€TRAINING

التخطيط الاستراتيجي للحملات الإعلامية والإعلانية

25 - 29 نوفمبر 2024

لندن (المملكة المتحدة)

Landmark Office Space

التخطيط الاستراتيجي للحملات الإعلامية والإعلانية

رمز الدورة: J438 **تاريخ الإنعقاد:** 25 - 29 نوفمبر 2024 **دولة الإنعقاد:** لندن (المملكة المتحدة) - Space Office Landmark **التكلفة:** 5300 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

الإعلان أو الدعاية أو الإشهار هو أحد الأنشطة الإعلامية التي لا غنى عنها للأنشطة الاقتصادية من صناعة وتجارة وخدمات وغيرها من الأنشطة الاقتصادية وكذلك بالنسبة للمؤسسات والمنظمات الخيرية وغير الربحية والتي بدون الإعلان عن مجهوداتها فلن تحصل على الدعم المجتمعي والتمويل المادي اللازم لاستمرارها في عملها وأدائها لرسالتها. وهو أحد الأنماط التواصلية الأساسية لترويج البضائع والسلع أو الخدمات عبر الوسائط الإعلانية الشفوية، المكتوبة، المرئية، الثابتة أو المتحركة, وهو عملية اتصال إقناعي، تهدف إلى نقل التأثير عبر رسالة إشهارية من معلن إلى مستهلك بهدف إثارة دوافعه لشراء منتج، أو استعمال خدمة. تُقام الحملات التسويقية لتحقيق هدف معين أو مجموعة من الأهداف، وتتضمن هذه الأهداف عادة تأسيس علامة تجارية، أو زيادة الدراية بالعلامة التجارية، وزيادة معدل التحويلات أو المبيعات، وتُقاس نسبة النجاح أو الفشل في تحقيق هذه الأهداف عن طريق مقاييس فعالة، ويجب على الحملة الإعلانية أخذ خمس نقاط رئيسية بعين الاعتبار لضمان فعاليتها، هذه النقاط هي الاتصالات التسويقية المتكاملة، والقنوات الإعلامية، والتمركز، ومخطط عملية الاتصالات، ونقاط التواصل.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- التزود بالأساليب العلمية والعملية الحديثة المستخدمة في التخطيط الاستراتيجي.
- تنمية المهارات في ممارسة هذه الأساليب العلمية والعملية الحديثة المستخدمة في التخطيط الاستراتيجي.
- تحقيق الكفاءة والفعالية في مجال التخطيط الاستراتيجي للحملات الإعلانية والإعلامية.

الفئات المستهدفة:

- مسؤولو التخطيط الاستراتيجي والأبحاث التسويقية.
- المشرفون والموظفون في المستويات الإدارية المختلفة وإدارة العلاقات العامة.
- العاملون في وكالات وشركات متخصصة في تقديم خدمات البحث التسويقي.
- العاملون في أقسام الأبحاث بوكالات الدعاية والإعلان.
- مصممو الإعلانات.
- المخرجون الفنيون
- مسؤولو الطباعة.
- المخرجون
- المصورون
- جميع العاملين في مجال التخطيط الاستراتيجي للحملات الإعلانية والإعلامية.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

- تعريف الإعلان والأعلام وماهو الفرق بينهما.
- مفهوم وأهمية التخطيط الاستراتيجي للحملات الإعلامية والإعلانية.
- خطوات التخطيط الاستراتيجي.
- تحليل الوضع الحالي والذي يساعد ويمكن على تنفيذ الحملات الإعلامية.
- تحديد الوضع المستهدف { الرؤية Vision - الرسالة Mission - الأهداف الإستراتيجية }.

الوحدة الثانية:

- التحليل الاستراتيجي الرباعي للبيئة الداخلية والخارجية للعلاقات العامة {تحليل SWOT}.
- صياغة وتنفيذ ومتابعة وتصحيح رسالة المنشأة، فلسفتها، سياساتها وأهدافها واستراتيجياتها.
- أنواع التخطيط الاستراتيجي للحملات الإعلامية.
- ماذا بعد التخطيط الاستراتيجي.
- الإعلان جزء من المزيج الترويجي.

الوحدة الثالثة:

- أنواع الإعلانات والإعلامات
- أطراف العملية الإعلانية والإعلامية.
- ما الذي تقوم به تحديداً.
- مجال عمل وكالات الإعلان والإعلام.
- هدف الحملات الإعلانية والإعلامية.

الوحدة الرابعة:

- متى تلجأ الشركات لوكالات الإعلان والإعلام.
- من يقوم بالإعلانات ومن يقوم بالإعلامات.
- من يقوم بالأبحاث التسويقية.
- من يعمل في وكالات الإعلان والإعلام.
- كيف تخرج الأفكار الإعلانية والإعلامية.

الوحدة الخامسة:

- كيف تقاس الإعلانات في وسائل الإعلام ؟
- ما هي الدعاية.
- ما هي أنواع الدعاية.
- مع من تتعامل وكالات الإعلان ؟
- حالات عملية في التخطيط الاستراتيجي للحملات الإعلامية والإعلانية.