



المركز العالمي للتدريب والتطوير
International Centre For Training & Development



اساليب تخطيط و تفعيل حملات العلاقات العامه الدولية



INTERNATIONAL ACCREDITATION ORGANIZATION



UNIVERSITY OF ROCKHAMPTON
MAKING THE DIFFERENCE



وصف الدورة :

يلاحظ في السنوات الأخيرة زيادة الاهتمام بالعلاقات العامة الدولية، وزيادة إقبال المنظمات الدولية على تطوير وظائف العلاقات العامة لديها، وزيادة إقبال الشركات على تعيين أفضل العناصر للعمل بالعلاقات العامة لديها، وبهذا فإن العلاقات العامة قد تأكدت فعاليتها للمنظمات والمؤسسات بشكل عام، سواء كانت محلية أو دولية، وذلك في المجالات الاتصالية المبذولة في أداء الممارسة المختلفة للنشاطات وأهداف العلاقات العامة، مما أدى إلى تدعيم علاقة المؤسسة بالعديد من جماهيرها بشكل يحقق أهداف المنظمة؛ لذا فقد بدأت بيئة المنظمات على اختلاف أنواعها تنال نصيبها من الاهتمام والدراسة منذ الخمسينيات من القرن الماضي، وتزايد الاهتمام بها بشكل ملحوظ في العشر سنوات الأخيرة، حيث يُنظر إلى المنظمة باعتبارها كائن حي منفتح على العالم الخارجي، ومتفاعل معه، ويؤثر فيه، ويتأثر به بصورة مستمرة.

هدف الدورة :

- تدعيم القدرات والمهنية لمسؤولي الإعلان والعلاقات العامة.
- تطوير المهارات البحثية في مجال تخطيط الحملات الإعلانية وقياس فعاليتها.
- قياس الاستجابة الشرائية أو الإقناعية المستهدفة من الحملات الإعلانية.
- تنمية المهارات الخاصة بالاتفاق المالي لأنشطة الإعلان المختلفة في كافة وسائل الإعلان المختلفة.

الفئة المستهدفة :

- القائمين بتخطيط وتنفيذ الحملات الإعلانية في الشركات والمؤسسات المختلفة.
- رجال المال والأعمال.
- المسؤولين المتخصصين في إدارة العلاقات العامة والإعلان.
- مسؤولي إدارات الإعلان والتسويق والمبيعات في الشركات.
- القائمين بتخطيط الحملات الإعلانية في وكالات الإعلان وشركاته.

محتوى الدورة :

تخطيط الحملات الإعلانية والترويجية:

- مزايا تخطيط الحملات الإعلانية ووظائفه.
- أساليب تخطيط الحملات الإعلانية.
- تحديد الأهداف الإعلانية والترويجية.
- الخطوات والمراحل الخاصة بتخطيط الحملات الإعلانية.
- مجالات قياس فعالية الحملات الإعلانية:
- طرق تحديد المخصصات المالية للحملات الإعلانية.
- إستراتيجيات الجدولة الخاصة بالحملات الإعلانية.
- مجالات قياس فعالية الإعلان من حيث الدوافع والرسائل والوسائل والاستجابة الشرائية.
- قياس فعالية الإعلان قبل النشر :
- طرق الاختبار المسبق للحملات الإعلانية.
- قوائم المراجعة.
- القائمة العامة للمراجعة.
- قائمة المراجعة المتخصصة.
- طريقة مجموعات المستهلكين.
- الطرق الموضوعية لقياس فعالية الإعلان.
- قياس فعالية الإعلان بعد النشر:.

- طرق الانتباه والتذكر.
- طريقة التعرف "ستارش".
- الاستدعاء "التذكر" الغير مساعد، والاستدعاء المساعد.
- قياس الإدراك للإعلان.
- تكتيك تباين الدلالات.
- طريقة اداتل.
- قياس الاتجاهات.
- قياس ثيرستون.
- مقياس ليكرت.
- الاختلاف والتباين الدلالي.
- قياس الاستجابة البيعية للحملات الإعلانية.

رسوم الدورة :

- السعر أعلاه شامل عقد الدورة في قاعة فندق خمس نجوم + 2 استراحة + بوفيه غداء

منهجية التدريب :

- حلقات النقاش.
- العصف الذهني .
- مجموعات عمل .
- تبادل ادوار .
- حالات عملية و تطبيقية .
- العرض

جدول توقيت الدورة: المركز العالمي للتدريب والتطوير

International Centre For Training & Development

- 08:00 – 10:00 المحاضرة الاولى
- 10:00 – 10:15 استراحة
- 10:15 – 12:15 المحاضرة الثانية
- 12:15 – 12:50 استراحة + صلاة
- 12:50 – 14:10 المحاضرة الاخيرة + مناقشة عامة