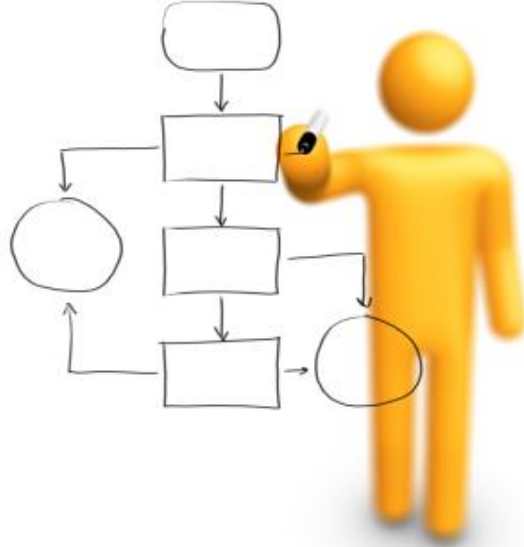




المركز العالمي للتدريب والتطوير
International Centre For Training & Development



تخطيط وإدارة العلاقات العامة الرصد والتقييم والتنسيق مع الاستراتيجية الشاملة



IAO
INTERNATIONAL ACCREDITATION ORGANIZATION



UNIVERSITY OF ROCKHAMPTON
MAKING THE DIFFERENCE



هدف الدورة :

تزويد المشاركين بالمعلومات والطرق الفنية في مجال العلاقات العامة ، وتنمية مهاراتهم واتجاهاتهم نحو تحسين صورة المؤسسة لدى المتعاملين معها ، وبناء علاقات جيدة مع الرؤساء والزملاء .
تعريف المشاركين بأساسيات العمل في المنظمات الدولية والاقليمية ، ودبلوماسية العمل في ظل السمات التي تميزها عن المنظمات الأخرى ن وتنمية مهاراتهم في ممارسة متطلبات العمل بها .
صقل وتطوير عددا من مهارات الاتصال الاساسية اللازمة لأداء المسؤوليات المتعلقة بالعلاقات العامة .
تطوير أعمق لأسس الاتصال الفعال مع الجمهور داخل المؤسسة وخارجها .
ممارسة وصقل مهاراتهم الرئيسية في مجال العلاقات العامة .

الفئة المستهدفة :

- مديرو ورؤساء الأقسام والعاملون في مجال العلاقات العامة والإعلام

محتوى الدورة :

العلاقات العامة :

- مفهوم وظيفة العلاقات العامة وأهدافها
- من هم العاملين في العلاقات العامة
- الأنشطة المختلفة للعلاقات العامة : داخل المنظمة - خارج المنظمة.
- جمهور العلاقات العامة وأنواعه.
- مهارات وأساسيات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- فنون التعامل مع الجمهور والمحافظة على تواصلهم وفهمهم
- أهم المعوقات والمشاكل التي تواجه العلاقات العامة.

التخطيط الإستراتيجي للعلاقات العامة والإعلام: للتدريب والتطوير International Centre For Training & Development

- مفهوم التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة والإعلام.
- أهمية التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة والإعلام.
- خطوات وعناصر التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة والإعلام.
- دور التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة والإعلام.
- كيفية التخطيط لحملات العلاقات العامة الناجحة
- عمل مبادرات حملات العلاقات العامة في ظل الظروف الراهنة
- مهارات وأساسيات العلاقات العامة
- نماذج وممارسات متميزة لحملات علاقات عامة.

بناء الصورة الذهنية والهوية المؤسسية:

- الصورة الذهنية تعريفها مكوناتها طبيعتها أهميتها..
- مهارات وأساسيات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- بناء الصورة الذهنية والهوية المؤسسية من خلال الاتصال الناجح.
- فنون التعامل مع الجمهور والمحافظة على تواصلهم وفهمهم
- أهم المعوقات والمشاكل التي تواجه العلاقات العامة.

- طرق وفنون التعامل مع المواقف المحرجة والخروج منها.
- التعرف على أبرز صفات وسمات ممارس الاتصال المؤسسي.
- تمارين وتطبيقات عملية للاتصال المؤسسي والعلاقات العامة.

إدارة وتخطيط حملات العلاقات العامة و الإعلام:

- المفاهيم الحديثة لحملات العلاقات العامة والحملات الإعلامية.
- الأسس المنهجية في إعداد وتصميم الحملات الإعلامية.
- الحملات الإعلامية تعريفها وأهميتها وأثرها الفعال.
- أنواع الحملات الإعلامية ومكوناتها وأمثلة من الواقع (نماذج).
- دراسة الجمهور المستهدف خصائصه وظروفه.
- أسس اختيار الوسائل الإعلامية (مزاياها وعيوبها).
- أسس ومراحل تقييم الحملات الإعلامية وحملات العلاقات العامة.

فنون ومهارات التعامل مع وسائل الإعلام:

- أهمية الإعلام وأدواته، وتقنيات توظيفه لصالح المؤسسة.
- أسس وقواعد وأخلاقيات التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة.
- استراتيجيات وطرق التعامل مع الشائعات بين الجمهور.
- أساليب إدارة الأسئلة والمواقف المحرجة من قبل الإعلاميين.
- أنواع المقابلات الساندة في وسائل الإعلام، وكيفية التحضير لها.
- تطبيقات عملية للمقابلات وإدارة الندوات والحلقات النقاشية.
- الفروق الجوهرية بين المقابلات ف بالراديو والتلفزيون والصحف.
- أهمية لغة الجسد والسمات الشخصية في مواجهة وسائل الإعلام.

تعامل العلاقات العامة مع الصحافة:

- كيفية التعامل مع الصحافة كوسيلة إعلامية
- مهارات طرح القضايا الحساسة على الصحافة
- كيفية التعامل مع الأنماط المختلفة من الصحف
- مواصفات وإعداد الكلمات والتصريحات الصحفية
- مبادئ تنظيم المؤتمرات الصحفية
- مهارات وأساليب التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة

تعامل العلاقات العامة مع التلفزيون:

- التعامل مع أهم وسيلة إعلامية (التلفاز)
- أنواع البرامج واللقاءات التلفزيونية
- البرامج الحوارية والبرامج المباشرة والبرامج الغير المباشرة.
- التحضير المسبق للقاء التلفزيون من خلال إعداد المعلومات والبيانات اللازمة للقاء.

تعامل العلاقات العامة مع الإذاعة:

- مهارة مواجهة الميكروفون وفنون المحاوراة الإذاعية.
- التعامل مع الأنماط البشرية المختلفة (المتصلة) من خلال اللقاء.
- مهارات التعامل مع الإذاعيين في البرامج الإذاعية المختلفة.
- ورشة عمل تطبيقية على تدعيم قدرات المشاركين في التعامل الإعلام مع وسائل الإعلام المختلفة

أنواع بحوث العلاقات العامة لقياس الرأي العام.

- بحوث تتعلق بأنشطة العلاقات العامة للمنظمة.
- تقسيمات الرأي العام:
 - التقسيم الزمني-
 - رأي عام يومي
 - رأي عام مؤقت
 - رأي عام دائم
 - التقسيم الكمي-
 - الرأي الساحق
 - رأي الأغلبية
 - رأي الأقلية
- قياس اتجاهات الرأي العام السائد لدى العاملين.
- بحوث قياس الروح المعنوية لدى الجماهير.
- بحوث تقييم وقياس وسائل الإعلام والاتصال.
- بحوث قياس فاعلية برامج العلاقات العامة وأنشطتها.

خطوات التخطيط لأنشطة العلاقات العامة والدعاية:

- تحديد وجمع البيانات وتحديد المشكلات.
- تشخيص المشكلة وتحليل الموقف وفحص الخبرات السابقة.
- تحديد الأهداف الإجمالية العامة للبرنامج. **Goals.**
- تحديد الجمهور المستهدفة وتقسيمه إلى فئات نوعية.
- تحديد الأهداف التفصيلية **Objectives** لكل فئة جماهيرية.
- تقييم البدائل واختيار البديل الأفضل.
- تحديد إستراتيجية البرنامج والاتصال.
- وضع الخطط التنفيذية للبرنامج

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 :

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



المركز العالمي للتدريب والتطوير
International Centre For Training & Development