

Marketing & Media

Crisis Communication
Management for PR
Professionals

Code: 255007



FUTURE CENTRE
مركز المستقبل



futurecentre.net




Course Introduction

In the digital age, a crisis can ignite in minutes, spread across continents in hours, and define a brand's reputation for years. For Public Relations professionals, the ability to manage these high-stakes situations is not just a skill—it is a critical competency. This intensive course provides a robust framework for anticipating, preparing for, and effectively navigating organizational crises. Moving beyond theoretical models, it focuses on the practical application of strategies that protect reputation, maintain stakeholder trust, and ensure organizational resilience.

Participants will learn to shift from a reactive to a proactive stance, developing the tools and confidence to lead under pressure. Through realistic simulations, case studies of real-world failures and successes, and hands-on message development, this course equips PR practitioners with the expertise to control the narrative, engage effectively with the media and the public, and guide their organization through turmoil to recovery.

Training Method

- Pre-assessment
 - Live group instruction
 - Use of real-world examples, case studies and exercises
 - Interactive participation and discussion
 - Power point presentation, LCD and flip chart
 - Group activities and tests
 - Each participant receives a binder containing a copy of the presentation
 - slides and handouts
 - Post-assessment
- 

Course Objectives

Upon successful completion of this course, participants will be able to:

- **Identify** potential crises and **develop** a comprehensive crisis communication plan.
- **Assemble** and **lead** a Crisis Communication Team (CCT) with clear roles and protocols.
- **Apply** a rapid-response framework to assess a crisis situation and determine the appropriate strategic posture.
- **Craft** clear, compassionate, and consistent key messages for diverse stakeholders (media, employees, customers, the public).
- **Execute** effective media relations and spokesperson techniques during high-pressure situations.
- **Manage** digital communication and social media dynamics during a breaking crisis.
- **Navigate** the recovery phase to rebuild trust and repair reputation.

Who Should Attend?

This course is designed for communication professionals who are or will be responsible for protecting their organization's reputation during difficult times:

- **Public Relations Managers and Directors**
- **Corporate Communications Specialists**
- **Media Relations Officers**
- **Social Media Managers** with PR responsibilities
- **Marketing Communications Managers**
- **Government Public Information Officers (PIOs)**
- **Non-Profit Communication Directors**
- **Agency PR Consultants**

Course Outline

Day 1: The Fundamentals of Crisis Communication

Morning Session: Understanding the Modern Crisis

- What Constitutes a Crisis? Typology of crises (sudden vs. smoldering).
- The Digital Amplification Effect: Speed, scale, and the rumor mill.
- The Cost of Poor Communication: Reputational and financial impact.

Afternoon Session: Proactive Preparedness – The Crisis Plan

- Conducting a Vulnerability Audit: Identifying your organization's risks.
- Essential Elements of a Crisis Communication Plan.
- Assembling the Crisis Communication Team (CCT) and defining roles.
- **Workshop:** Begin drafting a crisis plan outline for a participant's organization.

Day 2: Strategy and Message Development

Morning Session: The First Critical Hour

- Initial Assessment: The STOP Model (Strategize, Target, Orchestrate, Perform).
- Determining Your Stance: Strategies of response (apology, correction, denial, diversion).

Afternoon Session: Crafting the Narrative

- Developing Holding Statements and Core Key Messages.
- The ARC Method: Acknowledge, Respond, Commit.
- **Practical Exercise:** Groups receive a crisis scenario and must develop the first internal alert and external holding statement within 30 minutes.

Day 3: The Front Lines: Media and Spokesperson Training

Morning Session: Managing the Media Frenzy

- Conducting a Crisis Press Conference.
- Working with Journalists Under Pressure: On-record vs. off-record.

Afternoon Session: Becoming an Effective Spokesperson

- Bridging Techniques: Staying on message during tough questions.
- On-Camera Training and Body Language.
- **Simulation:** Participants conduct mock TV and radio interviews on a crisis topic, followed by group feedback.

Course Outline

Day 4: Digital Dynamics and Stakeholder Management

Morning Session: Taming the Social Media Firestorm

- Monitoring Tools and Techniques for Real-Time Listening.
- Responding to Comments, Rumors, and Misinformation.
- Using Owned Channels Effectively (Website, social media) for updates.

Afternoon Session: Communicating with Key Stakeholders

- Your First Audience: Internal Communication with Employees.
- Reaching Customers, Partners, and Regulators.
- **Case Study:** Analyze a real-world crisis (e.g., a product recall, data breach) and evaluate the stakeholder communication approach.

Day 5: Simulation, Recovery, and Integration

Morning Session: The Recovery Phase

- Shifting from Response to Recovery: Strategies for rebuilding trust.
- Post-Crisis Analysis: Conducting an autopsy and learning lessons.

Afternoon Session: Capstone Crisis Simulation

- **Full-Scale Exercise:** A complex crisis scenario unfolds in real-time via news alerts, social media feeds, and emails. Participants, in teams, must:
 - i. Assess the situation.
 - ii. Convene the CCT.
 - iii. Develop messaging.
 - iv. Draft communications.
 - v. Perform as a spokesperson in a live press conference.
- **Instructor and Peer Debrief:** Detailed feedback on performance.
- **Course Recap:** Final Q&A and action planning for implementing lessons learned.
- **Certification of Completion.**

المقدمة

في العصر الرقمي، قد تندلع أزمة في دقائق، وتنتشر عبر القارات في ساعات، وتُرسخ سمعة العلامة التجارية لسنوات. بالنسبة لمحترفي العلاقات العامة، فإن القدرة على إدارة هذه المواقف الحرجة ليست مجرد مهارة، بل هي كفاءة أساسية. تُقدّم هذه الدورة المكثفة إطارًا متينًا لتوقع الأزمات التنظيمية والاستعداد لها والتعامل معها بفعالية. تتجاوز هذه الدورة النماذج النظرية، وتُركّز على التطبيق العملي للاستراتيجيات التي تحمي السمعة، وتحافظ على ثقة أصحاب المصلحة، وتضمن مرونة المؤسسة.

سيتعلم المشاركون كيفية التحول من موقف رد الفعل إلى موقف استباقي، وتطوير الأدوات والثقة اللازمة للقيادة تحت الضغط. من خلال محاكاة واقعية، ودراسات حالة لتجارب واقعية فاشلة وناجح، وتدريب عملي على صياغة الرسائل، تُزود هذه الدورة ممارسي العلاقات العامة بالخبرة اللازمة لضبط الخطاب، والتفاعل بفعالية مع وسائل الإعلام والجمهور، وتوجيه مؤسساتهم من الأزمات إلى التعافي.

طريقة التدريب

- التقييم المسبق
- تدريب جماعي مباشر
- استخدام أمثلة واقعية ودراسات حالة وتمارين
- مشاركة ونقاش تفاعلي
- عرض تقديمي باستخدام باور بوينت، وشاشة LCD، ولوح ورقي
- أنشطة واختبارات جماعية
- يحصل كل مشارك على ملف يحتوي على نسخة من العرض التقديمي
- شرائح ومطبوعات
- التقييم اللاحق

أهداف الدورة

- عند إكمال هذه الدورة بنجاح، سيكون المشاركون قادرين على:
- تحديد الأزمات المحتملة وتطوير خطة شاملة للتواصل في حالات الأزمات.
- تجميع وقيادة فريق الاتصال في حالات الأزمات (CCT) مع تحديد الأدوار والبروتوكولات الواضحة.
- تطبيق إطار الاستجابة السريعة لتقييم حالة الأزمة وتحديد الموقف الاستراتيجي المناسب.
- صياغة رسائل رئيسية واضحة ومتعاطفة ومتسقة لمختلف أصحاب المصلحة (وسائل الإعلام والموظفين والعملاء والجمهور).
- تنفيذ تقنيات العلاقات الإعلامية والمتحدث الرسمي الفعالة خلال المواقف عالية الضغط.
- إدارة الاتصالات الرقمية وديناميكيات وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات الطارئة.
- انتقل إلى مرحلة التعافي لإعادة بناء الثقة وإصلاح السمعة

من ينبغي أن يهتم؟

- تم تصميم هذه الدورة لمحترفي الاتصالات الذين هم أو سيكونون مسؤولين عن حماية سمعة مؤسستهم خلال الأوقات الصعبة:
- مديري العلاقات العامة والمديرين
- متخصصون في الاتصالات المؤسسية
- مسؤولي العلاقات الإعلامية
- مديري وسائل التواصل الاجتماعي مع مسؤوليات العلاقات العامة
- مديري الاتصالات التسويقية
- موظفو المعلومات العامة الحكوميون
- مديري الاتصالات غير الربحية
- استشاريو العلاقات العامة للوكالات

محتويات الكورس

اليوم الأول أساسيات التواصل في الأزمات

الجلسة الصباحية: فهم الأزمة الحديثة

- ما الذي يُشكّل أزمة؟ تصنيف الأزمات (مفاجئة أم مُحتدمة؟)
- تأثير التضخيم الرقمي: السرعة والحجم والشائعات.
- تكلفة ضعف التواصل: التأثير على السمعة والتأثير المالي.

جلسة بعد الظهر: الاستعداد الاستباقي - خطة الأزمة

- إجراء تدقيق الثغرات الأمنية: تحديد المخاطر التي تواجه مؤسستك.
- العناصر الأساسية لخطة الاتصال في حالات الأزمات.
- تشكيل فريق الاتصال في حالات الأزمات وتحديد الأدوار.
- ورشة عمل: البدء في صياغة مخطط خطة الأزمة لمنظمة المشارك

اليوم الثاني تطوير الاستراتيجية والرسالة

الجلسة الصباحية: الساعة الحاسمة الأولى

- التقييم الأولي: نموذج التوقف (التخطيط ، الاستهداف ، التخطيط ، التنفيذ).
- تحديد موقفك: استراتيجيات الاستجابة (الاعتذار، التصحيح، الإنكار، التحويل).

جلسة بعد الظهر: صياغة السرد

- تطوير البيانات القابضة والرسائل الأساسية.
- طريقة ARC: الإقرار ، الاستجابة ، الالتزام .
- تمرين عملي: تتلقى المجموعات سيناريو أزمة ويجب عليها تطوير التنبيه الداخلي الأول وبيان التوقف الخارجي خلال 30 دقيقة.

اليوم الثالث الخطوط الأمامية: تدريب وسائل الإعلام والمتحدثين الرسميين

الجلسة الصباحية: إدارة جنون وسائل الإعلام

- إجراء مؤتمر صحفي للأزمة.
- العمل مع الصحفيين تحت الضغط: على السجلات مقابل خارج السجلات.

جلسة بعد الظهر: كيف تصبح متحدًا فعالاً

- تقنيات الربط: البقاء على الرسالة أثناء الأسئلة الصعبة.
- التدريب أمام الكاميرا ولغة الجسد.
- المحاكاة: يقوم المشاركون بإجراء مقابلات تلفزيونية وإذاعية وهمية حول موضوع الأزمة، يتبعها ردود فعل المجموعة.

محتويات الكورس

اليوم الرابع الديناميكيات الرقمية وإدارة أصحاب المصلحة

- الجلسة الصباحية: ترويض عاصفة وسائل التواصل الاجتماعي
 - أدوات وتقنيات المراقبة للاستماع في الوقت الحقيقي.
 - الرد على التعليقات والشائعات والمعلومات المضللة.
 - استخدام القنوات المملوكة بشكل فعال (الموقع الإلكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي) للحصول على التحديثات.
- جلسة بعد الظهر: التواصل مع أصحاب المصلحة الرئيسيين
 - جمهورك الأول: التواصل الداخلي مع الموظفين.
 - الوصول إلى العملاء والشركاء والجهات التنظيمية.
 - دراسة الحالة: تحليل أزمة حقيقية في العالم الحقيقي (على سبيل المثال، سحب منتج، أو خرق البيانات) وتقييم نهج التواصل مع أصحاب المصلحة.

اليوم الخامس المحاكاة والاسترداد والتكامل

- الجلسة الصباحية: مرحلة التعافي
 - التحول من الاستجابة إلى التعافي: استراتيجيات لإعادة بناء الثقة.
 - تحليل ما بعد الأزمة: إجراء تشريح واستخلاص الدروس.
- جلسة بعد الظهر: محاكاة أزمة المشروع النهائي
 - تمرين شامل: سيناريو أزمة معقد يتكشف في الوقت الفعلي عبر تنبيهات الأخبار، وموجزات وسائل التواصل الاجتماعي، ورسائل البريد الإلكتروني. يجب على المشاركين، في فرق، القيام بما يلي:
 - i. تقييم الوضع.
 - ii. عقد اجتماع لجنة التنسيق المركزية.
 - iii. تطوير الرسائل.
 - iv. مسودة الاتصالات.
 - v. القيام بدور المتحدث الرسمي في مؤتمر صحفي مباشر.
 - إحاطة المدرب والأقران: ملاحظات مفصلة حول الأداء.
 - ملخص الدورة: الأسئلة والأجوبة النهائية والتخطيط للعمل لتنفيذ الدروس المستفادة.
 - شهادة إتمام الدراسة.

Terms & Conditions

Complete & Mail to future centre or email

Info@futurecentre.com



Cancellation and Refund Policy

Delegates have 14 days from the date of booking to cancel and receive a full refund or transfer to another date free of charge. If less than 14 days' notice is given, then we will be unable to refund or cancel the booking unless on medical grounds. For more details about the Cancellation and Refund policy, please visit

<https://futurecentre.net/>

Registration & Payment

Please complete the registration form on the course page & return it to us indicating your preferred mode of payment. For further information, please get in touch with us

Course Materials

The course material, prepared by the future centre, will be digital and delivered to candidates by email

Certificates

Accredited Certificate of Completion will be issued to those who attend & successfully complete the programme.

Travel and Transport

We are committed to picking up and dropping off the participants from the airport to the hotel and back.

Registration & Payment

Complete & Mail to future centre or email

Info@futurecentre.com

Registration Form

- Full Name (Mr / Ms / Dr / Eng)
- Position
- Telephone / Mobile
- Personal E-Mail
- Official E-Mail
- Company Name
- Address
- City / Country

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Payment Options

- ☐ Please invoice me
- ☐ Please invoice my company

Course Calander:



16/02/2026 - 20/02/2026 [Click Now](#)



25/05/2026 - 29/05/2026 [Click Now](#)



31/08/2026 - 04/09/2026 [Click Now](#)



07/12/2026 - 11/12/2026 [Click Now](#)

VENUES

 LONDON

 BARCELONA

 KUALA LUMPER

 AMSTERDAM

 DAMASCUS

 ISTANBUL

 SINGAPORE

 PARIS

 DUBAI

OUR PARTNERS



THANK YOU

CONTACT US

 +963 112226969

 +963 953865520

 Info@futurecentre.com

 Damascus - Victoria - behind Royal Semiramis hotel



FUTURE CENTRE
مركز المستقبل



futurecentre.net