€TRAINING

الإبتكار والتميز في العلاقات العامة



28 أكتوبر - 1 نوفمبر 2024

لندن (المملكة المتحدة)

Landmark Office Space

الإبتكار والتميز في العلاقات العامة

رمز الدورة: Z496 تاريخ الإنعقاد: 28 أكتوبر - 1 نوفمبر 2024 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - Space Office Landmark التكلفة: 5300 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

يجب أن تحرص العلاقات العامة على التزامها بكافة المبادئ الدبلوماسية التي تساعدها على كسب جميع الأطراف المرتبطة بالمؤسسة، وذلك لكون النشاطات المتنوعة للعلاقات العامة في المؤسسة تمثل الركيزة الأساسية في بناء منظومة العلاقات الاستراتيجية لها، ولكون العلاقات العامة لا تكترث للنتائج الآنية التي تحققها نتيجة تفاعلاتها اليومية بل توجه جل اهتمامها نحو تحقيق التكيف والانسجام والترابط بين المؤسسة وكافة جماهيرها مهما تنوعت، لهذا فإنها بحاجة لامتلاك عشرات المهارات من أجل تمثيل المؤسسة بكافة توجهاتها وسياساتها واتجاهاتها بأفضل صورة ممكنة. ونظراً لأن مهمة العلاقات العامة في المؤسسة تتمثل في بناء السمعة فإنها بذلك تمثل الجهة التي يمكن اعتبارها بمثابة وزارة الخارجية للمؤسسة التي تحرص على تمثيلها بصورة مشرفة لدى كافة الأوساط التي ترتبط معها بعلاقات ومصالح، فدبلوماسية العلاقات العامة تعد علم العلاقات القائمة بين المؤسسة والأطراف الأخرى المرتبطة كما أنها تحرص على تنسيق كافة العلاقات الخارجية الخاصة بالمؤسسة.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- تحديد دور العلاقات العامة في تحقيق أهداف المؤسسة .
- وصف وظائف العلاقات العامة المعاصرة في بيئة متغيرة.
- التخطيط الإبداعي لبرامج العلاقات العامة .
- الإبتكار والتميز في عمليات العلاقات العامة للمنظمة المعاصرة.
- معرفة كيفية تطبيق الاستراتيجيات الحديثة للعلاقات العامة بهدف تطوير الأداء المؤسسي .
- اكتساب أساليب واستراتيجيات بناء وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.
- التميز في كيفية إدارة الأزمات وتفاديها .
- اكتساب مهارات الاتصال الجماهيري.

الفئات المستهدفة :

- مدراء العلاقات العامة.
- المديرون والمسؤولون عن العلاقات العامة.
- المديرون والمسؤولون عن الإعلام.
- أخصائيو العلاقات العامة.
- المديرون والمسؤولون عن المراسم والبروتوكول.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

المفهوم المعاصر للعلاقات العامة ودورها في المؤسسات الحديثة:

- نشأة وتطور العلاقات العامة.
- تعاريف العلاقات العامة.
- تعريف نطاق العلاقات العامة.
- أهداف العلاقات العامة.
- الأبعاد الرئيسية للمنظمات المعاصرة.
- المفهوم الإداري والمهني للعلاقات العامة.

- الوظائف المستحدثة للعلاقات العامة.

الوحدة الثانية:

العلاقات العامة في بيئة متغيرة:

- إرشادات لأخصائيي العلاقات العامة.
- حملات العلاقات العامة.
- أدوار العلاقات العامة ووجهات النظر الجديدة.
- دور العلاقات العامة في بناء ودعم صورة وسمعة المؤسسة.

الجوانب التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة:

- الاستراتيجيات والأشكال التي يمكن أن يتخذها نشاط العلاقات العامة.
- العوامل المؤثرة على استراتيجيات تنظيم إدارة العلاقات العامة.
- استراتيجية الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة.
- أهداف ووظائف العلاقات العامة.

الوحدة الثالثة:

الإبتكار والتميز في عمليات العلاقات العامة:

- طرق تحديد مشكلات العلاقات العامة.
- منهج وضع الاستراتيجيات والبرامج التنفيذية.
- طرق تنفيذ برنامج العلاقات العامة وتقييم البرنامج وقياس النتائج.
- كيفية اختيار الموضوعات وتحديد برامج العلاقات العامة.

الجوانب السلوكية في أنشطة العلاقات العامة:

- أهمية تحليل الجوانب السلوكية للجماهير وأثره على سياسات الاتصال.
- الفرد ومحددات سلوكه.
- استراتيجية تغيير اتجاهات وسلوك جماهير المؤسسة.

الوحدة الرابعة:

دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات:

- مفهوم الأزمة وخصائصها وأنواعها في المنظمات المعاصرة.
- العوامل المؤثرة في إدارة الأزمات.
- مراحل إدارة الأزمات.
- التكتيكات االعالمية في إدارة الأزمات.

دور العلاقات العامة في بناء وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة:

- إدارة الصورة الذهنية.
- قياس الصورة الذهنية.
- تغيير الصورة الذهنية.
- حماية الصورة الذهنية أثناء الأزمات.

الوحدة الخامسة:

استراتيجيات الاتصال الفعال مع العاملين:

- برامج رفع الروح المعنوية والعلاقات الإنسانية مع العاملين.
- استراتيجية معرفة ما يطلبه العاملون من معلومات.
- استراتيجية معرفة السياسات التي تتبعها المنظمة مع العاملين.
- استراتيجية السعي إلى كسب قبول العاملين والتركيز على الاتصال المباشر.
- استراتيجية الحرص على إتاحة الفرصة للمشاركة فيما تقدمه المنشأة من أنشطة.
- استراتيجية تحفيز العاملين وإشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية.