



الاتصال المؤسسي: مهارات العلاقات العامة والاعلام



الاتصال المؤسسي: مهارات العلاقات العامة والاعلام

المقدمة:

في عصر الاتصالات السريعة والتطور التكنولوجي المتسارع، أصبحت العلاقات العامة ووسائل الإعلام لها دور حيوي في نجاح الشركات والمؤسسات. إن إدارة العلاقات العامة والإعلام الفعالة لم تعد خياراً بل أصبحت ضرورة. تعتمد هذه العمليات على استخدام استراتيجيات حديثة تتيح للشركات التواصل مع جمهورها بفعالية وبناء صورة إيجابية قوية.

إذا كنت تسعى إلى فهم كيفية تطوير استراتيجيات علاقات عامة متقدمة وكيفية التفاعل مع وسائل الإعلام بشكل فعال، فإن هذه الدورة تأتي لتلبي احتياجاتك. ستأخذك في رحلة تعليمية ممتعة وشيقة للاستكشاف أحدث التقنيات والنساليب في مجال العلاقات العامة ووسائل الإعلام.

الفئة المستهدفة:

- هذه الدورة موجهة لمجموعة واسعة من المهنيين والمهتمين بمجالات متعددة، بما في ذلك:
- مديري العلاقات العامة ومديري الإعلام.
- محترفي التسويق الرقمي والتواصل.
- أصحاب الأعمال ورجال الأعمال الذين يرغبون في تعزيز العلاقات العامة لشركاتهم.
- الصحفيين والمهنيين وأولئك الذين يعملون في مجال الإعلام والصحافة.
- المهتمين بالعلاقات العامة والإعلام الرقمي.

الكفاءات المستهدفة:

- تطوير وتنفيذ استراتيجيات علاقات عامة فعالة.
- القدرة على التعامل مع وسائل الإعلام بكفاءة وفعالية.
- بناء وإدارة صورة إيجابية للشركة أو المؤسسة.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لتعزيز العلاقات العامة.
- التفاعل مع المواقف الإعلامية المتنوعة بثقة ومرونة.

أهداف الدورة:

- فهم أسس العلاقات العامة الحديثة وأهميتها في البيئة التنافسية اليوم.
- تطوير مهارات واستراتيجيات العلاقات العامة المبتكرة.
- بناء القدرة على إدارة النزاعات الإعلامية بفعالية.
- تحليل وقياس تأثير حملات العلاقات العامة والإعلام.
- التعرف على أحدث تطورات في مجال وسائل الإعلام الاجتماعية وكيفية الاستفادة منها.

الوحدة الأولى: مبادئ العلاقات العامة الحديثة

- تعريف العلاقات العامة وأهميتها في العصر الحديث.
- تطور مفهوم العلاقات العامة عبر التاريخ.
- دور العلاقات العامة في بناء الصورة والسمعة.
- تأثير العلاقات العامة على اتخاذ القرارات في المؤسسات.
- أخلاقيات العمل في مجال العلاقات العامة.

الوحدة الثانية: استراتيجيات العلاقات العامة المبتكرة

- تطور وأنواع الاستراتيجيات في مجال العلاقات العامة.
- استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي في بناء العلاقات العامة.
- تقنيات التسويق الرقمي وتأثيرها على العلاقات العامة.
- تصميم حملات العلاقات العامة الفعالة.
- مقارنة بين استراتيجيات العلاقات العامة التقليدية والحديثة.

الوحدة الثالثة: إدارة النزوات الإعلامية

- أهمية التخطيط للنزوات الإعلامية والاستعداد لها.
- كيفية التعامل مع النزوات الإعلامية بفعالية.
- بناء استراتيجيات إعادة السمعة بعد النزوات الإعلامية.
- دراسة حالات عملية لنزوات إعلامية وتحليلها.

الوحدة الرابعة: تحليل وقياس تأثير العلاقات العامة والإعلام

- أدوات وتقنيات تقدير تأثير العلاقات العامة.
- استخدام البيانات والإحصائيات لقياس نجاح الحملات.
- تقييم تأثير وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي.
- تحليل التغيرات في السمعة والمكانة بعد حملات العلاقات العامة.

الوحدة الخامسة: التوجهات الحالية في وسائل الإعلام والعلاقات العامة

- تأثير العولمة والتطور التكنولوجي على وسائل الإعلام والعلاقات العامة.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات واتخاذ القرارات.
- التوجهات الحالية في استراتيجيات وسائل الإعلام الاجتماعي.
- تأثير الأخبار الزائفة وكيفية التعامل معها.

الوحدة السادسة: الورش العملية والتطبيقات العملية

- تطبيق الاستراتيجيات والتقنيات في حالات عملية.
- إعداد حملة علاقات عامة شاملة.
- استراتيجيات التفاعل مع وسائل الإعلام والجمهور.
- تقديم تقرير عن حملة علاقات عامة وتحليل أدائها.

•