

حملات العلاقات العامة من التخطيط وحتى التنفيذ

لمحة عامة

- يجب علينا التركيز بشدة على أهمية التخطيط المستقبلي لبرامج العلاقات العامة المؤسسية، ولذا تُعتبر خطة العلاقات العامة (PR) عنصراً مهنيّاً ضرورياً لتنفيذ الحملة. إن نتائج آخر الأبحاث تشير أن أكثر من 50% من الأعمال تفشل في عامها الأول وذلك بسبب قلة التخطيط والموارد في جوانب ووظائف العلاقات العامة. هذه الدورة تضع خطة للعلاقات العامة وتزوّدك بالمعرفة والمهارات اللازمة لإطلاق حملة ناجحة للعلاقات العامة.

المنهجية

- تستخدم هذه الدورة التدريبية العديد من الأساليب والأدوات التفاعلية التي تمكّن المشاركين التفاعل بكفاءة مع البيئات المتعددة الأطراف. تنقسم هذه الدورة لأربع أسس تربوية: المفهوم النظري (المحاضرات والعروض التقديمية)، ولعب الأدوار (التمارين الجماعية)، ومشاركة الخبرات (النقاشات الجماعية)، وتناول المشاكل والقضايا الواقعية.

أهداف الدورة

- تعريف المفاهيم المتعلقة بالعلاقات العامة والتميز بين ممارسات العلاقات العامة والإعلانات
- وضع وتنفيذ خطة علاقات عامة
- وضع قائمة بمساهمات حملات العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية
- إدارة الكوارث باستخدام وسائل العلاقات العامة
- توضيح مدى أهمية الصورة المؤسسية

الفئات المستهدفة

- تستهدف هذه الدورة التدريبية موظفي أقسام العلاقات العامة وجميع المهنيين المسؤولين عن تعزيز الصورة الإيجابية لمؤسساتهم.

المحتوي العلمي

- التخطيط والتنظيم
- القيادة والتوجيه
- التحليل والتقييم
- إنشاء وتوطيد العلاقات
- مهارات التواصل

نظرة عامة على مفاهيم العلاقات العامة

- العلاقات العامة: التعريفات والمفاهيم
- أصحاب المصلحة في العلاقات العامة
- العناصر العديدة للعلاقات العامة
- الاختلافات الرئيسية بين العلاقات العامة والإعلانات

وضع وتنفيذ خطة العلاقات العامة

- خطة العلاقات العامة: التعريف والاحتياجات
- خصائص خطة العلاقات العامة
- التحليل الظرفي (SWOT): نقاط القوة وجوانب الضعف والفرص والمهددات)
- الجمهور المستهدف
- الغاية (ما الذي نسعى لتحقيقه؟)
- الأهداف (ما الذي يجب فعله؟)
- الرسائل الأساسية: بسيطة ووصفية
- الاستراتيجية (طرق ومنهجيات تحقيق الأهداف)
- وضع الخطط (المواعيد النهائية والتكلفة)
- الإطار الزمني والمسؤوليات

مساهمات حملات العلاقات العامة والإدارة الاستراتيجية



- العلاقات العامة والإدارة الاستراتيجية
- اتباع منهجية استراتيجية
- ما الذي يمكن أن تحققه العلاقات العامة ؟
- مسح البيئة المحيطة
- البيئة الداخلية والبيئة الخارجية
- القضايا الإدارية

استخدام وسائل العلاقات العامة في إدارة الكوارث

- تعريف وتحديد الكوارث
- تذكّر القواعد عند وقوع الكوارث
- مراحل الكارثة
- مبدأ الكشف
- مبدأ التواصل المتناظر
- مبدأ العلاقات
- مبدأ المساءلة

مدى أهمية الصورة المؤسسية

- الرأي العام (المواقف والآراء والإجراءات)
- تشكيل صورة مؤسسية
- متغيرات إدارة الصورة المؤسسية
- إدارة السمعة والصورة المؤسسية
- من الهوية حتى السمعة
- إدارة العلاقات

قياس مدى فعالية العلاقات العامة

- الغرض من التقييم (المخرجات والنتائج)
- التقييم (العملية والأهداف)
- مقارنة الأهداف بالنتائج
- المقاييس (الإنتاج، exposure)
- جوانب ضعف الأسلوب التقليدي
- تقنيات القياس

