MERCURY

ورشة عمل في الاستراتيجيات المعاصرة في إدارة العلاقات العامة وإدارة الازمات: متقدم

18 – 22 يوليو 2027

دبي (الإمارات العربية المتحدة)



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

MERCURY

ورشة عمل في الاستراتيجيات المعاصرة في إدارة العلاقات العامة وإدارة الازمات: متقدم

المرجع: 120678_146291 **التاريخ:** 18 – 22 يوليو 2027 **المكان:** دبي (الإمارات العربية المتحدة) **الرسوم:** 4600 Euro

مقدمة ورشة العمل:

تعتبر إدارة العلاقات العامة حجر الزاوية في بناء علاقات مهنية استراتيجية تعزز من سمعة المؤسسات وتنمي تفاعلها مع الجمهور. في ظل التغيرات المتسارعة في المجالات التقنية والإعلامية، أصبحت إدارة العلاقات العامة أكثر تعقيدًا وأهمية.

تهدف ورشة العمل في الاستراتيجيات المعاصرة في إدارة العلاقات العامة، إلى تسليط الضوء على أحدث الاستراتيجيات المعتمدة في العلاقات العامة، مع التركيز على الجوانب الأخلاقية والقانونية، وتكنولوجيا المعلومات، والتفاعل مع وسائل الإعلام الدولية. بالإضافة إلى ذلك، ستتم دراسة النقاط الست التي ابتكرها Frank J. Fkins لتخطيط البرامج، وأهمية العلاقات العامة في إدارة الأزمات.

ستكون هذه الورشة فرصة للمشاركين للتعرف على ممارسات العلاقات العامة المعاصرة في سياق عالمي، وكيفية تطبيق هذه الأساليب في مؤسساتهم. سنعتمد على دراسات حالة عملية وتمارين تفاعلية لضمان تعمق الفهم وتنمية المهارات المطلوبة. تهدف الورشة إلى تجهيز المشاركين بالأدوات اللازمة لتطوير استراتيجيات علاقات عامة فعّالة تتماشى مع التحديات المعاصرة.

الفئات المستهدفة:

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

أهداف ورشة العمل:

في نهاية ورشة عمل الاستراتيجيات المعاصرة في إدارة العلاقات العامة، سيكون المشاركون قادرين على:

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

- تحليل دور العلاقات العامة في المؤسسات المعاصرة وأثره في تحسين الصورة العامة.
- مراجعة الجوانب الأخلاقية والقانونية في مجال العلاقات العامة.
- دراسة المصادر الدولية للعلاقات العامة وأفضل الممارسات.
- التعرف على النقاط الست التي ابتكرها Frank J. Fkins لتخطيط برامج العلاقات العامة.
- مواكبة أحدث أساليب إدارة الأزمات وكيفية التعامل معها بفعالية.
- تطبيق استراتيجيات فعالة للتفاعل مع وسائل الإعلام الدولية.
- فهم استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحسين أداء العلاقات العامة.
- تحليل أهمية البروتوكول في العلاقات العامة وتنظيم الفعاليات.
- تخطيط استراتيجيات فعالة لعلاقات عامة ناجحة ومؤثرة.
- تطوير مهارات التعامل مع الأزمات الإعلامية وتحسين السمعة المؤسسية.

الكفاءات المستهدفة:

- تطوير استراتيجيات فعالة 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 نجاح مؤسسي من خلال علاقات عامة فعالة.
- تحسين سمعة المؤسسات من خلال استراتيجيات العلاقات العامة المدروسة.
- مواكبة التطورات العالمية في مجال العلاقات العامة على مستوى الشركات الكبرى.

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

MERCURY

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 القرون الأخيرة.
- الوظائف المختلفة للعلاقات العامة في تحسين سمعة المؤسسات.
- العلاقة بين الإعلام والعلاقات العامة ودورهما 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 السمعة.
- المبادئ الأساسية للأخلاقيات في العلاقات العامة.
- التحديات القانونية التي تواجه العلاقات العامة في بيئات العمل المختلفة.
- دور العلاقات العامة في تعزيز الشفافية ومصداقية 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 عالميًا.
- مصادر العلاقات العامة على المستوى الدولي وأفضل الممارسات.
- معايير العلاقات العامة في الدول الغربية والدول النامية.
- التكيف مع المتغيرات الثقافية والإعلامية في أسواق جديدة.
- الاستراتيجيات العالمية للعلاقات العامة في الشركات متعددة الجنسيات.
- التحديات التي تواجه العلاقات العامة في بيئات عالمية متنوعة.

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

الوحدة الرابعة: تخطيط برامج العلاقات العامة:

- النقاط الست التي ابتكرها Frank J. Fkins 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:

- إدارة الأزمات: المفهوم وأهمية التفاعل السريع.
- تخطيط مسبق للأزمات المحتملة وتحديد الاستجابة.
- التواصل مع الإعلام خلال الأزمات وإعداد التصريحات الصحفية.
- استراتيجيات حفظ السمعة المؤسسية في أثناء الأزمات.
- التأثير الذي يحدثه الإعلام على المؤسسات أثناء الأزمات.
- دراسات حالة: التعامل مع الأزمات الإعلامية في الواقع.

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

MERCURY

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.