€TRAINING

# تخطيط الحملات الإعلامية وقياس فاعليتها



25 - 29 فبراير 2024

القاهرة (مصر)

# تخطيط الحملات الإعلامية وقياس فاعليتها

رمز الدورة: V522 تاريخ الإنعقاد: 25 - 29 فبراير 2024 دولة الإنعقاد: القاهرة (مصر) - التكلفة: 3520 يورو

## مقدمة عن البرنامج التدريبي:

سوف نتعرف في هذا البرنامج على الحملات الاعلامية وأنواعها وعناصرها، وكذلك سيتم معرفة الأثرالتسويقي للحملات الاعلامية، والفرق بين الحملات الإعلامية والحملات الدعائية، والإطلاع على طرق قياس فاعلية الحملات الإعلامية ونتائجها.

## هداف البرنامج التدريبي:

### في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- تنفيذ أحدث أساليب تخطيط وإدارة وتنفيذ الحملات الإعلامية.
- تمييزأنواع الحملات الإعلانية والهدف منها وأهم نماذجها النظرية والتطبيقية.
- استخدام برامج العلاقات العامة في التأثير على الاتجاهات الإنسانية والأسلوب الحديث في تكوين الرأي العام.
- قياس مدى فاعلية الحملة وتأثيرها بما يتوافق مع الهدف الذي نفذت من أجله.
- التعرف على المفاهيم النقدية للحملات الإعلامية و بطرق مواجهة الحملات الإعلامية المعادية والشائعات.

## الفئات المستهدفة:

- العاملون في العلاقات العامة في المؤسسات والمنشات الصناعية والتجارية والخدمية.
- الناطقون الإعلاميون الرسميون في الأجهزة والمؤسسات المختلفة.
- العاملون في مجال الدعاية والإعلان والترويج.
- مشرفو المبيعات والتسويق.

## محتوى البرنامج التدريبي:

### الوحدة الأولى:

- مقدمة البرنامج.
- الأسس العامة للبيع والتسويق والترويج.
- أهمية الحملات الإعلانية البيع والتسويق والترويج.
- الإعلان وسيلة لتحقيق الانتشار في السوق.
- البدء في الحملات الإعلانية.
- مراحل إعداد الحملات الإعلانية والترويجية.
- الحملات الإعلانية وخطوات تخطيطها.
- إعداد ودراسة فكرة ومادة الحملة الاعلانية.

### الوحدة الثانية:

- تكوين فريق العمل.
- معرفة نقاط القوة والضعف في المشروع المراد تنفيذ الحملة الإعلانية له.
- دراسة سوق العمل والمشاريع المنافسة .
- إعداد وتجهيز خطة التنفيذ الخاصة بالحملة الإعلانية.
- إعداد ميزانية الحملة الإعلامية.
- الحملات الإعلانية وخطوات تخطيطها.
- إعداد ودراسة فكرة ومادة الحملة الاعلانية.
- تكوين فريق العمل.

## الوحدة الثالثة:

- معرفة نقاط القوة والضعف في المشروع المراد تنفيذ الحملة الإعلانية له.
- دراسة سوق العمل والمشاريع المنافسة.
- إعداد وتجهيز خطة التنفيذ الخاصة بالحملة الإعلانية.
- إعداد ميزانية الحملة الإعلامية.
- مراحل تنفيذ الحملات الإعلامية والدعائية.
- تقسيم المهام .
- تحديد شركاء العمل.
- تحديد الوسائل الإعلانية المراد العمل معها.

## الوحدة الرابعة:

- الإعلانات المطبوعة.
- الإعلانات المرئية.
- الإذاعات.
- الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الويب والترويج عبر البريد الإلكتروني.
- اختيار الأماكن المراد ترويج الحملات الإعلانية فيها.
- التمهيد للحملات الإعلامية.
- تنفيذ مؤتمر صحافي لانطلاقة المشروع.
- إعداد مواد ولقاءات تعريفية عن المشروع.
- التقيد بالمخطط الزمني للحملة الإعلامية.

## الوحدة الخامسة:

- تقييم كل مرحلة من مراحل تنفيذ الحملة الإعلامية.
- تقييم أداء شركاء العمل والوسائل الإعلانية والمقارنة بينها في الأداء.
- صياغة التقارير الجزئية والنهائية للحملات الإعلانية.
- تحليل نتائج الإعلانات الترويجية.
- إعداد تقارير نتائج الإعلانات الترويجية.
- حالات وورش عملية وتطبيقية.
- تقييم وختام البرنامج التدريبي.