



مجموعة المالكى للتدريب والتطوير

تقدم

الورشة التدريبية بعنوان

تحليل وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة الحكومية

مكان الإنعقاد : الإمارات العربية المتحدة - دبي

تاريخ الإنعقاد : 2 - 6 / 11 / 2025.





مقدمة :

اصبحت وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، مما يجعلها ساحة حيوية للتواصل و التفاعل بين الحكومات و مواطنيها .و لم يعد يكفي ان تنشر المؤسسات الحكومية معلوماتها على مواقعها الرسمية، بل يجب ان تُوظف وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية للوصول الى جمهورها و بناء علاقات قوية معهم .يتطلب ذلك فهما عميقا لسلوك الجمهور على هذه المنصات، و اتقانا لتقنيات تحليل البيانات و ادارة المحتوى، و قدرة على قياس التأثير و تقييم النتائج .يهدف هذا البرنامج التدريبي الى تزويد المشاركين بالمعرفة و المهارات اللازمة لتحليل و توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز العلاقات العامة الحكومية و تحقيق اهدافها التواصلية.

أهداف الورشة:

- فهم مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي و اهميتها في العلاقات العامة الحكومية.
- تحليل خصائص و سلوكيات جمهور وسائل التواصل الاجتماعي.
- قياس تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام و السمعة الحكومية.
- صياغة استراتيجيات محتوى فعالة لمُختلف منصات التواصل الاجتماعي.
- ادارة الحوار و التفاعل مع الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي.
- استخدام ادوات تحليل البيانات لقياس اداء وسائل التواصل الاجتماعي.
- الالتزام باخلاقيات و معايير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الحكومي.

محتويات الورشة:

اليوم الاول:

مقدمة في وسائل التواصل الاجتماعي و العلاقات العامة الحكومية

- مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي و خصائصها (التفاعلية، السرعة، الانتشار).
- اهمية وسائل التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة الحكومية (التواصل، الشفافية، المشاركة).
- انواع منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، انستغرام، يوتيوب) و خصائص كل منصة.
- ورشة عمل :تحليل حسابات التواصل الاجتماعي لجهات حكومية و تقييم فعاليتها.



اليوم الثاني:

تحليل جمهور وسائل التواصل الاجتماعي

- خصائص و سلوكيات جمهور وسائل التواصل الاجتماعي (الاهتمامات، الدوافع، انماط الاستخدام).
- ادوات تحليل جمهور وسائل التواصل الاجتماعي (Facebook Insights، Twitter Analytics).
- استخدام البيانات لفهم احتياجات و تَوَقُّعات الجمهور و تحسين التواصل مَعَهُم.
- ورشة عمل: تحليل بيانات جمهور وسائل التواصل الاجتماعي لجهة حكومية مُحددة.

اليوم الثالث:

قياس تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام

- مفهوم الرأي العام و كيفية تشكيله و تأثيره على القرارات الحكومية.
- دور وسائل التواصل الاجتماعي في تأثير الرأي العام و تشكيل الاتجاهات.
- ادوات قياس تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (مُعدل الوصول، التفاعل، المشاركة).
- ورشة عمل: قياس تأثير حملة تواصل اجتماعي حكومية على الرأي العام.

اليوم الرابع:

صياغة استراتيجيات محتوى فعالة لوسائل التواصل الاجتماعي

- مبادئ صياغة المحتوى الرقمي الجذاب و المُفيد (الوضوح، الإيجاز، القصة، التنوع).
- انواع المحتوى الرقمي (نصوص، صور، فيديوهات، رسوم بيانية، محتوى تفاعلي).
- تخطيط و ادارة حملات التواصل الاجتماعي (تحديد الاهداف، الرسائل، الجمهور، القنوات).
- ورشة عمل: تطوير استراتيجية محتوى لوسائل التواصل الاجتماعي لجهة حكومية مُحددة.



اليوم الخامس:

ادارة الحوار و التفاعل مع الجمهور و اخلاقيات العمل

- مهارات ادارة الحوار و التفاعل مع الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي.
- الرد على استفسارات و تعليقات الجمهور بشكل فعّال و احترافي.
- ادارة الازمات و التعامل مع الشائعات و الانتقادات على وسائل التواصل الاجتماعي.
- مبادئ اخلاقيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الحكومي.
- ورشة عمل: محاكاة واقعية للتعامل مع مُختلف مَواقف التواصل مع الجمهور على 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.