



ainfct

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

دبلوم العلاقات العامة والإعلام

فكرة الدورة

أصبحت العلاقات العامة والإعلام من الوظائف المؤسسية المؤثرة في بناء الثقة، إدارة السمعة، توضيح الرسائل، وتعزيز العلاقة مع الجمهور وأصحاب المصلحة. ومع سرعة تداول المعلومات وتعدد المنصات الإعلامية والرقمية، تحتاج المؤسسات إلى كوادر قادرة على التخطيط الاتصالي، إدارة المحتوى، التعامل مع وسائل الإعلام، والاستجابة المهنية للمواقف الحساسة.

يركز هذا الدبلوم المقدم من AINFCT على تزويد المشاركين بفهم عملي متكامل لوظائف العلاقات العامة والإعلام داخل المؤسسات. يغطي البرنامج الاتصال المؤسسي، إدارة السمعة، الكتابة الإعلامية، التخطيط للحملات، العلاقات الإعلامية، إدارة الفعاليات، الإعلام الرقمي، المتحدث الرسمي، الاتصال وقت الأزمات، قياس الأثر، والأخلاقيات المهنية. كما يربط البرنامج بين الرسائل الاتصالية وأهداف المؤسسة وتوقعات الجمهور.

صُمم البرنامج بمستوى متوسط ليناسب العاملين في الاتصال والعلاقات العامة والإعلام، ويوفر قيمة تطبيقية تساعد المشاركين على إعداد رسائل مؤثرة، بناء علاقات إعلامية مهنية، وإدارة الحضور المؤسسي بثقة واتساق.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- فهم وظائف العلاقات العامة والإعلام المؤسسي.
- إعداد خطط اتصال وحملات إعلامية فعالة.
- صياغة رسائل ومحتوى إعلامي مهني.
- إدارة العلاقات مع وسائل الإعلام بثقة.
- دعم السمعة المؤسسية وقت الأزمات.
- قياس أثر أنشطة الاتصال والإعلام.

منهجية الدورة

- عروض تفاعلية لشرح مفاهيم الاتصال والإعلام.
- تمارين عملية على الكتابة والرسائل والحملات.
- دراسات حالة لمواقف إعلامية ومؤسسية متنوعة.
- محاكاة مقابلات ومؤتمرات ومواقف اتصال حساسة.
- ورش عمل لإعداد حملة علاقات عامة متكاملة.

أثر الدورة على المنظمة

يمكن تعزيز الحضور المؤسسي والثقة العامة من خلال:

- تحسين وضوح الرسائل المؤسسية.
- تعزيز السمعة والعلاقة مع الجمهور.
- رفع جاهزية الاتصال وقت الأزمات.
- دعم التنسيق بين الإعلام والإدارات.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على تطوير قدراتهم الاتصالية والإعلامية من خلال:

- فهم أعمق للاتصال المؤسسي.
- كتابة محتوى إعلامي أكثر احترافية.
- إدارة العلاقات الإعلامية بثقة.
- تحليل الجمهور والرسائل بوضوح.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين في العلاقات العامة والإعلام والاتصال المؤسسي ممن يحتاجون إلى تطوير مهاراتهم في إدارة الرسائل، السمعة، الإعلام، والفعاليات. كما يفيد المشاركين الذين يتعاملون مع الجمهور أو يمثلون مؤسساتهم في مواقف رسمية وإعلامية.

- موظفو العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- العاملون في الإعلام والمحتوى والمنصات الرقمية.
- مسؤولو الفعاليات والمراسم والبروتوكول.
- المتحدثون الرسميون والمرشحون لهذا الدور.
- مدراء الإدارات المعنية بالاتصال الخارجي.

اليوم الأول: مدخل إلى العلاقات العامة والإعلام

- مفهوم العلاقات العامة ودورها المؤسسي.
- مفهوم الإعلام ووظائفه في بيئة العمل.
- العلاقة بين العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- أدوار العاملين في العلاقات العامة والإعلام.
- التحديات المعاصرة في إدارة الصورة المؤسسية.

اليوم الثاني: الاتصال المؤسسي المتكامل

- مفهوم الاتصال المؤسسي وأبعاده الرئيسية.
- الجمهور الداخلي والخارجي وأصحاب المصلحة.
- توحيد الرسائل عبر القنوات المختلفة.
- التنسيق بين الإدارات في الأنشطة الاتصالية.
- أثر الاتصال المؤسسي على الثقة والسمعة.

اليوم الثالث: التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة

- ربط خطة العلاقات العامة بأهداف المؤسسة.
- تحليل الوضع الاتصالي والبيئة المحيطة.
- تحديد الجمهور والأهداف والرسائل الرئيسية.
- اختيار القنوات والأنشطة المناسبة.
- بناء خطة تنفيذ ومتابعة واضحة.

اليوم الرابع: إدارة السمعة والصورة الذهنية

- مفهوم السمعة المؤسسية ومكوناتها.
- العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية للجمهور.
- بناء الثقة والمصداقية عبر الاتصال المستمر.

- رصد الانطباعات والتوجهات العامة.
- معالجة الفجوات بين الواقع والصورة المتداولة.

اليوم الخامس: تحليل الجمهور وأصحاب المصلحة

- تصنيف الجمهور وفق التأثير والاهتمام.
- تحليل احتياجات وتوقعات أصحاب المصلحة.
- تحديد الرسائل المناسبة لكل فئة.
- بناء خرائط اتصال للجمهور المستهدف.
- تحديث التحليل وفق تغيرات البيئة والمواقف.

اليوم السادس: الكتابة الإعلامية الأساسية

- خصائص اللغة الإعلامية الواضحة والموجزة.
- كتابة الأخبار والتقارير الإعلامية المؤسسية.
- صياغة العناوين والمقدمات بشكل مهني.
- تبسيط المعلومات المعقدة للجمهور.
- مراجعة النصوص قبل النشر والتوزيع.

اليوم السابع: البيانات الصحفية والمحتوى الرسمي

- عناصر البيان الصحفي الفعال.
- صياغة الرسائل الرسمية دون مبالغة.
- تحديد زاوية الخبر وقيمه الإعلامية.
- إعداد الاقتباسات والمعلومات الداعمة.
- تجنب الأخطاء الشائعة في البيانات الصحفية.

اليوم الثامن: العلاقات مع وسائل الإعلام

- بناء قاعدة بيانات إعلامية مناسبة.
- التواصل المهني مع الصحفيين والمحررين.
- إدارة الطلبات الإعلامية والاستفسارات.

- تنظيم اللقاءات والمؤتمرات الصحفية.
- الحفاظ على علاقة إعلامية طويلة الأمد.

اليوم التاسع: المتحدث الرسمي والجمهور الإعلامي

- دور المتحدث الرسمي وحدود مسؤوليته.
- إعداد الرسائل الرئيسية قبل الظهور الإعلامي.
- مهارات المقابلات التلفزيونية والإذاعية.
- التعامل مع الأسئلة الصعبة والحساسة.
- الحفاظ على الاتساق والهدوء أثناء الظهور.

اليوم العاشر: الحملات الإعلامية وحملات التوعية

- مفهوم الحملة الإعلامية ومراحلها.
- تحديد هدف الحملة وجمهورها المستهدف.
- بناء الرسائل والمواد الاتصالية للحملة.
- اختيار القنوات والجدول الزمني المناسب.
- متابعة نتائج الحملة وتحسينها.

اليوم الحادي عشر: إدارة الفعاليات والمناسبات الرسمية

- دور العلاقات العامة في تنظيم الفعاليات.
- تخطيط الفعالية من الفكرة إلى التنفيذ.
- إدارة الدعوات والبروتوكول والاستقبال.
- التنسيق مع الموردين والجهات المشاركة.
- تقييم أثر الفعالية على الجمهور والسمعة.

اليوم الثاني عشر: البروتوكول والمراسم في العلاقات العامة

- مفهوم البروتوكول والمراسم المؤسسية.
- قواعد الأسبقية والمخاطبات الرسمية.
- تنظيم الزيارات والاجتماعات والاستقبالات.

- إعداد برامج الوفود والضيوف الرسميين.
- تجنب الأخطاء البروتوكولية في المناسبات.

اليوم الثالث عشر: الإعلام الرقمي ومنصات التواصل

- دور المنصات الرقمية في الاتصال المؤسسي.
- إدارة المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- التفاعل مع الجمهور بطريقة مهنية.
- رصد التعليقات والانطباعات الرقمية.
- ربط الإعلام الرقمي بخطة العلاقات العامة.

اليوم الرابع عشر: إدارة المحتوى المؤسسي

- أنواع المحتوى المؤسسي المكتوب والمرئي.
- إعداد تقويم محتوى متوازن ومنظم.
- ضبط نبرة الرسائل وهوية المؤسسة.
- التنسيق بين المحتوى الداخلي والخارجي.
- قياس تفاعل الجمهور مع المحتوى المنشور.

اليوم الخامس عشر: الاتصال الداخلي

- أهمية الاتصال الداخلي في دعم الثقافة المؤسسية.
- قنوات الاتصال مع الموظفين والفرق.
- إعداد نشرات ورسائل داخلية واضحة.
- إدارة الاتصال أثناء التغيير المؤسسي.
- قياس فعالية الاتصال الداخلي وتحسينه.

اليوم السادس عشر: الاتصال وقت الأزمات

- خصائص الاتصال في المواقف الحساسة.
- إعداد رسائل أولية دقيقة ومتوازنة.
- التنسيق بين الإدارة والإعلام والجهات المعنية.

- التعامل مع الشائعات والمعلومات غير الدقيقة.
- حماية الثقة والسمعة أثناء الأزمة.

اليوم السابع عشر: أخلاقيات الإعلام والعلاقات العامة

- مبادئ الصدق والشفافية والمسؤولية.
- التعامل مع المعلومات الحساسة بسرية.
- تجنب التضليل والمبالغة في الرسائل.
- إدارة تضارب المصالح في العمل الإعلامي.
- الالتزام بالمعايير المهنية في النشر.

اليوم الثامن عشر: قياس أثر العلاقات العامة والإعلام

- مؤشرات قياس الأداء في الاتصال والإعلام.
- تحليل التغطية الإعلامية والانطباعات العامة.
- قياس الوصول والتفاعل والتأثير.
- إعداد تقارير أداء إعلامية مبسطة.
- استخدام النتائج في تحسين الخطط القادمة.

اليوم التاسع عشر: إعداد مشروع حملة علاقات عامة

- اختيار قضية أو مناسبة مؤسسية للحملة.
- تحليل الجمهور والرسائل والقنوات.
- تصميم أنشطة إعلامية واتصالية مترابطة.
- تحديد مؤشرات قياس أثر الحملة.
- مراجعة اتساق الحملة مع هوية المؤسسة.

اليوم العشرون: التطبيقات النهائية والمراجعة الشاملة

- عرض مشاريع حملات العلاقات العامة ومناقشتها.
- مراجعة مهارات الكتابة والإعلام والبروتوكول.
- تحليل حالات اتصال مؤسسي وإعلامي متنوعة.

- تقديم تغذية راجعة لتحسين المخرجات النهائية.
- إعداد خطة تطوير فردية بعد انتهاء الدبلوم.

course_daily_schedule

يمتد البرنامج لمدة 20 يوماً تدريبياً، بواقع 4 ساعات تدريبية يومياً. يتم توزيع اليوم التدريبي بين شرح المفاهيم، تحليل النماذج، تنفيذ التمارين، ومحاكاة المواقف الإعلامية. يتدرج البرنامج من فهم وظائف العلاقات العامة والإعلام إلى إعداد مشروع حملة اتصالية متكاملة قابلة للتطبيق والقياس.

course_assessment

يتم تقييم المشاركين من خلال التفاعل داخل الجلسات، تنفيذ التمارين التطبيقية، تحليل الحالات الإعلامية، والمشاركة في إعداد مشروع حملة علاقات عامة متكاملة في نهاية البرنامج. يحصل المشاركون الذين يستوفون متطلبات الحضور والمشاركة على شهادة حضور أو إتمام من AINFCT، بما يعكس مشاركتهم في دبلوم مهني متخصص في العلاقات العامة والإعلام.

course_key_competencies

- الاتصال المؤسسي.
- إدارة السمعة.
- الكتابة الإعلامية.
- العلاقات الإعلامية.
- إدارة الحملات والفعاليات.
- الاتصال وقت الأزمات.

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