

الفصل السابع

التدريب للعلاقات العامة

- تمهيد.
- مفهومه.
- أهمية
- أهدافه.
- معوقاته.
- محتوى البرنامج التدريبي
- أساليبه.
- التخطيط للتدريب.
- تقويم البرنامج التدريبي.
- نماذج تطبيقية لبرامج تدريبية للعلاقات العامة.

obeikandi.com

التدريب للعلاقات العامة:

التدريب عنصر مهم لأجهزة الإدارة، لأنه يؤدي يؤدي إلى تحسين أداء الأفراد وإحداث التغيير اللازم لسلوك الفرد، وتزويده بالمهارات والأفكار والمعلومات التي تمكنه من تنفيذ الأعمال الموكلة إليه، وتساعد على مواكبة التطورات التكنولوجية وتسخيرها لتحسين الأداء، والتدريب هو الوسيلة التي تمكن العاملين من القيام بدورهم على أفضل وجه، وإيجاد الحلول للمشكلات التي تواجههم في مواقع عملهم. مما ينعكس على تحسين إنتاجيتهم كما وكيفا، ولا يعتبر غاية في حد ذاته وإنما وسيلة لتحقيق هدف محدد، وكذلك يعتبر التدريب في مجال أخلاقيات الخدمة العامة عنصراً مهماً لتحسين مستوى الأداء الأخلاقي في الخدمة العامة، فمن خلال عملية التدريب يمكن التأثير إيجاباً على سلوك واتجاهات الفرد نحو الخدمة العامة.

والعلاقات العامة من المهن التي تحتاج إلى تنمية مهارات العاملين بها، مما يؤدي إلى الحاجة المستمرة للتدريب، وقد لا توفر الكثير من المؤسسات فرص التدريب، ولا يستطيع القائمون بها مواكبة التغيير المستمر في أساليب الحياة وخاصة مع انتشار وسائل التقنية الحديثة مما يؤدي إلى الإحساس بعدم التكيف مع العصر مما يمثل ضغطاً على فاعلية العمل.

ولتوفير التدريب المناسب اقترح كل من "جينتس" و "كراتسون" عام ١٩٩٢م، ثلاث نماذج أو مستويات للتعليم المهني.

المستوى الأول:

التلمذة المهنية: ويكون التدريب هنا في المرحلة السابقة على الخبرة المهنية أي عند بداية التوظيف، ويكون التدريب أيام الراحة

الأسبوعية، ويتم التأكيد على الأساليب العلمية ويصحب التدريب الممارسة المهنية.

المستوى الثانى:

وهو خاص بالممارسين، لاستكمال جوانب الخبرة الناقصة، ويهدف التدريب إلى تكوين قاعدة معرفية نظامية مبنية على أساس فروع المعرفة الأكاديمية.

المستوى الثالث:

للقادات، ويؤكد على الكفاءة المهنية ويصل الفجوة ما بين التعليم والتوظيف.

والمشكلة الأساسية التى تواجه التدريب هى فى تحديد البرامج وفى تحديد العناصر التى تتكون من الكفاءة وفى تحديد الكفاءات المطلوبة لكل مستوى.

وفى تناولها لقضية التدريب المتواصل، قامت جمعية العلاقات العامة الدولية فى أبريل ٢٠٠٠ بإصدار خطة تطوير التميز **Developing Excellence** وهى مشروع خطة تنمية متواصل تتضمن أربع مستويات لتنمية المهارات الخاصة للعاملين بالعلاقات العامة الدولية، ويتم تحديد المستوى وفقا لسنوات الخبرة

فالمستوى الأول يلزم خبرة ست سنوات فى مجال العلاقات العامة، والمستوى الثانى من ٦ - ٩ سنوات، والثالث من ٩ إلى ١٥ سنة، والرابع ما يزيد على ١٥ سنة خبرة بمجال العلاقات العامة.

ويتضمن كل مستوى المهارات الخاصة به بدءا من التدريب الأساسى على وسائل الإعلام بالمستوى الأول وصولا إلى إدارة القضايا الاستراتيجية ومهارات مجلس الإدارة بالمستوى الرابع.

إن مستقبل العلاقات العامة يعتمد على الاستثمار المتزايد فى التعليم والتدريب وإن دعم مهنة العلاقات العامة كبضاعة هو المفتاح إلى المستقبل ، ويرتبط هذا بالتعليم والتنمية المهنية، ويتضمن هذا علاقات قوية بين الهيئات المهنية القائمة والمعاهد التعليمية والممارسة.

إن إعداد وتدريب ممارس العلاقات العامة أمر غاية فى الأهمية، ولا يمكن أن تقوم به جهة واحدة بمفردها مهما كانت إمكاناتها وجهودها الصادقة، ولا بد من تضافر الجهود والتعاون والتنسيق بين الجهات المختلفة التى تهتم بهذا الموضوع ويعنيها النجاح فى الارتقاء بمستوى التدريب والإعداد حتى تستطيع العلاقات العامة تحقيق المزيد من الكفاءة والفعالية والقوة.

مفهوم التدريب:

يفرق العلماء بين التدريب والتعليم، فالتعليم هو النشاط الذى يستهدف تزويد الفرد بمجموعة المعارف الأساسية التى تجعل الفرد صالحاً لأن يكون عضواً فى المجتمع، أما التدريب فهو النشاط الذى يهدف إلى تنمية قدرات الفرد على أداء العمل، أى تزويد الفرد بالقدرات والمهارات اللازمة لأداء العمل، ولذلك يبدأ التدريب بالعمل فى حين أن التعليم يبدأ بالفرد ذاته.

ويقوم التدريب على فكرة هامة كما يرى دكتور بركات عبدالعزيز، وهى أن الحياة متجددة، ولذلك فإن التدريب هو الوسيلة التى تمكن العاملين من مسايرة هذا التجدد المستمر وتمكنهم كذلك من اكتساب كفاءة أكبر فى العمل حاضرا ومستقبلا وتنمى فيهم الرغبة فى استخدام قدراتهم أفضل استخدام.

وعلى ضوء هذا يمكن تعريف التدريب بأنه الجهود المبذولة لتزويد العاملين بالمهارات والمعارف والسلوكيات التي تساعد على تجاوز جوانب القصور في أداء العاملين ورفع مستوى الأداء بالصورة التي تساعد على تطور العمل ومواكبة التجدد المستمر في مختلف جوانب الحياة.

وتعريف آخر للتدريب بأنه إجراء تعليمي يساعد الأفراد على اكتساب أو تعلم المهارات والأفكار والاتجاهات والمعرفة اللازمة للوصول إلى الأهداف المرسومة وفق خطط التنمية الشاملة.

كما يمكن تعريفه بأنه عملية شاملة ومعقدة تتناول جميع التدابير اللازمة لإيصال الفرد إلى وضع يخوله من الاضطلاع بوظيفة معينة وإنجاز المهام التي تتطلبها، وجعله قادراً على متابعة العمل في الإدارة.

أهمية التدريب:

انتهت العديد من الدراسات إلى أهمية التدريب كأحد المراكز الأساسية لتطوير الأداء، فالتعليم الجامعي وحده لا يؤهل للممارسة العملية للمهنة ، ولا بد بعدها من التدريب المستمر لتوفير وصقل الخبرات التي تكتسب من المران والاحتكاك الفعلي.

والتدريب ليس إهداراً للموارد المالية للمنشأة كما يقول بعض المتشائمين، ولكنه أغلى أنواع الاستثمار البشري الذي يحقق عائداً بلا حدود قصوى، وبخاصة إذا ما توافر للفرد كل الظروف الملائمة التي تسهل مهمته في تحقيق الإنجاز الذي تطمح إليه المنشأة.

والتدريب كما يقول محفوظ الزهري من أكثر الاستراتيجيات المعترف بها في مجال تنمية الموارد البشرية لتحسين الأداء، فمعظم المنشآت حالياً تخصص له نسبة كبيرة من استثماراتها في مجال

التنمية البشرية، ويتكون التدريب من تجارب عملية تزود بها المنشآت العاملين لديها، وهذه التجارب تصمم لتنمية مهارات ومعارف جديدة تستخدم مباشرة عند العودة للعمل.

وللدلالة على أهمية التدريب صدر فى عام ١٩٨٢م، القرار الجمهورى رقم ٤٥ الذى نص على تشكيل مجلس أعلى لتنمية القوى البشرية والتدريب برئاسة مجلس الوزراء وعضوية بعض نواب رئيس الوزراء، ويختص هذا المجلس الأعلى برسم السياسات القومية لتخطيط وتنمية القوى البشرية بما يضمن تحقيق الاستخدام الأمثل للعنصر البشرى، ويعاون المجلس فى مباشرة اختصاصاته وفى متابعة ما يصدره من قرارات لجنتين هما :

• لجنة القوى العاملة والتدريب المهنى.

• ولجنة تخطيط القوى العاملة والتدريب الإدارى.

ويكتسب التدريب والعلاقات العامة أهمية من خلال الخطوط

العريضة التالية:

١- يبعث التدريب الثقة فى نفوس المتدربين عندما يشعرون بأنهم أصبحوا على درجة من الكفاية والإحساس بالقيمة الذاتية عندما يتقنون أداء أعمالهم أكثر من ذى قبل.

٢- يساعد على مواجهة التغيرات فى الأنظمة الاقتصادية والاجتماعية ومواكبة التطورات التكنولوجية السريعة من خلال تنمية قدرة المتدربين على التجديد والاختراع.

٣- يزود العاملين الجدد والقدامى بالمعلومات المتصلة بأساليب العمل ولوائحه ونظمه والهيكل التنظيمى مما يساعد على الاندماج فى بيئة العمل والتكيف معها.

٤- يوفر الفرصة للمنشآت لمواجهة مشكلة انخفاض مستوى الإنتاجية الناتج عن نقص المهارات والمعارف لدى العاملين بسبب الفجوات التي يتركها نظام التعليم الجامعي في ظل الإعداد الكثيفة، ونقص المهارات اللازمة للأداء والتي يفتقر إليها عدد كبير من أفراد قوة العمل.

٥- تزويد أفراد الإدارة العليا بالمهارات اللازمة لأداء وتنظيم العمل بما يساعد على تلافى المشكلات الناجمة عن سوء الإدارة.

٦- تغيير الاتجاهات والسلوك وخاصة في مجال العلاقات العمل.

أهداف التدريب:

إذا كان التدريب يهدف إلى تحقيق تغيير في سلوك المتدربين فإن هذا التغيير لن يتحقق ما لم تتوافر لدى العنصر البشري الرغبة والمقدرة على التطوير والتكيف مع الظروف المحيطة، وهذا أيضاً لن يتحقق إلا من خلال تنمية الوعي بأهمية التدريب ودوره في إكساب المتدربين القدرة على البحث عن الجديد وبأهميته لإشباع الاحتياجات التدريبية الحقيقية للمتدربين وفي تحقيق الأهداف الآتية:

١- زيادة مستوى الرضا الوظيفي للعاملين وتحقيق الذات للعاملين الذين يمتلكون عنصر الطموح .

٢- تنمية شعور الموظف بالانتماء للمنشأة.

٣- تنمية القدرة لدى العاملين على التكيف مع المتغيرات الفنية والاقتصادية والاجتماعية والعلاقات العامة مما يساعد على الارتقاء بالأفراد وجودة العمل.

٤- تلبية احتياجات المنشأة من القوى البشرية المتخصصة في مختلف مجالات العلاقات العامة مما يساعد على الارتقاء بالأداء وجودة

العمل، والعمل بفاعلية، وتخفيض تكاليف العمل، واختصار الوقت
اللازم للأداء، والمحافظة على الأجهزة وصيانتها، مما يساعد على
رفع مستوى الإنتاج وتحسينه من الناحيتين الكمية والنوعية.

٥ - استخدام التدريب كأسلوب من أساليب التحفيز والترقية.

٦ - إعطاء صورة صادقة عن طبيعة عمل العلاقات العامة ورسالتها
من خلال حرص المنظمات على إعطاء دورات تدريبية لممارسيها
هدفها تطوير الأداء والارتقاء بمستوى المهنة.

٧ - تنظيم الندوات والحلقات النقاشية حول القضايا ذات العلاقة بمهنة
العلاقات العامة وممارستها.

إن المهمة الأساسية للتدريب هي توفير برامج لتنمية الموارد
البشرية، بالإضافة إلى توفير الخدمات والأنشطة اللازمة لتدعيم المركز
التنافسي للمنشأة، ورفع كفاءة وفعالية المنظمة في أداء عملياتها،
ولضمان تقديم البرامج والخدمات في الوقت المناسب يجب أن يتم
تخطيط وتنفيذ العديد من الأنشطة المهمة ضمن عملية التدريب
والتطوير، ومن أهم هذه الأنشطة تحديد الاحتياجات.

فالتدريب ذو أهمية بالغة لكل من الموظف والإدارة، حيث يمكن
الموظفين من زيادة إنتاجيتهم من خلال الاهتمام بتنميتهم وتزويدهم
بالمعارف والمهارات اللازمة للقيام بواجباتهم وكذلك الاستفادة من
التكنولوجيا وتسخيرها لتحسين أدائهم، مما يؤدي إلى تحسين أداء
الإدارة، وكذلك إكساب الفرد الثقة بنفسه والقدرة على العمل دون
الاعتماد على الآخرين مما يزيد من احترام الفرد لنفسه ويعزز بالتالي
احترام الآخرين له. وكذلك إكساب الموظفين خبرات ومهارات جديدة
تؤهلهم لتحمل المسؤوليات والارتقاء بالعمل لشغل المناصب القيادية
وتنمية النواحي السلوكية للموظفين، لأن العنصر البشري في أي

مجتمع من المجتمعات هو الركيزة الأساسية لنمو المجتمع وتقدمه وازدهاره. فالإنسان هو أداة الإدارة وهدفها فى نفس الوقت، ولا يستطيع أن ينهض بهذا الدور ما لم يكن هناك تنمية لقدراته ومهاراته لأداء هذا الدور.

معوقات التدريب:

توجد معوقات عديدة تواجه الأخذ بأسلوب التدريب فى المؤسسات وتقلل من فاعليته وأهميتها وهى كما حددها على أحمد على وآخرون فى دراسة بعنوان "سلوك الإنسان الفردى والسلوك فى المنظمات" ١- عدم وضوح الهدف من التدريب:

فالقائمون على أمر التدريب فى مختلف المنشآت ينقصهم الفهم الواضح لأهداف التدريب، فمعظمهم يعتقد أن أهداف التدريب هى مجرد توصيل مهارات أو خبرات أو معلومات للمتدربين، وهم بذلك يغفلون أهم أهداف التدريب ومن بينها محاولة تغيير اتجاهات العاملين السالبة غير المرغوب فيها وبناء اتجاهات إيجابية معتمدة للعمل وللمتدربين أنفسهم.

٢- نقص إمكانيات التدريب:

فالتدريب سواء أكان إدارياً أم على مهارة صناعية يحتاج إلى إمكانيات وإلى مكان مناسب معد إعداداً جيداً وإلى وسائل معينة للتدريب وميزانية لشراء أدوات وخامات التدريب ولدفع أجور مجزية للمدربين حتى يمكن اختيار أفضلهم.

٣- عدم توافر المدربين الأكفاء:

نجاح التدريب يتوقف على توافر المدرب الصالح القادر على تحمل مهام التدريب وتكون لديه القدرة على توصيل مهاراته وخبراته ومعلومات للمتدربين.

٤- المجاملة في اختيار المتدربين:

ففى بعض برامج التدريب تلعب الصداقات والمجاملات دورها فى اختيار المتدربين وفى اختيار المدربين أنفسهم.

٥- عدم تنوع أساليب التدريب:

فأساليب التدريب كلما تنوعت كما زاد ذلك من فاعلية التدريب.

٦- اختيار الوقت غير المناسب للتدريب.

٧- عدم الحرص على الاستفادة من أفكار المتدربين الجديدة عند عودتهم للعمل.

٨- التركيز فى التدريب على جوانب نظرية بعيدة تماما عن الواقع العملى، ولا يمكن تطبيقها فى ظروف العمل السائدة.

٩- نقص حوافز التدريب.

١٠- عدم اقتناع الإدارة العليا بأهمية التدريب وجدواه فى كثير من المنشآت.

١١- شعور بعض العاملين بأنهم أصحاب خبرة ومهارة ولا يحتاجون إلى أية تدريب.

ورغم ذلك فإن مشكلة الإدارة كما يقول تانمس ديكسون" هى مشكلة احتفاظ العاملين بالمنشأة بأعلى مستوى من الكفاءة فيما يكلفون به من أعمال خاصة وأن أعمال التصنيع فى تجدد وتطور مستمر للآلات والمنتجات مما يتطلب ضرورة إحلال أعمال جديدة محل

أخرى قديمة واكتساب العاملين لمهارات وخبرات جديدة غير ما ألفوه واعتادوه.

محتوى البرنامج التدريبي وأساليبه:

ينبغي أن يراعى فى محتوى البرنامج التدريبي للعلاقات العامة كما انتهى إلى ذلك وليد خلف الله فى دراسته عن أخلاقيات العمل فى العلاقات العامة الجوانب الآتية:

١- أن يعبر البرنامج عن احتياجات حقيقة للمدربين ويستكمل جوانب النقص.

٢- أن يتعامل مع الواقع ويسعى إلى تغييره للأفضل.

٣- أن يتناسب المحتوى مع قدرات ومهارات ومستوى معرفة المتدربين.

٤- أن تكون مجالات الدورات التدريبية سهلة وبسيطة ومحددة وأن تكون فى صميم عمل ممارس العلاقات العامة وبعيدة عن التكلف والنمطية.

٥- أن تعالج الدورات نقص معيناً أو تضيف فناً جديداً أو مهارة جديدة تفيده أثناء عمله وليست عملاً مكرراً لا جدوى منه.

أساليب التدريب:

ويستخدم لتحقيق أهداف البرنامج أساليب متنوعة: كالمحاضرات والمناقشات والندوات والمؤتمرات ودراسة الحالة وتمثيل الأدوار والتدريب فى الميدان أو داخل المعمل، مع الاستعانة بالمعينات كالصور والرسوم والخرائط والأفلام والشرائح وغيرها.

على أن الاختيار بين هذه الأساليب يتوقف على شخصية المدرب ومدى إلمامه بالأسلوب التدريبي المستخدم وطبيعة المتدربين

ومستوياتهم العلمية ونوع البرنامج التدريبي وكذلك مكان البرنامج والميزانية المخصصة له.

والمدربون البارعون يعملون جيدا مع المجموعات بصورة طبيعية، فمن خلال إبداعهم، وطاقتهم الشخصية، يشجعون الأفراد والمجموعات، ويسهلون لهم تحقيق التفوق.

والمدربون الأكثر تقليدية قد يجدون صعوبة فى محاكاة هذه الطريقة، فعليهم أن يتعلموا سلوكيات جديدة، وقد يكون أسلوبهم توجيهيا أكثر، أو أنهم اعتادوا على اتخاذ دور "الخبير".

ويجب أن يشمل التدريب مزيجاً من المشاركة الفعالة، وتقديم المعلومات، فالمتدربون يفضلون أن يشعروا بأن المدرب قد أعطاهم شيئاً ما، قد يكون نموذجاً أو عملية، أو معلومات ، فهم لا يرغبون فى الشعور بأن كل ما فعله المدرب، هو ما يعرفونه تماماً، وذلك يؤيد المثل القديم عن المستشار الذى يستعير ساعتك ليخبرك الوقت، ثم تدفع له ثمن هذه الميزة.

إن التدريب نفسه يتغير، فلقد اختلفت مراكز تقليدية عديدة للتدريب، وتم استبدالها بمراكز أخرى، كمصدر للتعليم عن بعد، وتعليم مدير الإدارة، وتعتبر المنظمات اليوم أن حضور أي حدث تدريبي هو استثمار مهم، ولا بد أن يرتبط بأهداف العمل.

التخطيط للتدريب:

يتم التخطيط للتدريب وفقاً للأسس والخطوات الخاصة بوضع الخطة، ومنها تحديد أهداف البرنامج التدريبي وفقاً للميزانية المحددة، وتحديد محتوى التدريب، والشروط الواجب توافرها فى كل من المدربين والمتدربين، واختيار وتحديد مكان التدريب وتوقيتاته

ووسائله وأساليب التدريب والتقويم، واتخاذ كافة الإجراءات الإدارية اللازمة.

تقويم البرنامج التدريبي:

تتضمن الخطة المقترحة كما يقول الدكتور راسم الجمال فى دراسته عن التأهيل العلمى والمهنى وعلاقته بقواعد السلوك المهنى فى ضوء النظام الإعلامى العلمى الجديد، يتضمن وضع أسس تقويم البرنامج ومدى تحقيقه للأهداف الموضوعه، والمعايير الموضوعه المستخدمة فى التقويم فى شكل درجات للحضور والمشاركة والالتزام بالتعليمات والالتصهار فى العمل الجماعى وقياس المعرفة والمهاره والإجاز فى ظل قيود العمل.

ويشمل التقويم كل من المدربين والمتدربين وظروف التدريب حتى عملية رصد الإيجابيات والسلبيات والاستفادة منهما فى البرامج التالية. إن تقويم البرامج هو الذى يكشف حجم نجاح أو فشل العملية التدريبية ويقيس تطورها.

نماذج تطبيقية لدورات تدريبية فى مجال العلاقات العامة دورة لتنمية مهارات العاملين بالعلاقات العامة

أهداف البرنامج:

- ١- تزويد المتدرب بمجموعة من المهارات التى تؤهله لممارسة العلاقات العامة الفعالة.
- ٢- الارتفاع بمستوى قدراته فى التطبيق العملى الكفاء للعلاقات العامة.
- ٣- تمكين المتدرب من التخطيط لنشاط العلاقات العامة.
- ٤- تنمية إحساسه بما يمكن أن يواجهه من مشكلات.
- ٥- تنمية تفكيره بشأن مختلف الاحتمالات التى يمكن أن يأخذها فى الاعتبار عند التعامل مع هذه المشكلات.
- ٦- إكسابه القدرة على صياغة برنامج للعلاقات العامة.
- ٧- الارتفاع بمستوى وعيه بشأن متطلبات البرنامج وآليات تنفيذه.
- ٨- التعرف على الأساليب المختلفة لتقويم نشاط العلاقات العامة وقياس مدى فعاليته والوقوف على مستوى قدرات المندوب والثغرات الكامنة فى الأداء والمجالات التى ينبغى تطويرها.

محتوى البرنامج:

- ١- التخطيط للعلاقات العامة وأهميته.
- ٢- أنواع التخطيط المستخدمة فى العلاقات العامة.
- ٣- متطلبات ومقومات التخطيط الناجح.
- ٤- الفرق بين الخطة والبرنامج.
- ٥- أنواع برامج العلاقات العامة وكيفية صياغتها.
- ٦- أهمية تقويم جهود العلاقات العامة.

- ٧- أساليب تقويم جهود العلاقات العامة.
- ٨- نماذج تطبيقية لتقويم فاعلية العلاقات العامة.
- ٩- معايشة المندوب لبيئة العمل عبر الزيارات الميدانية التى تغطى أجهزة حكومية وشركات ومؤسسات أهلية.
- ١٠- إنجاز مهام العلاقات العامة فى جهات معينة (تطبيق عملى: لدى الأجهزة الحكومية - العلاقة بين الشركات الأخرى - العلاقة مع جمهور المساهمين أو الموردين أو الموزعين أو المراجعين أو الجمهور الداخلى).
- ١١- ورش عمل حول كيفية إنجاز مندوب العلاقات العامة لمهامه بشأن تأشيرة العمل - تأشيرة الزيارة - ختم الإقامة - بطاقة العمل - نقل الكفالة - رخصة البلدية. .. إلخ.
- ١٢- جماعات النقاش التى تقوم على تبادل الآراء بشأن مشكلات العمل والحلول المختلفة لها، ويشارك فيها المتدربون والخبراء الممارسون والمدرّبون.
- الجمهور المستهدف:**
- صمم البرنامج للمتدربين الذين أنهوا برنامج أسس العلاقات العامة بنجاح لكى يؤهلهم للعمل الميدانى.
- فترة التدريب:**
- مدة التدريب عشرون ساعة (٢٠) تتوزع على خمسة أيام، يجرى تنفيذها فى جلسات يومية تغطى كل واحدة منها قسما معينا من موضوعات الدورة.

غرفة تجارة وصناعة عمان :

دورة تدريبية فى مجال العلاقات العامة الإلكترونية

خلال الفترة من ٢٦ إلى ٣٠ مارس ٢٠٠٥م.

مقدمة:

اكتسب نشاط العلاقات العامة أهمية كبرى فى منظمات اليوم، سواء تلك التى تهدف إلى الربح أو تلك المنظمات غير الهادفة للربح، كالمنظمات الحكومية، وقد برز دور العلاقات العامة نتيجة للتحديات والتغيرات العالمية المعاصرة مما أدى إلى تزايد أهميتها وتدعيم إسم المنظمة، وتكوين صورة ذهنية محببة فى أعين جماهيرها، وقد أثرت التغيرات التكنولوجية فى نوع وشكل العلاقات العامة التى يمكن استخدامها فى علاقاتها بالجمهور الداخلى، والخارجى للمنظمة، ومن ثم فعلى منظمات اليوم أن تقوم بالتوظيف الفعال للتكنولوجيا الحديثة، الإنترنت والانترنت فى خدمة جماهيرها.

الهدف من البرنامج:

يهدف البرنامج بصفة عامة إلى بيان كيفية توظيف أساليب التكنولوجيا الحديثة فى أداء وظائف العلاقات العامة وأنشطتها، وبصور أكثر تفصيلا يسعى البرنامج إلى تحقيق الأهداف التالية:

- إبراز الدور الحديث للعلاقات العامة فى ظل التغيرات والتحديات المعاصرة.
- إثراء المشاركين بأحدث الأفكار والأدوات التى توضح كيفية أداء أنشطة العلاقات العامة إلكترونياً.

- تنمية مهارات المشاركين فى كيفية استخدام الإنترنت والانترنت فى أداء أنشطة العلاقات العامة فى علاقاتها بالجمهور الخارجى والداخلى للمنظمة.

محاور البرنامج

المحور الأول:

- دور العلاقات العامة فى ظل التغيرات أو التحديات العالمية المعاصرة.
- التغيرات والتحديات العالمية وأثرها على أداء ممارسات المنظمات.
- أمثلة للممارسات الحديثة للمنظمات فى علاقاتها بالأطراف المختلفة.
- أهداف العلاقات العامة من منظور حديث.
- فلسفة العلاقات العامة فى علاقتها ب جماهيرها.
- الدور الحديث للعلاقات العامة (الدور البيئى، التسويقي، الإعلامى، الاستراتيجى، والتفاعلى).

المحور الثانى:

- المفاهيم الاساسية للعلاقات العامة الإلكترونية.
- العلاقات العامة بالإنترنت وعبر الإنترنت.
- التفريق بين الإنترنت والإنترنت والاكسترنات.
- دور تكنولوجيا المعلومات فى دعم أداء العلاقات العامة.
- متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات فى مجال العلاقات العامة.
- تصميم موقع المنظمة على الإنترنت.

- الحكومة الإلكترونية كأحد تطبيقات العلاقات العامة الإلكترونية.
- أمثلة الواقع العالمى، للمواقع الإلكترونية (on line) لبعض المؤسسات الحكومية ومنظمات الأعمال.

المحور الثالث:

- تدعيم العلاقات مع الجمهور الداخلى للمنظمة الإلكترونية.
- الإنترنت كأداة إلكترونية لتدعيم العلاقات مع الجمهور الداخلى.
- أهم أنشطة العلاقات العامة التى يمكن تنفيذها إلكترونياً.
- أنشطة العلاقات العامة بالنسبة للإدارة العليا، والعاملين والمنظمة ككل.
- ورشة عمل للتطبيقات والأدوات الإلكترونية المستخدمة فى تنفيذ أنشطة العلاقات العامة داخل المنظمة.

المحور الرابع:

- الدور التسويقى للعلاقات العامة وعلاقتها بالجمهور الخارجى.
- تدعيم العلاقات مع الجمهور الخارجى إلكترونياً.
- مجالات تطبيق العلاقات العامة إلكترونياً لدعم الدور التسويقى للمؤسسات الحكومية
- البحوث والدراسات والمعاملات.
- تصميم المنتجات والخدمات.
- خدمة العملاء.
- التوظيف.

المحور الخامس:

- نحو تطبيق نظام فعال للعلاقات العامة.
- الدور الاستراتيجي للعلاقات العامة.
- متطلبات العبور نحو العلاقات العامة الإلكترونية.
- معوقات تنفيذ الأساليب الإلكترونية في المنظمات.

المشاركون في البرنامج:

يوجه هذا البرنامج أساسا إلى كافة العاملين في مجال العلاقات العامة، والإعلام والموارد البشرية، من مديري الإدارات ونواب مديري الإدارات، والاختصاصيين ، ومن تؤهلهم المنظمة لشغل تلك الوظائف.

فلسفة وأسلوب تنفيذ البرنامج:

يعتمد البرنامج على فلسفة مؤداها أن تفاعل ومشاركة المشاركين في البرنامج هما الضمان الأساسي لنجاح وتحقيق الأهداف المشتركة.

ويعتمد البرنامج في تنفيذه على الأساليب التالية:

- عرض مختصر للمفاهيم الأساسية.
- ورش عمل .
- عرض لمواقع إلكترونية للمنظمات on line باستخدام تسهيلات الإنترنت.
- المناقشات والحالات العملية.
- لغة البرنامج هي اللغة العربية.

خطة برامج التدريب الإدارى والإعلامى بأحد المؤسسات الخليجية

م	اسم البرنامج	مدة البرنامج	تاريخ البرنامج	الرسوم للمشارك الواحد
١	تخطيط الحملات الإعلامية	٤ أيام - ١٦ ساعة	١٢-١٥/٨/٢٠٠٦ بيروت	١٢٠٠ دولار
٢	تصميم وإدارة الموافق الإلكترونية	٥ أيام - ٢٥ ساعة	٥-٩/٨/٢٠٠٦ دبي	١٢٠٠ دولار
٣	الوظائف الجديدة للعلاقات العامة	٤ أيام - ٢٠ ساعة	١٢-١٥/٨/٢٠٠٦ القاهرة	١٢٠٠ دولار
٤	ورشة عمل تحليل محتوى المواد الإعلامية	٤ أيام ٢٠ ساعة	٩-١٢/٩/٢٠٠٦ ١٦-١٩/٩/٢٠٠٦	٢٤٠٠ ريال
٥	أساسيات العمل الإعلامي	٥ أيام ٢٥ ساعة	٩-١٣/٩/٢٠٠٦	

م	اسم البرنامج	مدة البرنامج	تاريخ البرنامج	الرسوم لمشتري الواحد
٦	فاوض لتسكب دائما	يومان ١٠ ساعات	/١٠/٣-٢ ٢٠٠٦	١٢٠٠ ريال
٧	مهارات الاتصال الإلكتروني التفاعلي	٥ أيام ٢٥ ساعة	/١٠/١١-٧ ٢٠٠٦	٢٠٠٠ ريال
٨	إدارة علاقات العملاء	٣ أيام ١٥ ساعة	/١١/٦-٤ ٢٠٠٦	٢٥٠٠ ريال
٩	التفكير الابتكاري	٣ أيام ١٢ ساعة	/١١/٩-٧ ٢٠٠٦	١٨٠٠ ريال
١٠	التخطيط لنشاطات العلاقات العامة	٥ أيام ٢٥٠ ساعة	/١١/٢١-١٨ ٢٠٠٦	٢٤٠٠ ريال
١١	تحرير مطبوعات العلاقات العامة	٣ أيام ١٥ ساعة	/١١/٢٠-١٨ ٢٠٠٦	٢٠٠٠ ريال
١٢	تنمية وتخطيط الموارد البشرية والتدريب وإعداد الموازنة باستخدام الكمبيوتر	٨ أيام ٤٠ ساعة	/١٢/٣-١١/٢٥ ٢٠٠٦	٥٠٠٠ ريال
١٣	الأساليب الحديثة في التعامل مع الجمهور	٥ أيام - ٢٠ ساعة	/١٢/٢٠-١٦ ٢٠٠٦	٢٤٠٠ ريال
١٤	تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلانية	٤ أيام - ٢٠ ساعة	/١٢/٥-٢ ٢٠٠٦	٢٠٠٠ ريال

برامج التدريب بمركز الجزيرة للتدريب الإعلامي بقطر

للاخوة الإعلاميين الراغبين في الحصول على منحة تدريبية
برجاء الاطلاع على البرامج التدريبية واختيار ما يناسبه، والتي سيتم
عقدها في مركز شباب حمد بن خليفة آل ثاني، ومراكز الجزيرة
للتدريب الإعلامي في قطر.

جدول الدورات التدريبية في مجال العلاقات العامة والإعلام للعام ٢٠٠٦/٢٠٠٧م.

اسم الدورة	
أساسيات العمل الإعلامي	صحافة التحقيقات والتحرير الصحفي
الإعلام الإذاعي: التقديم والإعداد والإخراج وفن المقابلة	مهارات العلاقات العامة وفن التسويق
الوظائف الجديدة للعلاقات العامة	التخطيط لنشاطات العلاقات العامة
التخطيط الاستراتيجي في قطاع الإعلام	التفكير الابتكاري وحل المشكلات
إدارة المواقع الإلكترونية	مهارات الاتصال الإلكتروني التفاعلي
الأساليب الحديثة في التعامل مع الجمهور	مهارات التعامل مع الجمهور
فن ومهارات كتابة التقارير الصحفية	إدارة حملات الإعلام السياحي
مهارات المؤتمر الصحفي	الاتجاهات الحديثة في الإخراج الصحفي
إدارة وتنفيذ الحملات الترويجية للجمعيات الخيرية	تنظيم حملات قياس الرأي العام

الإعلام الخيري	البروتوكول وأهميته فى العلاقات العامة وإدارة المؤتمرات
الملاحق الإعلامية وصنع المناسبات	فن ومهارات التعامل مع الأزمات
دورة إدارة الأزمات إعلاميا	مهارات المقابلات الصحفية
فن التخطيط لإلقاء خطاب أو عرض	الأساليب الحديثة فى التخطيط والتنفيذ والمتابعة
تخطيط برامج العلاقات العامة	رسالة التوجيه المعنوى داخل المؤسسة العسكرية
فن تسويق وتوزيع المطبوعات	

دورة تنمية مهارات العرض والتقديم

محتويات البرنامج:

أولاً- الاتصال الفعال:

- مفهوم الاتصال، أهداف الاتصال، عناصر الاتصال، معوقات الاتصال، أساليب تحسين الاتصال، لغة الجسم.

ثانياً- أنماط المستمعين وأساليب التعامل معهم:

- أنواع المستمعين وخصائصهم، تحليل العلاقات المتبادلة مع المستمعين، سلوكيات المستمعين، أساليب التعامل بنجاح مع المستمعين.

ثالثاً- مهارات التحدث:

فن الإلقاء، شروط التحدث الفعال، إدارة الحوار والمناقشة، فن طرح الأسئلة، مهارات التأثير والإقناع، مهارات إدارة الوقت، مهارات علاج القلق والتوتر.

رابعاً- مهارات الإنصات وإرجاع الأثر:

- العوامل النفسية في عملية التحدث والعرض، الإعداد لعملية العرض والتقديم، أدوات العرض والتقديم.

خامساً- مهارات استخدام المعنيات السمعية والبصرية:

- اختيار المعنيات السمعية والبصرية، مهارات تشغيل المعنيات السمعية والبصرية، الأعطال البسيطة وكيفية علاجها، استخدام الشرائح المضيئة والأفلام.

برامج تنمية المفاهيم والمهارات الإدارية المسماة

"ببرامج الصيف"

مجموعة برامج تدريبية منتقاة بعناية للوصول بالمدير العربى إلى قمة الأداء من خلال تنمية المفاهيم والمهارات الإدارية والمهارات الذاتية، والإعداد العلمى والمهنى للمديرين و أيضاً عن طريق الإطلاع على أحدث المفاهيم والأساليب العالمية الحديثة الناجحة فى كافة المجالات، إدارة الأعمال، الإدارة الذاتية، إدارة التسويق، إدارة الموارد البشرية، إدارة المواد، (المشتريات والمخازن).

ويتم تنفيذ برامج الصيف فى مدينى القاهرة والإسكندرية خلال فصل الصيف حتى يمكن للسادة المشاركين الاستفادة من فترة الإجازات فى تنمية المهارات والمفاهيم وصقل الخبرات.

ويقوم بتنفيذ البرامج مجموعة منتقاه من أعضاء فريق خبراء مركز CAME تجمع بين صفة الخبراء المهنيين الممارسين وكبار أساتذة إدارة الأعمال وإدارة الموارد البشرية وإدارة التسويق والمبيعات وإدارة الإنتاج وإدارة المواد (المشتريات والمخازن) من كبرى الجامعات المصرية والعالمية والممارسين للمهنة وفقاً لأحدث الاتجاهات والأساليب المستخدمة عالمياً.

دورة إدارة العلاقات العامة والتحدث فى وسائل الإعلام

المشاركون:

السادة مديرى ومشرفى إدارة العلاقات العامة، والسادة سكرتارية أعضاء مجالس الإدارة، وكبار المديرين، وجميع السادة الذين تتطلب وظائفهم التعامل مع الجمهور والتحدث إلى وسائل الإعلام المختلفة.

محتويات البرنامج:

أولاً- مفهوم العلاقات العامة وأهدافها ودعائهم.

ثانياً- الجوانب التنظيمية لأجهزة العلاقات العامة.

ثالثاً- تخطيط أنشطة العلاقات العامة وإعدادها وتنفيذها ومتابعتها وتقييمها.

رابعاً- دور العلاقات العامة فى التعامل مع الأحداث الطارئة والتخطيط المسبق لها.

خامساً- استخدام وسائل الإعلام والاتصال الشخصى فى تحقيق أهداف العلاقات العامة.

سادساً- استخدام تحليل المضمون فى تحليل العلاقات العامة والاقتراحات والشكاوى.

سابعاً- الجوانب السلوكية فى أنشطة العلاقات العامة.

ثامناً- دور أفراد العلاقات العامة فى تحسين الصورة الذهنية للمنشأة لدى الجمهور.

تاسعاً- أخلاقيات العلاقات العامة ومقومات شخصية رجل العلاقات العامة.

- عاشراً-المهارات اللازمة لرجل العلاقات العامة والإعلان (مهارات التحدث ومهارات الإتصالات وإرجاع الأثر).
- حادى عشر-سيكولوجية الإشاعات.
- ثانى عشر-أساليب تنظيم المؤتمرات الصحفية وإصدار البيانات الإعلامية.
- ثالث عشر-أسس مواجهة المواقف الصعبة أمام الجمهور.

كلية الإعلام

مركز التدريب والتوثيق الإعلامي:

برامج مهارات الاتصال

تاريخ إقامة الدورة	موضوع الدورة	مدة إقامة الدورة	محتوى الدورة
يناير ٢٠٠٥	فن التعامل مع الجمهور	٥ أيام	دورة تدريبية تركز على إكساب المتدرب كافة فنون التعامل مع الجمهور من حيث المهارات اللفظية أو الحركية سواء منها المكتسب أو المنطوق أو الإلكتروني وتصلح للمتعاملين مع الجمهور في المطارات أو الشركات الخدمية كالاتصالات أو العاملين في وزارات الداخلية أو أقسام العلاقات العامة بمختلف أنواعها
فبراير ٢٠٠٥	مهارات وفنون العلاقات العامة	٦ أيام	تركز هذه الدورة على إكساب العاملين بأقسام العلاقات العامة أو المهتمين بها كافة المهارات والفنون بكافة أشكالها اللازمة لرجل العلاقات العامة بالشركات والهيئات والوزارات.
مارس ٢٠٠٥	فنون المراسم والبروتوكولات	٥ أيام	تركز هذه الدورة على إكساب المتدرب كافة فنون ومهارات المراسم وأشكال البروتوكول للعاملين في الهيئات الرسمية ووزارات الخارجية والتعاون الدولي وكافة الهيئات الدولية.
أبريل ٢٠٠٥	مهارات التسويق	٧ أيام	تزود هذه الدورات المتدرب بالمعلومات الأساسية المتعلقة بفنون التسويق والترويج ومهارات التفاوض والتسويق الذي يهدف إلى توجيه المنتجات والخدمات من المنتج إلى المستهلك ويشمل ذلك المنتجات والأفكار المختلفة سواء في شكل سلع أو خدمات.

برامج تدريبية فى فنون الإعلان والعلاقات العامة

تاريخ إقامة الدورة	موضوع الدورة	مدة إقامة الدورة	محتوى الدورة
يناير ٢٠٠٥	تخطيط الحملات الإعلانية	٥ أيام	تهتم هذه الدورة بتزويد المتدرب بالمعلومات الأساسية اللازمة لتخطيط الحملة الإعلانية واستراتيجياتها من حيث إكساب المتدرب مهارات الإبداع وخلق الفكرة والتأكيد على الصورة الذهنية للمنتج والوتر البيعى وخلق المكانة، وتزويد المتدرب بالمعلومات الأساسية لطرق تقدير الإنفاق الإعلاني.
يناير ٢٠٠٥	تصميم وإنتاج الإعلان المطبوع	٨ أيام	تركز هذه الدورة على إكساب المتدرب مهارات التصميم الأساسية للإعلان المطبوع بشرط إلمام المتدرب بأسس تشغيل الكمبيوتر وبرنامج أو أكثر لبرامج التعامل مع الصور.
فبراير ٢٠٠٥	تصميم وإنتاج الإعلان التليفزيونى	١٠ أيام	تركز هذه الدورة على إكساب المتدرب مهارات التصميم والإنتاج التليفزيونى للإعلان بدءاً من مرحلة الفكرة وتنفيذها مروراً بخطوات الإنتاج من تصوير ومونتاج، مع التركيز على خصائص وسمات الإعلان التليفزيونى.
فبراير ٢٠٠٥	بحوث الإعلان والتسويق	٥ أيام	تهدف هذه الدورة إلى إكساب المتدرب المهارات اللازمة لتصميم وإجراء بحوث الإعلان والتسويق حيث مراحلها والطرق اللازمة للبحث كالمسح والطرق النوعية والتجريبية وإعداد التقارير وعرض النتائج ومتابعة الدراسة، وطرق البحث فى قياس فاعلية الإعلان.

تاريخ إقامة الدورة	موضوع الدورة	مدة إقامة الدورة	محتوى الدورة
مارس ٢٠٠٥	تخطيط إستراتيجيات وبرامج العلاقات العامة والحملات الإعلامية	٥ أيام	تهدف هذه الدورة إلى تنمية قدرة المشاركين ومهاراتهم ومعرفتهم بأسس تخطيط استراتيجيات وبرامج وأنشطة العلاقات العامة والحملات الإعلامية وتعريفهم بمتطلبات التنفيذ الفعال والتقييم المستمر لهذه البرامج والأنشطة والحملات العلمية والموضوعية.
مارس ٢٠٠٥	إعداد المؤتمرات وتنفيذها	٥ أيام	تركز هذه الدورة على إكساب المتدربين الأسس العلمية لتنظيم المؤتمرات والندوات على اختلاف أنواعها ودعم خبراتهم في الإعداد والتنظيم للمؤتمرات والندوات وأساليب تقييمها.
أبريل ٢٠٠٥	فن إدارة الأزمات	٥ أيام	تهدف هذه إلى تنمية مهارات المتدربين في التعامل الفعال مع الأزمات والمواقف الطارئة التي تتطلب مواجهة فورية وسريعة خاصة في المجالات التي تحتاج إلى مثل هذا التحرك السريع وفي المجالات الإعلامية وأنشطة العلاقات العامة التي ترتبط أساسا بسمعة المنشأة وشخصيتها وصورتها الذهنية في المجتمع.