

با تدریس اختصاصی استاد احمد باقری؛

روابط عمومی در خط مقدم بحران: ۱۲ ساعت آموزش کاربردی برای مدیریت طوفان رسانه‌ای

دوره تخصصی «پیوست‌های رسانه‌ای در روابط عمومی برای مدیریت بحران» با تدریس احمد باقری، برای مدیران و کارشناسان شرکت مدیریت منابع آب ایران، آب منطقه‌ای تهران و شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور، در ساختمان اجتماعات مدیریت منابع آب ایران برگزار شد.

به گزارش خبرگاران گروه علم و فناوری گزارش خبر، دوره تخصصی «پیوست‌های رسانه‌ای در روابط عمومی برای مدیریت بحران» با تدریس احمد باقری، برای مدیران و کارشناسان شرکت مدیریت منابع آب ایران، آب منطقه‌ای تهران و شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور، در ساختمان اجتماعات مدیریت منابع آب ایران برگزار شد. این دوره که بر اساس استانداردهای بهینه‌سازی برای موتورهای جستجو (SEO) طراحی شده است، به دنبال ارتقای توانمندی‌های تخصصی فعالان این عرصه در مواجهه با چالش‌های ارتباطی در شرایط بحرانی بود.

ضرورت‌های برگزاری دوره برای فعالان روابط عمومی

در جهان امروز که سرعت انتشار اطلاعات از سرعت مدیریت واقعیت‌ها پیشی گرفته، نقش روابط عمومی‌ها به عنوان قلب تپنده ارتباطات سازمانی، بیش از هر زمان دیگری حیاتی است. فعالان این حوزه تنها مبلغان اخبار خوب نیستند، بلکه اولین خط دفاعی سازمان در برابر طوفان‌های خبری و بحران‌های رسانه‌ای محسوب می‌شوند. عدم تسلط آنان به اصول ارتباطات بحران، می‌تواند آتشی به مراتب بزرگ‌تر از خود بحران اولیه بیاورد. از سوی دیگر، با سلطه بی‌چون و چرای فضای دیجیتال و موتورهای جستجو بر ذهن و رفتار مخاطبان، توانایی تولید و انتشار محتوای هدفمند، شفاف و قابل کشف (Discoverable) در گوگل، به یک ابزار استراتژیک تبدیل شده است. این دوره با هدف تبدیل این تهدید به فرصت، و تجهیز تیم‌های روابط عمومی به دانش روز دنیا طراحی شد.

سرفصل‌های کلیدی و نتایج دوره

این دوره آموزشی با محوریت «پیوست رسانه‌ای» به عنوان نقشه راه مدیریت بحران، سرفصل‌های متعددی را پوشش داد. از جمله این سرفصل‌ها می‌توان به «اصول نگارش پیام بحران مطابق با استانداردهای سئو»، «تکنیک‌های تولید محتوای دیده‌شونده در موتورهای جستجو در شرایط اضطراری»، «رصد و پایش هوشمندانه فضای مجازی و اخبار»، «مدیریت افکار عمومی از طریق کانال‌های دیجیتال» و «تدوین راهبرد ارتباطی یکپارچه در بحران» اشاره کرد.

برگزاری این دوره، نتایج ملموسی را به همراه داشت که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به «افزایش آمادگی کارشناسان برای ارائه واکنش‌های سریع، دقیق و اثربخش»، «توانایی در پیش‌گیری از تبدیل یک حادثه به یک بحران تمام‌عیار رسانه‌ای» و «ایجاد نگرش استراتژیک به مقوله تولید و توزیع محتوا در بستر دیجیتال» اشاره کرد.

سرفصل‌های دوره ۱۲ ساعته "پیوست‌های رسانه‌ای در مدیریت بحران":

مبانی مدیریت بحران رسانه‌ای (۴ ساعت)

اصول و فلسفه ارتباطات بحران
تفاوت حادثه، بحران و فاجعه در فضای رسانه‌ای
نقش‌ها و مسئولیت‌های تیم روابط عمومی در شرایط بحرانی
تحلیل موردی بحران‌های موفق و ناموفق در سازمان‌های ایرانی

تولید محتوای بحران با استانداردهای سئو (۴ ساعت)

تکنیک‌های نوشتن پیام اضطراری جذاب و قابل کشف
بهینه‌سازی محتوا برای کلمات کلیدی بحرانی
مدیریت به‌روزرسانی اطلاعات در بسترهای دیجیتال

اجرا و پایش راهبرد ارتباطی (۴ ساعت)

طراحی نقشه راه ارتباطی برای سناریوهای مختلف بحران
ابزارهای رصد و مانیتورینگ فضای مجازی
تکنیک‌های پاسخ‌دهی به شایعات و اخبار کذب
ارزیابی اثربخشی کمپین ارتباطات بحران

ضرورت برای سازمان‌های بحران‌خیز و تهدیدهای غفلت از آن

سازمان‌های زیرساختی و حیاتی مانند شرکت مدیریت منابع آب ایران، همواره در معرض بحران‌های طبیعی (مانند سیل)، اجتماعی (مانند کم‌آبی) و رسانه‌ای قرار دارند. برای این سازمان‌ها، مدیریت بحران تنها به معنای مهار فیزیکی حادثه نیست، بلکه مدیریت ادراک عمومی و حفظ سرمایه اجتماعی نیز بخش بزرگی از این فرآیند است. غفلت از آموزش مهارت‌های روابط عمومی در بحران، سازمان را با تهدیدهای جدی مواجه می‌کند: «تشدید بحران به دلیل انتشار دیر هنگام یا نادرست اطلاعات»، «از دست دادن اعتماد عمومی و ایجاد بی‌اعتمادی پایدار»، «تخریب برند و وجهه سازمان در اذهان عمومی»، «دامن زدن به شایعات و ایجاد التهاب بی‌مورد در جامعه» و در نهایت، «افزایش فشارهای رسانه‌ای و سیاسی بر سازمان».

راه‌های ارتباطی برای بهره‌مندی از دوره

جهت برنامه ریزی دوره های ویژه روابط عمومی شرکت های خصوصی و سازمان های دولتی به صورت تدریس حضوری یا آنلاین با شماره ۰۹۱۲۶۹۴۴۹۶۶ تماس حاصل فرمائید.

جهت دریافت رزومه مدرس دوره، احمد باقری به وب سایت پایگاه تخصصی مدیریت و مشاوره توسعه کسب و کار، ارتباطات و روابط عمومی و رسانه مراجعه فرمائید.