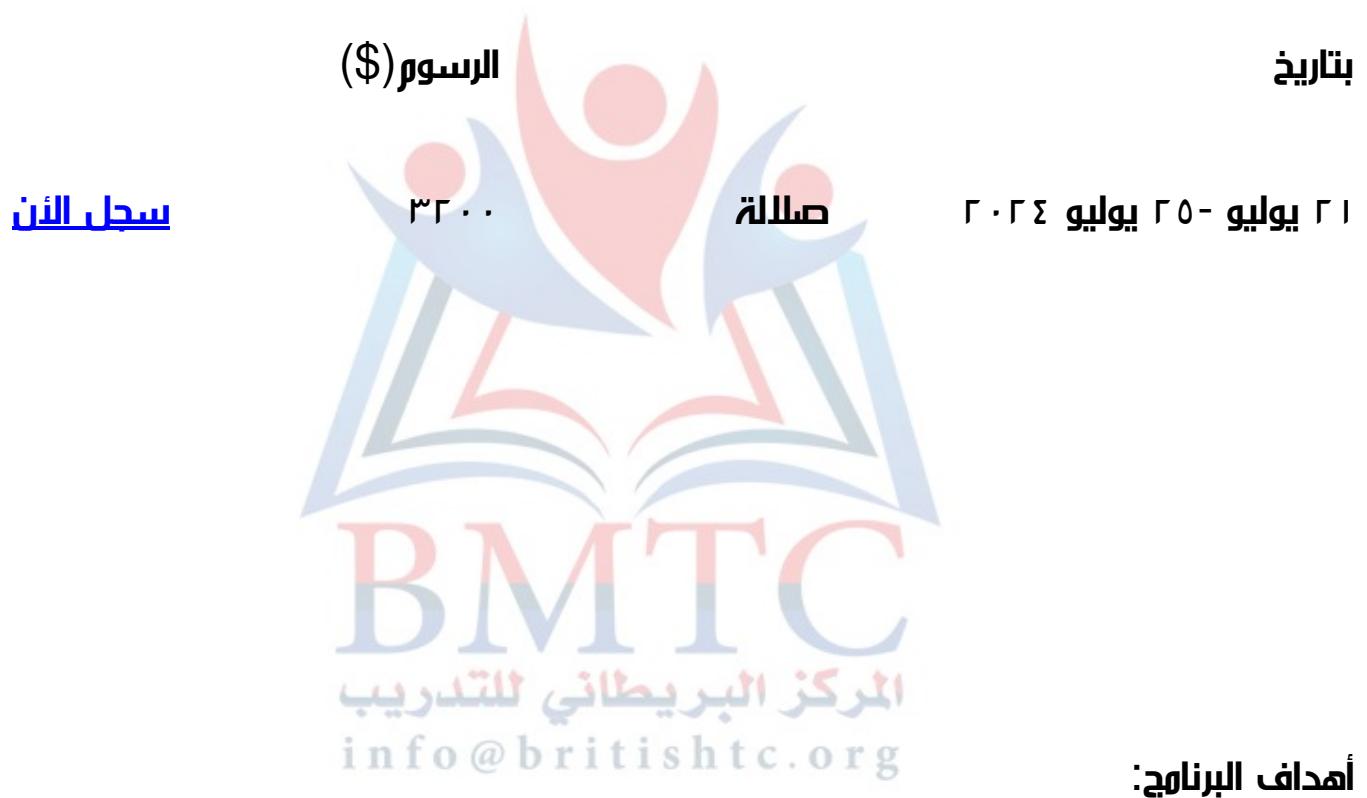


إدارة الحملات الإعلامية الفعالة أثناء الأزمات



تزويد المشاركين بالأسس الفنية والإبداعية في مجال الإبداع الإعلاني وتقدير ودراسة فاعلية لحملات الإعلانية ، والتعرف على المتغيرات التي تتفاعل بالإيجاب والسلب مع المرادل المختلفة للحملات ، والجوانب التي تتحكم في زيادة التأثير.

المشاركون:

العاملون في إدارات وأقسام العلاقات العامة

المحتويات:

- القواعد الحاكمة لقياس فاعلية تخطيط الحملات الإعلانية المؤثرة .
- نقاط أساسية قبل البدء في التخطيط .

- اعتبارات تحديد الأهداف الواقعية للحملات الإعلانية .
- الموصفات الواجب توافرها في القائمين على تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلانية -
- كيفية التحديد الفعال لجماهير الحملات الإعلانية .
- العلاقات المتبادلة بين المعلنين وجماهير الحملات الإعلانية .
- دراسة حالات .
- حدود علاقات التأثير بين رسائل ووسائل الحملات الإعلانية :
- العوامل المؤثرة في اختيار وسائل الإعلان الفعالة.
- الشروط الواجب توافرها في رسائل الحملات الإعلانية الفعالة.
- كيفية تحديد التأثيرات المطلوبة.
- مهارات التقويم المتتابع لعرض قضايا الحملات الإعلانية.
- دراسة حالات .
- الأهداف السيكولوجية للحملات الإعلانية وكيفية تحقيقها
- جانب الانتباه والعوامل المؤثرة في نجاحه .
- إثارة اهتمام جمهور الإعلان المستهدف.
- استثارة الرغبة في الاستجابة الإعلانية .
- الاقتناع بمحظى الإعلان .
- الاستجابة السلوكية للإعلان.
- تدعيم الأفكار الإعلانية .
- تطبيقات عملية .
- أسس تصميم وإخراج إعلانات الحملات الإعلانية .
- تأثير مراحل الحملات الإعلانية على أفكار التصميم.
- عناصر التصميم الفعال في الحملات الإعلانية .
- الأسس الفنية في تصميم وإخراج إعلانات الحملات في مراحلها المختلفة.
- تطبيقات عملية .
- التعامل الفعال مع الرأي العام خلال الحملات الإعلانية -
- اعتبارات هامة في تحديد خطورة تقلبات الرأي العام خلال الحملات الإعلانية.
- العوامل المؤثرة في الرأي العام الخاص بالحملات الإعلانية .
- كيفية تكوين الرأي العام المؤيد في الحملات الإعلانية.
- كيفية تفكير الرأي العام المعارض للحملات الإعلانية
- دراسة حالات

أساليب التدريب:

• المحاضرة القصيرة

- النقاش و الحوار
- العمل ضمن مجموعات
- التمارين الجماعية والتطبيقات العملية

00971504646499 
info@britishtc.org 
www.britishtc.org 