

المقدمة:

في ظل ما يشهده العالم المعاصر من تطورات متسارعة وتحولات عميقة على المستويين التقني والاجتماعي، باتت العلاقات العامة والاتصال المؤسسي عناصر محورية لا غنى عنها في دعم استراتيجيات المؤسسات وتعزيز مكانتها في بيئاتها الداخلية والخارجية. ويأتي "مؤتمر العلاقات العامة والاتصال المؤسسي الفعّال" ليشكل استجابة نوعية لهذه التحديات، حيث يوفر منصة تفاعلية تجمع بين المختصين، وصنّاع القرار، والباحثين، والممارسين في هذا القطاع الحيوي.

يمثل المؤتمر فرصة لتبادل الرؤى والخبرات حول أحدث الممارسات المهنية، واستكشاف الأدوات والآليات المتقدمة التي تُسهم في تطوير أنماط الاتصال المؤسسي وتحقيق الأهداف الاستراتيجية بفعالية أكبر. كما يسعى إلى تعزيز فهم المشاركين لمتطلبات الجمهور الحديث، وبناء جسور الثقة المستدامة من خلال تواصل مبني على الشفافية والمصداقية والاحتراف.

من خلال سلسلة من الجلسات الحوارية، وورش العمل التطبيقية، والدراسات التحليلية، سيتم تناول التحديات الراهنة والفرص المتاحة في مجال العلاقات العامة، مع التركيز على مفاهيم القيادة الاتصالية، وإدارة السمعة، واستراتيجيات التعامل مع الأزمات، إضافة إلى أهمية الابتكار والذكاء الاصطناعي في تشكيل مستقبل الاتصال المؤسسي.

الفئات المستهدفة في المؤتمر:

- أخصائيو وخبراء العلاقات العامة.
- مدراء إدارات الاتصال المؤسسي والإعلام.
- المستشارون في الاتصال الاستراتيجي وإدارة السمعة.
- الأكاديميون والباحثون في علوم الاتصال والإعلام.
- القيادات الإدارية العليا في المؤسسات والشركات.
- مسؤولو التسويق والتسويق الرقمي.
- ممثلو القطاعين العام والخاص والمؤسسات غير الربحية.
- طلبة الدراسات العليا في تخصصات الإعلام والاتصال والعلاقات العامة.

- المؤثرون الرقميون وصنّاع المحتوى المهني.
- أعضاء المجتمع المدني المهتمون بدinاميكيات الاتصال المجتمعي.

الأهداف التدريبية للمؤتمر:

- مع نهاية المؤتمر، سيكون المشاركون قد اكتسبوا مجموعة من المعارف والمهارات التي تمكّنهم من:
- إدراك الأهمية الاستراتيجية للعلاقات العامة والاتصال المؤسسي في دعم أهداف المؤسسة وتوسيع تأثيرها المجتمعي.
 - تعزيز مهارات التواصل الفعّال مع مختلف الفئات المستهدفة عبر قنوات اتصال متعددة.
 - الاطلاع على الأدوات الرقمية والتقنيات الإعلامية الحديثة التي تدعم أنشطة العلاقات العامة.
 - تنمية القدرة على إدارة الأزمات الاتصالية بمهنية، مع الاستعداد المسبق للتعامل مع السيناريوهات الطارئة.
 - إتقان أساليب قياس وتحليل نتائج الحملات الإعلامية لتطوير الأداء الاتصالي بناءً على مؤشرات واقعية.
 - تحفيز روح الابتكار في تطوير استراتيجيات الاتصال المؤسسي وتنويع أدوات التفاعل مع الجمهور.
 - خلق شبكة علاقات مهنية تتيح فرصًا للتعاون وتبادل المعرفة بين المشاركين من مختلف المؤسسات.
 - تنمية التفكير النقدي في تحليل واقع العلاقات العامة واقتراح حلول عملية قابلة للتطبيق.
 - صياغة خطط اتصال مؤسسي تتسم بالمرونة والقابلية للتنفيذ وتستجيب لمتطلبات العصر الرقمي.

الكفاءات المستهدفة في المؤتمر:

- التخطيط الاستراتيجي للاتصال المؤسسي.
- إدارة الأزمات الإعلامية والقدرة على التفاعل السريع والفعّال.
- تطوير مهارات التواصل اللفظي والكتابي مع الجمهور الداخلي والخارجي.
- استخدام أدوات التحليل الرقمي لفهم الجمهور وقياس الأداء.

- صياغة وإنتاج المحتوى الإعلامي المهني (النصي والمرئي).
- تحليل بيانات الحملات الإعلامية واتخاذ قرارات مستنيرة.
- تنمية مهارات التفاوض وبناء العلاقات مع الأطراف المختلفة.
- التفكير النقدي والاستجابة الذكية للمواقف الإعلامية المفاجئة.
- التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة.
- فهم السياقات المعاصرة للعلاقات العامة والاتصال الجماهيري.

محتوى المؤتمر:

الوحدة الأولى: أهمية العلاقات العامة في العصر الرقمي

- تحليل الدور المحوري للعلاقات العامة في دعم الهوية المؤسسية.
- مناقشة التأثير المتنامي لوسائل التواصل الاجتماعي في صياغة توجهات الجمهور.
- استعراض قصص نجاح لعلامات تجارية وظفت العلاقات العامة بفعالية عالية.
- التعرف على طرق التفاعل الفعال مع الجمهور الرقمي عبر منصات متعددة.
- دراسة تحليلية لبيانات المستخدمين كأداة لفهم سلوك الجمهور وتوجيه الرسائل المناسبة.

الوحدة الثانية: استراتيجيات الاتصال المؤسسي

- عرض نموذج متكامل لتصميم استراتيجية اتصال مؤسسي متسقة ومستدامة.
- تدريب المشاركين على تحديد الأهداف وصياغة الرسائل الاتصالية الملائمة.
- التمييز بين أساليب الاتصال الشفوي والكتابي وأثرهما على الجمهور.
- تنمية القدرة على التنسيق بين الإدارات لتعزيز توحيد الرسالة المؤسسية.
- تعزيز مهارات كتابة الرسائل الإعلامية المؤثرة والفعالة.

الوحدة الثالثة: إدارة الأزمات في العلاقات العامة

- تحليل نماذج حقيقية لإدارة الأزمات وتحديد عناصر النجاح والفشل فيها.
- وضع استراتيجيات استباقية للتخطيط المسبق والاستعداد للطوارئ.
- تدريب عملي على مهارات التواصل خلال الأزمة وتخفيف الأضرار المحتملة.
- فهم الآليات التي تُسهم في استعادة الثقة المؤسسية بعد الأزمات.
- توظيف التفكير التحليلي في تقديم حلول مبتكرة لمواقف حرجية.

الوحدة الرابعة: قياس تأثير العلاقات العامة

- التعرف على مؤشرات قياس الأداء (KPIs) الخاصة بالعلاقات العامة.
- استعراض أدوات تقنية لجمع البيانات وقراءتها وتفسيرها.
- تحليل نتائج الحملات الإعلامية وتقديم توصيات مستندة إلى الأدلة.
- إعداد تقارير تقييم الأداء وربطها بالأهداف المؤسسية.
- تعزيز مهارات اتخاذ القرار بناءً على نتائج القياس والتحليل.

الوحدة الخامسة: الابتكار والإبداع في العلاقات العامة

- تشجيع المشاركين على توليد أفكار جديدة لحملات اتصالية مؤثرة.
- عرض نماذج لحملات إبداعية خرجت عن المألوف وحققَت تأثيراً ملموساً.
- استكشاف الإمكانيات التي تقدمها التكنولوجيا (كالواقع الافتراضي، والذكاء الاصطناعي) في الاتصال.
- تدريب عملي على التفكير خارج الصندوق في صياغة الرسائل الإعلامية.
- دمج الابتكار كعنصر أساسي في استراتيجيات الاتصال المؤسسي المستدام.