

| نموذج المحتوى التدريبي | | |
|-----------------------------|------------------|-------------|
| نموذج نظام الإدارة المتكامل | رقم الإصدار: 3/1 | الصفحة: 3/1 |

| العنوان باللغة العربية: | إدارة السمعة المؤسسية في الإعلام والعلامة العامة الرقمية | العنوان باللغة الإنجليزية: | Corporate Reputation Management in Media and Digital Public Branding |
|-------------------------|---|----------------------------|--|
| عدد الساعات التدريبية: | (12) ساعة تدريبية | | |
| قاعة / مختبر: | قاعات الأكاديمية | | |
| الرسوم المقررة: | للأعضاء الغرفة (50) دينار. | لغير الأعضاء (75) دينار. | |
| خصم المجموعات: | <p>خصم بنسبة 10% على رسوم المشارك الواحد ابتداءً من المشارك الثاني في حال قامت المنشأة بإنتداب إثنين من موظفيها وبحد أقصى أربعة موظفين.</p> <p>خصم بنسبة 15% على رسوم المشارك الواحد ابتداءً من المشارك الثاني في حال قامت المنشأة بإنتداب أكثر من أربعة من موظفيها.</p> <p>ميثاق رضا مُتلقّي خدمات أكاديمية غرفة تجارة عمان للتدريب</p> <p>تجربة تدريبية متميزة: برامجننا يقدمها نخبة من المدربين الخبراء لضمان تجربة تعليمية رائدة.</p> <p>الالتزام بالمواعيد: تنفيذ البرامج التدريبية في المواعيد المعلنة دون تأخير.</p> <p>رضائك هو أولويتنا: إذا لم يحقق البرنامج توقعاتك، يمكنك الانسحاب بعد الجلسة الأولى واسترداد الرسوم كاملة.</p> <p>https://ammanchamber.org.jo/wsimages/808080.pdf</p> | | |
| اليوم | التاريخ | عدد الساعات | مواعيد انعقاد المحاضرات |
| الاحد | 2026/2/15 | 4 ساعات | 04:00 PM - 08:00PM |
| الاثنين | 2026/2/16 | 4 ساعات | 04:00 PM - 08:00PM |
| الثلاثاء | 2026/2/17 | 4 ساعات | 04:00 PM - 08:00PM |
| الأهداف: | <p>في ظل التسارع الإعلامي والرقمي، أصبحت السمعة المؤسسية أصلاً استراتيجياً لا يقل أهمية عن رأس المال. يهدف هذا البرنامج إلى تمكين المشاركين من فهم كيفية بناء السمعة المؤسسية، إدارتها، حمايتها، واستثمارها إعلامياً ورقمياً، مع التركيز على الممارسات الحديثة وإدارة الأزمات.</p> | | |

| نموذج المحتوى التدريبي | | |
|-----------------------------|------------------|-------------|
| نموذج نظام الإدارة المتكامل | رقم الإصدار: 3/1 | الصفحة: 3/2 |

| | |
|------------|---|
| المحتويات: | <p>الأهداف:</p> <p>تزويد المشاركين بالخبرات والمعارف وإكسابهم المهارات التي تمكنهم من :</p> <ul style="list-style-type: none"> • فهم مفهوم السمعة المؤسسية وأبعادها الإعلامية والرقمية • التمييز بين الهوية، الصورة الذهنية، والسمعة • بناء استراتيجية متكاملة لإدارة السمعة • التعامل الاحترافي مع الإعلام التقليدي والرقمي • إدارة الأزمات الإعلامية والرقمية بفعالية • قياس السمعة وتحليل الانطباع العام • تعزيز الثقة والمصداقية مع أصحاب المصلحة |
| | <p>1. مدخل إلى السمعة المؤسسية</p> <ul style="list-style-type: none"> • مفهوم السمعة المؤسسية • الفرق بين السمعة، الصورة الذهنية، والهوية • أهمية السمعة في اتخاذ القرار • نماذج عالمية في إدارة السمعة <p>2. المحور الثاني: السمعة والإعلام التقليدي (2 ساعة)</p> <ul style="list-style-type: none"> • دور الإعلام في تشكيل الرأي العام • بناء العلاقات الإعلامية • الرسائل الإعلامية وصياغتها • المتحدث الرسمي وإدارة المقابلات <p>3. المحور الثالث: السمعة الرقمية والعلامة العامة (2 ساعة)</p> <ul style="list-style-type: none"> • مفهوم العلامة العامة الرقمية • منصات التواصل وتأثيرها على السمعة • إدارة المحتوى الرقمي • التفاعل مع الجمهور وبناء الثقة <p>4. المحور الرابع: إدارة الأزمات الإعلامية والرقمية (3 ساعات)</p> <ul style="list-style-type: none"> • أنواع الأزمات المؤسسية • مراحل الأزمة الإعلامية |

| نموذج المحتوى التدريبي | | |
|-----------------------------|------------------|-------------|
| نموذج نظام الإدارة المتكامل | رقم الإصدار: 3/1 | الصفحة: 3/3 |

| | |
|----------------|--|
| المشاركون: | <ul style="list-style-type: none"> آليات الاستجابة السريعة إدارة الشائعات والهجمات الرقمية دراسات حالة تطبيقية <p>5. المحور الخامس: قياس السمعة وتحليل الأداء (2 ساعة)</p> <ul style="list-style-type: none"> مؤشرات قياس السمعة (KPIs) أدوات الرصد الإعلامي والرقمي تحليل نبذة المحتوى تقارير السمعة واتخاذ القرار <p>6. المحور السادس: بناء استراتيجية متكاملة للسمعة (1 ساعة)</p> <ul style="list-style-type: none"> إعداد خطة إدارة السمعة التكامل بين الإعلام والرقمي الاستدامة والسمعة طويلة المدى |
| | <ul style="list-style-type: none"> مسؤولو العلاقات العامة والإعلام مدراء الاتصال المؤسسي مسؤولو التسويق والاتصال الرقمي المتحدثون الرسميون القيادات التنفيذية رواد الأعمال وأصحاب العلامات التجارية مسؤولو التواصل في الجهات الحكومية والمنظمات غير الربحية |
| لغة التدريب: | اللغة العربية |
| عدد المتدربين: | — |