



حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ



حملات العلاقات العامة المؤسسية من التخطيط وحتى التنفيذ

المقدمة:

يجب علينا التركيز بشدة على أهمية التخطيط المستقبلي لبرامج العلاقات العامة المؤسسية، ولذا تُعتبر خطة العلاقات العامة PR عنصراً هنيئاً ضرورياً لتنفيذ الحملة، إن نتائج أبحاث تشير أن أكثر من 50% من الأعمال تفشل في عامها الأول وذلك بسبب قلة التخطيط والموارد في جوانب ووظائف العلاقات العامة، هذا المؤثر تضع خطة للعلاقات العامة وتزودك بالمعرفة والمهارات اللازمة لإطلاق حملة ناجحة للعلاقات العامة.

الفئات المستهدفة:

- موظفي أقسام العلاقات العامة.
- جميع المهنيين المسؤولين عن تعزيز الصورة الإيجابية لمؤسساتهم.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لحضور هذا المؤتمر ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

أهداف المؤتمر

في نهاية هذا المؤتمر، سيكون المشاركون قادرين على:

- تعريف المفاهيم المتعلقة بالعلاقات العامة والتمييز بين ممارسات العلاقات العامة والإعلانات.
- وضع وتنفيذ خطة علاقات عامة.
- وضع قائمة بمساهمات حملات العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية.
- إدارة الكوارث باستخدام وسائل العلاقات العامة.
- توضيح مدى أهمية الصورة المؤسسية.
- قياس مدى فعالية العلاقات العامة.

الكفاءات المستهدفة:

- التخطيط والتنظيم.
- القيادة والتوجيه.
- التحليل والتقييم.
- إنشاء وتوطيد العلاقات.
- مهارات التواصل.

محتوى المؤتمر

الوحدة الأولى، نظرة عامة على مفاهيم العلاقات العامة:

- العلاقات العامة: التعريفات والمفاهيم
- أصحاب المصلحة في العلاقات العامة
- العناصر العديدة للعلاقات العامة
- الاختلافات الرئيسية بين العلاقات العامة والإعلانات

الوحدة الثانية، وضع وتنفيذ خطة العلاقات العامة:

- خطة العلاقات العامة: التعريف والاحتياجات
- خصائص خطة العلاقات العامة
- التحليل الظرفي: SWOT نقاط القوة وجوانب الضعف والفرص والمهددات
- الجمهور المستهدف
- الغاية ما الذي نسعى لتحقيقه؟
- الأهداف ما الذي يجب فعله؟
- الرسائل الأساسية: بسيطة ووصفية
- الاستراتيجية طرق ومنهجيات تحقيق الأهداف
- وضع الخطط المواعيد النهائية والتكلفة
- الإطار الزمني والمسؤوليات

الوحدة الثالثة، مساهمات حملات العلاقات العامة والإدارة الاستراتيجية:

- العلاقات العامة والإدارة الاستراتيجية
- اتباع منهجية استراتيجية
- ما الذي يمكن أن تحققه العلاقات العامة؟
- مسح البيئة المحيطة
- البيئة الداخلية والبيئة الخارجية
- القضايا الإدارية

الوحدة الرابعة، استخدام وسائط العلاقات العامة في إدارة الكوارث:

- تعريف وتحديد الكوارث
- تذكر القواعد عند وقوع الكوارث
- مراحل الكارثة
- مبدأ الكشف
- مبدأ التواصل المتناظر
- مبدأ العلاقات
- مبدأ المساءلة

الوحدة الخامسة، مدى أهمية الصورة المؤسسية:

- الرأي العام المواقف والذراء والإجراءات
- تشكيل صورة مؤسسية
- متغيرات إدارة الصورة المؤسسية
- إدارة السمعة والصورة المؤسسية
- من الهوية حتى السمعة
- إدارة العلاقات

الوحدة السادسة، قياس مدى فعالية العلاقات العامة:

- الغرض من التقييم المخرجات والنتائج
- التقييم العملي والأهداف
- مقارنة الأهداف بالنتائج
- المقاييس الإنتاج، exposure
- جوانب ضعف المنسلوب التقليدي
- تقنيات القياس