



London Elite Centre



ادارة وتخطيط الحملات الاعلامية وقياس فاعليتها

<https://londonelitecentre.com>



ادارة وتخطيط الحملات الاعلامية وقياس فاعليتها

وصف المقرر

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية الدورة سيكون المشاركون قادرين على:

- تنفيذ أحدث أساليب تخطيط وإدارة وتنفيذ الحملات الإعلامية.
- تمييز أنواع الحملات الإعلامية والهدف منها وأهم نماذجها النظرية والتطبيقية.
- استخدام برامج العلاقات العامة في التأثير على الاتجاهات الإنسانية والنسلوب الحديث في تكوين الرأي العام .
- قياس مدى فعالية الحملة وتأثيرها بما يتوافق مع الهدف الذي نفذت من أجله.
- معرفة المشاركين بالمفاهيم النقدية للحملات الإعلامية و بطرق مواجهة الحملات الإعلامية المعادية والشائعات.

الفئات المستهدفة:

- العاملين في العلاقات العامة في المؤسسات والمنشآت الصناعية والتجارية والخدمية.
- الناطقون الإعلاميون الرسميون في الأجهزة والمؤسسات المختلفة.
- العاملين في مجال الدعاية والإعلان والترويج.
- مشرفي المبيعات والتسويق.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الوحدة الأولى

- مقدمة البرنامج.

النسب العامة للبيع والتسويق والترويج.

أهمية الحملات الاعلانية البيع والتسويق والترويج .

الإعلان وسيلة لتحقيق الانتشار في السوق.

البدء في الحملات الاعلانية .



مراحل اعداد الحملات الاعلانية والترويجية.

الحملات الإعلانية وخطوات تخطيطها.

اعداد ودراسة فكرة وهادة الحملة الاعلانية

الوحدة الثانية

- تكوين فريق العمل .
- معرفة نقاط القوة والضعف في المشروع المراد تنفيذ الحملة الاعلانية له .
- دراسة سوق العمل والمشاريع المنافسة .
- اعداد وتجهيز خطة التنفيذ الخاصة بالحملة الاعلانية .
- اعداد ميزانية الحملة الإعلانية .
- الحملات الإعلانية وخطوات تخطيطها.
- اعداد ودراسة فكرة وهادة الحملة الاعلانية .

• تكوين فريق العمل .

الوحدة الثالثة

- معرفة نقاط القوة والضعف في المشروع المراد تنفيذ الحملة الاعلانية له .
- دراسة سوق العمل والمشاريع المنافسة .
- اعداد وتجهيز خطة التنفيذ الخاصة بالحملة الاعلانية .
- اعداد ميزانية الحملة الإعلانية .
- مراحل تنفيذ الحملات الاعلانية والدعائية .
- تقسيم المهام .
- تحديد شركاء العمل .
- تحديد الوسائل الاعلانية المراد العمل معها.

• المنفذون .

الوحدة الرابعة



- الإعلانات المطبوعة
- الإعلانات المرئية
- الإذاعات
- الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الويب والترويج عبر البريد الإلكتروني
- اختيار الأماكن المراد ترويج الحملات الاعلانية فيها
- التمهيد للحملات الإعلانية
- تنفيذ مؤتمر صحافي لانطلاقته المشروع.
- الوحدة الخامسة
- اعداد مواد و لقاءات تعريفية عن المشروع.
- التقيد بالخطط الزمني للحملة الإعلانية
- تقييم كل مرحلة من مراحل تنفيذ الحملة الإعلانية
- تقييم أداء شركاء العمل والوسائل الاعلانية والمقارنة بينها في الأداء
- صياغة التقارير الجزئية والنهائية للحملات الاعلانية
- حالات وورش عملية وتطبيقية
- تقييم وختام البرنامج التدريبي .