

العلاقات العامة والسمعة المؤسسية

لمحة عامة

تزود هذه الدورة المشاركين بنظرة واضحة عن المفاهيم الرئيسية المتعلقة بإدارة وتطوير الاتصالات والسمعة المؤسسية وكيفية تطوير العلاقات العامة لتصبح أكثر قيادة للعمل، و تناول نهجا أكثر شمولية يمكن تسميته بـ"إدارة السمعة". كما وسترکز الدورة على كيفية تطوير الاتصالات التنظيمية والإدارية والعلامة التجارية بحيث يتم التوصل إلى منهج يستند على قيم ثابتة ، والتي من الممكن أن تتماشى مع استراتيجية العلامة التجارية .

الأهداف:

في نهاية هذه الدورة سيكون المشاركون قادرين على :

التعرف على مفهوم إدارة السمعة، وأحدث الممارسات في هذا المجال
التعرف على مفهوم ادارة العلاقات العامة
التعرف على ادارة مناسبات العلاقات العامة
التعرف على كيفية التخطيط لإدارة العلاقات العامة
دعم جهود المؤسسات في إدارة السمعة
قياس العائد على الاستثمار في مجال السمعة
التعرف بشكل دقيق وعلى رأي Stakeholders في سمعة المؤسسة
القدرة على تقديم توصيف دقيق لواقع السمعة المؤسسية
القدرة على تطوير (RMS) نظام إدارة سمعة» للمؤسسة

المحاور

مفهوم وأهمية العلاقات العامة
دور إدارة العلاقات العامة وأهميتها في المؤسسات
فلسفة ووظائف العلاقات العامة
مواصفات مسؤول العلاقات العامة
كيفية التخطيط الجيد لإدارة العلاقات العامة
تقييم ومتابعة الخطة للوصول للنجاح في الإدارة
مقدمة في إدارة العلاقات العامة والسمعة المؤسسية
نماذج الأعمال المبتكرة واتصالات الشركة
مفهوم الصورة الذهنية
خصائص وسمات الصورة الذهنية

أنواع الصورة الذهنية
مكونات وأبعاد الصورة الذهنية
كيفية تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهورين (الداخلي والخارجي)
دور العلاقات العامة في الصورة الذهنية .
العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية للشركات .
حماية الصورة الذهنية أثناء الأزمات
كيف تتم عملية إدارة السمعة إلكترونياً؟
كيف تخطط لإدارة السمعة إلكترونياً؟
وسائل وأدوات تقنية لتقليل تكاليف إدارة السمعة الالكترونية
اتصالات المؤسسة: المهام والأدوات
العلاقات الإعلامية والترويج للعلامة التجارية
تحليل مخاطر وقضايا الشركة وإدارة الأزمات
تحديد الصورة والهوية المؤسسية
إدارة العلامات التجارية والسمعة المؤسسية
المسؤولية الاجتماعية للشركات
الرعاية وإدارة الفعالية
الاتصالات الداخلية والالتزام بالعمل
نماذج عملية ودراسات حالة