إدارة الأزمات وكيفية التعامل معها بفعالية.
6. تطبيق استراتيجيات فعّالة للتفاعل مع وسائل الإعلام الدولية.
7. فهم استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحسين أداء العلاقات العامة.
8. تحليل أهمية البروتوكول في العلاقات العامة وتنظيم الفعاليات.
9. تخطيط استراتيجيات فعّالة لعلاقات عامة ناجحة ومؤثرة.
10. تطوير مهارات التعامل مع الأزمات الإعلامية وتحسين السمعة المؤسسية.

الكفاءات المستهدفة:

- تطوير استراتيجيات فعّالة للعلاقات العامة بناءً على التوجهات العالمية.
- تعزيز الفهم العميق للجوانب الأخلاقية والقانونية في ممارسات العلاقات العامة.
- إدارة الأزمات بفعالية والتفاعل مع وسائل الإعلام الدولية في الأوقات الحرجة.
- استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحسين الأداء وتنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة.
- تطبيق المبادئ البروتوكولية في العلاقات العامة وتنظيم الفعاليات.
- تحقيق النجاح المؤسسي من خلال علاقات عامة فعّالة.
- تحسين سمعة المؤسسات من خلال استراتيجيات علاقات عامة مدروسة.
- مواكبة التطورات العالمية في مجال العلاقات العامة على مستوى الشركات الكبرى.

محتوى ورشة العمل:

الوحدة الأولى: دور العلاقات العامة في المؤسسات المعاصرة

- تعريف العلاقات العامة وأهميتها في المؤسسات الحديثة.
- التطور المستمر في دور العلاقات العامة في العصور الحديثة.

- الوظائف المختلفة للعلاقات العامة في تعزيز سمعة المؤسسات.
- العلاقة بين الإعلام والعلاقات العامة ودورها في بناء الصورة العامة.
- التأثير الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات العامة في العصر الرقمي.
- استراتيجيات العلاقات العامة في تعزيز الثقة بين المؤسسة والجمهور.

الوحدة الثانية: الجوانب الأخلاقية والقانونية في العلاقات العامة

- الأخلاقيات في العلاقات العامة وأهميتها في بناء سمعة المؤسسة.
- المبادئ الأساسية للأخلاقيات في ممارسات العلاقات العامة.
- التحديات القانونية التي تواجه العلاقات العامة في بيئات العمل المختلفة.
- دور العلاقات العامة في تعزيز الشفافية والمصداقية داخل المؤسسة.
- حقوق الأفراد والمؤسسات في التعامل مع البيانات والمعلومات.
- الخصوصية وحماية المعلومات الشخصية في إطار العلاقات العامة.

الوحدة الثالثة: مصادر العلاقات العامة الدولية

- دور العلاقات العامة الدولية في تحسين سمعة الشركات على المستوى العالمي.
- مصادر العلاقات العامة على المستوى الدولي وأفضل الممارسات المتبعة.
- معايير العلاقات العامة في الدول الغربية والدول النامية.
- التكيف مع المتغيرات الثقافية والإعلامية في الأسواق الجديدة.
- استراتيجيات العلاقات العامة العالمية في الشركات متعددة الجنسيات.
- التحديات التي تواجه العلاقات العامة في بيئات عالمية متنوعة.

الوحدة الرابعة: تخطيط برامج العلاقات العامة

- النقاط الست التي ابتكرها فرانك جي. فيكنر لتخطيط برنامج العلاقات العامة.
- تحديد الأهداف الأساسية لبرنامج العلاقات العامة.

- تحليل الوضع الراهن وفهم المتطلبات الفعلية.
 - استراتيجيات تنفيذ برامج العلاقات العامة وفقًا لاحتياجات الجمهور.
 - قياس وتحليل نتائج برامج العلاقات العامة ومدى تأثيرها.
 - تطبيق النقاط الست في حالات عملية من الواقع.
- الوحدة الخامسة: العلاقات العامة وإدارة الأزمات
- مفهوم إدارة الأزمات وأهمية التفاعل السريع.
 - التخطيط المسبق للأزمات المحتملة وتحديد الاستجابة المناسبة.
 - التواصل مع الإعلام خلال الأزمات وإعداد التصريحات الصحفية.
 - استراتيجيات حفظ السمعة المؤسسية أثناء الأزمات.
 - التأثير الذي يحدثه الإعلام على المؤسسات خلال الأزمات.
 - دراسات حالة: التعامل مع الأزمات الإعلامية في الواقع.
- النتائج الرئيسية والدروس المستفادة:
- أهمية العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة وبناء الثقة مع الجمهور.
 - تطبيق القيم الأخلاقية والقانونية في استراتيجيات العلاقات العامة.
 - تطوير مهارات التفاعل مع وسائل الإعلام الدولية وإدارة الأزمات بفعالية.
 - استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز الأداء المؤسسي وتحقيق النجاح في العلاقات العامة.