



دورة:

النظم المتكاملة للعلاقات العامة

11 - 15 نوفمبر 2024

امستردام (هولندا)

Grand Hotel Amrâth Amsterdam

النظم المتكاملة للعلاقات العامة

رمز الدورة: RR164 تاريخ الإصدار: 11 - 15 نوفمبر 2024 دولة الإصدار: أمستردام (هولندا) - Amsterdam Amrâth Hotel Grand رسوم الاشتراك: Euro 5250

مقدمة:

اكتسب نشاط العلاقات العامة أهمية كبرى في منظمات اليوم، سواء تلك التي تهدف إلى الربح أم تلك المنظمات غير الهادفة للربح كالمنظمات الحكومية، وقد برز دور العلاقات العامة نتيجة للتحديات والتغيرات العالمية المعاصرة مما أدى إلى تزايد أهمية بناء وتدعيم إسم المنظمة، وتكوين صورة ذهبية محببة في أعين جماهيرها، وقد أثرت التغيرات التكنولوجية في نوع وشكل أدوات العلاقات العامة التي يمكن إستخدامها في علاقاتها بالجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة، ومن ثم فعلى منظمات اليوم أن تقوم بالتوظيف الفعّال للتكنولوجيا الحديثة الإنترنت وتوالتراكت في خدمة جماهيرها.

ولم تعد العلاقات العامة اليوم ذلك النشاط المبهم الذي تتردد إدارة المؤسسة في تبنيه بل أصبحت ضرورة لا بد منها وبخاصة بعد التطورات الهائلة والسريعة في عالم المعلومات والانتقال من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الإلكتروني والفضائيات الرقمية، وهذا ما أضفى مهام ومسؤوليات جديدة على رجل العلاقات العامة ليكون أكثر مهارة وقدرة على إبراز دور المؤسسة لدى المجتمع المحلي أولاً والمجتمع الدولي ثانياً، وتأسيساً على ذلك يهدف هذا البرنامج إلى تزويد المشاركين بالمهارات التي تساعدهم على استخدام التقنيات الإلكترونية في مجال تفعيل دور العلاقات العامة على المستويين الفردي والمؤسسي.

أهداف البرنامج:

سيكون المشاركون في نهاية البرنامج التدريبي قادرين على:

- بيان كيفية توظيف أساليب التكنولوجيا الحديثة في أداء وظائف العلاقات العامة وأنشطتها.
- إبراز الدور الحديث للعلاقات العامة في ظل التغيرات والتحديات المعاصرة.
- التزود بأحدث الأفكار التي توضح كيفية أداء أنشطة العلاقات العامة إلكترونياً.
- توضيح متطلبات تطبيق نظام العلاقات العامة الإلكترونية.
- تنمية مهاراتهم في كيفية إستخدام الإنترنت والإنترنت في أداء أنشطة العلاقات العامة في علاقاتها بالجمهور الخارجي والداخلي للمنظمة.

الجمهور المستهدف:

- مدراء الشركات والمؤسسات ونوابهم.
- رؤساء الأقسام.
- موظفو العلاقات العامة.
- الصحفيون والإعلاميون.
- الموظفون سواء في المنظمات الحكومية أو غير الحكومية.
- كل من يرغب بتطوير مهاراته وخبراته ويرى الحاجة إلى هذه الدورة.

المحاور العامة للبرنامج:

اليوم الأول:

- مفهوم وأهمية العلاقات العامة على مستوى المؤسسة والمجتمع:

- المفاهيم الأساسية للعلاقات العامة الإلكترونية.
- العلاقات العامة بالإنترنت وغير الإنترنت.
- التفريق بين الإنترنت والإنترنت والإكسترنات.
- دور تكنولوجيا المعلومات في دعم أداء العلاقات العامة.
- متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات في مجال العلاقات العامة.
- تصميم موقع المنظمة على الإنترنت.
- الحكومة الإلكترونية كأحد تطبيقات العلاقات العامة الإلكترونية.
- أمثلة الواقع العالمي {Online} للمواقع الإلكترونية لبعض المؤسسات الحكومية ومنظمات الأعمال.

- خصائص ووظائف العلاقات العامة الإلكترونية:

- وظائف وسائل الإعلام الإلكتروني.
- خصائص الكتابة الإلكترونية.
- وسائل الاتصال الإلكترونية.
- خصائص الاتصال المؤسسي الإلكتروني.
- الاتصال الإلكتروني الداخلي "Intranet".
- الاتصال الإلكتروني الخارجي "Extranet".
- الاتصال الإلكتروني العالمي "Internet".

اليوم الثاني:

- التقنيات الإلكترونية لإعداد خطة العلاقات العامة:

- ماهية التخطيط وأنواعه.
- مقومات التخطيط الإلكتروني الفعال للعلاقات العامة.
- متطلبات العبور نحو العلاقات العامة الإلكترونية.
- معوقات تنفيذ الأساليب الإلكترونية في المنظمات.
- تطبيقات عملية على إعداد خطة العلاقات العامة إلكترونياً.

اليوم الثالث:

- دور الإدارة الإلكترونية في تفعيل منهجية العلاقات العامة:

- تقنيات الاتصال الإلكتروني الفعال.
- مفهوم الاتصال الإلكتروني.
- خصائص الاتصال الإلكتروني الفعال.
- طرق الاتصال الإلكتروني.

- أنواع الاتصالات الالكترونية.
- مهارات استخدام الأساليب الالكترونية في الاتصال الخارجي.

اليوم الرابع:

- تدعيم العلاقات مع الجمهور الداخلي للمنظمة إلكترونياً:

- الإنترنت كأداة الكترونية لتدعيم العلاقات مع الجمهور الداخلي.
- أهم أنشطة العلاقات العامة التي يمكن تنفيذها إلكترونياً.
- أنشطة العلاقات العامة بالنسبة للإدارة العليا والعاملين والمنظمة ككل.
- ورشة عمل للتطبيقات والأدوات الالكترونية المستخدمة في تنفيذ أنشطة العلاقات العامة داخل المنظمة.

اليوم الخامس:

- تدعيم العلاقات العامة بالجمهور الخارجي إلكترونياً:

- تدعيم العلاقات مع الجمهور الخارجي إلكترونياً.
- مجالات تطبيق العلاقات العامة إلكترونياً لدعم الدور التسويقي المؤسسات الحكومية.
- البحوث والدراسات والمعاملات.
- تصميم المنتجات والخدمات.
- خدمة العملاء.
- التوظيف.
- التقنيات الالكترونية في قياس الرأي العام.