

دورة تدريبية في استخدام و إدارة وسائل التواصل
الاجتماعي

UK Traininig

PARTNER



دورة تدريبية في استخدام وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي

مقدمة الدورة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي اليوم من أهم أدوات الاتصال الحديثة، فهي تؤثر بشكل مباشر في طريقة تفاعل الأفراد والمؤسسات مع الجمهور، وبناء العلاقات، وتعزيز الحضور الرقمي، ودعم الأهداف التسويقية والمهنية. ولم يعد النجاح في هذا المجال مرتبطاً بمجرد الوجود على المنصات المختلفة، بل أصبح يعتمد على فهم طبيعة كل منصة، ومعرفة سلوك الجمهور، وإتقان صناعة المحتوى، واستخدام الإعلانات المدفوعة بفعالية، وقراءة النتائج وتحليلها بشكل صحيح.

طممت دورة الفهم الشامل والتدريب المتكامل في وسائل التواصل الاجتماعي لتزويد المشاركين بفهم عملي ومتوازن لمجال التواصل الاجتماعي بمختلف جوانبه. وعلى مدى 16 يوماً، تتناول الدورة تطور وسائل التواصل الاجتماعي، وخصائص المنصات الرئيسية، وأساليب إعداد المحتوى، ومبادئ التسويق بالمحتوى، وآليات الإعلان المدفوع، وأسس قياس الأداء وتحليل النتائج. كما تسلط الضوء على موضوعات مهمة مثل إدارة السمعة الرقمية، والجوانب الأخلاقية، والتسويق عبر المؤثرين، وإدارة الأزمات، بما يساعد المشاركين على التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بصورة أكثر احترافية ووعياً.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم المشهد العام لوسائل التواصل الاجتماعي وأهميته في الاتصال الشخصي والمؤسسي.
- إعداد محتوى جذاب وملئ لطبيعة كل منصة من منصات التواصل الاجتماعي.
- تطوير وتنفيذ استراتيجيات فعالة للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بما يخدم أهداف التواصل والتفاعل والنمو.
- تعزيز القدرة على صناعة المحتوى، وإدارته، وتوزيعه بطريقة تحقق حضوراً أقوى وتأثيراً أفضل.
- استخدام أساليب الإعلان المدفوع بشكل أكثر كفاءة، مع تحسين الحملات من خلال التخطيط الجيد وإدارة الميزانية وقياس النتائج.
- التعرف على موضوعات متقدمة مثل التسويق عبر المؤثرين، وإدارة السمعة الرقمية، وإدارة الأزمات في وسائل التواصل الاجتماعي.
- تحليل مؤشرات الأداء الرئيسية وقراءة بيانات المنصات للوصول إلى قرارات أكثر دقة وفعالية.
- تطبيق المعارف والمهارات المكتسبة للقيام بأدوار أكثر كفاءة في إدارة أو تطوير استراتيجيات التواصل الاجتماعي.

UK Training
PARTNER



محاوّر الدورة

اليوم الأول: مقدمة في وسائل التواصل الاجتماعي وتطورها

- تاريخ وسائل التواصل الاجتماعي وتطورها
- أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في البيئة الرقمية الحديثة
- دورها في الاتصال الشخصي واتصال الأعمال

اليوم الثاني: الاعتبارات الأخلاقية وإدارة السمعة الرقمية

- الجوانب الأخلاقية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
- إدارة السمعة الرقمية وصورة العلامة
- التعامل مع التعليقات السلبية والمضايقات الإلكترونية بصورة مهنية

اليوم الثالث: علم النفس الرقمي وسلوك المستخدم

- فهم سلوك المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي
- الجوانب النفسية المرتبطة بالتفاعل الرقمي
- أساليب إعداد محتوى ينسجم مع اهتمامات الجمهور

اليوم الرابع: بناء الهوية الشخصية والمهنية عبر المنصات

- بناء حضور شخصي أو مهني قوي على وسائل التواصل الاجتماعي
- إعداد نبذة تعريفية وملف شخصي بصورة فعالة
- أساليب تعزيز التأثير وزيادة الحضور الرقمي

اليوم الخامس: التمكن من فيسبوك وإنستغرام

- دراسة متعمقة لفيسبوك وإنستغرام
- إعداد محتوى مناسب لكل منصة
- توظيف المنصتين في دعم الأعمال والتواصل مع الجمهور

UK Training

PARTNER



اليوم السادس: استراتيجيات إكس ولينكدإن

- استخدام إكس ولينكدإن في التواصل المهني وبناء العلاقات
- أساليب النشر الفعال وتعزيز التفاعل
- الاستفادة من المنصتين في التطوير المهني وتنمية الأعمال

اليوم السابع: السرد البصري بالصور والتصاميم

- إعداد محتوى بصري جذاب لوسائل التواصل الاجتماعي
- أدوات وتقنيات التصميم البصري
- تهيئة الصور ومقاطع المرئيات بما يتناسب مع كل منصة

اليوم الثامن: إعداد محتوى مرئي جذاب

- أهمية المحتوى المرئي في تعزيز الحضور الرقمي
- التخطيط لإنتاج المقاطع المرئية وتصويرها وتحريرها
- البث المباشر وتسويق المحتوى المرئي عبر المنصات

اليوم التاسع: أساسيات التسويق بالمحتوى

- مبادئ التسويق بالمحتوى
- إعداد استراتيجية فعالة للمحتوى
- جمع المحتوى وإعادة توظيفه بصورة مناسبة

اليوم العاشر: تطوير استراتيجية محتوى متكاملة

- بناء استراتيجية محتوى شاملة وواضحة
- تخطيط المحتوى وإعداد الجداول التحريرية
- قياس العائد من أنشطة التسويق بالمحتوى

اليوم الحادي عشر: التدوين وتوزيع المحتوى

- مهارات التدوين الفعال
- توزيع المحتوى عبر قنوات التواصل الاجتماعي
- النشر الاستراتيجي وتوسيع انتشار المحتوى

PARTNER



اليوم الثاني عشر: أساسيات الإعلان عبر وسائل التواصل الاجتماعي

- مقدمة في الإعلان على المنصات الاجتماعية
- إعداد الحملات الإعلانية وتحسينها على منصات مختلفة
- إدارة الميزانيات وقياس نتائج الإعلانات

اليوم الثالث عشر: التسويق عبر المؤثرين والتعاونات الرقمية

- فهم دور التسويق عبر المؤثرين
- اختيار المؤثرين المناسبين وبناء التعاونات الفعالة
- قياس أثر الحملات المشتركة

اليوم الرابع عشر: إدارة الأزمات في وسائل التواصل الاجتماعي

- الاستعداد للأزمات الرقمية والتعامل معها
- معالجة التعليقات السلبية والتحديات المرتبطة بالصورة العامة
- تحويل المواقف الصعبة إلى فرص لتحسين الثقة والانطباع العام

اليوم الخامس عشر: التحليلات وقياس الأداء

- مؤشرات الأداء الرئيسية في وسائل التواصل الاجتماعي
- تحليل البيانات واستخلاص النتائج
- استخدام البيانات لتطوير الاستراتيجيات وتحسين الأداء

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- اكتساب فهم شامل وعملي لبيئة وسائل التواصل الاجتماعي.
- تطوير القدرة على إعداد محتوى أكثر قوة وجاذبية وملاءمة لكل منصة.
- بناء استراتيجيات فعالة للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتنفيذها بصورة أكثر تنظيماً.
- تعزيز المعرفة بالتسويق بالمحتوى، والإعلان المدفوع، وقياس الأداء، وتحليل النتائج.
- تحسين القدرة على إدارة السمعة الرقمية والتعامل مع التحديات والمواقف الحساسة بفاعلية.
- الاستفادة من البيانات في تحسين القرارات ورفع كفاءة الأداء بشكل مستمر.

UK Traininig

PARTNER



خاتمة

تقدم هذه الدورة مسارا تدريبيا متكاملًا يجمع بين الفهم النظري والتطبيق العملي في مجال وسائل التواصل الاجتماعي. فهي لا تقتصر على التعرف إلى المنصات المختلفة، بل تمتد لتشمل صناعة المحتوى، والتسويق بالمحتوى، والإعلانات، والتحليلات، وبناء الاستراتيجيات، وإدارة السمعة، والتعامل مع الأزمات.

وفي نهاية الدورة، سيكون المشاركون أكثر قدرة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة أكثر احترافية وفاعلية، سواء في بناء الحضور الرقمي، أو رفع مستوى التفاعل، أو تحسين الأداء، أو دعم الأهداف المهنية والمؤسسية من خلال رؤية أوضح وأدوات أكثر قوة.

UK Training

PARTNER

