



دورة:
تطبيقات الذكاء الاصطناعي ضمن قطاع العلاقات العامة
والإعلام

17 - 21 نوفمبر 2025
لندن (المملكة المتحدة)
Landmark Office Space-Portman

تطبيقات الذكاء الاصطناعي ضمن قطاع العلاقات العامة والإعلام

رمز الدورة: SC12938 تاريخ الإنعقاد: 17 - 21 نوفمبر 2025 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - Portman-Space Office Landmark رسوم الاشتراك: Euro 6000

المقدمة

يشهد قطاع العلاقات العامة والإعلام تطورًا هائلًا في تقنيات الاتصال والتفاعل مع الجمهور بفضل الذكاء الاصطناعي، مما يساهم في تحسين الكفاءة ودقة التحليل وسرعة اتخاذ القرارات. يهدف الذكاء الاصطناعي إلى تعزيز العمليات الاتصالية وتقديم رؤى ثاقبة، مما يفتح آفاقًا جديدة أمام خبراء العلاقات العامة والإعلام لفهم أفضل للسلوكيات والتوقعات. هذه الدورة ستمكّن المشاركين من فهم وتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين إدارة المحتوى، تعزيز التفاعل مع الجمهور، وإجراء تحليلات دقيقة تدعم أهداف المؤسسة الإعلامية.

أهداف البرنامج:

- فهم أساسيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في الإعلام والعلاقات العامة.
- تعلم كيفية تحليل البيانات وفهم سلوك الجمهور باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.
- اكتساب المهارات اللازمة لتحسين استراتيجيات المحتوى والإعلانات الموجهة.
- تطوير أساليب مبتكرة للتفاعل مع الجمهور وإدارة سمعة المؤسسة.
- تعزيز القدرات في التنبؤ بالاتجاهات الإعلامية واتخاذ قرارات مستندة إلى البيانات.

الكفاءات:

- التحليل المتقدم للبيانات الإعلامية
- استراتيجيات إدارة المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي
- الابتكار في تصميم الإعلانات والتفاعل مع الجمهور
- إدارة الأزمات الإعلامية باستخدام التحليلات التنبؤية
- تطوير مهارات التفاعل وتحليل التوجهات الرقمية

الجمهور المستهدف:

- مسؤولو العلاقات العامة ومديرو الإعلام في المؤسسات الحكومية والخاصة.
- أخصائيو التسويق الرقمي وصناع المحتوى.
- المحللون الإعلامييون ومتخصصو البيانات في قطاع الإعلام.
- القادة المهتمون بتعزيز تأثير وسائل الإعلام الحديثة.

المحاور العامة:

اليوم الأول: مقدمة في الذكاء الاصطناعي وقطاع الإعلام

- تعريف بالذكاء الاصطناعي: تاريخه وأساسياته.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام والعلاقات العامة.
- دراسة حالات: كيف يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في الحملات الإعلامية الناجحة.
- جلسة عملية: تحليل أولي للبيانات الإعلامية باستخدام أدوات بسيطة.

اليوم الثاني: استراتيجيات جمع وتحليل البيانات الإعلامية

- فهم أنواع البيانات في الإعلام: بيانات السلوك، الآراء، والتوجهات.
- أدوات التحليل المتقدمة: تعلم استخدام برامج تحليل البيانات.
- تحليل السلوك الجماهيري وكيفية التنبؤ بالاتجاهات.
- ورشة عمل: تطبيقات عملية على جمع البيانات وتحليلها.

اليوم الثالث: الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى وتطوير الاستراتيجيات

- آليات تنظيم المحتوى وتخصيص الرسائل للجمهور المستهدف.
- استخدام الذكاء الاصطناعي لتحديد المواضيع الرائجة والتفاعل السريع.
- استراتيجيات تحسين ظهور المحتوى وتعزيز التفاعل.
- نشاط تفاعلي: تصميم استراتيجية محتوى مبنية على البيانات.

اليوم الرابع: إدارة سمعة المؤسسة والأزمات باستخدام الذكاء الاصطناعي

- أدوات التنبؤ بالأزمات وتحليل الآراء العامة.
- تطوير خطط استجابة فورية للتعامل مع الأزمات الإعلامية.
- إدارة السمعة الرقمية والتحليل الوقائي لتفادي الأزمات.
- دراسة حالة: أمثلة من تجارب إدارة الأزمات الإعلامية.

اليوم الخامس: تحسين التفاعل والتواصل مع الجمهور

- تصميم تجارب تفاعلية موجهة للجمهور باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- تحليل أثر الحملات الإعلامية وتحسين التفاعل بناءً على النتائج.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التواصل المباشر والشخصي.

- مشروع ختامي: تطوير استراتيجية إعلامية تفاعلية باستخدام الذكاء الاصطناعي.