



**الدورة التدريبية: تطبيقات الذكاء الاصطناعي  
في التسويق لنمو الأعمال وتحقيق التميز  
العملية**



**ابريل ٢٠٢٦ - ٣٠ - ٢٦**



**عمان**

**للشخص الواحد) € ١٠٠**

**Ref: #MAR3848\_40321**



## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في كافة المجالات، لاسيما الاصطناعي (AI) ليس مجرد تقنية مستقبلية، بل هو في عصر التحول الرقمي المتسارع، أصبح الذكاء متعمقة وتطبيقات BIG BEN Training Center التسويق. تقدم هذه الدورة التدريبية الشاملة من واقع يفرض نفسه بقوة الاصطناعي لتحليل استراتيجيات التسويق لتحقيق نمو مستدام للأعمال. عملية حول كيفية دمج الذكاء الاصطناعي في رؤى التسويقية، وتحسين الأداء العام. تستكشف البيانات الضخمة، وتخصيص تجارب العملاء، وأتمتة ستكتشف آليات استخدام الذكاء الراغبين في الذكاء الاصطناعي في بيئة الأعمال التنافسية، وتقدم الدورة كذلك التحديات والفرص المرتبطة بتبني الحملات في هذه الدورة على أحدث المفاهيم تسخير قوة الذكاء الاصطناعي لتعزيز كفاءتهم إطاراً عملياً للمسوقين وقادة الأعمال التسويق والذكاء الاصطناعي، مثل البروفيسور فيليب والأطراف التي وضعها أكاديميون بارزون في مجال وفعاليتهم. نعتد BIG BEN Training هذه التكيف مع التغيرات التكنولوجية لضمان بقاء الشركات كوتلر (Philip Kotler)، الذي يشدد على أهمية الرقمية إلى فرص نمو حقيقية، من خلال فهم عميق الدورة لتمكين المشاركين من تحويل التحديات وتطورها. يقدم Center المتغير العملية، مما يضمن لهم التفوق في المشهد التسويقي للتسويق المدعوم بالذكاء الاصطناعي وتطبيقاته



## لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء التسويق.
- متخصصو التسويق الرقمي.
- أصحاب الأعمال والمدراء التنفيذيون.
- محللو البيانات.
- التقنيات الحديثة المهتمون بتطوير استراتيجيات التسويق باستخدام

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- شركات التكنولوجيا.
- القطاعات المالية والمصرفية.
- التجارة الإلكترونية والبيع بالتجزئة.
- الرعاية الصحية.
- القطاع العقاري.
- الوكالات الإعلانية وشركات الاستشارات التسويقية.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق.
- قسم المبيعات.
- إدارة تطوير الأعمال.
- قسم التحليلات والبيانات.
- إدارة الابتكار والتطوير.



## أهداف الدورة التدريبية:

### أتقن المهارات التالية: **ب**نهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- مجال التسويق، فهم عميق لمفاهيم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في
- الذكاء الاصطناعي، تحديد الفرص لتحسين استراتيجيات التسويق باستخدام
- بيانات العملاء وتخصيص الحملات التسويقية، تطبيق أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل
- الذكاء الاصطناعي، تطوير حملات إعلانية مستهدفة وفعالة باستخدام
- بالذكاء الاصطناعي، قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية المدعومة
- التنبؤات السلوكية للعملاء، صياغة استراتيجيات تسويقية مبتكرة تعتمد على
- المدعوم بالذكاء الاصطناعي، تحسين تجربة العميل من خلال الأتمتة والتخصيص
- باستخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق، التعامل مع التحديات الأخلاقية والقانونية المتعلقة

## منهجية الدورة التدريبية:



BEN Training وشاملة تضمن أقصى استفادة للمشاركين، حيث يجمع BIG تعتمد هذه الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية التعليمية التي تحفز التفكير النقدي والتطبيق العملي. تتضمن المنهجية مجموعة متنوعة من بين المعرفة النظرية Center العميق خلال محاضرات تفاعلية تتيح للمشاركين طرح الأسئلة وتنمي المهارات العملية. سيتم تقديم المحتوى من الأساليب تستعرض تطبيقات الذكاء للمفاهيم المعقدة. يتم التركيز بشكل خاص على دراسات والمشاركة في المناقشات، مما يعزز الفهم المشاركين على ربط المفاهيم النظرية بالتحديات الاصطناعي الناجحة في مختلف القطاعات، مما يساعد الحالة الواقعية التي عملية، مما يعزز ذلك، سيتم تنظيم جلسات عمل جماعي تمكن المشاركين من والفرص في بيئة الأعمال الحقيقية. بالإضافة إلى مكثفة تشمل تمارين عملية ومحاكاة لمواقف التعاون وتبادل الخبرات. تتخلل الدورة جلسات تطبيق ما تعلموه في مشاريع كل متدرب ومعالجة أي والتحليلية. كما يتم توفير تغذية راجعة مستمرة حقيقية، تهدف إلى تطوير المهارات الفنية تفاعلية فهماً عميقاً للذكاء الاصطناعي في صعوبات قد تواجهه. هذه المنهجية تضمن أن يكتسباً وفردية لضمان متابعة تقدم عملهم، مما يعزز من قدراتهم التنافسية، التسويق، وقدرة على تطبيقه بفعالية في بيئات المشاركين

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):



## الرقمي الوحدة الأولى: أساسيات الذكاء الاصطناعي والتسويق

- المقدمة إلى الذكاء الاصطناعي ومفاهيمه الأساسية.
- تاريخ وتطور الذكاء الاصطناعي في الأعمال.
- مفهوم التسويق الرقمي الحديث.
- التقاطع بين الذكاء الاصطناعي والتسويق.
- الأهمية البيانات في التسويق المدعوم بالذكاء الاصطناعي.
- أخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- مستقبل التسويق في ظل تطور الذكاء الاصطناعي.

## الاصطناعي الوحدة الثانية: تحليل البيانات والعملاء بالذكاء

- جمع وتخزين بيانات العملاء.
- تحليل سلوك المستهلك باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- تقسيم العملاء وتحديد الشرائح المستهدفة.
- التنبؤ باتجاهات السوق المستقبلية.
- تحسين تجربة العميل بناءً على البيانات.
- أدوات ومنصات تحليل البيانات بالذكاء الاصطناعي.
- حالات استخدام واقعية لتحليل البيانات.

## الوحدة الثالثة: تخصيص الحملات التسويقية والأتمتة



- التسويق الشخصي المدعوم بالذكاء الاصطناعي<sup>١</sup>.
- أتمتة البريد الإلكتروني والتسويق عبر الرسائل<sup>١</sup>.
- تخصيص المحتوى والإعلانات ديناميكياً<sup>١</sup>.
- بناء رحلات عملاء مخصصة<sup>١</sup>.
- استخدام روبوتات الدردشة والمساعدين الافتراضيين<sup>١</sup>.
- تحسين استهداف الإعلانات عبر المنصات<sup>١</sup>.
- قياس فعالية التخصيص والأتمتة<sup>١</sup>.

## المدعومة بالذكاء الاصطناعي الوحدة الرابعة: استراتيجيات الإعلان والتسويق

### بالمحتوى

- الاصطناعي<sup>١</sup> تحسين حملات الدفع لكل نقرة (PPC) بالذكاء
- استهداف الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي<sup>١</sup>.
- إنشاء محتوى تسويقي باستخدام الذكاء الاصطناعي<sup>١</sup>.
- تحسين المحتوى لمحركات البحث (SEO)<sup>١</sup>.
- التسويق عبر الفيديو المدعوم بالذكاء الاصطناعي<sup>١</sup>.
- الاصطناعي<sup>١</sup> تحليل المشاعر والتعليقات باستخدام الذكاء
- تطوير استراتيجيات متكاملة للمحتوى والإعلان<sup>١</sup>.

## التسويق بالذكاء الاصطناعي الوحدة الخامسة: قياس الأداء وتطوير استراتيجيات

- بالذكاء الاصطناعي<sup>١</sup> مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في التسويق
- أدوات وتقنيات قياس عائد الاستثمار (ROI)<sup>١</sup>.
- تحليل أداء الحملات وتحسينها<sup>١</sup>.
- التحديات والفرص في تطبيق الذكاء الاصطناعي<sup>١</sup>.
- وضع خطة عمل لدمج الذكاء الاصطناعي في التسويق<sup>١</sup>.
- دراسات حالة متقدمة وتحديات عملية<sup>١</sup>.
- مستقبل التسويق الرقمي والذكاء الاصطناعي<sup>١</sup>.



## 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 ٢٠-٢٥ 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:

لتحسين الكفاءة الحالية؟ الابتكار في التسويق بدلاً من مجرد كونه أداة كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يعيد تشكيل مفهوم

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



المباشرة التي يمكن وعملية حول دمج الذكاء الاصطناعي في التسويق، مع تتميز هذه الدورة التدريبية بتقديمها رؤية شاملة تركز العديد من الدورات على الجوانب النظرية أو للمشاركين تنفيذها في بيئات عملهم فوراً. بينما التركيز على التطبيقات الممزوج بالخبرة يجمع بين المفاهيم المتقدمة والتطبيقات الواقعية. الأدوات الفردية، تقدم هذه الدورة نهجاً متكاملًا بل يفهمون أيضاً كيفية تطبيقها العملية، مما يضمن أن المشاركين لا يكتسبون فقط يتميز المحتوى بالعمق الأكاديمي الضوء على الأمثلة العملية ودراسات الحالة التي في سياقات مختلفة ومعالجة التحديات الحقيقية. نسلط المعرفة الأساسية، ملحوظ في الأعمال. كما استراتيجيات التسويق التقليدية إلى حملات ديناميكية توضح كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يحول رؤى قيمة منها، وكيفية بناء نماذج تنبؤية نركز على كيفية تحليل البيانات الضخمة بدقة فائقة ومخصصة، مما يؤدي إلى نمو المشاركين بالمحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي. هذه الدورة لسلوك العملاء، وتطوير استراتيجيات التسويق واستخلاص نسيج عمليات التسويق لديهم، مما من التفكير الاستراتيجي حول كيفية دمج الذكاء لا تعلم استخدام الأدوات فحسب، بل تمكن تعقيداً يمنحهم ميزة تنافسية حقيقية في سوق يتزايد الاصطناعي في