MERCURY

مؤتمر حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ

5 – 9 يوليو 2027

روما (إيطاليا)

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

MERCURY

مؤتمر حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ

المرجع: 186641_815 **التاريخ:** 5 – 9 يوليو 2027 **المكان:** روما (إيطاليا) **الرسوم:** Euro 6200

مقدمة:

في ظل التحديات المتزايدة التي تواجهها المؤسسات الحديثة، أصبحت حملات العلاقات العامة المؤسسية ضرورة استراتيجية لا غنى عنها. فنجاح أي مؤسسة يعتمد بدرجة كبيرة على صورتها الذهنية لدى الجمهور الداخلي والخارجي. يهدف المؤتمر التدريبي في حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ، إلى بناء قدرات المشاركين في تخطيط الحملات الإعلامية وتنفيذها بفعالية، بدءًا من إعداد الاستراتيجية وانتهاءً بقياس الأثر. يتناول الأسس النظرية والتطبيقية لـ إدارة العلاقات العامة، من خلال تقديم نماذج ناجحة وأفضل الممارسات المعتمدة دوليًا.

يُعزز المؤتمر التدريبي في إتقان حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ، الفهم المتكامل لأدوار العلاقات العامة في دعم الإدارة الاستراتيجية للمؤسسات. سيتعرف المشاركون على أنواع العلاقات العامة المختلفة والفرق بين العلاقات العامة الداخلية والخارجية، وسيتدربون على كيفية تصميم استراتيجية علاقات عامة ناجحة تعكس هوية المؤسسة وتخدم أهدافها. سيتم تسليط الضوء على تأثير العلاقات العامة على صورة المؤسسة وسمعتها، مع التركيز على المهارات العملية المطلوبة لإدارة الأزمات والتعامل مع وسائل الإعلام.

يُعد مؤتمر حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ، منصة تفاعلية تهدف إلى تبادل الخبرات وتعزيز التميز في تنفيذ الحملات الإعلامية. التركيز سيكون على خطوات تنفيذ حملات العلاقات العامة باستخدام أدوات حديثة وفعّالة. ويُعالج هذا المؤتمر الفجوة بين النظرية والتطبيق من خلال ورش تطبيقية وعروض دراسات حالة. في النهاية، يُمكن للمشاركين الانطلاق بحملات فعّالة تُحدث فرقًا ملموسًا في مؤسساتهم.

الفئات المستهدفة:

يستهدف مؤتمر حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

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

- موظفو إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والخاصة.
- خبراء الاتصال المؤسسي والمستشارون الإعلاميون.
- مسؤولو تطوير الصورة المؤسسية والهوية البصرية.
- مسؤولو المحتوى الإعلامي والتواصل مع وسائل الإعلام.
- مسؤولو التسويق المهتمون بالعلاقات العامة.
- صنّاع القرار والإداريون المعنيون بالهوية المؤسسية.
- العاملون في إدارات الاتصال الخارجي أو الاتصال الداخلي.
- المهتمون بإطلاق حملات إعلامية استراتيجية فعالة.
- من يسعون لفهم أعمق لـ أسس العلاقات العامة ومهاراتها العملية.
- كل من يرغب في تطوير مهاراته في مهارات إدارة العلاقات العامة المؤسسية.

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ:

- الكفاءة في تخطيط الحملات الإعلامية وتحليل الجمهور.
- القدرة على إعداد وتنفيذ استراتيجية متكاملة للعلاقات العامة.
- مهارة القيادة والتوجيه الفعال داخل فرق العلاقات العامة.
- الكفاءة في التعامل مع الإعلام أثناء الأزمات.
- مهارة التقييم والتحليل لنتائج الحملات الإعلامية.
- التميز في التواصل المؤسسي والكتابة الإعلامية المقنعة.
- مهارة بناء الصورة الذهنية والهوية المؤسسية.
- تطوير أسس العلاقات العامة واستيعاب استراتيجياتها.
- القدرة على إدارة العلاقات مع الأطراف الداخلية والخارجية بفعالية.

أهداف المؤتمر التدريبي:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ، سيكون المشاركون قادرين على:

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

- فهم المفاهيم الأساسية لـ العلاقات العامة المؤسسية ودورها في تحقيق أهداف المؤسسة.
- التمييز بين العلاقات العامة والإعلان من حيث الأهداف والأساليب والتأثير.
- تحليل الجمهور المستهدف وصياغة رسائل موجهة وواضحة ضمن الحملة.
- تخطيط حملات إعلامية متكاملة وفقاً لأفضل الممارسات التنظيمية.
- صياغة خطة علاقات عامة تتضمن الأهداف، الاستراتيجية، الرسائل والجدول الزمني.
- تنفيذ الحملات الإعلامية بفعالية مع توزيع المهام والموارد.
- استخدام أدوات التحليل الاستراتيجي مثل تحليل SWOT في تخطيط الحملة.
- تطبيق مهارات التواصل الإعلامي في مواجهة الأزمات.
- تقييم أثر الحملة باستخدام مؤشرات قياس محددة وقابلة للتحقق.
- تحسين صورة المؤسسة من خلال إدارة السمعة والصورة الذهنية.
- تطوير القدرات في تصميم استراتيجية علاقات عامة ناجحة تراعي البيئة الداخلية والخارجية.
- مقارنة النتائج بالأهداف وتقديم تقارير توثيقية تعزز من فرص التحسين المستمر.
- تحديد الفرق بين العلاقات العامة الداخلية والخارجية ودورهما التكميلي.
- توظيف أساليب تقييم الأداء لقياس فعالية العلاقات العامة بشكل علمي.
- تعزيز مهارات القيادة والابتكار في تنفيذ حملات العلاقات العامة.

محتوى المؤتمر التدريبي:

الوحدة الأولى: نظرة عامة على مفاهيم العلاقات العامة:

- تعريف العلاقات العامة ومجالاتها الحديثة.
- الفرق بين العلاقات العامة والإعلان.
- مكونات حملة علاقات عامة فعالة.
- أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين.
- العلاقة بين العلاقات العامة والصورة المؤسسية.
- دور العلاقات العامة في الإدارة الحديثة.
- التطورات الحديثة في استراتيجيات العلاقات العامة.
- الفرق بين العلاقات العامة التقليدية والرقمية.
- أهمية العلاقات العامة في بناء الثقة.
- أنواع العلاقات العامة وأهداف كل نوع.

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

MERCURY

الوحدة الثانية: تخطيط وتنفيذ حملات العلاقات العامة:

- خطوات كيفية تخطيط حملات العلاقات العامة.
- تحديد الهدف العام للحملة الإعلامية.
- تحليل البيئة الداخلية والخارجية باستخدام SWOT.
- تحديد الفئة المستهدفة بدقة ووضوح.
- صياغة الرسائل الرئيسية بشكل احترافي.
- اختيار القنوات والوسائل المناسبة للتنفيذ.
- وضع الجداول الزمنية وتحديد الموارد المطلوبة.
- توزيع المسؤوليات داخل فريق العمل.
- إعداد ميزانية الحملة وتقدير التكاليف.
- ربط أهداف العلاقات العامة مع أهداف المؤسسة.
- خطة الطوارئ للحملات في حالات الطوارئ.
- متابعة التنفيذ وإعداد تقارير الأداء المرحلية.

الوحدة الثالثة: العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية:

- الربط بين العلاقات العامة والإدارة الاستراتيجية.
- مساهمة العلاقات العامة في دعم رؤية المؤسسة.
- تصميم استراتيجية علاقات عامة ناجحة تدعم أهداف المؤسسة.
- أدوات تحليل البيئة الداخلية والخارجية.
- تكامل العلاقات العامة مع وظائف التسويق والإدارة.
- بناء علاقات طويلة الأمد مع أصحاب المصلحة.
- التعامل مع القضايا الإدارية ذات الأثر الإعلامي.
- تقنيات الإنصات الاستراتيجي للجمهور.
- صياغة سياسات إعلامية متكاملة للمؤسسة.
- استخدام العلاقات العامة لتسهيل التغيير التنظيمي.

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

MERCURY

الوحدة الرابعة: العلاقات العامة وإدارة الأزمات:

- تعريف أنواع الأزمات التي تواجه المؤسسات.
- خطوات تنفيذ حملات العلاقات العامة أثناء الأزمات.
- مبادئ العلاقات العامة وقت الكارثة الكشف - المساءلة - الشفافية.
- إعداد خطة إعلامية للطوارئ.
- تدريب المتحدثين الرسميين وتحديد المهام.
- بناء الثقة واستعادة السمعة المؤسسية.
- دور وسائط العلاقات العامة في احتواء الأزمة.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الطوارئ.
- أساليب الرد على الشائعات والمعلومات المضللة.
- تقييم فاعلية إدارة الأزمة وتوثيق الدروس المستفادة.

الوحدة الخامسة: تقييم وقياس فاعلية العلاقات العامة:

- مراحل إعداد وتنفيذ حملة علاقات عامة فعالة.
- مؤشرات القياس: المخرجات، النتائج، الأثر.
- استخدام أدوات تحليل الأداء وتفسير البيانات.
- مقارنة الأهداف المحققة بالأهداف الموضوعة.
- استخدام مؤشرات التعرض والإنتاج الإعلامي.
- معالجة جوانب ضعف أساليب التقييم التقليدية.
- استخدام التقارير التحليلية لصياغة حملات مستقبلية.
- العلاقة بين التقييم والتطوير المستمر.
- إعداد تقارير قياس الأداء للجهات العليا.
- التكامل بين التقييم الاستراتيجي والعمليات التشغيلية.

خلاصة وتوصيات المؤتمر:

يمثل هذا المؤتمر منصة شاملة لتأهيل المشاركين في حملات العلاقات العامة المؤسسية، بدءًا من التخطيط وحتى التنفيذ والتقييم. تم التركيز على مفاهيم حديثة ومهارات تطبيقية تدعم بناء صورة مؤسسية إيجابية ومستدامة. أوصى البرنامج بضرورة دمج العلاقات العامة في الخطط الاستراتيجية للمؤسسة، وتعزيز مهارات التفاعل الإعلامي والأزمات. ينبغي للمشاركين الاستمرار في تحديث معارفهم ومهاراتهم لمواكبة تطور أدوات الاتصال والعلاقات العامة الرقمية. كما يُنصح بتطبيق ما تم تعلمه على حملات واقعية داخل مؤسساتهم لتحقيق أفضل النتائج وأعلى درجات التأثير المؤسسي.