MERCURY

قيادة التسويق والاتصال الاستراتيجي وإدارة السمعة والاتصال التنفيذي في عصر الذكاء الاصطناعي

19 – 23 أبريل 2027

برشلونة (إسبانيا)



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

MERCURY

قيادة التسويق والاتصال الاستراتيجي وإدارة السمعة والاتصال التنفيذي في عصر الذكاء الاصطناعي

المرجع: 178745_121542 **التاريخ:** 19 – 23 أبريل 2027 **المكان:** برشلونة (إسبانيا) **الرسوم:** Euro 6200

المقدمة:

في بيئة الأعمال الحديثة، لم يعد التسويق والاتصال مجرد وظائف تشغيلية تهدف إلى الترويج للمنتجات والخدمات، بل أصبحا عنصرين استراتيجيين مؤثرين في بناء السمعة المؤسسية، وتعزيز الثقة مع أصحاب المصلحة، وصناعة التأثير على المستويين المحلي والدولي. ويقع على عاتق قائد التسويق والاتصال مسؤولية صياغة الرؤية الاتصالية للمؤسسة، وقيادة المبادرات التسويقية المؤثرة، وإدارة الأزمات الإعلامية، والاستفادة من التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي لتعزيز الحضور المؤسسي وتحقيق الأهداف الاستراتيجية.

صُممت هذه الدورة المتقدمة لتطوير قدرات القيادات التنفيذية والمسؤولين عن التسويق والاتصال المؤسسي من خلال تزويدهم بأحدث الممارسات العالمية والنماذج القيادية التي تمكنهم من قيادة منظومة التسويق والاتصال بكفاءة عالية وتحقيق تأثير مستدام.

الفئات المستهدفة:

- قادة التسويق والاتصال المؤسسي.
- المدراء التنفيذيون ومدراء الإدارات.
- مدراء العلاقات العامة والإعلام.
- مسؤولو إدارة السمعة المؤسسية.
- المستشارون الاستراتيجيون.
- مسؤولو الاتصال الحكومي والمؤسسي.
- مدراء الشراكات والعلاقات الاستراتيجية.
- المرشحون للمناصب القيادية في التسويق والاتصال.

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

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

MERCURY

- فهم الدور الاستراتيجي لقائد التسويق والاتصال في المؤسسات الحديثة.
- بناء استراتيجيات تسويقية واتصالية متكاملة تدعم الأهداف المؤسسية.
- إدارة العلاقات التنفيذية مع أصحاب المصلحة بكفاءة واحترافية.
- تعزيز السمعة المؤسسية والوطنية وحمايتها من المخاطر المحتملة.
- تطوير خطط اتصال فعالة أثناء الأزمات والطوارئ.
- توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق والاتصال المؤسسي.
- التأثير على صناع القرار وبناء شبكات النفوذ المؤسسي.
- تخطيط وتنفيذ الزيارات القيادية الميدانية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية.

الكفاءات المستهدفة:

- القيادة الاستراتيجية.
- التفكير التحليلي وصناعة القرار.
- الاتصال التنفيذي المتقدم.
- إدارة العلاقات المؤسسية.
- إدارة السمعة والصورة الذهنية.
- إدارة الأزمات الإعلامية.
- التفاوض والتأثير.
- توظيف الذكاء الاصطناعي في الأعمال.
- التخطيط الاستراتيجي للزيارات والفعاليات القيادية.
- بناء الشراكات والعلاقات الاستراتيجية.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى، القيادة الاستراتيجية للتسويق والاتصال:

- التحول من الإدارة التشغيلية إلى القيادة الاستراتيجية.
- بناء الرؤية التسويقية والاتصالية طويلة المدى.
- مواءمة التسويق والاتصال مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.
- قيادة فرق التسويق والاتصال عالية الأداء.
- تطوير مؤشرات الأداء الاستراتيجية وقياس الأثر.
- بناء القيمة المؤسسية من خلال التسويق والاتصال.
- إدارة التغيير والتحول المؤسسي عبر الاتصال الفعال.
- النماذج العالمية للقيادة التسويقية الحديثة.

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

MERCURY

الوحدة الثانية، الاتصال التنفيذي وإدارة السمعة والتأثير المؤسسي:

- الاتصال التنفيذي مع أصحاب المصلحة الرئيسيين.
- تحليل أصحاب المصلحة وتصنيف مستويات التأثير والأهمية.
- تصميم الرسائل الاستراتيجية للفئات المختلفة.
- إدارة العلاقات مع القيادات العليا والجهات التنظيمية.
- إدارة السمعة الوطنية والمؤسسية وتعزيز الثقة.
- بناء الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة.
- مراقبة مؤشرات السمعة وتحليل الانطباعات العامة.
- التأثير على صناع القرار وصناعة المواقف الداعمة.
- استراتيجيات الإقناع والتأثير في البيئات التنفيذية.

الوحدة الثالثة، الاتصال وقت الأزمات وإدارة المخاطر الإعلامية:

- فهم طبيعة الأزمات الاتصالية ومراحل تطورها.
- بناء منظومة الاستعداد والجاهزية الإعلامية.
- إعداد خطط الاتصال وإدارة الأزمات.
- تشكيل فرق الاستجابة الإعلامية وإدارة الأدوار.
- تطوير الرسائل الإعلامية أثناء الأزمات.
- إدارة المؤتمرات والتصريحات الإعلامية الحرجة.
- التعامل مع الشائعات والمعلومات المضللة.
- استعادة الثقة المؤسسية بعد انتهاء الأزمة.
- تحليل الدروس المستفادة وتطوير خطط التحسين.

الوحدة الرابعة، الذكاء الاصطناعي في التسويق والاتصال:

- مستقبل التسويق والاتصال في عصر الذكاء الاصطناعي.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات والسلوك الجماهيري.
- تصميم الحملات التسويقية الذكية القائمة على البيانات.
- إنتاج المحتوى التسويقي والاتصالي باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.
- تحليل اتجاهات الرأي العام والتنبؤ بالمتغيرات المستقبلية.
- أتمتة عمليات الاتصال والتفاعل مع الجمهور.
- قياس الأداء وتحليل النتائج بشكل لحظي.
- الاعتبارات الأخلاقية وحوكمة استخدام الذكاء الاصطناعي.
- بناء استراتيجية رقمية متقدمة تدعم الأهداف المؤسسية.

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

MERCURY

الوحدة الخامسة، الزيارات القيادية الميدانية وبناء العلاقات الاستراتيجية:

- الدور الاستراتيجي للزيارات القيادية في تحقيق الأهداف المؤسسية.
- تخطيط الزيارات الميدانية وفق الأولويات الاستراتيجية.
- إعداد الرسائل والمحاور القيادية للزيارات.
- إدارة البروتوكول والاتصال خلال الزيارات الرسمية.
- بناء العلاقات والشراكات من خلال الزيارات الميدانية.
- توثيق المخرجات وتحويلها إلى فرص استراتيجية.
- قياس أثر الزيارات على السمعة والعلاقات المؤسسية.
- إعداد خطط المتابعة وتعظيم العائد من الزيارات.
- أفضل الممارسات العالمية في إدارة الزيارات القيادية.