



دورة:

**إدارة السمعة والالتزام الإعلامية: استراتيجيات فعالة لتعزيز
الاتصال وإدارة الالتزام**

**2026 - 27 يوليو 31
طرابزون (تركيا)**

إدارة السمعة والأزمات الإعلامية: استراتيجيات فعالة لتعزيز الاتصال وإدارة الأزمات

رمز الدورة: SC12837 تاريخ الإنعقاد: 27 - 31 يوليو 2026 دولة الإنعقاد: طرابزون (تركيا) - رسوم الإشتراك: Euro 6600

المقدمة:

في بيئة الأعمال الحديثة، أصبحت السمعة المؤسسية أحد أهم الأصول الاستراتيجية للشركات والمؤسسات. إذ أن الأزمات الإعلامية والتحديات في التواصل مع الجمهور يمكن أن تؤثر بشكل مباشر على الصورة العامة للمؤسسة وثقة أصحاب المصلحة بها. تهدف هذه الدورة التدريبية إلى تزويد المشاركين بالمعرفة العملية والأدوات المتقدمة لإدارة السمعة والأزمات الإعلامية بفعالية، وبناء استراتيجيات تواصل إيجابية ومستدامة، مع تعزيز القدرة على التفاعل مع وسائل الإعلام والجمهور بطريقة احترافية ومدروسة.

أهداف الدورة التدريبية:

بنهاية الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم مفهوم إدارة السمعة وأهميتها في تعزيز الثقة بالمؤسسة
- تحليل الأزمات الإعلامية وتحديد أنواعها وتأثيراتها المحتملة
- تطوير خطط استراتيجية للتعامل مع الأزمات وإدارة السمعة
- تعزيز مهارات التواصل والتفاعل الإيجابي مع وسائل الإعلام والجمهور
- استخدام أدوات وتقنيات حديثة لرصد السمعة وتحليل المخاطر
- بناء الثقة والتفاعل الإيجابي مع الموظفين وأصحاب المصلحة
- تطبيق استراتيجيات وقائية للتقليل من التأثيرات السلبية على السمعة

الفئات المستهدفة:

- مسؤولو الاتصال المؤسسي والإعلام
- مدراء العلاقات العامة والتسويق
- فرق إدارة الأزمات المؤسسية
- القادة والمدراء التنفيذيون الراغبون في حماية سمعة مؤسساتهم
- المستشارون والمدربون في مجال الاتصال والإعلام المؤسسي

الكفاءات المكتسبة:

- القدرة على بناء استراتيجيات فعالة لإدارة السمعة
- مهارات تحليل الأزمات الإعلامية والتنبؤ بتأثيرها

- تطوير خطط تواصل واستجابة للأزمات الإعلامية
- مهارات التعامل الاحترافي مع وسائل الإعلام والجمهور
- القدرة على استخدام الأدوات الرقمية لمراقبة السمعة وتحليل المخاطر
- تعزيز الثقة المؤسسية والتفاعل الإيجابي مع أصحاب المصلحة
- اتخاذ قرارات سريعة ومدروسة في المواقف الحرجة

المحاور التدريبية:

اليوم الأول: إدارة السمعة المؤسسية وأسس التواصل الإيجابي

- مفهوم السمعة وأهميتها كأصل استراتيجي
- العناصر المؤثرة في الصورة الذهنية للمؤسسة
- بناء الثقة مع العملاء والجمهور
- أدوات وتقنيات إدارة السمعة اليومية
- تمرين عملي: تحليل حالة سمعة مؤسسة ناجحة

اليوم الثاني: أنواع الأزمات الإعلامية وتحليل التأثيرات

- تصنيف الأزمات الإعلامية الداخلية والخارجية
- دراسة أسباب الأزمات وتأثيرها على السمعة
- تحليل السيناريوهات المحتملة للأزمات الإعلامية
- ورشة عمل: تقييم أزمة إعلامية مفترضة ووضع استراتيجيات التعامل

اليوم الثالث: استراتيجيات إدارة الأزمات الإعلامية

- وضع خطط استجابة فعالة للأزمات
- أساليب التواصل مع وسائل الإعلام أثناء الأزمة
- إدارة الرسائل الرئيسية والجمهور المستهدف
- تطوير مهارات التفاوض والإقناع أثناء الأزمات
- تمرين عملي: محاكاة مؤتمر صحفي أثناء أزمة

اليوم الرابع: بناء الثقة واستراتيجيات الوقاية من الأزمات

- تعزيز التفاعل الإيجابي مع الموظفين وأصحاب المصلحة
- تحديد المخاطر المحتملة ووضع خطط وقائية
- أدوات تقييم السمعة ورصد المخاطر قبل حدوث الأزمة
- استخدام التكنولوجيا ووسائل التواصل الحديثة لرصد السمعة
- تمرين عملي: تصميم نظام رصد ومتابعة السمعة

اليوم الخامس: التطبيق العملي وتقييم الأداء

- دمج جميع الأدوات والاستراتيجيات في خطة متكاملة لإدارة السمعة
- ورشة عمل تطبيقية: حل أزمة إعلامية حقيقية أو مفترضة
- تقييم الأداء واستخلاص الدروس المستفادة
- تطوير خارطة طريق لتعزيز السمعة واستدامتها
- مناقشة أفضل الممارسات العالمية في إدارة السمعة والأزمات