

مهارات الاحترافية للعلاقات العامة والاتصالات الشركاتية

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM2-106

هدف الكورس

بعد اكتمال هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم استراتيجية وسياق الشؤون الشركاتية
- الثقة في التواصل مع أصحاب المصلحة
- فهم أهمية برامج أصحاب المصلحة
- تنظيم أنشطة تواصل منتظمة تركز على العلاقات العامة

- الثقة في فحص الأدوات المطورة للشؤون الشركاتية
- الثقة في تطوير ثم تنسيق الخطط والاستراتيجيات
- إظهار مهارات تقييم جيدة في البحث
- إظهار تخطيط جدول زمني والخطوات المطلوبة
- الثقة في إدارة سمعة الشركة على نطاق عالمي
- فهم الفروقات في السمعة المحلية والوطنية
- قياس السلوكيات والاتجاهات لاستخراج الفوائد

الجمهور

هذا الدورة مخصصة لـ:

- مديري العلاقات العامة
- المسؤولين عن العلاقات العامة
- المسؤولين عن التواصل مع الجمهور
- محترفي التسويق
- مديري المبيعات
- مسؤولي العلاقات العامة
- مسؤولي الموارد البشرية/الشؤون الشخصية/التدريب
- موظفي إدارة العلاقات العامة
- الأدوار ذات التواصل الداخلي
- الأدوار ذات التواصل الخارجي

منهجية التدريب

تتم عملية التدريس في بيئات متنوعة، بما في ذلك الفصول الدراسية التقليدية، لضمان تمكين المشاركين من توسيع معرفتهم بالموضوع وزيادة مهاراتهم. يتم تقديم الدورة بطرق متنوعة بواسطة مدرس متخصص. ستشمل هذه الطرق عروض تقديمية ومراجعة المقالات والمواد ذات الصلة، بالإضافة إلى تمارين ومناقشات جماعية أو فردية. PowerPoint، باستخدام برنامج قد يتم تحديد بعض الأعمال المستقلة، وستتطلب الدورة تقديم مقالات لإثبات الفهم واختبار نهائي في نهاية الدورة. يُشجع .على تدوين الملاحظات، ويمكنك استخدام الأجهزة الإلكترونية للقيام بذلك

سيكون دليل الدورة جزءًا من عملية التعلم ولكنه سيقدم لك مراجع للمستقبل. يُشجع على طرح الأسئلة، وإذا لزم الأمر،

.قضاء وقت فردي مع المدرس لمراجعة أي قضايا. خلال وقتك في الفصل، يمكنك التواصل مع زملاء في أدوار مشابهة

الملخص

كل عمل ناجح يضمّ في مركز أدائه علاقات عامة واتصالات شركاتية. لقد غيّر الإنترنت بشكل إيجابي وسلبي عالم العلاقات العامة، لذلك فإن معرفة كيفية التحكم والتواصل بالسمعة أمر حاسم. الآن من الممكن للشركة أن تصل صوتها للعالم بأسره في دقائق، وهو أمر قد يكون خطيرًا إذا لم يتم إدارة العلامة التجارية والسمعة بشكل جيد. الأدوات الحديثة المستخدمة على وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الأخرى هي غنية ومعقدة، لذا يتطلب الأمر فهمًا عميقًا لضمان تقديم الاتصالات المحلية والوطنية والدولية بشكل جيد.

سيساعد الدورة الوفود في اكتساب معرفة عملية ممتازة بالتقنيات الرئيسية اللازمة لإدارة سمعة الشركة والأدوات الأكثر شيوعًا المستخدمة في ما يوصف بأنه ساحة إعلامية متغيرة ومعقدة. يُطلب من المحترفين في العلاقات العامة فهم كيفية إدارة المعرفة لاستهلاك الإعلام بفعالية. ستتعلم كيف تُشكّل الانطباعات الخارجية حول الشركة وكيف تحتاج إلى دفع عملية تشكيل مثل هذه باستخدام اتصالات من الدرجة الأولى سواء داخليًا أو خارجيًا. ستتعلم أيضًا كيفية وضع استراتيجية علاقات عامة مدعومة بخطة عمل واضحة.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

القسم 1: مع التواصل تأتي القوة العظيمة

- ما هي استراتيجية العلاقات العامة
- كيف نُنشئ استراتيجية علاقات عامة
- فهم كيفية ومتى يتم تنفيذ العلاقات العامة
- أهمية هوية العلامة التجارية وصورتها داخل الشركة
- كيفية تأسيس هويتك وصورتك بشكل إيجابي
- فهم إدارة السمعة الداخلية
- فهم إدارة السمعة الخارجية
- دور مدير العلاقات العامة

القسم 2: أهمية الرسائل المتسقة، الداخلية والخارجية

- إدارة العلاقات العامة الداخلية بين الموظفين وأصحاب العمل
- تقسيم وتحديد أولويات الجماهير المختلفة

- ما هي رحلة التواصل لأصحاب المصلحة؟
- إيصال الرسالة بنجاح
- سحر السرد القصصي لجذب الاهتمام بالرسالة
- وسائل التواصل الاجتماعي ـ تمكين موظفيك
- كيفية إنشاء محتوى مؤثر وواضح
- القيادة العليا ـ كيفية تطوير المصداقية والثقة

القسم 3: تحديد وإدارة المخاطر والتهديدات

- لا تدع الأمور غير المتوقعة تفاجئك ـ التخطيط هو الأساس
- إدارة المخاطر المتعلقة بالسمعة من خلال أنشطة التواصل
- كيفية إصلاح الضرر الذي لحق بسمعتك
- ما هي المؤثرات وصناع الرأي؟
- .تحديد صناع القرار الرئيسيين والتفاعل معهم
- .بناء علاقات مستدامة مع المؤثرين وصناع القرار
- فهم البرامج المخصصة للشخصيات الهامة والاتصالات السياسية
- كيفية مراقبة الأنشطة السياسية بنجاح

القسم 4: الاتصالات المؤسسية والعلاقات العامة داخل الهيكل المؤسسي

- أفضل الممارسات في العلاقات الإعلامية
- إدارة الفعاليات ـ كيفية أن تكون فعّالاً
- مجموعة أدوات إدارة الأزمات ـ لماذا تحتاج إليها
- كيفية استضافة زيارة لشخصية هامة
- ممارسة البروتوكولات الجيدة
- الأنشطة والأدوار في العلاقات العامة المالية
- تحديات التواصل على المستوى المتعدد الجنسيات والعالمي

القسم 5: كيفية تنفيذ التخطيط المقنع والقوي

- التخطيط للعلاقات العامة: المراحل العشر
- يجب أن تكون أنشطة العلاقات العامة مدفوعة بأبحاث السوق
- كيفية ضمان أن تكون الأنشطة ذات أهداف قابلة للقياس
- معرفة كيفية تحديد الرسالة الأساسية
- مجموعات أدوات الاتصالات ـ التطوير العملي
- تطوير مجموعات أدوات التواصل العملية

- أنشطة العلاقات العامة ـ الجدولة والتخطيط
- كيفية قياس المخرجات والنتائج والقيم للأنشطة

تفاصيل الشهادة

Holistique Training. عند إتمام هذه الدورة التدريبية بنجاح، سيحصل المشاركون على شهادة إتمام التدريب من (e-Certificate) وبالنسبة للذين يحضرون ويكملون الدورة التدريبية عبر الإنترنت، سيتم تزويدهم بشهادة إلكترونية من Holistique Training.

وخدمة اعتماد التطوير المهني (BAC) معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم Holistique Training شهادات ISO 29993.وISO 21001وISO 9001 كما أنها معتمدة وفق معايير ،(CPD) المستمر

لهذه الدورة من خلال شهاداتنا، وستظهر هذه النقاط على شهادة إتمام (CPD) يتم منح نقاط التطوير المهني المستمر واحدة عن كل ساعة CPD يتم منح نقطة، CPD ووفقًا لمعايير خدمة اعتماد Holistique Training. التدريب من .لأي دورة واحدة نقدمها حاليًا CPD حضور في الدورة. ويمكن المطالبة بحد أقصى قدره 50 نقطة

التصنيفات

خدمة العملاء والعلاقات العامة, الإعلام والتسويق, المبيعات والتسويق

مقالات ذات صلة



Navigating Customer Service Challenges with Excellence in 2025

Master customer service excellence: boost satisfaction, handle complaints, and personalize .experiences with tech-driven strategies

YouTube Video

https://www.youtube.com/embed/iPr5VIYbEmg?si=fGn6vb6OxZ8jqMN9