



## بناء العلامة التجارية وصناعة السمعة الرقمية (Brand & Reputation)



الإمارات العربية المتحدة - دبي

2026 / 11 / 05 – 01



## مقدمة:

في إطار التوجه الاستراتيجي نحو السيادة الرقمية وتطبيق مبدأ تصفير البيروقراطية، لم تعد العلامة التجارية الحكومية مجرد شعار بصري، بل أصبحت تجسيدا للموثوقية والكفاءة الوطنية في الفضاء الرقمي. تهدف هذه الدورة إلى تمكين القادة من أدوات صناعة السمعة الرقمية المعززة بالذكاء الاصطناعي، مع التركيز على بناء هوية مؤسسية رشيقة تحمي الخصوصية السيادية وتدعم الشفافية. يركز البرنامج على تحويل "الوعد الحكومي" إلى واقع رقمي ملموس يعزز الثقة والولاء، مما يضمن قيادة الجهة وتميزها في المشهد التنافسي العالمي.

## أهداف الدورة:

- استيعاب مفاهيم **العلامة التجارية السيادية** وعلاقتها بالرشاقة المؤسسية وتصفير البيروقراطية.
- تطوير مهارات بناء السمعة الرقمية الاستباقية التي تحمي الأصول المعنوية للمؤسسة.
- إتقان فن إدارة "الانطباع الأول الرقمي" عبر مختلف نقاط التماس مع المتعامل.
- حوكمة الهوية المؤسسية لضمان النزاهة والاتساق في الرسائل الوطنية.
- اكتساب مهارات **تصفير مخاطر السمعة** عبر أنظمة الإنصات الذكي والرصد الاستباقي.
- تعزيز السيادة الرقمية من خلال حماية العلامة التجارية من الانتحال أو التشويه الرقمي.
- تطبيق استراتيجيات التواصل القيمي لتعزيز مكانة الدولة كمركز عالمي للابتكار والريادة.
- تطوير مهارات إدارة المعضلات الأخلاقية المرتبطة بـ "التسويق الشخصي للقيادات" والخصوصية.
- صياغة خارطة طريق لتحويل العلامة التجارية إلى "محرك للثقة" يدعم جودة الحياة المجتمعية.



## محتويات الورشة:

### اليوم الأول:

#### فلسفة العلامة التجارية في عصر تصفير البيروقراطية

##### الهوية الرشيفة والوعد الحكومي الصادق

- مفهوم العلامة التجارية السيادية: الانتقال من "الشعار" إلى "القيمة المضافة الحقيقية".
- مواءمة الهوية مع استراتيجية تصفير البيروقراطية: كيف تصبح "السهولة" هي العلامة الفارقة للمؤسسة؟
- تحليل العلاقة بين "سرعة الإجراء" وبين قوة العلامة التجارية الوطنية في ذهن المتعامل.
- تمرين "جوهر العلامة": تحديد القيم التنافسية التي تجعل من خدماتك نموذجاً للريادة.

##### النزاهة والسيادة في بناء الشخصية المؤسسية

- مفهوم "السيادة السردية": حماية الرواية الرسمية للعلامة التجارية من التدخلات الخارجية.
- دور القائد في حماية صورة المؤسسة عبر ممارسات النزاهة والقنوة الرقمية.
- سيكولوجية الثقة في العلامات الحكومية: بناء المصداقية عبر الشفافية المطلقة والعدالة.
- صياغة ميثاق "سمعة القائد" لضمان توافق الحضور الشخصي مع الهوية المؤسسية والسيادية.

### اليوم الثاني:

#### السيادة التقنية وحماية السمعة في الفضاء الرقمي

##### الأمان الرقمي والخصوصية كركيزة للسمعة

- أخلاقيات التعامل مع الهوية البصرية والرموز الوطنية في المنصات الرقمية والسحابية.
- الأمان الرقمي كمتطلب للسمعة: حماية "أصول العلامة" من التزييف العميق أو الانتحال.
- إدارة الهوية الرقمية (UAE Pass) وأثرها على موثوقية التفاعل الرسمي وبناء الولاء الرقمي.
- تمرين تقني: تصميم بروتوكول "الحصانة الرقمية للسمعة" يضمن رصد وتصفير التهديدات فور ظهورها.

##### أخلاقيات التفاعل مع أنظمة الذكاء الاصطناعي في بناء السمعة

- حدود استخدام "المساعدين الأذكاء" في تمثيل العلامة التجارية دون فقدان اللمسة الإنسانية الوطنية.
- حوكمة مخرجات أنظمة "توليد المحتوى التسويقي" لضمان السيادة المعلوماتية والنزاهة.
- مفهوم "الأمانة في العرض الرقمي": تجنب المبالغات التقنية التي قد تضر بسمعة المؤسسة مستقبلاً.
- ورشة عمل: وضع ضوابط أخلاقية لاستخدام البيانات الضخمة في "توجيه الانطباعات" الإيجابية.



### اليوم الثالث:

#### الحياد والعدالة في إدارة السمعة والارتباط المجتمعي

#### النزاهة الرقمية ومكافحة التحيز في رسائل العلامة التجارية

- أخلاقيات "العدالة في الانتشار": ضمان وصول قيم العلامة التجارية لجميع فئات المجتمع بنزاهة.
- الرقابة الأخلاقية على أنظمة "الإنصات الرقمي": كيف نحل سمعتنا بنزاهة وشفافية؟
- تطبيق قاعدة "الإرادة البشرية القيادية": التدخل لتصحيح انطباع رقمي خاطئ نتج عن سوء فهم تقني.
- حساب معامل الثقة في العلامة التجارية لتقليل احتمالات الخطأ الإداري الناتج عن البيانات المضللة.

### اليوم الرابع:

#### المسؤولية المهنية وإدارة أزمات السمعة الرقمية

#### القيادة الاتصالية وحماية السمعة في بيئة هجينة

- أخلاقيات إدارة الأزمات الرقمية: الموازنة بين "سرعة الرد" وبين الوقار والسيادة الحكومية.
- الرقابة على "البصمة الرقمية للعلامة" وأثرها على حيادية ومصداقية القرار السيادي.
- بناء نظام "الإفصاح الاستباقي": ضمان الشفافية في عرض الحقائق لحماية السمعة من الشائعات.
- التدقيق الأخلاقي على سلاسل "التواصل الرقمي" لضمان خلوها من الممارسات غير العادلة.

#### أخلاقيات الاستجابة للهجمات الرقمية وتشويه السمعة

- المسؤولية الأخلاقية في التبليغ عن حملات التشويه المنظمة التي تستهدف السيادة الوطنية.
- فن التواصل الأخلاقي أثناء أزمات السمعة: حماية الثقة عبر بيانات صادقة ونزيهة دون تضليل.
- إدارة "التعافي الذهني للعلامة": إجراءات إعادة بناء الصورة بعد رصد انحراف في الانطباع العام.
- بناء خطة "الحصانة الرقمية الشاملة": تحصين العلامة التجارية ضد الهجمات الإعلامية الممنهجة.



## اليوم الخامس:

### استراتيجيات قياس الأثر التنافسي والتميز في السمعة السيادية

#### حوكمة التميز وتصفير البيروقراطية في التواصل مع الجمهور العالمي

- تطوير مصفوفة قياس الأثر الاستراتيجي للعلامة التجارية لضمان الريادة في المؤشرات العالمية للثقة والنمو المؤسسي المستدام بنزاهة
- آليات توظيف الذكاء الاصطناعي في رصد التغيرات اللحظية للسمعة الرقمية وتصفير زمن الاستجابة للأزمات الاتصالية بشفافية ووضوح
- منهجية إعداد ملفات التميز للمنافسة في فئات السمعة والهوية المؤسسية مع التركيز على الابتكار والسيادة المعلوماتية والريادة والرشاقة
- تمرين مختبر السمعة لتصميم نموذج الحماية الاستباقي للعلامة التجارية الوطنية ضد حملات التزييف والتشويه الرقمي لتعزيز الموثوقية والتميز

### المخرجات الرئيسية للدورة:

- امتلاك استراتيجية "حصانة السمعة" تضمن نزاهة العلامة التجارية الحكومية بنسبة 100%.
- القدرة على هندسة هوية رقمية سيادية بمرونة وتوافق مع متطلبات الريادة والتميز.
- إتقان أدوات الرقابة الأخلاقية على أنظمة الإنصات الذكي لضمان الشفافية وتصفير الانحياز الرقمي.
- بناء سجل ممارسات فضلى في إدارة السمعة يدعم اتخاذ القرار القيادي الآمن والمستدام.
- تحقيق جاهزية كاملة للمؤسسة والمسؤول للمنافسة في فئات التميز والريادة في الاتصال والحوكمة.

### الفئة المستهدفة:

- القيادات العليا ومدراء إدارات الاتصال الحكومي والتسويق المؤسسي.
- مسؤولو التميز، الاستراتيجية، والتحول الرقمي في الجهات السيادية والاتحادية.
- مستشارو الإعلام الرقمي والخبراء المعنيون ببناء الهوية والسمعة الدولية.
- رؤساء فرق مشاريع تصفير البيروقراطية وتطوير تجربة المتعامل الشاملة.
- الكوادر الطموحة الساعية لامتلاك جدارات "خبير العلامة التجارية والسمعة الرقمية".



## أساليب التدريب:

يتم استخدام بعض من الأساليب التالية أو الكل حسب المتطلبات لكل تخصص :

- دراسة الحالة المعقدة (Complex Case Studies)
- المحاكاة والألعاب الاستراتيجية (Simulation and War Gaming)
- ورش العمل القائمة على التفكير التصميمي (Design Thinking Workshops)
- حلقات النقاش مع خبير من القطاعين العام أو الخاص. (Expert Panels)
- المختبرات التكنولوجية التفاعلية (Interactive Technology Labs)
- التعلم من الأقران عبر الجهات الحكومية (Inter-Agency Peer Learning)
- نهج التعلم المدمج والمستمر (Blended & Continuous Learning Approach)