



دورة:

تنظيم الفعاليات والتخطيط لحملاتها الاعلامية

**6 - 10 يوليو 2026
براغ (جمهورية التشيك)**

تنظيم الفعاليات والتخطيط لحماتها الاعلامية

رمز الدورة: MA12591 تاريخ الإنعقاد: 6 - 10 يوليو 2026 دولة الإنعقاد: براغ (جمهورية التشيك) - رسوم الإشتراك: Euro 6050

المقدمة

تُعد الفعاليات والحملات الإعلامية أدوات استراتيجية لتعزيز هوية المؤسسات وزيادة الوعي بمنتجاتها وخدماتها. يتطلب النجاح في هذا المجال تخطيطًا دقيقًا وتنسيقًا متقنًا لضمان تحقيق الأهداف المرجوة، مع القدرة على التعامل مع المشكلات والتحديات المحتملة.

تركز هذه الدورة على تمكين المشاركين من اكتساب المعرفة والمهارات العملية اللازمة لتخطيط وتنظيم الفعاليات وتطوير الحملات الإعلامية بشكل احترافي، مع تعلم أساليب قياس الأداء وتحليل النتائج لضمان التحسين المستمر.

أهداف البرنامج

بنهاية البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم أهمية التخطيط الجيد في تنظيم الفعاليات والحملات الإعلامية.
- تحديد الجمهور المستهدف وتطوير استراتيجية إعلامية ملائمة.
- تنظيم الفعاليات بشكل متكامل وتنسيق جميع عناصرها بفعالية.
- تنفيذ الحملات الإعلامية وقياس نجاحها وتحليل النتائج.
- التعامل مع المشكلات والتحديات المحتملة أثناء الفعاليات والحملات.

الكفاءات المطلوبة للمشاركة

- معرفة أساسية بأساسيات تنظيم الفعاليات والتسويق.
- فهم جيد لأهداف المؤسسة ومنتجاتها وخدماتها.
- الاطلاع على التقنيات الحديثة في تنظيم الفعاليات والحملات الإعلامية.

الجمهور المستهدف

- مدراء التسويق والعلاقات العامة.
- الموظفون المشاركون في تنظيم وإدارة الفعاليات والحملات الإعلامية.

- الأفراد الراغبون في تطوير مهاراتهم العملية في التخطيط والتنفيذ الإعلامي للفعاليات.

المحاور التدريبية

اليوم الأول: مدخل إلى تنظيم الفعاليات والحملات الإعلامية

- تعريف تنظيم الفعاليات وأهميتها في الحملات الإعلامية.
- مفهوم التخطيط وأثره في نجاح الفعالية.
- تحليل الجمهور المستهدف وفهم احتياجاته وتحديد الرسالة المناسبة.
- تحديد أهداف الفعالية ومؤشرات الرئيسية للنجاح.
- تحديد الكفاءات المطلوبة لكل عضو في فريق التنظيم والوظائف المناسبة.

اليوم الثاني: التخطيط الاستراتيجي للفعاليات

- وضع أهداف واضحة ومؤشرات قياس الأداء للفعالية.
- اختيار نوع الفعالية والمكان والزمان المناسبين.
- إعداد جدول زمني وتحديد المهام والمسؤوليات لكل عضو في الفريق.

اليوم الثالث: إدارة العلاقات العامة والإعلام

- تطوير خطة إعلامية متكاملة للفعالية.
- تحديد الميزانية وإدارة النفقات والإيرادات.
- اختيار الرعاية والشركاء المحتملين وإبرام العقود.

اليوم الرابع: التنفيذ والمتابعة

- إدارة عمليات الفعالية بشكل فعال وحل المشكلات عند ظهورها.
- متابعة مؤشرات الأداء وقياس النتائج وتحليلها.

اليوم الخامس: التقييم والتحسين المستمر

- تحليل النتائج وتقييم الأداء وتحديد نقاط القوة وفرص التحسين.
- دراسة التحديات والمشكلات التي واجهت الفريق واقتراح حلول مستقبلية.
- إعداد خطة لتحسين الأداء في الفعاليات المقبلة وضمان التعلم المستمر.