



دورة:
إدارة حسابات التواصل الاجتماعي باحترافية

20 - 24 سبتمبر 2026
القاهرة (مصر)

إدارة حسابات التواصل الاجتماعي باحترافية

رمز الدورة: PS13075 تاريخ الإنعقاد: 20 - 24 سبتمبر 2026 دولة الإنعقاد: القاهرة (مصر) - رسوم الإشتراك: Euro

المقدمة:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي عنصرًا أساسيًا في استراتيجيات التسويق والاتصال للعلامات التجارية والشركات والأفراد. ومع تطور هذه المنصات، زادت الحاجة إلى إدارة حسابات التواصل الاجتماعي باحترافية لضمان تحقيق الأهداف المرجوة مثل زيادة التفاعل، وبناء هوية رقمية قوية، وتحقيق عائد استثماري ملموس.

تتناول هذه الدورة التدريبية أحدث الاستراتيجيات والتقنيات المستخدمة في إدارة حسابات التواصل الاجتماعي بشكل احترافي، مع التركيز على تخطيط المحتوى، وتحليل البيانات، وتعزيز التفاعل، والاستفادة من الإعلانات المدفوعة، والتعامل مع الأزمات الرقمية.

أهداف البرنامج:

- فهم أساسيات وأهمية وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال والتسويق.
- تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة المحتوى على مختلف المنصات الرقمية.
- اكتساب مهارات تحليل الأداء وقياس نجاح الحملات الرقمية.
- تعلم كيفية بناء هوية رقمية قوية وجذب الجمهور المستهدف.
- تحسين مهارات التعامل مع الأزمات الرقمية وإدارة السمعة الإلكترونية.
- استخدام أدوات وتقنيات متقدمة في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي.

الكفاءات المكتسبة:

- التخطيط الاستراتيجي للمحتوى الرقمي.
- استخدام أدوات تحليل البيانات لقياس الأداء والتفاعل.
- تحسين مهارات الكتابة وصياغة المحتوى الإبداعي.
- إدارة الحملات الإعلانية المدفوعة بكفاءة.
- التعامل مع الجمهور وبناء علاقات مستدامة.
- احتراف إدارة الأزمات الرقمية والاستجابة السريعة.

الجمهور المستهدف:

- مدراء ومسؤولو التسويق الرقمي في الشركات.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الناشئة.

- مدراء ومسؤولو العلاقات العامة والاتصال.
- المهتمون بتطوير مهاراتهم في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي.
- الصحفيون والإعلاميون الراغبون في تعزيز وجودهم الرقمي.
- الموظفون المسؤولون عن إدارة الحسابات الرقمية في المؤسسات.

المحاور التدريبية:

اليوم الأول: أساسيات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي

- مقدمة حول تطور وسائل التواصل الاجتماعي وأهميتها.
- تحليل الفروقات بين منصات التواصل الاجتماعي المختلفة.
- تحديد الجمهور المستهدف لكل منصة.
- العوامل المؤثرة في نجاح الحسابات الرقمية.

اليوم الثاني: استراتيجيات التخطيط وصناعة المحتوى

- وضع استراتيجية محتوى تلائم أهداف العلامة التجارية.
- أنواع المحتوى المرئي، النصي، الصوتي، التفاعلي.
- أدوات جدولة المحتوى وإدارته بكفاءة.
- إنشاء محتوى جذاب يعزز التفاعل والمشاركة.

اليوم الثالث: التحليل وقياس الأداء

- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي.
- أدوات تحليل البيانات وقياس نجاح الحملات الرقمية.
- تحليل تفاعل الجمهور والاستفادة من ردود الأفعال.
- تحسين الأداء بناءً على التقارير والنتائج.

اليوم الرابع: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات المدفوعة

- استراتيجيات التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- كيفية إعداد وإدارة الحملات الإعلانية المدفوعة.
- استهداف الجمهور المناسب لزيادة الفعالية.
- تحسين العائد على الاستثمار ROI في الإعلانات.

اليوم الخامس: إدارة الأزمات الرقمية وبناء العلاقات مع الجمهور

- كيفية التعامل مع الأزمات الرقمية وحماية السمعة.
- استراتيجيات الرد على التعليقات السلبية والشكاوى.
- بناء علاقات قوية ومستدامة مع الجمهور.
- تطوير خطة إدارة طويلة الأمد لحسابات التواصل الاجتماعي