MERCURY

استراتيجيات الإعلام والتواصل المؤسسي

28 يونيو – 2 يوليو 2027

بوسطن (الولايات المتحدة الامريكية)



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

MERCURY

استراتيجيات الإعلام والتواصل المؤسسي

المرجع: 187975_120754 **التاريخ:** 28 يونيو – 2 يوليو 2027 **المكان:** بوسطن (الولايات المتحدة الامريكية) **الرسوم:** Euro 7500

المقدمة:

في عالم الأعمال اليوم، تعتبر استراتيجيات الإعلام والتواصل المؤسسي من العناصر الأساسية لتحقيق النجاح والاستدامة. تتيح هذه الدورة للمشاركين فهم العوامل المؤثرة في بناء صورة إيجابية للمؤسسة وتعزيز علاقاتها مع الجمهور المستهدف. من خلال التعرف على أسس وأدوات الإعلام الفعّال وتطبيقات التواصل الحديث، سيتمكن المتدربون من تطوير مهاراتهم في إدارة الأزمات، وصياغة الرسائل المؤسسية المؤثرة، وتوجيه الرأي العام بفعالية. تهدف الدورة إلى تزويد المشاركين بالمعرفة الضرورية لتصميم وتنفيذ خطط الإعلام والتواصل التي تدعم أهداف المؤسسة وتساهم في تعزيز سمعتها في السوق التنافسية.

الفئات المستهدفة:

- مدراء الإعلام والتواصل المؤسسي.
- مسؤولو العلاقات العامة.
- موظفو التسويق والإعلان.
- مدراء الموارد البشرية.
- القادة التنفيذيين وأصحاب القرار.
- المستشارون في مجال الاتصالات والإعلام.
- الراغبون في تطوير مهاراتهم في مجال التواصل المؤسسي.

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

- تمكين المشاركين من تطوير استراتيجيات إعلامية فعالة تدعم أهداف المؤسسة وتعزيز سمعتها.
- تعزيز مهارات المشاركين في إدارة الأزمات الإعلامية والتواصل بفعالية مع الجمهور.
- تحسين قدرة المشاركين على صياغة رسائل إعلامية مؤثرة تلبي احتياجات الجمهور المستهدف.
- تمكين المشاركين من بناء وإدارة علاقات قوية مع وسائل الإعلام المختلفة.
- تعزيز مهارات المشاركين في تحليل وتقييم حملات الإعلام والتواصل لزيادة فعاليتها.
- تعليم المشاركين كيفية استخدام أدوات التواصل الحديثة لتعزيز التفاعل مع الجمهور.
- تطوير مهارات المشاركين في الكتابة الإعلامية وإعداد المحتوى الذي يعزز صورة المؤسسة.
- تمكين المشاركين من تخطيط وتنفيذ حملات إعلانية وعلاقات عامة ناجحة.
- تدريب المشاركين على كيفية توجيه الرأي العام ودعمه لتحقيق أهداف المؤسسة.
- تعزيز قدرة المشاركين على بناء سمعة إيجابية ومتميزة للمؤسسة في السوق التنافسية.

الكفاءات المستهدفة:

- التخطيط الاستراتيجي للإعلام والتواصل.
- إدارة الأزمات الإعلامية.
- تطوير الرسائل الإعلامية المؤثرة.
- بناء وإدارة العلاقات مع وسائل الإعلام.
- تحليل وتقييم حملات الإعلام والتواصل.
- استخدام أدوات التواصل الحديثة.
- تعزيز سمعة المؤسسة وصورتها العامة.
- توجيه الرأي العام ودعمه.
- مهارات الكتابة الإعلامية الفعالة.
- إدارة الحملات الإعلانية والعلاقات العامة.

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

MERCURY

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: أسس الإعلام والتواصل المؤسسي:

- تعريف الإعلام المؤسسي وأهميته في العصر الحديث.
- استعراض المفاهيم الأساسية للتواصل المؤسسي.
- دراسة دور الإعلام في بناء الصورة العامة للمؤسسة.
- فهم كيفية تأثير الإعلام على الجمهور الداخلي والخارجي.
- تحليل الفرق بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي.

الوحدة الثانية: استراتيجيات بناء العلاقات الإعلامية:

- كيفية تطوير علاقات فعّالة مع وسائل الإعلام المختلفة.
- استراتيجيات التعامل مع الصحفيين والمحررين.
- أهمية بناء شبكة من العلاقات الإعلامية الداعمة.
- كيفية إعداد بيانات صحفية مقنعة وفعالة.
- استخدام الأدوات الرقمية لتعزيز التواصل مع وسائل الإعلام.

الوحدة الثالثة: إدارة الأزمات الإعلامية:

- فهم مفهوم الأزمات الإعلامية وأهميتها.
- استراتيجيات التنبؤ والاستعداد للأزمات الإعلامية.
- كيفية صياغة رسائل إعلامية سريعة وفعالة أثناء الأزمات.
- دراسة حالات عملية إدارة الأزمات الإعلامية الناجحة.
- تقنيات استعادة الثقة وبناء الصورة الإيجابية بعد الأزمة.

الوحدة الرابعة: تطوير الرسائل الإعلامية:

- كيفية تحديد الجمهور المستهدف وتجزئته.
- استراتيجيات صياغة الرسائل الإعلامية المؤثرة.
- استخدام القنوات المناسبة لنقل الرسائل الإعلامية.
- تحليل ردود الفعل على الرسائل الإعلامية وتعديلها حسب الحاجة.
- دراسة أمثلة على رسائل إعلامية ناجحة في مؤسسات مختلفة.

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

MERCURY

الوحدة الخامسة: تقييم وتحليل حملات الإعلام والتواصل:

- أهمية تقييم الحملات الإعلامية ودوره في تحسين الأداء.
- استخدام الأدوات والتقنيات لتحليل فعالية الحملات.
- كيفية قياس تأثير الحملات الإعلامية على سمعة المؤسسة.
- استراتيجيات تحسين الحملات بناءً على التحليل والتقييم.
- دراسة أمثلة على حملات إعلامية تم تقييمها بنجاح.