

 EuroMaTich



مؤتمر : تخطيط وإدارة العلاقات العامة الرصد والتقييم
والتنسيق مع الاستراتيجية الشاملة للعلاقات العامة
والادارة الالكترونية



www.euro-match.co



+905315402170



info@euro-match.co

ما هي التحديات المستقبل وما هو موقع

العلاقات العامة؟

هل العلاقات العامة مؤهلة كي تلعب دورها الاستراتيجي في المؤسسة؟

هل استخدام نشاط العلاقات العامة والإعلام واستغلالها على أحسن وجه؟

كيف يمكننا وضع الاستراتيجية المناسبة لشكل إدارة العلاقات العامة والإعلام بالمنظمة

ما هي العلاقة التكاملية بين أهداف المؤسسة ونشاط العلاقات العامة والإعلام؟

هل استفادت المؤسسات من جهاز العلاقات العامة لتطويرها أدائها والمساهمة في التنمية المستدامة؟

هل هنالك خطة واضحة المعالم لنشاط العلاقات العامة والإعلام وطرق تقييم الأثر

المحاور التفصيلية :

عناصر التخطيط الاستراتيجي الناجح لنشاط العلاقات العامة والإعلام

آراء واتجاهات فئات الجماهير التي تتعامل معها

آراء العاملين واتجاهاتهم ومشكلاتهم واحتياجاتهم المختلفة

انعكاسات القرارات التي تأخذها العلاقات العامة

خطوات التخطيط لنشاط العلاقات العامة والإعلام

تحديد الأهداف القصيرة والطويلة الأجل

تحديد دور العلاقات العامة في تحقيق هذه الأهداف

دراسة مدى تأثير الآراء وردود الفعل لدى الجماهير على أهداف المنشأة

رسم خطة طويلة الأجل لنشاط العلاقات العامة

أنواع بحوث العلاقات العامة

بحوث تتعلق بأنشطة العلاقات العامة للمنظمة

قياس اتجاهات الرأي العام السائد لدى العاملين

بحوث قياس الروح المعنوية لدى الجماهير

بحوث تقييم وقياس وسائل الإعلام والاتصال

بحوث قياس فاعلية برامج العلاقات العامة وأنشطتها



فوائد التخطيط الاستراتيجي لأنشطة

العلاقات العامة والإعلام

تحقيق أهداف الإدارة العليا للمؤسسة

جدولة حملات العلاقات العامة والإعلام

التنبؤ بالمشكلات المستقبلية

مدخلات التخطيط للعلاقات العامة والإعلام الصحافي

أهداف المنشأة وسياساتها

المعلومات المتعلقة بتحديد الجماهير المستهدفة

المعلومات المتعلقة بالوسائل الإعلامية

تحديد الموقف الحالي للمنظمة

خطوات التخطيط لأنشطة العلاقات العامة والإعلام الصحافي

تحديد وجمع البيانات وتحديد المشكلات

تشخيص المشكلة وتحليل الموقف وفحص الخبرات السابقة

تحديد الأهداف الإجمالية العامة للبرنامج Goals

تحديد الجمهور المستهدفة وتقسيمه إلى فئات نوعية

تحديد الأهداف التفصيلية Objectives لكل فئة جماهيرية

تقييم البدائل واختيار البديل الأفضل

تحديد استراتيجية البرنامج والاتصال

وضع الخطط التنفيذية للبرنامج

قواعد نجاح التخطيط الاستراتيجي لأنشطة العلاقات العامة والإعلام

تحديد الفئة المستهدف من الخطة

تعريف الجمهور بأنشطة وسياسات المؤسسة

تحديد المسؤوليات والمهام للعاملين في الخطة

وضع توقيت محدد لتنفيذ مراحل الخطة

