

يقدم

مركز إتش دي تي سي للتدريب

العرض الفني لبرنامج

إدارة العلاقات العامة والإعلام الحكومي الحديث

وتوظيف الذكاء الاصطناعي

المقدمة

في ظل التحولات المتسارعة التي تشهدها المملكة العربية السعودية، وضمن مستهدفات رؤية المملكة 2030، أصبحت العلاقات العامة والإعلام الحكومي أحد المحركات الاستراتيجية لبناء الصورة الذهنية، وتعزيز الثقة المجتمعية، وإدارة الاتصال المؤسسي بفعالية واحترافية. لم يعد دور مدير العلاقات العامة والإعلام مقتصرًا على التواصل التقليدي أو التغطية الإعلامية، بل تطور ليشمل:

- إدارة السمعة المؤسسية
- التواصل الاستراتيجي مع أصحاب المصلحة
- التعامل الذكي مع الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي
- الاستجابة السريعة للأزمات الإعلامية
- توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في التخطيط، التحليل، وصناعة المحتوى

يأتي هذا البرنامج التدريبي التنفيذي المصمم خصيصًا لمدير العلاقات العامة والإعلام، ليواكب متطلبات المرحلة الحالية، ويزوده بأدوات عملية ونماذج تطبيقية حديثة تدعم اتخاذ القرار الإعلامي وتعزز الأداء المؤسسي.

أهداف البرنامج:

الهدف العام للبرنامج:

تمكين مدراء وقادة العلاقات العامة والإعلام من إدارة الاتصال المؤسسي والإعلام الحكومي بأسلوب حديث واستراتيجي، مع الاستفادة العملية من أدوات الذكاء الاصطناعي في التخطيط الإعلامي، وصناعة المحتوى، وتحليل الرأي العام، وإدارة السمعة المؤسسية.

الأهداف التفصيلية للبرنامج:

سيتمكن المشاركون في نهاية هذا البرنامج التدريبي مما يلي:

- فهم الدور الاستراتيجي الحديث لإدارة العلاقات العامة والإعلام في الجهات الحكومية.
- تطوير رؤية متكاملة للإعلام الحكومي تتماشى مع التوجهات الوطنية والحوكمة المؤسسية.
- إدارة العلاقة مع وسائل الإعلام التقليدية والرقمية بفعالية واحترافية.
- توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في:
 - إعداد البيانات الصحفية
 - صناعة المحتوى الإعلامي
 - تحليل اتجاهات الرأي العام
- تعزيز القدرة على إدارة السمعة المؤسسية والأزمات الإعلامية.
- اتخاذ قرارات إعلامية مبنية على البيانات والتحليل الذكي.

محااور البرنامج:

★ المحور الأول: العلاقات العامة والإعلام الحكومي – الدور الاستراتيجي

المحتوى:

- ✓ تطور مفهوم العلاقات العامة في القطاع الحكومي.
- ✓ الفرق بين الإعلام التقليدي والإعلام الحكومي الحديث.
- ✓ دور مدير العلاقات العامة والإعلام في دعم القيادة وصناعة القرار.
- ✓ العلاقة بين الاتصال المؤسسي والحوكمة والشفافية.

الهدف: ترسيخ الفهم الاستراتيجي للدور القيادي للإعلام الحكومي

★ المحور الثاني: الإعلام الحديث ومنصات التواصل الاجتماعي

المحتوى:

- ✓ إدارة الإعلام الرقمي في الجهات الحكومية.
- ✓ بناء الرسائل الإعلامية الموجهة لأصحاب المصلحة.
- ✓ التعامل مع وسائل الإعلام ومنصات التواصل أثناء القضايا الحساسة.
- ✓ مؤشرات قياس الأداء الإعلامي (KPIs).

الهدف: تعزيز القدرة على إدارة الإعلام الحديث باحترافية وتأثير.

★ المحور الثالث: الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة والإعلام

المحتوى:

- ✓ مقدمة عملية للذكاء الاصطناعي في الاتصال والإعلام.
- ✓ استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في:
- ✓ كتابة البيانات الصحفية وصياغة الرسائل
- ✓ توليد أفكار المحتوى الإعلامي
- ✓ تحليل التفاعل والرأي العام

✓ الاعتبارات الأخلاقية وحوكمة استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الحكومي.

نشاط تطبيقي:

✓ تطبيق عملي مباشر على استخدام أدوات AI في إعداد محتوى إعلامي حكومي.

الهدف: تمكين الاستخدام العملي الآمن للذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي.

★ المحور الرابع: إدارة السمعة المؤسسية والأزمات الإعلامية

المحتوى:

✓ مفهوم السمعة المؤسسية في القطاع الحكومي.

✓ التعامل مع الشائعات والأخبار السلبية.

✓ آليات الاستجابة الإعلامية الذكية.

✓ دور الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالأزمات وتحليل المخاطر الإعلامية.

الهدف: تعزيز الجاهزية الإعلامية وحماية الصورة المؤسسية.

الفئة المستهدفة:

❖ مدراء العلاقات العامة والإعلام في المؤسسات الحكومية.

❖ قيادات الإعلام الحكومي

❖ مسؤولي الاتصال المؤسسي

❖ المتحدثين الرسميين

الكفاءات والجدارات التدريبية :

أولاً: الجدارات المعرفية

• الفهم الاستراتيجي للعلاقات العامة والإعلام الحكومي.

- الإلمام بمفاهيم الإعلام الحديث والاتصال المؤسسي.
- الوعي بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
- ثانيًا: الجدارات المهنية
- التخطيط الإعلامي الاستراتيجي.
- إدارة المحتوى الإعلامي والرسائل المؤسسية.
- استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي.
- تحليل الرأي العام واتخاذ القرار الإعلامي.
- ثالثًا: الجدارات السلوكية والمهنية
- التفكير الاستراتيجي.
- إدارة الأزمات الإعلامية بثقة واتزان.
- الالتزام بالأخلاقيات المهنية والحوكمة الإعلامية.
- المرونة والتكيف مع التقنيات الحديثة.

أساليب التدريب:

- التعلم القائم على التكنولوجيا.
- المحاكاة في التدريب.
- التوجيه أثناء العمل.
- تدريب بقيادة المدربين.
- فرق العمل والأدوار.
- الأفلام والفيديو.
- دراسات حالة وورش العمل.