



دورة:

التميز في البراندنق والهوية المؤسسية والإعلام الرقمي

**11 - 15 يناير 2027
امستردام (هولندا)**

التميز في البراندنق والهوية المؤسسية والإعلام الرقمي

رمز الدورة: SM13469 تاريخ الإنعقاد: 11 - 15 يناير 2027 دولة الإنعقاد: أمستردام (هولندا) - رسوم الإشتراك: Euro 5775 □

المقدمة

صُمم هذا البرنامج التدريبي من قبل Center Training Horizon Global لتطوير مهارات المشاركين في بناء العلامة التجارية الاجتماعية التواصل منصات وإدارة الرقمي التسويق استراتيجيات على التركيز مع ،المؤسسية الهوية وتعزيز Branding وتصميم المحتوى الإعلامي الاحترافي.

يهدف البرنامج إلى تمكين المشاركين من فهم كيفية بناء صورة ذهنية قوية للمؤسسة، وتطوير هوية بصرية وإعلامية متكاملة تعكس رؤية المؤسسة ورسالتها، بالإضافة إلى اكتساب المهارات العملية في إدارة حسابات السوشيال ميديا، وإنشاء محتوى إبداعي يجذب الجمهور ويعزز التفاعل والانتشار الرقمي.

كما يغطي البرنامج أحدث الاتجاهات في التسويق الرقمي، صناعة المحتوى، الهوية البصرية، والتصميم الإعلامي باستخدام أساليب عملية وتطبيقات حديثة تساعد المؤسسات على تعزيز حضورها التنافسي في السوق.

أهداف البرنامج

بنهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم مفاهيم البراندنق وبناء الهوية المؤسسية.
- تطوير الهوية البصرية والرسائل الإعلامية للمؤسسة.
- بناء استراتيجيات فعالة لإدارة السوشيال ميديا.
- إعداد خطط محتوى احترافية للحملات الرقمية.
- تصميم محتوى إعلامي جذاب ومتوافق مع هوية العلامة التجارية.
- استخدام أساليب كتابة المحتوى التسويقي والإبداعي.
- تعزيز التفاعل والوصول الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- قياس وتحليل أداء الحملات والمحتوى الإعلامي.

الفئة المستهدفة

- مسؤولو التسويق والإعلام.
- أخصائيو السوشيال ميديا.
- موظفو العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- مصممو المحتوى والإبداع الرقمي.
- أصحاب المشاريع ورواد الأعمال.
- فرق الهوية المؤسسية والتسويق الرقمي.
- كل من يرغب في تطوير مهاراته في البراندنق وصناعة المحتوى.

محاور البرنامج

اليوم الأول: أساسيات البراندنق والهوية المؤسسية

- مفهوم البراندنق وأهميته للمؤسسات.
- الفرق بين العلامة التجارية والهوية المؤسسية.
- عناصر الهوية البصرية للمؤسسة.
- بناء الرؤية والرسالة والقيم المؤسسية.
- تكوين الصورة الذهنية وتعزيز السمعة.
- تحليل أمثلة ناجحة في البراندنق المؤسسي.
- أخطاء شائعة في بناء الهوية المؤسسية.

اليوم الثاني: استراتيجيات السوشيال ميديا والتسويق الرقمي

- مقدمة في التسويق عبر السوشيال ميديا.
- اختيار المنصات المناسبة حسب طبيعة الجمهور.
- إعداد استراتيجيات محتوى رقمية فعالة.
- بناء خطة نشر احترافية.
- طرق زيادة التفاعل والمتابعين.
- إدارة الحملات الإعلانية الرقمية.
- التعامل مع التعليقات والأزمات الإعلامية.

اليوم الثالث: صناعة المحتوى الإعلامي والإبداع الرقمي

- أنواع المحتوى الإعلامي والتسويقي.
- كتابة المحتوى الإبداعي والإعلاني.
- كتابة الكابتشن والنصوص التسويقية.
- أساليب جذب الجمهور بصريًا وكتابيًا.
- تصميم الرسائل الإعلامية المؤثرة.
- أساسيات ال Storytelling في المحتوى.
- تطوير أفكار إبداعية للحملات الرقمية.

اليوم الرابع: تصميم المحتوى والهوية البصرية

- مبادئ التصميم الجرافيكي للمحتوى الرقمي.
- اختيار الألوان والخطوط بما يتناسب مع الهوية.
- تصميم منشورات السوشيال ميديا الاحترافية.
- تصميم القوالب الموحدة للعلامة التجارية.
- استخدام أدوات التصميم الحديثة.
- تصميم الفيديوهات القصيرة والمحتوى التفاعلي.
- الحفاظ على التناسق البصري للهوية المؤسسية.

اليوم الخامس: إدارة الحملات وتحليل الأداء

- إعداد وتنفيذ الحملات الإعلامية الرقمية.
- مؤشرات قياس الأداء KPIs.
- تحليل نتائج الحملات والمحتوى.
- تحسين الوصول والتفاعل الرقمي.
- أدوات تحليل السوشيال ميديا.
- إعداد التقارير التسويقية والإعلامية.
- مشروع عملي متكامل لبناء هوية وحملات رقمية لمؤسسة.