


العلاقات العامة الدولية والمراسم والبروتوكول والمناسبات

بتاريخ	الرسوم (\$)	سجل الآن
١٩ يناير - ٢٣ يناير ٢٠٢٥	٣٥٠٠ كوالالهور	



مقدمة:

في عالم الأعمال الدولية تؤثر العلاقات العامة على جميع أنواع المنظمات الكبيرة منها والصغيرة محليا ودوليا وأيما كان نوع العمل سواء أكان تجاريا أم غير تجاري أو كان خبيرا أم في القطاع العام في هذه الدورة التدريبية نوجه من يدخلون أو يتطلعون إلى الدخول في مجال العلاقات العامة الدولية إلى الأساليب الضرورية والحديثة لإنشاء حملة علاقات عامة ناجحة

الأهداف:

1. التعرف على ماهية وأهمية العلاقات العامة في ظل التحديات الدولية الجديدة.
2. عرض مفصل لنهل المصادر الخارجية بشكل عام والتي يهون اللجوء إليها للقيام بأعمال العلاقات العامة الدولية.
3. كيفية التعامل مع الأزمات والكوارث العالمية.
4. مهارة قواعد البروتوكول والمراسم والإيتيقيت محليا ودوليا.

5. الاستفادة من إمكانيات المعلومات لخدمات أعمال العلاقات الدولية.

المستفيدون:

المسؤولون بوزارات الخارجية والتعاون الدولي والهيئات التابعة لهم وكذلك المسؤولون بوزارة التجارة الخارجية والتوثيل التجاري والمسؤولون بصندوق النقد الدولي ، وممثلي العلاقات الدولية.

محتويات البرنامج:

الوحدة الأولى: دور العلاقات العامة R.P role The

- الصورة العامة والانطباع العام
- الصورة الانعكاسية
- الصورة الحالية والمطلوبة
- الصورة المشتركة والمتعددة
- المعرفة والفهم
- إثارة الاهتمام وتقبل الوضع
- التعاطف

الوحدة الثانية: النواحي الأخلاقية والقانونية:

- النواحي الاخلاقية
- السلوك الأخلاقي في قاموس Dictionary English Oxford
- ميثاق المهارة ومعهد العلاقات العامة (IPR)
- القانون وتسوية السمعة
- العقود والغش التجاري
- قانون حقوق الطبع أو التأليف
- مدى فعالية القانون والاستثنائية
- الملكية ونقل ملكية حقوق التأليف أو الطبع
- الحقوق الأدبية والترخيص بنسخ العمل
- حق التعامل مع هالك العمل وتقديم الشكر

الوحدة الثالثة: مصادر العلاقات العامة الدولية:

- الشركات الاستشارية للعلاقات العامة
- بعض منظمات وسائل الإعلام الدولية أو The National Press Agency
- The independent Television contactor association
- أسباب الاستعانة بشركة استشارية دولية للعلاقات العامة
- جمعية مستشاري العلاقات العامة Public Relation Consultants Association (PRCA)
- أنواع الشركات الاستشارية
- مزايا استخدام شركة استشارية في العلاقات العامة الدولية
- مساوئ استخدام شركة استشارية

الوحدة الرابعة: النقاط الست التي ابتكرها J Frank لتخطيط أحد برامج العلاقات العامة:

- تقييم الموقف
- تحديد الهدف
- تحديد الجمهور
- اختيار الوسيلة
- تقييم البرامج
- الموازنات

الوحدة الخامسة: العلاقات العامة وإدارة الأزمات:

- ما هي إدارة الأزمات؟
- كيفية التكيف مع الأزمة؟
- التقييم بأقصى قدر من الموضوعية
- التخطيط والإعداد
- التدريب وتعديل الخطة
- انتهاء الأزمة وفريق العلاقات العامة

الوحدة السادسة: التعامل مع وسائل الإعلام الدولية:

- القائد والجمهور
- فرص التغطية الإعلامية بوسائل الإعلام المرئية والمسموعة
- استخدام المواد الخاصة بالهلف الوثائقي
- يونيتل وخدمة الأخبار العالمية (UNS)

الوحدة السابعة: تكنولوجيا المعلومات وتحسين الأداء:


- شبكة المعلومات (المحلية الدولية) الفرص والمخاطر
- البريد الإلكتروني وكيفية التعامل معه
- فن تصميم وإعداد المواد الإعلامية
- تصميم صفحات خاصة بالعلاقات العامة على الشبكات الدولية للمعلومات
- فن استطلاع الرأي العام والوسائل الإعلامية بالبريد الإلكتروني
- إعداد قواعد بيانات خاصة بالعلاقات العامة الدولية

الوحدة الثامنة: العلاقات العامة وقواعد البروتوكول:

- طبيعة البشر واحتياجاتهم الإنسانية
- مهارات وأداب الاستقبال والتواضع
- أنماط كبار الشخصيات
- مهارات إعداد وصياغة الدعوات والتحضير للإجتماعات والندوات
- زيارات الشخصيات المهمة
- مختبر عملي في إدارة العلاقات العامة الدولية

أساليب التدريب:

- المحاضرة القصيرة
- النقاش و الحوار
- العمل ضمن مجموعات
- التمارين الجماعية والتطبيقات العملية.

00971504646499 

info@britishtc.org 

www.britishtc.org 