

مقرر حملات العلاقات العامّة

Public Relations Campaigns

Prepared by Dr. Mona Elhoseny

Orientation Lecture



المحاضرة التعريفية

Prepared by
Dr. Mona Elhoseny



محتويات المحاضرة التعريفية

01

وصف المقرر

نظرة شاملة على أهداف ومحتوى المقرر الدراسي

03

محتوى المقرر

المحاضرات والموضوعات الأساسية

02

أهداف المقرر

المخرجات التعليمية والمهارات المكتسبة

04

النشاطات والاستراتيجيات التدريسية

أساليب التعلم وطرق التقييم



يسعى هذا المقرر إلى تقديم معارف نظرية ومهارات عملية حديثة في مجال حملات العلاقات العامة، مع التركيز على المنهجيات الرقمية والذكاء الاصطناعي.

يهدف المقرر إلى تمكين الطالب من فهم وتطبيق الخطوات الأساسية لحملة علاقات عامة ناجحة من التخطيط الاستراتيجي وتحديد الجمهور المستهدف، إلى صياغة الرسائل واختيار القنوات الرقمية المناسبة، وصولاً إلى التنفيذ والتقييم الدقيق.

كما ينمي المقرر مهارات الطالب في الاتصال الفعال، جدولة الحملات، قياس الأثر، وكتابة التقارير المهنية، ليصبح قادراً على تصميم وتنفيذ حملة كاملة بثقة، مع القدرة على تحليل نقاط القوة والضعف في الوسائل الإعلامية المختلفة.

وصف المقرر

أهداف تدريس المقرر

يهدف هذا المقرر إلى تمكين الطلبة من:

- فهم وتصميم وتنفيذ وتقييم حملات العلاقات العامة الاستراتيجية في بيئة رقمية متسارعة الت
- دمج الذكاء الاصطناعي والاستدامة وإدارة السمعة في عصر الإعلام الاجتماعي
- تعريف وتمييز مفاهيم الحملة والبرنامج والخطة في العلاقات العامة
- شرح الأسس النظرية والمكونات الرئيسية لحملات العلاقات العامة الناجحة
- تطبيق خطوات التخطيط الاستراتيجي وتحليل البيئة الرقمية
- تطوير استراتيجيات إقناعية فعالة مع صياغة رسائل واضحة
- توظيف الذكاء الاصطناعي في تصميم وتنفيذ الحملات
- تصميم حملات علاقات عامة رقمية متكاملة عبر وسائل التواصل
- بناء الصورة الذهنية والعلامة التجارية رقمياً
- إدارة السمعة والأزمات في البيئة الرقمية
- دمج المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة في الحملات



محتوى المقرر

يتضمن المقرر عشر محاضرات رئيسية تغطي جميع جوانب حملات العلاقات العامة الحديثة، من المفاهيم الأساسية إلى التطبيقات العملية في البيئة الرقمية.



المحاضرة الأولى

حملات العلاقات العامة في العصر الرقمي المفهوم والتطور



الخصائص والأهمية
خصائص حملات العلاقات العامة
وأهميتها المتزايدة



المفاهيم الأساسية
تعريف حملات العلاقات العامة
والمفاهيم وثيقة الصلة



الفروقات الجوهرية
الفرق بين الحملات الإعلامية والإعلانية



محتوى المحاضرة الأولى

مفهوم حملات العلاقات العامة

- تعريف حملات الـ PR كأنشطة مخططة لتحقيق أهداف اتصالية محددة
- التمييز بين الحملة والبرنامج والخطة
- علاقة الـ PR بالتسويق والإعلان والإعلام

خصائص وأهمية الحملات

- تحسين الصورة الذهنية
- إدارة السمعة المؤسسية
- تعزيز الولاء والمصداقية
- أهمية سرعة الانتشار في العصر الرقمي

الفرق بين الحملات

التمييز الواضح بين الحملات الإعلامية والإعلانية من حيث الأهداف والأساليب

أنواع ومقومات الحملات

استعراض شامل لأنواع الحملات المختلفة والعناصر الأساسية للنجاح



أهمية العلاقات العامة في عصر الرقمنة

في العصر الرقمي، أصبحت العلاقات العامة أكثر أهمية من أي وقت مضى التحول الرقمي غير طبيعة التواصل وجعل السمعة المؤسسية أكثر عرضة للتأثيرات الخارجية

التواصل الفوري والشفافية

إدارة السمعة الإلكترونية

حماية الصورة الذهنية في بيئة رقمية حيث تنتشر المعلومات بسرعة هائلة

الجمهور يتوقع ردوداً سريعة وتواصلًا مباشراً مع المؤسسات عبر المنصات الرقمية

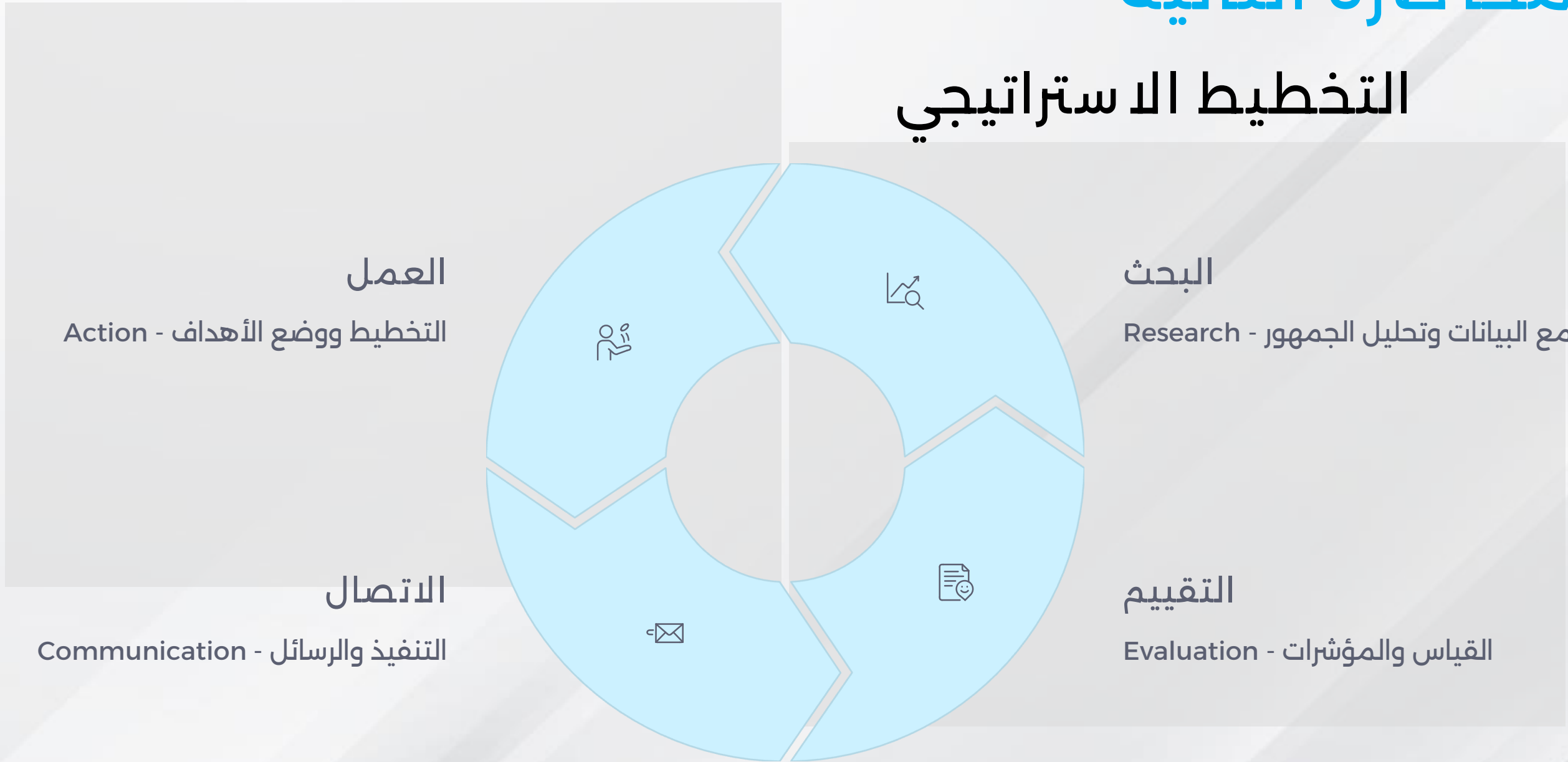
الوصول العالمي

إمكانية التواصل مع جماهير دولية متنوعة من خلال منصات رقمية متعددة



المحاضرة الثانية

التخطيط الاستراتيجي



محتوى المحاضرة الثانية

أهمية التخطيط

- التخطيط كعمود فقري للحملات الناجحة
- الفرق بين التخطيط التكتيكي والاستراتيجي
- التوافق مع رؤية المنظمة ورؤية 2030

- تحديد الأهداف الذكية SMART
- تحليل SWOT الرقمي
- تقسيم الجمهور باستخدام البيانات الضخمة
- صياغة الرسالة التأثيرية



المحاضرة الثالثة

استراتيجيات الإقناع وتقنيات التأثير في حملات العلاقات العامة الرقمية

الإقناع الأخلاقي

بناء المصداقية عبر المؤثرين والشهادات الرقمية

الإقناع المنطقي

استخدام البيانات والإحصاءات الموثوقة مع
تحليل الذكاء الاصطناعي

الإقناع العاطفي

استثارة المشاعر عبر السرد القصصي الرقمي
والصور المؤثرة

مبادئ Cialdini

- المعاملة بالمثل: تقديم قيمة أولاً لكسب التفاعل
- الندرة: خلق إحساس بالحصريّة والفرصة المحدودة
- السلطة: استخدام الخبراء والمصادر الموثوقة
- الاتساق: ربط الرسائل بقيم الجمهور الحالية
- التشابه: بناء علاقة عاطفية مع الجمهور
- الدليل الاجتماعي: عرض تجارب الآخرين الإيجابية

نموذج AIDA

- Attention: جذب الانتباه عبر عناوين قوية ومحتوى بصري
- Interest: إثارة الاهتمام بمعلومات قيمة وذات صلة
- Desire: خلق الرغبة من خلال الفوائد والحلول
- Action: دعوة واضحة للعمل مع تسهيل الخطوة التالية



المحاضرة الرابعة

الإعلام الرقمي وحملات العلاقات العامة الرقمية

87%

التفاعل المباشر

من المستخدمين يتوقعون
استجابة فورية من
العلامات التجارية

3X

سرعة الانتشار

المحتوى الرقمي ينتشر
أسرع من الإعلام التقليدي

5.2B

مستخدمو وسائل
التواصل

العدد العالمي لمستخدمي
المنصات الاجتماعية في
2025

سمات الإعلام الرقمي



التفاعلية

القدرة على التواصل الثنائي الاتجاه والاستجابة الفورية للجمهور

السرعة

نشر المحتوى والوصول إلى الجمهور في ثوانٍ معدودة

التخصيص

تقديم محتوى مخصص لكل مستخدم بناءً على اهتماماته وسلوكه

القياس الدقيق

تتبع وتحليل كل تفاعل ومقياس أداء بدقة متناهية

الانتشار الفيروسي

إمكانية انتشار المحتوى بشكل واسع عبر المشاركات الطبيعية

الحملات الرقمية : استراتيجيات وتحديات...

تستكشف هذه المحاضرة الاستراتيجيات المتقدمة للحملات الرقمية، بما في ذلك المحتوى الفيروسي، المشاركة الجماهيرية، استراتيجيات المؤثرين، والتحديات المعاصرة في البيئة الرقمية المتطورة.

المحتوى الإبداعي كيفية إنشاء محتوى جذاب

→ اعرف قصتك

حدد الرسالة الأساسية والقصة التي تريد سردها بشكل واضح ومقنع

→ استخدم التنوع

امزج بين النصوص، الصور، الفيديوهات، والإنفوجرافيك لإثراء التجربة

→ كن أصيلاً

عبّر عن هوية علامتك التجارية بطريقة فريدة لا تُنسى

→ اخلق تفاعلاً

شجع الجمهور على المشاركة والتعليق ومشاركة المحتوى

→ اختبر وطور

جرب أشكالاً مختلفة وحسّن المحتوى بناءً على الاستجابة



التفاعل العابر

مقاييس سطحية - Vanity Metrics

- عدد الإعجابات (Likes)
- عدد المشاهدات (Views)
- الانطباعات (Impressions)
- عدد المتابعين الإجمالي

هذه المقاييس لا تعكس التأثير الحقيقي ولا تؤدي بالضرورة إلى نتائج أعمال ملموسة

التفاعل العابر مقابل المشاركة الحقيقية

المشاركة الحقيقية

تفاعل ذو معنى - Meaningful Engagement

- التعليقات المدروسة (Comments)
- المشاركات الفعلية (Shares)
- الحفظ للرجوع لاحقاً (Saves)
- التحويلات (Conversions)

هذه المقاييس تشير إلى بناء علاقات طويلة الأمد وتأثير حقيقي على السمعة والولاء



استراتيجيات المؤثرين

1 تحديد المؤثر المناسب

اختيار بناءً على الأصالة والجمهور المستهدف وليس العدد فقط

2 بناء العلاقة

تطوير شراكات طويلة الأمد قائمة على القيم المشتركة

3 إنشاء المحتوى المشترك

التعاون في صناعة محتوى أصيل يعكس هوية الطرفين

4 القياس والشفافية

تتبع الأداء والالتزام بمعايير الشفافية والإفصاح

التحديات الشائعة في حملات العلاقات العامة

فهم التحديات المحتملة والاستعداد لها مسبقاً يساعد على تجنب الكثير من المشاكل وضمان سير الحملة بسلاسة.

1

محدودية الميزانية

قد لا تكون الموارد المالية كافية لتحقيق جميع الأهداف المرجوة. الحل: الإبداع في استخدام الموارد والتركيز على القنوات ذات العائد الأعلى.

2

صعوبة قياس العائد

التأثير غير المباشر للعلاقات العامة يجعل قياس ROI تحدياً. الحل: وضع مؤشرات أداء واضحة وقابلة للقياس منذ البداية.

3

إدارة التوقعات

قد تكون توقعات الإدارة غير واقعية بشأن النتائج والوقت. الحل: التواصل الواضح والمستمر حول الأهداف الممكنة والإطار الزمني المعقول.

4

المنافسة على الانتباه

كمّ المحتوى الهائل يجعل جذب الانتباه أصعب. الحل: إنشاء محتوى فريد ومؤثر يبرز وسط الضجيج.





المحاضرة السادسة

حملات العلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية

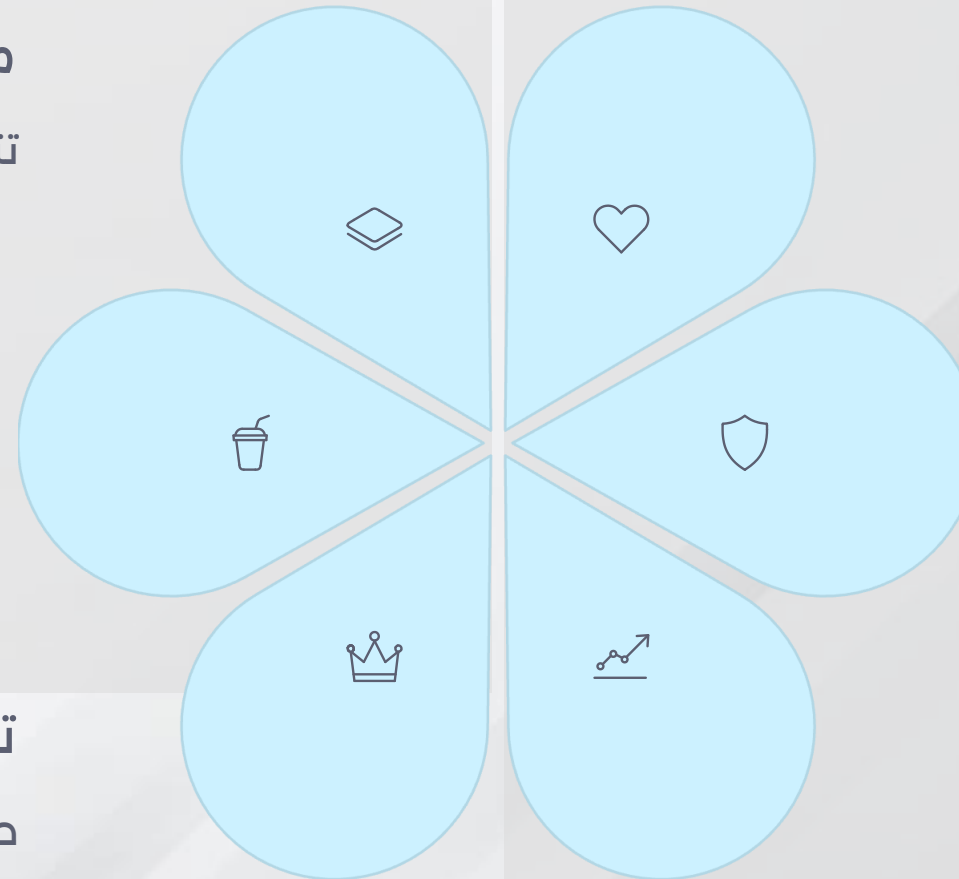
الصورة الذهنية هي مجموعة الانطباعات والتصورات التي يحملها الجمهور عن المنظمة -وفي العصر الرقمي، أصبحت ديناميكية ومتغيرة بسرعة غير مسبوقة.

مزايا وسمات الصورة الذهنية

متعددة الأبعاد
تتكون من جوانب متنوعة ومعقدة

قابلة للتغيير
يمكن تطويرها وتحسينها باستمرار

تعزز الولاء
صورة إيجابية تخلق ارتباطاً عاطفياً



طبيعة عاطفية
تعتمد على المشاعر والانطباعات الشخصية

تحمي في الأزمات
تسهل إدارة المواقف الصعبة

تزيد القيمة
تضيف قيمة غير ملموسة للعلامة

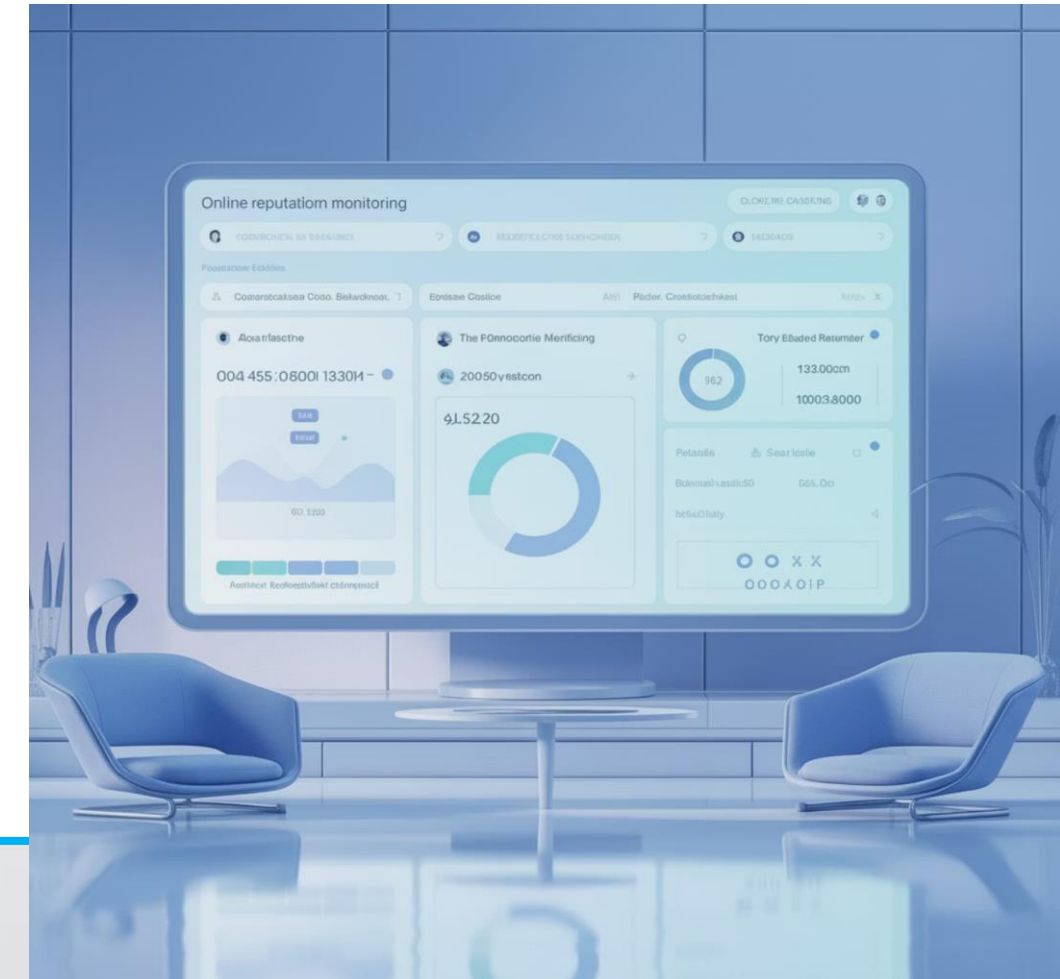
المحاضرة السابعة

حملات العلاقات العامة وإدارة السمعة

السمعة في العصر الرقمي

السمعة هي مجموعة التصورات طويلة الأمد عن المنظمة، مبنية على
في البيئة الرقمية، أصبحت السمعة أكثر. الأفعال والتواصل المستمر
شفافية وعرضة للتأثر بالتفاعلات الفورية

تلعب أدوات الذكاء الاصطناعي دوراً محورياً في مراقبة وتحليل السمعة من
خلال تقنيات التحليل العاطفي والاستماع الاجتماعي المتقدم



أنواع السمعة التنظيمية



السمعة الاجتماعية

تركز على المسؤولية الاجتماعية والاستدامة والتأثير الإيجابي على المجتمع



السمعة المالية

مرتبطة بالأداء الاقتصادي والاستثمار وثقة المساهمين في الاستقرار المالي



السمعة الأخلاقية

الالتزام بالقيم والشفافية والمعايير الأخلاقية في جميع التعاملات



السمعة الرقمية

مبنية على التفاعلات عبر الإنترنت والتقييمات والمحتوى المتداول

المحاضرة الثامنة

العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية

تستكشف هذه المحاضرة العلاقة الوثيقة بين العلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية للشركات، وكيف يمكن للحملات أن تعزز التزام المنظمات تجاه المجتمع والبيئة، مع التركيز على بناء صورة إيجابية مستدامة.

الشراكات المجتمعية



بناء علاقات استراتيجية مع المجتمع المحلي والمنظمات غير الربحية لتحقيق تأثير إيجابي مشترك

الاستدامة البيئية



تعزيز الممارسات الصديقة للبيئة والتوعية بأهمية الحفاظ على الموارد الطبيعية

التطوير التعليمي



دعم برامج التعليم والتدريب لتمكين أفراد المجتمع وتطوير مهاراتهم



العلاقات العامة وأهداف التنمية المستدامة

2030

الموعد المستهدف
لتحقيق الأهداف العالمية

85%

من المنظمات
في استراتيجياتها SDGs تدمج

17

أهداف التنمية المستدامة
SDGs - للأمم المتحدة

دمج أهداف التنمية المستدامة في حملات العلاقات العامة

التوافق الاستراتيجي

ربط أهداف الحملة مباشرة بأهداف التنمية المستدامة ذات الصلة بقطاع المنظمة

القياس والتقرير

استخدام مؤشرات دقيقة لقياس التأثير وتوثيق المساهمة في تحقيق SDGs

التواصل الشفاف

مشاركة التقدم والتحديات بصدق مع جميع أصحاب المصلحة

الشراكات الفعالة

التعاون مع منظمات متخصصة لتحقيق تأثير أكبر وأكثر استدامة



في السياق السعودي:

ترتبط حملات التنمية المستدامة ارتباطاً وثيقاً برؤية 2030، مع التركيز على مبادرات مثل "السعودية الخضراء" و"جودة الحياة" التي تدعم عدة أهداف من SDGs.

المحاضرة التاسعة

الاتجاهات المستقبلية في مجال العلاقات العامة



الاتجاهات المستقبلية في مجال العلاقات العامة

مجال العلاقات العامة يتطور بسرعة مع التقدم التكنولوجي والتغيرات في سلوكيات الجمهور. البقاء على اطلاع بالاتجاهات المستقبلية ضروري للنجاح.

الأصالة والشفافية

طلب متزايد للمصدق والمصادقية من العلامات التجارية

المحتوى الصوتي

نمو البودكاست والمحتوى الصوتي كقنوات رئيسية

القيادة الفكرية

التركيز على بناء سلطة في المجال وتقديم قيمة حقيقية

الذكاء الاصطناعي

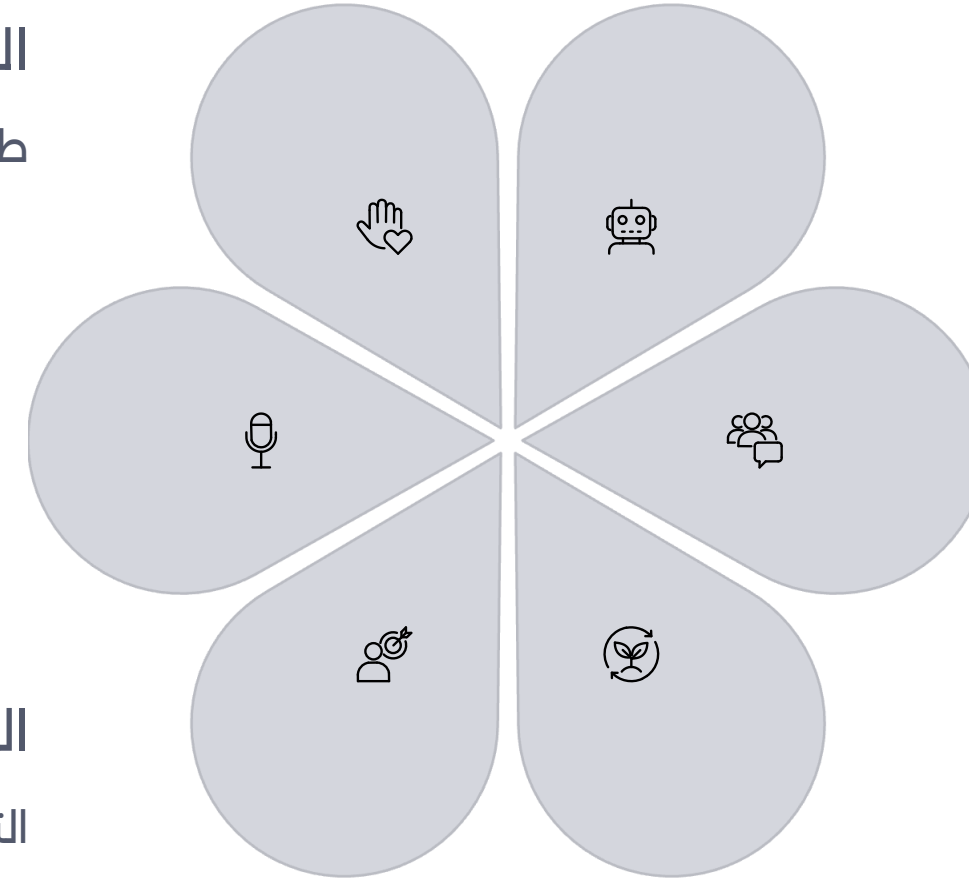
أتمتة المهام وتحليل البيانات وتخصيص المحتوى

بناء المجتمعات

خلق مجتمعات متفاعلة حول العلامة التجارية

الاستدامة والمسؤولية

أهمية متزايدة للالتزام البيئي والاجتماعي



التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في الحملات

تطبيقات الذكاء الاصطناعي



التكنولوجيا الحديثة والذكاء الاصطناعي أصبحا أدوات لا غنى عنها في تخطيط وتنفيذ حملات العلاقات العامة المعاصرة.

التكنولوجيا أداة قوية، لكنها لا تستبدل الإبداع البشري والتفكير الاستراتيجي. استخدمها لتعزيز قدراتك، لا لاستبدالها.

تحليل البيانات الضخمة

فهم أنماط الجمهور وتوقع الاتجاهات



التخصيص الذكي

تقديم محتوى مخصص لكل شريحة من الجمهور



روبوتات المحادثة

التفاعل الفوري والمستمر مع الاستفسارات



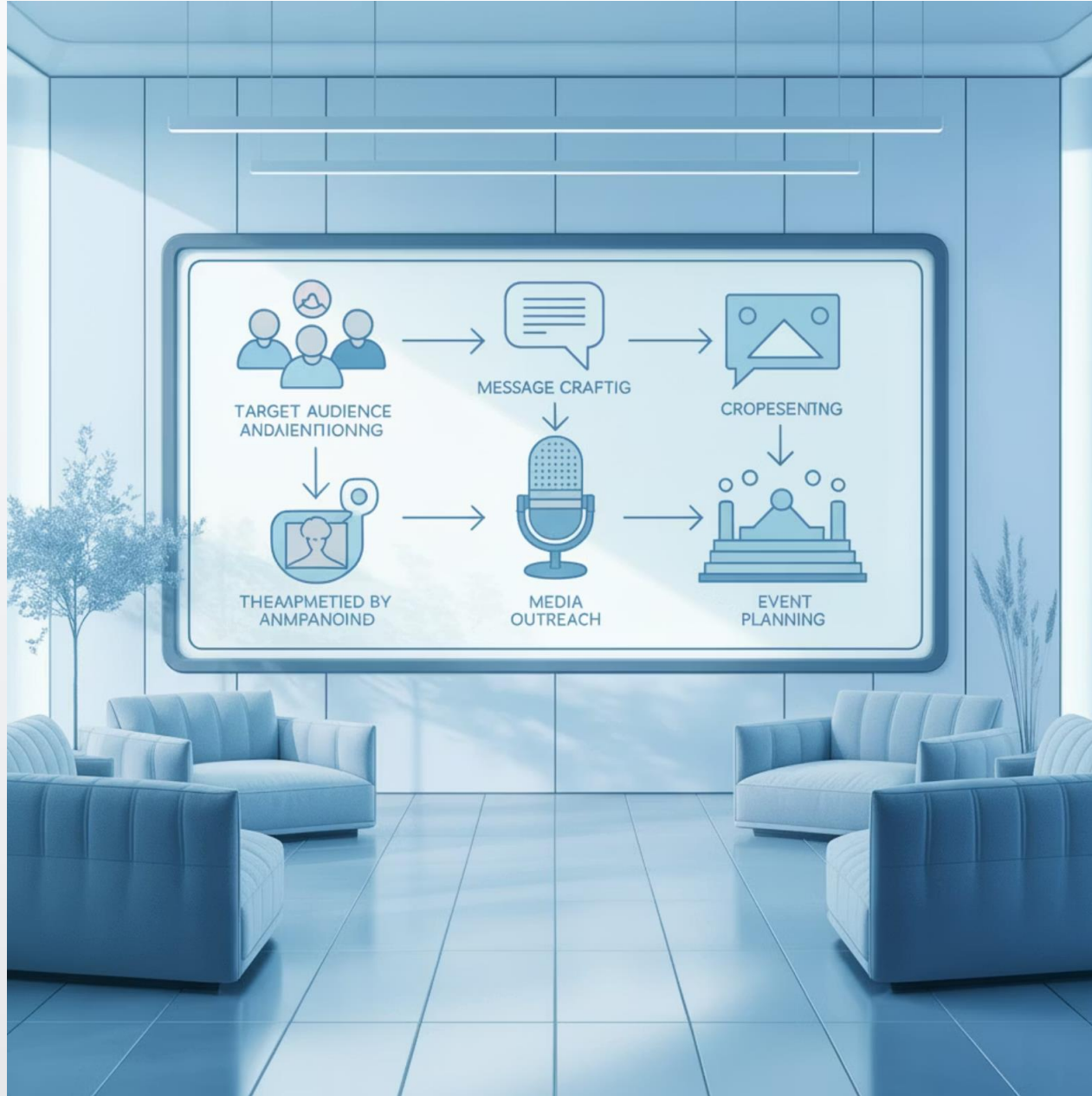
تحليل المشاعر

فهم ردود الفعل العاطفية للجمهور تلقائياً



التنبؤ بالآزمات

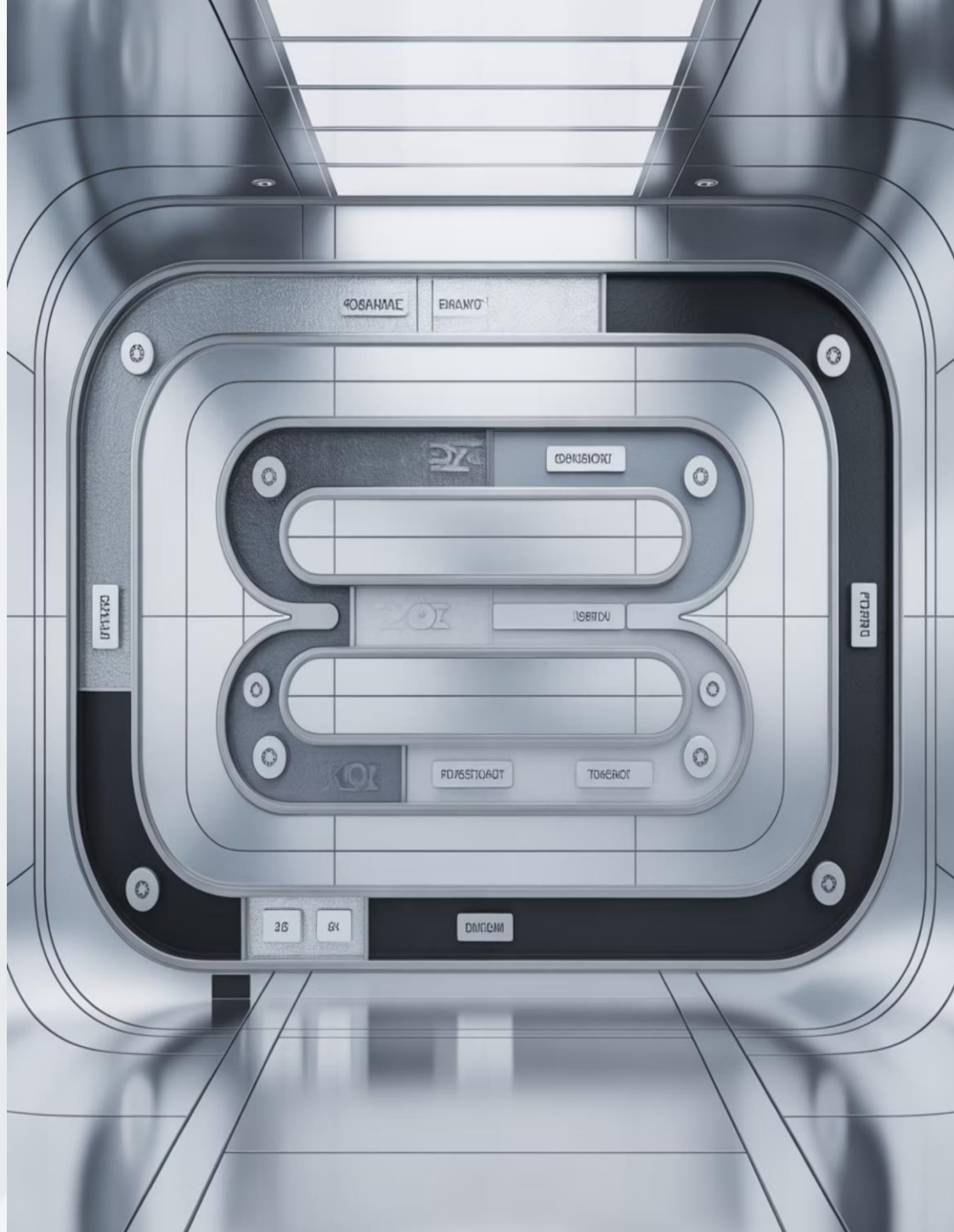
رصد الإشارات المبكرة للمشاكل المحتملة



المحاضرة العاشرة

العلاقات العامة وإدارة الأزمات في البيئة الرقمية

-الساعة الذهبية الأولى حاسمة. في العصر الرقمي، الأزمة يمكن أن تنتشر في دقائق.
-السرعة والشفافية والتعاطف هي مفاتيح النجاة.



مراحل الأزمة واستراتيجيات الاستجابة

1 — مرحلة ما قبل الأزمة

المراقبة : الاستعداد والوقاية
المستمرة، تطوير خطط الطوارئ،
Dark Site تدريب الفريق، وإنشاء
جاهز للتفعيل

2

مرحلة نشوء الأزمة

استخدام أدوات : الكشف المبكر
الاستماع الاجتماعي والذكاء
الاصطناعي للكشف الفوري عن
الإشارات التحذيرية

3

مرحلة الذروة

تفعيل : الاستجابة السريعة
فريق إدارة الأزمات، إصدار بيانات
رسمية، التواصل الشفاف
والمتعاطف مع الجمهور

4

مرحلة ما بعد الأزمة

تقييم : التعافي وإعادة البناء
الأضرار، تنفيذ خطط التعافي،
استعادة السمعة، والتعلم من
التجربة



النشاطات والاستراتيجيات التدريسية



الاختبار النهائي

تقييم شامل للمعارف والمهارات المكتسبة
طوال الفصل الدراسي



الاختبارات الأسبوعية

اختبارات قصيرة منتظمة لتعزيز الفهم
وقياس التقدم المستمر



المحاضرات التفاعلية

عشر محاضرات شاملة تغطي جميع جوانب
حملات العلاقات العامة الحديثة

يعتمد المقرر على منهجية تعليمية متكاملة تجمع بين النظرية والتطبيق، مع التركيز على تطوير المهارات العملية في تصميم وتنفيذ حملات العلاقات العامة الفعالة.

The background of the slide features a grayscale photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. Overlaid on this image are several semi-transparent icons representing various educational and technological concepts: a graduation cap, a target with an arrow, an open book, a magnifying glass, a play button on a screen, a bar chart, and a group of people. The overall aesthetic is modern and academic.

Thank You

MIDOCEAN
UNIVERSITY

