



مجموعة المالكي للتدريب والتطوير

تقدم

الورشة التدريبية بعنوان

إدارة السمعة الحكومية في وسائل التواصل الاجتماعي

مكان الإنعقاد : الإمارات العربية المتحدة - دبي

تاريخ الإنعقاد : 2 - 6 / 02 / 2025.





مقدمة :

في عصر الرقمنة ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبحت السمعة الحكومية أكثر عرضة للتقلبات من أي وقت مضى. فمع سهولة نشر المعلومات ومشاركتها، يمكن أن تنتشر الأخبار والآراء -سواء كانت إيجابية أو سلبية- بسرعة فائقة، مما يؤثر بشكل مباشر على ثقة المواطنين بمؤسساتهم الحكومية. ولذلك، أصبحت إدارة السمعة الحكومية في وسائل التواصل الاجتماعي مهارة أساسية لا غنى عنها لجميع العاملين في القطاع الحكومي، خاصة في مواجهة التحديات المتزايدة مثل الأخبار المزيفة والانتقادات اللاذعة والأزمات غير المتوقعة. يتطلب الأمر اليوم فهماً عميقاً لسلوك الجمهور الرقمي، وإتقاناً لأدوات الرصد والتحليل، وقدرة على التفاعل بفعالية وبناء حوار شفاف مع مختلف الأطراف. يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لإدارة السمعة الحكومية باحترافية في عالم وسائل التواصل الاجتماعي.

أهداف الورشة:

- فهم مفهوم السمعة الحكومية وأهميتها في العصر الرقمي.
- التعرف على عوامل بناء وتعزيز السمعة الحكومية في وسائل التواصل الاجتماعي.
- إتقان مهارات رصد وتحليل السمعة الحكومية في المنصات الرقمية.
- صياغة استراتيجيات فعالة للتواصل مع الجمهور وإدارة الحوار الرقمي.
- التعامل مع الأزمات والمواقف الطارئة باحترافية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- قياس أداء استراتيجيات إدارة السمعة وتحسينها باستمرار.
- الالتزام بأخلاقيات التواصل الحكومي في العصر الرقمي.

محتويات الورشة:

اليوم الأول:

السمعة الحكومية في العصر الرقمي: المفاهيم والتحديات

- مفهوم السمعة الحكومية وأهميتها في بناء الثقة والمشاركة في العصر الرقمي.
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وتأثير السمعة الحكومية.
- التحديات التي تواجه إدارة السمعة الحكومية في المنصات الرقمية (الأخبار الكاذبة، الانتقادات، الأزمات).
- ورشة عمل: تحليل حالات واقعية لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سمعة جهات حكومية.



اليوم الثاني:

رصد وتحليل السمعة الحكومية في وسائل التواصل الاجتماعي

- أدوات رصد وتحليل السمعة الحكومية (Brand24, Mention, Google Alerts).
- تحليل المشاعر (Sentiment Analysis) وفهم اتجاهات الرأي العام تجاه الحكومة.
- تحليل البيانات الضخمة (Big Data) واستخدامها في توقع الأزمات وإدارة السمعة بشكل استباقي.
- ورشة عمل: تطبيق أدوات الرصد والتحليل لفهم سمعة جهة حكومية محددة على وسائل التواصل الاجتماعي.

اليوم الثالث:

استراتيجيات التواصل الفعال لإدارة السمعة الحكومية

- صياغة رسائل تواصل حكومي فعالة ومؤثرة تستهدف بناء وتعزيز السمعة الإيجابية.
- إدارة المحتوى الرقمي باحترافية لتقديم صورة إيجابية عن الحكومة وخدماتها.
- التفاعل مع الجمهور وإدارة الحوار الرقمي بفعالية وبناء علاقات قوية مع المواطنين.
- ورشة عمل: تطوير استراتيجية تواصل رقمية متكاملة لإدارة سمعة جهة حكومية محددة.

اليوم الرابع:

إدارة الأزمات والاتصالات في الأزمات

- مبادئ إدارة الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي (السرعة، الدقة، الشفافية، التعاطف).
- تطوير خطط استجابة للأزمات تتضمن سيناريوهات مختلفة وآليات تواصل فعالة.
- مهارات التواصل في الأزمات (التحدث إلى وسائل الإعلام، مخاطبة الجمهور، تهدئة المخاوف).
- ورشة عمل: محاكاة أزمة افتراضية وتطبيق مهارات التواصل لإدارة السمعة أثناء الأزمات.



اليوم الخامس:

قياس الأداء والتقييم والمتابعة

- مؤشرات قياس أداء إدارة السمعة الحكومية في وسائل التواصل الاجتماعي (المشاعر، المشاركة، الوعي).
- أدوات تحليل البيانات لتقييم تأثير استراتيجيات إدارة السمعة (Social Listening Tools).
- أخلاقيات التواصل الحكومي في العصر الرقمي (الصدق، الدقة، الموضوعية، احترام الخصوصية).
- ورشة عمل: تقييم أداء حملة تواصل اجتماعي حكومية ووضع توصيات لتحسين السمعة في المستقبل.

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.