

إدارة العلاقات الإعلامية والاتصال في الأزمات

15 – 19 فبراير 2027

لندن

AGILE LEADERS
Training Center

إدارة العلاقات الإعلامية والاتصال في الأزمات

المرجع: 108299_103600636 **التاريخ:** 15 – 19 فبراير 2027 **المكان:** لندن **الرسوم:** Euro 5700

نظرة عامة

تواجه المؤسسات تسارعا مستمرا في الدورات الإخبارية وتدقيقا جماهيريا مكثفا وتوسعا في القنوات الرقمية، مما يفرض اعتماد إجراءات اتصالية منظمة ومدروسة. تغطي هذه الدورة محاور إدارة العلاقات الإعلامية والاتصال في الأزمات، لتربط بين الإدارة اليومية للمكاتب الصحفية والاستجابة المهنية السريعة أثناء الحوادث التشغيلية والضغوط الطارئة. يكتسب المشاركون مهارات إعداد خطط العلاقات العامة الموجهة، وصياغة البيانات الصحفية والبيانات التمهيدية، وتوجيه المتحدثين الرسميين، وإدارة التواصل الشفاف مع الصحفيين وممثلي وسائل الإعلام. ويربط المنهج بين التحليل المؤسسي وصياغة أهداف الاتصال الذكية SMART وتصميم أطر الرسائل وبروتوكولات استعادة السمعة المؤسسية بعد انتهاء الحوادث وتحويلها إلى ممارسة تشغيلية مستدامة. تقدم هذه الدورة بواسطة أجايل للتدريب.

الفئة المستهدفة

- مديرو العلاقات العامة ومسؤولو الاتصال المعنيون بإدارة التفاعل الإعلامي المؤسسي.
- أخصائيو الاتصال المؤسسي المسؤولون عن تنسيق البيانات الخارجية والمواد الصحفية.
- مديرو العلاقات الإعلامية ومسؤولو الصحافة المتابعون لاستفسارات غرف الأخبار والمقترحات التحريرية.
- المختصون في الاتصال في الأزمات وممارسو إدارة السمعة المعنيون بحماية المكانة المؤسسية.
- قادة الشؤون المؤسسية ومسؤولو الإعلام المعنيون بتنسيق الإعلانات والبلاغات العامة.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تخدم هذه الدورة فرق الشؤون الخارجية والاتصال في القطاعات التي تعمل تحت المتابعة الإعلامية المستمرة.

- إدارات الاتصال المؤسسي وأقسام العلاقات العامة في قطاع البنوك والخدمات المالية
- مكاتب الشؤون الخارجية والعلاقات الإعلامية في قطاع الطاقة والمرافق الخدمية
- فرق الإعلام المجتمعي والتوعية العامة في قطاع الرعاية الصحية والصناعات الدوائية
- أقسام الاتصال والشؤون العامة في قطاع الطيران والنقل والخدمات اللوجستية
- فرق العلاقات الإعلامية والتواصل مع أصحاب المصلحة في قطاع التعليم العالي والمؤسسات غير الربحية

AGILE LEADERS
Training Center

أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- بناء نموذج تشغيل العلاقات الإعلامية للتعامل مع المقترحات الاستباقية والاستفسارات الواردة.
- صياغة استراتيجيات العلاقات العامة بالاعتماد على تحليل الموقف وتحديد أهداف الاتصال الذكية SMART.
- كتابة الرسائل الجوهرية ومذكرات الإحاطة الإعلامية والبيانات التمهيدية السريعة.
- تأهيل المتحدثين الرسميين للمقابلات التلفزيونية والإذاعية والصحفية والرقمية.
- تطبيق خطط الاتصال في الأزمات لإدارة الساعات الأولى الحرجة بين 24 و48 ساعة من وقوع الحادث التشغيلي.
- قياس التغطية الإعلامية ومؤشرات الانطباع العام ومدى وصول الرسائل عبر مختلف القنوات.

جدول الدورة

اليوم 1: العلاقات الإعلامية الاستراتيجية والبيئة الإعلامية المعاصرة

- الدور الاستراتيجي للعلاقات الإعلامية ضمن منظومة الاتصال المؤسسي
- فهم عقلية الصحفيين ومسارات العمل التحريري ودورات الأخبار ومواعيد النشر النهائية
- رسم خريطة غرف الأخبار التقليدية والبوابات الرقمية والمنصات المتخصصة
- اكتشاف الزوايا الإخبارية والفرص الإعلامية ومخاطر السمعة المؤسسية
- بناء وتطوير علاقات مهنية مستدامة مع الصحفيين والمحررين
- تصميم نموذج تشغيل العلاقات الإعلامية للاستجابة الاستباقية والتفاعلية

اليوم 2: تخطيط العلاقات العامة وتصميم الاتصال الاستراتيجي

- إجراء تحليل الموقف المؤسسي وتدقيق منظومة الاتصال القائمة
- تحديد أصحاب المصلحة والجماهير المستهدفة والمؤثرين في القطاع
- صياغة أهداف قابلة للقياس للاتصال والسمعة وفق معايير SMART
- صياغة السرديات المؤسسية المركزية والرسائل الجوهرية الموجهة للجمهور
- اختيار قنوات النشر وجداول التنفيذ ومسارات العمل التكتيكية
- دمج أنشطة المكتب الصحفي مع القنوات الرقمية ومبادرات التواصل مع أصحاب المصلحة

AGILE LEADERS
Training Center

اليوم 3: المحتوى الإعلامي والمقابلات وأداء المتحدث الرسمي

- صياغة البيانات الصحفية ورسائل الطرح الإعلامي والمذكرات التوضيحية والتصريحات الرسمية
- تبسيط البيانات الفنية والتقنية المعقدة وتحويلها إلى رسائل إعلامية موجزة
- توجيه الخبراء المتخصصين وتأهيل المتحدثين الرسميين للمنظمة
- إدارة المقابلات الإعلامية عبر التلفزيون والإذاعة والصحافة المطبوعة واللقاءات الرقمية المباشرة
- التعامل مع الأسئلة الإعلامية العدائية والافتراضية والمتكررة بحرفية
- تنظيم المؤتمرات الصحفية والإحاطات الإعلامية والطاولات المستديرة مع الصحفيين

اليوم 4: التخطيط للاتصال في الأزمات والاستجابة الإعلامية

- تصنيف الأزمات التشغيلية ونقاط التحول ومستويات التعرض لمخاطر السمعة
- تحديد هيكل فريق الاتصال في الأزمات وإجراءات الاعتماد والموافقات الرسمية
- إعداد أدلة سيناريوهات الأزمات وقوائم الأسئلة الشائعة وصياغة البيانات التمهيدية المعتمدة
- تنسيق التواصل الإعلامي خلال الساعات الأولى الحرجة بين 24 و48 ساعة
- التعامل مع المعلومات المضللة والشائعات المتداولة والتقارير غير المؤكدة عبر الإنترنت
- مواءمة التوجيهات التشغيلية والاستشارات القانونية مع التصريحات والبيانات العامة

اليوم 5: استعادة السمعة وتكامل الحملات وتقييم الاتصال

- إدارة الاهتمام الإعلامي المستمر خلال مراحل معالجة الحادث التشغيلي
- إعلان الإجراءات التصحيحية وتقديم رسائل المسؤولية المؤسسية بوضوح
- تنفيذ مبادرات استعادة السمعة المؤسسية لإعادة بناء ثقة الجمهور وأصحاب المصلحة
- تقييم نفاذ الرسائل الإعلامية ومؤشرات المشاعر وحجم التغطية الصحفية
- إعداد دليل تشغيلي متكامل يجمع بين العلاقات الإعلامية وإجراءات الاستجابة للأزمات
- مراجعة الأداء الاتصالي بعد انتهاء الأزمة وتحديث البروتوكولات المعتمدة

أدوات الدورة

يطلع المشاركون على أطر عمل ونماذج تطبيقية خلال جلسات الدورة.

- سجل خريطة الوسائل الإعلامية ونموذج تتبع العلاقات مع الصحفيين
- نموذج تخطيط الاتصال الاستراتيجي ومصفوفة صياغة الأهداف وفق معايير SMART
- حقيبة الإحاطة للمقابلات وقائمة التحقق لتأهيل المتحدث الرسمي
- مخطط تدفق الإخطار بالحوادث ونموذج التخطيط للاتصال في الأزمات
- نماذج البيانات التمهيدية المعتمدة وصيغ الأسئلة الشائعة في الأزمات
- بطاقة تقييم الاتصال بعد الأزمات وشبكة الرصد والتحليل الإعلامي

الأسئلة الشائعة

ما المؤهلات أو المتطلبات المحددة للالتحاق بهذه الدورة التدريبية؟

لا تتطلب الدورة مؤهلات أكاديمية محددة، حيث صممت للمهنيين العاملين في العلاقات العامة والاتصال المؤسسي والعلاقات الإعلامية والشؤون العامة وإدارة السمعة أو فرق الاستجابة للأزمات، وتعد الخبرة السابقة في بيئات الاتصال المؤسسي مفيدة للمشارك.

ما المدة المخصصة لكل جلسة يومية، وما هو إجمالي الساعات المعتمدة للدورة كاملة؟

تستمر جلسات كل يوم لمدة تتراوح بين 4 إلى 5 ساعات تعليمية تتخللها نقاشات وتمارين تطبيقية، بإجمالي يبلغ بين 20 إلى 25 ساعة تدريبية على مدار الأيام الخمسة.

ما الفرق بين خطة الاتصال في الأزمات وخطة الاتصال المؤسسي العامة؟

توجه خطة الاتصال العامة الأهداف المؤسسية المستمرة عبر حملات مجدولة ورسائل وقنوات محددة مسبقا، بينما تضع خطة الاتصال في الأزمات بروتوكولات لمواجهة المواقف الطارئة عالية المخاطر وتتضمن عتبات تفعيل الفرق وإجراءات اعتماد سريعة وبيانات تمهيدية وإدارة منسقة لوسائل الإعلام تحت ضغط الوقت.

الخاتمة

من خلال امتلاك نماذج منضبطة للتعامل مع وسائل الإعلام ومسارات استجابة منظمة، يتمكن ممارسو الاتصال من إدارة الاستفسارات الصحفية الضاغطة بكفاءة وثقة. ويساهم الربط المنهجي بين تخطيط العلاقات العامة والجاهزية التشغيلية للأزمات في حماية ثقة أصحاب المصلحة وترسيخ المصداقية المؤسسية عبر المشهد الإعلامي المتغير.