



التدريبية: التسويق الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي وتحسين محركات البحث الدورة

مايو ٢٠٢٦ - ٠٨ - ٠٤

دوسلدورف

(للشخص الواحد) € ٤٢٠٠

Ref: #AI3218_247632





مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:



البحث، وهي مصممة التدريبية المتخصصة حول التسويق الرقمي المدعوم يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة وأصحاب الأعمال، والمتخصصين في للمسوقين، ومديري العلامات التجارية، وخبراء تحسين بالذكاء الاصطناعي وتحسين محركات في المشهد الرقمي استراتيجياتهم التسويقية الرقمية، وتحقيق نتائج التجارة الإلكترونية الذين يسعون لتعزيز محركات البحث، الاصطناعي (AI) أداة لا غنى عنها لتحليل الحالي، الذي يتطور بسرعة مذهلة، أصبح الذكاء أفضل في الظهور عبر الإنترنت. اللازمة لدمج وتخصيص التجارب التسويقية. تهدف الدورة إلى تزويد البيانات الضخمة (Big Data)، وفهم سلوك المستهلك، ذلك تحسين محركات البحث (SEO)، تقنيات الذكاء الاصطناعي** في مختلف جوانب التسويق المشاركين بالمعرفة والمهارات عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media) والتسويق بالمحتوى (Content Marketing)، والتسويق الرقمي، بما في Machine Learning) في سياق وتحليل البيانات التسويقية. ستغطي الدورة مفاهيم (PPC، وإعلانات الدفع لكل نقرة (Marketing) لتحليل المحتوى وفهم (NLP - Language Processing) التسويق، ومعالجة اللغات الطبيعية (Natural) التعلم الآلي (Machine Learning) أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل الصور والفيديوهات التسويقية. سيتعلم نية البحث، والرؤية الحاسوبية (Computer Vision) وتحسين حملات الإعلانات الرقمية، وتخصيص لتحليل الكلمات المفتاحية**، وإنشاء محتوى عالي المشاركون كيفية استخدام تجربة المستخدم، وقياس عائد الاستثمار (ROI) الجودة،



أكثر فعالية وكفاءة، وتحقيق أهداف الدورة إلى تمكين المختصين من بناء الجهود التسويقية المدعومة بالذكاء الاصطناعي. التطورات التكنولوجية. نستلهم في هذه الدورة ميزة تنافسية في السوق الرقمي المزدهم، ومواكبة استراتيجيات تسويقية يؤكد على أهمية التكيف مع ، الذي يُعتبر الأب الروحي Philip Kotler، (Kotler من أعمال البروفيسور فيليب كوتلر Philip Kotler) أحدث التغييرات التكنولوجية لتحقيق التميز التسويقي للتسويق الحديث، والذي



لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديري التسويق.
- متخصصي التسويق الرقمي.
- خبراء تحسين محركات البحث (SEO Specialists).
- مديري العلامات التجارية.
- أصحاب الأعمال والمديرين التنفيذيين.
- متخصصي التجارة الإلكترونية.
- منشئي المحتوى الرقمي.
- محلي البيانات التسويقية.
- مديري وسائل التواصل الاجتماعي.
- المسوقين الطموحين.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- التسويق والإعلان.
- التجارة الإلكترونية والبيع بالتجزئة.
- التكنولوجيا والبرمجيات.
- الخدمات المالية.
- الرعاية الصحية.
- التعليم.
- السياحة والضيافة.
- العقارات.
- المؤسسات الحكومية والخاصة التي لديها حضور رقمي.
- الاستشارات التسويقية.



الأقسام المؤسسة المستهدفة:

- قسم التسويق.
- قسم التجارة الإلكترونية.
- قسم المبيعات.
- قسم تحليل البيانات.
- قسم تطوير الأعمال.
- قسم الاتصالات.
- قسم المنتجات.
- الإدارة العليا.
- قسم الابتكار.
- قسم خدمة العملاء.

أهداف الدورة التدريبية:

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



- الرقمي، فهم دور الذكاء الاصطناعي في تحويل مشهد التسويق
- المستهلك، تطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك
- بالذكاء الاصطناعي، صياغة استراتيجيات تحسين محركات البحث المدعومة
- الاصطناعي، إنشاء محتوى تسويقي عالي الجودة باستخدام الذكاء
- والمبيعات، تخصيص الحملات التسويقية لزيادة التفاعل
- الاصطناعي، تحسين إعلانات الدفع لكل نقرة (PPC) بفضل الذكاء
- الآلي، تحليل البيانات التسويقية باستخدام أدوات التعلم
- بناء رحلات عملاء مخصصة وفعالة
- بالذكاء الاصطناعي، قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية المدعومة
- بالذكاء الاصطناعي، مواكبة أحدث الاتجاهات والتقنيات في التسويق

منهجية الدورة التدريبية:



من منهجية تدريبية تجمع بين المفاهيم النظرية المتقدمة يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة على محاضرات تفاعلية الاستفادة القصوى من الذكاء الاصطناعي في جهودهم والتطبيقات العملية، بهدف تمكين المشاركين الأدوات والمنصات المدعومة تستعرض أساسيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في التسويقية الرقمية. تشمل المنهجية سيقوم المشاركون بتحليل بيانات العملاء، بالذكاء الاصطناعي. تتبع ذلك ورش عمل تطبيقية مكثفة سياق التسويق، وأحدث دراسات حالة واقعية وإدارة الحملات الإعلانية باستخدام تقنيات الذكاء وتوليد أفكار المحتوى، وتحسين الكلمات المفتاحية، حيث وتحليل الأداء. تتضمن الدورة جلسات عمل تبرز كيفية تحقيق نجاحات تسويقية عبر تخصيص الاصطناعي. سيتم التركيز على تطوير من قوة الذكاء الاصطناعي. يتلقى المشاركون تغذية جماعية لتطوير استراتيجيات تسويقية متكاملة تستفيد التجارب، مهاراتهم في هذا المجال الحيوي والمتغير باستمرار. راجعة منتظمة من المدربين الخبراء لضمان

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

التسويق الرقمي. الوحدة الأولى: أساسيات الذكاء الاصطناعي في



- مقدمة إلى الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي.
- فهم سلوك المستهلك المدعوم بالذكاء الاصطناعي.
- تحليل البيانات الضخمة لإنشاء رؤى تسويقية.
- الاصطناعي، أتمتة التسويق (Marketing Automation) والذكاء
- أمثلة على أدوات ومنصات الذكاء الاصطناعي للتسويق.
- مستقبل التسويق الرقمي في عصر الذكاء الاصطناعي.

البحث (SEO) الوحدة الثانية: الذكاء الاصطناعي وتحسين محركات

- الاصطناعي، تحليل الكلمات المفتاحية المدعوم بالذكاء
- الاصطناعي، تحسين المحتوى لمحركات البحث باستخدام الذكاء
- الاصطناعي، فهم نية البحث (Search Intent) عبر الذكاء
- الاصطناعي، بناء الروابط (Link Building) باستخدام الذكاء
- تحسين البحث الصوتي (Voice Search Optimization)
- الاصطناعي، مراقبة وتحليل أداء تحسين محركات البحث بالذكاء
- أتمتة تقارير تحسين محركات البحث.

والإعلان، الوحدة الثالثة: الذكاء الاصطناعي في تسويق المحتوى

- الذكاء الاصطناعي، توليد أفكار المحتوى وكتابة المسودات باستخدام
- تخصيص المحتوى للجمهور المستهدف.
- تحسين استراتيجيات التسويق بالمحتوى.
- (PPC) الذكاء الاصطناعي في إعلانات الدفع لكل نقرة
- الاصطناعي، استهداف الجمهور وتحسين عروض الأسعار بفضل الذكاء
- إدارة الحملات الإعلانية آلياً.
- الاجتماعي، الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر وسائل التواصل



الوحدة الرابعة: تخصيص تجربة العملاء والتحليل.

- تخصيص رحلات العملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- نظم التوصية ((Recommendation Systems)).
- الافتراضيين ((Virtual Assistants)) الدردشة الآلية (Chatbots) والمساعدين.
- الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء.
- تحليل البيانات التسويقية المتقدمة.
- لتوقع سلوك المستهلك، التحليلات التنبؤية ((Predictive Analytics)).
- قياس عائد الاستثمار (ROI) للحملات التسويقية.

الاصطناعي في التسويق. الوحدة الخامسة: استراتيجيات متقدمة وتحديات الذكاء

- التعلم العميق (Deep Learning) في التسويق.
- لإنشاء المحتوى، الذكاء الاصطناعي التوليدي ((Generative AI)).
- التسويق، التحديات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في
- خصوصية البيانات وتنظيماتها ((GDPR, CCPA)).
- دمج الذكاء الاصطناعي مع أنظمة التسويق الحالية.
- تطوير فرق التسويق المدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- بناء استراتيجية تسويقية متكاملة للمستقبل.

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:

والإبداع سلوك المستهلك وتخصيص تجارب التسويق، كيف يمكن في ظل تزايد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي لتحليل التفاعلي والعاطفي؟ البشري في حملاتهم، وضمان عدم تحول التسويق إلى للمسوقين الحفاظ على اللمسة الإنسانية عملية آلية بالكامل تفقد جوهرها

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



في تحسين الظهور لدمج الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي**، مع تتميز هذه الدورة بتقديمها منظوراً شاملاً وعملياً الذكاء الاصطناعي، مثل معالجة اللغات والأداء التسويقي. ما يميزنا هو الجمع بين أحدث التركيز على تحقيق نتائج ملموسة وإنشاء المحتوى تحديات التسويق الرقمي الواقعية. نغطي جميع جوانب الطبيعية والتحليلات التنبؤية، وتطبيقها على تقنيات بدعم من الذكاء الاصطناعي. الدورة إلى إدارة الحملات الإعلانية وتخصيص تجربة العملاء، التسويق، من تحسين محركات البحث ميزة تنافسية تسويقية أكثر كفاءة وفعالية، ومواكبة التطورات تركز على تمكين المشاركين من بناء استراتيجيات وكل ذلك يتم إلى الريادة في العصر الرقمي. مستدامة، مما يجعلها ضرورية لأي محترف تسويق يتطلع التكنولوجية المتسارعة، وتحقيق