



دورة:
إدارة الفعاليات المؤسسية عالية التأثير

13 - 17 ديسمبر 2026
دبي (الإمارات العربية المتحدة)

إدارة الفعاليات المؤسسية عالية التأثير

رمز الدورة: HT13322 تاريخ الإنعقاد: 13 - 17 ديسمبر 2026 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - رسوم الإشتراك: Euro 5390

المقدمة

تمثل الفعاليات المؤسسية أداة استراتيجية لتعزيز العلامة التجارية وبناء سمعة إيجابية للمؤسسة، سواء من خلال المؤتمرات والمعارض أو حفلات الجوائز أو جولات الضيوف. الفعاليات الناجحة لا تُقاس فقط بحجم الحضور، بل بقدرتها على خلق تأثير إيجابي مستدام على الجمهور والإعلام والمجتمع. هذا البرنامج مصمم لتزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لتخطيط وتنفيذ وإدارة فعاليات احترافية تعزز من ظهور المؤسسة وتقوي علاقاتها المجتمعية.

الأهداف

- تمكين المشاركين من تصميم وتنظيم فعاليات عالية التأثير تتماشى مع أهداف المؤسسة.
- التعرف على خطوات إدارة الفعاليات من التخطيط وحتى التقييم.
- تعزيز القدرة على إدارة الميزانية والجدول الزمنية للفعاليات.
- تطوير استراتيجيات للتسويق الإعلامي وبناء العلامة المؤسسية من خلال الفعاليات.
- اكتساب مهارات إدارة تجربة الضيوف والجمهور.

الجمهور المستهدف

- مدراء وموظفو الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة.
- مسؤولو التسويق وتنظيم الفعاليات.
- منسقي المشاريع والمناسبات.
- أي موظف معني بتنظيم فعاليات مؤسسية داخلية أو خارجية.

المحاور التدريبية:

اليوم الأول: مقدمة في إدارة الفعاليات عالية التأثير

- مفهوم الفعاليات المؤسسية ودورها الاستراتيجي.
- ربط الفعاليات بالأهداف المؤسسية وتعزيز العلامة التجارية.

- أنواع الفعاليات مؤتمرات، معارض، جولات، حفلات جوائز.
- دراسات حالة عن فعاليات ناجحة.

اليوم الثاني: التخطيط الاستراتيجي للفعاليات

- مراحل تخطيط الفعالية الأهداف - الجمهور - الرسائل.
- إعداد خطة عمل وجدول زمني تفصيلي.
- اختيار المكان والموردين والرعاة.
- إدارة المخاطر والتحديات المحتملة.

اليوم الثالث: التنظيم والإدارة التنفيذية

- تقسيم المهام والمسؤوليات داخل فريق العمل.
- التنسيق مع الشركاء والمتحدثين والضيوف.
- إدارة الميزانية والموارد المتاحة.
- تطبيق معايير الجودة والتميز التشغيلي.

اليوم الرابع: التسويق الإعلامي وبناء الصورة المؤسسية

- استراتيجيات التسويق للفعاليات عبر الإعلام التقليدي والرقمي.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي قبل وأثناء وبعد الفعالية.
- التعامل مع وسائل الإعلام والصحافة.
- تعزيز تجربة الجمهور والضيوف.

اليوم الخامس: التقييم وقياس الأثر

- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs لنجاح الفعالية.
- أدوات قياس رضا المشاركين والجمهور.
- إعداد تقارير شاملة بعد الفعالية.
- استخلاص الدروس المستفادة ووضع خطط للتحسين.