

المقدمة:

تُعد المطبوعات الإعلامية إحدى أبرز الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسات في إيصال رسائلها إلى الجمهور المستهدف. وتكمن أهمية هذه المطبوعات في كونها الناقل الأساسي للمحتوى الذي يهدف إلى التأثير الإيجابي على الجمهور، بما ينعكس على تكوين صورة ذهنية واضحة ومتميزة عن المؤسسة أو الشركة أو المنظمة لدى المتلقين.

ويُعد المحتوى أو "الرسالة الإعلامية" هو جوهر هذه المطبوعات، حيث يتم من خلاله بناء انطباع إيجابي يعزز من مكانة المؤسسة ويساهم في تفعيل علاقات تبادلية تقوم على الثقة والمصلحة المشتركة، مثل تبادل السلع، والخدمات، والأفكار. ومن هنا، تنبع الحاجة إلى إعداد محتوى إعلامي مطبوع يتمتع بالجودة، والدقة، والجاذبية.

الفئات المستهدفة:

- العاملون في إدارات العلاقات العامة، لا سيما المعنيون بإنتاج وإعداد المطبوعات الإعلامية.
- الموظفون في المؤسسات الصحفية، ووكالات الإعلان، ودور النشر.
- مسؤولو التوزيع والنشر في المؤسسات الحكومية والخاصة.
- جميع الأفراد الذين يطمحون لتطوير مهاراتهم في مجال إعداد المطبوعات الإعلامية ويسعون لاكتساب خبرات مهنية متقدمة.

الأهداف التدريبية:

عند انتهاء البرنامج التدريبي، سيكون المشاركون قادرين على:

- تنمية المهارات اللازمة لتحرير وإخراج المطبوعات والنشرات الإعلامية باستخدام الوسائل الإلكترونية.
- اكتساب القدرة على تخطيط عمليات إنتاج المطبوعات الإعلامية باحترافية.
- استخدام تقنيات الحاسب الآلي ونظم النشر المكتبي في إعداد النشرات والمطبوعات الإعلامية.
- تقييم المواد الإعلامية المطبوعة بهدف تطوير محتواها وأسلوب تقديمها.
- التعرف على المبادئ الفنية للإخراج الطباعي وتحسين جودة المواد الإعلامية.

الكفاءات المستهدفة:

- فهم شامل لمفاهيم إعداد وإنتاج المواد الإعلامية.

- الإلمام بمجالات العمل الإعلامي المختلفة.
 - القدرة على تخطيط وإنتاج النشرات والمطبوعات الإعلامية بما يلائم طبيعة كل منظمة.
 - استخدام الحواسيب وتطبيقات النشر المكتبي في تصميم وتنسيق المطبوعات.
 - التعرف على الأنواع المختلفة من المطبوعات الإعلامية وعناصرها.
 - التمييز بين أنماط العناوين المستخدمة في النشرات الإعلامية وطريقة توظيفها.
 - القدرة على إنتاج مواد إعلامية مطبوعة تستوفي المعايير الفنية والمهنية.
- محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: مفاهيم إعداد وإنتاج المواد الإعلامية

- التعريف بالمواد الإعلامية وأنواعها.
- مراحل الإعداد والإنتاج الإعلامي.
- دور المراسم والفعاليات في تشكيل المحتوى.
- المفاهيم المتعلقة بالبروتوكولات والعلاقات المؤسسية.

الوحدة الثانية: المجالات المختلفة للإعلام

- تصنيفات المطبوعات الإعلامية والنشرات.
- الفرق بين المطبوعات الدورية وغير الدورية.
- طبيعة النشرات الإعلامية وتوظيفها في المؤسسات.

الوحدة الثالثة: تخطيط وإنتاج المطبوعات الإعلامية

- خطوات إعداد وتحرير المطبوعات في الوسائل المختلفة.
- أهمية الصور الفوتوغرافية ودورها في دعم المحتوى الإعلامي.
- استخدام الرسوم اليدوية (الجرافيك) في تعزيز الرسائل البصرية.

الوحدة الرابعة: الحواسيب ونظام النشر المكتبي

- توظيف تقنيات النشر المكتبي في إخراج المواد الإعلامية.
- الأسس العلمية لتقييم المطبوعات والنشرات.
- المبادئ الفنية الخاصة بالإخراج الطباعي للمطبوعات.
- الوحدة الخامسة: أنواع المطبوعات الإعلامية
- النشرات الإعلامية: خصائصها وتطبيقاتها.
- المطبوعات المصورة والموجزة.
- الدوريات الإعلامية وأنواعها واستخداماتها المؤسسية.
- الوحدة السادسة: أنواع العناوين الرئيسية في المطبوعات الإعلامية
- العنوان المباشر: خصائصه ودلالاته.
- العنوان غير المباشر: متى ولماذا يُستخدم.
- العنوان الأمر، الاستفهامي، المبهم.
- العناوين الفرعية ودورها في تنظيم المحتوى.
- الوحدة السابعة: إعداد وإنتاج المواد الإعلامية المطبوعة
- التصنيف الفني لأنواع المطبوعات الإعلامية.
- عناصر تصميم المطبوعات من حيث الشكل والمضمون.
- الأسس الفنية المتبعة في تصميم النشرات والمطبوعات.
- الاتجاهات المعاصرة في تطوير المطبوعات الإعلامية.
- التكامل بين المهام الصحفية والإنتاج الإعلامي المطبوع.
- الوحدة الثامنة: إنتاج النشرات الإعلامية حسب حاجة المنظمة
- تحرير المطبوعات وفقاً لطبيعة الوسيلة الإعلامية المستخدمة.
- توظيف الصور الفوتوغرافية في دعم الرسائل الإعلامية.

- أهمية الرسوم التوضيحية والبيانية في إثراء المطبوعات.

