CONCEPT

تسويق المؤسسات التعليمية والعلاقات العامة: استقطاب الطلاب والقبول والتسجيل والسمعة المؤسسية

28 ديسمبر 2026 – 1 يناير 2027

برشلونة - فندق أربع نجوم في حي إيكسامبلا



تسويق المؤسسات التعليمية والعلاقات العامة: استقطاب الطلاب والقبول والتسجيل والسمعة المؤسسية

المرجع: 20202_814 **التاريخ:** 28 ديسمبر 2026 – 1 يناير 2027 **المكان:** برشلونة - فندق أربع نجوم في حي إيكسامبلا **الرسوم:** SAR 23500

مقدمة:

يحدد تسويق المؤسسات التعليمية والعلاقات العامة قدرة المدرسة أو الكلية أو الجامعة على شغل مقاعدها بالطلاب الذين أنشئت لخدمتهم. فكثير من المؤسسات تنفق على الإعلان دون أن تعرف أي القنوات تأتي بطلاب مسجلين فعلا، وتفقد الأسر بين الاستفسار الأول وقبول العرض، وتنظم أياما مفتوحة تبهر الزوار ولا تحولهم إلى متقدمين، وتقابل التقييم السلبي أو تراجع التصنيف أو حادثة داخل الحرم بالصمت. تقدم هذه الدورة من كور كونسبت لموظفي التسويق والقبول والاتصال منهجية عمل لاستقطاب الطلاب وتحويل طلبات القبول وحماية السمعة المؤسسية، ويبني المشاركون خطة تسويق التسجيل والعلاقات العامة لمؤسسة تعليمية حالة.

أهداف الدورة:

- تقسيم سوق التعليم حسب المرحلة الدراسية وصاحب القرار، وكتابة شخصيات الطلاب وأولياء الأمور المستهدفة مع رسم رحلة القرار لكل منها
- صياغة بيان تموضع المؤسسة وعرض القيمة التعليمي مدعومين بأدلة على النتائج وجودة التدريس والحياة الجامعية
- إدارة مسار القبول من الاستفسار حتى التسجيل، وتحديد مستهدفات التحويل لكل مرحلة وسلاسل المتابعة في نظام إدارة علاقات المتقدمين لرفع نسبة التسجيل
- تخطيط الأيام المفتوحة والجولات في الحرم وحملات الاستقطاب الرقمية مع تقويم المحتوى وصفحات الهبوط والرد على التقييمات
- حماية سمعة المؤسسة عبر ضبط بيانات التصنيفات وعلاقات الخريجين والمجتمع والتعامل مع الإعلام والتواصل عند الحوادث
- قياس عائد تسويق التسجيل بتكلفة الاستفسار وتكلفة الطالب المسجل والقيمة الممتدة للرسوم الدراسية، وبناء خطة تسويق التسجيل والعلاقات العامة

الفئة المستهدفة:

- الموظفون الذين يخططون حملات استقطاب الطلاب وتسويق التسجيل وينفذونها في المدارس والكليات والجامعات
- موظفو القبول الذين يتابعون الاستفسارات والطلبات والعروض ويتواصلون مع الأسر والمتقدمين حتى التسجيل
- موظفو الاتصال المسؤولون عن أخبار المؤسسة والتواصل مع الإعلام وقنوات التواصل الاجتماعي ومراسلات أولياء الأمور
- موظفو المحتوى الرقمي الذين يديرون موقع المؤسسة والحملات المدفوعة والتقييمات على الإنترنت
- مسؤولو علاقات الخريجين والمجتمع والعلاقات الخارجية الذين يبنون صلات طويلة مع الخريجين وجهات التوظيف والجوار
- منسقو الأيام المفتوحة والمعارض التعليمية والجولات في الحرم وفعاليات الاستقطاب

محاور الدورة:

اليوم 1: سوق التعليم وأصحاب القرار وتدقيق واقع الاستقطاب

- خريطة سوق التعليم: الطفولة المبكرة والمدارس والكليات والجامعات والتعليم المستمر
- تحليل وحدة اتخاذ القرار: أدوار الطالب وولي الأمر والجهة الراعية والمؤثرين
- لوحة شخصية الطالب وولي الأمر: الدوافع والمخاوف ومصادر المعلومات
- خريطة رحلة قرار المتقدم من أول معرفة بالمؤسسة حتى يوم التسجيل
- تدقيق تسويق التسجيل: اتجاهات الأعداد المقبولة والنطاق الجغرافي للاستقطاب والمنافسون ومزيج القنوات

اليوم 2: التموضع ونماذج إدارة التسجيل ومسار القبول

- بيان تموضع المؤسسة وخريطة الإدراك التنافسي
- لوحة عرض القيمة التعليمي: النتائج وأساليب التدريس والرعاية الطلابية والحياة الجامعية
- نموذج إدارة التسجيل: روافع التسويق وسياسة القبول والاحتفاظ بالطلاب والمساعدات المالية
- مراحل مسار القبول: الاستفسار والتقديم والعرض والقبول ونسبة التسجيل الفعلي
- إعداد نظام CRM لإدارة علاقات المتقدمين: تقييم العملاء المحتملين وسلاسل الرعاية وتقارير التحويل بين المراحل

اليوم 3: حملات الاستقطاب والأيام المفتوحة والقنوات الرقمية

- جدول تشغيل اليوم المفتوح والجولة في الحرم مع سلسلة المتابعة بعد الزيارة
- تقويم محتوى الاستقطاب للدليل التعريفي وصفحات البرامج وقصص الطلاب
- موجز حملة استقطاب عبر محركات البحث ووسائل التواصل مع قائمة فحص صفحة هبوط الاستفسار
- منصات تقييم أولياء الأمور والمتقدمين: الرصد ونماذج الردود ومسار التصعيد
- المعارض التعليمية والشراكات مع المدارس المغذية والعلاقة مع الوكلاء والمرشدين

اليوم 4: السمعة والتصنيفات وعلاقات الخريجين والتواصل عند الحوادث

- جداول الترتيب ومؤشرات التصنيفات: ضبط تقديم البيانات والإعلان عن النتائج
- برنامج علاقات الخريجين: قاعدة بيانات الخريجين وبرنامج السفراء وقصص النجاح
- خطة العلاقات مع المجتمع وجهات التوظيف للشركاء المحليين ومواقع التدريب الميداني
- العلاقات الإعلامية في التعليم: قصص يوم النتائج وتعليقات الخبراء واستفسارات الصحفيين
- بروتوكول التواصل عند حوادث الحرم: البيان المبدئي ورسالة أولياء الأمور وإحاطة أصحاب المصلحة

اليوم 5: دراسة حالة: خطة تسويق التسجيل والعلاقات العامة لمؤسسة تعليمية حالة

- ملف بيانات المؤسسة الحالة: الاستفسارات والطلبات ونسب التحويل واتجاه التقييمات
- نموذج عائد تسويق التسجيل: تكلفة الاستفسار وتكلفة الطالب المسجل والقيمة الممتدة للرسوم الدراسية
- توزيع ميزانية الاستقطاب على القنوات بناء على أدلة التحويل بين المراحل
- صياغة خطة تسويق التسجيل والعلاقات العامة بالمستهدفات والجدول الزمني والمسؤولين
- عرض الخطة على لجنة تمثل القبول ومجلس الأمناء مع مراجعة ناقدة من الأقران

المهارات التي ستكتسبها:

- تقسيم سوق التعليم
- بناء شخصيات الطلاب وأولياء الأمور
- تموضع المؤسسة التعليمية
- إدارة مسار القبول
- تخطيط تحويل الأيام المفتوحة
- إدارة التقييمات على الإنترنت
- تطوير علاقات الخريجين
- تحليل عائد تسويق التسجيل

لماذا تحضر هذه الدورة:

- العودة بخطة لتسويق التسجيل والعلاقات العامة مبنية على ملف بيانات مؤسسة حالة ومختبرة أمام لجنة من الأقران
- معرفة المرحلة التي يتسرب فيها المتقدمون بين الاستفسار والتسجيل وخطوات المتابعة التي تستعيدهم
- الرد على التقييمات وأسئلة التصنيفات وحوادث الحرم بنماذج معدة مسبقا بدل الردود المرتجلة
- مقارنة ممارسات الاستقطاب والقبول مع موظفين من مدارس وكليات وجامعات تعمل في أنظمة تعليمية مختلفة

الخاتمة:

يقوم التسجيل المستقر على فهم من يتخذ القرار، وتقديم سبب واضح لاختيار المؤسسة، وتحويل الاهتمام إلى مقاعد مقبولة مع حماية السمعة. تنتقل الدورة من سوق التعليم والشخصيات المستهدفة ورحلات القرار، إلى التموضع ونموذج إدارة التسجيل ومسار القبول، ثم إلى الأيام المفتوحة والحملات الرقمية والتقييمات، وبعدها إلى التصنيفات وعلاقات الخريجين والمجتمع والإعلام والتواصل عند الحوادث. ويطبق اليوم الأخير ذلك على مؤسسة تعليمية حالة لينتج خطة تسويق التسجيل والعلاقات العامة.