

النشرة الفنية لبرنامج
التسويق الرقمي وإدارة منصات التواصل الاجتماعي وصناعة المحتوى واداوات الذكاء الإصطناعي
Mastering Digital Marketing, Social Media & AI-Driven Content Creation



(5) أيام، (20) ساعة

يبدأ بتاريخ 2026/11/22م

تدريب هجين اونلاين/ عمان، الاردن

بطاقة معلومات البرنامج:

مدة التدريب	:	(**5**) أيام، (**20**) ساعة
مكان الانعقاد	:	هجين(اونلاين/ عمان)
تاريخ الانعقاد	:	22 - 26 /2026/11م
توقيت التدريب	:	يحدد قبل أسبوع من بدء التدريب
شهادة التدريب	:	شهادة صادرة من مجموعة الجهود المشتركة (الجهود)، نسبة الحضور لاتقل عن (**90%**)
لغة التدريب	:	اللغة العربية مع بعض المصطلحات الفنية باللغة الإنجليزية
أساليب التدريب	:	– إسلوب العصف الذهني. – إسلوب السيناريوهات والحلول. – إسلوب تقديم الحلول والممارسات. – أسلوب تبادل الأفكار والتجارب في العمل.
القيمة المضافة	:	– عقد تقييم قبلي Pre: لقياس مستوى المشاركين قبل التدريب. – عقد تقييم بعدي Post: لقياس مستوى المشاركين بعد التدريب. **قياس القيمة المعرفية المضافة (KVA) = التقييم البعدي - التقييم القبلي**
الفئة المستهدفة	:	– العاملون في مجال التسويق الرقمي والتسويق التقليدي. – مسؤولو ومديرو منصات التواصل الاجتماعي والحسابات الرقمية. – صُنّاع المحتوى الرقمي والكتّاب والمصممون والمبدعون. – مسؤولو التسويق والإعلان والعلاقات العامة والاتصال المؤسسي. – العاملون في مجال الإعلام الرقمي والترويج الإلكتروني. – مسؤولو الحملات الإعلانية والتسويقية وإدارة العلامات التجارية. – العاملون في مجالات المبيعات وتطوير الأعمال وخدمة العملاء. – رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة. – المهتمون بتوظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في التسويق وصناعة المحتوى. – جميع الأفراد الراغبين في تطوير مهاراتهم في التسويق الرقمي وإدارة منصات التواصل الاجتماعي وتحليل الأداء التسويقي.

مقدمة عامة:

يشهد العالم تطورًا متسارعًا في مجال التسويق الرقمي نتيجة الانتشار الواسع للتقنيات الحديثة وتغير سلوك الجمهور وطرق تفاعله مع العلامات التجارية والخدمات والمنتجات. وأصبحت القنوات الرقمية عنصرًا أساسيًا في بناء العلاقات مع الجمهور وتعزيز الوعي بالعلامات التجارية وتحقيق الأهداف التسويقية. ويتطلب هذا التطور الإلمام بمفاهيم التسويق الرقمي وأدواته المختلفة، والقدرة على اختيار القنوات المناسبة لتحقيق النتائج المرجوة. كما تبرز أهمية التخطيط الاستراتيجي في توجيه الأنشطة التسويقية وضمان تكاملها. ومن هنا تأتي الحاجة إلى تطوير المهارات العملية اللازمة للتعامل مع متطلبات البيئة الرقمية الحديثة.

وتُعد منصات التواصل الاجتماعي من أبرز القنوات التي تتيح التواصل المباشر مع الجمهور وبناء مجتمعات رقمية قائمة على التفاعل والمشاركة المستمرة. وتتطلب الإدارة الفعالة لهذه المنصات فهم طبيعة كل منصة وخصائص مستخدميها، وتحديد أساليب النشر والتواصل المناسبة، وإعداد خطط محتوى تتوافق مع اهتمامات الجمهور وأهداف النشاط التسويقي. كما تشمل الإدارة الناجحة متابعة التفاعلات والاستجابة للملاحظات والاستفسارات، والمحافظة على السمعة الرقمية، وتوظيف الإعلانات المدفوعة للوصول إلى الفئات المستهدفة. ويسهم ذلك في تعزيز الحضور الرقمي وتحسين جودة التواصل وبناء علاقات مستدامة مع الجمهور.

وفي ظل التطور المتنامي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، أصبحت الأدوات الذكية توفر إمكانات واسعة لدعم عمليات التخطيط والتسويق وصناعة المحتوى وتحليل البيانات. ويمكن الاستفادة من هذه الأدوات في توليد الأفكار، وصياغة النصوص، وتصميم المواد البصرية، وتطوير الحملات التسويقية، واستخلاص المؤشرات التي تساعد في تقييم الأداء. ويتيح دمج هذه التقنيات في العمل التسويقي تحسين كفاءة الإنجاز وتوسيع الخيارات الإبداعية ودعم اتخاذ القرارات المبنية على البيانات. ويهدف هذا البرنامج إلى تمكين المشاركين من توظيف هذه الإمكانات بصورة عملية ومدروسة، مع مراعاة جودة المحتوى ودقة المعلومات وخصوصية البيانات، بما يعزز قدرتهم على مواكبة التحولات الرقمية وتحقيق نتائج تسويقية أفضل.

ملخص البرنامج التدريبي:

يقدم البرنامج التدريبي إطارًا متكاملًا لفهم التسويق الرقمي وتطبيقاته الحديثة، بدءًا من بناء الاستراتيجيات التسويقية وتحليل الجمهور المستهدف، مرورًا بإدارة منصات التواصل الاجتماعي وتطوير المحتوى الرقمي، وصولًا إلى توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في دعم الأنشطة التسويقية وتحسين كفاءتها. كما يتناول البرنامج أساليب قياس الأداء وتحليل البيانات ومتابعة مؤشرات التفاعل والتحويل، واستخدام نتائج التحليل في تطوير الحملات واتخاذ القرارات المناسبة.

ويركز البرنامج على الجمع بين المعرفة النظرية والتطبيق العملي من خلال إعداد الخطط التسويقية، وتصميم تقاويم النشر، وإنتاج نماذج متنوعة من المحتوى، وتجربة أدوات الذكاء الاصطناعي، وتطوير تقارير ولوحات متابعة للأداء. وبذلك يسهم في تنمية قدرات المشاركين على تخطيط الأنشطة التسويقية الرقمية وتنفيذها وتقييم نتائجها، وتطبيق المهارات المكتسبة في مختلف المجالات المهنية والمشروعات والأنشطة التجارية والخدمية.

الجدارات المستهدفة:

- جدارة التخطيط الاستراتيجي للتسويق الرقمي.
- جدارة تحليل الجمهور والسوق.
- جدارة إدارة منصات التواصل الاجتماعي.
- جدارة صناعة المحتوى التسويقي.
- جدارة توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي.
- جدارة إدارة الحملات الرقمية.

- جدارة تحليل البيانات وقياس الأداء.
- جدارة إعداد التقارير التسويقية.
- جدارة التحسين المستمر.
- جدارة توظيف التقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي بكفاءة وفعالية

أهـداف البرنامج:

يهدف البرنامج التدريبي الى تمكين المشاركين من عدة أمور، مبينة بالتفاصيل كما هي أدناه:

- تأسيس فهم عملي متكامل للتسويق الرقمي.
- تمكين المشاركين من إدارة منصات التواصل الاجتماعي وبناء مجتمعات تفاعلية.
- تطوير مهارات صناعة المحتوى التسويقي المناسب لكل منصة وجمهور.
- تدريب المشاركين على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التسويق والمحتوى.
- تعزيز القدرة على قياس الأداء وتحسين الحملات بناءً على البيانات.
- إنتاج نماذج وحالات عملية قابلة للتطبيق مباشرة داخل المؤسسة.

المحاور الرئيسية للتدريب:

المحور الأول: أساسيات التسويق الرقمي وبناء الاستراتيجية

- مفاهيم التسويق الرقمي وقنواته الحديثة.
- تحليل السوق والجمهور المستهدف وشخصيات العملاء.
- بناء خطة تسويق رقمي متكاملة.
- مؤشرات الأداء وقياس العائد على الاستثمار.
- **تطبيقات عملية:** بناء خطة تسويق رقمي مصغرة.

المحور الثاني: إدارة منصات التواصل الاجتماعي

- اختيار المنصات المناسبة.
- إدارة الحسابات والمحتوى والتقويم النشري.
- بناء المجتمعات والتفاعل وإدارة السمعة الرقمية.
- الإعلانات المدفوعة والاستهداف الذكي.
- **تطبيقات عملية:** إعداد تقويم نشر وإدارة حملة تفاعل للشركات.

المحور الثالث: صناعة المحتوى الرقمي

- استراتيجيات المحتوى وسرد القصص التسويقي.
- الكتابة التسويقية والنصوص الإعلانية.
- التصميم البصري والفيديو القصير.
- المحتوى التعليمي والترويجي للخدمات والمنتجات.
- **تطبيقات عملية:** إنتاج حزمة محتوى كاملة لمنتج او خدمة .

المحور الرابع: أدوات الذكاء الاصطناعي في التسويق

- مقدمة في أدوات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها التسويقية.
- توليد الأفكار والنصوص باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- تصميم الصور والفيديو والمحتوى البصري بالذكاء الاصطناعي.
- تحليل البيانات وبناء التقارير والتنبؤ.
- **تطبيقات عملية:** استخدام أدوات AI لإنتاج حملة تسويقية متكاملة.

المحور الخامس: القياس والتحليلات وتحسين الأداء

- لوحات المؤشرات وقياس التفاعل والتحويل.
- تحليل بيانات المنصات وأدوات التحليلات.
- اختبارات A/B وتحسين الحملات.
- إعداد التقارير التسويقية للإدارة.
- **تطبيقات عملية:** بناء لوحة متابعة وتقرير أداء لحملة تسويقية.

إنتهت النشرة الفنية ،