



إدارة الأزمات الإعلامية

22 - 26 أغسطس 2027

القاهرة (مصر)



إدارة الأزمات الإعلامية

المرجع: 120615_123678 التاريخ: 22 - 26 أغسطس 2027 المكان: القاهرة (مصر) الرسوم: Euro 3500

المقدمة:

تعد الأزمات الإعلامية تحديًا هائلاً للمؤسسات والشركات في عصر الوسائط الاجتماعية والاتصال الفوري. تتطلب هذه الأزمات استراتيجيات فعالة للتعامل معها وإدارتها من أجل الحفاظ على سمعة المؤسسة والتحكم في تأثيرها السلبي على العمل والعلاقات العامة. تهدف دورة إدارة الأزمات الإعلامية إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة للتعامل مع الأزمات الإعلامية بشكل فعال واتخاذ الإجراءات المناسبة للحفاظ على سمعة المؤسسة وبناء الثقة بين الجمهور والأطراف المعنية.

الفئات المستهدفة:

- المديرين والقادة في المؤسسات والشركات.
- فرق العلاقات العامة والاتصالات.
- المسؤولين عن إدارة الأزمات والطوارئ.
- المديرين والموظفين في وسائل الإعلام والصحافة.
- العاملين في المجال الحكومي والقطاع العام.
- المهتمين بمجال الإعلام والاتصال وإدارة الأزمات.

الكفاءات المستهدفة:

- بعد اجتياز دورة إدارة الأزمات الإعلامية، سيكون المشاركون قادرين على:
- فهم أهمية إدارة الأزمات الإعلامية وتأثيرها على المؤسسات والشركات.
- تحليل وتقييم الأزمات الإعلامية وفهم أبعادها وتحدياتها.
- وضع خطط واستراتيجيات لإدارة الأزمات الإعلامية والتعامل معها بشكل فعال.
- استخدام أدوات وتقنيات الاتصال لإدارة الأزمات الإعلامية والتفاعل مع وسائل الإعلام والجمهور.
- تطوير القدرة على التواصل الفعال في حالات الأزمات الإعلامية وإدارة الرسائل الإعلامية.
- التعرف على أفضل الممارسات والدروس المستفادة من أزمات إعلامية سابقة.

الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

فهم أهمية إدارة الأزمات الإعلامية وتأثيرها على المؤسسات والشركات.
تحليل وتقييم الأزمات الإعلامية وفهم أبعادها وتحدياتها.
وضع خطط واستراتيجيات لإدارة الأزمات الإعلامية والتعامل معها بشكل فعال.
استخدام أدوات وتقنيات الاتصال لإدارة الأزمات الإعلامية والتفاعل مع وسائل الإعلام والجمهور.
تطوير القدرة على التواصل الفعال في حالات الأزمات الإعلامية وإدارة الرسائل الإعلامية.
التعرف على أفضل الممارسات والدروس المستفادة من أزمات إعلامية سابقة.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: فهم الأزمات الإعلامية

- تعريف الأزمات الإعلامية وأنواعها.
- أثر الأزمات الإعلامية على المؤسسات والشركات.
- تحليل أبعاد الأزمات الإعلامية وفهم تحدياتها.

الوحدة الثانية: تخطيط إدارة الأزمات الإعلامية

- وضع خطة إدارة الأزمات الإعلامية وتحديد الأدوار والمسؤوليات.
- تطوير استراتيجيات الاتصال والتواصل مع وسائل الإعلام والجمهور.
- التعامل مع الأزمات الإعلامية على وسائل التواصل الاجتماعي.

الوحدة الثالثة: التواصل في حالات الأزمات الإعلامية

- تقنيات التواصل الفعال في حالات الأزمات الإعلامية.
- التعامل مع الصحافة ووسائل الإعلام في حالات الأزمات.
- إدارة الرسائل الإعلامية والتواصل مع الجمهور.

الوحدة الرابعة: الاستجابة والتعامل مع الأزمات الإعلامية

- إدارة الوقت والأولويات في حالات الأزمات الإعلامية.
- اتخاذ القرارات السريعة والفعالة للتعامل مع الأزمات الإعلامية.
- العمل ضمن فرق الأزمات وتنسيق الجهود لإدارة الأزمات الإعلامية.

الوحدة الخامسة: التقييم والتعلم من الأزمات الإعلامية

- تقييم أثر الأزمات الإعلامية وتحليل النتائج.
- استخلاص الدروس المستفادة وتطبيق التحسين المستمر.
- تطوير خطط التعافي والاستعداد للأزمات الإعلامية المستقبلية.

الوحدة السادسة: دراسة حالات وأمثلة عملية

- دراسة حالات حقيقية لأزمات إعلامية وتحليل استراتيجيات إدارتها.
- دراسة أمثلة عملية لممارسات ناجحة في إدارة الأزمات الإعلامية.

الوحدة السابعة: تنفيذ تمارين ومحاكاة

- تنفيذ تمارين عملية للتعامل مع الأزمات الإعلامية.
- محاكاة أزمات إعلامية لتطبيق المهارات والمعرفة المكتسبة.