



جدول الدورات المعتمدة





إدارة العلاقات العامة والاتصال المؤسسي

مقدمة:

- تتناول هذه الدورة مفاهيم العلاقات العامة والاتصال المؤسسي وأسس تنظيمهم بالمؤسسات، بالإضافة إلي الوظائف والأنشطة التي تمارسها المؤسسات في التواصل مع الفئات المختلفة من أصحاب المصالح، وتحديد دور تكنولوجيا الاتصال في دعم الممارسة الاتصالية الإلكترونية في هذا الإطار؛ حيث يركز البرنامج على تكامل الاتصالات الداخلية والخارجية بالمؤسسات، وتطبيقات نظم الاتصالات والإدارة الإلكترونية في دعم التوجه للمؤسسات الرقمية، ورصد تأثير الأنظمة الإدارية ونمط القيادة على فعالية إدارة الاتصالات بالعلاقات العامة والاتصالات المؤسسية، ودورها في فترات التغيير المؤسسي، وكذلك إدارة الصراع والخلاف والنزاع المؤسسي عبر استخدام الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة. وخلال المساق أيضاً سيتم تعريف الطالب بدور المستشار الخارجي ووكالات العلاقات العامة في دعم إدارة الممارسات الاتصالية بالمؤسسات.

اهداف الدورة:

- تصميم وتطوير وإجراء وتقييم المعرفة من أجل تخطيط أفضل للاتصالات الاستراتيجية لتحقيق الأهداف التنظيمية.
- التواصل والتفاعل والتعاون بفعالية وكفاءة في الأشكال المكتوبة والشفوية والبصرية والمجمعة، وتطبيق التقنيات الجديدة في هذا المجال.
- إنتاج اتصالات رقمية ومتعددة الوسائط فعالة ومتاحة وفي الوقت المناسب، بشكل مستقل وتعاوني، لإدارة علاقات و/أو قضايا محددة لأصحاب المصلحة وتحقيق أهداف تنظيمية
- عند الانتهاء من برنامج العلاقات العامة والتواصل المؤسسي، سيكون المشارك قادراً على:
- إظهار المعرفة المتعمقة وفهم المفاهيم والنظريات والإجراءات لأفضل الممارسات في العلاقات العامة والتواصل المؤسسي في السياقات المحلية والدولية.
- إظهار فهم شامل للحلول الاستراتيجية لقضايا العلاقات العامة ومشاكل الاتصال.
- تخطيط وتنفيذ برامج وحملات للتواصل المؤسسي داخليا وخارجيا
- تحديد واستخدام مجالات متخصصة في التواصل المؤسسي
- دمج المعلومات والبيانات من مصادر متنوعة وتقييمها تقييماً نقدياً لتقييم متطلبات الاتصال في منظمة معينة.



الفئات المستهدفة:

- الموظفين الذين يسعون إلى ايجاد معرفة متعمقة للتواصل المؤسسي. ذوي الخبرة من المدراء والمشرفين والضباط في العلاقات العامة. كما يستفيد من هذه الدورة الموظفين الرئيسيين الذين تعتمد طبيعة عملهم على العلاقات والتفاعل داخل المنظمة أو خارجها، وتحديدًا في مجالات الإعلام والمسؤولية الاجتماعية للشركة (CSR) وانشاء العلامات التجارية.

محتويات البرنامج:

مفاهيم العلاقات العامة:

- المواصفات المطلوبة للنجاح في مجال العلاقات العامة
- أدوات العلاقات العامة
- التعريف و الأدوار والأوضاع
- صفات موظف العلاقات العامة الناجح

العلاقات العامة ومهارات التواصل:

- أهمية التواصل في العلاقات العامة
- دور مسؤول العلاقات العامة في مجال التواصل
- تبادل الرسائل
- نماذج عمليات التواصل
- التغلب على عوائق التواصل
- أهمية لغة الجسد
- تعريف الكتابة الفعّالة
- إستعمال لغة واضحة
- كتابة المذكرات والتقارير والرسائل الإلكترونية والرسائل
- إعداد رسائل إخبارية شيقة
- تصميم وتحضير كتيب مثير للإهتمام

مسؤوليات العلاقات العامة:

- الحفاظ على هوية المؤسسة وصورتها وسمعتها
- فوائد السمعة الحسنة للمؤسسة
- الميادين الداخلية والخارجية
- بناء سمعة مؤسسية تركز على الميادين المجتمعية



أسس التواصل المؤسسي:

- تعريف التواصل المؤسسي
- تحديد واستكشاف مفهوم وتاريخ التواصل المؤسسي
- التمييز بين الرؤية والرسالة والهدف
- التواصل المؤسسي في بيئة متغيرة
- المشهد الإعلامي الجديد: التحديات والفرص
- إدارة أصحاب المصلحة والتواصل
- إشراك أصحاب المصلحة
- تعريف هوية الشركة
- العلامات التجارية
- السمعة التجارية
- أهمية هوية الشركة وسمعتها
- محاذاة الهوية والصورة والسمعة

تطوير استراتيجية التواصل:

- استراتيجية التواصل المؤسسي والتخطيط الاستراتيجي
- الجوانب العالمية لتواصل المؤسسات
- ثقافة السياق القوي والضعيف
- الجوانب الثقافية بين الجماهير
- تخطيط وتنفيذ برامج وحملات التواصل
- البحث والقياس والتقييم
- قياس سمعة الشركة
- النظريات حول قياس آثار التواصل

المجالات المتخصصة في التواصل المؤسسي:

- العلاقات الإعلامية
- الصحافة ووسائل الإعلام
- كشف ما تتألف منه الأخبار
- التأثيرات المختلفة للتغطية الإخبارية على التواصل المؤسسي
- التواصل بين الموظفين والتعريف التنظيمي
- وسائل الإعلام الجديدة، والتواصل الجديد
- الفوائد والتحديات باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي
- إدارة القضايا
- التواصل في أوقات الأزمات



التطورات الجديدة في مجال التواصل المؤسسي:

- القيادة وتغيير التواصل
- التواصل القيادي الفعال
- المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) والعلاقات المجتمعية
- حالة المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)
- التواصل حول المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)
- مجالات التركيز الثماني للمسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)
- المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) والعلاقات العامة (PR)

التواصل في المؤسسات:

- التواصل المؤسسي
- التواصل التسويقي
- التواصل الداخلي
- تنظيم التواصل



جدول الدورات المعتمدة

