€TRAINING

أسس الاعلام الموسسي

4 - 8 نوفمبر 2024

فينا (النمسا)

أسس الاعلام المؤسسي

رمز الدورة: Z683 تاريخ الإنعقاد: 4 - 8 نوفمبر 2024 دولة الإنعقاد: فينا (النمسا) - التكلفة: 5940 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

إن نجاح المنظمات يبدأ من داخلها بتعزيز اتصالها بجمهورها الداخلي. فالموظفون هم السفراء الحقيقيون للمنظمة حيث يسهم الاتصال بالعاملين في ترسيخ الرضا الوظيفي عن المنشأة وسياساتها والتفاعل والاندماج مع برامجها، وهم من يدافع عن المنشأة فلابد من تلبية احتياجاتهم واحترامهم وقبولهم في بيئة العمل، فبحسب الدراسات المهتمة بالاتصال الداخلي فإن إشراك الموظفين يرفع معنوياتهم مما يزيد من أدائهم الوظيفي وإنتاجيتهم. الاتصال المؤسسي يساعد المنظمة أثناء حدوث الأزمات، ويعمل خبراء الاتصال في المنظمات الناجحة في إعداد الخطط المسبقة لإدارة الأزمات والتنبؤ بحدوثها بهدف السيطرة عليها والتعامل الأمثل من خلال الاستجابة السريعة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. من أولويات إدارة الاتصال المؤسسي تعزيز الاتصال المجتمعي بمبادرات للمسؤولية الاجتماعية المستدامة وخلق برامج ذات إثر ملموس في التنمية المستدامة، وتلبية احتياجات المجتمع، والاستخدام الأمثل للموارد.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على مفهوم التواصل المؤسسي
- تطبيق تقنيات مختلفة لتنفيذ التواصل الفعال
- تخطيط برامج التواصل المؤسسي داخل المؤسسة وخارجها
- توظيف التواصل المؤسسي في التطورات التنظيمية الجديدة
- التكيف مع مختلف وسائل التواصل داخل المؤسسة

الفئات المستهدفة:

- المدراء والمشرفون في مجال العلاقات العامة.
- الموظفون الذين تعتمد طبيعة عملهم على العلاقات داخل المنظمة أو خارجها، وتحديدا في مجالات الإعلام والمسؤولية الاجتماعية للشركة .

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الاولى:

نظرة عامة

- التعرف على مفهوم الاتصال المؤسسي
- رؤية ورسالة وهدف المؤسسة
- هوية المؤسسة، علامتها التجارية وسمعتها التجارية
- محاذاة الهوية والصورة والسمعة
- أهمية اشراك اصحاب المصلحة في التواصل المؤسسي

الوحدة الثانية:

التواصل في المؤسسات

- تواصل مؤسسي
- تواصل تسويقي

- تواصل داخلي

الوحدة الثالثة:

تطوير استراتيجية التواصل المؤسسي

- التخطيط الاستراتيجي واستراتيجية التواصل المؤسسي
- تخطيط وتنفيذ برامج وحملات التواصل المؤسسي
- التواصل في أوقات الأزمات

الوحدة الرابعة:

آثار التواصل المؤسسي

- قياس سمعة الشركة من خلال البحث والتقييم

الوحدة الخامسة:

مجالات متخصصة في التواصل المؤسسي

- العلاقات الاعلامية
- وسائل الاعلام الجديدة
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
- التأثيرات المختلفة للتغطية الإخبارية على التواصل المؤسسي