€TRAINING

الاستراتيجيات المعاصره في إدارة العلاقات العامة

7 - 18 أكتوبر 2024

مدريد (اسبانيا)

الاستراتيجيات المعاصره في إدارة العلاقات العامة

رمز الدورة: Z334 تاريخ الإنعقاد: 7 - 18 أكتوبر 2024 دولة الإنعقاد: مدريد (اسبانيا) - التكلفة: 7950 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

في عالم الأعمال الدولية تؤثر العلاقات العامة على جميع أنواع المنظمات الكبيرة منها والصغيرة محليا ودوليا وأيا كان نوع العمل سواء أكان تجاريا أم غير تجاري أو كان خيريا أم في القطاع العام في هذه الدورة التدريبية نوجه من يدخلون أو يتطلعون إلى الدخول في مجال العلاقات العامة الدولية إلى الأساليب الضرورية والحديثة لإنشاء حملة علاقات عامة ناجحة.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- تعلم ماهية وأهمية العلاقات العامة في ظل التحديات الدولية الجديدة.
- تخطيط مفصل لأصل المصادر الخارجية بشكل عام والتي يمكن اللجوء إليها للقيام بأعمال العلاقات العامة الدولية.
- التعامل مع الأزمات والكوارث العالمية.
- ممارسة قواعد البروتكول والمراسم والإيتيكيت محليا ودوليا.
- الاستفادة من إمكانيات المعلومات لخدمات أعمال العلاقات الدولية.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

- دور العلاقات العامة The role P.R.
- الصورة العامة والانطباع العام.
- الصورة الانعكاسية.
- الصورة الحالية والمطلوبة.
- الصورة المشتركة والمتعددة.
- المعرفة والفهم.
- إثارة الاهتمام وتقبل الوضع.
- التعاطف.

الوحدة الثانية:

- النواحي الأخلاقية والقانونية.
- النواحي الاخلاقية.
- السلوك الأخلاقي في قاموس Oxford English Dictionary
- ميثاق الممارسة ومعهد العلاقات العامةIPR.
- القانون وتسوية السمعة.
- العقود والغش التجاري.
- قانون حقوق الطبع أو التأليف.
- مدى فعالية القانون والاستمرارية.
- الملكية ونقل ملكية حقوق التأليف أو الطبع.
- الحقوق الأدبية والترخيص بنسخ العمل.
- حق التعامل مع مالك العمل وتقديم الشكر.

الوحدة الثالثة:

- مصادر العلاقات العامة الدولية.
- الشركات الاستشارية للعلاقات العامة.
- بعض منظمات وسائل الإعلام الدولية أو The National press agency
- The independent Television contactor association
- أسباب الاستعانة بشركة استشارية دولية للعلاقات العامة
- جمعية مستشاري العلاقات العامة Public relation consultants association PRCA
- انواع الشركات الاستشارية.
- مزايا استخدام شركة استشارية في العلاقات العامة الدولية.
- مساوئ استخدام شركة استشارية.

الوحدة الرابعة:

- النقاط الست التي ابتكرها Frank J fkins لتخطيط أحد برامج العلاقات العامة.
- تقييم الموقف.
- تحديد الهدف.
- تحديد الجمهور.
- اختيار الوسيلة.
- تقييم البرامج.
- الموازنات.

الوحدة الخامسة:

- العلاقات العامة وإدارة الأزمات.
- ما هي إدارة الأزمات؟
- كيفية التكيف مع الأزمة؟

الوحدة السادسة:

- التقييم بأقصى قدر من الموضوعية.
- التخطيط والإعداد.
- التدريب وتعديل الخطة.
- انتهاء الأزمة وفريق العلاقات العامة.

الوحدة السابعة:

- التعامل مع وسائل الإعلام الدولية.
- القائد والجمهور.
- فرص التغطية الإعلامية بوسائل الإعلام المرئية والمسموعة.
- استخدام المواد الخاصة بالملف الوثائقي.
- يونيتل وخدمة الأخبار العالميةUNS.

الوحدة الثامنة:

- تكنولوجيا المعلومات وتحسين الأداء.
- شبكة المعلومات المحلية الدولية الفرص والمخاطر.
- البريد الالكتروني وكيفية التعامل معه.
- فن تصميم وإعداد المواد الإعلامية
- تصميم صفحات خاصة بالعلاقات العامة على الشبكات الدولية للمعلومات
- فن استطلاع الرأي العام والوسائل الإعلامية بالبريد الالكتروني
- إعداد قواعد بيانات خاصة بالعلاقات العامة الدولية

الوحدة التاسعة:

- العلاقات العامة وقواعد البروتوكول.
- طبيعة البشر واحتياجاتهم الإنسانية.
- مهارات وآداب الاستقبال والتوابع.
- أنماط كبار الشخصيات.

الوحدة العاشرة:

- مهارات إعداد وصياغة الدعوات والتحضير للإجتماعات والندوات.
- زيارات الشخصيات المهمة.
- مختبر عملي في إدارة العلاقات العامة الدولية.