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



06 - 10 ديسمبر 2026

دبي

4800 € (للشخص الواحد)

Ref: #MAR3848_393073

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

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

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

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

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:

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

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

منهجية الدورة التدريبية:

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

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات الذكاء الاصطناعي والتسويق الرقمي

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

الوحدة الثانية: تحليل البيانات والعملاء بالذكاء الاصطناعي

- 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.
- أتمتة البريد الإلكتروني والتسويق عبر الرسائل.
- تخصيص المحتوى والإعلانات ديناميكيًا.
- بناء رحلات عملاء مخصصة.
- استخدام روبوتات الدردشة والمساعدين الافتراضيين.
- تحسين استهداف الإعلانات عبر المنصات.
- قياس فعالية التخصيص والأتمتة.

الوحدة الرابعة: استراتيجيات الإعلان والتسويق بالمحتوى المدعومة بالذكاء الاصطناعي

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

الوحدة الخامسة: قياس الأداء وتطوير استراتيجيات التسويق بالذكاء الاصطناعي

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

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

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

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