BLACKBIRD FOR TRAINING

التدريب المتقدم على وسائل التواصل الاجتماعي واستراتيجيات استخدامها

15 – 26 فبراير 2027

لندن (المملكة المتحدة)



التدريب المتقدم على وسائل التواصل الاجتماعي واستراتيجيات استخدامها

المرجع: 208272_3255687 **التاريخ:** 15 – 26 فبراير 2027 **المكان:** لندن (المملكة المتحدة) **الرسوم:** GBP 11000

مقدمة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي عنصرًا محوريًا في الاتصال الحديث، إذ تؤثر في طريقة اكتشاف الجمهور للعلامات التجارية، وتفاعله مع المحتوى، وبنائه للثقة، واتخاذه للقرارات. ولم يعد النجاح على هذه المنصات يعتمد على مجرد النشر أو التواجد الرقمي، بل أصبح مرتبطًا بالقدرة على فهم سلوك الجمهور، وتحليل خصائص كل منصة، وبناء محتوى مؤثر، وقياس الأداء، وتحسين النتائج بصورة مستمرة.

تم تصميم هذه الدورة التدريبية لتقديم تجربة شاملة ومتعمقة في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي واستراتيجيات المحتوى الرقمي. تمتد الدورة على مدار أسبوعين، وتجمع بين التفكير الاستراتيجي والتطبيق العملي، بدءًا من تحليل البيئة الرقمية وسلوك المستخدمين، مرورًا ببناء الهوية الرقمية وإدارة المنصات، وصولاً إلى الحملات الإعلانية، التسويق عبر المؤثرين، إدارة السمعة، التعامل مع الأزمات، وتحليل الأداء باستخدام مؤشرات واضحة.

تركز الدورة على تطوير قدرة المشاركين على التخطيط، والتنفيذ، والتحليل، والتحسين، بما يساعدهم على إدارة الحضور الرقمي باحترافية أكبر، وتحويل وسائل التواصل الاجتماعي إلى أداة فعالة لدعم الاتصال، والتسويق، وبناء العلاقات، وتحقيق الأهداف المؤسسية. وقد تم إعادة تنظيم المحتوى الأصلي ليصبح برنامجًا تدريبيًا متسلسلاً لمدة أسبوعين مع الحفاظ على الموضوعات الأساسية التي شملها المحتوى المرسل.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:



- تحليل مشهد وسائل التواصل الاجتماعي وفهم تأثيره في الاتصال الشخصي والمهني والمؤسسي.
- تقييم خصائص المنصات الاجتماعية المختلفة واختيار الأنسب وفقًا للأهداف والجمهور المستهدف.
- تحليل سلوك المستخدمين وأنماط التفاعل لبناء محتوى أكثر تأثيرًا وارتباطًا باهتمامات الجمهور.
- تطوير هوية رقمية قوية ومتسقة تعزز الثقة والحضور المهني أو المؤسسي.
- إعداد استراتيجيات محتوى متكاملة تدعم أهداف الاتصال والتسويق والنمو الرقمي.
- تصميم محتوى بصري وفيديوهات تتناسب مع طبيعة المنصات وتزيد من معدلات التفاعل.
- تخطيط الحملات الإعلانية المدفوعة وإدارة الميزانيات وتتبع النتائج وتحسين الأداء.
- توظيف التسويق عبر المؤثرين وبناء شراكات رقمية فعالة تحقق قيمة واضحة.
- إدارة السمعة الرقمية والتعامل مع التعليقات السلبية والمواقف الحساسة باحترافية.
- إعداد خطط استجابة لأزمات وسائل التواصل الاجتماعي والحد من آثارها.
- قياس الأداء باستخدام مؤشرات رئيسية وتحويل البيانات إلى قرارات قابلة للتنفيذ.
- تحسين الاستراتيجيات الرقمية بناءً على النتائج والتحليلات والتغيرات في سلوك الجمهور.

محاور الدورة

اليوم الأول: التحول الرقمي ودور وسائل التواصل الاجتماعي

- تطور وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الاتصال الحديث.
- دور المنصات الاجتماعية في تشكيل الوعي وبناء العلاقات واتخاذ القرارات.
- تحليل أهمية وسائل التواصل في الاتصال الشخصي والمهني والمؤسسي.
- فهم العلاقة بين الحضور الرقمي والأهداف التسويقية والاتصالية.
- تقييم التغيرات الحديثة في سلوك الجمهور داخل البيئة الرقمية.

اليوم الثاني: تحليل المنصات الاجتماعية وسلوك الجمهور

- دراسة خصائص المنصات الاجتماعية الرئيسية واستخدامات كل منصة.
- تحليل اختلافات الجمهور بين المنصات من حيث الاهتمامات والتفاعل.
- فهم الدوافع النفسية وراء المشاركة والتعليق وإعادة النشر.
- تحديد الشرائح المستهدفة وبناء تصورات واضحة عن احتياجاتها.
- مواءمة أسلوب التواصل والمحتوى مع طبيعة الجمهور والمنصة.



اليوم الثالث: الأخلاقيات الرقمية وإدارة السمعة الإلكترونية

- تطبيق الممارسات الأخلاقية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- إدارة الصورة الذهنية والسمعة الرقمية للأفراد والمؤسسات.
- التعامل المهني مع التعليقات السلبية والانتقادات والمحتوى المسيء.
- بناء الثقة الرقمية من خلال الشفافية والاتساق في الرسائل.
- تطوير آليات متابعة السمعة الرقمية والاستجابة للمخاطر المحتملة.

اليوم الرابع: بناء الهوية الرقمية والعلامة الشخصية

- بناء هوية شخصية أو مهنية واضحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- تحسين الملفات الشخصية والسير التعريفية والصور والمعلومات الأساسية.
- تطوير أسلوب تواصل يعكس الخبرة والقيمة والرسالة الأساسية.
- تعزيز الظهور الرقمي وبناء الحضور المؤثر داخل المجتمع المستهدف.
- ربط العلامة الشخصية أو المؤسسية باستراتيجية محتوى طويلة المدى.

اليوم الخامس: استراتيجيات المنصات وإدارة الحضور الرقمي

- تطوير استراتيجيات فعالة لاستخدام فيسبوك وإنستغرام في الاتصال والترويج.
- توظيف لينكدإن في بناء العلاقات المهنية وتعزيز الحضور المؤسسي.
- استخدام تويتر في التفاعل السريع وإدارة النقاشات وبناء التأثير.
- اختيار القنوات المناسبة وفقًا لطبيعة الرسالة والجمهور والأهداف.
- تنسيق الحضور الرقمي عبر المنصات لضمان اتساق الهوية والمحتوى.

اليوم السادس: صناعة المحتوى والسرد البصري

- تطوير أفكار محتوى مؤثرة قائمة على احتياجات الجمهور وأهداف الاتصال.
- تصميم محتوى بصري باستخدام الصور والرسومات والقوالب المناسبة للمنصات.
- توظيف مبادئ السرد البصري لتقديم رسائل واضحة وجذابة.
- تحسين الصور والتصاميم بما يتوافق مع متطلبات كل منصة.
- بناء محتوى يعزز التفاعل ويشجع الجمهور على المشاركة والاستجابة.



اليوم السابع: التسويق بالفيديو والمحتوى التفاعلي

- فهم دور الفيديو في تعزيز الوصول والتفاعل وبناء الثقة.
- تخطيط محتوى الفيديو من الفكرة إلى السيناريو والتنفيذ.
- تطبيق أساسيات التصوير والتحرير والنشر بما يناسب المنصات المختلفة.
- استخدام البث المباشر والمحتوى اللحظي لدعم التواصل مع الجمهور.
- تطوير محتوى تفاعلي يعزز المشاركة ويزيد من ارتباط الجمهور بالرسالة.

اليوم الثامن: تسويق المحتوى والتوزيع الرقمي

- بناء استراتيجية محتوى متكاملة مرتبطة بالأهداف التسويقية والاتصالية.
- إعداد التقويم التحريري وخطط النشر وتنظيم أولويات المحتوى.
- تنسيق المحتوى وإعادة توظيفه عبر قنوات ومنصات متعددة.
- توظيف المدونات والمقالات والمشاركات الخارجية لدعم الانتشار الرقمي.
- قياس عائد محتوى التسويق وربطه بمؤشرات الأداء والنتائج العملية.

اليوم التاسع: الإعلانات المدفوعة والتسويق عبر المؤثرين

- تخطيط الحملات الإعلانية المدفوعة عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- تحديد أهداف الحملات والجمهور والميزانيات وآليات التتبع.
- تحسين أداء الإعلانات بناءً على النتائج ومؤشرات التفاعل والتحويل.
- اختيار المؤثرين المناسبين وبناء تعاونات تدعم أهداف الحملة.
- قياس أثر حملات المؤثرين وتقييم العائد من الشراكات الرقمية.

اليوم العاشر: إدارة الأزمات وتحليل الأداء والتحسين المستمر

- إعداد خطط للتعامل مع أزمات وسائل التواصل الاجتماعي.
- إدارة المواقف الحساسة والتعليقات السلبية والتحديات الاتصالية.
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية لقياس نجاح المحتوى والحملات.
- تحليل البيانات واستخلاص رؤى تساعد في تحسين القرارات الرقمية.
- تطوير خطة تحسين مستمرة لرفع جودة الأداء وتعزيز النتائج المستقبلية.



لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- تطوير فهم استراتيجي أعمق لدور وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال والتسويق.
- تحسين القدرة على تحليل الجمهور واختيار المنصات المناسبة.
- بناء هوية رقمية أكثر وضوحًا واتساقًا وتأثيرًا.
- إنشاء محتوى احترافي يعزز التفاعل والثقة والانتشار.
- إعداد خطط محتوى وتقويمات نشر قابلة للتطبيق والمتابعة.
- إدارة الحملات الإعلانية المدفوعة وتحسين نتائجها.
- توظيف التسويق عبر المؤثرين بطريقة أكثر فاعلية وتنظيمًا.
- التعامل مع الأزمات الرقمية ومخاطر السمعة باحترافية.
- استخدام مؤشرات الأداء والتحليلات لتحسين القرارات والاستراتيجيات.
- تحويل وسائل التواصل الاجتماعي إلى أداة عملية لدعم النمو وبناء العلاقات وتحقيق الأهداف.

الخاتمة

تقدم دورة استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة المحتوى الرقمي المتقدم برنامجًا تدريبيًا متكاملاً يمتد على مدار أسبوعين، ويغطي الجوانب الأساسية والمتقدمة لإدارة وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة عملية ومنظمة. تجمع الدورة بين تحليل الجمهور، استراتيجيات المنصات، بناء الهوية الرقمية، صناعة المحتوى، التسويق بالفيديو، الإعلانات المدفوعة، التسويق عبر المؤثرين، إدارة السمعة، التعامل مع الأزمات، وتحليل الأداء.

وبنهاية الدورة، سيكون المشاركون أكثر قدرة على التخطيط لحضور رقمي فعال، وإنتاج محتوى مؤثر، وإدارة الحملات بثقة، وقياس النتائج بوضوح، وتحسين الأداء باستمرار بما يدعم الأهداف الاتصالية والتسويقية للمؤسسات والعلامات التجارية.

