





دورة: المهارات الإعلامية في تخطيط وإعداد المخططات والبحوث وجمع المعلومات وقياس الرأي العام والدعاية

ال코드	المدينة	الفندق	نهاية التدريب	بداية التدريب	السعر	لغة الدورة - الساعات	الرقم
PRC-829	ماربيلا (إسبانيا)	فأعة فندقية	2026-08-07	2026-08-03	€ 5450	العربية - 25	

المقدمة عن الدورة التدريبية

في خضم التطور الكبير والمتتسارع الذي تشهده المؤسسات وتنامي دورها في خدمة المجتمع على كافة الأصعدة المحلية والدولية ، ولأهمية الإعلام بشكل عام وبشكل خاص نظراً للدور الفاعل الذي تقوم به في تقديم المؤسسات للجمهور ، وتقديم الجمهور للمؤسسات ، فلقد تناولت وظيفة الإعلام حيث استحدثت كافة المؤسسات تقريراً إدارات وأقسام وأجهزة يفترض أنها تقوم بهذه الوظيفة – وظيفة العلاقات العامة والإعلام وفي العصر الحالي عصر المعلومات والمجتمع الرقمي ازدادت أهمية دور الإعلام في حياة الأفراد والمجتمعات ، لكن مع كل هذا يقىي الإعلام في بعض المجتمعات يعاني من سوء فهم لطبيعة دوره أدى إلى تهميشه وإفراغه من أهميته ودوره الاستراتيجي في المجتمع ، فانحصرت في دائرة ضيقة من الأدوار الهامشية التي تمثل في الاستقبالات والحووزات وتنظيم بعض النشاطات الثانوية ، والنتيجة أن الإعلام بات في موقع إداري لا يتناسب مع أهميته ودوره في المؤسسة ، وفي أحياناً كثيرة نجده تابعة لإدارة شؤون الأفراد أو للشؤون المالية وأي موقع في الهيكل التنظيمي لا يليق بها ، وفي ظل هذا الالتباس وعدم المهنية والاحترافية أصبح الإعلام في هذه المجتمعات يعني المجاملات والتشريفات وتقصر فقط على استقبال الضيوف وبطاقات المعايدة والدعاية والنشر والإعلان . هذا الواقع وهذا الوضع أنعكس سلباً على البعد الاستراتيجي للإعلام فيما يتعلق بالتخطيط والأعمال الاستشارية والمهام التنفيذية والمشاركة في صناعة القرار داخل المنظمة ، ومن هنا أصبحت مهام التخطيط والبحوث والدراسات واستطلاع الرأي العام لا وجود لها في إدارات وأقسام الإعلام

الأهداف العامة للدورة التدريبية



يهدف هذا النشاط إلى تزويد المشاركين بالمعرفات والمهارات والأدوات الحديثة في مجال التخطيط الاستراتيجي لنشاط العلاقات العامة والإعلام ، وذلك من خلال التدرب على أفضل النماذج والحالات العملية التي تم تطبيقها في العديد من المؤسسات .

وسوف يستفيد المتدرب

- التدرب على أدوات قياس اتجاهات الرأي العام وعلاقتها بالخطة .
- التدريب على القواعد الحديثة في نجاح خطة الإعلام .
- التعرف على أهمية التخطيط الاستراتيجي في الإعلام.
- التدريب على كيفية تحديد المشكلات وجمع المعلومات في بناء الخطة الإعلامية .
- التدريب على خطوات تخطيط نشاط وقياس ردة الفعل والتأثير .
- التعرف على قنوات الاتصال المختلفة وطرق اختيار البديل الأفضل للوصول للفئة المستهدفة

المستهدفون من الدورة التدريبية

- مدراء وموظفين ومأمورين الإعلام .
- أخصائيون الاتصالات الإدارية.
- مدراء الدراسات والتطوير .
- رؤساء الإعلام
- مشرفو الإعلام
- أخصائيون التشريفات والمراسيم ومن تتطلب أعمالهم حضور البرنامج .
- نواب مدراء الأعلام وقياس الرأي .
- موظفين الدعاية والإعلام في القطاعين العام والخاص
- ضباط الجيش والعسكريين ومساعديهم .



المحاور التفصيلية للدورة التدريبية

عناصر التخطيط الاستراتيجي الناجح لنشاط الإعلام

- آراء واتجاهات فئات الجماهير التي تتعامل معها.
- آراء العاملين واتجاهاتهم ومشكلاتهم واحتياجاتهم المختلفة.
- انعكاسات القرارات التي تأخذها العلاقات العامة .

أنواع البحوث والمعلومات

- بحوث تتعلق بأنشطة الإعلام المنظمة.
- 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 الإعلام

- تحقيق أهداف الإدارة العليا للمؤسسة .
- جدولة حملات الإعلام.
- التنبؤ بالمشكلات المستقبلية .

مدخلات التخطيط والإعلام

- أهداف المنشأة وسياساتها.
- المعلومات المتعلقة بتحديد الجماهير المستهدفة .
- المعلومات المتعلقة بالوسائل الإعلامية .



- ٠ تحديد الموقف الحالي للمنظمة.

خطوات التخطيط لأنشطة الإعلام

- ٠ تحديد وجمع البيانات وتحديد المشكلات .
- ٠ تشخيص المشكلة وتحليل الموقف وفحص الخبرات السابقة.
- ٠ تحديد الأهداف القصيرة والطويلة الأجل .
- ٠ تحديد الأهداف الإجمالية العامة للبرنامج
- ٠ تحديد دور الإعلام في تحقيق هذه الأهداف.
- ٠ تحديد الجمهور المستهدفة وتقسيمه إلى فئات نوعية.
- ٠ تحديد الأهداف التفصيلية Objectives لكل فئة جماهيرية .
- ٠ تقييم البديل و اختيار البديل الأفضل .
- ٠ تحديد استراتيجية البرنامج والاتصال.
- ٠ رسم خطة طويلة الأجل لنشاط .
- ٠ دراسة مدى تأثير الآراء وردود الفعل لدى الجماهير على أهداف المنشأة .
- ٠ وضع الخطط التنفيذية للبرنامج

القواعد نجاح التخطيط الاستراتيجي الإعلام

- ٠ تحديد الفئة المستهدفة من الخطة.
- ٠ تعريف الجمهور بأنشطة وسياسات المؤسسة.
- ٠ تحديد المسؤوليات والمهام للعاملين في الخطة.
- ٠ وضع توقيت محدد لتنفيذ مراحل الخطة .

عناصر نجاح تخطيط مؤتمر الإعلام

- ٠ تحديد الأهداف العامة والتفصيلية بعناية وتمدن .



- تحديد أولويات تنفيذ الخطة والجمهور المستهدف.
- تنفيذ الخطة ضمن الجدول الزمني المحدد.
- إنجاز الخطة بالتكلفة التي وضعتها الإدارية.
- تحديد برامج التخطيط قصيرة الأجل .



الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير تعتمد على أحدث الأساليب العلمية والمهنية في مجالات التدريب وتنمية الموارد البشرية، بهدف رفع كفاءة الأفراد والمؤسسات. يتم تنفيذ البرامج التدريبية وفق منهجية متكاملة تشمل:

- المحاضرات النظرية المدعومة بعرض تقديمي (PowerPoint) ومقاطع مرئية (فيديوهات وأفلام قصيرة).
- التقييم العلمي للمتدربين قبل وبعد البرنامج لقياس مدى التطور والتحصيل العلمي.
- جلسات العصف الذهني وتطبيقات عملية للأدوار من خلال تمثيل المواقف العملية.
- دراسة حالات عملية مصممة خصيصاً لتلائم المادة العلمية وطبيعة عمل المشاركين.
- اختبارات تقييمية تُجرى في نهاية الدورة لتحديد مدى تحقيق الأهداف التدريبية.

يحصل كل مشارك على المادة العلمية والعملية للبرنامج مطبوعة ومحفوظة على CD أو فلاش ميموري، مع تقديم تقارير مفصلة تشمل الحضور والنتائج النهائية مع التقييم العام للبرنامج.

يتم إعداد المادة العلمية للبرامج التدريبية بطريقة احترافية على يد نخبة من الخبراء والمتخصصين في مختلف المجالات والتخصصات. في ختام البرنامج، يحصل المشاركون على شهادة حضور مهنية موقعة ومعتمدة من الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير.

أوقات البرنامج:

- من الساعة 9:00 صباحاً حتى 2:00 ظهراً في المدن العربية.
- من الساعة 10:00 صباحاً حتى 3:00 ظهراً في المدن الأوروبية والآسيوية.

البرامج التدريبية تتضمن :

- بوفيه يومي يقدم أثناء المحاضرات لضمان راحة المشاركين.



الأكاديمية الس堪динافية للتدريب والتطوير



Mobile : 0046700414959 | Mobile : 0046700414959 | phone : 0046114759991

Email : info@scandinavianacademy.net | Web site : <https://scandinavianacademy.net>

location : Sweden - Norrköping - Timmervägen 100 | P.O.BOX : 60359