



مؤتمراً:

العلاقات العامة المتقدمة

20 - 24 سبتمبر 2026
دبي (الإمارات العربية المتحدة)

العلاقات العامة المتقدمة

رمز المؤتمر: CO815 تاريخ الإنعقاد: 20 - 24 سبتمبر 2026 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - رسوم الإشتراك: Euro 5390

مقدمة المؤتمر:

في ظل العولمة وتسارع بيئة الأعمال الدولية، أصبحت العلاقات العامة أداة استراتيجية أساسية لبناء الصورة الذهنية للمؤسسات وتعزيز تواصلها مع مختلف الأطراف محلياً ودولياً.

يهدف مؤتمر **العلاقات العامة الدولية واستراتيجيات الاتصال المؤسسي** إلى تزويد المشاركين بأحدث الأساليب والممارسات المهنية في تخطيط وتنفيذ حملات العلاقات العامة، مع التركيز على مهارات الاتصال الفعّال، البروتوكول الدولي، وبناء العلاقات المؤسسية الناجحة.

كما يركز المؤتمر على التطبيق العملي من خلال ورش العمل والتدريبات التفاعلية التي تعزز من قدرة المشاركين على إدارة المواقف الواقعية بكفاءة عالية.

أهداف المؤتمر:

بنهاية المؤتمر، سيكون المشاركون قادرين على:

1. فهم ماهية العلاقات العامة الدولية وأهميتها في بيئة الأعمال الحديثة.
2. تصميم وتنفيذ حملات علاقات عامة فعالة على المستوى المحلي والدولي.
3. تطبيق قواعد البروتوكول والمراسم والإتيكيت في مختلف المناسبات.
4. إتقان مهارات الاتصال الفعّال والتأثير في الآخرين.
5. بناء فرق عمل متماسكة وتعزيز روح التعاون المؤسسي.
6. تقليل النزاعات وتحسين العلاقات داخل بيئة العمل.

الكفاءات المكتسبة:

- مهارات إعداد وتنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة الدولية.
- القدرة على تحليل الجمهور المستهدف وتصميم الرسائل الإعلامية المناسبة.
- مهارات الاتصال المؤسسي الشفهي، الكتابي، والمرئي.
- إتقان قواعد البروتوكول والإتيكيت في البيئات الدولية.
- مهارات إدارة الفعاليات والزيارات الرسمية لكبار الشخصيات.
- القدرة على إدارة فرق العمل واتخاذ القرارات بفعالية.
- مهارات التفاوض، الإقناع، وإدارة الصراعات.

الفئات المستهدفة:

- مدراء ورؤساء إدارات العلاقات العامة الدولية والمحلية.
- العاملون في مجال الاتصال المؤسسي والإعلام.
- المرشحون للعمل في العلاقات العامة.
- القيادات الإدارية الراغبة في تطوير مهارات الاتصال والتأثير.

المحاور التدريبية للمؤتمر:

اليوم الأول: بناء الصورة الذهنية والعلاقات العامة الدولية

- مفهوم الصورة الذهنية وأنواعها الحالية، المستهدفة، الانعكاسية.
- دور العلاقات العامة في تكوين الانطباع المؤسسي.
- أسباب الاستعانة بشركات العلاقات العامة الدولية.
- أنواع الشركات الاستشارية ومزاياها.
- مدخل إلى المعايير الدولية مثل PRCA في العلاقات العامة.

اليوم الثاني: تخطيط حملات العلاقات العامة الدولية

- تحليل الموقف وتحديد الأهداف والجمهور المستهدف.
- اختيار الوسائل الإعلامية المناسبة.
- إعداد الموازنات وتقييم البرامج.
- استخدام الشبكات الرقمية والبريد الإلكتروني في العلاقات العامة.
- تصميم المواد الإعلامية وإدارة المحتوى الرقمي.

اليوم الثالث: مهارات الاتصال والبروتوكول الدولي

- استطلاع الرأي العام وإدارة قواعد البيانات.
- مهارات وآداب الاستقبال والتعامل مع كبار الشخصيات.
- إعداد الدعوات وتنظيم الفعاليات والاجتماعات.
- الاتصالات الإدارية: المفهوم، الوسائل، المعوقات وطرق التغلب عليها.
- ورشة عمل تطبيقية في إدارة العلاقات العامة الدولية.

اليوم الرابع: الاتصال المتقدم والقيادة في العلاقات العامة

- مهارات العرض والتقديم والاتصال المرئي.
- مهارات الإقناع والتأثير في الآخرين.
- التعامل مع الأنماط المختلفة من الشخصيات.
- أساسيات القيادة ودورها في تعزيز أداء فرق العمل.
- التحديات الحديثة في الإدارة والقيادة الفعالة.

اليوم الخامس: فرق العمل وإدارة الصراعات

- بناء فرق العمل وخصائصها وعوامل نجاحها.
- الاتصال الفعال داخل الفرق.
- أساليب اتخاذ القرار الفردي والجماعي.
- إدارة النزاعات والصراعات التنظيمية.
- تعزيز التعاون وتحقيق الانسجام داخل بيئة العمل.
- ختام المؤتمر والتوصيات.