

دورة: الاستراتيجيات المعاصرة في إدارة العلاقات العامة

المقدمة

تُعد العلاقات العامة من الدعائم الجوهرية لنجاح استراتيجيات الاتصال المؤسسي في العصر الرقمي. ومع تنامي التحديات العالمية وتسارع التطورات التكنولوجية، أصبح الدور الذي تؤديه العلاقات العامة محوريًا في تحسين الصورة المؤسسية وبناء جسور تواصل فعّالة مع الجماهير على المستويين المحلي والدولي. تركز هذه الدورة التدريبية على الاستراتيجيات الحديثة في إدارة العلاقات العامة، من خلال تقديم منظور شامل لدور العلاقات العامة في بيئة العمل المتغيرة. كما تتناول محاور مهمة مثل الاعتبارات القانونية والأخلاقية، التعامل مع الأزمات، والاستفادة من الأدوات الرقمية لتحسين الأداء. تستعرض الدورة أيضاً أساليب متقدمة للتفاعل مع وسائل الإعلام العالمية، وتعرض نماذج فعالة لتخطيط وتنفيذ حملات العلاقات العامة الناجحة. وسيتعرف المشاركون على النقاط الست التي وضعها Frank J. Fkins كمرجع لتخطيط برامج العلاقات العامة، بما يعزز من كفاءتهم العملية. تُعد هذه الدورة مناسبة للمهنيين الذين يسعون لتعزيز قدراتهم والبقاء على اطلاع بأحدث المفاهيم في هذا المجال الديناميكي.

الفئات المستهدفة

- مسؤولو العلاقات العامة ومديرو الاتصال المؤسسي
- المختصون في الإعلام والاتصال الاستراتيجي
- التنفيذيون وصناع القرار في القطاعين العام والخاص
- الموظفون العاملون في أقسام العلاقات العامة بالمؤسسات والهيئات
- المهتمون بتطوير قدراتهم في مجال العلاقات العامة والإعلام
- الأفراد الساعون للانخراط في مجال الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة

أهداف الدورة التدريبية

- مع نهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:
- إدراك الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة في المؤسسات الحديثة
- تحليل الأطر الأخلاقية والتشريعية التي تحكم الممارسات الاتصالية
- الاطلاع على أبرز مصادر ومراجع العلاقات العامة العالمية
- تطبيق نموذج Frank J. Fkins في تخطيط حملات العلاقات العامة بفعالية
- التعامل الاحترافي مع الأزمات الاتصالية وتطوير خطط استجابة مرنة
- تعزيز التفاعل مع وسائل الإعلام على النطاق الدولي
- توظيف تقنيات المعلومات في تطوير أداء العلاقات العامة
- إتقان مهارات البروتوكول الرسمي في إدارة المناسبات والتواصل
- بناء وتطوير الصورة الذهنية للمؤسسة لدى الجماهير
- دفع المؤسسة نحو النجاح من خلال تكامل منظومة العلاقات العامة

الكفاءات المستهدفة

- إعداد وتنفيذ خطط اتصالية استراتيجية في العلاقات العامة
- الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في ممارسات العلاقات العامة
- إدارة الأزمات الإعلامية والتعامل مع الصحافة باحترافية
- استخدام الأدوات التقنية في تنظيم المحتوى الإعلامي وتوزيعه
- تطوير مهارات التواصل الدولي عبر البيئات الثقافية المتنوعة
- تصميم برامج علاقات عامة وفقاً لمنهجيات علمية
- تطبيق قواعد البروتوكول واللاتيكيت الرسمي
- تحقيق نتائج مؤثرة من خلال تطبيق استراتيجيات فعالة في العلاقات العامة

محتوى الدورة

الوحدة الأولى: دور العلاقات العامة في بيئة المؤسسات الحديثة

- التعريف بمفهوم العلاقات العامة ودورها المؤسسي
- تطور العلاقات العامة في عصر التكنولوجيا والاتصال السريع
- الوظائف الجوهرية للعلاقات العامة في دعم الهوية المؤسسية
- التنسيق بين العلاقات العامة والوسائط الإعلامية
- تأثير منصات التواصل الرقمي على استراتيجيات العلاقات العامة
- أهمية التواصل الاستراتيجي في بناء الثقة بين المؤسسة وجمهورها

الوحدة الثانية: الجوانب الأخلاقية والتشريعية في العلاقات العامة

- المبادئ الأخلاقية التي تضبط مهنة العلاقات العامة
- آليات التعامل الأخلاقي مع المعلومات والبيانات
- التشريعات المنظمة لمهنة العلاقات العامة في السياقات المختلفة
- التحديات القانونية المرتبطة بالنشر والتواصل العام
- تعزيز الشفافية كقيمة أساسية في العمل الاتصالي
- احترام خصوصية الأفراد عند صياغة الرسائل الإعلامية

الوحدة الثالثة: العلاقات العامة في السياق العالمي

- أهمية العلاقات العامة في بناء السمعة على المستوى الدولي
- مصادر المعرفة والمراجع الاحترافية في العلاقات العامة العالمية
- أبرز الممارسات المعتمدة في الدول الصناعية
- تطبيق العلاقات العامة في الأسواق النامية
- تحديات التكيف مع الاختلافات الثقافية عند التواصل عبر الحدود

- تنظيم الحملات الإعلامية للمؤسسات متعددة الجنسيات

الوحدة الرابعة: تصميم وتخطيط حملات العلاقات العامة

- النقاط الست التي حددها Frank J. Fkins كأساس لبناء خطة علاقات عامة
- صياغة الأهداف الاتصالية بوضوح وقابلية للقياس
- تحليل البيئة الخارجية والداخلية لرصد التحديات
- وضع استراتيجيات التنفيذ وربطها بالمؤشرات
- تقييم نتائج الحملات بناءً على معايير قياس الأثر الإعلامي
- أمثلة تطبيقية على كيفية استخدام النموذج في مؤسسات واقعية

الوحدة الخامسة: العلاقات العامة واستراتيجيات إدارة الأزمات

- فهم الأزمات ومراحل تطورها في البيئة المؤسسية
- تصميم خطة اتصالية للطوارئ والأزمات
- التفاعل الإعلامي مع الأحداث المفاجئة
- حماية السمعة المؤسسية خلال الأزمات الإعلامية
- أدوات ووسائل تحسين الصورة العامة بعد الأزمات
- مراجعة دراسات حالة ناجحة للتعامل مع أزمات مؤسسية إعلامية

النتائج الرئيسية والدروس المستفادة

- تعميق الفهم بدور العلاقات العامة في دعم الأهداف المؤسسية
- إتقان المهارات الأخلاقية والقانونية المرتبطة بالتواصل العام
- امتلاك أدوات فعالة للتواصل مع الإعلام المحلي والدولي
- تعزيز استخدام التكنولوجيا في تنفيذ المهام الاتصالية
- تطوير المهارات البروتوكولية في المناسبات الرسمية والأحداث الكبرى
- رفع كفاءة المؤسسات في الاستجابة والتواصل خلال الأزمات