

المقدمة

تُعد صناعة المحتوى عملية متكاملة تشمل تقديم المعلومات أو عرض موضوعات محددة عبر قنوات متعددة، وعلى رأسها الوسائل المرتبطة بالإعلام الرقمي. وتكمن أهمية صناعة المحتوى في دورها المحوري ضمن مختلف المجالات الحياتية، لا سيما في جوانب التحفيز، والإقناع، وبناء جمهور متفاعل ومخلص.

وعلى الرغم من أن مصطلح "صناعة" يوحي بمرحلة واحدة، فإن المفهوم يمتد ليشمل مراحل أخرى مثل التسويق، والتحليل، وتوظيف أفضل الاستراتيجيات لضمان الانتشار الواسع والتأثير الفعّال.

الفئات المستهدفة

- موظفو أقسام الإعلام والعلاقات العامة.
- نشطاء ومنشئو المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- كُتّاب المقالات والمدونات.
- صنّاع المحتوى الراغبون في تطوير أعمالهم من خلال استراتيجيات إبداعية وتقنية.
- الأفراد الشغوفون بإنتاج محتوى هادف وذو قيمة.
- كل من يسعى لتوليد أفكار مبتكرة لمحتوى جاذب ومربح.

الأهداف التدريبية

بنهاية البرنامج التدريبي، سيكون المشاركون قادرين على:

- التمييز بين أنواع المحتوى واختيار الأنسب منها لتحقيق الأهداف.
- تحويل المهارات الشخصية والمعرفية إلى محتوى رقمي فعال.
- الإلمام بأدوات وتقنيات الإعداد المهني لمعالجة المحتوى.
- تطوير المحتوى بالشكل الذي يضمن أفضل النتائج وأعلى درجات التفاعل.
- بناء علاقات مستدامة بين صانع المحتوى وجمهوره.
- فهم أسرار خوارزميات المنصات الرقمية وآلية عملها.

- الوصول إلى جمهور أوسع من المتابعين والمشاركين.
- تعلم طرق فعالة تضمن استمرارية واستدامة إنتاج المحتوى.
- التعامل مع التحديات والضغوط النفسية التي قد يواجهها صانع المحتوى خلال مسيرته.
- فهم الأسباب التي تؤدي إلى فشل بعض صناع المحتوى الجدد وتجنبها.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى: أساسيات صناعة المحتوى

- التعريف بأنواع وأشكال المحتوى المختلفة (نصي، مرئي، صوتي، تفاعلي).
- التعرف على أدوات وتقنيات صناعة المحتوى.
- تحديد الأهداف والغايات من إنتاج المحتوى.
- تصنيف الجمهور المستهدف وطرق استهدافه الفعالة.
- استعراض الأساليب المتنوعة لعرض وتقديم المحتوى.

الوحدة الثانية: الخطوات الرئيسية لصناعة المحتوى

- منهجيات التخطيط الاستراتيجي لصناعة المحتوى.
- بناء الهوية المهنية الخاصة بصانع المحتوى.
- توليد الأفكار واستلهاهم الإلهام من مصادر متعددة.
- تقنيات كتابة المحتوى بأنواعه المختلفة.
- استراتيجيات تسويق المحتوى عبر القنوات الرقمية.

الوحدة الثالثة: المحتوى التفاعلي

- طرق جمع البيانات التي تدعم صياغة المحتوى التفاعلي.
- كتابة النصوص وتوزيعها بشكل مناسب على المنصات المختلفة.
- تحليل الأخطاء الشائعة في كتابة المحتوى وتفاديها.

- استكشاف أفضل الممارسات في تحرير المحتوى.
- تطبيق أدوات تحليل البيانات والاستماع الاجتماعي وقياس التفاعل الرقمي.

الوحدة الرابعة: الكتابة القانونية والتقنية والبحثية

- التعرف على المصطلحات القانونية المستخدمة في الكتابة.
- مبادئ صياغة العقود والاتفاقيات.
- فهم قوانين حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالمحتوى.
- تعلم كتابة المقالات البحثية الاحترافية التي توضح سير العمليات أو النتائج أو مراحل تنفيذ المشاريع.
- التمرس في كتابة الأوراق البيضاء التي تؤثر في قرارات الجمهور المستهدف.
- اكتساب أسلوب الكتابة الرسمي والمهني عالي المستوى.

الوحدة الخامسة: الخوارزميات

- ما يجب معرفته حول خوارزميات التوصية وعرض المحتوى.
- المبادئ الأساسية لعمل خوارزميات البحث في المنصات الرقمية.
- استعراض نماذج عملية لخوارزميات أشهر منصات التواصل الاجتماعي وكيفية الاستفادة منها.