والتأثير الدورة التدريبية: التسويق الرقمي الشامل للمؤسسات الإعلامية لتعزيز الانتشار

يونيو - ٠٣ يوليو ٢٠٢٦ ٢٩

باكو - *

(للشخص الواحد) ٥٠٠٠ €

Ref: #MED4788_302273

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

إتقان فنون التسويق الرقمي للرائدين في القطاع الإعلامي، مصممة لتمكين تُعد هذه الدورة التدريبية الشاملة منارة معرفية مع التحولات الرقمية، يصبح لزامًا على الكيانات بجميع أبعادها. في عصرنا الحالي، حيث تتسارع وتيرة المؤسسات الإعلامية من عميقًا في استراتيجيات التقنيات المتجددة لضمان وصول رسالتها وتوسيع قاعدة الإعلامية أن تتحلى بالقدرة على التكيف تجربة المستخدم، وصولا إلى إدارة الحملات التسويق بالمحتوى، وتحليلات البيانات الضخمة، جمهورها. هذه الدورة تغوص رؤاه من أحدث يقدم BIG BEN Training Center هذا البرنامج الإعلانية المدفوعة على مختلف المنصات الرقمية. وتحسين والتسويق، مستعرضًا أمثلة عملية ودراسات حالة الدراسات والأبحاث في مجال الإعلام الرقمي التدريبي المميز، والذي يستلهم مع الجمهور وبناء رقمية متكاملة تتناغم مع أهداف المؤسسة الإعلامية، واقعية. تتطرق الدورة إلى كيفية بناء استراتيجيات التي يفرضها المشهد الإعلامي الرقمي مجتمعات رقمية حيوية. كما تتناول الدورة التحديات مع التركيز على أهمية التفاعل Philip (فيليب كوتلر) من لتطوير حلول مبتكرة ومستدامة. يعتبر المفكر المتغير، مسلحةً المشاركين بالمعرفة اللازمة والفرص نؤمن التسويق الحديث، وتستفيد الدورة من إطارات عمل الرواد الذين أثروا هذا المجال بنظرياته حول والأكاديمي " "Kotler إعلامية تسعى للريادة بأن فهم ديناميكيات التسويق الرقمي لم يعد خيارًا، أكاديمية موثوقة لتقديم محتوى غني وعميق. نحن هذا البرنامج بل ضرورة حتمية لكل مؤسسة

المتدربين على تطبيق المعارف التدريبي يرتقي بالمفاهيم الأساسية إلى مستويات والاستمرارية في سوق شديد التنافسية.

المكتسبة بكفاءة وفاعلية في بيئاتهم العملية.[1] متقدمة، لضمان قدرة[1]

لـ: الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء التسويق الرقمي.
- مسؤولو المحتوى الرقمي.
- المتخصصون في العلاقات العامة والإعلام.
- مدراء تطوير الأعمال في المؤسسات الإعلامية.
- أصحاب المشاريع الإعلامية الناشئة.
- الرقمية. الصحفيون والإعلاميون الذين يسعون لتعزيز مهاراتهم
- المحللون الرقميون والباحثون في مجال الإعلام.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- المؤسسات الإعلامية التقليدية والناشئة.
- شركات النشر والتوزيع الإعلامي.
- القنوات التلفزيونية والإذاعية.
- وكالات الإعلان والتسويق الرقمي.
- منصات الأخبار الرقمية.
- شركات إنتاج المحتوى المرئي والمسموع.
- إعلامية أو تتواصل مع الجمهور. المؤسسات الحكومية وشبه الحكومية التي لديها أقسام

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق.
- إدارة الإعلام والعلاقات العامة.
- إدارة المحتوى.
- إدارة التحول الرقمي.
- إدارة تطوير الأعمال.
- إدارة الاتصال المؤسسي.
- إدارة العمليات الإعلامية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- الإعلامية. تطوير استراتيجيات تسويق رقمي شاملة للمؤسسات
- واهتماماته. تحليل بيانات الجمهور الرقمي لفهم سلوك المستهلك
- التسويق الحديث. إنشاء محتوى إعلامي رقمي جذاب ومتوافق مع معايير
- الاجتماعي ومحركات البحث. إدارة حملات إعلانية مدفوعة على منصات التواصل
- استراتيجيات المحتوى. تحسين الظهور الرقمي للمؤسسة الإعلامية عبر
- لتحقيق أفضل النتائج. قياس أداء الحملات التسويقية الرقمية وتعديلها
- المؤسسة الإعلامية. بناء مجتمعات رقمية نشطة ومتفاعلة حول محتوى
- المبادرات التسويقية. استخدام أدوات التحليل الرقمي لتقييم فعالية
- وتطبيقها بفعالية. تحديد الاتجاهات الناشئة في التسويق الرقمي

منهجية الدورة التدريبية:

أقصى استفادة للمشاركين. التدريبية منهجية متكاملة تجمع بين النظرية يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة الأساسية والمتقدمة في التسويق الرقمي، تتضمن المنهجية عروضًا تقديمية تفاعلية تستعرض والتطبيق العملي لضمان الرقمي التي الإعلامي. سيشارك المتدربون في دراسات حالة واقعية مع التركيز على الأمثلة المستقاة من القطاع المفاهيم عمل جماعية تُشجع على التفكير تواجه المؤسسات الإعلامية واقتراح حلول مبتكرة. كما تُمكنهم من تحليل تحديات التسويق تطوير استراتيجيات تسويق رقمي لمؤسسات إعلامية التعاوني وتبادل الخبرات بين المشاركين، وتساعدهم تتضمن الدورة ورش دقيقة وتوضيح أي للنقاش المفتوح والأسئلة والأجوبة، مما يتيح افتراضية أو حقيقية. سيتم توفير جلسات تفاعلية على راجعة بناءة حول مشاركاته وأدائه في استفسارات لديهم. بالإضافة إلى ذلك، سيتلقى كل للمتدربين فرصة استكشاف تفاصيل لأدوات التحليل ويساعد على تطوير المهارات بشكل مستمر. تركز التمارين والأنشطة، مما يعزز من عملية التعلم مشارك تغذية التسويقية. نسعى لتمكين المتدربين من الرقمي وكيفية استخدامها لتقييم أداء المحتوى المنهجية على التطبيق العملي لاستراتيجيات التسويق الرقمي بفعالية وكفاءة عالية. الانتقال من الفهم النظري إلى التنفيذ الفعلي والحملات

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

في الإعلام. الوحدة الأولى: أساسيات التسويق الرقمي وتطبيقاته

- الإعلامية. مقدمة إلى التسويق الرقمي وأهميته للمؤسسات
- تطور المشهد الإعلامي الرقمي وتحدياته.
- مفاهيم الجمهور الرقمي وسلوك المستهلك الإعلامي.
- الرقمي. بناء هوية العلامة التجارية الإعلامية في الفضاء
- أنواع المحتوى الرقمي الفعال للمؤسسات الإعلامية.
- تحليل المنافسين في السوق الإعلامي الرقمي.
- وضع أهداف التسويق الرقمي القابلة للقياس.

الرقمي. الوحدة الثانية: استراتيجيات المحتوى الإعلامي

- إنشاء وتطوير استراتيجية محتوى متكاملة.
- كتابة المحتوى الجذاب والمقنع للجمهور الإعلامي.
- الإعلامية. تحسين المحتوى لمحركات البحث (SEO) للمؤسسات
- استخدام السرد القصصي في التسويق الإعلامي الرقمي.
- المحتوى المرئي والفيديوهات ودورها في جذب الجمهور.
- توزيع المحتوى عبر المنصات الرقمية المتنوعة.
- إعادة تدوير المحتوى لتحقيق أقصى استفادة.

الاجتماعي للمؤسسات الإعلامية. الوحدة الثالثة: التسويق عبر وسائل التواصل

- الاجتماعي.ا بناء استراتيجية فعالة للتواجد على منصات التواصل
- إدارة المجتمعات الرقمية والتفاعل مع الجمهور.ا
- الاجتماعي.ا حملات الإعلانات المدفوعة على منصات التواصل
- تحليل أداء المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي.ا
- التعامل مع الأزمات الإعلامية على المنصات الرقمية.ا
- استخدام المؤثرين في التسويق الإعلامي.ا
- الاجتماعي.ا أدوات جدولة ونشر المحتوى على وسائل التواصل

الأداء.ا الوحدة الرابعة: تحليلات البيانات الرقمية وقياس

- أهمية تحليلات البيانات في التسويق الإعلامي.ا
- الرئيسية (KPIs).ا أدوات تحليل البيانات الرقمية ومؤشرات الأداء
- تحليل سلوك المستخدم على المواقع الإعلامية.ا
- قياس فعالية الحملات الإعلانية الرقمية.ا
- إعداد التقارير الدورية لأداء التسويق الرقمي.ا
- تحديد نقاط التحسين بناءً على البيانات.ا
- التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية بناءً على التحليلات.ا

والإعلانات المدفوعة.ا الوحدة الخامسة: التسويق عبر البريد الإلكتروني

- بناء قوائم بريدية فعالة للمؤسسات الإعلامية.ا
- تصميم حملات بريد إلكتروني جذابة وموجهة.ا
- تحسين معدلات فتح البريد الإلكتروني والنقر.ا
- مفاهيم الإعلانات المدفوعة (PPC) لمحركات البحث.ا
- إدارة حملات جوجل أدوردز للمؤسسات الإعلامية.ا
- استهداف الجمهور المناسب في الإعلانات المدفوعة.ا
- تحسين عائد الاستثمار (ROI) للحملات الإعلانية.ا

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:

الرقمي؟ نشر الخبر والتحقق من مصداقيته في ظل متطلبات كيف يمكن للمؤسسة الإعلامية تحقيق التوازن بين سرعة

التسويق

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

في التسويق الرقمي، بتركيزها العميق على التطبيق. تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN Training Center نحن لا نكتفي بتقديم المعلومات النظرية، وتخصيصها بشكل فريد لخدمة احتياجات المؤسسات العملي للمفاهيم المتقدمة من استراتيجيات قابلة للتنفيذ على أرض الواقع. تتمحور بل نغوص في تفاصيل كيفية تحويل هذه النظريات إلى الإعلامية. بسرعة. على سبيل المثال، مواجهة التحديات الحالية والمستقبلية في المشهد الدورة حول تقديم رؤى عملية تمكن المتدربين تفصيلية لكيفية تطوير محتوى إخباري أو تحليلي بدلاً من مجرد شرح أهمية التسويق بالمحتوى، نقدم الإعلامي الرقمي المتغير البيانات الضخمة كيفية بناء علامة تجارية إعلامية قوية في الفضاء يتصدر نتائج البحث ويثير تفاعل الجمهور. نركز على أمثلة للجوانب الأخلاقية والمهنية للتسويق لاتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة. كما تُولي الدورة الرقمي، وكيفية استخدام تحليلات بثمن، حيث يتم المدعومة بالخبرة العملية لمدربينا تجعل من هذه الرقمي في الإعلام. إن المنهجية الأكاديمية اهتمامًا خاصًا ليصبحوا روادًا في مجال التسويق الرقمي الإعلامي، تسليح المشاركين بالمعرفة والأدوات اللازمة الدورة تجربة تعليمية لا تُقدر وتأثير مؤسساتهم. قادرين على صياغة وتنفيذ استراتيجيات تسهم في نمو