



مبادئ أساسية في العلاقات الإعلامية الاستراتيجية واتصال الأزمات



AGILE LEADERS
Training Center

19 - 23 Oct 2026
باريس



مبادئ أساسية في العلاقات الإعلامية الاستراتيجية واتصال الأزمات

المرجع: 103600636_82344 التاريخ: 19 - 23 Oct 2026 الموقع: باريس الرسوم: Euro 5700

نظرة عامة على الدورة:

دورة تدريبية في العلاقات الإعلامية الاستراتيجية واتصال الأزمات هو برنامج عملي مدته خمسة أيام مصمم لمختصي العلاقات العامة المسؤولين عن حماية السمعة المؤسسية، وإدارة العلاقات الإعلامية، وتنسيق الاتصال خلال المواقف شديدة الضغط. تدفع الدورة محتوى دورة تدريبية في العلاقات الإعلامية مع المبادئ الأساسية لدورة إدارة الأزمات الإعلامية، والتدريب على تخطيط العلاقات العامة، وتخطيط الاتصال الاستراتيجي.

يتعلم المشاركون كيفية بناء علاقات مثمرة مع الصحفيين، وفهم التوقعات الإعلامية المتغيرة، وتطوير رسائل موثوقة، وإعداد المتحدثين الرسميين، وإدارة الاتصال الاستباقي والتفاعلي. يتناول البرنامج أيضاً دورة تخطيط الاتصال الكاملة: تحليل الوضع، تحديد الجمهور، أهداف SMART، الاستراتيجية، التكتيكات، التنفيذ، والتقييم. تعكس هذه العناصر منهجيات تخطيط العلاقات العامة الممول بها حيث يشكل البحث والاستراتيجية والتكتيكات والتقييم عملية مترابطة.

تركز الدورة بشكل خاص على الجاهزية للأزمات. يدرس المشاركون الاستعدادات قبل الأزمة، واتصال الاستجابة الأولية، والتنسيق الإعلامي، وإشراك أصحاب المصلحة، والتحكم في الشائعات، واستعادة السمعة. يُعاهل تخطيط اتصال الأزمات كإجراءات تشغيلية يتضمن اختيار المتحدث الرسمي، وإعداد الرسائل، وإجراءات الموافقة، وتحالفات أصحاب المصلحة، وبروتوكولات الاستجابة.

من خلال التدريب على المقابلات الإعلامية، وأنشطة دورة تدريب المتحدث الرسمي، ومحاكاة الأزمات، وتمارين تخطيط حملات العلاقات العامة، يطور المشاركون مهارات عملية في التعامل الإعلامي يمكن تطبيقها فوراً ضمن وظائف الاتصال المؤسسي، والعلاقات العامة، والاتصال الحكومي، وإدارة أصحاب المصلحة.

الجمهور المستهدف:

- مديرو العلاقات العامة ومسؤولو العلاقات العامة
- مديرو ومختصو الاتصال المؤسسي
- مديرو العلاقات الإعلامية وضباط الصحافة
- مديرو استراتيجيات وحملات الاتصال
- مختصو اتصال الأزمات وإدارة السمعة
- مديرو الشؤون المؤسسية والعلاقات الخارجية
- مسؤولو المعلومات العامة ومختصو الاتصال الحكومي
- المتحدثون الرسميون وكبار المسؤولين التنفيذيين الذين يتعاملون مع وسائل الإعلام
- مديرو الاتصال التسويقي والعلامات التجارية

الإدارات المؤسسية المستهدفة:

- العلاقات العامة والعلاقات الإعلامية
- الاتصال المؤسسي والشؤون المؤسسية
- الاتصال التسويقي وإدارة العلامات التجارية
- إدارة الأزمات واستراتيجية الأعمال
- المكتب التنفيذي واتصالات القيادة
- العلاقات الحكومية والشؤون العامة
- إشراك أصحاب المصلحة والعلاقات المجتمعية
- الاتصال الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي
- الاتصال الداخلي وإشراك الموظفين
- الشؤون القانونية والامتثال وإدارة المخاطر

الصناعات المستهدفة:

- الوزارات والهيئات والمؤسسات الحكومية
- البنوك والخدمات المالية والتأمين
- النفط والغاز والطاقة والمرافق
- الرعاية الصحية، المستحضرات الصيدلانية، والصحة العامة
- الاتصالات والتكنولوجيا
- الطيران والنقل والخدمات اللوجستية
- الإنشاءات والهندسة والبنية التحتية
- الضيافة والسياحة والفعاليات
- التعليم والجامعات والمؤسسات البحثية
- البيع بالتجزئة، السلع الاستهلاكية، والتجارة الإلكترونية
- المنظمات غير الربحية، الإنسانية، والدولية
- الإعلام والترفيه والصناعات الإبداعية

مخرجات الدورة:

في نهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- تطوير استراتيجيات عملية للعلاقات الإعلامية والاتصال.
- بناء علاقات مهنية مع الصحفيين ووسائل الإعلام.
- صياغة رسائل رئيسية، وبيانات صحفية، ومقترحات إعلامية، ومذكرات إحاطة.
- إعداد المتحدثين الرسميين للمقابلات التلفزيونية والإذاعية والمطبوعة والرقمية.
- إدارة الأسئلة الصعبة، والمعلومات المضللة، والتدقيق الإعلامي.
- تطوير خطط اتصال الأزمات وإجراءات الاستجابة الأولية.
- تنسيق الاتصال مع القيادة، والفرق القانونية، والعمليات، وأصحاب المصلحة.
- قياس التغطية الإعلامية، ومدى انتشار الرسالة، والمشاعر، ونتائج السمعة.



منهجية التدريب:

تستخدم دورة تدريبية في العلاقات الإعلامية الاستراتيجية واتصال النزوات منهجية تعلم تطبيقية مبنية على تحديات الاتصال المؤسسي الواقعية. تقدم الجلسات القصيرة التي يقودها الميسرون مفاهيم أساسية من دورة تدريبية في العلاقات الإعلامية، والتدريب على اتصال النزوات، والتدريب على إدارة السمعة، وتخطيط الاتصال الاستراتيجي. تتبع هذه الجلسات تمارين عملية تتطلب من المشاركين تطبيق كل مفهوم على مواقف مكان العمل.

يعمل المشاركون فردياً وفي مجموعات لتحليل البيانات الإعلامية، وتقسيم أصحاب المصلحة، وتحديد أهداف الاتصال، وتطوير أطر الرسائل، وإعداد مواد الاستجابة الإعلامية. يتبع مكون تخطيط حملات العلاقات العامة عملية منظمة تغطي تحليل الوضع، وبيانات التحدي، والاهداف، والجاهير، والغايات، والاستراتيجيات، والتكتيكات، والجدول الزمني، والميزانيات، والتقييم. يعكس هذا نهج تخطيط العلاقات العامة المعهول بها التي تربط التحليل المؤسسي بتنفيذ الحملة وقياسها.

تضمن دراسات الحالة، ومحاكاة المؤتمرات الصحفية، ولعب النذور، ومراجعة النقران، والعروض التقديمية الجماعية، وجلسات التفكير الميسرة أن يغادر المشاركون بمهارات عملية في اتخاذ القرار بدلاً من المعرفة النظرية وحدها.

صندوق أدوات الدورة:

سيتمكن المشاركون إرشادات وأمثلة تتعلق بـ:

- استراتيجية العلاقات الإعلامية ورسم خرائط الإعلام
- أطر تخطيط العلاقات العامة والاتصال
- تنسيقات الرسائل الرئيسية ونقاط الحديث
- هياكل البيانات الصحفية والاحاطات الإعلامية
- قوائم مراجعة إعداد المقابلات والمتحدثين الرسميين
- هيكل خطة اتصال النزوات
- أمثلة على البيانات الموقته والنسلة الشائعة للنزوات
- رسم خرائط أصحاب المصلحة ومخاطر السمعة
- تنسيقات مراقبة وتقييم وسائل الإعلام
- قائمة مراجعة ما بعد النزوة

جدول أعمال الدورة:

اليوم الأول: العلاقات الإعلامية الاستراتيجية وبيئة الإعلام الحديثة

- الموضوع 1: الدور الاستراتيجي للعلاقات الإعلامية في الاتصال المؤسسي
- الموضوع 2: فهم الصحفيين، غرف الأخبار، النولويات التحريرية، والمواعيد النهائية
- الموضوع 3: رسم خرائط القنوات الإعلامية التقليدية والرقمية والإقليمية والمتخصصة
- الموضوع 4: تحديد القيمة الإخبارية، والفرص الإعلامية، ومخاطر السمعة
- الموضوع 5: بناء علاقات أخلاقية ومثمرة مع الصحفيين
- الموضوع 6: تصميم نموذج تشغيلي استباقي وتفاعلي للعلاقات الإعلامية
- تأمل ومراجعة: تقييم نهج التعامل الإعلامي الحالي للمؤسسة وتحديد التحسينات ذات النولوية.



اليوم الثاني: تخطيط العلاقات العامة وتصميم الاتصال الاستراتيجي

- الموضوع 1: إجراء تحليل الوضع، المؤسسة، السمعة، والبيئة الإعلامية
- الموضوع 2: رسم خرائط أصحاب المصلحة، الجماهير، المؤثرين، والجمهور المستهدف
- الموضوع 3: تحديد أهداف SMART للاتصال والسمعة
- الموضوع 4: تطوير السرديات الأساسية، والإرسائل الرئيسية، وتحديد المواقع الخاصة بالجمهور
- الموضوع 5: اختيار الاستراتيجيات، والتكتيكات، والقنوات، والجداول الزمنية، والمسؤوليات
- الموضوع 6: دمج العلاقات الإعلامية، والاتصال الرقمي، وإشراك أصحاب المصلحة
- تأهل ومراجعة: بناء الأساس الاستراتيجي لخطة علاقات عامة أو اتصال مؤسسي.

اليوم الثالث: المحتوى الإعلامي، المقابلات، وأداء المتحدث الرسمي

- الموضوع 1: كتابة المقترحات الإعلامية، والبيانات الصحفية، والتصريحات، وذاكرة الإحاطة
- الموضوع 2: ترجمة المعلومات المؤسسية المعقدة إلى رسائل إعلامية واضحة
- الموضوع 3: إعداد المديرين التنفيذيين وخبراء الموضوع للتعامل الإعلامي
- الموضوع 4: إدارة المقابلات التلفزيونية والإذاعية والمطبوعة وعبر الإنترنت وعن بُعد
- الموضوع 5: التعامل مع الأسئلة الصعبة، والعدائية، والتخوينية، والتهكمية
- الموضوع 6: عقد المؤتمرات الصحفية، والإحاطات الإعلامية، وفعاليات الإعلان
- تأهل ومراجعة: إجراء مقابلة إعلامية محاكاة وتلقي ملاحظات منظومة.

اليوم الرابع: تخطيط اتصال الأزمات والاستجابة الإعلامية

- الموضوع 1: فهم أنواع الأزمات، ومحفزات التصعيد، والتعرض للسمعة
- الموضوع 2: بناء فريق اتصال الأزمات، الأدوار، الصلاحيات، وبروتوكولات الموافقة
- الموضوع 3: إعداد سيناريوهات الأزمات، والبيانات الموقفة، والنسخة الشائعة، ونهاج الرسائل
- الموضوع 4: إدارة أول 24-48 ساعة من الاستجابة الإعلامية للزمة
- الموضوع 5: معالجة الشائعات، والمعلومات المضللة، وضغط وسائل التواصل الاجتماعي، والتقارير المتضاربة
- الموضوع 6: تنسيق الاتصالات بين القيادة، والشؤون القانونية، والعمليات، وأصحاب المصلحة، ووسائل الإعلام
- تأهل ومراجعة: إجراء محاكاة للاستجابة الأولية بناءً على سيناريو أزمة متطور.

اليوم الخامس: استعادة السمعة، دمج الحملات، وتقييم الاتصال

- الموضوع 1: إدارة التحقيق الإعلامي المستمر خلال مرحلة صيانة الزمة
- الموضوع 2: إبلاغ الإجراءات التصحيحية، وتقديم التعافي، والمساءلة المؤسسية
- الموضوع 3: استعادة الثقة وتعزيز السمعة المؤسسية بعد الزمة
- الموضوع 4: قياس التغطية الإعلامية، والمشاعر، ومدى انتشار الرسالة، واستجابة أصحاب المصلحة
- الموضوع 5: تطوير خطة متكاملة للعلاقات الإعلامية واتصال الأزمات
- الموضوع 6: عرض الاستراتيجية الاتصالية النهائية والدفاع عنها
- تأهل ومراجعة: توحيد الدروس المستفادة وتحديد أولويات التطبيق الفردي في مكان العمل.

النسخة الشائعة:



ما هي المؤهلات أو المتطلبات المسبقة المحددة المطلوبة من المشاركين قبل التسجيل في الدورة؟

لا توجد مؤهلات أكاديمية رسمية مطلوبة. الدورة مناسبة بشكل خاص للمشاركين الذين يتحملون مسؤوليات في العلاقات العامة، الاتصال المؤسسي، العلاقات الإعلامية، الشؤون العامة، الاتصال التسويقي، إدارة السمعة، إشراك أصحاب المصلحة، أو الاستجابة للزعمات. الخبرة المهنية الأساسية في الاتصال أو الشؤون المؤسسية مفيدة ولكنها ليست ضرورية.

كم مدة جلسة كل يوم، وهل هناك عدد إجمالي من الساعات المطلوبة للدورة بأكملها؟

تصمم جلسة كل يوم عادةً لتستمر حوالي 4-5 ساعات، مع فترات استراحة وأنشطة تفاعلية متضمنة. تمتد مدة الدورة الإجمالية لخمس أيام، حوالي 20-25 ساعة من التدريب.

ما الفرق بين خطة اتصال الزعمات وخطة الاتصال العامة؟

تدعم خطة الاتصال العامة الأهداف المؤسسية المستمرة من خلال جهات ورسائل وقنوات وأنشطة وجدول زمنية وتقييم مخطط لها. صُممت خطة اتصال الزعمات للمواقف شديدة الضغط التي تتضمن عدم اليقين، والاضطراب التشغيلي، ومخاطر السمعة، واحتياجات أصحاب المصلحة الملحة للمعلومات.

تتضمن مكونات خاصة بالزعمات مثل معايير التفعيل، وأدوار الاستجابة، وترتيبات المتحدث الرسمي، وإجراءات الموافقة السريعة، والبيانات المؤقتة، وإبلاغ أصحاب المصلحة، وإدارة الاستفسارات الإعلامية، والمراقبة، واستمرارية الاتصال. يتناول تخطيط الزعمات أيضاً مراحل مختلفة، من الاستعداد قبل الأزمة مروراً بالاستجابة الدولية، والصيانة، والحل، والتقييم بعد الأزمة.

كيف تختلف هذه الدورة عن دورات العلاقات الإعلامية الاستراتيجية واتصال الزعمات الأخرى؟

تتميز هذه الدورة بأنها تجمع بين العلاقات الإعلامية اليومية، وتخطيط العلاقات العامة الاستراتيجي، وأداء المتحدث الرسمي، والاستجابة للزعمات، واستعادة السمعة ضمن إطار عمل واحد متكامل للاتصال المؤسسي. تتعامل العديد من البرامج مع هذه المواضيع بشكل منفصل. توضح هذه الدورة كيف يجب أن يعمل البحث، والجهات، والأهداف، والرسائل، والتكتيكات، والتعامل الإعلامي، والجاهزية للزعمات، والتقييم كنظام واحد مترابط.

البرنامج موجه بقوة نحو بيئة العمل. لا يكفي المشاركون بمناقشة مبادئ العلاقات الإعلامية؛ بل يقومون بإعداد مواد اتصال عملية، وتحليل توقعات أصحاب المصلحة، وتطوير خطط استراتيجية، وإجراء مقابلات محاكاة، والرد على الأسئلة الصعبة، وإدارة سيناريو أزمة متطور. لذلك، تطور الدورة كلاً من الحكم الاستراتيجي والقدرة التشغيلية.

ميزة أخرى مميزة هي معالجتها لبيئة الإعلام الحديثة. تأخذ في الاعتبار الصحافة التقليدية، والذخائر الرقمية، ووسائل التواصل الاجتماعي، ودورات المعلومات السريعة، والجهات المجهزة، والمعلومات المضللة، والاتصال المباشر بأصحاب المصلحة. كما تدرك أن العلاقات الإعلامية الموثوقة تتطلب فهم الدور المستقل للصحفي بدلاً من محاولة التحكم في التغطية.

أخيراً، تؤكد الدورة على نتائج الاتصال القابلة للقياس. يتعلم المشاركون تجاوز مجرد عد البيانات الصحفية أو الإشارات الإعلامية وتقييم مدى انتشار الرسالة، وفهم أصحاب المصلحة، والمخاطر، والاستجابة السلوكية، وتأثيرات السمعة، والقيمة المؤسسية. وهذا يخلق دورة عملية في العلاقات العامة والاتصال مناسبة للمهنيين الذين يجب عليهم تقديم المشورة للقادة، وإدارة الاتصال عالي المخاطر، وإظهار النتائج.

فئات الدورات التدريبية

الدورات التدريبية في مجال البيئة والاستدامة	دورات إدارة الجودة وتطوير العمليات
دورات إدارة و تحليل البيانات ودورات علم البيانات	دورات إدارة و تطوير الموارد البشرية
دورات الذهن السيرياني ودورات تقنية المعلومات	دورات الاتصال الجماهيري و السياسات والعلاقات العامة
دورات التدريب القانوني والهشتريات والتعاقدات	دورات التسويق وإدارة علاقات العملاء وإدارة المبيعات
دورات الحوكمة وإدارة المخاطر والامتثال	دورات السكرتارية و إدارة المكاتب
دورات الصحة والسلامة والذهن المهني	دورات الصيانة ودورات المجالات الهندسية المتنوعة
دورات المحاسبة و التهويل و دورات الإدارة المالية	دورات المهارات الشخصية وتطوير الذات
دورات في مجالات القيادة والإدارة	دورات معتمدة من قبل هيئات دولية
دورات مكتب إدارة المشاريع وإدارة المشاريع الرشيقية	



معدن التدريب

أكرا غانا	أثينا اليونان	أبوظبي الإمارات العربية المتحدة
الجبيل المملكة العربية السعودية	استنبول تركيا	أهستردام هولندا
الرياض المملكة العربية السعودية	الدوحة قطر	الدار البيضاء المغرب
المنامة مملكة البحرين	الكويت الكويت	القاهرة مصر
بانكوك تايلند	باكو أذربيجان	باريس فرنسا
برلين ألمانيا	برشلونة إسبانيا	براغ جمهورية التشيك
تيليسي جورجيا	بوكيت تايلاند	بورتو البرتغال
جنيف سويسرا	جاكارتا جمهورية إندونيسيا	تورنتو كندا
روما إيطاليا	حلي الإمارات العربية المتحدة	جوهانسبرغ جنوب أفريقيا
سنغافورة سنغافورة	سان دييغو الولايات المتحدة الأمريكية	زنجان تنزانيا
شيكاغو الولايات المتحدة الأمريكية	شرم الشيخ مصر	سيول كوريا الجنوبية
طوكيو اليابان	طشقند أوزبكستان	طرابزون تركيا
فرانكفورت ألمانيا	عن بعد منصة زووم	عمان المملكة الأردنية الهاشمية

مدن التدريب

كيب تاون جنوب افريقيا	كوالالمبور ماليزيا	فيينا النمسا
لندن المملكة المتحدة	لشبونة البرتغال	لانكاوي ماليزيا
مسقط سلطنة عمان	هدريد اسبانيا	ماربيا اسبانيا
ميونخ ألمانيا	ميلان إيطاليا	مونترو سويسرا
	نيويورك الولايات المتحدة الأمريكية	نيروبي كينيا