

المقدمة:

يمثل الإعلام الرقمي اليوم أحد الركائز الأساسية في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات وتعزيز سمعتها، حيث يُسهم بفعالية في دعم الهوية المؤسسية وتقوية العلامة التجارية، وذلك بفضل خصائصه المميزة التي تشمل القدرة على التحديث الفوري، والانتشار الواسع عبر التفاعل الشخصي بين المستخدمين، وسرعة الوصول إلى جمهور عالمي من خلال محتوى غني ومتنوع يجمع بين النصوص والصور ومقاطع الفيديو المباشرة.

وقد أصبحت وظيفة "أخصائي الإعلام الاجتماعي" (Social Media Specialist) واحدة من أكثر الوظائف نمواً على مستوى العالم، حيث لا تكاد تخلو مؤسسة من الحاجة إلى موظف مختص أو جهة متخصصة تتولى إدارة حساباتها على وسائل التواصل الاجتماعي وترويج محتواها الإعلاني، سواء كان ذلك حضورياً أو عن بُعد.

تهدف هذه الدورة إلى إعداد كوادر متخصصة في الإعلام الرقمي والاجتماعي، مؤهلة مهنيًا وفنيًا، من خلال تقديم المعرفة اللازمة حول متطلبات العمل في هذا المجال، وتزويد المشاركين بالمهارات الأساسية لإدارة شبكات التواصل الاجتماعي باحترافية، إلى جانب تدريبهم على تطوير المحتوى، وإدارة الحملات الإعلانية، وقياس الأداء الإعلامي، وكتابة التقارير التحليلية، وذلك باستخدام أحدث الأدوات والنماذج القياسية المعتمدة.

الفئات المستهدفة:

- مسؤولو الإعلام الإلكتروني في المؤسسات العامة والخاصة.
- العاملون في مجالات التسويق والعلاقات العامة.
- موظفو الاتصال المؤسسي وإدارة السمعة.
- المتخصصون في تطوير وإدارة العلامات التجارية.
- الأفراد الراغبون في العمل بمجال الإعلام الاجتماعي.
- كل من لديه اهتمام بالإعلام الرقمي ويسعى لتطوير معارفه ومهاراته العملية.

الأهداف التدريبية:

بنهاية البرنامج التدريبي، سيكون المشاركون قادرين على:

- إعداد خطة استراتيجية تفصيلية لإدارة المحتوى الرقمي عبر وسائل الإعلام الاجتماعي.
- الإشراف الكامل على الحسابات الاجتماعية للمؤسسة، وتنظيم جداول العمل والضوابط التشغيلية الخاصة بها.

- تكامل الموقع الإلكتروني مع قنوات الإعلام الاجتماعي، بما يعزز التفاعل ويزيد عدد المتابعين.
- توزيع المحتوى الإعلامي بشكل منظم عبر مختلف المنصات، وربط القنوات ببعضها لتحقيق تكامل إعلامي فعال.
- إدارة التفاعل مع الجمهور والرد على الاستفسارات، بما يساهم في توسيع قاعدة المتابعين المهتمين.
- رصد المحتوى المنشور حول المؤسسة وتحليل البيانات المتداولة عبر الإنترنت.
- بناء آليات قياس فعالة لتقييم الأداء الإعلامي وتحليل العائد على الاستثمار الرقمي.
- تطوير استراتيجيات جديدة بناء على نتائج القياس لتعزيز الموقف التنافسي والتسويقي.
- التعرف على مصادر المعلومات الحديثة، والاستفادة من الأدوات الرقمية في العمل الإعلامي.

الكفاءات المستهدفة:

- فهم شامل لوظائف وأدوار الإعلام الاجتماعي.
- تخطيط وإدارة المحتوى الرقمي بكفاءة.
- تصميم وبناء محتوى ملائم لكل منصة.
- تطبيق استراتيجيات لزيادة التفاعل وتوسيع شبكة المتابعين.
- إدارة خدمة العملاء والتفاعل مع الجمهور من خلال الوسائط الرقمية.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: التعريف بالإعلام الرقمي

- توضيح الفرق بين الإعلام الرقمي والإعلام الإلكتروني.
- مقارنة الصحافة التقليدية بالصحافة الرقمية من حيث النشر والتأثير.
- نشأة وتطور الإعلام الرقمي في ظل التحولات التكنولوجية المعاصرة.

الوحدة الثانية: خصائص الإعلام الرقمي

- استعراض أنواع الإعلام الرقمي المختلفة ومجالات استخدامها.
- الإطار الاقتصادي والتنظيمي الذي يحكم الإعلام الرقمي.

- التدريب على مهارات التحرير الصحفي الخاصة بالمحتوى الرقمي.
- التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين الأداء الإعلامي.
- أهمية الإعلام الرقمي في دعم الأهداف المؤسسية وتعزيز الصورة العامة.

الوحدة الثالثة: أدوات الإعلام الرقمي

- إدارة خدمة العملاء عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- تخطيط وإدارة حملات التسويق الرقمي.
- استخدام أدوات الرصد والتحليل لقياس الأداء ومتابعة التفاعل.
- استكشاف الفرص والتحديات في البيئة الرقمية محليًا ودوليًا.
- التعامل الاحترافي مع البريد الإلكتروني كأداة تواصل فاعلة.

الوحدة الرابعة: تصميم وإعداد المواد الإعلامية

- إنشاء وتنسيق المحتوى الإلكتروني المخصص للإعلام الاجتماعي.
- بناء وإدارة صفحات التواصل الاجتماعي، مع إعداد الجداول التشغيلية.
- تصميم محتوى رقمي إبداعي يتناسب مع طبيعة كل منصة.
- إعداد خطة متكاملة لإدارة المحتوى الرقمي تتماشى مع الأهداف المؤسسية.
- تصميم صفحات إلكترونية خاصة بأقسام الإعلام والعلاقات العامة.
- استثمار التكنولوجيا الحديثة لتوصيل الرسائل الإعلامية بفاعلية.
- إعداد استطلاعات رأي فعّالة وتصميم الرسائل الإعلامية المناسبة لها.

الوحدة الخامسة: متابعة فعالية الرسائل الإعلامية

- تطبيق استراتيجيات متقدمة لزيادة التفاعل وتوسيع قاعدة الجمهور.
- الإشراف الكامل على إدارة قنوات الإعلام الاجتماعي.
- إنشاء قواعد بيانات مخصصة للأنشطة الإعلامية والعلاقات العامة.

- فهم الشبكات الاجتماعية وآليات استخدامها لتعزيز الرسائل الاتصالية.
- مواكبة أبرز الاتجاهات العالمية في الإعلام الرقمي، مع استعراض نماذج وتجارب رائدة.
- المشاركة في ورش عمل تطبيقية لتعزيز الجانب العملي واكتساب الخبرة الميدانية.