



العلاقات العامة الدولية في المراسم والبروتوكولات الرسمية

A photograph of four professionals—three women and one man—smiling at the camera. They are dressed in business attire; the woman on the left wears a black top and a multi-strand necklace. The background is a bright, modern office environment.

20 - 20 ديسمبر 2024
لندن (المملكة المتحدة)
Landmark Office Space



العلاقات العامة الدولية في المراسيم والبروتوكولات الرسمية

رمز الدورة: Z345 تاريخ الإنعقاد: 16 - 20 ديسمبر 2024 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - Space Office Landmark التكلفة: 5300 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريسي:

في عالم الأعمال الدولي تؤثر العلاقات العامة على جميع أنواع المنظمات الكبيرة منها والصغيرة محلياً ودولياً وأيا كان نوع العمل سواءً أكان تجاري أم غير تجاري أو كان خيراً أم في القطاع العام في هذا البرنامج نوجه من يدخلون أو يتطلعون إلى الدخول في مجال العلاقات العامة الدولية إلى الأساليب الضرورية والحديثة لإنشاء حملة علاقات عامة ناجحة.

أهداف البرنامج التدريسي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على ماهية وأهمية العلاقات العامة في ظل التحديات الدولية الجديدة.
- عرض مفصل لأهل المصادر الخارجية بشكل عام والتي يمكن اللجوء إليها للقيام بأعمال العلاقات العامة الدولية.
- فهم كيفية التعامل مع الأزمات والكوارث العالمية.
- ممارسة قواعد البروتوكول والمراسيم والإتيكيت محلياً ودولياً.
- الاستفادة من إمكانيات المعلومات لخدمات أعمال العلاقات الدولية.

الفئات المستهدفة:

- مديرو ورؤساء إدارات وأقسام العلاقات العامة الدولية.
- مديرو ورؤساء إدارات وأقسام العلاقات العامة المحلية.
- المرشحون لشغل وظائف في العلاقات العامة.

محاور البرنامج التدريسي:

الوحدة الأولى:

دور العلاقات العامة:

- 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 الأخلاقية.
- السلوك الأخلاقي في قاموس "Oxford English Dictionary".
- ميثاق الممارسة ومعهد العلاقات العامة "IPR".
- القانون وتنسوبه 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.
- أسباب الاستعانة بشركة استشارية دولية للعلاقات العامة.
- {Public relation consultants association "PRCA"} جمعية مستشاري العلاقات العامة.
- أنواع الشركات الاستشارية.
- مزايا استخدام شركة استشارية في العلاقات العامة الدولية.
- مساوئ استخدام شركة استشارية.

الوحدة الرابعة:

النقطات السبعة لتخطيط برامج العلاقات العامة:

- تقييم الموقف.
- تحديد الهدف.
- تحديد الجمهور.
- اختيار الوسيلة.
- تقييم البرامج.
- الموارد.

الوحدة الخامسة:

العلاقات العامة وإدارة الأزمات:

- ما هي إدارة الأزمات؟
- كيفية التكيف مع الأزمة؟
- التقييم بأقصى قدر من الموضوعية.
- التخطيط والإعداد.
- التدريب وتعديل الخطة.
- انتهاء الأزمة وفريق العلاقات العامة.

العلاقات العامة وقواعد البروتوكول:

- طبيعة البشر واحتياجاتهم الإنسانية.
- مهارات وأداب الاستقبال والتواضع.
- أنماط كبار الشخصيات.
- مهارات إعداد وصياغة الدعوات والتحضير لل الاجتماعات والندوات.
- زوار الشخصيات المهمة.
- مختبر عملي في إدارة العلاقات العامة الدولية.