MERCURY

مؤتمر العلاقات العامة والإعلام الجديد

4 – 8 أبريل 2027

شرم الشيخ (مصر)



Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

مؤتمر العلاقات العامة والإعلام الجديد

المرجع: 143315_120870 **التاريخ:** 4 – 8 أبريل 2027 **المكان:** شرم الشيخ (مصر) **الرسوم:** Euro 4500

المقدمة:

مؤتمر العلاقات العامة والإعلام الجديد هو حدث رائد يستهدف المتخصصين والخبراء في مجال العلاقات العامة والإعلام، ويهدف إلى مناقشة أحدث الاتجاهات والتقنيات المتقدمة التي تعيد تشكيل هذا القطاع الحيوي في ظل التقدم الرقمي السريع. يشكل المؤتمر منصة حيوية للتفاعل بين المحترفين وأصحاب القرار، حيث يتم تبادل الأفكار حول الأساليب المبتكرة والأدوات الرقمية التي تمكن من تحسين التواصل الفعّال مع الجمهور وتعزيز سمعة المؤسسات. كما يسلط الضوء على التحديات الحديثة، كالتعامل مع المعلومات الزائفة، وإدارة الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكيفية توظيف الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة في صياغة استراتيجيات تواصل فعّالة تحقق تأثيراً إيجابياً ومستمراً.

الفئات المستهدفة في المؤتمر:

- محترفو العلاقات العامة والإعلام.
- خبراء التسويق الرقمي والإعلام الجديد.
- صانعو السياسات وأصحاب القرار في المؤسسات الحكومية والخاصة.
- مدراء الاتصال المؤسسي والتواصل الداخلي.
- المتخصصون في إدارة الأزمات الإعلامية.
- الأكاديميون والباحثون في مجالات الإعلام والتواصل.
- رواد الأعمال والشركات الناشئة في قطاع الإعلام الرقمي.
- مدراء وسائل التواصل الاجتماعي وصناع المحتوى.

أهداف المؤتمر التدريبي:

في نهاية هذا المؤتمر، سيكون المشاركون قادرين على:

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

- تعزيز فهم المشاركين لأحدث الاتجاهات في مجال العلاقات العامة والإعلام الجديد وتأثيرها على التواصل الفعال مع الجمهور.
- تطوير مهارات إدارة الأزمات الإعلامية وتعزيز القدرة على التعامل مع التحديات المحتملة في البيئات الرقمية.
- استكشاف استراتيجيات الابتكار في صياغة المحتوى وكيفية استخدامه لجذب الجمهور وتعزيز التفاعل.
- تعليم المشاركين كيفية استخدام أدوات التحليل الرقمي لفهم سلوك الجمهور وتحسين استراتيجيات التواصل.
- مناقشة أهمية بناء وتعزيز السمعة المؤسسية من خلال استراتيجيات العلاقات العامة المدروسة.
- تمكين المشاركين من فهم دور وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة وكيفية إدارتها بشكل فعال.
- استعراض أحدث تقنيات الذكاء الاصطناعي وكيفية تطبيقها في تعزيز كفاءة وفاعلية استراتيجيات العلاقات العامة.
- تشجيع المشاركين على تبادل المعرفة والخبرات مع محترفين آخرين في المجال لتعزيز التعاون المهني.
- تعزيز الوعي حول كيفية مواجهة المعلومات الزائفة وتأثيرها على المؤسسات والعلاقات العامة.
- إعداد المشاركين لتطبيق استراتيجيات الاتصال المتكامل عبر مختلف القنوات الإعلامية.
- تحفيز التفكير الإبداعي لدى المشاركين في تطوير حلول جديدة للتحديات المعاصرة في العلاقات العامة.
- تقديم فرص للتواصل وبناء شبكة من العلاقات مع الخبراء والممارسين في مجال العلاقات العامة والإعلام الجديد.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الكفاءات المستهدفة في المؤتمر:

- تطوير استراتيجيات الاتصال الفعّال.
- إدارة الأزمات الإعلامية والتواصل خلال الأزمات.
- تحليل البيانات الضخمة في الإعلام.
- تحسين السمعة المؤسسية وبناء الثقة.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة.
- ابتكار المحتوى الإعلامي الرقمي.
- فهم ديناميكيات وسائل التواصل الاجتماعي.
- تعزيز مهارات الاتصال المتكامل.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

محتوى المؤتمر:

الوحدة الأولى: أحدث الاتجاهات في العلاقات العامة والإعلام الجديد:

- استكشاف تأثير التحولات الرقمية على استراتيجيات العلاقات العامة.
- مناقشة الدور المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.
- تحليل كيفية استخدام التقنيات الحديثة لتعزيز التواصل المؤسسي.
- فهم أهمية الشفافية في بناء الثقة مع الجمهور.
- عرض أمثلة على حملات علاقات عامة ناجحة في العصر الرقمي.
- استعراض تأثير المؤثرين في الإعلام الجديد وكيفية التعامل معهم.
- مناقشة ضرورة تحديث استراتيجيات العلاقات العامة لتواكب التغيرات السريعة.
- فهم التحديات التي تواجه العلاقات العامة في ظل المعلومات الزائفة.
- عرض تقنيات جديدة مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز في الحملات الإعلامية.
- تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقها في تعزيز كفاءة وفاعلية استراتيجيات العلاقات العامة.

الوحدة الثانية: إدارة الأزمات في عصر الإعلام الجديد:

- تقديم استراتيجيات فعالة للتعامل مع الأزمات الإعلامية.
- استعراض حالات دراسية لأزمات حقيقية وكيفية إدارتها.
- مناقشة دور التواصل الفعّال في تقليل الأضرار الناتجة عن الأزمات.
- تحليل أدوات المراقبة والتقييم لتحديد الأزمات المحتملة مبكراً.
- تعليم مهارات التواصل السريع والاستجابة الفورية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- مناقشة أهمية وجود خطة طوارئ واضحة للتعامل مع الأزمات.
- استعراض تجارب ناجحة لفريق العلاقات العامة في إدارة الأزمات.
- فهم كيفية استخدام البيانات لتحليل استجابة الجمهور خلال الأزمات.
- تقديم نصائح حول كيفية استعادة السمعة بعد الأزمة.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الثالثة: استراتيجيات الابتكار في المحتوى الإعلامي:

- فهم أنواع المحتوى الفعّالة لجذب الجمهور المستهدف.
- استكشاف كيفية استخدام القصص والتجارب الشخصية في التسويق.
- تقديم أدوات وتقنيات لصناعة محتوى جذاب ومؤثر.
- مناقشة أهمية تحسين محركات البحث SEO في الوصول للجمهور.
- عرض أساليب استخدام الفيديو والتصميم الجرافيكي في حملات العلاقات العامة.
- مناقشة كيفية استخدام البيانات لتحسين فعالية المحتوى.
- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين من فعالية المحتوى.
- استعراض استراتيجيات لتوزيع المحتوى عبر مختلف المنصات الإعلامية.
- تقديم تقنيات للتفاعل مع الجمهور وتعزيز المشاركة.
- تعليم المشاركين كيفية قياس تأثير المحتوى من خلال التحليل.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الرابعة: تحليل البيانات الضخمة في العلاقات العامة:

- استعراض كيفية جمع وتحليل البيانات لفهم الجمهور بشكل أفضل.
- مناقشة أهمية قياس الأداء لتحديد فعالية استراتيجيات التواصل.
- تقديم أدوات تحليل البيانات التي تساعد في تحسين الحملات الإعلامية.
- فهم كيفية استخدام التحليل البياني في اتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات.
- تعليم المشاركين كيفية التعامل مع معلومات الجمهور واهتماماته.
- استعراض كيفية تطبيق تقنيات التحليل التنبئي للتوجهات المستقبلية.
- مناقشة أدوات جمع البيانات من وسائل التواصل الاجتماعي وتحليلها.
- تقديم استراتيجيات لتطوير قواعد بيانات فعالة لدعم العلاقات العامة.
- فهم كيفية استخدام البيانات لتحسين التفاعل مع الجمهور وتخصيص المحتوى.

الوحدة الخامسة: بناء السمعة المؤسسية في العصر الرقمي:

- تقديم استراتيجيات لتعزيز السمعة المؤسسية في بيئة تنافسية.
- مناقشة دور العلاقات العامة في تحسين صورة العلامة التجارية.
- استكشاف كيفية الاستجابة للتعليقات السلبية عبر الإنترنت.
- تعليم المشاركين كيفية بناء علاقات إيجابية مع وسائل الإعلام.
- مناقشة أهمية التفاعل المستمر مع الجمهور لبناء الثقة والمصداقية.
- استعراض أهمية تقييم السمعة المؤسسية بشكل دوري.
- تقديم استراتيجيات لتعزيز الالتزام الاجتماعي ودوره في تحسين السمعة.
- مناقشة كيفية قياس أثر استراتيجيات بناء السمعة باستخدام البيانات.
- استكشاف كيفية استخدام القصص الإيجابية لتعزيز السمعة عبر المنصات الرقمية.