

Digital Transformation PR Management

Digital Transformation in PR
Management
Marketing & Media



Code: 255010



futurecentre.net



Course Introduction

The public relations landscape is undergoing a seismic shift. The digital age has fundamentally changed how audiences consume information, how stories are told, and how reputations are built and damaged. Digital transformation in PR is no longer about simply adding social media to a press release; it's about a complete overhaul of strategies, tools, and mindsets. This course is designed to guide PR leaders and practitioners through this essential evolution, moving from traditional press agency to becoming architects of integrated, data-driven communication ecosystems.

This program explores the fusion of technology and strategic communication. Participants will learn to leverage data analytics for insights, master digital storytelling across new platforms, manage online communities, and utilize automation tools to enhance efficiency and impact. This course provides the roadmap for transforming the PR function from a cost center into a measurable, strategic driver of business value in the digital economy

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:

- **Articulate** the drivers and implications of digital transformation for the PR profession and organizational reputation.
- **Develop** a digital-first PR strategy that integrates owned, earned, shared, and paid media (PESO model).
- **Leverage** data analytics and social listening tools to inform strategy, identify trends, and measure ROI.
- **Master** digital storytelling techniques for new formats, including video, interactive content, and social media.
- **Implement** digital tools for media relations, influencer management, and workflow automation.
- **Manage** online reputation and navigate digital crisis communication effectively.
- **Build** a business case for digital transformation within the PR department.

Who Should Attend?

This course is designed for PR and communication professionals who need to lead or adapt to digital change:

- **PR Directors, Heads of Communications, and Communication Managers**
- **Senior PR Account Managers and Strategists** (agency and in-house)
- **Digital Communication Specialists**
- **Social Media Managers** with strategic responsibilities
- **Marketing Managers** overseeing integrated communications
- **Corporate Reputation and Brand Managers**
- **Entrepreneurs and Startup Founders** managing their own PR

Course Outline

Day 1: The Digital PR Landscape: Strategy & Mindset

Morning Session: From Traditional to Transformed

- Defining Digital Transformation in PR: Beyond tools to strategy and culture.
- The Death of the Press Release? How the PESO Model (Paid, Earned, Shared, Owned) reshapes PR.
- Aligning Digital PR Strategy with Business Goals.

Afternoon Session: The Data-Driven PR Professional

- Introduction to PR Analytics: Moving from AVE to meaningful metrics (Share of Voice, Sentiment, Engagement, Conversions).
- **Workshop:** Use free tools (Google Analytics, social insights) to analyze a brand's current digital footprint.

Day 2: Content & Storytelling in the Digital Age

Morning Session: Digital Storytelling Mastery

- Crafting Narratives for the Digital Audience: Snackable, visual, and interactive content.
- Formats Beyond the Article: Video, podcasts, infographics, interactive reports, and webinars.

Afternoon Session: Mastering Owned Media

- Building a Brand as a Publisher: Blog, website, and email newsletter strategy.
- Search Engine Optimization (SEO) for PR: Optimizing content to be found.
- **Practical Exercise:** Storyboard a piece of digital content (e.g., a short video or interactive infographic) for a PR campaign.

Day 3: Digital Tools for Enhanced Engagement

Morning Session: Modern Media & Influencer Relations

- Using Databases (Cision, Muck Rack) and Social Listening (Meltwater, Brandwatch) to identify and target journalists and influencers.
- Building Relationships with Digital-Native Journalists and Bloggers.
- Managing Influencer Campaigns: From identification to measurement.

Afternoon Session: Automation & Productivity

- Introduction to AI and Automation in PR: Media monitoring, reporting, and content ideation.
- Tools for Workflow Management: Streamlining reporting and collaboration.
- **Demo:** Explore a leading social listening or media monitoring platform.

Course Outline

Day 4: Community, Crisis, and Reputation

Morning Session: Building and Managing Digital Communities

- The Role of Community Management in Modern PR.
- Strategies for fostering engagement and advocacy on social platforms and forums.

Afternoon Session: Digital Crisis Management

- The Velocity of a Digital Crisis: How rumors spread online.
- Monitoring for Threats and Responding in Real-Time.
- Simulation: Manage a breaking online crisis scenario from first alert to resolution

Day 5: Integration, Measurement & Capstone

Morning Session: Proving Value and ROI

- Measuring the Impact of Digital PR: Setting KPIs and linking efforts to business outcomes (lead gen, web traffic, brand lift).
- Creating Dashboards and Reports for the C-Suite.

Afternoon Session: Capstone Project & The Future

- Final Assignment: Develop a digital transformation roadmap for your own organization or a case study company. The plan must include a strategy, tool recommendations, a 90-day action plan, and a measurement framework.
- Presentation and Feedback.
- Course Recap: The Future of PR – AI, VR, and continued evolution.
- Certification of Completion.



المقدمة

يشهد قطاع العلاقات العامة تحولاً جذرياً. لقد غيّر العصر الرقمي جذرياً كيفية استهلاك الجمهور للمعلومات، وكيفية سرد القصص، وكيفية بناء السمعة أو تدميرها. لم يعد التحول الرقمي في العلاقات العامة يقتصر على مجرد إضافة منصات التواصل الاجتماعي إلى البيان الصحفي؛ بل أصبح يشمل إعادة هيكلة شاملة لاستراتيجيات والأدوات والعقليات. ضممت هذه الدورة لإرشاد قادة وممارسي العلاقات العامة خلال هذا التطور الجوهرى، والانتقال من وكالات الصحافة التقليدية إلى بناء منظومات اتصال متكاملة قائمة على البيانات.

يستكشف هذا البرنامج دمج التكنولوجيا مع التواصل الاستراتيجي. سيتعلم المشاركون كيفية الاستفادة من تحليلات البيانات لاستخلاص الرؤى، وإتقان سرد القصص الرقمية عبر منصات جديدة، وإدارة المجتمعات الإلكترونية، واستخدام أدوات الأتمتة لتعزيز الكفاءة والتأثير. يوفر هذا البرنامج خارطة طريق لتحويل وظيفة العلاقات العامة من مركز تكلفة إلى محرك استراتيجي قابل للقياس لقيمة الأعمال في الاقتصاد الرقمي.

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 محركات وتأثيرات التحول الرقمي على مهنة العلاقات العامة وسمعة المنظمة.
- تطوير استراتيجية للعلاقات العامة ترتكز على الرقمية أولاً وتدمج الوسائل المملوكة والمكتسبة والمشتركة والمدفوعة (نموذج PESO).
- استخدام تحليلات البيانات وأدوات الاستماع الاجتماعي لإعلام الاستراتيجية وتحديد الاتجاهات وقياس العائد على الاستثمار.
- إتقان تقنيات سرد القصص الرقمية للتنسيقات الجديدة، بما في ذلك الفيديو والمحفوظ التفاعلي ووسائل التواصل الاجتماعي.
- تنفيذ الأدوات الرقمية للعلاقات الإعلامية وإدارة المؤثرين وأتمتها سير العمل.
- إدارة السمعة عبر الإنترنت والتنقل في اتصالات الأزمات الرقمية بشكل فعال.
- بناء حالة عمل للتحول الرقمي داخل قسم العلاقات العامة.

من ينبغي أن يهتم؟

تم تصميم هذه الدورة لمحترفي العلاقات العامة والاتصالات الذين يحتاجون إلى القيادة أو التكيف مع التغيير الرقمي:

- مدير العلاقات العامة ورؤساء الاتصالات ومديري الاتصالات
- مدير حسابات العلاقات العامة والاستراتيجيين الكبار (الوكالة الداخلية)
- متخصصون في الاتصالات الرقمية
- مدير وسائل التواصل الاجتماعي ذوي المسؤوليات الاستراتيجية
- مدير التسويق المشرفين على اتصالات المتكاملة
- مدير سمعة الشركات والعلامات التجارية
- رواد الأعمال ومؤسس الشركات الناشئة الذين يديرون علاقاتهم العامة بأنفسهم

محتويات الكورس

اليوم الأول مشهد العلاقات العامة الرقمية: الاستراتيجية والعقلية

الجلسة الصباحية: من التقليدية إلى التحول

- تعريف التحول الرقمي في العلاقات العامة: ما وراء الأدوات إلى الاستراتيجية والثقافة.
- هل انتهى عصر البيانات الصحفية؟ كيف يُعيد نموذج PESO (المدفوع، المكتسب، المشترك، المملوک) صياغة العلاقات العامة؟
- مواضعة استراتيجية العلاقات العامة الرقمية مع أهداف العمل.

جذب الانتباه: محترف العلاقات العامة المعتمد على البيانات

- مقدمة لتحليلات العلاقات العامة: الانتقال من AVE إلى مقاييس ذات معنى (حصة الصوت، والمشاعر، والمشاركة، والتحولات).
- ورشة عمل: استخدام أدوات مجانية (Google Analytics، والرؤى الاجتماعية) لتحليل البصمة الرقمية الحالية للعلامة التجارية.

اليوم الثاني المحتوى ورواية القصص في العصر الرقمي

الجلسة الصباحية: إتقان سرد القصص الرقمية

- صياغة السردية للجمهور الرقمي: محتوى مرئي وتفاعلية وسهل القراءة.
- التنسيقات خارج المقالة: الفيديو، والبودكاست، والرسوم البيانية، والتقارير التفاعلية، والندوات عبر الإنترنت.

جذب الانتباه: إتقان الوسائل المملوكة

- بناء العلامة التجارية كناشر: استراتيجية المدونة وموقع الويب والنشرة الإخبارية عبر البريد الإلكتروني.
- تحسين محرك البحث (SEO) للعلاقات العامة: تحسين المحتوى ليتم العثور عليه.
- تمرير عملي: قم بإنشاء لوحة قصصية لجزء من المحتوى الرقمي (على سبيل المثال، مقطع فيديو قصير أو رسم بياني تفاعلي) لحملة العلاقات العامة.

اليوم الثالث الأدوات الرقمية لتعزيز المشاركة

الجلسة الصباحية: وسائل الإعلام الحديثة والعلاقات المؤثرة

- استخدام قواعد البيانات (Cision, Muck Rack) والاستماع الاجتماعي (Meltwater) لتحديد الصحفيين والمؤثرين واستهدافهم.
- بناء علاقات مع الصحفيين والمدونين الرقميين.
- إدارة الحملات المؤثرة: من التعريف إلى القياس.

جذب الانتباه: الأتمتة والإنتاجية

- مقدمة عن الذكاء الاصطناعي والأتمتة في العلاقات العامة: مراقبة وسائل الإعلام وإعداد التقارير وتوليد المحتوى.
- أدوات لإدارة سير العمل: تبسيط التقارير والتعاون.
- العرض التوضيحي: استكشاف منصة رائدة في مجال الاستماع الاجتماعي أو مراقبة الوسائل

محتويات الكورس

اليوم الرابع المجتمع والأزمات والسمعة

الجلسة الصباحية: بناء وإدارة المجتمعات الرقمية

- دور إدارة المجتمع في العلاقات العامة الحديثة.
- استراتيجيات لتعزيز المشاركة والدعوة على المنصات الاجتماعية والمنتديات.

جولة بعد الظهر: إدارة الأزمات الرقمية

- سرعة الأزمة الرقمية: كيف تنتشر الشائعات عبر الإنترنت
- مراقبة التهديدات والاستجابة لها في الوقت الحقيقي.
- المحاكاة: إدارة سيناريو الأزمة العاجلة عبر الإنترنت من التنبؤ الأول إلى الحل.

اليوم الخامس التكامل والقياس والمشروع النهائي

الجلسة الصباحية: إثبات القيمة والعائد على الاستثمار

- قياس تأثير العلاقات العامة الرقمية: تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية وربط الجهود بنتائج الأعمال (توليد العملاء المحتملين، وحركة المرور على الويب، ورفع العلامة التجارية).
- إنشاء لوحة المعلومات والتقارير للمديرين التنفيذيين.

جولة بعد الظهر: مشروع التخرج والمستقبل

- المهمة النهائية: وضع خارطة طريق للتحول الرقمي لمؤسسوك أو لشركة دراسة حالة. يجب أن تتضمن الخطة استراتيجية، ووصيات بالأدوات، وخطة عمل مدتها 90 يوماً، وإطاراً للقياس.
- العرض وردود الفعل.
- ملخص الدورة: مستقبل العلاقات العامة - الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي والتطور المستمر.
- 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:

	09/03/2026 - 13/03/2026	Click Now
	15/06/2026 - 19/06/2026	Click Now
	21/09/2026 - 25/09/2026	Click Now
	28/12/2026 - 01/01/2027	Click Now

VENUES

 LONDON

 BARCELONA

 KUALA LUMPER

 AMSTERDAM

 DAMASCUS

 ISTANBUL

 SINGAPORE

 PARIS

 DUBAI

OUR PARTNERS



المعرفة



LinkedIn
Learning

Google



Microsoft



Ulster University

University of Roehampton London

 CIPS
Chartered Institute of Procurement & Supply

CIM The Chartered Institute of Marketing

 CFA Institute

 AXELOS
GLOBAL BEST PRACTICE

 ACCA
Association of Chartered Certified Accountants



 University of East London



 Middlesex University

 IFMA™

 SOLENT
UNIVERSITY

 Project Management Institute.

 NHS

 othm®
qualifications

 LONDON ROYAL
ACADEMY

THANK YOU

CONTACT US

📞 +963 112226969

💬 +963 953865520

✉️ Info@futurecentre.com

📍 Damascus - Victoria - behind Royal Semiramis hotel

