



الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة والإعلام

03 - 07 أغسطس 2026
ميلانو (إيطاليا)



الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة والإعلام

الرمز : 108995_120020 تاريخ الإنعقاد : 03 - 07 أغسطس 2026 دولة الإنعقاد : ميلانو (إيطاليا) التكلفة : 6200 يورو

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 العامة 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 النزاهات الإعلامية، واستراتيجيات إدارة السمعة في عصر مليء بالتحديات.

كما تقدم هذه الدورة التدريبية في الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة 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 العامة والإعلام، الفئات والمهنيين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

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

الكفاءات المستهدفة:

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

- صياغة استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة.
- تطبيق مهارات العلاقات العامة والإعلام بفاعلية.
- تصميم استراتيجيات الإعلام بما يحقق أهداف المؤسسات.
- إدارة النزاهات 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 العامة والإعلام، سيكون المشاركون قادرين على:

- 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 النزوات الإعلامية.
- تطوير قدرات على إدارة العلاقات العامة للشركات في بيئات تنافسية.
- ابتكار حلول عملية للاستراتيجيات 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 العامة والإعلام، سيطور المشاركون قدراتهم من خلال دراسة السيناريوهات التالية:

- مؤسسة تتعرض لنزوة إعلامية مفاجئة وتحتاج للاستعادة 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 النزوات الإعلامية المحتملة.
- مؤسسة حكومية تعمل على تحسين صورة الشركة إعلامياً أمام الجمهور.
- فريق اتصال مؤسسي يحتاج للإستراتيجيات التسويق الإعلامي لزيادة الثقة.
- منظمة دولية تعتمد على الإعلام والعلاقات العامة الاحترافية لدعم رسالتها.

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.

الوحدة الثالثة: إدارة النزاهات الإعلامية واستراتيجيات إدارة السمعة:

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

الوحدة الرابعة: تقييم وتحليل تأثير الحملات الإعلامية والعلاقات العامة:

- مفهوم قياس نتائج العلاقات العامة والإعلام.
- أدوات تحليل الحملات الإعلامية.
- استخدام البيانات والإحصاءات لقياس النداء.
- 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 النداء الإعلامي.

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 النظم 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.

نموذج تسجيل :
الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة والإعلام

الرمز : 120020 تاريخ الإنعقاد: 03 - 07 أغسطس 2026 دولة الإنعقاد: ميلانو (إيطاليا) التكلفة: 6200 اليورو

معلومات المشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

المسمى الوظيفي:

الهاتف / الجوال:

البريد الإلكتروني الشخصي:

البريد الإلكتروني الرسمي:

معلومات جهة العمل

اسم الشركة:

العنوان:

المدينة / الدولة:

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

المسمى الوظيفي:

الهاتف / الجوال:

البريد الإلكتروني الشخصي:

البريد الإلكتروني الرسمي:

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي ☐

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي ☐