

المقدمة:

تُعد العلاقات العامة نشاطاً استراتيجياً مخططاً يهدف إلى التأثير في الرأي العام من خلال الأداء المهني المتميز وتقديم صورة إيجابية للمؤسسة عبر تواصل فعال ومتبادل مع مختلف شرائح الجمهور. وتهدف العلاقات العامة إلى تحقيق التوافق والانسجام بين أهداف المؤسسة وتطلعات جمهورها من خلال تصميم برامج إعلامية متكاملة أو حملات اتصالية محددة تسعى إلى التأثير المباشر على هذا الجمهور.

وتتمثل المهمة الأساسية لقسم العلاقات العامة في التعريف بالمؤسسة وأدوارها، إلى جانب العمل على تحسين صورتها الذهنية وتعزيز مكانتها أمام جمهورها الداخلي والخارجي، بما يساهم في تكوين قاعدة جماهيرية واسعة تدعم المؤسسة وتساندها في مختلف الظروف.

ومع تطور وسائل الإعلام وانتقالها إلى الفضاء الرقمي، أصبحت العلاقات العامة تواجه تحديات جديدة، تتطلب من المتخصصين إتقان مهارات التعامل مع الإعلام الرقمي وتطويره لخدمة أهداف المؤسسة وتعزيز حضورها في الفضاء التفاعلي.

في هذا البرنامج التدريبي، سيتم تناول العلاقات العامة من منظور عصري ومتطور، مع تمكين المشاركين من اكتساب المهارات الضرورية لتخطيط وتنفيذ استراتيجيات علاقات عامة رقمية فعالة، متوافقة مع تطورات الإعلام الحديث.

الفئات المستهدفة:

- المديرون والمشرفون في إدارات العلاقات العامة.
- المسؤولون التنفيذيون ممن تتطلب وظائفهم التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي.
- العاملون في مجالات شؤون الموظفين، التسويق، المبيعات، التدريب، والإدارة.
- موظفو العلاقات العامة، وكل من يشمل نطاق عمله التفاعل مع العملاء أو الشركاء.
- العاملون في وسائل الإعلام والمؤسسات التي تنخرط في العمل الاتصالي.
- كل من يسعى إلى تطوير مهاراته في مجال العلاقات العامة الرقمية ويرغب في تحسين كفاءاته المهنية.

الأهداف التدريبية:

عند انتهاء البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم شامل ومعمق لمفاهيم العلاقات العامة وتطورها في السياقات الرقمية.

- تطوير قدراتهم في التخطيط الاستراتيجي والتنفيذي لحملات العلاقات العامة.
- دعم المؤسسات في بناء سمعتها التجارية وتعزيز ثقة جمهورها.
- استيعاب دور الإعلام الرقمي الجديد وتوظيفه في عمليات الاتصال المؤسسي.
- إدارة قنوات العلاقات العامة عبر الوسائط الرقمية بكفاءة عالية.

الكفاءات المستهدفة:

- المهارات المتقدمة في العلاقات العامة.
- تصميم وتنفيذ الحملات الإعلامية المتكاملة.
- تحليل الرأي العام والتأثير فيه باستخدام الاتصال الرقمي.
- تطبيق استراتيجيات الاتصال الرقمي والإعلام الجديد.
- إدارة السمعة الرقمية وقياس الانطباعات العامة عبر الأدوات الحديثة.
- العمل الجماعي مع فرق إعداد المحتوى الإعلامي الرقمي.

محتوى البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى: العلاقات العامة المتقدمة

- دور العلاقات العامة في تعزيز العلاقة بين المؤسسة والمجتمع.
- تصحيح المفاهيم الخاطئة الشائعة حول طبيعة العلاقات العامة.
- تطور العلاقات العامة من نموذجها التقليدي إلى ممارساتها الرقمية.
- أساليب تصنيف وتحليل الجمهور المستهدف.

الوحدة الثانية: برنامج العلاقات العامة (الحملة)

- تحديد الأهداف الرئيسية والفرعية لأي حملة علاقات عامة.
- تعريف الجمهور المستهدف وتجزئته حسب الاهتمامات والاحتياجات.
- تصميم رسائل اتصالية مخصصة لكل فئة من فئات الجمهور.

- إعداد الجداول الزمنية والميزانيات التنفيذية.
- تقييم الأداء ومعالجة نقاط الضعف.
- دراسة حالة عملية لحملة واقعية نُفذت بنجاح.
- الوحدة الثالثة: الرأي العام ودور الاتصال الرقمي
- العلاقة التكاملية بين الإعلام والعلاقات العامة.
- استراتيجيات الاتصال الرقمي ضمن الإعلام الحديث.
- كيفية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في الوصول إلى الجمهور.
- أدوات تكنولوجية داعمة لمسؤولي الإعلام الرقمي.
- تحليل البيانات والإحصائيات لقياس فعالية الحملات الرقمية.
- الوحدة الرابعة: السمعة الرقمية والرأي العام ودور العلاقات العامة الرقمية في تشكيله
- مفهوم الرأي العام وطرق تشكّله.
- نظريات التأثير والإقناع في المجال الإعلامي.
- أدوات قياس السمعة الرقمية مثل Social Mentions وتحليل الانطباعات.
- دور العلاقات العامة الرقمية في توجيه الرأي العام وبناء الثقة.
- الوحدة الخامسة: العلاقات العامة الرقمية
- تصنيف المحتوى الرقمي واستراتيجيات إنتاجه.
- أساسيات التدوين المهني عبر المدونات الإعلامية.
- تقنيات تتبع المحتوى الرقمي وتحليل أثره.
- التعاون مع فرق إنتاج المحتوى لصناعة رسائل اتصالية فعالة.
- إنشاء القوائم البريدية والنشرات الرقمية لتعزيز التواصل المؤسسي.