Global Horizon
TRAINING CENTER

دورة:

التخطيط والإدارة لحملات العلاقات العامة

25 - 29 أغسطس 2025

برشلونة (اسبانيا)

grupotel gran via 678

التخطيط والإدارة لحملات العلاقات العامة

رمز الدورة: RR12430 **تاريخ الإنعقاد:** 25 - 29 **أغسطس** 2025 **دولة الإنعقاد:** **برشلونة** (**اسبانيا**) - 678 via gran grupotel **رسوم الإشتراك:** 5500 Euro

مقدمة

تعد هذه الدورة لإدارة حملات العلاقات العامة أمراً ضرورياً لأي شركة تهدف إلى استخدام حملات العلاقات العامة كجزء من عملياتها التجارية. يمكن أن تساعد حملات العلاقات العامة في دفع التغيير التنظيمي والاستراتيجي، وبناء التصورات العامة، وتعزيز السمعة لدى أصحاب المصلحة الرئيسيين. تعد الحملات المخطط لها وتنفيذها بشكل جيد وسيلة فعّالة من حيث التكلفة لتغيير المفاهيم وزيادة قيمة أصحاب المصلحة للمؤسسة.

أهداف دورة :

- فحص نطاق حملات العلاقات العامة والأغراض التي يمكن أن تحققها
- تطوير أسلوب في حل المشكلات لمطابقة استراتيجية حملة العلاقات العامة مع أهداف العمل
- التخطيط لحملات العلاقات العامة لتلبية الاحتياجات ووضع أهداف واضحة مع نتائج سلوكية قابلة للقياس
- فحص مجموعة واسعة من الحملات الناجحة للحكم على الاستراتيجيات المختلفة واستخدام القنوات ووسائل الإعلام
- قياس المخاطر التي تظهر أثناء الحملة من خلال زيادة التدقيق العام والإعلامي والتخطيط للتخفيف من هذه المخاطر
- تعرّف على كيفية تقييم حملات العلاقات العامة لإثبات نجاح الأعمال وتطوير منهجية الحملة

الجمهور المستهدف:

- مديرو ورؤساء إدارات وأقسام العلاقات العامة الدولية
- مديرو ورؤساء إدارات وأقسام العلاقات العامة المحلية.
- المرشحون لشغل وظائف في العلاقات العامة.
- كل من يرغب بتطوير مهاراته وخبراته ويرى الحاجة الى هذه الدورة.

محاور دورة :

اليوم الأول:

العلاقات العامة في عالم الأعمال

- نظرة عامة على نطاق ودور العلاقات العامة في المنظمة
- تقييم حالة العلاقات العامة الخاصة بك

- تحديد الأهداف لتلبية احتياجات عملك
- إطار التخطيط للحملات
- تكلف الحملة
- كتابة اقتراح الحملة الخاصة بك

اليوم الثاني:

تحديد أهداف الحملة وموضوعاتها

- نهج حل المشكلة
- عملية الحملة ونظرية التواصل
- ترجمة الأهداف إلى مفهوم عملي للحملة
- تخصيص الموارد وجدولتها
- تطوير بيت الرسالة
- رواية القصص والإبداع في المراسلة

اليوم الثالث:

اختيار مزيج الوسائط الصحيح

- تحديد الجمهور المستهدف
- تقييم رأي أصحاب المصلحة فيك
- اختيار الوسيلة المناسبة للجمهور المناسب
- الأخبار وجيل الميزات
- هل هي قصة - ما الفائدة منها لوسائل الإعلام؟
- الأحداث والدعوات والبيانات الصحفية

اليوم الرابع:

وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير

- إشراك وسائل الإعلام "الداخلية"
- استخدام التصوير الفوتوغرافي والفيديو
- وسائل التواصل الاجتماعي في الحملات
- استخدام المؤثرين والشهادات

- دور موقع الشركة
- إدارة الأزمات والطوارئ

اليوم الخامس:

تقييم تخطيط الحلقة

- بناء فريق الحملات الداخلية
- تقييم وإدارة الأداء
- شراء المساعدة - ما الذي تبحث عنه والحصول على أفضل النتائج؟
- تقييم الحملات
- تقارير الحملة
- خطة العمل الشخصية