

تحسين مهارات العلاقات العامة والإعلام الخاصة بك باستخدام تقنيات متقدمة في اللغة العربية

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: IND11-106

هدف الكورس

:عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على

- .فهم أهمية إدارة العلاقات العامة واكتساب المهارات الإعلامية المتقدمة في العالم الحديث
- استكشاف دور ومسؤوليات العلاقات العامة في مختلف قطاعات المنظمات ـ المالية، والشركات، والعامة، وغير الربحية.
- .تحليل مساهمة النظرية عند التخطيط وإنشاء حملات العلاقات العامة
- .مناقشة الوضع الحالي للمنظمة وتحديد الأهداف والتوقعات للتوسع من خلال العلاقات العامة
- .تطوير أساليب وبرامج لبناء علاقات فعالة

- إدارة السلوكيات والمواقف والسمعة المتعلقة بالمنظمة.

الجمهور

تم تصميم هذه الدورة لأي شخص مسؤول عن إدارة العلاقات العامة والإعلام. ستكون ذات فائدة كبيرة لـ:

- موظفي العلاقات العامة
- مديري المبيعات
- مديري التسويق
- مديري التفاعل المجتمعي
- أصحاب الأعمال
- مديري العلامات التجارية
- ممثلي العلاقات الإعلامية

منهجية التدريب

يستخدم هذا الدورة مجموعة متنوعة من أساليب التعلم للكبار لتعزيز الفهم والاستيعاب الكامل. سيقوم المشاركون بمراجعة مقاطع فيديو لمؤتمرات مهنية ومقابلات تلفزيونية لتسليط الضوء على أساليب ومهارات الاتصال الرئيسية.

سيشارك المشاركون في مجموعة من التمارين والأساليب التعليمية لتعزيز التطور الكامل للمعرفة المتعلقة بالمحتوى المُدرّس. سيستخدمون المعدات المقدمة للمشاركة في العروض التقديمية، ودراسات الحالة، والمواد المرئية، والمناقشات الجماعية، والأنشطة. ستضمن هذه الأنشطة حصولهم على فرصة كاملة لمواءمة معرفتهم مع المهارات الجديدة.

الملخص

لقد اعتمد المجتمع على وسائل الإعلام لسنوات عديدة للترويج لرسائل معينة أو منتجات أو خدمات. ومع تطور التكنولوجيا، أصبح استخدام وسائل الإعلام أكثر ضرورة، وهناك طلب متزايد على هذه الوسائل. تغيرت أساليب الإعلام مع التحول إلى المنصات الرقمية، لكن المبادئ الأساسية لا تزال ثابتة.

الحفاظ على علاقات عامة إيجابية أمر حيوي لأي منظمة. لضمان النجاح، من الضروري بناء علاقة إيجابية مع المستهلكين

لضمان ولاء العلامة التجارية. للتفاعل مع الجمهور المستهدف، تستخدم المنظمات منصات الإعلام للتواصل والترويج لأهداف محددة. لكل نوع من مصادر الإعلام مزاياه وقيوده الخاصة، لذا يجب على المنظمة استكشاف هذه الخيارات وتحديد الأنسب لتحقيق أهدافها.

تعتمد العلاقات العامة بشكل كبير على التواصل والسيطرة على الجمهور من خلال تقنيات ومهارات متنوعة. لتحقيق تفاعل فعال، يجب أن يكون المشاركون على درجة عالية من الكفاءة في التواصل الكتابي والشفهي وغير اللفظي. كما يجب التركيز بشكل كبير على تحليل الجمهور المستهدف لقياس ردود أفعالهم عند إصدار المحتوى وفهم التعديلات التي يجب إجراؤها في مجالات المنظمة.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Fundamentals of Public Relations

- Defining the term ‘public relations.’
- Exploring what internal and external factors influence a PR campaign.
- Describing the roles and responsibilities of different PR professionals.
- Understanding the Big Picture – innovation, planning, strategising, and implementation.
- Scenarios where PR may need to be used.
- Assessing the vitality of creating an online presence for the organisation.

Section 2: Public Relations and Media

- Identifying the different media types, their ideal purposes, benefits and limitations.
- Building a positive relationship with the media.
- Navigating media in times of crisis to preserve public image.
- Methods and techniques to develop a positive reputation within the media.
- Partaking in live interviews, press conferences and press releases.

Section 3: Skills and Responsibilities

- Observing key characteristics of dynamic public speakers.
- Understanding internal and external spheres and forming a corporate image.
- The importance of thorough preparation.
- Analysing the target audience and selecting key topics in relation to their key interests or values.
- Utilising different methods of communication – verbal and body language.
- Ensuring written content is cohesive and efficiently formatted.

Section 4: PR Promotional Role

- Driving home important messages with a strong and inviting tone of voice.
- Assessing the decision-making process of consumers and how they interact with the organisation.
- Managing corporate community involvement.
- Different methods of marketing PR.
- Arranging sponsorships and promotions.

Section 5: Social Media

- Analysing the interaction of traditional media and social media.
- Establishing a social media identity to reflect the organisation's image.
- Open communication with consumers and direct building of positive rapport.
- Evaluating online trends and how the organisation can utilise them for personal promotion.

تفاصيل الشهادة

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

وخدمة اعتماد التطوير المهني (BAC) معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم Holistique Training شهادات ISO 29993. وISO 21001 وISO 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



Skills The Best Media Relations Professionals Possess in 2025

Navigate the intricate realm of media relations with finesse! Learn the blend of technical, soft, and hard skills that propel professionals toward excellence. From writing prowess to crisis management, discover how to build relationships, shape perceptions, and thrive in the .dynamic landscape of media and PR

YouTube Video

https://www.youtube.com/embed/_m8sRzwzWeo?si=7GizpHS9z78-0CkD