



مؤتمر حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ

13 - 17 سبتمبر 2026
لشبونة (البرتغال)



مؤتمر حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ

الرمز : 815_172731 تاريخ الإنعقاد: 13 - 17 سبتمبر 2026 دولة الإنعقاد: لشبونة (البرتغال) التكلفة: 5600 اليورو

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، بدءاً من إعداد الاستراتيجية وانتهاءً بقياس النثر. يتناول النسخ النظرية والتطبيقية لإدارة العلاقات العامة، من خلال تقديم نماذج ناجحة وأفضل الممارسات المعتمدة دولياً.

يُعزز المؤتمر التدريبي في إتقان حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ، الفهم المتكامل لدور العلاقات العامة في دعم الإدارة الاستراتيجية للمؤسسات. سيتعرف المشاركون على أنواع العلاقات العامة المختلفة والفرق بين العلاقات العامة الداخلية والخارجية، وسيتم تدريبهم 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 النزوات 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 وفعالة. ويحل هذا المؤتمر الفجوة بين النظرية والتطبيق من خلال ورش تطبيقية وعروض دراسات حالة. في النهاية، يُمكن للمشاركين الانطلاق بحملات فعالة تُحدث فرقاً ملموساً في مؤسساتهم.

الفئات المستهدفة:

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

- 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.
- صناع القرار والإداريون المعنيون بهوية المؤسسة.
- العاملون في إدارات الاتصال الخارجي أو الاتصال الداخلي.
- المهتمون بإطلاق حملات إعلامية استراتيجية فعالة.
- من يسعون لفهم أعمق لأسس 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 النزوات.
- 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:

- فهم المفاهيم الأساسية لـ العلاقات العامة المؤسسية ودورها في تحقيق أهداف المؤسسة.
- التمييز بين العلاقات العامة والإعلان من حيث الأهداف والنساليب 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 الاستراتيجية مثل تحليل SWOT في تخطيط الحملة.
- تطبيق مهارات التواصل الإعلامي في مواجهة النزومات.
- 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 ودورها التكميلي.
- توضيح 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.

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 للحملة 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 النثر الإعلامي.
- تقنيات الإنصات الاستراتيجي للجمهور.
- صياغة سياسات إعلامية متكاملة للمؤسسة.
- استخدام العلاقات العامة لتسهيل التغيير التنظيمي.

الوحدة الرابعة: العلاقات العامة وإدارة النزوات:

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

الوحدة الخامسة: تقييم وقياس فاعلية العلاقات العامة:

- مراحل إعداد وتنفيذ حملة علاقات عامة فعالة.
- مؤشرات القياس: المخرجات، النتائج، النثر.
- استخدام أدوات تحليل الأداء وتفسير البيانات.
- مقارنة الأهداف المحققة بالأهداف الموضوعية.
- 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، بدءاً 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 والنزوات. 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.

نموذج تسجيل :

مؤتمر حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ

الرمز : 815 تاريخ الإنعقاد: 13 - 17 سبتمبر 2026 دولة الإنعقاد: لشبونة (البرتغال) التكلفة: 5600 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 ☐