التاريخ : 06 / 07 / 2015

الرقم : 13452 / أر /2015

السادة / إدارة التدريــب المحترمـون

يطيب لإدارة مركز " أرض المعرفـة " أن تتمنى لكم دوام التوفيق، والنجاح في أعمالكم ، يسرنا أن نقدم لسيادتكم العرض الخاص بالبرنامج المذكور ادناه

Missouri State UNIVERSITY

ماجيستير إدارة العلاقات العامة والإعلام المهني المصغر

الإعتماد: معهد التنمية الإدارية – كلية إدارة الأعمال – جامعة ميزوري

الجهه المانحة : جامعة ميزوري – الولايات المتحدة الأمريكية

مثلث منهجية التدريب المستخدم طبقا لأحداث المستجدات :

- الإلتزام بأرقى المستويات المهنية ومساعدتهم في جميع الأوقات.. وفي كافة الأحوال.
- التركيز على إكساب الجدرارات وليس المعارف والمهارات.
- تحويل الأفكار والمعلومات النظرية الى إجراءات عملية وممارسات تطبيقية.
- إستخدام أنماط جديدة من الممارسات داخل قاعات التدريب.
- الإجابة على استفساراتهم بشكل فوري .. وبكفاءة وأمانة تامة.
- الإستماع الى متطلباتهم .. وتصميم حلول لتلبيتها.
- إستخدام الألعاب التدريبية ولعب الأدوار والمحاكاه.
- توفير أجواء يسودها الدفء والود .. لضمان تحقيق تجربة تعلم متميزة.

ماجيستير إدارة العلاقات العامة والإعلام المهني المصغر

09 – 20 أغسطس 2015 / دبي – تركيا

الأهداف العامة:

- الاطلاع على السياسات والاستراتيجيات الدولية في مجال العلاقات العامة.
- الاطلاع على مفاهيم إدارة الجودة الشاملة في التخطيط الإعلامي الشامل.
- تنمية قدرات رجال العلاقات العامة للرقي بمستوى الخبراء في العلاقات العامة.
- تقوية العلاقات بين المنظمة والعملاء، وتهيئة الأجواء الإيجابية والمريحة في العمل، وتعميق شعور الانتماء وشعور المسؤولية الفردية تجاه تحقيق المنظمة لأهدافها.
- التفاعل مع المجتمع بالمشاركة في الفعاليات المختلفة ذات العلاقة برسالة المنظمة.
- التخطيط لأعمال الدعاية والإعلان والتحرير والإنتاج لدعم ومساندة نظم العلاقات العامة.
- تنمية الطرق الإدارية لتطوير أعمال إدارة العلاقات العامة ودورها الهام في المنظمة

المحتويات العلمية للبرنامج:

- **إستراتيجيات إدارة العامة بالمفهوم الحديث.**
- **المفهوم الحديث للعلاقات العامة ووظائفها وأهدافها.**
- **المفهوم الشامل للعلاقات العامة ودورها في المؤسسات المعاصرة :**
  - الأبعاد الرئيسية للمنظمات المعاصرة.
  - المفهوم الإداري والمهني والوظائف المستحدثة للعلاقات العامة.
  - **الجوانب التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة وأهدافها ووظائفها :**
    - الاستراتيجيات والأشكال التي يمكن أن يتخذها نشاط العلاقات العامة .
    - العوامل المؤثرة على استراتيجيات تنظيم إدارة العلاقات العامة .
    - استراتيجية الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة .
    - أهداف ووظائف العلاقات العامة .
- **نظريات العلاقات العامة وتطبيقاتها.**

- **الفرق بينها وبين الإعلان والترويج والدعاية وتنشيط الأعمال.**
- **مبادئ العلاقات العامة، القيم الحاكمة، الأمور القانونية، codes، Ethic، Valus.**
- **البيئة الداخلية والخارجية لمنظمات الأعمال، ودورها في ترسيخ علوم العلاقات العامة**
- **(التأثير الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي).**
- **دور العلاقات العامة في منظمات الأعمال في عصر العولمة.**
- **العلاقات العامة ومسئولية الإدارة العليا تجاه المجتمع الداخلي والخارجي للمنظمات.**
- **تخطيط برامج العلاقات العامة وتقييم نتائجها.**
- **خصائص ومواصفات المشتغلين بالعلاقات العامة :**
  - خصائص مدير العلاقات العامة ومسئولياته.
  - المسئولية الإدارية لمديري العلاقات العامة.
  - الشروط والمواصفات الفطرية والمكتسبة للمشتغلين في مجال العلاقات العامة .
  - النواحي التعليمية والأخلاقية .

- **عمليات العلاقات العامة :**
  - طرق تحديد مشكلات العلاقات العامة .
  - منهج وضع الاستراتيجيات والبرامج التنفيذية .
  - طرق تنفيذ برنامج العلاقات العامة وتقييم البرنامج وقياس النتائج .
  - كيفية اختيار الموضوعات وتحديد برامج العلاقات العامة .
  - الجوانب السلوكية فى أنشطة العلاقات العامة :
    - أهمية تحليل الجوانب السلوكية للجماهير وأثره على سياسات الاتصال .
    - الفرد ومحددات سلوكه .
    - استراتيجية تغيير اتجاهات وسلوك جماهير المؤسسة .

- **استراتيجيات الاتصال الفعال مع العاملين :**

- برامج رفع الروح المعنوية والعلاقات الإنسانية مع العاملين .
- استراتيجية معرفة ما يطلبه العاملون من معلومات .
- استراتيجية معرفة السياسات التي تتبعها المنظمة مع العاملين .
- استراتيجية السعي إلى كسب قبول العاملين والتركيز على الاتصال المباشر.
- استراتيجية الحرص على إتاحة الفرصة للمشاركة فيما تقدمه المنشأة من أنشطة .
- استراتيجية تحفيز العاملين وإشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية.

- **وضع الخطط وبناء الهياكل التنظيمية في إدارة العلاقات العامة:**

- الرسالة والإستراتيجية: التخطيط الجيد/ تحليل نقاط القوة والضعف/ المسلك النقدي/ الأهداف/ إدارة التغيير.
- الأشخاص والعمليات: المواعيد/ المراجعة المستمرة/ بناء فريق العمل/ التقييم والنقد/ النصيحة.
- الجمهور: من ينصت؟/ ماذا يتوقع؟/ تحديد البرامج/ تقييم الأفكار/ العالم الواقعي/ التعامل مع الضغط السياسي.
- معايير الجودة وإجراءات تحقيقها.
- ضبط الجودة ومواجهة المشكلات المتكررة وكيفية التغلب عليها.
- أمثلة على تطبيقات تاريخية ناجمة لإدارة العلاقات العامة.

- **العلاقات التبادلية بين موظفي العلاقات العامة والجمهور :**

- مهارات الاتصال والعلاقات العامة ومستويات الاتصال ونظمه وأهميته في مجال العلاقات العامة والإعلام.
- أنواع الاتصال (الشخصي، المقابلة، الندوة، المؤتمر، ووسائل الاتصال الجماهيرية واستخدامها في مجال العلاقات العامة والإعلان).
- مؤهلات موظف العلاقات العامة ودوره ومهاراته المختلفة.

- أساليب وأدوات بناء الصورة الذهنية الطيبة عن المؤسسة والعوامل المؤثرة فيها.
- مفهوم الرأي العام، والطرق الكمية والوصفية لقياس اتجاهات الرأي العام والعوامل المختلفة التي تؤثر في تكوين الرأي العام.
- تأثير الضغط العام والمجتمع المدني على خطط إدارة العلاقات العامة.
- إدارة الأحداث الإعلامية (إعداد وتنظيم المؤتمرات الصحفية – برامج الزيارات الميدانية للوفود – حفلات الاستقبال) .

➢ **فن الإتيكيت والبروتوكول و كيفية التعامل مع كبار الشخصيات**

- التعرف على فن الاتكيت في العلاقات العامة.
- التعرف على اتيكيت الإصغاء و الحديث في العلاقات العامة.
- التعرف على بروتوكول الحفلات والولائم الرسمية.
- التعرف على بروتوكول الجلسة الافتتاحية والختامية للمؤتمرات.
- التعرف على طرق إعداد برامج الزيارات الرسمية لكبار الشخصيات.
- ربط وظائف العلاقات العامة و الإتكيت والبروتوكول والمراسم.
- تنمية القدرات والمهارات لإعداد المناسبات و الحفلات الرسمية وترتيب المدعوين.
- التعرف على القواعد الدولية لإتكيت التقديم و التعارف و المصافحة .
- التدريب على مهارات وفنون الحديث والاستماع ولغة الجسم .
- التعرف على آداب اللياقة والتعامل مع كبار الشخصيات من خلال تطبيق قواعد الإتيكيت.
- التعرف على فنون المراسم والبروتوكول في الزيارات الرسمية.

➢ **الأسبقية :**

- **نظم الأسبقية :**
  - الأسبقية داخل الدولة
  - الأسبقية بين ملوك و رؤساء الدول
  - الأسبقية بين رؤساء البعثات الدبلوماسية
  - الأسبقية فى السير

- أسبقية التحدث فى المناسبات الرسمية
- الأسبقية فى مقاعد السيارات
- الأسبقية فى الحفلات و المآدب
- أسبقية المجاملات

- **قواعد عامة فى الأسبقية**

✓ الملابس الرسمية :

- الملابس الرسمية للرجال:

– الملابس الرسمية للرجال (صباحاً)

– الملابس الرسمية للرجال (مساءاً)

- الملابس الرسمية للسيدات :

– الملابس الرسمية للسيدات (صباحاً)

– الملابس الرسمية للسيدات (مساءاً)

✓ التعارف و المصافحة

✓ قواعد التعارف

✓ قواعد المصافحة

✓ الأسبوع السادس

✓ بطاقات الزيارة

✓ القواعد الأساسية لبطاقات الزيارة

➢ **الأوسمة :**

- أنواع الأوسمة

➢ **القواعد العامة التى تحكم الأوسمة المدنية**

- المآدب الرسمية:
  - أنواع الحفلات
  - أشكال الموائد
  - تجهيز الموائد

- ترتيب الموائد من حيث الأسبقية
- اتيكيت المآدب
- مراسم رفع الأعلام

➢ **الوصول إلى وسائل الإعلام وتدعيم العلاقات مع الصحفيين ومنتجي المواد الإعلامية:**

- أنواع المقابلات أو الحوارات السائدة في وسائل الإعلام : حوار المعلومة/ حوار الرأي/ حوار السمات الشخصية.
- أساليب إعداد وتنظيم المؤتمرات الصحفية: الأهداف/ المكان الملائم/ ضوابط الزمن/ الدعوة/ توفير الوسائل التقنية/ المطبوعات والنشرات.
- أخلاقيات التعامل مع وسائل الإعلام.
- الوزراء والسفراء وقيادات العمل الرسمي وغير الرسمي
- مسؤولو المؤسسات الذين يتعرضون لمواجهة وسائل الإعلام.
- المتحدثون الإعلاميون باسم مؤسساتهم.

➢ **عناصر كتابة الخبر الصحفى .**

➢ **قواعد ومعايير كتابة الخبر الصحفى .**

➢ **مفهوم التوثيق وأهميته ودوره في تفعيل أداء العلاقات العامة:**

- دور واستخدامات الأرشفة في العمل.
- أهمية الأرشفة الإلكترونية ومكوناتها، وأدواتها، والمجالات التي تستخدم فيها.
- أنواع الوسائل المستخدمة في أرشفة الوثائق ومزاياها وعيوبها.
- الطرق السليمة في التعامل مع الوثائق.
- حماية المعلومات من الاختراق، وطرق التأمين المتوفرة في الأرشفة الإلكترونية.
- القواعد والمعايير الأخلاقية السائدة في مجال الأرشفة الإلكترونية.

➢ **دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات :**

- مفهوم الأزمة وخصائصها وأنواعها في المنظمات المعاصرة
- العوامل المؤثرة فى ادارة الازمات.
- مراحل ادارة الازمات
- التكنيكات الاعلامية فى ادارة الازمات .
- أساليب تنظيم المؤتمرات الصحفية وإصدار البيانات الإعلامية :
  - مفهوم وحالات واحتياجات المؤتمر الصحفي .
  - تنظيم الزيارات الصحفية وإعداد البيان الصحفي

مشروع التخـــــــرج للماجيستيـــــر

مشروع تصميم وتطبيق خطة علاقات عامة للتأثير على شريحة من المجتمع.

Graduation Project

- فكرة المشروع.
- آليات التطبيق (النتائج والتقييم)
- العرض التقديمي.

Missouri State UNIVERSITY

العرض المالـــــي

تاريخ الإنعقاد	مدة البرنامج	مكان الإنعقاد
09 – 20 أغسطس 2015	أسبوعان	دبـــي – تركيـا
رسـوم تكلفـة البرنامـج		
دبـــي :	3750 دولار للمتدرب الواحد (التكلفة لا تشمل مصاريف الإقامة)	
تركيـــا :	3850 دولار للمتدرب الواحد (التكلفة لا تشمل مصاريف الإقامة)	
التكلفة تشمل :	1. رسوم الماجيستير + مادة الماجيستير. 2. شهادة حضور من أرض المعرفة. 3. شهادة الماجيستير المهني المصغر في إدارة الأعمال من جامعة ميزوري MBA – الولايات المتحدة الامريكية 4. حقيبة الماجيستير +القرطاسية+ قرص مدمج عليه مادة الماجستير. 5. ضيافة يوميا.	

آملين أن تنال إعجابكم ورضاكم وأن تكون بداية للتعاون المثمر والمتواصل فيما بيننا

المدير العام

منال حسنين ابراهيم

Missouri State University

طلب التسجيل يرجى التكرم بتعبئة الطلب التالـــــــي:

مسمى البرنامج : ماجيستير إدارة العلاقات العامة والإعلام المهني المصغر	تاريخ الانعقاد 09 – 20 أغسطس 2015	مكان الانعقـاد دبـي – تركيـا
اسم المشارك :		الوظيفة:
المؤسسة :		العنوان :
هاتف :		فاكس:
موبايل:		البريد الالكتروني:

- □ دبي : رسوم المشاركـــــة 3750 دولار للمتدرب الواحد
- □ تركيـا : رسوم المشاركـــــة 3850 دولار للمتدرب الواحد

وتشمـــــل:

- رسوم الماجستير + مادة الماجستير.
- شهادة حضور من أرض المعرفة.
- شهادة الماجستير المهني المصغر في إدارة الأعمال من جامعة ميزوري MBA – الولايات المتحدة الامريكية
- حقيبة الماجستير + القرطاسية + قرص مدمج عليه مادة الماجستير.
- ضيافة يوميا.

(التكلفة لا تشمل مصاريف الإقامة)

اسم وتوقيع المشارك أو المدير المسئول :	ختم المؤسسة:

المنظمون : **مركز " أرض المعرفـــــــــــة "**

Knowledge land

INTERNATIONAL ACCREDITATIONS

HEAD OFFICE COMPANY GROUP

DUBAI -SH.ZAYED ROAD-CITY TOWER 2

CALL CENTER FOR COMPANY GROUP :0097143513999

CENTRAL FAX OF COMPANY GROUP: 0097142557615

MOBILE 00971505859048

Email: mohamed@knowledge-land.org

www.knowledge-land.org

Our Vision: To become one of the most important leading centers in the field of training through the development of standards of excellence and the provision of high quality.

رؤيتنا : أن نصبح أحد اهم المراكز الرائدة في مجال التدريب من خلال وضع معايير التميز وتوفير جودة عالية