



الدورة التدريبية: التسويق الرقمي الشامل للمؤسسات الإعلامية لتعزيز الانتشار والتأثير

18 - 22 أكتوبر 2026

الدوحة

(للشخص الواحد) € 5500

Ref: #MED4788_480102



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تُعد هذه الدورة التدريبية الشاملة منارة معرفية للرأئدين في القطاع الإعلامي، مصممة لتمكين المؤسسات الإعلامية من إتقان فنون التسويق الرقمي بجميع أبعادها. في عصرنا الحالي، حيث تتسارع وتيرة التحولات الرقمية، يصبح لزامًا على الكيانات الإعلامية أن تتحلى بالقدرة على التكيف مع التقنيات المتجددة لضمان وصول رسالتها وتوسيع قاعدة جمهورها. هذه الدورة تفرص عميقًا في استراتيجيات التسويق بالمحتوى، وتحليلات البيانات الضخمة، وتحسين تجربة المستخدم، وصولًا إلى إدارة الحملات الإعلانية المدفوعة على مختلف المنصات الرقمية. يقدم BIG BEN Training Center هذا البرنامج التدريبي المميز والذي يستلهم رؤاه من أحدث الدراسات والأبحاث في مجال الإعلام الرقمي والتسويق، مستعرضًا أمثلة عملية ودراسات حالة واقعية. تتطرق الدورة إلى كيفية بناء استراتيجيات رقمية متكاملة تتناغم مع أهداف المؤسسة الإعلامية، مع التركيز على أهمية التفاعل مع الجمهور وبناء مجتمعات رقمية حيوية. كما تتناول الدورة التحديات والفرص التي يفرضها المشهد الإعلامي الرقمي المتغير، مسلحة المشاركين بالمعرفة اللازمة لتطوير حلول مبتكرة ومستدامة. يعتبر المفكر والأكاديمي "Philip Kotler" (فيليب كوتلر) من الرواد الذين أثروا هذا المجال بنظرياته حول التسويق الحديث، وتستفيد الدورة من إشارات عمل أكاديمية موثوقة لتقديم محتوى غني وعميق. نحن نؤمن بأن فهم ديناميكيات التسويق الرقمي لم يعد خيارًا، بل ضرورة حتمية لكل مؤسسة إعلامية تسعى للريادة والاستمرارية في سوق شديد التنافسية. هذا البرنامج التدريبي يرتقي بالمفاهيم الأساسية إلى مستويات متقدمة، لضمان قدرة المتدربين على تطبيق المعارف المكتسبة بكفاءة وفاعلية في بيئاتهم العملية.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق الرقمي.
- مسؤولو المحتوى الرقمي.
- المتخصصون في العلاقات العامة والإعلام.
- مدراء تطوير الأعمال في المؤسسات الإعلامية.
- أصحاب المشاريع الإعلامية الناشئة.
- الصحفيون والإعلاميون الذين يسعون لتعزيز مهاراتهم الرقمية.
- المحللون الرقميون والباحثون في مجال الإعلام.



القطاعات والصناعات المستهدفة:

- المؤسسات الإعلامية التقليدية والناشئة.
- شركات النشر والتوزيع الإعلامي.
- القنوات التلفزيونية والإذاعية.
- وكالات الإعلان والتسويق الرقمي.
- منصات الأخبار الرقمية.
- شركات إنتاج المحتوى المرئي والمسموع.
- المؤسسات الحكومية وشبه الحكومية التي لديها أقسام إعلامية أو تتواصل مع الجمهور.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق.
- إدارة الإعلام والعلاقات العامة.
- إدارة المحتوى.
- إدارة التحول الرقمي.
- إدارة تطوير الأعمال.
- إدارة الاتصال المؤسسي.
- إدارة العمليات الإعلامية.



أهداف الدورة التدريبية:

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

- تطوير استراتيجيات تسويق رقمي شاملة للمؤسسات الإعلامية.
- تحليل بيانات الجمهور الرقمي لفهم سلوك المستهلك واهتماماته.
- إنشاء محتوى إعلامي رقمي جذاب ومتوافق مع معايير التسويق الحديث.
- إدارة حملات إعلانية مدفوعة على منصات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث.
- تحسين الظهور الرقمي للمؤسسة الإعلامية عبر استراتيجيات المحتوى.
- قياس أداء الحملات التسويقية الرقمية وتعديلها لتحقيق أفضل النتائج.
- بناء مجتمعات رقمية نشطة ومتفاعلة حول محتوى المؤسسة الإعلامية.
- استخدام أدوات التحليل الرقمي لتقييم فعالية المبادرات التسويقية.
- تحديد الاتجاهات الناشئة في التسويق الرقمي وتطبيقها بفعالية.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التدريبية منهجية متكاملة تجمع بين النظرية والتطبيق العملي لضمان أقصى استفادة للمشاركين. تتضمن المنهجية عروضا تقديمية تفاعلية تستعرض المفاهيم الأساسية والمتقدمة في التسويق الرقمي، مع التركيز على الأمثلة المستقاة من القطاع الإعلامي. سيشارك المتدربون في دراسات حالة واقعية تمكنهم من تحليل تحديات التسويق الرقمي التي تواجه المؤسسات الإعلامية واقتراح حلول مبتكرة. كما تتضمن الدورة ورش عمل جماعية تُشجع على التفكير التعاوني وتبادل الخبرات بين المشاركين، وتساعد على تطوير استراتيجيات تسويق رقمي لمؤسسات إعلامية افتراضية أو حقيقية. سيتم توفير جلسات تفاعلية للنقاش المفتوح والأسئلة والأجوبة، مما يتيح للمتدربين فرصة استكشاف تفاصيل دقيقة وتوضيح أي استفسارات لديهم. بالإضافة إلى ذلك، سيتلقى كل مشارك تغذية راجعة بناءة حول مشاركاته وأدائه في التمارين والأنشطة، مما يعزز من عملية التعلم ويساعد على تطوير المهارات بشكل مستمر. تركز المنهجية على التطبيق العملي لأدوات التحليل الرقمي وكيفية استخدامها لتقييم أداء المحتوى والحملات التسويقية. نسعى لتمكين المتدربين من الانتقال من الفهم النظري إلى التنفيذ الفعلي لاستراتيجيات التسويق الرقمي بفعالية وكفاءة عالية.



خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق الرقمي وتطبيقاته في الإعلام.

- مقدمة إلى التسويق الرقمي وأهميته للمؤسسات الإعلامية.
- تطور المشهد الإعلامي الرقمي وتحدياته.
- مفاهيم الجمهور الرقمي وسلوك المستهلك الإعلامي.
- بناء هوية العلامة التجارية الإعلامية في الفضاء الرقمي.
- أنواع المحتوى الرقمي الفعال للمؤسسات الإعلامية.
- تحليل المنافسين في السوق الإعلامي الرقمي.
- وضع أهداف التسويق الرقمي القابلة للقياس.

الوحدة الثانية: استراتيجيات المحتوى الإعلامي الرقمي.

- إنشاء وتطوير استراتيجية محتوى متكاملة.
- كتابة المحتوى الجذاب والمقنع للجمهور الإعلامي.
- تحسين المحتوى لمحركات البحث (SEO) للمؤسسات الإعلامية.
- استخدام السرد القصصي في التسويق الإعلامي الرقمي.
- المحتوى المرئي والفيديوهات ودورها في جذب الجمهور.
- توزيع المحتوى عبر المنصات الرقمية المتنوعة.
- إعادة تدوير المحتوى لتحقيق أقصى استفادة.

الوحدة الثالثة: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي للمؤسسات الإعلامية.

- بناء استراتيجية فعالة للتواجد على منصات التواصل الاجتماعي.
- إدارة المجتمعات الرقمية والتفاعل مع الجمهور.
- حملات الإعلانات المدفوعة على منصات التواصل الاجتماعي.
- تحليل أداء المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي.
- التعامل مع الأزمات الإعلامية على المنصات الرقمية.
- استخدام المؤثرين في التسويق الإعلامي.
- أدوات جدولة ونشر المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي.



الوحدة الرابعة: تحليلات البيانات الرقمية وقياس الأداء.

- أهمية تحليلات البيانات في التسويق الإعلامي.
- أدوات تحليل البيانات الرقمية ومؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs).
- تحليل سلوك المستخدم على المواقع الإعلامية.
- قياس فعالية الحملات الإعلانية الرقمية.
- إعداد التقارير الدورية لأداء التسويق الرقمي.
- تحديد نقاط التحسين بناءً على البيانات.
- التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية بناءً على التحليلات.

الوحدة الخامسة: التسويق عبر البريد الإلكتروني والإعلانات المدفوعة.

- بناء قوائم بريدية فعالة للمؤسسات الإعلامية.
- تصميم حملات بريد إلكتروني جذابة وموجهة.
- تحسين معدلات فتح البريد الإلكتروني والنقر.
- مفاهيم الإعلانات المدفوعة (PPC) لمحركات البحث.
- إدارة حملات جوجل أدوردز للمؤسسات الإعلامية.
- استهداف الجمهور المناسب في الإعلانات المدفوعة.
- تحسين عائد الاستثمار (ROI) للحملات الإعلانية.

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 للمؤسسة الإعلامية تحقيق التوازن بين سرعة نشر الخبر والتحقق من مصداقيته في ظل متطلبات التسويق الرقمي؟



ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN Training Center بتركيزها العميق على التطبيق العملي للمفاهيم المتقدمة في التسويق الرقمي، وتخصيصها بشكل فريد لخدمة احتياجات المؤسسات الإعلامية. نحن لا نكتفي بتقديم المعلومات النظرية، بل نغوص في تفاصيل كيفية تحويل هذه النظريات إلى استراتيجيات قابلة للتنفيذ على أرض الواقع. تتمحور الدورة حول تقديم رؤى عملية تمكن المتدربين من مواجهة التحديات الحالية والمستقبلية في المشهد الإعلامي الرقمي المتغير بسرعة. على سبيل المثال، بدلاً من مجرد شرح أهمية التسويق بالمحتوى، نقدم أمثلة تفصيلية لكيفية تطوير محتوى إخباري أو تحليلي يتصدر نتائج البحث ويثير تفاعل الجمهور. نركز على كيفية بناء علامة تجارية إعلامية قوية في الفضاء الرقمي، وكيفية استخدام تحليلات البيانات الضخمة لاتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة. كما تُولي الدورة اهتمامًا خاصًا للجوانب الأخلاقية والمهنية للتسويق الرقمي في الإعلام. إن المنهجية الأكاديمية المدعومة بالخبرة العملية لمدرسيننا تجعل من هذه الدورة تجربة تعليمية لا تُقدر بثمن، حيث يتم تسليح المشاركين بالمعرفة والأدوات اللازمة ليصبحوا روادًا في مجال التسويق الرقمي الإعلامي، قادرين على صياغة وتنفيذ استراتيجيات تسهم في نمو وتأثير مؤسساتهم.