British Training

الدورة التدريبية فن بناء الجسور وإدارة السمعة الاستراتيجية

#LD4906

الدورة التدريبية فن بناء الجسور وإدارة السمعة الاستراتيجية

المقدمة:

في عصر تزداد فيه حدة التنافس وتتسارع فيه التحولات الاجتماعية والسياسية، أصبحت العلاقات الخارجية الاستراتيجية وإدارة السمعة المؤسسية ركيزتين أساسيتين لنجاح أي منظمة. يقدم المركز البريطاني للتدريب هذه الدورة المتخصصة لتمكين القادة والمهنيين من تصميم استراتيجيات فعّالة لتعزيز التواصل الخارجي وبناء سمعة مستدامة، عبر منهجية علمية وتطبيقات عملية تُواكب أحدث التوجهات العالمية.

الأهداف التدريبية وأثر التدريب:

بنهاية حضور هذا البرنامج، سيكون السادة المشاركين قادرين على تطبيق:

- تصميم استراتيجيات علاقات خارجية متكاملة تعزز الثقة مع الجهات المعنية.
- تحليل وتشكيل التصورات العامة باستخدام أدوات قياس السمعة الرقمية.
- إدارة الأزمات الاتصالية بفعالية لحماية السمعة المؤسسية.
- بناء شراكات استراتيجية مع الجهات الحكومية والإعلامية والمجتمعية.
- توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الحضور الرقمي للمنظمة.
- تطبيق معايير الشفافية والأخلاقيات في التعامل مع الجمهور الخارجي.
- قياس تأثير جهود العلاقات الخارجية على تحقيق الأهداف التنظيمية.

الكفاءات والمهارات المستهدفة:

- تحليل البيئات الخارجية وتحديد الفرص والمخاطر.
- صياغة رسائل اتصالية فعّالة للجماهير المختلفة.
- إدارة الحوار الاستراتيجي مع أصحاب المصلحة.
- استخدام البيانات في تحسين استراتيجيات السمعة.
- التنسيق بين الإدارات الداخلية لضمان اتساق الرسائل.
- التكيّف مع التحديات الثقافية في السياقات الدولية.

الفئات المستهدفة:

تم تصميم هذه الدورة التدريبية خصيصًا لـ:

- القيادات الإدارية العليا المسؤولة عن السياسات الخارجية.
- فرق العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- مسؤولي التواصل الحكومي والمجتمعي.
- العاملين في إدارة السمعة وإدارة الأزمات.
- المختصين في قطاعات المنظمات غير الربحية والدولية.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى ـ أسس العلاقات الخارجية الاستراتيجية:

- مفاهيم أساسية: العلاقات الخارجية، السمعة المؤسسية، وأثرهما على النجاح التنظيمي.
- الربط بين الاستراتيجية المؤسسية الشاملة وأهداف العلاقات الخارجية.
- تحليل الجهات المعنية (Stakeholder Analysis) وتحديد أولويات التواصل.
- دور الثقافة التنظيمية في تشكيل التصورات الخارجية.
- دراسات حالة عالمية عن نجاحات وإخفاقات في إدارة السمعة.

الوحدة الثانية ـ بناء الشراكات وإدارة الحوار مع أصحاب المصلحة:

- آليات تحديد الشركاء الاستراتيجيين وتحفيز التعاون.
- تصميم حوارات فعّالة مع الجهات الحكومية والإعلامية.
- تقنيات التفاوض لتحقيق المصالح المشتركة.
- إدارة التوقعات وتجنب الصراعات مع الجهات المعنية.
- أدوات تقييم تأثير الشراكات على السمعة المؤسسية.

الوحدة الثالثة ـ إدارة السمعة في العصر الرقمي:

- مراقبة السمعة الرقمية باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.
- استراتيجيات التعامل مع الشكاوى والانتقادات عبر المنصات الإلكترونية.
- بناء المحتوى المؤثر لتعزيز الصورة الذهنية الإيجابية.
- إدارة السمعة في سياق الأزمات الإلكترونية (مثل الشائعات).
- قياس مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للسمعة الرقمية.

الوحدة الرابعة ـ التواصل الاستراتيجي في الأزمات:

- تصميم خطط طوارئ اتصالية متكاملة.
- صياغة الرسائل الإعلامية خلال الأزمات (Message Mapping).
- التعامل مع الإعلام التقليدي والجديد في الظروف الحرجة.
- استعادة الثقة بعد الأزمات عبر مبادرات مساءلة واضحة.
- تدريبات محاكاة لإدارة سيناريوهات أزمات واقعية.

الوحدة الخامسة ـ التميز في الأداء عبر الابتكار والأخلاقيات:

- دمج الابتكار في استراتيجيات العلاقات الخارجية (مثل الحملات التفاعلية).
- ضمان الامتثال للمعايير الأخلاقية والقانونية في التواصل.
- توظيف الفنون والإبداع في حملات تشكيل التصورات.
- تعزيز الشفافية كأداة لبناء السمعة طويلة المدى.
- تطوير مؤشرات استباقية للتنبؤ بالمخاطر والفرص المستقبلية.