



الاتجاهات العالمية الحديثة في العلاقات العامة والإعلان



## الاتجاهات العالمية الحديثة في العلاقات العامة والإعلام

### المقدمة

أدى العدد المتزايد للعاملين في المؤسسات الحديثة إلى زيادة الاهتمام بعلميات الاتصال الداخلية معهم. لأنهم يمثلون المؤسسة أهم مجموعات عامة مختلفة ويتحدثون باسمها. ما لم تكن العلاقات العامة ذات أهمية أساسية في وجود نظام اتصال فعال ، فإن الناس سيهتلون مؤسستهم بشكل جيد. يتم إنشاء رابط بين كمية المعلومات التي يمتلكها الفرد عن المؤسسة التي ينتمي إليها ودرجة الاهتمام والشعور بالفخر بأننا سنشرح أهدافنا وسياساتنا من وقت لآخر. العمل فيه.

علاوة على ذلك ، فإن الموظف أو العامل الذي يدرك الحقائق ، فإن أفعاله معقولة وقريبة من الواقع ، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال بناء اتصالات داخلية قوية يقوم بها قسم العلاقات العامة في المؤسسة.

### الجمهور المستهدف:

- مديرو المؤسسات والشركات.
- منظم الحدث ، السكرتير الشخصي ، مهتل الضيافة
- دبلوماسي
- رجال الأعمال الذين يرغبون في تطوير مهاراتهم في إدارة الاحتفالات والهناسبات والاحتفالات.
- طلاب الأعمال وخريجي الجامعات المختلفة.
- أولئك الذين يرغبون في تطوير خبراتهم للعمل في مجال إدارة الإعلام.

### اهداف الدورة:

- تعلم المفاهيم الشاملة والحديثة لإدارة العلاقات العامة
- بحوث العلاقات العامة واستخداماتها المختلفة.
- الاتجاهات المعاصرة في تحليل المحتوى وتطبيقاته في مجال العلاقات العامة والإعلام.
- تحديد المسؤوليات والوظائف الجديدة للعلاقات العامة ووكالات الإعلام
- التعرف على طبيعة العلاقة بين البروتوكول والعلاقات العامة والأنشطة الإعلامية
- التدريب على الربط المتكامل بين العلاقات العامة والكفاءة الفنية والإدارية للمؤسسة
- التدريب على الأساليب الحديثة لتنظيم العلاقات العامة
- التدريب على كيفية تطوير استراتيجية للعلاقات العامة والتخطيط الإعلامي في المؤسسة
- تدريب على كيفية تخطيط استراتيجية شاملة للعلاقات العامة والإعلام لمؤسستك
- اتجاهات التخطيط في مجالات العلاقات العامة والإنتاج الإعلامي.
- الإنتاج الفني لهواد الوسائط المطبوعة.
- اتجاه التصوير والفن لوسائل الإعلام المطبوعة.
- إنتاج مواد إعلامية للإذاعة والتلفزيون.
- تقييم الإنتاج الإعلامي للعلاقات العامة.
- التفكير الابتكاري في العلاقات العامة والإعلام.
- تقنيات الاتصال وأثرها في العلاقات العامة والإعلام.
- صورة العلاقات العامة - تشكيلها وتغييرها وتكاملها.
- المسؤولية الاجتماعية لأنشطة العلاقات العامة.
- المواصفات للعاملين في مجال العلاقات العامة.
- التدريب في مجال العلاقات العامة والإعلام.
- إدارة النزاهات في العلاقات العامة والإعلام.
- التغطية الإعلامية للحدث الهامة.

### محتوى الدورة:

## المحور الأول: مفهوم العلاقات العامة ودورها في المؤسسة:

- المفاهيم الإدارية والفلسفية للعلاقات العامة والإعلان
- صفات رجل العلاقات العامة والإعلام الناجح
- مسؤوليات ووظائف العلاقات العامة والإعلان
- مزايا التنظيم الحديث للعلاقات العامة والإعلام

## المحور الثاني: خصائص مدير العلاقات العامة والإعلام الناجح:

- القدرة على التعامل بفعالية مع المديرين
- القدرة على التعامل مع المشاكل المعقدة في العلاقات
- القدرة على إقناع وواجهة أزمة الإعلام
- القدرة على تخطيط البرامج الإعلامية / العلاقات العامة

## المحور الثالث: النداب والبروتوكول في العلاقات العامة:

- مفهوم النداب والطقوس والبروتوكول
- تقنية لإدارة الاجتماعات والبروتوكولات في المؤتمرات والحفلات وركوب السيارات
- فن الاتيكيت والتواصل الانساني
- طرق آداب النقد البناء

## المحور الرابع: إدارة وتخطيط الحملات الإعلامية والدعائية:

- أحدث مفاهيم حملات العلاقات العامة وخطوات تنفيذها
- تخطيط وتشغيل حملات العلاقات العامة
- أنواع تخطيط برنامج العلاقات العامة
- أساسيات ومراحل تقويم حملات العلاقات العامة

## المحور الخامس: العلاقات العامة / المراسلات الإعلامية

- تشغيل وتوجيه النحوات والمؤتمرات الصحفية
- إدارة المناظرات التلفزيونية ، المقابلات الإذاعية والصحفية مناهج المهلكة المتحدة
- إدارة العلاقات العامة والعمليات الإعلامية عبر الإنترنت
- كيفية إدارة أزمة وسائل الإعلام بشكل فعال الممارسات التنظيمية

## المحور السادس: خطة استراتيجية العلاقات العامة والإعلام

- فوائد التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة والإعلام
- التخطيط للعلاقات العامة والمخططات الإعلامية
- العلاقات العامة والتخطيط الاستراتيجي للإعلام خطوات وعناصر
- دور العلاقات العامة وتخطيط الإستراتيجية الإعلامية
- قواعد العلاقات العامة الناجحة والتخطيط الاستراتيجي الإعلامي

## المحور السابع: الارتباط بين مهارات الاتصال للعاملين في وسائل الإعلام ومهارات الجمهور المستهدف.

- مهارات في إدارة أداء الإعلاميين في المجال الإعلامي.
- قواعد زيادة فاعلية الرسائل الإعلامية.

## المحور الثامن: العوامل التي تؤثر على فاعلية استخدام الوسائط.

- المهارات الإعلامية المطلوبة للتعامل مع وسائل الإعلام.

- كيف تحدد التأثير الذي تحتاجه في الساحة الإعلامية.
- مهارات في تقييم الأداء الإعلامي بشكل متسلسل.

### المحور التاسع: القواعد المنظمة لإنتاج المواد الإعلامية

- المهارات الأساسية لعناصر التضاريس.
- مهارات تصميم وإنتاج الطباعة.

### المحور العاشر: القواعد المنظمة لإنتاج المواد الإعلامية المرئية والمسموعة:

- عناصر المنافسة وحصريّة الوسائط المرئية والمسموعة.
  - العوامل التي تزيد من فعالية صيغ الراديو المختلفة.
  - الشروط التي يجب توافرها في الإنتاج السمعي البصري الفعال.

### المحور الحادي عشر: المهارات الفعالة للتأثير على الرأي العام:

- العامل الأساسي الذي يحدد وجود الرأي العام أو غيابه.
- العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام.
- تؤثر المهارات في استخدام وسائل الإعلام على استراتيجية الرأي العام.

### المحور الثاني عشر: التحضير للاجتماعات بين المرؤوسين داخل الوكالة

- التحضير قبل الاجتماع
- مدعوون إلى اجتماع
- دعوات الحرف
- من هم الأشخاص الذين يحضرون هذا الاجتماع؟
- توقيت الاجتماع
- التحضير لها بعد الاجتماع: صياغة مذكرة تفاهم حول الأهداف الرئيسية للاجتماع
- متابعة تنفيذ نتائج الاجتماع
- التأكد من جدوى الاجتماعات وتسييرها
- اتخاذ القرارات بناءً على محتوى الاجتماع
- العواقب المنعكسة في الجمع بين الأطراف
- متابعة قسم الإعلان: طرف يروج لهذا الإعلان

### المحور الثالث عشر: استخدام تقنية المعلومات في العلاقات العامة وإدارة الإعلام:

- كفاءة تقنية المعلومات ودورها في تحسين العلاقات العامة.
- شبكات المعلومات - الفرص والتحديات.
- هدايت تصميم الصفحة للدعاية على شبكات المعلومات الدولية.
- إعداد قاعدة بيانات العلاقات العامة.
- كفاءة تقنية المعلومات ودورها في تحسين العلاقات العامة.
- تصميم صفحة العلاقات العامة لشبكة معلومات دولية.