



الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة والإعلام



الإستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة والإعلام

المقدمة:

في عالم مليء بالتنافس والتغييرات السريعة، أصبحت العلاقات العامة ووسائل الإعلام أساسية لنجاح أي منظمة أو مؤسسة. إن القدرة على بناء علاقات إيجابية مع الجمهور والتفاعل مع وسائل الإعلام بفعالية أصبحت أموراً ضرورية لتحقيق النجاح والاستدامة في العالم اليوم.

إذا كنت تسعى لفهم أحدث استراتيجيات العلاقات العامة وأفضل الممارسات في مجال وسائل الإعلام، فإن هذه الدورة هي الخيار المثالي لك. ستأخذك في رحلة تعليمية وثيرة لاستكشاف النسابب والنذوات الحديثة التي يمكنك استخدامها لبناء صورة إيجابية للمؤسسة وتعزيز التفاعل مع الجمهور ووسائل الإعلام.

الفئة المستهدفة:

تستهدف هذه الدورة مجموعة واسعة من المهنيين والمهتمين بهجالات متعددة، بها في ذلك:

- مديري العلاقات العامة ومديري الإعلام.
- محترفي التسويق والاتصال.
- أصحاب الأعمال ورجال الأعمال الذين يرغبون في تعزيز العلاقات العامة لشركاتهم.
- الصحفيين والمذونين وأولئك الذين يعملون في مجال الإعلام والصحافة.
- المهتمين بالعلاقات العامة والإعلام الرقمي.

الكفاءات المستهدفة:

- تطوير استراتيجيات علاقات عامة حديثة وفعالة.
- بناء وإدارة العلاقات مع الجمهور ووسائل الإعلام بفعالية.
- استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية والتكنولوجيا لتعزيز العلاقات العامة.
- إدارة النزعات والتحكور في الضرر السهوية.
- تقدير وقياس تأثير حملات العلاقات العامة والإعلام.

أهداف الدورة:

- فهم أسس العلاقات العامة الحديثة وأهميتها في العصر الرقمي.
- تطوير استراتيجيات علاقات عامة متقدمة تستجيب لاحتياجات المؤسسة.
- بناء القدرة على التفاعل بفعالية مع وسائل الإعلام والجمهور.
- إدارة النزعات الإعلامية بكفاءة واتخاذ الإجراءات اللازمة.
- تقدير تأثير العلاقات العامة وتحليل نتائج الحملات بدقة.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: مفهوم العلاقات العامة في العصر الحديث

- تعريف العلاقات العامة وتطورها.
- أهمية العلاقات العامة في العالم الرقمي.
- تأثير العلاقات العامة على السمعة والنجاح.
- التحولات الحديثة في مجال العلاقات العامة.
- الفرق بين العلاقات العامة التقليدية والحديثة.

الوحدة الثانية: استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة

- الاستراتيجيات والنحوات الرئيسية لبناء العلاقات العامة.
- توجهات جديدة في التسويق والعلاقات العامة.
- استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية والتكنولوجيا في العلاقات العامة.
- إدارة العلاقات مع الشركاء والمستثمرين.
- الابتكار في استراتيجيات العلاقات العامة.

الوحدة الثالثة: إدارة الأزمات والسمعة العامة

- التخطيط لزمات العلاقات العامة وكيفية التعامل معها.
- إدارة الأزمات الإعلامية والتحكم في الأضرار السمعية.
- استراتيجيات استعادة السمعة بعد الأزمات الإعلامية.
- دراسة حالات عملية لزمات العلاقات العامة.
- تطوير استراتيجيات للتعامل مع المشكلات المحتملة.

الوحدة الرابعة: تقدير تأثير العلاقات العامة والإعلام

- أدوات وتقنيات تقدير تأثير العلاقات العامة.
- تقييم تأثير حملات العلاقات العامة والإعلام.
- استخدام البيانات والإحصائيات لاتخاذ القرارات.
- تحليل التغيرات في السمعة والمكانة بعد حملات العلاقات العامة.
- قياس تأثير العلاقات العامة على الأداء التنظيمي.

الوحدة الخامسة: الاتجاهات الحالية في وسائل الإعلام والعلاقات العامة

- أثر التطور التكنولوجي على وسائل الإعلام والعلاقات العامة.
- التفاعل مع وسائل الإعلام الاجتماعية وتحدياتها.
- التعامل مع الأخبار الزائفة وكيفية التصدي لها.
- تأثير العلاقات العامة على الحوكمة واتخاذ القرارات.
- استراتيجيات الإعلام والعلاقات العامة في الساحة الدولية.

الوحدة السادسة: الورش العملية والتطبيقات العملية

- تطبيق استراتيجيات العلاقات العامة والإعلام في حالات عملية.
- إعداد حملة علاقات عامة شاملة.
- استخدام الندوات والتقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة والإعلام.
- تقييم نجاح الحملات وتحليل النتائج.
- تطوير خطط للمستقبل لتعزيز العلاقات العامة والإعلام.