

يقدم

مركز إتش دي تي سي للتدريب

العرض الفني لبرنامج

العلاقات العامة واستراتيجية بناء وتعزيز

سمعة المؤسسة



المقدمة

تُعد سمعة المؤسسة من أهم أصولها الاستراتيجية وأكثرها تأثيراً على الثقة، والاستدامة، والقدرة التنافسية.

وتمثل العلاقات العامة الأداة المحورية في بناء هذه السمعة وتعزيزها وحمايتها من خلال الاتصال الفعال، وإدارة الانطباعات، والتفاعل الإيجابي مع أصحاب المصلحة.

يركز هذا البرنامج على تمكين المشاركين من فهم الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة في إدارة السمعة المؤسسية، وتزويدهم بالأدوات العملية لتصميم وتنفيذ استراتيجيات متكاملة تعزز الصورة الذهنية وتدعم الأهداف المؤسسية.

أهداف البرنامج

بنهاية البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم العلاقة بين العلاقات العامة والسمعة المؤسسية.
- تحليل مكونات السمعة والعوامل المؤثرة فيها.
- تصميم استراتيجية علاقات عامة داعمة لبناء السمعة.
- صياغة رسائل اتصالية تعزز الثقة والمصداقية.
- إدارة الإعلام والرأي العام باحترافية.
- التعامل مع مخاطر وأزمات السمعة بفعالية.

محااور البرنامج:

★ اليوم الأول: مدخل إلى العلاقات العامة وإدارة السمعة

- ✓ مفهوم العلاقات العامة الحديثة
- ✓ السمعة المؤسسية والصورة الذهنية
- ✓ الفرق بين السمعة، الصورة، والعلامة المؤسسية
- ✓ العلاقات العامة كوظيفة استراتيجية
- ✓ أصحاب المصلحة ودورهم في تشكيل السمعة

★ اليوم الثاني: التخطيط الاستراتيجي لبناء السمعة المؤسسية

- ✓ تحليل البيئة الداخلية والخارجية
- ✓ تحديد أهداف السمعة المؤسسية
- ✓ بناء استراتيجية علاقات عامة متكاملة
- ✓ مواءمة الرسائل مع الرؤية والقيم المؤسسية
- ✓ الحوكمة والشفافية وأثرهما على السمعة

★ اليوم الثالث: الاتصال الإعلامي وبناء الثقة

- ✓ صياغة الرسائل الرئيسية المؤثرة
- ✓ إدارة العلاقة مع وسائل الإعلام
- ✓ البيانات الصحفية والمؤتمرات الإعلامية
- ✓ الاتصال الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي
- ✓ المحتوى المؤسسي ودوره في تعزيز السمعة

★ اليوم الرابع: إدارة مخاطر وأزمات السمعة

- ✓ مصادر مخاطر السمعة
- ✓ التخطيط الاستباقي لإدارة الأزمات
- ✓ دور العلاقات العامة أثناء الأزمات
- ✓ التعامل مع الإعلام في الظروف الحرجة
- ✓ دراسات حالة لأزمات سمعة مؤسسية

★ اليوم الخامس: قياس السمعة والاستدامة المؤسسية

- ✓ مؤشرات قياس السمعة المؤسسية
- ✓ أدوات تقييم الصورة الذهنية ورضا أصحاب المصلحة
- ✓ التقارير الإعلامية وتحليل الأثر
- ✓ التحسين المستمر واستدامة السمعة
- ✓ ورشة عمل: إعداد استراتيجية متكاملة لإدارة السمعة

مخرجات البرنامج:

- القدرة على إعداد استراتيجية علاقات عامة لبناء السمعة المؤسسية.
- مهارات احترافية في إدارة الإعلام والاتصال المؤسسي.
- الجاهزية للتعامل مع مخاطر وأزمات السمعة.
- أدوات عملية لقياس وتحسين السمعة المؤسسية.
- خطط تنفيذية قابلة للتطبيق داخل المؤسسات.

الفئة المستهدفة:

- ❖ مسؤولو العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- ❖ القيادات التنفيذية والإدارية.
- ❖ المتحدثون الإعلاميون الرسميون.
- ❖ مسؤولو التسويق والعلامة المؤسسية.
- ❖ مسؤولو الحوكمة وإدارة المخاطر.
- ❖ المهتمون ببناء وتعزيز السمعة المؤسسية.

الكفاءات والجدارات التدريبية:

- ✓ التفكير الاستراتيجي في العلاقات العامة.
- ✓ إدارة وبناء السمعة المؤسسية.
- ✓ الاتصال الإعلامي المتقدم.
- ✓ تحليل أصحاب المصلحة والرأي العام.
- ✓ إدارة الأزمات والمخاطر السمعة.
- ✓ قياس الأداء واتخاذ القرار الاتصالي.

أساليب التدريب:

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

العرض المالي لبرنامج العلاقات العامة واستراتيجية بناء وتعزيز سمعة المؤسسة



العرض المالي:

★ السعر:

★ مكان الإنعقاد:

✓ القاهرة – فندق فيرمونت

★ عدد الأيام / تاريخ الإنعقاد:

✓ 5 أيام / من 30 أغسطس إلى 3 سبتمبر 2026

★ التوقيت:

✓ 9:00 صباحاً ولغاية 2:00 ظهراً