

حملات العلاقات العامة

Public Relations Campaigns

PRL622

Prepared by Dr. Rehab Elshafie

Orientation Lecture



المحاضرة التعريفية

Prepared by
Dr. Rehab Elshafie

محتويات المحاضرة التعريفية



حملات العلاقات العامة

تُعد حملات العلاقات العامة عامل مهم جدًا لكافة المنظمات كونها تؤثر عليهم بشكل كبير، خاصة وأن الشركات في العصر الحالي تسعى جاهدة لتشكيل صورتها الذهنية ، وتحسين سمعتها ، أو إعادة إصلاح سمعتها بعد أزمة ما.



تُعد حملات العلاقات العامة أداة استراتيجية تهدف إلى تحسين صورة المؤسسة، وبناء الثقة مع الجمهور، وإيصال رسالة محددة بفعالية، وقد تختلف هذه الحملات في أهدافها وأشكالها باختلاف طبيعة المؤسسة والجمهور المستهدف، وتستند إلى أسس علمية ومنهجية دقيقة لتحقيق الأهداف المرجوة.

يهدف هذا المقرر إلى: تزويد الطلبة بالمعرفة النظرية والمهارات التطبيقية اللازمة لتصميم وتنفيذ وتقييم حملات العلاقات العامة في السياقات المؤسسية والاجتماعية والتجارية.

يتناول المقرر: الأسس الاستراتيجية للحملات، بما في ذلك مراحل التخطيط، وتحليل البيئة، وتحديد الجمهور المستهدف، وصياغة الرسائل، واختيار الوسائل الإعلامية، ووضع مؤشرات التقييم.

كما يركّز على: دمج الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي في الحملات المعاصرة، ودور العلاقات العامة في إدارة الأزمات، وتعزيز المسؤولية الاجتماعية، وتحقيق أهداف التنمية المستدامة. يتم تعزيز التعلم من خلال دراسات حالة واقعية وتطبيقات عملية.

وصف المقرر

أهداف تدريس المقرر:

بنهاية هذا المقرر، يُتوقع من الطالب أن يكون قادرًا على:

1. تعريف وتمييز مفاهيم الحملة، البرنامج، والخطة في العلاقات العامة.
2. شرح الأسس النظرية والمكونات الرئيسية لحمات العلاقات العامة الناجحة.
3. تطبيق خطوات التخطيط الاستراتيجي للحمات، باستخدام أدوات تحليل البيئة.
4. تطوير استراتيجيات إقناعية فعالة تستند إلى نظريات التأثير والاتصال.
5. تصميم حمات علاقات عامة رقمية باستخدام أدوات الإعلام الجديد ومنصات التواصل الاجتماعي.
6. تقييم وتحليل الحمات من خلال مؤشرات قياس السمعة والصورة الذهنية، ودورها في إدارة السمعة المؤسسية.
7. دمج مفاهيم المسؤولية الاجتماعية وأهداف التنمية المستدامة في حمات العلاقات العامة.
8. إدارة الأزمات الإعلامية ضمن البيئة الرقمية باستخدام نماذج واستراتيجيات متخصصة.



محتوى المقرر

موضوعات المقرر

المحاضرة	الموضوع
المحاضرة الأولى	مدخل إلى حملات العلاقات العامة
المحاضرة الثانية	التخطيط الاستراتيجي لحملات العلاقات العامة
المحاضرة الثالثة	استراتيجيات الإقناع وتقنيات التأثير
المحاضرة الرابعة	الإعلام الرقمي وحملات العلاقات العامة الرقمية
المحاضرة الخامسة	الحملات الرقمية: استراتيجيات وتحديات
المحاضرة السادسة	حملات العلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية
المحاضرة السابعة	حملات العلاقات العامة وإدارة السمعة
المحاضرة الثامنة	العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية
المحاضرة التاسعة	العلاقات العامة وأهداف التنمية المستدامة
المحاضرة العاشرة	العلاقات العامة وإدارة الأزمات في البيئة الرقمية

المحاضرة الأولى

1

مدخل إلى حملات العلاقات العامة

المحاضرة الأولى: مدخل إلى حملات العلاقات العامة

مفهوم الحملات، وأنواعها

الفرق بين الحملات الإعلانية
والإعلامية

مفهوم حملات العلاقات العامة،
والمفاهيم الأخرى وثيقة الصلة

خصائص حملات العلاقات العامة،
وأهميتها

أنواع حملات العلاقات العامة

مقومات نجاح حملات
العلاقات العامة

المحاضرة الثانية

2

التخطيط الاستراتيجي لحملات
العلاقات العامة

المحاضرة الثانية: التخطيط الاستراتيجي لحمات العلاقات العامة

مفهوم التخطيط الاستراتيجي

أهمية التخطيط لحمات العلاقات العامة

عوامل نجاح التخطيط الاستراتيجي لحمات

مراحل التخطيط لحمات العلاقات العامة

جمع البيانات، وتحليل البيئة

تحديد أهداف حملات العلاقات العامة

اختيار الجمهور المستهدف وتصنيفه

صياغة الرسائل التأثيرية

مثال تطبيقي

المحاضرة الثالثة

3

استراتيجيات الإقناع وتقنيات التأثير

المحاضرة الثالثة: استراتيجيات الإقناع وتقنيات التأثير

مفهوم استراتيجيات الإقناع، وتقنيات التأثير

التكنيكات الإقناعية: العاطفية والمنطقية ومميزاتها

تقنيات صياغة الرسائل

اختيار الوسائل الإعلامية الملائمة

نظريات الإقناع، نظرية التوازن المعرفي، وتوظيفها

مثال تطبيقي

المحاضرة الرابعة

4

الإعلام الرقمي، وحملات العلاقات
العامة الرقمية

المحاضرة الرابعة: الإعلام الرقمي وحملات العلاقات العامة الرقمية

مفهوم الإعلام الرقمي، وأهم السمات الخاصة به

الفرق بين الإعلام الرقمي والتقليدي في تصميم الحملات

أهداف حملات العلاقات العامة الرقمية عبر الإعلام الجديد

منصات التواصل الاجتماعي كأدوات للحملات

أبرز الأدوات المستخدمة في حملات العلاقات العامة الرقمية

مقومات نجاح حملات العلاقات العامة عبر الإعلام الجديد

المحاضرة الخامسة

5

الحملات الرقمية: استراتيجيات
وتحديات

المحاضرة الخامسة: الحملات الرقمية: استراتيجيات وتحديات

المحتوى الرقمي الفيروسي، والمشاركة الجماهيرية

الفرق بين التفاعل العابر، والمشاركة الحقيقية

استخدام الوسوم، والقصص في حملات العلاقات العامة

استراتيجيات المؤثرين، ودورهم في تشكيل الرأي العام

بناء الحملات المدفوعة مقابل العضوية

أمثلة تطبيقية

المحاضرة السادسة

6

حملات العلاقات العامة وتكوين
الصورة الذهنية

المحاضرة السادسة: حملات العلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية

مفهوم الصورة الذهنية

مزايا وسمات الصورة الذهنية

أساليب صناعة الصورة الذهنية في
الإعلام الرقمي

تشكيل الانطباع العام عبر الإعلام
الرقمي

التحديات التي تواجه العلاقات
العامة في صنع الصورة الذهنية

مثال تطبيقي على حملات تشكيل
الصورة الذهنية

المحاضرة السابعة

7

حملات العلاقات العامة وإدارة
السمعة

المحاضرة السابعة: حملات العلاقات العامة وإدارة السمعة

مفهوم السمعة في العلاقات العامة
الرقمية

أنواع السمعة التنظيمية

العوامل المؤثرة على تصور سمعة
المنظمة

أدوات قياس السمعة

الإعلام الرقمي وتعزيز السمعة

ارتباط السمعة بالصورة الذهنية
للمنظمة

المحاضرة الثامنة

8

العلاقات العامة والمسؤولية
الاجتماعية

المحاضرة الثامنة: العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية

مفهوم المسؤولية الاجتماعية،
والمفاهيم وثيقة الصلة

أهمية حملات المسؤولية
الاجتماعية

الحملات الاجتماعية والبيئية

أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء
الجمهور

مثال على حملات مسؤولية
اجتماعية

المحاضرة التاسعة

9

العلاقات العامة وأهداف التنمية
المستدامة

المحاضرة التاسعة: العلاقات العامة وأهداف التنمية المستدامة

مساهمة حملات العلاقات العامة في
تحقيق التنمية المستدامة

أنواع حملات العلاقات العامة التي
تقدم في إطار التنمية المستدامة

التخطيط لحملات التنمية المستدامة
في إطار العلاقات العامة

أساليب وتكنيكات دمج أهداف
التنمية المستدامة في الخطط
الاتصالية

مثال تطبيقي على حملات التنمية
المستدامة

المحاضرة العاشرة

10

العلاقات العامة وإدارة الأزمات في
البيئة الرقمية

المحاضرة العاشرة: العلاقات العامة وإدارة الأزمات في البيئة الرقمية

مفهوم الأزمة الرقمية وأنواعها

كيفية إدارة الأزمة عبر الحملات
الإعلامية

مراحل الأزمة

نظريات إدارة الأزمات

مراحل الاستجابة

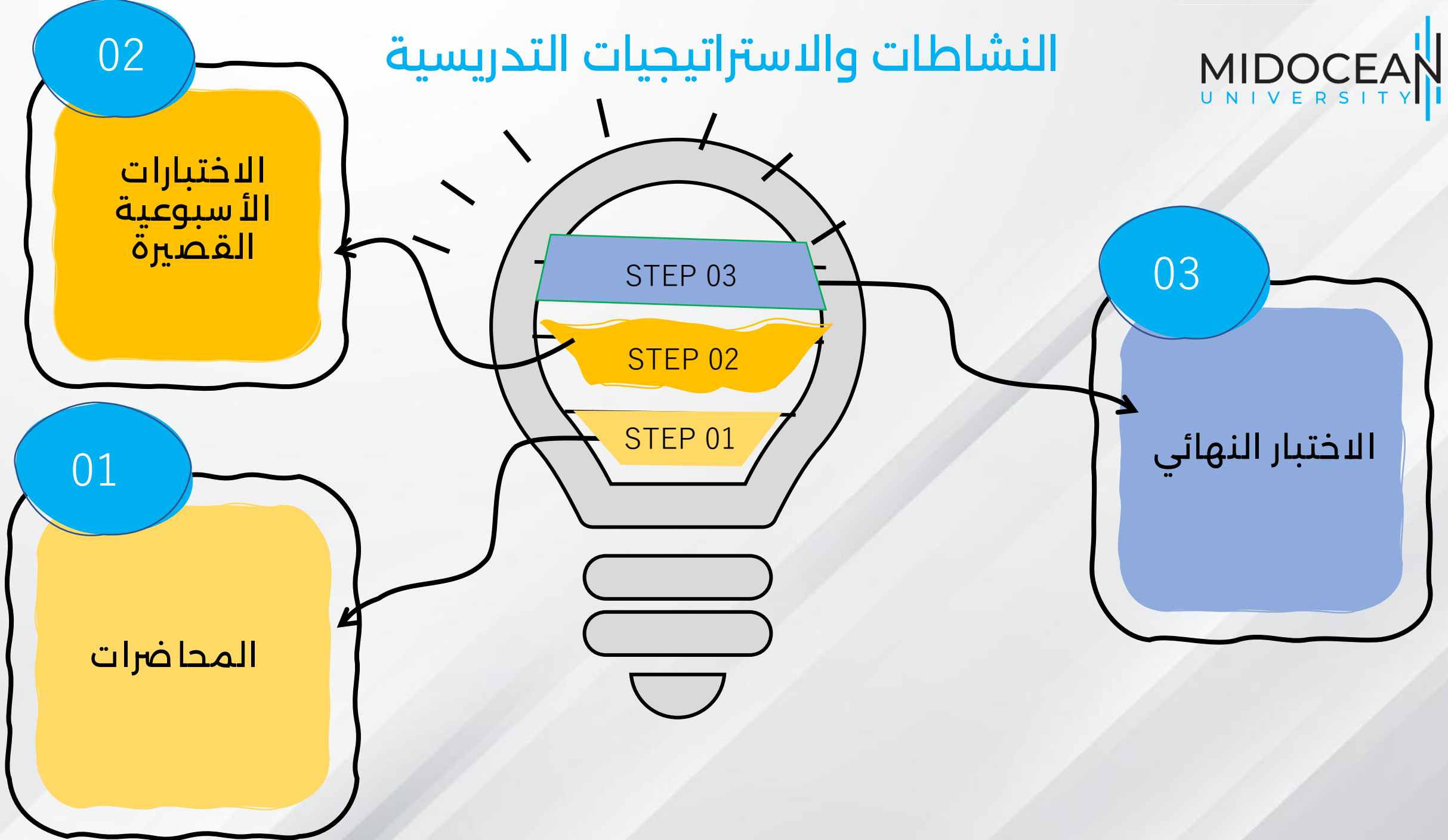
أساليب وضوابط تحليل الأزمة

إدارة الأزمات الرقمية

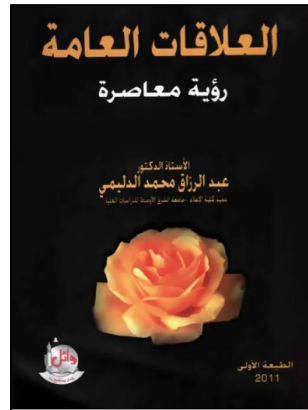
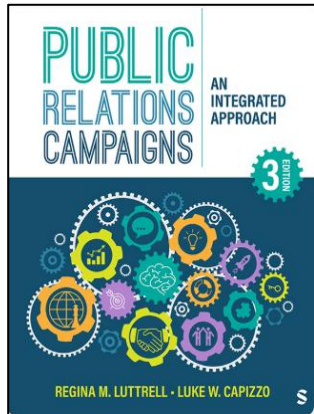
الانعكاسات السلبية للأزمة على
الصورة المؤسسية

مثال لخطة رقمية لأزمة افتراضية

النشاطات والاستراتيجيات التدريسية



مصادر محتوى مقرر حملات العلاقات العامة





Thank You