



غرفة تجارة عمان

AMMAN CHAMBER OF COMMERCE

نموذج المحتوى التدريسي

الصفحة: 3/1

رقم الإصدار: 3/1

نموذج نظام الإدارة المتكامل

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



غرفة تجارة عمان

AMMAN CHAMBER OF COMMERCE

نموذج المحتوى التدريسي

الصفحة: 3/2

رقم الإصدار: 3/1

نموذج نظام الإدارة المتكامل

الأهداف:

تزويد المشاركين بالخبرات والمعارف وإكسابهم المهارات التي تمكّنهم من :

- فهم مفهوم السمعة المؤسسية وأبعادها الإعلامية وال الرقمية
- 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

1. مدخل إلى السمعة المؤسسية

- مفهوم السمعة المؤسسية
- الفرق بين السمعة، الصورة الذهنية، والهوية
- أهمية السمعة في اتخاذ القرار
- نماذج عالمية في إدارة السمعة

2. المحور الثاني: السمعة والإعلام التقليدي (2 ساعة)

- دور الإعلام في تشكيل الرأي العام
- بناء العلاقات الإعلامية
- الرسائل الإعلامية وصياغتها
- المتحدث الرسمي وإدارة المقابلات

3. المحور الثالث: السمعة الرقمية والعلامة العامة (2 ساعة)

- مفهوم العلامة العامة الرقمية
- منصات التواصل وتأثيرها على السمعة
- إدارة المحتوى الرقمي
- التفاعل مع الجمهور وبناء الثقة

4. المحور الرابع: إدارة الأزمات الإعلامية والرقمية (3 ساعات)

- أنواع الأزمات المؤسسية
- مراحل الأزمة الإعلامية

المحتويات:



غرفة تجارة عمان

AMMAN CHAMBER OF COMMERCE

نموذج المحتوى التدريسي

الصفحة: 3/3

رقم الإصدار: 1/3

نموذج نظام الإدارة المتكامل

- آليات الاستجابة السريعة

إدارة الشائعات والهجمات الرقمية

- دراسات حالة تطبيقية

5. المحور الخامس: قياس السمعة وتحليل الأداء (2 ساعة)

مؤشرات قياس السمعة (KPIs)

أدوات الرصد الإعلامي والرقمي

- تحليل نبرة المحتوى

تقارير السمعة واتخاذ القرار

6. المحور السادس: بناء استراتيجية متكاملة للسمعة (1 ساعة)

- إعداد خطة إدارة السمعة

التكامل بين الإعلام والرقمي

- الاستدامة والسمعة طويلة المدى

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

المشاركون:

اللغة العربية

لغة التدريب:

-

عدد المتدربين: