

€ TRAINING

الاستراتيجيات المعاصرة في إدارة العلاقات العامة

26 أغسطس - 6 سبتمبر 2024
ميلان (إيطاليا)



الاستراتيجيات المعاصرة في إدارة العلاقات العامة

رمز الدورة: Z334 تاريخ الإنعقاد: 26 أغسطس - 6 سبتمبر 2024 دولة الإنعقاد: ميلان (إيطاليا) - التكلفة: 10100 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

في عالم الأعمال الدولية تؤثر العلاقات العامة على جميع أنواع المنظمات الكبيرة منها والصغيرة محليا ودوليا وأيما كان نوع العمل سواء أكان تجاريا أم غير تجاري أو كان خيرا 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 البروتوكول والمراسم والإتيكيت محليا ودوليا.
- الاستفادة من إمكانيات المعلومات لخدمات أعمال العلاقات الدولية.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

- دور العلاقات العامة P.R. The role
- 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 العامة IPR.
- 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 PRCA Public relation consultants association
- أنواع 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 العالمية UNS.

الوحدة الثامنة:

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

الوحدة التاسعة:



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

الوحدة العاشرة:

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