



# التدريبية: إدارة السوشيال ميديا الاحترافية الدورة

يونيو ٢٠٢٦ - ٠٥ - ٠١

جينف

للشخص الواحد) € ٦٢٠٠

Ref: #MED5764\_302051





## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:



التواصل الفعال، بناء السوشيال ميديا الاحترافية ضرورة قصوى للشركات في المشهد الرقمي المتسارع اليوم، أصبحت إدارة التواصل الاجتماعي فهماً عميقاً لسلوك العلامات التجارية، وتحقيق الأهداف التسويقية. والأفراد على حد سواء لتحقيق BEN جذاب ومؤثر. هذه الدورة التدريبية الشاملة من BIG الجمهور، أحدث الاتجاهات، والقدرة على صياغة محتوى تتطلب منصات المحتوى، رواد الأعمال، التسويق، مدراء التواصل الاجتماعي، أخصائيو مصممة خصيصاً لتزويد مسؤولي Training Center بالمعرفة والمهارات اللازمة لإنشاء استراتيجيات وأي شخص يسعى لإتقان فن إدارة السوشيال ميديا العلاقات العامة، منشئي المناسبة، تطوير متعددة بدءاً من فهم أساسيات التسويق عبر السوشيال ناجحة وإدارة فعالة للحسابات. تغطي الدورة جوانب الإبداع، الإعلانات المدفوعة، وصولاً إلى قياس العائد على استراتيجيات المحتوى، تحليل البيانات، إدارة ميديا، اختيار المنصات خوارزميات المنصات. تستمد الدورة التفاعل البناء، والقدرة على التكيف مع التغيرات الاستثمار من الحملات. نركز على أهمية لحملات العلامات التجارية الرائدة في إدارة السوشيال رؤاها من أحدث الأبحاث في التسويق الرقمي وتجارب المستمرة في رائد الأعمال والمؤلف المعروف بخبرته ناجحة. الأكاديمي " Gary Vaynerchuk (جاري ميديا، وتقدم أمثلة عملية ودراسات حالة مع إطاراً نظرياً قيماً حول أهمية "الاقتصاد القائم في التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي، يقدم فاينرتشوك)، وهو ما على الاهتمام" وكيفية بناء علاقات حقيقية



هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين ينطبق بشكل كبير على إدارة السوشيال ميديا الجمهور عبر المحتوى الأصيل والمتفاعل، ملموسة الاحترافية، مما يعزز حضورهم الرقمي ويحقق لهم المتدربين من إتقان إدارة السوشيال ميديا الاحترافية. يهدف

نتائج



## لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مسؤولو التسويق الرقمي
- مدراء وسائل التواصل الاجتماعي
- أخصائيو العلاقات العامة
- منشئو المحتوى
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الصغيرة
- مدراء العلامات التجارية
- طلاب الإعلام والتسويق
- المتخصصون في الاتصال المؤسسي

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- وكالات التسويق والإعلان الرقمي
- شركات التجارة الإلكترونية
- شركات الإعلام والنشر
- شركات العلاقات العامة
- المؤسسات الحكومية والمنظمات غير الربحية
- قطاع التجزئة والضيافة
- شركات التكنولوجيا والاتصالات
- القطاع التعليمي (للتواصل مع الطلاب)

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارة التسويق الرقمي
- قسم وسائل التواصل الاجتماعي
- إدارة العلاقات العامة والاتصال
- قسم المحتوى والإبداع
- قسم المبيعات
- إدارة العلامة التجارية
- قسم خدمة العملاء

## أهداف الدورة التدريبية:

أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- فهم أساسيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- وضع استراتيجية متكاملة للسوشيال ميديا
- إنشاء محتوى جذاب ومؤثر لمختلف المنصات
- إدارة حسابات التواصل الاجتماعي بفعالية
- تحليل بيانات الأداء وقياس العائد على الاستثمار
- إدارة الإعلانات المدفوعة على السوشيال ميديا
- التعامل مع الأزمات وبناء السمعة الرقمية
- مواكبة أحدث الاتجاهات والتطورات
- بناء مجتمعات متفاعلة وموالية للعلامة التجارية

## منهجية الدورة التدريبية:



السوشيال ميديا التدريبية على منهجية تطبيقية وتفاعلية تهدف إلى يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ثم الاحترافية. تبدأ الدورة بتقديم المفاهيم النظرية صقل مهارات المشاركين في إدارة تمكن المتدربين من تصميم وإدارة حملات اجتماعية تنتقل مباشرة إلى ورش عمل وتمارين عملية مكثفة الأساسية للتسويق وتحليل مقاييس الأداء لعدة منصات، وتصميم منشورات إبداعية، وإدارة افتراضية. سيقوم المتدربون بإنشاء خطط محتوى الإعلان المدفوع، مع الحصول على تغذية راجعة مباشرة باستخدام أدوات التحليل، وتطبيق استراتيجيات التفاعلات مع الجمهور أدت إلى نتائجها. كما حالة لحملات ناجحة وفاشلة من مختلف الصناعات، يتم وبناءة من المدربين الخبراء. تتضمن الدورة دراسات في إدارة السوشيال ميديا، وتطوير ستركز المنهجية على التدريب العملي على حل المشكلات تحليلها لفهم العوامل التي بشكل راجعة فردية وبناءة على أداء المتدربين في التمارين استراتيجيات الاستجابة للأزمات. سيتم توفير تغذية الشائعة تقدر بثمن، مما يؤهلهم مستمر. تهدف هذه المنهجية إلى تزويد المشاركين والمشاريع، مما يساعدهم على تطوير مهاراتهم لقيادة جهود السوشيال ميديا بفعالية واحترافية بالخبرة العملية التي لا

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):



## ميدياً الوحدة الأولى: أساسيات التسويق عبر السوشيال

- مقدمة لمنصات التواصل الاجتماعي الرئيسية١
- فهم خوارزميات المنصات١
- تحديد الأهداف التسويقية عبر السوشيال ميديا١
- بناء شخصية الجمهور المستهدف١
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)١
- وضع استراتيجية محتوى متكاملة١
- التحليل التنافسي على السوشيال ميديا١

## الوحدة الثانية: إنشاء وتطوير المحتوى الجذاب١

- أنواع المحتوى الرقمي (مرئي، نصي، فيديو)١
- فن صياغة العناوين والمنشورات١
- تصميم صور وفيديوهات جذابة١
- القصص (Stories) والبث المباشر١
- مسابقات١ استراتيجيات المحتوى التفاعلي (استطلاعات،
- إعادة استخدام المحتوى (Content Repurposing)١
- جدولة ونشر المحتوى بفعالية١

## الوحدة الثالثة: إدارة وتفاعل المجتمعات١



- أفضل الممارسات للتفاعل مع الجمهور.
- بناء مجتمعات قوية وموالية.
- التعامل مع التعليقات السلبية والشكاوى.
- إدارة الأزمات والسمعة الرقمية.
- المراقبة الاجتماعية ((Social Listening)).
- بناء علاقات مع المؤثرين.
- خدمة العملاء عبر السوشيال ميديا.

## البيانات: الوحدة الرابعة: الإعلانات المدفوعة وتحليل

- مقدمة للإعلانات المدفوعة على السوشيال ميديا.
- اختيار المنصة الإعلانية المناسبة.
- إنشاء حملات إعلانية مستهدفة.
- إدارة الميزانيات والمزايدات.
- تحليل بيانات الأداء ((Insights, Analytics)).
- قياس العائد على الاستثمار (ROI) للحملات.
- تقارير الأداء وتحسين الحملات.

## مستقبلية: الوحدة الخامسة: استراتيجيات متقدمة وتحديات

- أتمتة السوشيال ميديا وأدوات إدارتها.
- التسويق عبر المؤثرين ((Influencer Marketing)).
- التسويق بالفيديو القصير ((Reels, TikTok)).
- التعامل مع تحديات الخصوصية.
- الاتجاهات المستقبلية في السوشيال ميديا.
- تطوير خطة تسويق شاملة للسوشيال ميديا.
- دراسات حالة متقدمة لحملات ناجحة.



## الأسئلة المتكررة:

### التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة.

### الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد

المدة إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، ساعة تدريبية راحة وأنشطة تفاعلية ليصل إجمالي

## سؤال للتأمل:

لمدير السوشيال ميديا الاجتماعي وتزداد فيه المنافسة على جذب انتباهه في عالم تتسارع فيه التغييرات على منصات التواصل والاتجاهات، وبين الحفاظ على الأصالة وبناء علاقات المحترف أن يوازن بين مواكبة أحدث الخوارزميات المستخدمين، كيف يمكن الأهداف التجارية والأخلاقية للمؤسسة؟ حقيقية ومستدامة مع الجمهور، مع ضمان تحقيق

### ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



الاحترافية، مما يجعلها بتركيزها الشامل والعميق على Training Center تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN نظرة عامة فقط. نحن لا نقدم مجرد معلومات نظرية، مختلفة ومتميزة عن الدورات الأخرى التي قد تقدم إدارة السوشيال ميديا دورات أخرى كيفية إنشاء إدارة وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية. على سبيل بل نوفر تطبيقاً عملياً مكثفاً يغطي جميع جوانب ميديا وكيفية إنشاء محتوى جذاب ومؤثر منشور واحد، فإننا نغوص في وضع استراتيجية متكاملة المثال، بينما قد تشرح على ونحلل الاستراتيجيات التي مكنتها من تحقيق تفاعل لمختلف المنصات. نقدم دراسات حالة لحملات ناجحة، للسوشيال المدفوعة على السوشيال ميديا، تحليل بيانات الأداء وقياس العائد على الاستثمار كبير وعائداً على الاستثمار. كما تركز الدورة رقمية احترافية. يضمن الجمع بين الخبرة الأكاديمية مما يمنح المتدربين القدرة على قيادة حملات تسويقية وإدارة الإعلانات التسويقية ومهارات تطبيقية لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم لتعزيز والعملية لمديرينا حصول المتدربين على معرفة عميقة حضورهم الرقمي وتحقيق أهدافهم