الدورة التدريبية: التسويق الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي وتحسين محركات البحث

15 - 19 نوفمبر 2026

دبي

4800 € (للشخص الواحد)

Ref: #AI3218_396102

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة التدريبية المتخصصة حول التسويق الرقمي المدعوم بالذكاء الاصطناعي وتحسين محركات البحث، وهي مصممة للمسوقين، ومديري العلامات التجارية، وخبراء تحسين محركات البحث، وأصحاب الأعمال، والمتخصصين في التجارة الإلكترونية الذين يسعون لتعزيز استراتيجياتهم التسويقية الرقمية، وتحقيق نتائج أفضل في الظهور عبر الإنترنت. في المشهد الرقمي الحالي، الذي يتطور بسرعة مذهلة، أصبح الذكاء الاصطناعي (AI) أداة لا غنى عنها لتحليل البيانات الضخمة (Big Data)، وفهم سلوك المستهلك، وتخصيص التجارب التسويقية. تهدف الدورة إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي** في مختلف جوانب التسويق الرقمي، بما في ذلك تحسين محركات البحث (SEO)، والتسويق بالمحتوى (Content Marketing)، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Marketing)، وإعلانات الدفع لكل نقرة (PPC)، وتحليل البيانات التسويقية. ستغطي الدورة مفاهيم التعلم الآلي (Machine Learning) في سياق التسويق، ومعالجة اللغات الطبيعية (Natural Language Processing - NLP) لتحليل المحتوى وفهم نية البحث، والرؤية الحاسوبية (Computer Vision) لتحليل الصور والفيديوهات التسويقية. سيتعلم المشاركون كيفية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل الكلمات المفتاحية**، وإنشاء محتوى عالي الجودة، وتحسين حملات الإعلانات الرقمية، وتخصيص تجربة المستخدم، وقياس عائد الاستثمار (ROI) للجهود التسويقية المدعومة بالذكاء الاصطناعي. تهدف الدورة إلى تمكين المختصين من بناء استراتيجيات تسويقية أكثر فعالية وكفاءة، وتحقيق ميزة تنافسية في السوق الرقمي المزدحم، ومواكبة أحدث التطورات التكنولوجية. نستلهم في هذه الدورة من أعمال البروفيسور فيليب كوتلر (Philip Kotler، Philip Kotler)، الذي يُعتبر الأب الروحي للتسويق الحديث، والذي يؤكد على أهمية التكيف مع التغيرات التكنولوجية لتحقيق التميز التسويقي.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديري التسويق.
- متخصصي التسويق الرقمي.
- خبراء تحسين محركات البحث (SEO Specialists).
- مديري العلامات التجارية.
- أصحاب الأعمال والمديرين التنفيذيين.
- متخصصي التجارة الإلكترونية.
- منشئي المحتوى الرقمي.
- محللي 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 المؤسسية 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:

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

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

منهجية الدورة التدريبية:

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

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي.

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

الوحدة الثانية: الذكاء الاصطناعي وتحسين محركات البحث (SEO).

- 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 الاصطناعي.
- تحسين البحث الصوتي (Voice Search Optimization).
- مراقبة وتحليل أداء تحسين محركات البحث بالذكاء الاصطناعي.
- أتمتة تقارير تحسين محركات البحث.

الوحدة الثالثة: الذكاء الاصطناعي في تسويق المحتوى والإعلان.

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

الوحدة الرابعة: تخصيص تجربة العملاء والتحليل.

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

الوحدة الخامسة: استراتيجيات متقدمة وتحديات الذكاء الاصطناعي في التسويق.

- التعلم العميق (Deep Learning) في التسويق.
- الذكاء الاصطناعي التوليدي (Generative AI) لإنشاء المحتوى.
- التحديات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- 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:

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

لا توجد شروط مسبقة.

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

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

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

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

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