الدورة التدريبية: التخطيط الاستراتيجي للاتصال الإعلامي الفعال



16 - 20 نوفمبر 2026
بوسطن
7500 € (للشخص الواحد)
Ref: #MED9246_333383

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في بيئة الأعمال والإعلام المعاصرة، التي تتسم بالديناميكية والتحدي، أصبح التخطيط الاستراتيجي للاتصال الإعلامي الفعال ضرورة حتمية للمؤسسات التي تسعى لتعزيز سمعتها، إدارة صورتها، وتحقيق أهدافها الاتصالية. هذه الدورة التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center مصممة خصيصًا لتزويد مدراء الاتصال، أخصائيو العلاقات العامة، المتحدثين الرسميين، ومحترفي الإعلام بالمعرفة والمهارات اللازمة لتطوير وتنفيذ خطط اتصال إعلامي مبتكرة ومؤثرة. تغطي الدورة جوانب متعددة بدءًا من تحليل بيئة الاتصال، تحديد الأهداف الاستراتيجية، صياغة الرسائل الإعلامية المتكاملة، اختيار القنوات الإعلامية المناسبة، وصولًا إلى قياس الأثر وتقييم الفعالية. نركز على أهمية فهم الجمهور المستهدف، بناء الثقة، والقدرة على التكيف مع التغيرات السريعة في المشهد الإعلامي. تستمد الدورة رؤاها من أحدث النظريات في الاتصال الاستراتيجي وإدارة الأزمات، وتقدم أمثلة عملية ودراسات حالة لحملات اتصال ناجحة ساهمت في تعزيز مكانة المؤسسات وتجاوز التحديات. الأكاديمي "James E. Grunig" (جيمس إي. جرونيج)، الباحث الرائد في مجال العلاقات العامة والاتصال التنظيمي والذي اشتهر بنموذجه الرباعي للعلاقات العامة، يقدم إطارًا نظريًا قيّمًا حول فهم ديناميكيات الاتصال الاستراتيجي ودوره في بناء العلاقات المستدامة بين المؤسسات وجمهورها. يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين المتدربين من صياغة وتنفيذ استراتيجيات اتصال إعلامي تحقق أقصى قدر من التأثير والفعالية.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء الاتصال والعلاقات العامة.
- المتحدثون الرسميون.
- أخصائيو الإعلام والتسويق.
- المسؤولون عن إدارة السمعة.
- خبراء الأزمات والاتصال في حالات الطوارئ.
- مدراء التسويق والإعلانات.
- الصحفيون والإعلاميون المهتمون بالتخطيط الاستراتيجي.
- المستشارون في مجال الاتصال.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- القطاع الحكومي والمؤسسات العامة.
- الشركات الكبرى والشركات متعددة الجنسيات.
- المؤسسات الإعلامية (القنوات، الصحف، المنصات الرقمية).
- وكالات العلاقات العامة والتسويق.
- المنظمات غير الربحية والجمعيات الخيرية.
- قطاع البنوك والخدمات المالية.
- شركات التكنولوجيا والاتصالات.
- قطاع الرعاية الصحية والتعليم.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة الاتصال المؤسسي.
- قسم العلاقات العامة.
- إدارة التسويق.
- قسم الإعلام والعلاقات الحكومية.
- إدارة الأزمات.
- قسم الاتصال الداخلي.
- إدارة تطوير الأعمال.

أهداف الدورة التدريبية:

بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد أتقن المهارات التالية:

- تحليل بيئة الاتصال وتحديد الفرص والتحديات.
- صياغة أهداف اتصال إعلامي استراتيجية وواقعية.
- تطوير رسائل إعلامية متكاملة ومقنعة.
- اختيار القنوات الإعلامية الأكثر فعالية للوصول للجمهور.
- بناء علاقات استراتيجية مع وسائل الإعلام والمؤثرين.
- إدارة الأزمات الاتصالية والإعلامية بمهنية.
- قياس فعالية حملات الاتصال الإعلامي.
- تطبيق أفضل الممارسات في الاتصال المؤسسي.
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للاتصال.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التدريبية على منهجية تطبيقية تفاعلية تهدف إلى صقل مهارات المشاركين في التخطيط الاستراتيجي للاتصال الإعلامي الفعال. تبدأ الدورة بتقديم المفاهيم النظرية الأساسية في الاتصال الاستراتيجي وإدارة السمعة، ثم تنتقل مباشرة إلى ورش عمل عملية وتطبيقات واقعية. سيقوم المتدربون بـ تطوير خطط اتصال إعلامي كاملة لمؤسسات حقيقية، وصياغة بيانات صحفية استراتيجية، وممارسة التعامل مع سيناريوهات الأزمات الإعلامية تحت إشراف المدربين. تتضمن الدورة دراسات حالة معمقة لحملات اتصال ناجحة وأخرى واجهت تحديات، مع تحليل مفصل للاستراتيجيات المتبعة والدروس المستفادة. كما ستركز المنهجية على التدريب العملي على استخدام أدوات تحليل الرأي العام وقياس أثر الاتصال، وكيفية صياغة الرسائل الموجهة لمختلف شرائح الجمهور. سيتم توفير تغذية راجعة فردية وبناءة على أداء المتدربين في التمارين والمشاريع، مما يساعدهم على تطوير مهاراتهم بشكل مستمر. تهدف هذه المنهجية إلى تزويد المشاركين بالخبرة العملية التي لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم لقيادة جهود الاتصال الاستراتيجي في مؤسساتهم.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس التخطيط الاستراتيجي للاتصال.

- مفهوم الاتصال الاستراتيجي ودوره.
- تحليل بيئة الاتصال (SWOT Analysis).
- تحديد الأهداف الاتصالية الذكية.
- فهم الجمهور المستهدف واهتماماته.
- بناء هوية ورسالة المؤسسة.
- مراجعة لأبرز نماذج الاتصال الاستراتيجي.
- أهمية أبحاث الجمهور في التخطيط.

الوحدة الثانية: تطوير الرسائل والقنوات الإعلامية.

- صياغة الرسائل الإعلامية المؤثرة والمقنعة.
- اختيار القنوات الإعلامية المناسبة (تقليدية ورقمية).
- التكامل بين القنوات الإعلامية المختلفة.
- كتابة البيانات الصحفية والخطابات الإعلامية.
- تصميم المحتوى المرئي والجذاب للاتصال.
- استخدام السرد القصصي في الرسائل المؤسسية.
- أهمية التوقيت في نشر الرسائل الإعلامية.

الوحدة الثالثة: بناء العلاقات وإدارة السمعة.

- بناء علاقات استراتيجية مع وسائل الإعلام.
- التعامل مع المؤثرين وصناع الرأي.
- إدارة السمعة المؤسسية عبر الإنترنت.
- الاستعداد لأزمات السمعة المحتملة.
- التعامل مع الانتقادات والردود السلبية.
- أهمية الشفافية والمسؤولية الاجتماعية.
- دور الاتصال الداخلي في بناء السمعة.

الوحدة الرابعة: إدارة الأزمات والاتصال في الطوارئ.

- مفهوم الأزمة الاتصالية وأنواعها.
- وضع خطط الاستجابة للأزمات.
- تكوين فريق إدارة الأزمة.
- صياغة رسائل الأزمة الفعالة.
- التعامل مع وسائل الإعلام أثناء الأزمات.
- الاستجابة للشائعات والمعلومات المضللة.
- التعافي من الأزمات واستعادة الثقة.

الوحدة الخامسة: قياس الأثر وتحسين الأداء.

- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للاتصال.
- أدوات وتقنيات قياس أثر الاتصال.
- تحليل البيانات وتقييم فعالية الحملات.
- إعداد التقارير الدورية والنهائية.
- الدروس المستفادة والتطوير المستمر.
- التكيف مع التغيرات في المشهد الإعلامي.
- مستقبل الاتصال الاستراتيجي.

الأسئلة المتكررة:

ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل التسجيل في الدورة؟

لا توجد شروط مسبقة.

كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

في ظل التدفق الهائل للمعلومات والتحديات المستمرة التي تواجه المؤسسات، كيف يمكن للمتخصصين في الاتصال الإعلامي أن يبتكرون استراتيجيات لا تكتفي برد الفعل، بل تستبق الأحداث وتبني الثقة على المدى الطويل، مما يعزز قدرة المؤسسات على الصمود والنمو في بيئة معقدة؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN Training Center بتركيزها الشامل والعميق على التخطيط الاستراتيجي للاتصال الإعلامي الفعال، مما يجعلها مختلفة ومتميزة عن الدورات الأخرى التي قد تقدم نظرة عامة فقط. نحن لا نقدم مجرد معلومات نظرية، بل نوفر تطبيقًا عمليًا مكثفًا يغطي جميع جوانب دورة حياة الاتصال الاستراتيجي. على سبيل المثال، بينما قد تشرح دورات أخرى أدوات الاتصال، فإننا نغوص في تحليل بيئة الاتصال وتحديد الفرص والتحديات، وكيفية صياغة رسائل إعلامية متكاملة ومقنعة تستهدف الجماهير بذكاء. نقدم دراسات حالة واقعية لحملات اتصال ناجحة وأخرى واجهت أزمات، ونحلل الاستراتيجيات التي مكنتها من تعزيز السمعة وإدارة التحديات بفعالية. كما تركز الدورة على إدارة الأزمات الاتصالية والإعلامية بمهنية وقياس فعالية حملات الاتصال الإعلامي، مما يمنح المتدربين القدرة على تصميم وتنفيذ استراتيجيات اتصال مبتكرة وذات تأثير. يضمن الجمع بين الخبرة الأكاديمية والعملية لمدربينا حصول المتدربين على معرفة عميقة ومهارات تطبيقية لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم ليصبحوا محترفين في مجال الاتصال الاستراتيجي.