



القيادة في التسويق والعلاقات العامة: الاستراتيجية والإعلام والسمعة



AGILE LEADERS
Training Center



القيادة في التسويق والعلاقات العامة: الاستراتيجية والإعلام والسمعة

نظرة عامة على الدورة:

تقدم دورة القيادة عبر التسويق والعلاقات العامة برنامجاً عملياً ومتقدماً في التدريب على التسويق والعلاقات العامة، يهدف إلى تعزيز التكامل بين الأهداف التسويقية، والاتصال المؤسسي، وإدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة، والعلاقات الإعلامية، والسمعة المؤسسية. تبدأ الدورة من المفاهيم الأساسية للعلاقات العامة التسويقية MPR، ثم تنتقل إلى العلاقات العامة الاستراتيجية، وتخطيط الحملات المتكاملة، والعلاقات العامة الرقمية، وإدارة الإعلام، واتصالات النزاهات، وقياس أداء الاتصال.

يتعرف المشاركون على تطور العلاقات العامة التسويقية ودورها ضمن الاتصالات التسويقية المتكاملة، ونماذج جرونبيج وهانت للاتصال، ونموذج PESO الذي يجمع بين الوسائل المدفوعة والمكتسبة والمملوكة، إلى جانب إدارة العلاقات وأخلاقيات الاتصال. كما تغطي الدورة تطوير استراتيجية العلاقات العامة، وصياغة الرسائل الرئيسية، والسرد القصصي للعلامة التجارية، والتدريب على العلاقات الإعلامية، والتواصل مع أصحاب المصلحة، وصناعة المحتوى، والتعاون مع المؤثرين، وإدارة النزاهات.

وتركز الدورة بصورة خاصة على إدارة السمعة المؤسسية والتواصل مع أصحاب المصلحة، باعتبار السمعة مفهوماً ديناميكياً يتأثر بتوقعات مختلف الأطراف والقضايا المرتبطة بالمنظمة. كما تعزز مهارات الشفافية والحوار والاستماع الفعال والاستجابة وبناء الثقة، وهي عناصر أساسية في العلاقات العامة المعاصرة.

الجمهور المستهدف:

- مديرو العلاقات العامة
- مسؤولو وأخصائيو العلاقات العامة
- مديرو التسويق
- أخصائيو التسويق
- مديرو الاتصال المؤسسي
- أخصائيو الاتصال والإعلام
- مديرو العلاقات الإعلامية
- مسؤولو الشؤون العامة
- مديرو العلاقات التجارية
- مديرو وأخصائيو السمعة المؤسسية
- أخصائيو العلاقات العامة الرقمية
- مديرو وسائل التواصل الاجتماعي
- مسؤولو المحتوى الرقمي
- مسؤولو إشراك أصحاب المصلحة
- مديرو الشؤون المؤسسية
- مديرو الاتصالات التسويقية
- أخصائيو استراتيجية الاتصال
- مسؤولو الاتصال الداخلي والخارجي



النقسام المستهدفة:

- إدارة العلاقات العامة
- إدارة التسويق
- الاتصالات التسويقية
- الاتصال المؤسسي
- الشؤون المؤسسية
- العلاقات الإعلامية
- إدارة العلامة التجارية
- إدارة السمعة المؤسسية
- الاتصال الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي
- إدارة أصحاب المصلحة
- الشؤون العامة
- اتصالات العملاء
- الاستراتيجية المؤسسية
- الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية
- الاتصال التنفيذي

القطاعات المستهدفة:

- البنوك والخدمات المالية والتأمين
- الهيئات الحكومية وما في حكمها
- القطاع العام
- النفط والغاز والطاقة والمرافق
- الاتصالات والتكنولوجيا
- الرعاية الصحية والندوية
- الطيران والنقل
- الضيافة والسياحة والسفر
- التجزئة والسلع الاستهلاكية
- التصنيع والقطاعات الصناعية
- العقارات والبنية التحتية
- التعليم والجامعات
- الخدمات المهنية والاستشارية
- المنظمات غير الربحية والتنموية
- الإعلام والصناعات الإبداعية



أهداف الدورة:

في نهاية هذه الدورة سيتمكن المشاركون من:

- شرح تطور وأهمية والهكومات الأساسية للعلاقات العامة التسويقية.
- تطبيق مبادئ العلاقات العامة الاستراتيجية لتطوير استراتيجيات اتصال متكاملة.
- دمج العلاقات العامة التسويقية مع الاتصالات التسويقية المتكاملة والاتصال المؤسسي.
- بناء وإدارة علاقات فعالة مع مهثلي وسائل الإعلام وأصحاب المصلحة الرئيسيين.
- تطبيق مهارات العلاقات الإعلامية في الاستفسارات الصحفية والمقابلات والمؤتمرات والتغطيات السلبية.
- إجراء تحليل وتصنيف أصحاب المصلحة ووضع استراتيجيات تواصل مخصصة لهم.
- تطوير الرسائل الرئيسية والسرد القصصي للعلامة التجارية ومحتوى الاتصال المؤسسي.
- تطبيق مبادئ العلاقات العامة الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وتوزيع المحتوى والتعاون مع المؤثرين.
- تطبيق استراتيجيات اتصالات النزوات في التعامل مع المخاطر التي تهدد السمعة المؤسسية.
- تحليل تحديات إدارة السمعة المؤسسية عبر مجموعات مختلفة من أصحاب المصلحة.
- قياس أداء العلاقات العامة باستخدام تحليل وسائل الإعلام ومؤشرات الاتصال وتغذية أصحاب المصلحة الراجعة.
- تقييم تأثير تحليلات البيانات والاستدامة والعولمة والتقنيات الناشئة على مهارات العلاقات العامة التسويقية.

منهجية التدريب:

تعتمد الدورة على منهجية تدريب تفاعلية تجمع بين تقديم المفاهيم الأساسية والتطبيق العملي في بيئة العمل. وتستند إلى أساليب تشمل المناقشات الجماعية، ودراسات الحالة، والتأهين الجماعية، والاستبيانات، والأنشطة التطبيقية التي تساعد المشاركين على تحويل مفاهيم التدريب على التسويق والعلاقات العامة إلى مهارات قابلة للتطبيق داخل مؤسساتهم.

يعمل المشاركون على حالات واقعية تتناول تطوير استراتيجية العلاقات العامة، وتحليل أصحاب المصلحة، وإدارة الإعلام، وصياغة الرسائل، وإدارة السمعة، واتصالات النزوات. كما تستخدم أنشطة جماعية لتحليل الاتصالات التسويقية المتكاملة والعلاقات العامة الاستراتيجية والعلاقات الإعلامية والاتصال الرقمي.

تشمل أنشطة العلاقات الإعلامية تحليل كيفية التعامل مع الصحفيين، والمؤتمرات الصحفية، والنسلة الصعبة، والتغطية الإعلامية السلبية. أما تأهين التواصل مع أصحاب المصلحة فتركز على الشفافية والاستماع الفعال وبناء الثقة والمساءلة والتواصل ثنائي الاتجاه، بما يتوافق مع الممارسات الحديثة في العلاقات العامة.

كما تتناول الأنشطة الرقمية استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي، وصناعة المحتوى، والتعاون مع المؤثرين، وتحليل التفاعل، والرصد الرقمي، والاستجابة للنزوات، مع جلسات مراجعة وتغذية راجعة ومناقشات تطبيقية لتعزيز نقل التعلم إلى بيئة العمل.



أدوات الدورة:

- رؤى حول إطار تخطيط استراتيجية العلاقات العامة التسويقية
- أمثلة على قوالب تحديد أهداف الاتصال
- أمثلة على خرائط أصحاب المصلحة والجمهور
- رؤى حول تحليل التأثير والاهتمام لأصحاب المصلحة
- تطبيقات نموذج PESO للتخطيط الإعلامي
- أمثلة على تخطيط الاتصالات التسويقية المتكاملة
- نهج لصياغة الرسائل الرئيسية
- أمثلة للسرد القصصي للعلامة التجارية
- أمثلة على خرائط العلاقات الإعلامية
- قوائم مراجعة التحضير للتعامل مع الإعلام
- قوائم مراجعة لتنظيم المؤتمرات الصحفية
- أمثلة على أطر الاستجابة للاتصالات الزمات
- أمثلة لتحليل أصحاب المصلحة أثناء الزمات
- رؤى حول مصفوفة قضايا السمعة وأصحاب المصلحة
- أمثلة لرصد السمعة المؤسسية
- أمثلة لتخطيط حملات العلاقات العامة الرقمية
- أطر تخطيط المحتوى وتوزيعه
- معايير تقييم المؤثرين
- أمثلة على مصفوفات الاستجابة عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- أمثلة على مؤشرات الأداء الرئيسية للاتصال
- أمثلة على أدوات الرصد الإعلامي
- أمثلة على تقنيات الاستماع الاجتماعي
- نهج لتحليل تغذية أصحاب المصلحة الراجعة
- أمثلة على مراجعة الحملات وإعداد تقارير الأداء

لا يتم توفير برامج أو اشتراكات أو منصات أو أدوات تجارية ضمن الدورة، وإنما يتم تقديم رؤى وأمثلة عملية حول الندوات والممارسات المرتبطة بموضوع الدورة.

محتوى الدورة:

اليوم 1: أسس العلاقات العامة التسويقية والاتصال المتكامل

- الموضوع 1: مفهوم العلاقات العامة التسويقية ونطاقها ودورها الاستراتيجي
- الموضوع 2: تطور العلاقات العامة وتحولات بيئة الاتصال المؤسسي
- الموضوع 3: التكامل بين التسويق والعلاقات العامة والاتصال المؤسسي
- الموضوع 4: نهج جرونيغ وهانت الأربعة في العلاقات العامة
- الموضوع 5: الاتصالات التسويقية المتكاملة ونموذج PESO
- الموضوع 6: إدارة العلاقات وأخلاقيات الاتصال والمسؤولية المهنية
- المراجعة: مراجعة أسس العلاقات العامة التسويقية والاتصال المتكامل



اليوم 2: التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة والرسائل والحملات

- الموضوع 1: تحويل النهداف المؤسسية والتسويقية إلى أهداف للعلاقات العامة
- الموضوع 2: دراسة الجمهور وتقسيمه وتحديد أولويات الاتصال
- الموضوع 3: تطوير استراتيجية العلاقات العامة التسويقية
- الموضوع 4: صياغة الرسائل الرئيسية والسرد القصصي للعلامة التجارية
- الموضوع 5: اختيار تكتيكات الاتصال عبر الوسائل المدفوعة والمكتسبة والمشاركة والمملوكة
- الموضوع 6: مؤشرات الأداء وقياس فعالية العلاقات العامة التسويقية
- المراجعة: مراجعة الاستراتيجية والرسائل والقنوات وقياس الأداء

اليوم 3: العلاقات الإعلامية والتواصل مع أصحاب المصلحة

- الموضوع 1: العلاقات الإعلامية الاستراتيجية في البيئة الإعلامية الحديثة
- الموضوع 2: التعامل مع الإعلام المطبوع والبرني والرقمي والاجتماعي
- الموضوع 3: تحديد أصحاب المصلحة وتحليلهم وترتيب أولوياتهم
- الموضوع 4: بناء الثقة من خلال الحوار والشفافية والاستماع الفعال
- الموضوع 5: إدارة الفعاليات الإعلامية والمؤتمرات الصحفية والمتحدثين الرسميين
- الموضوع 6: التعامل مع الأسئلة الصعبة والتغطية السلبية ومخاوف أصحاب المصلحة
- المراجعة: مراجعة العلاقات الإعلامية واستراتيجيات التواصل مع أصحاب المصلحة

اليوم 4: العلاقات العامة الرقمية ووسائل التواصل واتصالات الزمات

- الموضوع 1: دور العلاقات العامة الرقمية في العلاقات العامة التسويقية الحديثة
- الموضوع 2: استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة
- الموضوع 3: صناعة المحتوى والرسائل متعددة الوسائط والتوزيع الرقمي
- الموضوع 4: التعاون مع المؤثرين ضمن حملات التسويق والعلاقات العامة
- الموضوع 5: الاستماع الاجتماعي وتحليل الانطباعات ورصد السمعة الرقمية
- الموضوع 6: اتصالات الزمات الرقمية والاستجابة في الوقت الفعلي
- المراجعة: مراجعة الاتصال الرقمي وإدارة السمعة والاستجابة للزمات

اليوم 5: السمعة المؤسسية وقياس الأداء ومستقبل العلاقات العامة

- الموضوع 1: السمعة المؤسسية والصورة والهوية والعلامة التجارية
- الموضوع 2: تحليل السمعة عبر أصحاب المصلحة والقضايا الاستراتيجية
- الموضوع 3: مخاطر السمعة والمشاعر السلبية واستعادة الثقة
- الموضوع 4: قياس أداء العلاقات العامة وتحليلات الإعلام وتغذية أصحاب المصلحة المراجعة
- الموضوع 5: الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية والعلامة والاتصال عبر الثقافات
- الموضوع 6: الذكاء الاصطناعي والتقنيات الناشئة ومستقبل العلاقات العامة التسويقية
- المراجعة: مراجعة استراتيجية العلاقات العامة والسمعة والتحليلات والاتجاهات المستقبلية



التساؤلات المكررة:

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

لا تتطلب الدورة مؤهلات أكاديمية أو مهنية محددة مسبقاً. وهي مناسبة للمهنيين العاملين في العلاقات العامة، والتسويق، والاتصال المؤسسي، والعلاقات الإعلامية، وإدارة أصحاب المصلحة، وإدارة العلامة التجارية، والاتصال الرقمي، والمجالات ذات الصلة. وتعد الخبرة السابقة في مهام الاتصال أو التسويق مفيدة ولكنها ليست شرطاً للتسجيل.

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

كل جلسة يومية تستغرق 4-5 ساعات تقريباً، مع فترات راحة ونشاطات تفاعلية. مدة الدورة الإجمالية تمتد إلى خمسة أيام، بإجمالي 20-25 ساعة.

ما الفرق بين العلاقات العامة التسويقية والعلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتكاملة؟

تركز العلاقات العامة بصورة عامة على إدارة الاتصال والعلاقات بين المنظمة ومختلف أصحاب المصلحة. أما العلاقات العامة التسويقية فتستخدم مبادئ وأساليب العلاقات العامة لدعم أهداف تسويقية مثل تعزيز المصداقية والوعي والتفاعل ودعم العلامة التجارية. بينما تركز الاتصالات التسويقية المتكاملة على تنسيق قنوات وأساليب الاتصال المختلفة لضمان تقديم رسائل متنسقة عبر الوسائل المدفوعة والمكتسبة والمشاركة والمملوكة.

كيف تختلف هذه الدورة عن الدورات الأخرى:

تختلف دورة القيادة عبر التسويق والعلاقات العامة عن الدورات التقليدية التي تركز بصورة أساسية على النشرات الصحفية أو العلاقات مع وسائل الإعلام. إذ تقدم رؤية متكاملة تربط التدريب على التسويق والعلاقات العامة بالاستراتيجية، والتواصل مع أصحاب المصلحة، وإدارة السمعة المؤسسية، والاتصال الرقمي، وإدارة النزاعات، وقياس أداء الاتصال.

تحافظ الدورة على التسلسل الأساسي لموضوع العلاقات العامة التسويقية من المفاهيم والأسس إلى التخطيط الاستراتيجي، والعلاقات الإعلامية، وإدارة أصحاب المصلحة، والاتصال الرقمي، والاتجاهات المستقبلية. كما توسع هذه الموضوعات من خلال التطبيق العملي للعلاقات العامة الاستراتيجية، ونموذج PESO، والاتصالات التسويقية المتكاملة، وتحليل الجمهور، وصياغة الرسائل، وقياس الحملات.

وتتناول إدارة السمعة المؤسسية باعتبارها عملية ديناميكية تتغير باختلاف أصحاب المصلحة والقضايا والتوقعات، بدلاً من حصرها في إدارة الصورة أو العلامة التجارية فقط. كما تمنح التواصل مع أصحاب المصلحة بعداً عملياً من خلال التركيز على الشفافية، والحوار، والاستماع الفعال، والمساءلة، وبناء الثقة.

وتشمل الدورة كذلك العلاقات العامة الرقمية، ووسائل التواصل الاجتماعي، والتعاون مع المؤثرين، ومراقبة السمعة الرقمية، واتصالات النزاعات، والتحليلات، والاستدامة، والعولمة، والذكاء الاصطناعي، لتقديم برنامج معاصر يركز على التطبيق المؤسسي والنتائج القابلة للقياس.

فئات الدورات التدريبية

الدورات التدريبية في مجال البيئة والاستدامة	دورات إدارة الجودة وتطوير العمليات
دورات إدارة و تحليل البيانات ودورات علم البيانات	دورات إدارة و تطوير الموارد البشرية
دورات الذهن السيرياني ودورات تقنية المعلومات	دورات الاتصال الجماهيري و السياسات والعلاقات العامة
دورات التدريب القانوني والهشتريات والتعاقدات	دورات التسويق وإدارة علاقات العملاء وإدارة المبيعات
دورات الحوكمة وإدارة المخاطر والامتثال	دورات السكرتارية و إدارة المكاتب
دورات الصحة والسلامة والذهن المهني	دورات الصيانة ودورات المجالات الهندسية المتنوعة
دورات المحاسبة و التمويل و دورات الإدارة المالية	دورات المهارات الشخصية وتطوير الذات
دورات في مجالات القيادة والإدارة	دورات معتمدة من قبل هيئات دولية
دورات مكتب إدارة المشاريع وإدارة المشاريع الرشيقية	



مدن التدريب

أهستردام هولندا	أكرا غانا	أثينا اليونان
الدار البيضاء المغرب	الجبيل المملكة العربية السعودية	استنبول تركيا
القاهرة مصر	الرياض المملكة العربية السعودية	الدوحة قطر
باريس فرنسا	الهناوة مملكة البحرين	الكويت الكويت
براغ جمهورية التشيك	بانكوك تايلند	باكو أذربيجان
بورتو البرتغال	برلين ألمانيا	برشلونة إسبانيا
تورنتو كندا	تيليسي جورجيا	بوكيت تايلاند
جوهانسبرغ جنوب إفريقيا	جنيف سويسرا	جاكرتا جمهورية إندونيسيا
زنجار تنزانيا	روما إيطاليا	دلي الإمارات العربية المتحدة
سيول كوريا الجنوبية	سنغافورة سنغافورة	سان دييغو الولايات المتحدة الأمريكية
طرابزون تركيا	شيكاغو الولايات المتحدة الأمريكية	شرم الشيخ مصر
عمان المملكة الأردنية الهاشمية	طوكيو اليابان	طشقند أوزبكستان
فيينا النمسا	فرانكفورت ألمانيا	عن بعد منصة زووم

مدن التدريب

لانكاوي ماليزيا	كيب تاون جنوب افريقيا	كوالالمبور ماليزيا
هاربيا اسبانيا	لندن المملكة المتحدة	لشبونة البرتغال
هونترو سويسرا	مسقط سلطنة عمان	مدريد اسبانيا
نيروبي كينيا	هيونج المانيا	ميلان ايطاليا
		نيويورك الولايات المتحدة الأمريكية