Global Horizon
TRAINING CENTER

دورة:

بناء الخطط الاستراتيجية للاتصال والإعلام

14 - 18 ديسمبر 2026

كوالالمبور (ماليزيا)

بناء الخطط الاستراتيجية للاتصال والإعلام

رمز الدورة: SM13074 تاريخ الإنعقاد: 14 - 18 ديسمبر 2026 دولة الإنعقاد: كوالالمبور (ماليزيا) - رسوم الإشتراك: 5775 Euro

المقدمة:

يشهد العالم اليوم تطورًا متسارعًا في مجالات الاتصال والإعلام، حيث أصبحت المؤسسات والمنظمات بحاجة إلى استراتيجيات مدروسة لضمان تحقيق أهدافها الإعلامية والتواصلية بفعالية. إن بناء خطط استراتيجية للاتصال والإعلام يساعد على تحسين الصورة الذهنية، وتعزيز العلاقات مع الجمهور المستهدف، وإدارة الأزمات الإعلامية بكفاءة.

تركز هذه الدورة على تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لوضع خطط اتصال وإعلام استراتيجية تتماشى مع أهداف المؤسسة، مستندة إلى أحدث المنهجيات والتقنيات في مجال الاتصال الاستراتيجي.

أهداف البرنامج:

- فهم أساسيات الاتصال والإعلام الاستراتيجي وأهميته للمؤسسات.
- تطوير مهارات تحليل البيئة الداخلية والخارجية لتخطيط الاتصال.
- تصميم خطط اتصال وإعلام متكاملة تتوافق مع أهداف المؤسسة.
- تطبيق أدوات التحليل الإعلامي وتقييم الأداء الاتصالي.
- اكتساب مهارات إدارة الأزمات الإعلامية والتواصل الفعّال.
- توظيف التقنيات الرقمية والمنصات الحديثة في الاتصال الاستراتيجي.

الكفاءات المكتسبة:

- القدرة على تحليل البيئة الإعلامية والتواصلية بعمق.
- مهارات إعداد وتنفيذ خطط الاتصال الاستراتيجية.
- الإبداع في تطوير محتوى إعلامي يتماشى مع أهداف المؤسسة.
- الاحترافية في التعامل مع وسائل الإعلام وإدارة الأزمات.
- القدرة على قياس وتحليل أثر الخطط الإعلامية.

الجمهور المستهدف:

- مسؤولو الاتصال والإعلام في المؤسسات الحكومية والخاصة.
- مدراء ومسؤولو العلاقات العامة والتسويق.
- المتحدثون الرسميون للمؤسسات والجهات الحكومية.

- الصحفيون والإعلاميون المهتمون بالتخطيط الاستراتيجي.
- الباحثون والطلاب في مجالات الإعلام والاتصال.

المحاور التدريبية:

اليوم الأول: مفاهيم الاتصال والإعلام الاستراتيجي

- مقدمة حول الاتصال والإعلام وأهميتهما في المؤسسات.
- الفرق بين الاتصال التقليدي والاتصال الاستراتيجي.
- عناصر ومكونات الاتصال الفعّال.
- دور الاتصال في تحقيق الأهداف المؤسسية.

اليوم الثاني: تحليل البيئة الإعلامية وبناء الاستراتيجية

- أدوات تحليل البيئة الداخلية والخارجية PESTEL - SWOT.
- تحديد الجمهور المستهدف وتجزئته وفقًا للأهداف الاتصالية.
- تطوير الرسائل الإعلامية وفق استراتيجيات التأثير والإقناع.
- تحديد القنوات الإعلامية المناسبة.

اليوم الثالث: تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية

- مراحل بناء خطة اتصال وإعلام استراتيجية.
- التخطيط لحملات إعلامية متكاملة.
- أدوات إعداد المحتوى الإعلامي الجذاب.
- آليات توزيع المحتوى عبر المنصات الرقمية والتقليدية.

اليوم الرابع: إدارة الأزمات الإعلامية والتواصل الفعّال

- مفهوم إدارة الأزمات الإعلامية وأهميتها.
- استراتيجيات التعامل مع الأزمات الإعلامية.
- دور المتحدث الرسمي في إدارة الأزمات.
- محاكاة عملية لمواقف إعلامية وأزمات حقيقية.

اليوم الخامس: تقييم الأداء الاتصالي وتحليل النتائج

- مؤشرات قياس الأداء الاتصالي والإعلامي KPIs.

- أدوات تحليل الأثر الإعلامي وقياس النجاح.
- مراجعة وتطوير الاستراتيجية الإعلامية بناءً على النتائج.
- التوصيات النهائية وتقديم مشروع عملي للمشاركين.