

مؤتمر تخطيط وتنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة وتطوير المهارات الإعلامية

المقدمة:

في ظل عالم يتسارع فيه الإيقاع وتتغير فيه الأدوات الإعلامية والتقنيات بشكل مستمر، تزداد الحاجة إلى تطوير استراتيجيات علاقات عامة فعالة، إلى جانب صقل المهارات الإعلامية للعاملين في هذا المجال. يشكل هذا المؤتمر منصة مهنية متميزة تجمع بين نخبة من الخبراء والممارسين لمناقشة أبرز المستجدات، والاتجاهات الحديثة، والأساليب المتقدمة في العلاقات العامة، بهدف تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات، وبناء علاقات قوية وفاعلة مع الجمهور بمختلف شرائحه.

يهدف المؤتمر إلى تمكين المشاركين من اكتساب الأدوات العملية والمعرفية التي تؤهلهم لتخطيط وتنفيذ استراتيجيات إعلامية شاملة وفعالة تتماشى مع تطورات البيئة الإعلامية المعاصرة، وتزيد من أثر الرسائل الإعلامية في تحقيق أهداف المؤسسات.

من خلال برنامج متنوع يشمل جلسات نقاشية، وورش عمل تفاعلية، وعروضًا تقديمية من متحدثين مرموقين، يتيح المؤتمر للمشاركين فرصة التعرف على تجارب عالمية ومحلية ناجحة، والاستفادة من أفضل الممارسات التي تساهم في تطوير الأداء الإعلامي المؤسسي وبناء حضور تواصلي مؤثر في بيئة اتصالية تتسم بالتعقيد والتنافسية.

الفئات المستهدفة:

يستهدف المؤتمر مجموعة واسعة من الأفراد والمهنيين العاملين في مجال العلاقات العامة والإعلام، ومن أبرزهم:

- المختصون في العلاقات العامة والإعلام داخل المؤسسات العامة والخاصة.
- مدراء ومسؤولو التواصل المؤسسي.
- العاملون في التسويق والمبيعات ممن تتقاطع مهامهم مع العلاقات العامة.
- مطورو المحتوى الإعلامي وصانعو الرسائل التفاعلية.
- طلبة وخريجو تخصصات الإعلام والعلاقات العامة الراغبون في تعزيز كفاءاتهم المهنية.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الناشئة الذين يسعون لبناء صورة مؤسسية متكاملة.
- مدربي المهارات الإعلامية ومطورو القدرات التواصلية.
- الموظفون في القطاعين الحكومي وغير الربحي.
- المستشارون والمتخصصون في الاستراتيجيات الاتصالية.

أهداف المؤتمر التدريبي:

بنهاية هذا المؤتمر، سيكون المشاركون قادرين على:

- تعزيز فهمهم لدور العلاقات العامة في تشكيل وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسات.
- اكتساب المهارات اللازمة لتصميم وتنفيذ حملات علاقات عامة مؤثرة ومبنية على أسس علمية.
- تطوير مهارات التواصل الشفوي والكتابي بما يعزز القدرة على التفاعل الفعال مع الجمهور.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل استراتيجي يخدم الأهداف الاتصالية للمؤسسات.
- إتقان مبادئ إدارة الأزمات الإعلامية والتعامل الاحترافي مع التحديات التواصلية.
- الإلمام بأحدث الاتجاهات التقنية والأساليب المعاصرة في مجالات العلاقات العامة والإعلام.
- تطوير القدرات الكتابية والتحريرية لإنتاج محتوى إعلامي عالي الجودة.
- امتلاك أدوات قياس وتقييم فعالية الأنشطة الاتصالية وتعديلها بما يحقق أفضل النتائج.
- الانخراط في بيئة تفاعلية محفزة لتبادل الأفكار وبناء شبكات علاقات مهنية متينة.
- تعزيز القدرات القيادية والاستشارية في مجال العلاقات العامة والإعلام المؤسسي.

الكفاءات المستهدفة:

يسعى المؤتمر إلى تمكين المشاركين من تنمية المهارات والكفاءات التالية:

- القدرة على التخطيط الاستراتيجي لأنشطة العلاقات العامة.
- مهارات التواصل الفعال وصياغة الرسائل الإعلامية المؤثرة.
- تحليل الجمهور المستهدف وتحديد احتياجاته وسلوكياته.
- الاستخدام الإبداعي لمنصات التواصل الاجتماعي في خدمة الأهداف المؤسسية.
- إدارة الأزمات الإعلامية بفاعلية والتعامل مع المواقف الحرجة بثقة.
- مهارات الكتابة والتحرير الصحفي والإعلامي بمهنية واحتراف.
- قياس أداء حملات العلاقات العامة من خلال مؤشرات واضحة وقابلة للتحليل.

- التفاوض والإقناع في المواقف الإعلامية المختلفة.
 - التفاعل مع الوسائل الإعلامية بشكل إيجابي وفعال.
 - تطبيق الأدوات الرقمية في تصميم وتنفيذ الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة.
- محتوى المؤتمر:

الوحدة الأولى: مدخل إلى استراتيجيات العلاقات العامة

- التعريف بالعلاقات العامة ودورها المحوري في دعم الأهداف المؤسسية.
- التمييز بين العلاقات العامة والإعلان والتسويق.
- عرض لأهم أنواع استراتيجيات العلاقات العامة وأهداف كل منها.
- العناصر الرئيسية لبناء استراتيجية علاقات عامة فعالة.
- خطوات إعداد خطة عمل متكاملة للعلاقات العامة.

الوحدة الثانية: تحليل الجمهور المستهدف

- أهمية دراسة الجمهور في بناء رسائل إعلامية فعالة.
- أدوات وتقنيات تحليل الجمهور وتحديد خصائصه.
- تحديد الحاجات والسلوكيات والتوجهات الإعلامية للفئات المستهدفة.
- استراتيجيات تقسيم الجمهور وصياغة رسائل مخصصة لكل شريحة.
- تطبيقات عملية لحملات ناجحة قائمة على تحليل الجمهور.

الوحدة الثالثة: تطوير المحتوى الإعلامي

- المبادئ الأساسية للكتابة والتحرير في مجال العلاقات العامة.
- تصميم محتوى إعلامي جذاب يتسم بالمصداقية والتأثير.
- أهمية استخدام القصص في إيصال الرسائل الإعلامية.
- استراتيجيات توظيف الوسائط المتعددة مثل الصور والفيديو والصوت.

- تكيف المحتوى ليتناسب مع خصائص المنصات الرقمية المختلفة.
- الوحدة الرابعة: إدارة الأزمات والاتصال في الظروف الحرجة
- التعريف بإدارة الأزمات وأهمية التحضير المسبق لها.
- الخطوات العملية للتعامل مع الأزمات الإعلامية.
- مهارات صياغة البيانات والتصريحات الصحفية خلال الأزمات.
- دراسات حالة لأزمات إعلامية حقيقية وكيفية التعامل معها.
- بناء الثقة من خلال الشفافية والمصادقية أثناء الأزمات.
- الوحدة الخامسة: قياس وتقييم فعالية استراتيجيات العلاقات العامة
- مؤشرات قياس الأداء في العلاقات العامة وطرق جمع البيانات.
- كيفية تحليل نتائج الحملات واستخدامها لتحسين الأداء المستقبلي.
- أدوات تقييم الأثر الإعلامي ومدى تجاوب الجمهور.
- أهمية التغذية الراجعة في تطوير الحملات الإعلامية.
- دراسات حالة توضح كيفية قياس النجاح وتحقيق أهداف العلاقات العامة.