



مدير العلاقات العامة المعتمد

A photograph of four professionals—three men and one woman—smiling and working at a desk. They are dressed in business attire, with the woman in the foreground wearing a black top and a multi-strand necklace. The background shows a bright office environment.

2024 - 12 يوليو
روما (أيطاليا)

مدير العلاقات العامة المعتمد

رمز الدورة: Z662 تاريخ الإنعقاد: 1 - 12 يوليو 2024 دولة الإنعقاد: روما (إيطاليا) - التكلفة: 10100 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريسي:

يسهدف البرنامج لإعداد كوادر متميزة في مجال العلاقات العامة وذلك من خلال تزويد الدارسين بكم متميز من المعرفة التي تساعدهم على تحقيق متطلبات التطور المهني وتحقيق متطلبات الإدارة الحديثة والفاعلة لمنظومة العلاقات العامة في المؤسسات التي يعملون بها. تعريف المشاركين بمفهوم وأهمية الاداء الرأقي للعلاقات العامة والاعلام الفعال

أهداف البرنامج التدريسي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- تمكين المشاركين من الوصول إلى ذروة الاتصال الاقناعي من خلال استعراض استراتيجيات الاتصال الاقناعي ذات التأثير في الرأي العام كذلك كيفية تحسين الصورة الذهنية للمنظمة.
- تمكين المشاركين من الوصول إلى ذروة الاتصال الاقناعي من خلال استعراض استراتيجيات الاتصال الاقناعي ذات التأثير في الرأي العام كذلك كيفية تحسين الصورة الذهنية للمنظمة.
- التعريف بالمهارات اللازمة لتحضير وتنظيم جلسات الاجتماعات من لجان وندوات ومؤتمرات.
- امتلاك المشاركين المعرفة النظرية الشاملة بتاريخ المراسيم والبروتوكول والاتيكيت وأصولها وقواعد ممارستها.
- الأداء المناسب والسليم في مجالات العلاقات العامة
- امتلاك المهارات الفردية الضرورية للسلوك المناسب في مختلف المواقف والمناسبات.
- التدريب على سبل التواصل مع الجمهور الداخلي العاملون في الجهاز أو الشركة أو المؤسسة.
- التدريب على سبل التواصل مع الجماهير الخارجية التي تعامل معها المؤسسة .

الفئات المستهدفة:

- مسؤولي العلاقات العامة.
- مديري إدارات العلاقات العامة.
- جميع المختصين بالتعامل مع ممثلي المؤسسات الأخرى.
- العاملين بإدارات العلاقات العامة.
- الأشخاص الراغبين في تغيير مسارهم المهني والتحول عنه إلى حقل العلاقات العامة.

محاور البرنامج التدريسي:

الوحدة الأولى:

مقدمة عن العلاقات العامة ومدير العلاقات العامة

- التاريخ والنشأة للعلاقات العامة
- مفهوم العلاقات العامة.
- صفات رجل العلاقات العامة
- الشروط الواجب توافرها في رجل العلاقات العامة.
- اشكال الاتصال الداخلي والخارجي.
- رجل العلاقات العامة في إدارة الأزمات.

الوحدة الثانية :

مفهوم الاداء للعلاقات العامة ودورها في تحقيق أهداف المنظمة

- الوضع التنظيمي لإدارة العلاقات العامة وعلاقته بالتنظيم الإداري .
- تخطيط نشاط العلاقات العامة بفكر إبتكاري :
 - مفهوم التخطيط الإبتكاري .
 - مراحل إعداد خطة العلاقات العامة .
 - التفكير الإبتكاري وتوليد الأفكار ودوره في تحقيق التخطيط الفعال .
- تنمية مهارات رجل العلاقات العامة في تحقيق الإتصالات الفعالة داخل وخارج المنظمة

الوحدة الثالثة :

وسائل الإتصال الفعال في العلاقات العامة:

- العلاقات العامة والتواصل الجماهيري
- دور العلاقات العامة في بناء المؤسسات
- إستراتيجيات الإتصال في العلاقات العامة
- مزايا وعيوب وسائل الإتصال المختلفة .
- معايير المفاصلة بين وسائل الإتصال .
- عوامل اختيار وسيلة الإتصال الفعالة .
- مهارات التعامل مع الآخرين والإتصالات التبادلية بينهم .
- مهارات التفاوض الفعال :
 - مفهوم التفاوض وطبيعته .
 - سياسات وإستراتيجيات التفاوض .
 - كيف تكون مفاوضاً فعالاً .
- الرأي العام ومفهومه :
 - أهمية التعرف على الرأي العام .
 - أنواع الرأي العام .
 - طرق قياس الرأي العام .
- مهارات متابعة وسائل الإعلام :
 - التعرف على تأثيرها في الرأي العام .
 - الرد على ماينشر بشأن المنظمة .
- نماذج وأنماط العملاء والجماهير ومصفوفة إدارة العملاء .
- التعرف على السلوك الإنساني ودوابع وإنجاهات البشر .
- مهارات حل مشكلات العاملين والعملاء .

الوحدة الرابعة :

الحملات الإعلامية الإعلانية مداخل أساسية:

- مفهوم الحملات الإعلامية والإعلانية .
- ملاحظات أساسية على حالات استخدام الحملات الإعلامية والإعلانية .
- متطلبات التخطيط الفعال للحملات الإعلامية والإعلانية .
- أهمية دائرة مراحل الحملات الإعلامية والإعلانية .

الوحدة الخامسة :

العوامل الحاكمة لزيادة فاعلية الحملات الإعلانية :

- شروط الفكرة الملائمة .
- جمع البيانات والمعلومات .
- تحديد أهداف الحملات الإعلامية والإعلانية .
- مواصفات القائم بالاتصال في الحملات الإعلامية .
- التكتيكات الأساسية لرسائل الحملات الإعلامية والحالات الملائمة لاستخدام كل منها .



- كيفية زيادة فاعلية استخدام الوسائل الإعلامية .
- اعتبارات أساسية في دراسة جمهور الحملات الإعلامية .
- دراسة ردود الأفعال تجاه الحملات الإعلامية .

الوحدة السادسة:

كيفية قياس فاعلية إنتاج المواد الإعلامية الخاصة بالحملات الإعلامية :

- ملاحظات أساسية .
- كيفية تحديد المزاج الإتصالي الفعال للحملات الإعلامية .
- موقع المواد الإعلامية بين العناصر المؤثرة في نجاح أو فشل الحملات .
- كيفية تقويم المواد الإعلامية الخاصة بالحملات .
- نماذج تطبيقية .

الوحدة السابعة :

قياس فاعلية الحملات الإعلامية :

- الأهداف السلوكية للإعلان وإمكانيات تحقيقها .
- قياس فاعلية وتميز الفكرة الإعلامية .
- قياس فاعلية عناصر الحملات الإعلامية .
- قياس فاعلية الأساس الفني لتصميم وخارج الإعلانات .
- كيفية التعامل مع الرأي العام المستهدف في الحملات الإعلامية والإعلانية .
- مفهوم الرأي العام .
- تكتيكات التأثير في الرأي العام .
- العوامل المؤثرة في الرأي العام .
- كيفية قياس اتجاهات الرأي العام تجاه الحملات الإعلامية والإعلانية .

الوحدة الثامنة :

دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة:

- ماهية الصورة الذهنية.
- سمات الصورة الذهنية للمنظمة.
- العلاقة بين شخصية المنظمة وهويتها وصورتها الذهنية.
- الفرق بين الصورة الذهنية والصورة النمطية.
- عملية إدارة الصورة الذهنية المراحل - التشكيل.
- كيفية بناء قاعدة جماهيرية فعالة.

الوحدة التاسعة :

العلاقات العامة المؤسسية - Relations Public Corporational

- الاتصال التنظيمي: فهم المنظمات وإجراء بحث بشأنها
- مفاهيم أساسية
- ما هو الاتصال التنظيمي؟
- العلاقات العامة والاتصال التنظيمي:
- المنظمات الموجودة في المجتمع
- ما هي المنظمة؟
- هل المنظمات مثل الأشخاص؟
- كيف تفكك المنظمات؟
- المعرفة التنظيمية:
- التفكير الناقد



- الثقافة التنظيمية
- النطارة النفعية للثقافة التنظيمية: منهج ثقافة الشركات
- المنظور التفسيري للثقافة التنظيمية
- المناخ التنظيمي
- خلف الكواليس
- العواطف
- سوء السلوك والعقاب
- التفكير الناقد
- الحسد التنظيمي والاتصال
- التفكير الناقد

أنواع المنظمات

- المنظمة كسجن نفسي
- المنظمة ككائن حي
- المنظمة كسياسة
- المنظمة كوسيلة من وسائل الهيمنة الاجتماعية
- المنظمة كنموذج للتدفق والتحول
- المنظمة كعقل
- المنظمة كثقافة
- مراجعات الاتصال
- لماذا يقاومون المديرون والموظفون مناهج مراجعة الاتصال؟
- انتقاد عمليات مراجعة الاتصال

الوحدة العاشرة :

العلاقات العامة و العولمة

- مفاهيم أساسية
- الاتصالات الدولية
- الاتصالات متعددة الثقافات
- العلاقات العامة الدولية
- العولمة: تعريفات ومفاهيم
- التفكير الناقد
- الثقافة العالمية
- ما أهمية العولمة بالنسبة لطلاب العلاقات العامة وممارساتها؟
- ما هي وجهة نظر باحثي العلاقات العامة وممارسوها العولمة؟
- التفكير الناقد
- العولمة: يوتوبيا أم ديسينوببيا؟
- التفكير الناقد
- العولمة ودور العلاقات العامة: فن الدبلوماسية
- تطبيق النماذج الدبلوماسية على العلاقات العامة