

النشرة الفنية للبرنامج التدريبي  
الأخصائي المعتمد في العلاقات العامة والإعلام  
**Public Relations and Media Specialist**

5 أيام، 15 ساعة  
يبدأ بتاريخ 2024/05/19م  
تدريب إلكتروني... Live ((●))



## بطاقة معلومات البرنامج:

مدة التدريب	: (5) أيام، (15) ساعة
نمط التدريب	: تدريب إلكتروني - Live
تاريخ الانعقاد	: 2024/05/23 – 05/19م
توقيت التدريب	: يتم تحديد التوقيت قبل بأسبوع
شهادة التدريب	: شهادة صادرة من مجموعة الجهود المشتركة
لغة التدريب	: اللغة العربية مع بعض المصطلحات الفنية باللغة الإنجليزية
أساليب التدريب	: - أسلوب العصف الذهني. - أسلوب السيناريوهات والحلول. - أسلوب تقديم الحلول والممارسات. - أسلوب تبادل الأفكار والتجارب في العمل.
القيمة المضافة	: - عقد تقييم قبلي Pre: لقياس مستوى المشاركين قبل التدريب. - عقد تقييم بعدي Post: لقياس مستوى المشاركين بعد التدريب. قياس القيمة المعرفية المضافة (KVA) = التقييم البعدي - التقييم القبلي
الفئة المستهدفة	: - الناطقين بالإعلام بين في المؤسسات. - العاملون في مجال العلاقات العامة. - المدراء والمشرفون في العلاقات العامة. - القائمين على إدارة حملات العاقات العامة. - القائمين على التعامل وإدارة العلامة التجارية. - من تتطلب مسؤولياتهم التواصل والتفاعل مع الجمهور.

## الجديد في العلاقات العامة:

لطالما كان إنشاء صورة إيجابية للمنظمة والحفاظ عليها شرطاً ضرورياً لإستدامتها، فقبل ظهور وسائل التواصل الإجتماعي كان بإمكان المنظمة التفكير في كيفية التعامل مع أزمات العلاقات العامة خلال يوم أو يومين؛ أما في عالم وسائل التواصل الإجتماعي المعاصر فقد تحسم هذه الفترة القصيرة نسبياً مستقبلاً بقاء ونجاة المنظمة من عدمه، لذا يمكن القول أن الإدارة الفعالة للعلاقات العامة في الوقت المناسب يمكنها أن تنقذ المنظمة بل وأن تحول الأزمة إلى فرصة، في وقت حملات العلاقات العامة تساعد في دفع التغيير التنظيمي الإستراتيجي وبناء التصورات العامة وتعزيز السمعة لدى أصحاب المصلحة الرئيسيين، كما تُعد الحملات المخطط لها والمنفذة جيداً وسيلة فعّالة من حيث التكلفة لتغيير المفاهيم وزيادة قيمة أصحاب المصلحة للمنظمة.

شهدت العلاقات العامة الرقمية كإستراتيجية لزيادة الوعي بالعلامة التجارية وزيادة المبيعات نموًا هائلًا في السنوات الأخيرة وستشهد المزيد في قادم السنوات، حيث إستحوذت وكالات العلاقات العامة على الموقع الإلكتروني ومنصات التواصل الإجتماعي من خلال الأعمال المثيرة الذكية، وإستباق وسرقة الأخبار في الوقت المناسب، وإدارة الحملات التفاعلية المبتكرة، وعمليات الإستحواذ على العلامة التجارية، وإدارة المقالات المدفوعة، وتسويق المحتوى والتواصل مع المؤثرين، وصولاً لتوجيه الرأي لعام، واليوم يميل الكثير من قيادات المؤسسات وقيادات الدول للإستعانة بشركات متخصصة في إدارة العلاقات والتأثير.

وعلى صعيد أخصائيو العلاقات العامة وأخصائيو الإعلام يجب أن يكونوا على إستعداد لإستخدام مهاراتهم لتقديم صورة إيجابية عن المؤسسة في جميع الأوقات، ويجب أن يكونوا على إستعداد للتعامل مع أي أزمة قد تنشأ، وإذا بذلت الجهد المناسب في بناء سمعة موثوق بها خلال الأوقات الجيدة سيكون عملاً قادراً على الصمود في وجه الصحافة السلبية في حال ظهور أزمة، سواء كنت بحاجة إلى تطوير إستراتيجية إتصال وعلاقات لشركتك أو إكتساب مهارات إعلامية مهمة، أو حتى كانت رغبتك تعزيز معرفتك حول إدارة الفعاليات والمؤتمرات أو تنفيذ مبادرة المسؤولية الإجتماعية للشركات CSR فإن برامج وشهادات مجموعة الجهود المشتركة المتخصصة في مجالات العلاقات العامة والإعلام والإتصال المؤسسي ستمنحك المعلومات التي تحتاجها وتوجهك نحو المسار الصحيح، وتقدم لك أفضل الممارسات في صناعة العلاقات العامة.

### ملخص البرنامج التدريبي:

سيأخذك هذا البرنامج المتخصص خطوة بخطوة للتعرف على أفضل المنهج لتخطيط وإدارة العلاقات العامة، واتباع هذه الخطوات سيتمكن أخصائيو العلاقات العامة من تحقيق النتائج التي يمكن قياسها والإبلاغ عنها للإدارة العليا، والإسهام بشكل مباشر في نجاح المنظمة من خلال تعزيز سمعتها وتحسين علاقاتها، والمحافظة على علامتها التجارية، وسيتطرق هذا البرنامج الى أساسيات العلاقات العامة، وكيف أن التعامل الإحترافي والدبلوماسي الذي يُساعدهم على فهم ممارسة العلاقات، فقد يتعرض أخصائيو العلاقات العامة لمواقف صعبة ومربكة، وبالتالي سيتمكنك التدريب من تطوير المهارات اللازمة لتقديم خطط عملية وقابلة للتحقيق وكسب ثقة الإدارة.

أيضاً من خلال هذا البرنامج التدريبي سيتم شرح وتوضيح المهام المناطة بالعلاقات العامة والدور الإستراتيجي الذي تقوم به وأهمية تطوير فريق عملها وأدوارهم، إضافة الى التطرق وبعمق في العلاقات العامة الرقمية وأهميتها وكيفية إيجاد إستراتيجية متكيفة وواقع اليوم، وسيتم العمل على إكساب المشاركين تقنيات التواصل والإتصال المباشر مع العامة والتعامل مع وسائل الإعلام وشركات التأثير، كما سيتم التطرق الى تعزيز دور العلاقات العامة في التسويق والترويج العلامة التجارية للمنظمة وقيادتها، وإيجاد إستراتيجية تواصل على مستوى المؤسسة والقطاع، وصولاً الى تعزيز مهاراتهم ببعض أمن الدبلوماسية والإتيكيت وإدارة حملات العلاقات العامة والتعامل مع الأزمات.

سيشرف على تنفيذ البرنامج التدريبي أحد مستشارين مجموعة الجهود المشتركة المتخصصين في العلاقات العامة الحديثة والرقمية وممن لديهم إسهامات وبجعبته العديد من النجاحات في قيادة العلاقات العامة، ويستخدم هذا التدريب مزيجاً من تقنيات التدريب التفاعلية بما في ذلك مختلف الأدوات التعليمية لتمكين المشاركين من العمل بفعالية وكفاءة في بيئة متعددة الأطراف، ويشمل التدريب تمارين لعب الأدوار والتدريبات الجماعية وتبادل الخبرات، وتمارين وأنشطة الفريق.

## الجدارات المستهدفة في التطوير:

- جدارة التواصل المؤسسي.
- جدارة التخطيط والتنظيم.
- جدارة بناء علاقات مع الآخرين.
- جدارة إستراتيجيات قيادة التأثير.
- جدارة التعامل مع وسائل الإعلام.
- جدارة التعامل مع جمهور العامة.
- جدارة التواصل اللفظي وغير اللفظي.
- جدارة إستراتيجيات العلاقات العامة الرقمية.
- جدارة مهارات تقديم العروض والتأثير على الآخرين.

## أهداف البرنامج التدريبي:

### في نهاية التدريب سيكون المشاركون متمكنين من:

- التعرف على المفاهيم الحديثة للعلاقات العامة في ظل العولمة والثورة الرقمية والإعلام الرقمي والتغير في رغبات وطموحات الجمهور ودور الإعلام الإجتماعي الحديث.
- كيفية بناء جسور من الثقة بين المنظمة والجمهور، ومناقشة أسس التميز في إدارة العلاقات العامة في ظل ثورة المعلومات الرقمية، وإتقان فن ومهارات إدارة حملات العلاقات العامة الإلكترونية.
- تنمية مهارات إدارة أنشطة العلاقات العامة، وإكتساب فنون ومهارات التعامل مع وسائل الإعلام الرقمية، والتعرف على طرق رصد إتجاهات الرأي العام تجاه المنظمة.
- إكتشاف أفضل الطرق وأسرعها لتحقيق علاقات عامة متميزة عبر شبكات التواصل الإجتماعي، والتوصل إلى الأساليب المتميزة لبناء صورة ذهنية للمنظمة طويلة الأجل.
- تحديد نطاق حملات العلاقات العامة والأغراض التي يمكن أن تحققها، ونهج حل المشكلات لمطابقة إستراتيجية حملة العلاقات العامة مع أهداف العمل.
- التخطيط لحملات العلاقات العامة لتلبية الحاجة إلى تحديد أهداف واضحة، وقياس المخاطر المقدمة خلال الحملة من خلال زيادة التدقيق العام والإعلامي والتخطيط للتخفيف من هذه المخاطر.

## المحاور الرئيسية للتدريب:

### المحور الأول: العلاقات العامة الحديثة

- طبيعة العلاقات العامة في المنظمة.
- أهمية العلاقات العامة في المنظمة.
- المهام الموكلة لإدارة العلاقات العامة.
- التحديات التي تواجهها العلاقات العامة.

- المخاطر المترتبة على عمل العلاقات العامة.
- الدور الحديث والتحول للعلاقات العامة.
- إرشادات وتوجيهات لأخصائي العلاقات العامة.
- دور العلاقات العامة في تعزيز الإتصال المؤسسي.
- دور العلاقات العامة في إبراز الإعلامي للمنظمات.
- دور العلاقات العامة في التعامل مع وسائل الإعلام.

### المحور الثاني: العلاقات العامة والإتصال المؤسسي

- طبيعة وعناصر ووظائف الإتصال المؤسسي.
- التحديات والمعوقات التي تواجه الإتصال المؤسسي.
- ما الذي يجعل التواصل فعال في العلاقات العامة.
- دور العلاقات العامة في تعزيز العلامة التجارية للمنظمة.
- دور العلاقات العامة والإعلام في تحسين الصورة الذهنية.
- إدارة العلاقات العامة والإعلام في التعامل مع شركات التأثير.
- دور العلاقات العامة والإعلام في التعامل مع الأشخاص المؤثرين.
- دور العلاقات العامة والإعلام التواصل مع الجمهور الخارجي.
- دور العلاقات العامة والإعلام في التواصل مع الجمهور الداخلي.

### المحور الثالث: حملات العلاقات العامة

- طبيعة وأهمية حملات العلاقات العامة.
- إختيار العناوين المناسبة للجمهور المناسب.
- تحديد جمهور الحملة ورؤية أصحاب المصلحة.
- توليد وإدارة أخبار وسائل الإعلام الجماهيرية.
- إجراء المقابلات وإحاطة المقابلات والتعامل معها.
- دور المواقع ووسائل التواصل الإجتماعي في الحملات.
- إستخدام كبار الشخصيات أو المشاهير والمؤثرين.
- الإتيكيت والبروتوكول في حملات العلاقات العامة.
- تقييم نتائجها، وتحليل الشكاوى، وردود فعل الجماهير.

### المحور الرابع: العلاقات العامة الرقمية

- طبيعة الإتصال الرقمي وانماطه وطبيعته.
- طبيعة العلاقات العامة الرقمية وثورة رقمية.
- تخطيط وإدارة حملات العلاقات العامة الرقمية.
- إستراتيجيات التعامل السلوكي (العلاقات التبادلية).
- أهمية الرأي العام، والطرق الكمية والوصفية للقياس.
- التحليل الإعلامي والتحديات التي تواجه الإعلام الرقمي ومخاطره.

- إتجاهات الرأي العام والعوامل المختلفة التي تؤثر في تكوين الرأي العام.
- العلاقات العامة الرقمية وتعزيز الصورة الذهنية والسمعة للمؤسسات.
- إدارة وسائل الإعلام الرقمي والإعلام الإجتماعي وآليات تحديد الجمهور المستهدف.

### المحور الخامس: الإعلام الإجتماعي ووسائل التواصل الحديثة

- طبيعة وأهمية وتطورات الإعلام الإجتماعي.
- قنوات ووسائل ومخاطر الإعلام الإجتماعي.
- مؤثرات الإعلام الإجتماعي وتداعيات التغيير.
- تحولات البيئة الاتصالية في الإعلام الحديث.
- وسائل الإعلام والتواصل الحديثة وخصائها.
- تطور وسائل الإعلام والتواصل الحديثة.
- منافع وسائل الإعلام والتواصل الحديثة.
- أدوار وسائل الإعلام وتأثيرها في الفرد والمجتمع.
- شبكات التواصل الإجتماعي في ظل الازمات ومخاطرها.

### المحور السادس: بروتوكول العمل في العلاقات العامة والإعلام

- كيفية إظهار الأناقة والثقة بالنفس.
- المهنية والاحترافية في الجلوس والمشي.
- أفضل طريقة لالتقاط الصور وأخذها.
- كيفية التعريف بالنفس بكل لباقة ومهنية.
- وسائل الإعلام وأهميتها ومعايير إختيارها.
- التعامل مع وسائل الإعلام المرئي والمسموع.
- مهارات العرض والتقديم والتحدث أمام الجمهور.
- مهارات التفاوض اللازمة في عمل العلاقات العامة والإعلام.
- كيفية استخدام لغة الجسد الايجابية في التعامل مع وسائل الإعلام.
- طرق إستلام الشهادات أو الجوائز وطرحها من خلال وسائل الإعلام.