

العلاقات العامة وبناء الصورة في ندوة بجامعة قطر

والفعاليات الرياضية المختلفة، التي توجت بتأهل دولة قطر بالفوز باستضافة كأس العام 2022.

لذا أصبحت وسائل الإعلام من العوامل التي تؤثر في أفكار وآراء واتجاهات معينة ويستطيع الإعلام إعادة كتابة التاريخ بطريقة اهتماماته.

وفي تعليقه على أهمية الندوة قال الأستاذ الدكتور عبدالرحمن الشامي القائم بأعمال رئيس قسم الإعلام إن الندوة تأتي ضمن أنشطة قسم الإعلام الثقافية، والتي تحاول التواصل مع المجتمع الخارجي من خلال تناول أهم القضايا المجتمعية ذات الصلة بعمل وسائل الإعلام والاتصال، وقد كرست هذه الندوة للتعاطي مع موضوع مهم، وهو دور العلاقات العامة في صناعة الصورة الذهنية بما فيها صناعة صورة المدن، كما تستهدف هكذا ندوات طلاب القسم خاصة وطلاب جامعة قطر عامة، من خلال تناول الموضوعات التي تمثل عمقا معرفيا يتجاوز مجرد المحاضرات الصفية.



□ جانب من الندوة

والخصائص التي تتميز بها. تبني العلامة التجارية على نقاط القوة في المدينة والعناصر التي تشكلها وتميزها عن المدن الأخرى.

السفراء وقد أشار الأستاذ الدكتور قيراط كذلك إلى أن هناك علاقة وطيدة بين العلامة التجارية للمدينة وهويتها وقيمها

عدة أدوات ووسائل يمكن استعمالها كالعلاقة مع وسائل الإعلام، الإعلان، الفعاليات، شبكات التواصل الاجتماعي وشبكات

○ الدوحة - الشرق

نظم قسم الإعلام بكلية الآداب والعلوم في جامعة قطر ندوة بعنوان العلاقات العامة وبناء الصورة. وقد أدار الندوة الأستاذ جاسم فخرو عضو مجلس إدارة الجمعية الدولية للعلاقات العامة ورئيس المجلس الاستشاري لقسم الإعلام بجامعة قطر.

وقد ناقشت الندوة عدة قضايا منها صناعة العلامة التجارية للمدن والتي قدمها الأستاذ الدكتور محمد قيراط عضو هيئة التدريس بقسم الإعلام والتي تحدث فيها عن استراتيجية العلامة التجارية للمدينة والتي يتم تحديدها عن طريق الرسائل المفتاحية والأهداف والجمهور المستهدف.

كما أوضح أن هناك طرقا واستراتيجيات لبناء العلامة التجارية. كما أوضح أن تعزيز العلامة التجارية يتم من خلال

واضاف الاستاذ الدكتور عبدالرحمن الشامسي أن الندوة سلطت الضوء على جهود دولة قطر ونجاحها في صناعة صورة ذهنية وضعت دولة قطر في مصاف دول العالم التي يشار إليها بالبنان، حيث أوضح المتحدثون كيف اشتغلت قطر ونجحت عبر استراتيجيات اتصالية ثلاث، وهي: قناة الجزيرة والخطوط الجوية القطرية،

وأوضح أن العلامة التجارية ما هي إلا الاستغلال الأمثل والتوظيف المثالي لما تنفرد به المدينة من قيم وخصائص. فنجاح صناعة العلامة التجارية للمدينة يقوم أساسا على الاستثمار في الماضي لبناء المستقبل وفق المعطيات الوطنية والدولية، خاصة إذا علمنا أن بناء العلامة التجارية للمدينة هو عملية طويلة المدى واستثمار في المستقبل.

كما ناقشت الندوة موضوعات أخرى كالدبلوماسية العامة وبناء صورة الدولة والتي قدمها الاستاذ الدكتور بسيوني حمادة من قسم الإعلام، والدبلوماسية الشعبية وأثر الاعلاميين على السمعة الوطنية التي قدمتها السيدة مريم الحمادي الخبيرة الإعلامية واستشاري الاتصال والعلاقات العامة.

حيث أوضحت السيدة مريم الحمادي في محاضرتها أن وسائل الاعلام تؤثر على المعلومات التي يتلقاها الأفراد كما تؤثر على معرفة الفرد واتجاهاته، وتعتبر النافذة التي يطل منها الأفراد على العالم ومن هنا يتدخل الإعلام لتحديد أجندة الجماهير لفرض ما يتحدثون عنه،