



**دورة:**

**استراتيجيات الذكاء الاصطناعي المتقدمة في التسويق  
الرقمي والتواصل المؤسسي**

**22 - 26 يونيو 2026  
براغ (جمهورية التشيك)**

## استراتيجيات الذكاء الاصطناعي المتقدمة في التسويق الرقمي والتواصل المؤسسي

رمز الدورة: SM13266 تاريخ الإنعقاد: 22 - 26 يونيو 2026 دولة الإنعقاد: براغ (جمهورية التشيك) - رسوم الإشتراك: Euro 6050

### المقدمة:

تم تصميم هذا البرنامج التدريبي المتقدم من قبل Center Training Horizon Global لتزويد المشاركين بفهم عميق حول كيفية تسخير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات التسويق الرقمي والتواصل المؤسسي. في عصر تتسارع فيه الابتكارات التقنية، بات من الضروري للمؤسسات استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات السلوكية، تخصيص المحتوى، أتمتة الحملات، وتعزيز تجربة العملاء. يهدف البرنامج إلى تمكين المشاركين من قيادة مبادرات التحول الذكي في مؤسساتهم، وتحقيق التميز التنافسي من خلال استخدام الحلول الذكية.

### أهداف البرنامج:

بنهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم أحدث تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي والتواصل المؤسسي
- تصميم وتنفيذ استراتيجيات تسويقية مدعومة بالذكاء الاصطناعي
- استخدام أدوات تحليل البيانات والتعلم الآلي لتحسين الحملات التسويقية
- تعزيز تجربة العملاء باستخدام تقنيات التنبؤ والتخصيص
- تقييم فعالية استراتيجيات التواصل الذكي وتأثيرها على العلامة التجارية
- اكتساب مهارات قيادة فرق متعددة التخصصات لتنفيذ مشاريع تسويق قائمة على الذكاء الاصطناعي

### منهجية التدريب:

- محاضرات تفاعلية مدعومة بعروض مرئية
- دراسات حالة من شركات عالمية طبقت الذكاء الاصطناعي في التسويق
- مناقشات جماعية وتمارين تطبيقية
- محاكاة أدوات الذكاء الاصطناعي مثل ChatGPT, AI Google, Firefly Adobe وغيرها
- جلسات عصف ذهني لتطوير مشاريع تسويق واقعية مدعومة بالذكاء الاصطناعي

### الأثر المؤسسي:

- تسريع تبني التقنيات الذكية في خطط التسويق المؤسسي
- زيادة العائد على الاستثمار من الحملات التسويقية
- تحسين مستوى التفاعل مع الجمهور عبر قنوات متعددة

- دعم التحول الرقمي وتطوير صورة المؤسسة كمؤسسة مبتكرة
- تقليل التكاليف التشغيلية من خلال أتمتة المهام التسويقية والتواصلية

## الفئات المستهدفة:

- مدراء وفرق التسويق والاتصال المؤسسي
- مدراء الابتكار والتحول الرقمي
- مختصو التحليلات الرقمية وتجربة العملاء
- العاملون في أقسام تطوير الأعمال والعلاقات العامة
- رواد الأعمال ومطورو الاستراتيجيات الرقمية

## المحاور التدريبية:

### اليوم الأول: الذكاء الاصطناعي والتسويق - المفهوم والفرص

- مقدمة في الذكاء الاصطناعي والتحول الرقمي في التسويق
- نماذج الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التسويق الرقمي
- التوجهات العالمية في استخدام AI في الاتصال المؤسسي
- تحليل توجهات السوق باستخدام الذكاء الاصطناعي

### اليوم الثاني: البيانات الضخمة والتحليلات التنبؤية

- استخراج البيانات من مصادر متعددة وتحليلها
- أدوات الذكاء الاصطناعي في تصنيف وتحليل سلوك العملاء
- استخدام التعلم الآلي للتنبؤ بالاتجاهات التسويقية
- قياس مدى فاعلية الحملات التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي

### اليوم الثالث: تخصيص المحتوى والتفاعل الذكي

- استراتيجيات تخصيص المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي
- أدوات تحسين تجربة العملاء الرقمية CX عبر الذكاء الاصطناعي
- روبوتات الدردشة Chatbots وواجهة المستخدم الذكية
- دراسة حالة: تخصيص حملات البريد الإلكتروني والتوصيات التلقائية

### **اليوم الرابع: الأتمتة الذكية لحملات التسويق**

- منصات الأتمتة التسويقية المدعومة بالذكاء الاصطناعي
- جدولة المحتوى وتحسين وقت النشر تلقائيًا
- استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- أتمتة الردود على الاستفسارات وتحسين سرعة الاستجابة

### **اليوم الخامس: تصميم استراتيجية AI متكاملة**

- تطوير خارطة طريق لتطبيق الذكاء الاصطناعي في التسويق والتواصل
- إدارة المخاطر والخصوصية عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
- مؤشرات الأداء الرئيسية لقياس نتائج الحملات الذكية
- جلسة تطبيقية: تصميم مشروع تسويق مؤسسي مدعوم بالذكاء الاصطناعي