# الدورة التدريبية: الإبداع والابتكار في التسويق الرقمي الحديث: صياغة استراتيجيات ناجحة للنمو والتميز.



09 - 13 نوفمبر 2026
روما
5800 € (للشخص الواحد)
Ref: #MAR2041_313229

## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة التدريبية الشاملة التي تركز على الإبداع والابتكار في التسويق الرقمي الحديث، مصممة خصيصًا لمواكبة التغيرات المتسارعة في المشهد التسويقي. ستتعمق هذه الدورة في استكشاف كيف يمكن للشركات والأفراد صياغة استراتيجيات تسويقية مبتكرة وفعالة لتحقيق نمو مستدام وتميز تنافسي في السوق الرقمية المزدحمة. سنتناول أحدث المفاهيم والمصطلحات في هذا المجال، بدءًا من تحليل سلوك المستهلك الرقمي وصولًا إلى تنفيذ حملات تسويقية قائمة على البيانات والذكاء الاصطناعي. تستند هذه الدورة إلى أطر عمل نظرية وتطبيقية، مستلهمة من رواد الفكر التسويقي مثل البروفيسور فيليب كوتلر (Philip Kotler)، الذي يُعد مرجعًا عالميًا في مجال التسويق الحديث. سيتمكن المشاركون من فهم كيفية دمج التفكير الإبداعي مع التحليل الاستراتيجي لتطوير حلول تسويقية غير تقليدية ومؤثرة. سواء كنت تسعى لتعزيز حضور علامتك التجارية الرقمي، أو اكتشاف طرق جديدة للتفاعل مع العملاء، أو قيادة فريق تسويق مبتكر، فإن هذه الدورة ستزودك بالمعرفة والأدوات اللازمة لتحقيق أهدافك. يهدف BIG BEN Training Center من خلال هذه الدورة إلى تمكين المتدربين من مواجهة تحديات التسويق الرقمي بمرونة وابتكار، وتحويل الأفكار إلى نتائج ملموسة تعزز القيمة السوقية للمؤسسات.

## الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو التسويق.
- مسؤولو العلامات التجارية.
- متخصصو التسويق الرقمي.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الناشئة.
- المحللون الاستراتيجيون.
- المتخصصون في تطوير الأعمال.
- مديرو المنتجات.
- المسؤولون عن التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- مسؤولو العلاقات العامة.
- مستشارو الأعمال والتسويق.

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التكنولوجيا والاتصالات.
- صناعة الخدمات المالية والتأمين.
- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- صناعة الرعاية الصحية والأدوية.
- قطاع التعليم والتدريب.
- صناعة الإعلام والنشر.
- قطاع الضيافة والسياحة.
- صناعة السلع الاستهلاكية سريعة التداول (FMCG).
- قطاع العقارات والبناء.
- صناعة السيارات.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارات التسويق.
- أقسام تطوير الأعمال.
- إدارات المبيعات.
- أقسام الابتكار والبحث والتطوير.
- إدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- أقسام التجارة الإلكترونية.
- إدارات إدارة المنتجات.
- أقسام التحليل الاستراتيجي.
- إدارات تجربة العملاء.
- أقسام التسويق الرقمي.

## أهداف الدورة التدريبية:

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

- تحديد الفرص التسويقية الجديدة في العصر الرقمي.
- تطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة تعتمد على الإبداع والابتكار في التسويق.
- تحليل سلوك المستهلك الرقمي وتحديد نقاط التأثير الرئيسية.
- تصميم حملات تسويقية رقمية مؤثرة وذات صلة.
- استخدام أدوات وتقنيات التسويق الرقمي المتقدمة.
- قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية الرقمية لتحسينها.
- بناء علامات تجارية رقمية قوية ومميزة.
- توظيف البيانات والذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرارات التسويقية.
- تطوير محتوى تسويقي إبداعي وجذاب.
- فهم التوجهات المستقبلية في التسويق الرقمي.

## منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية وشاملة، تجمع بين الأسس النظرية والتطبيقات العملية لضمان تحقيق أقصى استفادة للمشاركين. تبدأ كل وحدة بمقدمة نظرية تشرح المفاهيم الأساسية، تليها دراسات حالة واقعية من شركات رائدة توضح كيفية تطبيق الإبداع والابتكار في التسويق الرقمي. يتم تشجيع العمل الجماعي من خلال ورش عمل تفاعلية حيث يقوم المشاركون بتطوير استراتيجيات تسويقية خاصة بهم وتطبيق المفاهيم المكتسبة. تتضمن الدورة جلسات عصف ذهني لابتكار حلول تسويقية غير تقليدية، بالإضافة إلى تمارين عملية تحاكي سيناريوهات السوق الحقيقية. يتم توفير تغذية راجعة فردية وجماعية على المشاريع والمهام لتعزيز الفهم وتطوير المهارات. كما سيتم استخدام أمثلة توضيحية لربط الإبداع والابتكار في التسويق بمحركات البحث وفهم نيات البحث. تهدف هذه المنهجية إلى تمكين المتدربين من التفكير بشكل نقدي وتطوير مهاراتهم التحليلية والإبداعية في بيئة تعليمية داعمة ومحفزة.

# خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

## الوحدة الأولى: أسس الإبداع والابتكار في التسويق الرقمي.

- مفهوم الإبداع والابتكار في التسويق.
- أهمية التفكير الإبداعي في التسويق الرقمي.
- تحليل سلوك المستهلك الرقمي والتوجهات الجديدة.
- تحديد الفرص التسويقية المبتكرة.
- نماذج الابتكار في استراتيجيات التسويق.
- دراسات حالة حول شركات رائدة في التسويق الإبداعي.
- ورشة عمل: توليد أفكار تسويقية مبتكرة.

## الوحدة الثانية: استراتيجيات التسويق الرقمي المتقدمة.

- التسويق بالمحتوى الإبداعي.
- استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي المبتكرة.
- التسويق بالفيديو والتسويق المؤثر.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني الفعال.
- التسويق بالبحث وتحسين تجربة المستخدم.
- الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- بناء خطة تسويقية رقمية متكاملة.

## الوحدة الثالثة: تحليل البيانات واتخاذ القرارات التسويقية المعتمدة على الابتكار.

- أساسيات تحليل البيانات التسويقية.
- أدوات تحليل البيانات في التسويق الرقمي.
- قياس عائد الاستثمار (ROI) للحملات التسويقية.
- تحليل حملات التسويق الإبداعية.
- التنبؤ بالتوجهات المستقبلية باستخدام البيانات.
- التسويق القائم على البيانات الضخمة.
- تحسين الحملات بناءً على التحليلات.

### الوحدة الرابعة: بناء العلامة التجارية والتجربة الفريدة للعميل.

- تطوير هوية العلامة التجارية الرقمية.
- صياغة رسائل تسويقية إبداعية.
- تصميم تجربة العميل الرقمية الفريدة.
- الولاء للعلامة التجارية في العصر الرقمي.
- إدارة سمعة العلامة التجارية عبر الإنترنت.
- بناء مجتمعات العملاء عبر الإنترنت.
- الابتكار في خدمة العملاء الرقمية.

### الوحدة الخامسة: التوجهات المستقبلية والابتكار المستدام في التسويق.

- التسويق التنبئي والذكاء الاصطناعي.
- الواقع الافتراضي والمعزز في التسويق.
- التسويق الصوتي والتسويق عبر الأجهزة القابلة للارتداء.
- التسويق المستدام والأخلاقي.
- التحديات والفرص في التسويق الرقمي المستقبلي.
- التطوير المستمر للمهارات التسويقية.
- وضع خطة عمل شخصية للابتكار في التسويق.

## 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:

كيف يمكن للمؤسسات تحقيق التوازن بين الابتكار الجذري في التسويق الرقمي والحفاظ على الهوية الأساسية لعلامتها التجارية في عالم يتغير بسرعة فائقة؟

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

تتميز هذه الدورة بتركيزها العميق على دمج الإبداع والابتكار في كل جانب من جوانب التسويق الرقمي، مما يتجاوز مجرد سرد الأدوات والتقنيات. نركز على تمكين المتدربين من التفكير الاستراتيجي وابتكار حلول تسويقية غير تقليدية، بناءً على فهم عميق لسلوك المستهلك الرقمي وديناميكيات السوق. بدلاً من التركيز على أدوات محددة، نقدم رؤى شاملة وأمثلة عملية من شركات رائدة توضح كيفية تحويل الأفكار المبتكرة إلى حملات تسويقية ناجحة. تركز الدورة على تطوير مهارات تحليل البيانات واتخاذ القرارات القائمة على الأدلة، مع التشديد على أهمية بناء علامة تجارية قوية وتجربة عملاء استثنائية. إن المنهجية الأكاديمية المدعومة بدراسات الحالة الواقعية والتمارين التفاعلية تضمن أن يكتسب المشاركون معرفة عملية قابلة للتطبيق مباشرة في بيئات العمل، مما يجعلهم قادة في مجال الإبداع والابتكار في التسويق الرقمي.