



# مجموعة المالكي للتدريب والتطوير

تقدم

الورشة التدريبية بعنوان

## إدارة الحملات الإعلامية الحكومية في البيئات الرقمية المتطورة

مكان الإنعقاد : الإمارات العربية المتحدة - دبي

تاريخ الإنعقاد : 23 - 27 / 11 / 2025.





## مقدمة :

تشكل البيئات الرقمية المتطورة اليوم ساحة حيوية للتواصل بين الحكومات و جماهيرها، حيث تُتيح لها فرصًا غير مسبوقة لبناء علاقات قوية و مُستدامة مع مُختلف الفئات .و تتطلب إدارة الحملات الإعلامية الحكومية في هذه البيئات فهمًا عميقًا للسلوك الرقمي و التوجهات الحديثة، و إتقانًا لِتقنيات التسويق الرقمي و إدارة المحتوى، و قُدرة على قياس الأداء و تقييم النتائج .يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تزويد المشاركين بِأحدث المهارات و التقنيات اللازمة لِتخطيط و تنفيذ و إدارة حملات إعلامية رقمية فعّالة تُحقّق أهدافها التواصليّة و تُعزّز صورة المؤسسات الحكومية.

## أهداف الورشة:

- فهم مفهوم الحملات الإعلامية الرقمية و أهميتها في العلاقات العامة الحكومية.
- التخطيط لِحملات إعلامية رقمية فعّالة تَسْتَهْدَف مُختلف شرائح الجمهور.
- صياغة محتوى رقمي مُبتكر و جذاب يُحقّق أهداف الحملة الإعلامية.
- إدارة و تحليل حسابات التواصل الاجتماعي لِزيادة فاعلية الحملات الإعلامية.
- قياس أداء الحملات الإعلامية الرقمية و تقييم النتائج بِشكل دقيق.
- إدارة الأزمات و التعامل مع الشائعات و الانتقادات في البيئة الرقمية.
- الالتزام بِأخلاقيات و معايير العمل في مجال الإعلام الرقمي الحكومي.

## محتويات الورشة:

### اليوم الأول:

#### مُقدمة في الحملات الإعلامية الرقمية

- مفهوم الحملات الإعلامية الرقمية و أنواعها (توعوية، ترويجية، تفاعلية).
- أهمية الحملات الإعلامية الرقمية في تحقيق أهداف التواصل الحكومي.
- مراحل تخطيط و تنفيذ حملة إعلامية رقمية (التحليل، التخطيط، التنفيذ، التقييم).
- ورشة عمل :تحليل حملات إعلامية رقمية حكومية ناجحة.



## اليوم الثاني:

### صياغة استراتيجية لحملة إعلامية رقمية

- تحديد أهداف الحملة و رسم الرسائل الرئيسية.
- تحديد الجمهور المُستهدف و اختيار القنوات التواصليّة المناسبة.
- تطوير محتوى رقمي مُبتكر و جذاب يُلبي احتياجات الجمهور و يُحقّق أهداف الحملة.
- ورشة عمل :تخطيط حملة إعلامية رقمية لمُبادرة حكومية افتراضية.

## اليوم الثالث:

### إدارة حسابات التواصل الاجتماعي

- أفضل الممارسات لإدارة حسابات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، انستغرام، يوتيوب).
- إنشاء و نشر محتوى جذاب و مُفيد و التفاعل مع الجمهور.
- استخدام أدوات التحليل لقياس أداء حسابات التواصل الاجتماعي.
- ورشة عمل :إدارة حساب تواصل اجتماعي لجهة حكومية افتراضية.

## اليوم الرابع:

### قياس أداء الحملات الإعلامية و تقييم النتائج

- مؤشرات قياس أداء الحملات الإعلامية الرقمية (الوصول، التفاعل، التحويلات).
- أدوات تحليل البيانات (Google Analytics)، (Social Media Analytics) لفهم سلوك الجمهور.
- تقييم فاعلية الحملات الإعلامية و استخلاص الدروس المُستفادة.
- ورشة عمل :تحليل بيانات حملة إعلامية رقمية و تقديم توصيات لتحسين الأداء.



## اليوم الخامس:

### إدارة الأزمات و التعامل مع الشائعات

- مفهوم الأزمات الإعلامية و أنواعها و أسبابها.
- مهارات التعامل مع الأزمات الإعلامية (التواصل الفعّال، الشفافية، المسؤولية).
- مواجهة الشائعات و الأخبار الكاذبة في وسائل التواصل الاجتماعي.
- ورشة عمل :وضع خطة لإدارة أزمة إعلامية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

### أساليب التدريب :

- نقاشات مفتوحة لتحليل وجهات النظر.
- دراسة حالات.
- قصص وأمثلة واقعية .
- التمارين واختبارات الشخصية.
- العصف الذهني.
- تكليف المتدربين بمشروعات جماعية أو فردية.
- ربط المحتوى بتجارب مألوفة.