Global Horizon
TRAINING CENTER

دورة:

# ادارة الازمات الاعلامية

13 - 17 ديسمبر 2026
شرم الشيخ (مصر)

# ادارة الازمات الاعلامية

**رمز الدورة:** RR12522 **تاريخ الإنعقاد:** 13 - 17 ديسمبر 2026 **دولة الإنعقاد:** شرم الشيخ (مصر) - **رسوم الإشتراك:** 4350 Euro

## مقدمة

إدارة السمعة هي إدارة حديثة تعمل على الجمع بين تحسين العمليات الداخلية، وجودة الاتصال باستخدام استراتيجيات منهجية سليمة لا تخالف الواقع، بل تبرزه وتساعده في تكوين انطباع إيجابي عن المؤسسة أو الشركة وخدماتها ومنتجاتها، فضعف الاتصال يغيب الدور الحقيقي.

وكثير من المؤسسات أو الشركات تقدم جودة في الأداء، والمنتجات، والخدمات، ولكن لا تعرف كيف تظهرها، وليس لديها القدرة على بناء جسور جيدة للتواصل مع العملاء، والتي تساعدها في بناء الميزة التنافسية التي لن تتحقق إلا من خلال إدارة السمعة، وإدارة السمعة لا تقتصر على تحقيق انطباع إيجابي مع العملاء الخارجيين فقط، بل تبدأ من الداخل وتقوم ببناء علاقة وثيقة مع الموظفين على اختلاف مستوياتهم، مما يحقق لهم بيئة مشجعة للإبداع.

كما تناقش هذه الدورة إدارة الأزمات الإعلامية وكيفية الدفاع عن السمعة وإصلاح الأضرار التي قد تلحق بها في أوقات الأزمات، وتتضمّن المواضيع كيفية تحضير استراتيجية للاتصال في أوقات الأزمات عبر الإعلام وتتبّع الأخبار والشائعات سريعة الإنتشار وتحليلها عند حدوث أزمة ما، كما أنك ستكتسب ملَكة إصدار الأحكام الصائبة بشأن كيفية التفاعل، والتحكّم بزمام الاتصالات في حالة الأزمات الإعلامية

## أهداف الدورة التدريبية:

- معرفة كيفية بناء هوية المنظمة وثقافتها، وكيف يؤثر كل منهما في صورة المنظمة وسمعتها.
- القدرة على تقديم توصيف دقيق لواقع السمعة المؤسسية.
- معرفة كيفية دمج مفهوم السمعة في العمليات التشغيلية للمؤسسة.
- التعرّف على أنواع الأزمة وخصائصها وأسباب نشأتها.
- اكتساب مقومات نجاح إدارة الأزمات.
- التعرّف على فريق إدارة الأزمة والنشاط اليومي للمركز الإعلامي أثناء الأزمة.
- التعرّف على دورة حياة الأزمة.
- توصيف دقيق لأهم الفروق بين الصورة الذهنية والسمعة من حيث المعنى والمضمون وأدوات البناء وطرق القياس لكل منهما.
- اكتساب مهارات بناء إستراتيجية مميزة لإدارة الأزمة.
- اكتساب مهارات التعامل مع الشائعات والآراء الإعلامية المعادية.
- اكتساب مهارات استشراف الأزمات قبل وقوعها وإدارتها إعلامياً في حال حدوثها.
- التعرف على أساليب اتخاذ القرارات والعوامل المؤثرة في اتخاذه.
- استراتيجية الاتصال والتخطيط في أوقات الأزمات.

- بناء الثقة في اماكن العمل.
- دراسات المخاطر وإمكانية وقوعها

## الفئات المستهدفة:

- المدراء والمشرفون في العلاقات العامة.
- الموظفون الرئيسيون الذين تعتمد طبيعة عملهم على العلاقات والتفاعل داخل المنظمة أو خارجها.
- الموظفون الذي تكون من طبيعة عملهم إنشاء العلامات التجارية والإعلام والمسؤولية الاجتماعية للشركة.
- الموظفون الذين يسعون إلى ايجاد معرفة متعمقة للتواصل المؤسسي.
- مدراء المكاتب.
- رؤساء الأقسام وأصحاب القرار.
- المنسقون والمشرفون والذين تتطلب طبيعة عملهم المهارة والتخطيط وإدارة الأزمات.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

## محتوى الدورة التدريبية:

### اليوم الأول: إدارة الأزمات

- ماهية الأزمة والفرق بينها وبين المشكلة.
- المفهوم العلمي لإدارة الأزمات.
- الفروق الجوهرية بين إدارة الأزمات والإدارة بالازمات.
- مقومات نجاح إدارة الأزمات.
- تكوين فريق إدارة الأزمات ومهامه.
- أنظمة الإنذار المبكر.
- التعلم من الأزمة.
- ورشة عمل و تطبيق

### اليوم الثاني: تقييم السمعة وربطها بالأداء المؤسسي:

- ماهي العلاقة بين السمعة المؤسسية والتميز المؤسسي؟
- القدرة على تقديم توصيف دقيق لواقع السمعة المؤسسية.
- تجارب مهمة في إدارة السمعة.
- الدور الشخصي للإدارة العليا في تشكيل وتطوير سمعة المؤسسة

- دعم جهود المؤسسات في إدارة السمعة.
- قياس العائد على الاستثمار في مجال السمعة.
- تقييم السمعة وقوة الطاقم/ العملاء المؤسسية.
- طرق ونماذج قياس السمعة المؤسسية.
- نظام إدارة السمعة "Reputation Management System".
- ورشة عمل و تطبيق

### اليوم الثالث: تحليل المشكلات

- نموذج الخطوات الخمس لتشخيص المشكلات.
- المدخل الإبتكاري فى حل المشكلات.
- أساليب التعرف على المشكلات.
- التنبؤ بالمشكلات.
- دور التخطيط في تلافي المشكلات.
- أسلوب كبنجر تريجو في تحليل المشكلات.

### اتخاذ القرارات:

- ماهية القرار والظروف التي تحيط به.
- معيار الجودة والقبول في اتخاذ القرارات.
- عوامل مؤثرة في اتخاذ القرارات.
- أساليب اتخاذ القرارات.
- العصف الذهني.
- سمكة اشيكاوا.
- تحليل باريتو.
- المنظم البياني.
- ورشة عمل و تطبيق

### اليوم الرابع: مفاهيم أساسية في السمعة

- إدارة الأزمات.
- مخاطر سوء السمعة المؤسسية.

- العلاقات العامة و السمعة.
- إدارة وسائل الإعلام.
- البحوث والتقييم.
- تعريف السمعة المؤسسية وأهميتها.
- التعرف على مفهوم إدارة السمعة وتطوره، وأحدث الممارسات في هذا المجال.
- مراحل تكّون السمعة المؤسسية.
- أهمية "ذكاء السمعة المؤسسية" ونظريات السمعة.
- السمعة بين الواقع والانطباع.
- الفرق بين قياس الأداء وقياس السمعة.
- استراتيجيات بناء السمعة المؤسسية.
- إدارة السمعة المؤسسية:
- كيفية إدارة السمعة:
- العلامة التجارية.
- تطوير إستراتيجية الإتصال.
- ورشة عمل و تطبيق

### اليوم الخامس: تشكيل فريق العمل وإدارة المخاطر

- تعريف المهمة.
- التعافي أو استعادة النشاط أو إعادة الانتشار.
- الرصد والمراقبة.
- التقييم والمراجعة.
- التدريب والتعليم.
- تشكيل فريق العمل.
- شرح المسؤوليات والإمكانيات وتحليل الموارد.
- دراسات المخاطر وإمكانية وقوعها.
- الوقاية من المخاطر.
- إعداد خطة التعامل والاستجابة.
- التنفيذ والاستجابة.

- الإدراك والاقتناع بوجود المخاطر.
- إدراك المؤسسات والمجتمعات وصانعي القرار بأهمية إدارة الأزمات والكوارث ووضع خطة الطوارئ.
- ضمان تطبيق الخطة من خلال وضع قوانين ناظمة.
- تحديد جهة أو لجنة محددة مسؤولة لوضع وتنفيذ عملية التخطيط.
- ورشة عمل و تطبيق