HOLISTIQUE TRAINING

Corporate Reputation Management



إدارة سمعة الشركات في العالم العربي: كيفية بناء وحماية سمعة الشركة

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM1-120

هدف الكورس

:Upon completion of this course, participants will be able to

- Provide an understanding of corporate reputation and its importance in business success.
- Equip participants with strategies for building a positive brand image.
- Teach best practices in stakeholder engagement and corporate communication.
- Enable participants to handle reputation crises and manage risks effectively.
- Develop skills in digital reputation management and brand monitoring.

الجمهور

هذه الدورة مثالية للمهنيين المسؤولين عن إدارة سمعة المنظمة أو صورة العلامة التجارية. وهي مناسبة بشكل خاص لـ:

- مديري العلاقات العامة والاتصال
- مديري التسويق والعلامات التجارية
- المتخصصين في الشؤون المؤسسية والمسؤولية الاجتماعية للشركات
- قادة الأعمال والتنفيذيين
- فرق إدارة الأزمات

منهجية التدريب

تستخدم دورة تدريبية في إدارة السمعة المؤسسية نهجًا تفاعليًا يجمع بين المحاضرات والأنشطة العملية والمناقشات الجماعية. سيشارك المشاركون في تمارين لعب الأدوار لممارسة إدارة اتصالات أصحاب المصلحة والاستجابة للأزمات. يتضمن كل قسم دراسات حالة لسيناريوهات حقيقية للسمعة المؤسسية، مما يتيح للمشاركين تحليل استراتيجيات مختلفة ونتائجها.

سيعمل المشاركون أيضًا على تمارين عملية، مثل تطوير بيان هوية العلامة التجارية وإنشاء خطة أساسية لإدارة الأزمات. تتضمن الدورة محاكاة لإدارة السمعة الرقمية حيث يمكن للمشاركين ممارسة مراقبة الإشارات إلى العلامة التجارية والتعامل مع ردود الفعل على وسائل التواصل الاجتماعي في سيناريوهات واقعية.

توفر الدورة مواد إضافية، بما في ذلك قوالب لتقييم مخاطر السمعة وقوائم مراجعة للاستجابة للأزمات. يقدم المدربون ملاحظات بناءة على التمارين، مما يساعد المشاركين على تحسين أساليبهم في إدارة السمعة. تدعم الموارد الرقمية، بما في ذلك المقالات ودراسات الحالة والأمثلة المرئية، تعلم المشاركين الذاتي خارج الفصل الدراسي.

الملخص

تُزود دورة تدريبية في إدارة السمعة المؤسسية المهنيين بالأدوات والاستراتيجيات اللازمة لبناء وإدارة وحماية سمعة المؤسسة في بيئة الأعمال التنافسية الحالية. تُعتبر سمعة الشركة من أهم أصولها، حيث تؤثر على ثقة أصحاب المصلحة وولاء العملاء ونجاحها على المدى الطويل. تقدم هذه الدورة فهماً شاملاً للعناصر التي تسهم في بناء سمعة مؤسسية قوية، بما في ذلك هوية العلامة التجارية، وتفاعل أصحاب المصلحة، والمسؤولية المؤسسية، وإدارة الأزمات.

سيكتسب المشاركون رؤى حول ممارسات بناء السمعة، مثل التواصل الفعّال، واتساق العلامة التجارية، والسلوك التجاري الأخلاقي. كما تتناول الدورة أهمية إدارة السمعة الرقمية، حيث يجب على المؤسسات التكيف مع ديناميكيات وسائل التواصل الاجتماعي والتصور العام في الوقت الفعلي. من خلال دراسات الحالة والتمارين العملية، سيستكشف المشاركون كيفية تحديد التهديدات المحتملة للسمعة، وإدارة الأزمات بفعالية، والحفاظ على صورة إيجابية للعلامة التجارية عبر مختلف المنصات.

صُممت هذه الدورة للمهنيين في العلاقات العامة ومديري التسويق والقادة المؤسسيين، حيث تجمع بين النظرية والتعلم العملي لتطوير مهارات عملية في إدارة السمعة. بنهاية الدورة، سيكون المشاركون مجهزين بالأدوات اللازمة لتعزيز الثقة مع أصحاب المصلحة، وزيادة قيمة العلامة التجارية، وحماية سمعة مؤسستهم. تُعد هذه الدورة مثالية للمهنيين الذين يرغبون في إدارة سمعتهم المؤسسية بشكل استباقي، ومعالجة المخاطر المحتملة، والاستجابة بفعالية للتحديات المتعلقة بالسمعة.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Introduction to Corporate Reputation

- Definition and importance of corporate reputation
- Key drivers of reputation and brand image
- The link Between Reputation and organisational Success

Section 2: Building a Strong Brand Identity

- Elements of a consistent brand image
- Aligning corporate values with brand identity
- Developing and communicating a unique brand message
- Case studies on successful brand positioning

Section 3: Stakeholder Engagement and Communication

- Identifying key stakeholders and understanding their expectations
- Building trust and credibility through transparent communication
- Strategies for maintaining strong stakeholder relationships
- Managing stakeholder expectations during crises

Section 4: Corporate Responsibility and Ethics

- The role of corporate social responsibility (CSR) in reputation management
- Ethical business practices and their impact on reputation
- Integrating sustainability and social responsibility into brand identity
- Examples of CSR initiatives and their positive effects on reputation

Section 5: Crisis Management and Reputation Protection

- Identifying and assessing potential reputation risks
- Developing crisis communication strategies
- Managing media and public perception during crises
- Case studies on crisis management successes and lessons learned

Section 6: Digital Reputation Management

- Understanding the role of social media in reputation management
- Monitoring brand mentions and handling negative online feedback
- Engaging with audiences across digital platforms
- Tools and strategies for digital brand monitoring

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.

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

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

التصنيفات

الإعلام والتسويق, إدارة المشاريع, المبيعات والتسويق

مقالات ذات صلة



Nurturing Company Reputation: Building Trust And Resilience For Business Success

Discover the significance of company reputation in today's business landscape. Learn how to strengthen your public image, mitigate risks, and build trust for long-term success and .competitive advantage