

المحتويات

- الأساسيات في الإعلام الرقمي
- تعريف الإعلام الرقمي.
- فهم أهمية الإعلام الرقمي في العالم الحديث.
- مراحل تطور الإعلام الرقمي.
- فروق بين الإعلام التقليدي والرقمي.
- فهم الجمهور وتوقعاتهم.

الإستراتيجية والتخطيط للإعلام الرقمي

- أهمية الاستراتيجية الرقمية.
- خطوات إعداد الاستراتيجية.
- تحديد الأهداف والتوجهات.
- فحص وتحليل السوق.
- اختيار المنصات المناسبة.

المحتوى وإدارته

- أنواع المحتوى الرقمي.
- الكتابة للويب وشبكات التواصل.
- استراتيجيات إنشاء المحتوى.
- أدوات إدارة المحتوى.
- قياس فعالية المحتوى.
- التحليل وقياس الأداء.

الإعلان والتسويق الرقمي

- أساسيات الإعلان الرقمي.
- استهداف وتحديد الجمهور.
- أدوات ومنصات الإعلان الرقمي.
- تقييم جودة الإعلان.
- أساليب التسويق المدفوع.

التواصل والتفاعل في شبكات التواصل الاجتماعي

- فهم دور شبكات التواصل الاجتماعي.
- استراتيجيات التواصل الفعالة.
- إدارة التفاعلات والتعليقات.
- أساليب الرد على الأزمات.

لمن هذا النشاط

- مدراء الادارات.
- مدراء العلاقات العامة.
- مدراء الإتصال.
- مدراء الإعلام.
- رؤساء أقسام العلاقات العامة.
- العاملين في العلاقات العامة.
- العاملين في مجال وسائل التواصل الاجتماعي.



الأهداف

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من:

- تعلم أساسيات الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي.
- تحسين مهارات استخدام الأدوات والمنصات المختلفة المرتبطة بالإعلام الرقمي وشبكات التواصل.
- فهم كيفية استخدام أدوات تحليل البيانات لقياس فعالية الحملات الإعلامية الرقمية وتحسينها.
- تعلم كيفية إدارة الأزمات على شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية استخدام الإعلام الرقمي.
- تحسين مهارات التواصل والتفاعل مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- فهم كيفية استخدام الإعلانات الرقمية بفعالية لتحقيق أهداف.

تفاصيل النشاط

التاريخ	5 - 9 مايو 2024
التوقيت	11 - 15 أغسطس 2024
لغة النشاط	اللغة العربية
المكان	دبي - الإمارات العربية المتحدة
التكلفة	\$2950 ألفان وتسعمائة وخمسون دولار أمريكي

خصم 20 % في حالة تسجيل 3 مشاركين أو أكثر