

المقدمة:

في بيئة تتسم بالتغير السريع والتنافس المتزايد، يشكّل التواصل الاستراتيجي والعلاقات العامة ركيزة أساسية في تعزيز صورة المؤسسة، وبناء الثقة مع الجمهور، وتحقيق الأهداف المؤسسية بكفاءة وفعالية. لم تعد العلاقات العامة مجرد أداة لتوصيل المعلومات، بل أصبحت اليوم علمًا وفنًا يدمج بين الرؤية الاستراتيجية، والقدرة على التأثير، وإدارة السمعة، والتفاعل الذكي مع أصحاب المصلحة.

تم تصميم برنامج "التواصل الاستراتيجي والعلاقات العامة" لتزويد المشاركين بمجموعة متكاملة من المعارف والمهارات التي تمكّنهم من تطوير استراتيجيات اتصال فعالة، تلأئم متطلبات المؤسسات الحديثة وتواكب التحديات المتزايدة، بما في ذلك إدارة الأزمات، قيادة الحملات الإعلامية، وصناعة محتوى إبداعي يواكب تطلعات الجمهور.

يركز هذا البرنامج على تطبيق أفضل الممارسات والأساليب المبتكرة في مجال الاتصال المؤسسي، مع دمج التقنيات الحديثة لتعظيم أثر الرسائل الاتصالية وتعزيز تأثيرها على الجمهور المستهدف وأصحاب المصلحة.

الفئات المستهدفة:

- مدراء ومسؤولو إدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- مدراء التسويق وأعضاء الفرق التسويقية في المؤسسات المختلفة.
- المستشارون والمتخصصون في إدارة الأزمات والسمعة المؤسسية.
- المهنيون المهتمون بتطوير قدراتهم في التخطيط الاستراتيجي للاتصال.
- العاملون في وكالات العلاقات العامة، وبيوت الخبرة الإعلامية.
- قادة الفرق الاتصالية في المؤسسات الحكومية والخاصة، والمنظمات غير الربحية.

المهارات المستهدفة:

- بناء وتصميم استراتيجيات اتصال فعالة ومتكاملة تواكب أهداف المؤسسة.
- تحليل أصحاب المصلحة وتحديد أولوياتهم ورسم خارطة تواصل فعّالة.
- إعداد استراتيجيات اتصال مخصصة لمواجهة الأزمات وظروف عدم اليقين.
- تخطيط الحملات الإعلامية من حيث الرسائل والمنصات، وقياس أثرها.

- تطوير القدرات الإبداعية في الاتصال وصناعة المحتوى الجاذب والمؤثر.
- إدارة فرق العلاقات العامة والمكاتب الإعلامية بأسلوب احترافي يحقق النتائج المرجوة.

أهداف الدورة:

مع انتهاء هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

1. تصميم استراتيجيات اتصال تتماشى مع الرؤية المؤسسية وتحقق أهدافها على المدى القصير والطويل.
2. استخدام الأطر الاستراتيجية في الاتصال وتطبيق أساليب قائمة على الأدلة لتحسين فعالية الرسائل الإعلامية.
3. تطوير خطط استجابة إعلامية فعالة أثناء الأزمات، والتواصل مع مختلف الفئات المعنية بكفاءة وشفافية.
4. إعداد حملات إعلامية وإعلانية مبتكرة، وتنفيذها بأسلوب احترافي مع القدرة على تقييم أدائها وفعاليتها.
5. قيادة فرق العلاقات العامة والإشراف على وكالات الإعلام وضمان انسجام أعمالها مع الخطط الاستراتيجية.
6. توظيف أساليب التفكير الإبداعي لتحويل الأفكار إلى مشاريع اتصال تلهم الجمهور وتحقيق التفاعل المطلوب.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: تصميم وتطوير استراتيجيات الاتصال

- المفهوم العام لاستراتيجيات الاتصال المؤسسي.
- تحليل خارطة أصحاب المصلحة وتحديد الرسائل المناسبة لكل فئة.
- اختيار القنوات والمنصات الاتصالية المناسبة لأهداف المؤسسة.
- بناء الرسائل الاتصالية وصياغة المواقف الإعلامية بدقة.

الوحدة الثانية: الاستراتيجية المتقدمة للاتصال

- تطبيق الأطر الاستراتيجية في تخطيط الاتصال المؤسسي.
- اعتماد منهجيات الاتصال المبني على الأدلة وتحليل البيانات.
- تحديد الأهداف الاتصالية القابلة للقياس والتقييم.
- بناء دعم داخلي وخارجي لاستراتيجيات الاتصال وتحقيق القبول المؤسسي.

الوحدة الثالثة: استراتيجية الاتصال أثناء الأزمات

- مبادئ الاتصال الفعال في فترات الأزمات.
- استخدام أدوات التنبؤ بالأزمات وتحليل المخاطر المستقبلية.
- إعداد خطط واستجابات اتصال مؤسسية مخصصة لظروف الأزمات.
- مهارات التواصل الشفاف والداعم في فترات الفموض وعدم اليقين.

الوحدة الرابعة: إدارة متقدمة للاتصالات والعلاقات العامة

- خطوات تخطيط الحملات الاتصالية من الفكرة إلى التنفيذ.
 - اختيار المنصات الرقمية والتقليدية الأنسب للحملة.
 - تقييم فعالية الحملة عبر مؤشرات أداء دقيقة ومحددة.
 - إدارة المكاتب الإعلامية والتواصل الفعال مع الجهات الإعلامية.
 - بناء فرق عمل عالية الكفاءة في العلاقات العامة وقيادتها بفعالية.
- ### الوحدة الخامسة: الإبداع في الاتصال والعلاقات العامة
- فهم الأبعاد الأساسية للإبداع في الاتصال المؤسسي.
 - تطوير عروض اتصالية متميزة باستخدام أدوات وتقنيات حديثة.
 - تبني منهجيات التفكير الإبداعي لصناعة محتوى إعلامي مبتكر.
 - آليات تحويل الأفكار الإبداعية إلى حملات واقعية قابلة للتنفيذ ومؤثرة.