**أخلاقيات العمل في مجال العلاقات العامة والمراسم والبروتوكول**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| **مقدمة عن البرنامج :**  تعدّ الأخلاق من أهم القيم التي ترتكز عليها الحياة العمليةحيث أنها تلعب دوراً هاماً في نجاح العلاقات العامة ما يؤدي إلى اكتساب ثقة المستهلكين والعملاء كما وتعتبر الأخلاق دليل لمعرفة الصح من الخطأ والعدل والصدق والكذب لذا لا بد من اعتماد السلوك الأخلاقي العالمي لإنشاء علاقات صدق وثقة بين المؤسسات والعملاء, والعلاقات العامة هي الممارسة التي تعمل على إدارة انتشار المعلومات بين الأفراد أو المنظمات مثل الأعمال التجارية، وقد ظهرت العلاقات العامة من أجل العمل على تغطية خدمات العملاء كالتسويق والإعلان، والهدف الأساسي منها هو التواصل مع الجمهور والعملاء المحتملين، والمستثمرين والشركاء والموظفين من أجل إقناعهم والحفاظ على وجهة النظر المعينة حول المنظمة والقيادة والمنتجات والقرارات السياسية، حيث تعتمد العلاقات العامة على تقنيات أساسية وهي تحديد الجمهور المستهدف وتفصيل الرسائل المرتبطة بشكل كبير مع الجماهير، وعلى الرغم من ذلك فإن ممارسي العلاقات العامة يواجهون مجموعة من المشاكل مثل انخفاض مستوى الرؤية وإنعدام فهم الجمهور، وعدم الكفاية في الدعم من مصادر التمويل.  **الهدف العام من البرنامج :**  يهدف هذا البرنامج إلى تنمية القدرات السلوكية للعاملين في مجال العلاقات العامة و البروتوكول، من خلال تزويدهم بالمفاهيم الحديثة لدور العلاقات العامة داخل المنشأة و خارجها، وكذلك بأهم العناصر المرتبطة بديناميكيات التعامل مع الآخرين، و تنمية مهاراتهم الشخصية والسلوكية المتعلقة بعملية الاتصال ومهارات العلاقات العامة، والتعرف على قيم و أخلاقيات الوظيفة في التعامل مع كبار الشخصيات و الضيوف.  **الأهداف التفصيلية للبرنامج:**  سيتمكن المشاركون في نهاية البرنامج من :   * سيتمكن المشاركون في نهاية البرنامج من : * التعرف على مفهوم الاخلاق في الوظيفة أو المهنة بشكل عام. * التعرف على القيم والمسؤوليات الاخلاقية في العلاقات العامة. * اكتساب القدرة على تطبيق اللياقة الاخلاقية في العلاقات العامة. * الإلمام بعناصر وخطوات تطبيق اللياقة الاخلاقية. * تنمية مهارات المشاركين في تخطيط وتنظيم استقبال الزوار وكبار الشخصيات، وإكسابهم آداب التعامل وفن المراسم والبروتوكول . * الترتيب الجيد للحفلات والمآدب والاجتماعات والندوات بحيث تقام دون أدنى نقص أو تقصير. * تخطيط وتنظيم مراسم استقبال وتوديع الزوار وكبار الشخصيات بشكل يتناسب مع شخصية الضيف. * ممارسة آداب اللياقة والتعامل مع كبار الشخصيات من خلال تطبيق قواعد الاتيكيت. * إعداد وصياغة الدعوات والرسائل وخطابات الشكر بشكل يتسم بحسن الصياغة وجودة التنظيم | **أهداف البرنامج** |
|  |  |
| * **المفهوم الحديث لاتباع أخلاقيات العمل للعلاقات العامة ووظائفها وأهدافها، والفرق بينها و بين الإعلان والترويج والدعاية وتنشيط الأعمال.** * **مهارات الإتصال والعلاقات العامة و مستويات الإتصال ونظمه وأهميته في مجال العلاقات العامة والإعلام، وأنواع الإتصال (السلوكي - الشخصي، المقابلة، الندوة، المؤتمر، ووسائل الإتصال الجماهيرية وإستخدامها في مجال العلاقات العامة والإعلان).** * **أخلاقيات العلاقات العامة، ومواصفات رجل العلاقات العامة، والتنظيم الإداري لها والمهارات السلوكية للعاملين في مجال العلاقات العامة.** * **مفهوم الرأي العام، والطرق الكمية والوصفية لقياس إتجاهات الرأي العام والعوامل المختلفة التي تؤثر في تكوين الرأي العام.** * **تخطيط برامج العلاقات العامة وتقييم نتائجها، وتحليل الشكاوي، وردود فعل الجماهير، ومهارات وإستراتيجيات التعامل السلوكي (بإستخدام العلاقات التبادلية).** * **آداب المراسم والحفلات، وتحليل فعاليتها، و فن التعامل مع الجماهير.** * **المفاهيم المعاصرة والمداخل الشاملة للأخلاقيات المتعلقة بالعلاقات العامة ودورها وأهدافها ووظائفها في خدمة المنظمة.** * **تنظيم العمل وتوصيف الوظائف في العلاقات العامة.** * **المواصفات والخصائص والمهارات الإدارية والسلوكية والإعلامية لمديري العلاقات العامة.** * **أسس ومهارات إعداد خطط وبرامج العلاقات العامة ومتابعتها.** * **مهارات الاتصال والتعامل مع الآخرين.** * **تحفيز وبناء فريق عمل العلاقات العامة.** * **إعداد وتنظيم المؤتمرات والحفلات.** * **الرأي العام .. أهميته وطرق قياسه.** * **مهارات متابعة وسائل الإعلام.** * **أسس وقواعد الترتيب والتنسيق للحفلات والمآدب والاجتماعات والندوات.** * **طبيعة البشر واحتياجاتهم الإنسانية وعلاقاتها بالسلوك البشري.** * **مهارات إعداد وصياغة الدعوات والرسائل.** * **فن المراسم والبروتوكول الأهمية والدور.** * **سمات وخصائص سلوك كبار الشخصيات وأنماطهم.** * **الألقاب الرسمية لكبار المسئولين والشخصيات الكبيرة.** * **مهارات وآداب الاستقبال والتوديع.** | **محاور البرنامج** |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| * مدراء المؤسسات والشركات. * رجال الأعمال الراغبين في تنمية مهاراتهم في إدارة الإعلام. * طلاب وخريجي كليات الإعلام في مختلف الجامعات. * المذيعين ومقدمي البرامج الإخبارية. * كل من يرغب في تطوير خبراته للعمل في مجال إدارة أقسام العلاقات العامة. | **البرنامج موجه إلى** |
|  |  |
| * التعلم القائم على التكنولوجيا. * المحاكاة في التدريب. * التوجيه أثناء العمل. * تدريب بقيادة المدربين. * فرق العمل والأدوار. * الأفلام والفيديو. * دراسات حالة وورش العمل. | **أساليب التدريب** |

|  |  |
| --- | --- |
|  | العرض المالي |
|  | **العرض المالي** |

|  |  |
| --- | --- |
| 5 أيام كل يوم (5) ساعات تدريب فعلي أيام (25 ساعة تدريبية) |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| من الساعة 9 صباحا و لغاية 2 ظهرا ( بتوقيت الإمارات العربية المتحدة ) |  |
|  |  |
| تقديم المدرب / |  |

|  |
| --- |
|  |
|  | |  |