

€ TRAINING

بناء الصورة الذهنية

29 إبريل - 3 مايو 2024
طرابزون (تركيا)
Radisson Blu Trabzon



بناء الصورة الذهنية

رمز الدورة: Z689 تاريخ الإنعقاد: 29 إبريل - 3 مايو 2024 دولة الإنعقاد: طرابزون (تركيا) - Trabzon Blu Radisson التكلفة: 5300 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

يتزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للمجتمعات والشركات نظراً للقيمة الفعالة التي تؤديها في تشكيل الآراء وتكوين الانطباعات الذاتية وخلق السلوك الإيجابي للأفراد تجاه الشركات ، و أصبح تكوين الصورة الذهنية الطيبة هدفاً أساسياً تسعى إليه معظم الشركات التي تنشئ النجاح ، وقد وعيت الشركات أهمية دراسة وقياس الصورة الذهنية المتكونة في أذهان جماهيرها لكي تبني الخطط والاستراتيجيات التي تعنى بتحسين الانطباعات والمعارف الذهنية للجماهير وبالتالي خلق بيئة ملائمة لتحقيق نشاطات الشركة المختلفة بكافة مجالاتها الإدارية والتسويقية والمالية والإعلانية . إن العمل في مثل هذه البيئة يساعد الشركات على تحقيق تناعم بين أهدافها من جهة ورغبات الجماهير من جهة ثانية معتمدين في ذلك على هذه القوة الخفية التي تساعد على إيصال أهدافها ورسائلها إلى الجمهور و المحافظة على مدى قدرتها على البقاء والنمو في مجتمع يشهد تنافس الشركات في تقديم ذاتها و منتجاتها وثقافتها للآخرين ، وسعيها الدائم لكسب تأييد الجمهور وتشكيل الصورة الجيدة التي تضمن لها الدعم المعنوي وبالتالي الاستمرارية .

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على المفاهيم الأساسية للصورة الذهنية
- إدراك دور الصورة الذهنية وأهميتها وروافدها
- امتلاك ثقافة وفلسفة بناء الصورة الذهنية للمؤسسات
- امتلاك ثقافة إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة
- القدرة على وضع برامج بناء الصورة الذهنية
- امتلاك مهارات التفكير الاستراتيجي لبناء الصورة الذهنية الإيجابية

الفئات المستهدفة:

- مدير العلاقات العامة
- مدير التسويق
- مدير قسم الموارد البشرية
- مدير المبيعات
- كل من لديه اهتمام بموضوع بناء الصورة الذهنية للشركة

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الاولى:

مفاهيم تأسيسية

- مفهوم الصورة الذهنية
- مفهوم العلاقات العامة اللغوي والاصطلاحي

الوحدة الثانية:

كيفية تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهورين الداخلي والخارجي



- تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور الداخلي الموظفين
- تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي الزبائن

الوحدة الثالثة:

العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية للشركات

- رؤية ورسالة الشركة
- ثقافة الشركة
- هوية الشركة
- تواصل الشركة مع الجماهير
- المسؤولية الاجتماعية

الوحدة الرابعة:

دور العلاقات العامة في الصورة الذهنية

الوحدة الخامسة:

إدارة الصورة الذهنية

- قياس الصورة الذهنية
- تغيير الصورة الذهنية
- حماية الصورة الذهنية أثناء الأزمات