



أسس الاعلام المؤسسي

29 سبتمبر - 3 أكتوبر 2024

اسطنبول (تركيا)

Sheraton Istanbul Levent



أسس الاعلام المؤسسي

رمز الدورة: Z683 تاريخ الإنعقاد: 29 سبتمبر - 3 أكتوبر 2024 دولة الإنعقاد: اسطنبول (تركيا) - Levent Istanbul Sheraton 5300 بورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

إن نجاح المنظمات يبدأ من داخلها بتعزيز اتصالها بجمهورها الداخلي. فالموظفون هم السفراء الحقيقيون للمنظمة حيث يسهم الاتصال بالعاملين في ترسیخ الرضا الوظيفي عن المنشأة وسياساتها والتفاعل والاندماج مع برامجها، وهم من يدافعون عن المنشأة فلابد من تلبية احتياجاتهم واحترازهم وقبولهم في بيئة العمل، فيحسب الدراسات المهمة بالاتصال الداخلي فإن إشراك الموظفين يرفع معنوياتهم مما يزيد من أدائهم الوظيفي وإنتاجيتهم. الاتصال المؤسسي يساعد المنظمة أثناء حدوث الأزمات، ويعلم خبراء الاتصال في المنظمات الناجحة في إعداد الخطط المساعدة 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 للمسؤلية 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، وتحديداً في مجالات الإعلام والمسؤولية الاجتماعية للشركة .

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

نظرة عامة

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