



ainfct

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

تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية الفعالة

فكرة الدورة

أصبحت الحملات الإعلامية من الأدوات الرئيسية في إيصال الرسائل المؤسسية، وتعزيز الوعي، وبناء الصورة الذهنية لدى الجمهور المستهدف. ومع تنوع وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، لم يعد نجاح الحملة يعتمد على كثافة النشر فقط، بل أصبح يتطلب تخطيطاً واضحاً، وفهماً للجمهور، وصياغة رسائل دقيقة، واختياراً مناسباً للقنوات، ومتابعة مستمرة للأداء والنتائج.

يركز هذا البرنامج التدريبي من AINFCT على تمكين المشاركين من تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية بصورة مهنية، بدءاً من تحليل الوضع الإعلامي وتحديد الأهداف، مروراً ببناء الرسائل واختيار الوسائل، وصولاً إلى إدارة التنفيذ وقياس الأثر. كما يساعد البرنامج المشاركين على التعامل مع التحديات الإعلامية أثناء الحملة وتحسين جودة التنسيق بين المحتوى والقنوات والجمهور.

• يوفر البرنامج قيمة عملية من خلال تحويل أفكار الحملات الإعلامية إلى خطط قابلة للتنفيذ ونتائج قابلة للقياس.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- فهم مراحل الحملات الإعلامية الفعالة.
- تحليل الجمهور والبيئة الإعلامية.
- صياغة أهداف إعلامية قابلة للقياس.
- إعداد رسائل إعلامية واضحة ومؤثرة.
- تنفيذ الحملة وفق خطة منظمة.
- قياس نتائج الحملة وتحسين أدائها.

منهجية الدورة

- عروض تفاعلية لشرح مراحل الحملات الإعلامية.
- تمارين تطبيقية على تحليل الجمهور وصياغة الرسائل.
- ورش عمل لبناء خطة حملة إعلامية متكاملة.
- دراسات حالة لحملات إعلامية متنوعة.
- نقاشات جماعية لتحليل التحديات وأفضل الممارسات.

أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز فعالية الاتصال الإعلامي داخل المنظمة من خلال:
- رفع جودة التخطيط الإعلامي للحملات.
 - تحسين وصول الرسائل للجمهور المستهدف.
 - تعزيز اتساق الخطاب الإعلامي المؤسسي.
 - دعم القرارات الإعلامية بمؤشرات أداء واضحة.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على تطوير مهاراتهم في إدارة الحملات الإعلامية من خلال:

- اكتساب مهارات التخطيط الإعلامي.
- تحسين صياغة الرسائل الإعلامية.
- إدارة القنوات الإعلامية بثقة.
- متابعة الأداء الإعلامي بموضوعية.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين في الإعلام والعلاقات العامة والاتصال المؤسسي ممن يشاركون في تخطيط أو تنفيذ أو متابعة الحملات الإعلامية داخل بيئات العمل المختلفة.

- موظفو الإعلام والعلاقات العامة.
- مسؤولو الاتصال المؤسسي.
- منسقو الحملات الإعلامية.
- محررو المحتوى والنشرات الإعلامية.
- العاملون في التواصل الرقمي وإدارة القنوات.

اليوم الأول: مدخل إلى الحملات الإعلامية الفعالة

- مفهوم الحملات الإعلامية وأهدافها المؤسسية.
- الفرق بين الحملة الإعلامية والنشاط الإعلامي.
- عناصر الحملة الإعلامية الناجحة.
- مراحل دورة حياة الحملة الإعلامية.
- دور الحملة في بناء الوعي والصورة الذهنية.

اليوم الثاني: تحليل الوضع والجمهور المستهدف

- جمع المعلومات الأولية قبل تصميم الحملة.
- تحليل البيئة الإعلامية والاتصالية المحيطة.
- تحديد الجمهور المستهدف وتصنيفه حسب الأولوية.
- فهم احتياجات الجمهور وتوقعاته الإعلامية.
- تحديد القضية أو الرسالة المركزية للحملة.

اليوم الثالث: صياغة الأهداف والرسائل الإعلامية

- تحديد أهداف الحملة بصورة واضحة وقابلة للقياس.
- استخدام منهجية SMART في صياغة الأهداف.
- بناء الرسائل الرئيسية والفرعية للحملة.
- اختيار نبرة الخطاب الإعلامي المناسبة.
- اختبار وضوح الرسائل قبل إطلاق الحملة.

اليوم الرابع: تخطيط القنوات والتنفيذ الإعلامي

- اختيار الوسائل الإعلامية والرقمية المناسبة.
- إعداد خطة نشر وجدول زمني للحملة.
- تنسيق المحتوى بين القنوات المختلفة.

- توزيع الأدوار والمسؤوليات داخل فريق الحملة.
- متابعة التنفيذ اليومي وضبط جودة النشر.

اليوم الخامس: إدارة التفاعل وقياس نتائج الحملة

- متابعة التفاعل الإعلامي وال جماهيري أثناء الحملة.
- التعامل مع الملاحظات والأسئلة والمواقف الحساسة.
- قياس مؤشرات الوصول والتفاعل والانطباع.
- إعداد تقرير ختامي لنتائج الحملة.
- استخلاص الدروس وتحسين الحملات المستقبلية.

course_daily_schedule

يمتد البرنامج لمدة 5 أيام تدريبية، بواقع 4 ساعات تدريبية يومياً. يتضمن كل يوم مزيجاً من الشرح المفاهيمي، والتطبيقات العملية، وتحليل الحالات، والعمل الجماعي على نماذج حملات إعلامية. يتدرج البرنامج من فهم أساسيات الحملات وتحليل الجمهور إلى بناء الرسائل، ثم التخطيط التنفيذي، وانتهاءً بقياس النتائج والتحسين.

course_assessment

يعتمد التقييم على مشاركة المتدربين في النقاشات، وتنفيذ التمارين التطبيقية، وتحليل الحالات، وإعداد تصور عملي لحملة إعلامية قابلة للتنفيذ. يحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة حضور أو إتمام صادرة من AINFCT وفق متطلبات الحضور والمشاركة المعتمدة.

course_key_competencies

- تخطيط الحملات الإعلامية.
- تحليل الجمهور المستهدف.
- صياغة الرسائل الإعلامية.
- إدارة القنوات الإعلامية.
- تنفيذ الحملات ومتابعتها.
- قياس الأثر الإعلامي.

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