

# Campaign Campaign Management

End-to-End Campaign Solutions

Marketing & Media

Integrated PR Campaign  
Management

Code: 255008



FUTURE CENTRE  
مركز المستقبل



futurecentre.net




## Course Introduction

In today's fragmented media landscape, a successful public relations campaign can no longer rely on a single tactic or channel. Success demands an integrated approach that seamlessly blends traditional media relations with digital storytelling, influencer partnerships, content creation, and data-driven insights. This course provides a complete end-to-end framework for conceptualizing, planning, executing, and measuring powerful PR campaigns that cut through the noise and deliver tangible business results.

Participants will move beyond siloed thinking to master the art of crafting cohesive narratives that resonate across multiple platforms and audiences. Through a hands-on, project-based approach, you will learn to set SMART objectives, identify key messages, select the right channel mix, leverage both earned and owned media, and prove the ROI of your efforts. This is the essential playbook for PR professionals who want to lead impactful, modern communication strategies.

## 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:

- **Develop** a comprehensive integrated PR campaign plan, from situation analysis and objective-setting to strategy, execution, and measurement.
- **Conduct** effective audience and media landscape research to inform campaign targeting and messaging.
- **Craft** a compelling core narrative and adapt it for different channels and formats (press release, social media, blog post, influencer brief).
- **Integrate** earned, owned, shared, and paid media strategies into a cohesive campaign.
- **Manage** all aspects of campaign execution, including timeline, budget, and resource allocation.
- **Measure** and **evaluate** campaign performance against KPIs and calculate ROI to demonstrate value to stakeholders.

## Who Should Attend?

This course is designed for PR and communication professionals who are responsible for designing and implementing campaigns:

- **PR Managers, Directors, and Account Executives** (in-house and agency)
- **Communication and Marketing Specialists**
- **Social Media Managers** involved in strategic planning
- **Content Managers and Brand Journalists**
- **Marketing Managers** looking to integrate PR into broader campaigns
- **Entrepreneurs and Startup Founders** managing their own PR

# Course Outline

## Day 1: The Foundation of Integrated Campaigns

### Morning Session: The Modern PR Landscape

- From Press Agency to Integrated Strategy: The PESO Model (Paid, Earned, Shared, Owned Media).
- The Role of PR in the Marketing Mix: Aligning PR goals with business objectives.

### Afternoon Session: Research & Planning

- Conducting a SWOT and PESTLE Analysis.
- Defining SMART Objectives (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound).
- Identifying and Segmenting Target Audiences.
- **Workshop:** Analyze a brand's situation and define campaign objectives and audience personas.

## Day 2: Crafting the Narrative & Message Architecture

### Morning Session: The Art of Storytelling

- Developing a Compelling Core Narrative and Key Messages.
- Finding Your News Angle: What makes a story newsworthy?

### Afternoon Session: Content Creation for PR

- Adapting the Narrative: Writing for different formats and channels (press release, pitch email, blog post, social content).
- **Practical Exercise:** Craft a core narrative and write a press release and a social media post for the same campaign announcement.

## Day 3: Channel Strategy & Integration

### Morning Session: Earned Media Strategy

- Building and Maintaining Media Relationships.
- Creating Targeted Media Lists and crafting the perfect pitch.

### Afternoon Session: Integrating Owned, Shared, and Paid

- Leveraging Owned Channels: Website, blog, email newsletters.
- Influencer Partnership Strategy: Identification, outreach, and collaboration.
- Amplifying with Paid Social and Content Promotion.
- **Workshop:** Develop a channel plan for a campaign, assigning tactics to each part of the PESO model.

# Course Outline

## Day 4: Execution, Management & Budgeting

### Morning Session: Project Management for PR Campaigns

- Creating a Detailed Campaign Timeline and Gantt Chart.
- Budgeting and Resource Allocation.
- Risk Assessment and Contingency Planning.

### Afternoon Session: The Launch

- Coordinating a Multi-Channel Launch Day.
- Preparing Spokespeople and Managing Interviews.
- **Simulation:** Run a launch day scenario, managing incoming media inquiries and social media reactions in real-time.

## Day 5: Measurement, Reporting & Capstone

### Morning Session: Proving Your Impact

- Moving Beyond AVE: Modern PR Metrics and KPIs (Share of Voice, Sentiment Analysis, Message Pull-Through, Website Traffic, Conversions).
- Tools for Monitoring and Measurement (Meltwater, Cision, Talkwalker, Google Analytics).
- Calculating ROI and Communicating Value to Leadership.

### Afternoon Session: Capstone Project

- **Final Presentation:** Participants present a full integrated PR campaign plan for a real or hypothetical product launch, including strategy, timeline, budget, and measurement plan.
- **Peer Feedback and Instructor Review.**
- **Course Recap:** Key takeaways and building a continuous improvement cycle for campaigns.
- **Certification of Completion.**

## المقدمة

في ظلّ تشتّت المشهد الإعلامي اليوم، لم يعد بالإمكان الاعتماد على تكتيك أو قناة واحدة لحملة علاقات عامة ناجحة. فالنجاح يتطلب نهجًا متكاملًا يمزج بسلاسة بين العلاقات الإعلامية التقليدية وسرد القصص الرقمية، والشراقات مع المؤثرين، وإنشاء المحتوى، والرؤى المستندة إلى البيانات. تُقدّم هذه الدورة إطارًا شاملاً وشاملاً لتصوير وتخطيط وتنفيذ وقياس حملات علاقات عامة فعّالة، تُبدع وتُحقّق نتائج أعمال ملموسة.

سيتجاوز المشاركون التفكير المنعزل لإتقان فن صياغة سرديات متماسكة تلقى صدىً واسعًا عبر منصات و جماهير متعددة. من خلال نهج عملي قائم على المشاريع، ستتعلمون كيفية وضع أهداف ذكية (SMART)، وتحديد الرسائل الرئيسية، واختيار مزيج القنوات المناسب، والاستفادة من وسائل الإعلام المملوكة والمكتسبة، وإثبات عائد استثمار جهودكم. هذا هو الدليل الأساسي لمحترفي العلاقات العامة الراغبين في قيادة استراتيجيات اتصال حديثة ومؤثرة.

## 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:
  - تطوير خطة شاملة ومتكاملة لحملة العلاقات العامة، من تحليل الموقف وتحديد الأهداف إلى الاستراتيجية والتنفيذ والقياس.
  - إجراء أبحاث فعالة حول الجمهور ومشهد الوسائط الإعلامية لإعلام استهداف الحملة ورسائلها.
  - قم بصياغة سرد أساسي مقنع وقم بتكييفه مع القنوات والتنسيقات المختلفة (البيان الصحفي، وسائل التواصل الاجتماعي، منشور المدونة، موجز المؤثر).
  - دمج استراتيجيات الوسائط المكتسبة والمملوكة والمشاركة والمدفوعة في حملة متماسكة.
  - إدارة جميع جوانب تنفيذ الحملة، بما في ذلك الجدول الزمني والميزانية وتخصيص الموارد.
  - قم بقياس وتقييم أداء الحملة مقابل مؤشرات الأداء الرئيسية وحساب العائد على الاستثمار لإظهار القيمة لأصحاب المصلحة.

## من ينبغي أن يهتم؟

تم تصميم هذه الدورة لمحترفي العلاقات العامة والاتصالات المسؤولين عن تصميم وتنفيذ الحملات:

- **مديري العلاقات العامة والمديرين التنفيذيين والمسؤولين التنفيذيين للحسابات** (داخلياً وفي الوكالة)
- **متخصصون في الاتصالات والتسويق**
- **مديري وسائل التواصل الاجتماعي المشاركين في التخطيط الاستراتيجي**
- **مديري المحتوى وصحفيي العلامة التجارية**
- **مديرو التسويق** يتطلعون إلى دمج العلاقات العامة في الحملات الأوسع
- **رواد الأعمال ومؤسسي الشركات الناشئة** الذين يديرون علاقاتهم العامة بأنفسهم

# محتويات الكورس

## اليوم الأول أساسيات الحملات المتكاملة

### الجلسة الصباحية: المشهد الحديث للعلاقات العامة

- من وكالات الصحافة إلى الاستراتيجية المتكاملة: نموذج PESO (وسائل الإعلام المدفوعة، والمكتسبة، والمشاركة، والمملوكة).
- دور العلاقات العامة في مزيج التسويق: موازنة أهداف العلاقات العامة مع أهداف العمل.

### جلسة بعد الظهر: البحث والتخطيط

- إجراء تحليل SWOT و PESTLE.
- تحديد الأهداف الذكية (محددة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، ذات صلة، محددة بوقت).
- تحديد وتقسيم الجمهور المستهدف.
- ورشة عمل: تحليل وضع العلامة التجارية وتحديد أهداف الحملة وشخصيات الجمهور.

## اليوم الثاني صياغة بنية السرد والرسالة

### الجلسة الصباحية: فن سرد القصص

- تطوير سرد أساسي مقنع ورسائل رئيسية.
- العثور على زاوية الأخبار الخاصة بك: ما الذي يجعل القصة تستحق أن تكون إخبارية؟

### جلسة بعد الظهر: إنشاء المحتوى للعلاقات العامة

- تكييف السرد: الكتابة لأشكال وقنوات مختلفة (بيان صحفي، بريد إلكتروني، منشور مدونة، محتوى اجتماعي).
- تمرين عملي: قم بصياغة سرد أساسي وكتابة بيان صحفي ومنشور على وسائل التواصل الاجتماعي لنفس إعلان الحملة.

## اليوم الثالث استراتيجية القناة والتكامل

### الجلسة الصباحية: استراتيجية الإعلام المكتسب

- بناء العلاقات الإعلامية والحفاظ عليها.
- إنشاء قوائم الوسائط المستهدفة وصياغة العرض المثالي.

### جلسة بعد الظهر: دمج الملكية والمشاركة والمدفوعة

- الاستفادة من القنوات المملوكة: الموقع الإلكتروني، والمدونة، والنشرات الإخبارية عبر البريد الإلكتروني.
- استراتيجية الشراكة المؤثرة: التعريف والتواصل والتعاون.
- التضخيم من خلال الترويج المدفوع للمحتوى ووسائل التواصل الاجتماعي.
- ورشة عمل: تطوير خطة قناة لحملة، وتعيين التكتيكات لكل جزء من نموذج PESO



# محتويات الكورس

## اليوم الرابع التنفيذ والإدارة والميزانية

### الجلسة الصباحية: إدارة المشاريع لحملات العلاقات العامة

- إنشاء جدول زمني مفصل للحملة ومخطط جانت.
- الميزانية وتخصيص الموارد.
- تقييم المخاطر والتخطيط للطوارئ.

### جلسة بعد الظهر: الإطلاق

- تنسيق يوم إطلاق متعدد القنوات.
- إعداد المتحدثين الرسميين وإدارة المقابلات.
- المحاكاة: قم بتشغيل سيناريو يوم الإطلاق، وإدارة استفسارات وسائل الإعلام الواردة وردود الفعل على وسائل التواصل الاجتماعي في الوقت الفعلي

## اليوم الخامس القياس والتقارير والمشروع النهائي

### الجلسة الصباحية: إثبات تأثيرك

- التحرك إلى ما هو أبعد من AVE: مقاييس العلاقات العامة الحديثة ومؤشرات الأداء الرئيسية (حصة الصوت، وتحليل المشاعر، ونقل الرسائل، وحركة المرور على موقع الويب، والتحويلات).
- أدوات المراقبة والقياس (Meltwater، Cision، Talkwalker، Google Analytics).
- حساب العائد على الاستثمار وتوصيل القيمة إلى القيادة.

### جلسة بعد الظهر: مشروع التخرج

- العرض النهائي: يقدم المشاركون خطة كاملة ومتكاملة لحملة العلاقات العامة لإطلاق منتج حقيقي أو افتراضي، بما في ذلك الاستراتيجية والجدول الزمني والميزانية وخطة القياس.
- ملاحظات الأقران ومراجعة المدرب.
- ملخص الدورة: النقاط الرئيسية وبناء دورة تحسين مستمرة للحملات.
- 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:



23/02/2026 - 27/02/2026 [Click Now](#)



01/06/2026 - 05/06/2026 [Click Now](#)



07/09/2026 - 11/09/2026 [Click Now](#)



14/12/2026 - 18/12/2026 [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](mailto:Info@futurecentre.com)

 Damascus - Victoria - behind Royal Semiramis hotel



**FUTURE CENTRE**  
مركز المستقبل



[futurecentre.net](http://futurecentre.net)