دورة:

أخصائي إعلام رقمي

17 - 21 أغسطس 2026

كوالالمبور (ماليزيا)

أخصائي إعلام رقمي

رمز الدورة: SM13303 **تاريخ الإنعقاد:** 17 - 21 أغسطس 2026 **دولة الإنعقاد:** كوالالمبور (ماليزيا) - **رسوم الإشتراك:** 5775 Euro

المقدمة:

في ظل الثورة الرقمية المتسارعة، أصبح الإعلام الرقمي أحد أهم الأدوات التي تعتمد عليها المؤسسات، الشركات، والأفراد للتواصل مع جماهيرهم، نشر الرسائل، والتأثير في الرأي العام. ومع تزايد الاعتماد على المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، ظهرت الحاجة إلى متخصصين يمتلكون المهارات اللازمة لإدارة المحتوى الرقمي، صياغة استراتيجيات إعلامية فعّالة، وتحليل أداء الحملات الإعلامية.
يهدف هذا البرنامج إلى إعداد كوادر قادرة على مواكبة التطورات الحديثة في الإعلام الرقمي، من خلال الجمع بين الجانب النظري والتطبيقي، لتمكينهم من بناء حضور رقمي مؤثر ومستدام.

أهداف البرنامج:

- التعرف على مفهوم الإعلام الرقمي ودوره في الاتصال المؤسسي والشخصي.
- إكساب المشاركين مهارات إدارة المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي.
- تمكين المشاركين من إعداد خطط واستراتيجيات إعلامية رقمية فعّالة.
- تطوير القدرة على إنتاج وإدارة محتوى متنوع نصي - بصري - مرئي.
- تدريب المشاركين على أدوات قياس وتحليل الأداء الرقمي وصناعة التقارير.
- تعزيز مهارات التواصل الرقمي، إدارة الأزمات، وبناء الهوية الرقمية.

الكفاءات المكتسبة:

- الكفاءة في التخطيط الاستراتيجي للإعلام الرقمي.
- مهارات إنتاج وتصميم المحتوى الإبداعي.
- القدرة على إدارة وإشراف الحملات الرقمية.
- تحليل البيانات وقياس مؤشرات الأداء KPIs.
- الكفاءة في إدارة السمعة الرقمية ومعالجة الأزمات.
- قيادة وإدارة المجتمعات الرقمية Digital Communities.

الجمهور المستهدف:

- العاملون في أقسام الإعلام والعلاقات العامة.
- مسؤولو التسويق الرقمي والمحتوى.

- الصحفيون والإعلاميون الراغبون في تطوير مهاراتهم الرقمية.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الناشئة.
- موظفو المؤسسات الحكومية والخاصة المهتمون بالاتصال الرقمي.
- الطلبة والخريجون الراغبون بدخول مجال الإعلام الرقمي.

المحاور التدريبية

اليوم الأول: مدخل إلى الإعلام الرقمي

- تطور الإعلام من التقليدي إلى الرقمي.
- الفروقات بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي.
- دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام.
- مكونات البيئة الرقمية منصات - محتوى - جمهور.
- أفضل الممارسات العالمية في الإعلام الرقمي.

اليوم الثاني: استراتيجيات الإعلام الرقمي

- كيفية إعداد خطة إعلامية رقمية.
- تحديد الأهداف والجمهور المستهدف.
- اختيار المنصات المناسبة Facebook, X, LinkedIn, Instagram, TikTok, YouTube.
- صياغة الرسائل الإعلامية الرقمية.

اليوم الثالث: إنتاج وإدارة المحتوى الرقمي

- أنواع المحتوى الرقمي نصي، مرئي، مسموع، تفاعلي.
- مهارات كتابة المحتوى للإعلام الرقمي.
- أدوات تصميم المحتوى Canva، Photoshop، أدوات الفيديو.
- إدارة الحملات الإعلامية الرقمية.
- ورشة عمل: إعداد محتوى رقمي إبداعي لحملة إعلامية.

اليوم الرابع: إدارة المنصات وقياس الأداء

- إدارة حسابات وسائل التواصل الاجتماعي.
- جدولة النشر ومتابعة التفاعل.

- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs في الإعلام الرقمي.
- أدوات التحليل والقياس Google Analytics, Meta Business Suite, Hootsuite.
- إعداد تقارير الأداء الإعلامي.

اليوم الخامس: الهوية الرقمية وإدارة الأزمات

- بناء السمعة الرقمية الشخصية والمؤسسية.
- إدارة الأزمات الإعلامية في البيئة الرقمية.
- أخلاقيات الإعلام الرقمي.
- أحدث الاتجاهات المستقبلية في الإعلام الرقمي AI - VR/AR - التحول الرقمي.