MERCURY

الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة والإعلام

29 نوفمبر – 3 ديسمبر 2026

أونلاين



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

MERCURY

الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامـة والإعلام

المرجع: 183682_120020 **التاريخ:** 29 نوفمبر – 3 ديسمبر 2026 **المكان:** أونلاين **الرسوم:** Euro 1900

المقدمة:

في عالم مليء بالتنافس السريع والتغيرات المتلاحقة، أصبحت العلاقات العامة والإعلام ركائز أساسية لنجاح المؤسسات في مختلف القطاعات. إن بناء صورة إيجابية للمؤسسة يتطلب اعتماد استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة التي تتماشى مع الاتجاهات العالمية وأساليب الإعلام الحديث. لم يعد الإعلام يقتصر على القنوات التقليدية، بل أصبح الإعلام الرقمي واستراتيجياته يلعبان دوراً محورياً في تحسين صورة الشركة إعلامياً والتواصل الإعلامي الاحترافي مع الجمهور.

تسعى دورة الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامـة والإعلام، إلى تزويد المشاركين بأدوات عملية لتخطيط الحملات الإعلامية وتصميم استراتيجيات الإعلام بما يعزز التفاعل مع الجمهور. تهدف إلى تمكين المتدربين من إتقان استراتيجيات التسويق الإعلامي ورفع مستوى التسويق عبر العلاقات العامة بما يحقق أهداف مؤسساتهم. تتيح فهماً متقدماً لإدارة العلاقات العامة للشركات، وإدارة الأزمات الإعلامية، واستراتيجيات إدارة السمعة في عصر مليء بالتحديات.

كما تقدم هذه الدورة التدريبية في الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامـة والإعلام، للمهنيين رؤى متعمقة في تطوير استراتيجيات الإعلام والتعامل مع الاتجاهات الحديثة في الإعلام. إنها رحلة شاملة تربط بين النظرية والتطبيق العملي، حيث تمنح هذه الدورة التدريبية للمشاركين القدرة على صياغة خطط متكاملة وإدارة مشاريع إعلامية مؤثرة. ومن خلال تدريب العلاقات العامة والإعلام، سيتمكن المشاركون من تحويل الأفكار إلى استراتيجيات واقعية قابلة للتنفيذ.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامـة والإعلام، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء العلاقات العامة ومدراء الإعلام.
- أخصائيو التسويق عبر العلاقات العامة والإعلام الرقمي.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات.
- الصحفيون والمحررون والمدونون.
- العاملون في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية.
- مسؤولو الاتصال المؤسسي.
- المستشارون في استراتيجيات إدارة السمعة.
- المهتمون بتطوير استراتيجيات الإعلام.
- مدربو العلاقات العامة والإعلام الاحترافية.

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

- طلبة وخريجو الإعلام والاتصال.

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامـة والإعلام:

- صياغة استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة.
- تطبيق مهارات العلاقات العامة والإعلام بفاعلية.
- تصميم استراتيجيات الإعلام بما يحقق أهداف المؤسسات.
- إدارة الأزمات الإعلامية بكفاءة عالية.
- تعزيز قدرات الاتصال المؤسسي.
- تحليل البيانات الإعلامية واتخاذ قرارات استراتيجية.
- تطوير مهارات التسويق عبر العلاقات العامة.
- تحسين صورة الشركة إعلامياً.
- التعامل مع الإعلام الرقمي واستراتيجياته باحترافية.
- ابتكار أساليب الإعلام الحديث لرفع التفاعل.

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامـة والإعلام، سيكون المشاركون قادرين على:

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

- تعريف المتدربين بأسس العلاقات العامة المؤسسية الحديثة.
- تحليل أهمية الإعلام الرقمي واستراتيجياته في بناء الصورة الذهنية.
- صياغة استراتيجيات علاقات عامة فعالة لتحقيق أهداف المؤسسات.
- تطوير القدرة على تخطيط الحملات الإعلامية بشكل منهجي.
- تطبيق أساليب الإعلام الحديث في التسويق الإعلامي المؤثر.
- تقييم وتفسير نتائج حملات التسويق عبر العلاقات العامة.
- ممارسة مهارات التواصل الإعلامي الاحترافي مع مختلف الشرائح.
- تصميم استراتيجيات الإعلام لرفع مستوى التفاعل مع الجمهور.
- استخدام أدوات قياس دقيقة لتحسين صورة الشركة إعلامياً.
- التنبؤ بالتحديات المحتملة وإعداد خطط استباقية لإدارة الأزمات الإعلامية.
- تطوير قدرات على إدارة العلاقات العامة للشركات في بيئات تنافسية.
- ابتكار حلول عملية لاستراتيجيات إدارة السمعة المؤسسية.
- إعداد المتدربين لتبني الاتجاهات الحديثة في الإعلام والعلاقات العامة الاحترافية.
- دمج التطبيقات النظرية والعملية عبر دراسة حالات وسيناريوهات حقيقية.
- تمكين المتدربين من تحويل المعرفة إلى أداء فعال يحقق الاستدامة المؤسسية.

دراسة سيناريوهات:

في تدريب الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامـة والإعلام، سيطور المشاركون قدراتهم من خلال دراسة السيناريوهات التالية:

- مؤسسة تتعرض لأزمة إعلامية مفاجئة وتحتاج لاستعادة سمعتها.
- شركة ناشئة تسعى لتصميم استراتيجيات الإعلام لزيادة الوعي بعلامتها.
- منظمة غير ربحية تخطط لإطلاق حملة تسويق عبر العلاقات العامة.
- مؤسسة كبرى تواجه تحديات في إدارة العلاقات العامة للشركات داخلياً وخارجياً.
- فريق إعلامي يسعى لاستخدام الاتجاهات الحديثة في الإعلام الرقمي.
- مؤسسة تواجه أخباراً زائفة وتبحث عن أساليب الإعلام الحديث للتصدي لها.
- شركة عالمية تضع خطة لإدارة الأزمات الإعلامية المحتملة.
- مؤسسة حكومية تعمل على تحسين صورة الشركة إعلامياً أمام الجمهور.
- فريق اتصال مؤسسي يحتاج لإستراتيجيات التسويق الإعلامي لزيادة الثقة.
- منظمة دولية تعتمد على الإعلام والعلاقات العامة الاحترافية لدعم رسالتها.

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

MERCURY

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: مفهوم العلاقات العامة والإعلام في العصر الحديث:

- تعريف العلاقات العامة المؤسسية الحديثة.
- التطور التاريخي للعلاقات العامة والإعلام.
- دور الإعلام الرقمي واستراتيجياته في بيئة الاتصال الحديثة.
- الفرق بين العلاقات العامة التقليدية والعلاقات العامة الاحترافية.
- استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة وأثرها على تحسين صورة الشركة إعلامياً.
- الاتجاهات الحديثة في الإعلام والتأثير على المؤسسات.
- تصميم استراتيجيات الإعلام للتفاعل مع الجمهور.
- استخدام أساليب الإعلام الحديث في الاتصال المؤسسي.
- العلاقة بين الإعلام والعلاقات العامة الاحترافية.
- أهمية التواصل الإعلامي الاحترافي في نجاح المؤسسات.

الوحدة الثانية: تخطيط الحملات الإعلامية واستراتيجيات العلاقات العامة الحديثة:

- مبادئ تخطيط الحملات الإعلامية.
- تحديد الأهداف الإعلامية واستراتيجيات التسويق الإعلامي.
- استخدام أدوات التسويق عبر العلاقات العامة.
- تطوير استراتيجيات الإعلام لزيادة التأثير المؤسسي.
- التواصل الإعلامي الاحترافي مع الجمهور المستهدف.
- أساليب الإعلام الحديث في دعم الحملات الإعلامية.
- دور الإعلام الرقمي واستراتيجياته في التسويق المؤسسي.
- بناء خطط لتحسين صورة الشركة إعلامياً.
- إدارة العلاقات العامة للشركات أثناء الحملات.
- الاتجاهات الحديثة في الإعلام ودورها في الحملات.
- تقييم نتائج استراتيجيات التسويق الإعلامي.
- دراسة حالات تطبيقية في تصميم استراتيجيات الإعلام.

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

MERCURY

الوحدة الثالثة: إدارة الأزمات الإعلامية واستراتيجيات إدارة السمعة:

- تعريف الأزمة الإعلامية وأسبابها.
- خطوات إعداد خطة لإدارة الأزمات الإعلامية.
- استراتيجيات إدارة السمعة المؤسسية.
- دور الإعلام والعلاقات العامة الاحترافية في التعامل مع الأزمات.
- أدوات الإعلام الرقمي واستراتيجياته في الاستجابة السريعة.
- تحسين صورة الشركة إعلامياً بعد الأزمة.
- تحليل دراسات حالة في إدارة الأزمات الإعلامية.
- صياغة خطط استباقية للأزمات المستقبلية.
- استخدام أساليب الإعلام الحديث في استعادة الثقة.
- تطوير استراتيجيات الإعلام للتعامل مع الأزمات طويلة الأمد.
- الربط بين إدارة العلاقات العامة للشركات والأزمات.
- تقييم الأداء المؤسسي بعد إدارة الأزمة.

الوحدة الرابعة: تقييم وتحليل تأثير الحملات الإعلامية والعلاقات العامة:

- مفهوم قياس نتائج العلاقات العامة والإعلام.
- أدوات تحليل الحملات الإعلامية.
- استخدام البيانات والإحصاءات لقياس الأداء.
- تقييم استراتيجيات التسويق الإعلامي.
- تطوير مؤشرات لقياس تحسين صورة الشركة إعلامياً.
- قياس أثر الإعلام الرقمي واستراتيجياته على الجمهور.
- تحليل اتجاهات الجمهور تجاه الحملات.
- تقدير أثر الحملات على السمعة المؤسسية.
- الربط بين الأهداف المؤسسية والنتائج الإعلامية.
- دراسة حالات حول تقييم الحملات.
- دور التحليل في تطوير استراتيجيات الإعلام المستقبلية.
- تقديم تقارير احترافية عن الأداء الإعلامي.

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

MERCURY

الوحدة الخامسة: الاتجاهات الحديثة في الإعلام والعلاقات العامة:

- أحدث الاتجاهات الحديثة في الإعلام الرقمي.
- دور الإعلام الاجتماعي في تطوير استراتيجيات الإعلام.
- التعامل مع الأخبار الزائفة باستخدام أساليب الإعلام الحديث.
- تأثير الإعلام والعلاقات العامة الاحترافية في بناء الثقة.
- استراتيجيات الإعلام والعلاقات العامة على المستوى الدولي.
- تطبيق الاتجاهات الحديثة في الإعلام لزيادة التأثير المؤسسي.
- الابتكار في استراتيجيات التسويق الإعلامي.
- دمج تقنيات الإعلام الرقمي في الحملات المؤسسية.
- دراسة مستقبل العلاقات العامة المؤسسية الحديثة.
- إعداد خطط تدريب العلاقات العامة والإعلام للمؤسسات.
- بناء قدرات المهنيين في التواصل الإعلامي الاحترافي.
- تطوير استراتيجيات الإعلام لمواكبة التحولات المستقبلية.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تشكل هذه الدورة إطاراً شاملاً لفهم وتطبيق الاستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة والإعلام. فهي تمكّن المشاركين من الجمع بين الأسس النظرية والتطبيقات العملية. كما توفر الأدوات اللازمة لتخطيط الحملات الإعلامية وإدارة السمعة بكفاءة عالية. توصي الدورة بضرورة دمج الإعلام الرقمي واستراتيجياته في جميع جوانب الاتصال المؤسسي. وأخيراً، فهي تدعو إلى اعتماد الابتكار المستمر لمواكبة الاتجاهات الحديثة في الإعلام.