



# ainfct

المؤسسة العربية للاستشارات والتدريب وتطوير الأداء  
AINFCT | info@ainfct.com | www.ainfct.com

## دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمنظمات

### فكرة الدورة

أصبحت الصورة الذهنية للمنظمات أحد الأصول المعنوية المؤثرة في الثقة العامة، والسمعة المؤسسية، وقدرة المنظمة على التواصل الفعال مع أصحاب المصلحة. ومع توسع قنوات الإعلام التقليدي والرقمي، لم تعد العلاقات العامة وظيفة داعمة فقط، بل أصبحت أداة إدارية تساعد على تشكيل الانطباعات، وتفسير الرسائل المؤسسية، وبناء علاقات قائمة على الوضوح والمصداقية.

يركز هذا البرنامج التدريبي من AINFCT على دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمنظمات من خلال فهم مكونات السمعة، وتحليل توقعات الجمهور، وصياغة الرسائل، وإدارة التواصل في المواقف الاعتيادية والحساسة. كما يتناول البرنامج آليات التخطيط لحمات العلاقات العامة، وتوظيف المحتوى الإعلامي، وقياس مؤشرات الانطباع والرضا والثقة. ويمنح المشاركين إطاراً عملياً يساعدهم على تحويل أنشطة العلاقات العامة إلى قيمة مؤسسية واضحة، مع الحفاظ على لغة مهنية متوازنة قابلة للتطبيق في مختلف البيئات التنظيمية.

### أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحليل مكونات الصورة الذهنية المؤسسية.
- تصميم رسائل علاقات عامة مؤثرة.
- إدارة الانطباعات لدى أصحاب المصلحة.
- توظيف القنوات الإعلامية لدعم السمعة.
- قياس أثر أنشطة العلاقات العامة.
- التعامل المهني مع المواقف الاتصالية الحساسة.

## منهجية الدورة

- مناقشات تطبيقية حول مواقف علاقات عامة واقعية.
- تمارين لصياغة الرسائل والبيانات الإعلامية.
- تحليل حالات مؤسسية مرتبطة بالصورة الذهنية.
- أنشطة جماعية لتصميم خطط اتصال مبسطة.
- تغذية راجعة مباشرة على أداء المشاركين.

## أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز الصورة المؤسسية للمنظمة من خلال:
- رفع مستوى الثقة لدى الجمهور.
  - تحسين اتساق الرسائل المؤسسية.
  - دعم إدارة السمعة في المواقف الحساسة.
  - تعزيز حضور المنظمة إعلامياً ومجتمعياً.

## أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- فهم ديناميكيات الانطباع العام.
- صياغة رسائل مهنية دقيقة.
- إدارة التواصل مع فئات الجمهور.
- تقييم فعالية أنشطة العلاقات العامة.

## الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

## الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين في العلاقات العامة والاتصال المؤسسي الذين يحتاجون إلى تطوير قدراتهم في بناء الصورة الذهنية وإدارة الانطباعات المهنية.

- موظفو العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- منسقي الإعلام والاتصال الداخلي.
- مسؤولو خدمة المتعاملين والواجهة المؤسسية.
- المشرفون الإداريون المرتبطون بالاتصال الخارجي.
- الموظفون المرشحون لأدوار علاقات عامة.

### اليوم الأول: الصورة الذهنية والسمعة المؤسسية

- مفهوم الصورة الذهنية وأبعادها الأساسية.
- العلاقة بين الصورة الذهنية والسمعة والثقة.
- دور العلاقات العامة في تشكيل الانطباعات.
- تحليل الجمهور وأصحاب المصلحة الرئيسيين.
- العوامل المؤثرة في perception المؤسسي.
- مؤشرات ضعف الصورة الذهنية ومخاطرها.

### اليوم الثاني: التخطيط الاتصالي لتحسين الصورة

- تحديد أهداف العلاقات العامة المرتبطة بالصورة.
- تحليل البيئة الاتصالية الداخلية والخارجية.
- بناء الرسائل المؤسسية الأساسية.
- اختيار القنوات المناسبة لكل فئة جمهور.
- توحيد النبرة الاتصالية عبر المنصات.
- ربط الخطة الاتصالية بأهداف المنظمة.

### اليوم الثالث: المحتوى الإعلامي وإدارة الرسائل

- إعداد البيانات والتصريحات الإعلامية المهنية.
- تطوير محتوى يعكس هوية المنظمة.
- استخدام القصص المؤسسية لتعزيز الثقة.
- إدارة المقابلات والتغطيات الإعلامية.
- التعامل مع الأسئلة والانطباعات السلبية.
- مراجعة الرسائل قبل النشر والتداول.

## اليوم الرابع: العلاقات العامة في المواقف الحساسة

- فهم أثر الأزمات على الصورة الذهنية.
- بناء رسائل أولية دقيقة ومتوازنة.
- التنسيق بين الإدارة وفرق الاتصال.
- إدارة التفاعل مع الإعلام والجمهور.
- تقليل الشائعات وسوء الفهم الاتصالي.
- استعادة الثقة بعد المواقف الحرجة.

## اليوم الخامس: القياس والتحسين المستمر

- مؤشرات قياس الصورة الذهنية والانطباع.
- تحليل التغطية الإعلامية وردود الجمهور.
- استخدام الاستبيانات والتغذية الراجعة.
- تقييم فعالية حملات العلاقات العامة.
- تطوير خطط تحسين الصورة المؤسسية.
- إعداد تقرير مختصر للنتائج والتوصيات.

## course\_daily\_schedule

يمتد البرنامج على خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات يوميًا. يخصص كل يوم لمحور رئيسي يبدأ بمفاهيم تأسيسية، ثم ينتقل إلى تطبيقات عملية وتمارين قصيرة ومناقشات موجهة. ويُراعى توزيع الوقت بين الشرح، وتحليل الحالات، والعمل الجماعي، والتغذية الراجعة، بما يدعم ترسيخ المهارات تدريجيًا.

## course\_assessment

يتم تقييم المشاركين من خلال التفاعل داخل الجلسات، والتمارين التطبيقية، ومخرجات الأنشطة الجماعية، ومدى القدرة على ربط المفاهيم بالممارسات العملية في العلاقات العامة. يحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة إتمام أو حضور من

AINFCT وفق متطلبات المشاركة المعتمدة.

## course\_key\_competencies

- إدارة الصورة الذهنية.
- التواصل المؤسسي الفعّال.
- صياغة الرسائل الإعلامية.
- تحليل أصحاب المصلحة.
- إدارة السمعة المؤسسية.
- قياس الأثر الاتصالي.

### مكتب القاهرة الرئيسي

القاهرة، جمهورية مصر العربية  
7 شارع وهران، الطيران، مدينة نصر  
201152466358+  
info@ainfct.com  
ainfct.com  
رقم التسجيل الضريبي: 472920235

### مكتب مدريد الفرعي

مدريد، إسبانيا  
شارع الصحة 3، وسط المدينة، 28013 مدريد  
training@ainfct.com  
ainfct.com