MERCURY

استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي والعلاقات العامة

3 – 7 يناير 2027

المنامة (البحرين)



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

MERCURY

استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي والعلاقات العامة

المرجع: 120722_189544 **التاريخ:** 3 – 7 يناير 2027 **المكان:** المنامة (البحرين) **الرسوم:** Euro 4900

المقدمة:

تعد إدارة العلاقات العامة ووسائل الإعلام الاجتماعية أدوات حيوية لتعزيز هوية المؤسسة وتحسين صورتها الاجتماعية. في هذه الدورة التدريبية، ستتعرف على كيفية تحقيق ذلك من خلال تطوير استراتيجيات فعالة وتنفيذها بشكل ملموس، تهدف هذه الدورة التدريبية إلى تطوير مهارات إدارة العلاقات العامة ووسائل الإعلام الاجتماعية، هذه الدورة ستمكن المشاركين من تطبيق المفاهيم والمهارات المكتسبة بفعالية في سياق عملهم لتحسين صورة المؤسسة وتحقيق أهدافها بنجاح.

الفئات المستهدفة:

- مسؤولي التسويق والاتصالات.
- أصحاب الشركات والمديرين التنفيذيين.
- المسؤولين عن وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات.
- مسؤولي الاتصالات الاجتماعية.
- المسؤولين عن إدارة المحتوى الرقمي.
- المسؤولين عن الإعلان والترويج.

الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم أهمية حماية صورة المؤسسة وتعزيزها.
- اكتساب المهارات اللازمة لتحسين العلاقات مع وسائل الإعلام.
- تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة وسائل الإعلام الاجتماعية.
- اكتساب المهارات اللازمة لكتابة وتحرير التقارير الإعلامية.
- فهم أساسيات تحليل وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقها على أنشطة التسويق.
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية لحملات وسائل التواصل الاجتماعي.
- تطوير استراتيجيات كتابة المحتوى المناسبة لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي.

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

MERCURY

الكفاءات المستهدفة:

- القدرة على تحليل السياق الإعلامي وتحديد احتياجات المؤسسة.
- مهارات التواصل الفعّال وبناء العلاقات.
- القدرة على تطوير استراتيجيات إعلامية ملائمة لأهداف المؤسسة.
- مهارات التحليل والتقييم لقياس فاعلية الحملات الإعلامية.
- القدرة على إدارة الوقت والموارد بشكل فعّال.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى، حماية المؤسسة وتعزيز صورتها الاجتماعية وتحديد مؤشرات الأداء الرئيسية لحملات وسائل التواصل الاجتماعي:

- تحديد أهداف واضحة لحملات وسائل التواصل الاجتماعي.
- اختيار المؤشرات الرئيسية لقياس أداء الحملات.
- تحليل البيانات وتقديم التقارير الدورية لتقييم الأداء واتخاذ الإجراءات التصحيحية.
- أهمية حماية صورة المؤسسة.
- كيفية التعامل مع الأزمات والتحكم بالأضرار.
- بناء العلاقات الإيجابية مع الجمهور والمجتمع.

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

MERCURY

الوحدة الثانية، تعزيز علاقات العمل وتصميم وتنفيذ الحسابات في وسائل التواصل الاجتماعي واستراتيجياتها لموائمة احتياجات وأهداف المؤسسة:

- اختيار المنصات الاجتماعية المناسبة للمؤسسة.
- تطوير استراتيجيات لإنشاء وإدارة الحسابات بشكل فعّال.
- تنفيذ حملات إعلانية مستهدفة لزيادة الوعي والتفاعل.
- دور العلاقات العامة في بناء علاقات جيدة مع وسائل الإعلام.
- تطوير استراتيجيات لجذب اهتمام وسائل الإعلام بالمؤسسة.
- تحليل أنماط التغطية الإعلامية وتوجيه الرسائل بشكل فعّال.

الوحدة الثالثة، تحسين نظام التواصل الاجتماعي لتعزيز فاعلية التواصل:

- تحليل الأداء الحالي لوسائل التواصل الاجتماعي للمؤسسة.
- تطوير خطة استراتيجية لتحسين التواصل وزيادة التفاعل.
- مراقبة وتحليل البيانات لتقييم فعالية الحملات عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الوحدة الرابعة، كتابة وتحرير التقارير الإعلامية والصحفية وتطوير استراتيجية كتابة المحتوى في جميع منصات وسائل التواصل الاجتماعي:

- فهم أسس كتابة المحتوى المؤثر على وسائل التواصل الاجتماعي.
- تطوير خطة محتوى متكاملة وملائمة لكل منصة.
- استراتيجيات لزيادة تفاعل الجمهور مع المحتوى المنشور.
- مهارات الكتابة الإعلامية الأساسية.
- هيكل التقرير الإعلامي الفعّال.
- تحرير التقارير الإعلامية للاستخدام الداخلي والخارجي.

الوحدة الخامسة، بحث اتجاهات وسائل التواصل الاجتماعي وإبلاغ الإدارات ذات العلاقة:

- مراقبة الاتجاهات على منصات التواصل الاجتماعي.
- تحليل تأثير هذه الاتجاهات على أنشطة التسويق والعلاقات العامة.
- تقديم تقارير وتوصيات للإدارات ذات العلاقة لتحسين الأداء والتواصل.