



إدارة الحملات والفعاليات التوعوية وقياس أثرها المؤسسي والمجتمعي

29 نوفمبر – 3 ديسمبر 2026

دبي (الإمارات العربية المتحدة)



إدارة الحملات والفعاليات التوعوية وقياس أثرها المؤسسي والمجتمعي

المرجع: 121553_179209 التاريخ: 29 نوفمبر – 3 ديسمبر 2026 المكان: دبي (الإمارات العربية المتحدة) الرسوم: Euro 4600

المقدمة:

تعد إدارة الحملات والفعاليات التوعوية من المجالات الحيوية التي تسهم في تعزيز الوعي المجتمعي وتوجيه السلوكيات الإيجابية وتحقيق الأهداف المؤسسية والتنموية بكفاءة وفعالية. وتتطلب الحملات التوعوية الناجحة منهجية علمية تبدأ من تحديد الأهداف بدقة، وفهم الجمهور المستهدف، وصياغة الرسائل المؤثرة، وصولاً إلى تنفيذ الأنشطة وقياس أثرها وتطويرها بشكل مستمر. يركز هذا البرنامج التدريبي المتقدم على بناء القدرات المهنية للمشاركين في تصميم وإدارة وتنفيذ وتقييم الحملات والفعاليات التوعوية وفق أفضل الممارسات الحديثة والمعايير المهنية المعتمدة.

الفئات المستهدفة:

- مسؤولو التوعية والإعلام المؤسسي.
- مدراء ومنسقي الحملات المجتمعية.
- العاملون في العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- موظفو الجهات الحكومية والمنظمات غير الربحية.
- مشرفو المبادرات المجتمعية والبرامج التنموية.
- المختصون في إدارة الفعاليات والمناسبات.
- قادة الفرق والمشاريع التوعوية.
- الراغبون في تطوير مهاراتهم في مجال الحملات التوعوية.

الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على منهجيات إدارة الحملات والفعاليات التوعوية.
- اكتساب مهارات التخطيط الاستراتيجي للحملات التوعوية.
- تطوير القدرة على تحليل الجمهور المستهدف وتصنيفه.
- تعزيز مهارات بناء الرسائل التوعوية المؤثرة.
- إتقان اختيار القنوات والوسائل المناسبة للتواصل.
- تعلم آليات إعداد الخطط التنفيذية وإدارة الموارد.
- تطبيق أفضل الممارسات في تنفيذ الفعاليات والحملات.
- تطوير مهارات المتابعة والتقييم وقياس الأثر.
- تعزيز القدرة على التوثيق والتحسين المستمر للحملات.
- تحديد أهداف الحملات التوعوية وفق منهجيات قابلة للقياس.
- تحليل الفئات المستهدفة وبناء ملفات تعريف دقيقة لها.
- تصميم رسائل توعوية فعالة تتوافق مع خصائص الجمهور.
- اختيار القنوات الإعلامية والتوعوية الأكثر تأثيراً.
- إعداد خطط تنفيذية متكاملة للحملات والفعاليات.
- إدارة الموارد البشرية والمالية بكفاءة.
- تنفيذ الحملات وفق مؤشرات أداء واضحة.
- قياس أثر الحملة وتحليل النتائج والمؤشرات.
- إعداد تقارير توثيقية وتطويرية للحملات المستقبلية.

الكفاءات المستهدفة:

- التخطيط الاستراتيجي للحملات.
- إدارة الفعاليات التوعوية.
- تحليل الجمهور المستهدف.
- الاتصال والتأثير المجتمعي.
- إدارة الموارد والميزانيات.
- إدارة المخاطر التشغيلية.
- المتابعة والتقييم وقياس الأثر.
- إعداد التقارير والتوثيق.
- التحسين والتطوير المستمر.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى، التخطيط الاستراتيجي للحملات التوعوية:

- مفهوم الحملات والفعاليات التوعوية وأهميتها المؤسسية.
- تحديد الهدف الاستراتيجي والتشغيلي للحملة.
- بناء الأهداف الذكية SMART للحملات التوعوية.
- موازنة أهداف الحملة مع التوجهات المؤسسية.
- تحديد النتائج المتوقعة ومؤشرات النجاح.
- تحليل الواقع والمشكلة المراد معالجتها.
- تحديد الأولويات والقضايا التوعوية.
- تحليل البيئة الداخلية والخارجية للحملة.
- دراسة الفرص والتحديات والمخاطر المحتملة.

الوحدة الثانية، تحليل الجمهور وصياغة الرسائل التوعوية:

- تحديد الجمهور المستهدف الرئيسي والثانوي.
- تقسيم الجمهور إلى شرائح وفئات مؤثرة.
- دراسة الخصائص الديموغرافية والسلوكية.
- تحليل الاحتياجات والتوقعات والدوافع.
- تحديد مستويات المعرفة والوعي الحالية.
- صياغة الرسالة التوعوية المؤثرة.
- بناء الرسائل وفق خصائص كل فئة مستهدفة.
- توظيف أساليب الإقناع والتأثير السلوكي.
- تصميم الشعارات والرسائل الرئيسية الداعمة.
- اختبار فعالية الرسائل قبل إطلاق الحملة.

الوحدة الثالثة، اختيار القنوات وإعداد الخطة التنفيذية:

- اختيار الوسائل والقنوات المناسبة للحملة.
- المفاضلة بين القنوات التقليدية والرقمية.
- إدارة التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- توظيف الإعلام والشراكات المجتمعية.
- إعداد الخطة التنفيذية للحملة.
- تحديد الأنشطة والمبادرات التوعوية.
- إعداد الجدول الزمني ومراحل التنفيذ.
- توزيع الأدوار والمسؤوليات بين فرق العمل.
- تحديد مؤشرات الأداء التشغيلية.
- إعداد خطط الطوارئ وإدارة المخاطر.

الوحدة الرابعة، إدارة الموارد وتنفيذ الحملات والفعاليات:

- تجهيز الموارد البشرية والفنية واللوجستية.
- إعداد الميزانية التقديرية للحملة.
- إدارة التكاليف وضبط المصروفات.
- إدارة الموردين والشركاء الداعمين.
- تنظيم الفعاليات المصاحبة للحملة.
- تنفيذ الأنشطة الميدانية والإلكترونية.
- إدارة فرق العمل أثناء التنفيذ.
- معالجة التحديات والمواقف الطارئة.
- ضمان جودة التنفيذ وتحقيق المستهدفات.
- تعزيز مشاركة الجمهور والتفاعل مع الأنشطة.

الوحدة الخامسة، المتابعة والتقييم والتوثيق والتطوير:

- متابعة سير تنفيذ الحملة بشكل مستمر.
- قياس مؤشرات الأداء الرئيسية KPI's.
- تقييم مدى تحقيق الأهداف والنتائج.
- قياس الأثر المجتمعي والتغييرات السلوكية.
- جمع البيانات وتحليلها وإعداد المؤشرات.
- إعداد التقارير الختامية للحملة.
- توثيق الدروس المستفادة وأفضل الممارسات.
- تحليل نقاط القوة وفرص التحسين.
- تطوير الحملات المستقبلية بناءً على النتائج.
- بناء منظومة التحسين المستمر للحملات والفعاليات التوعوية.