

€ TRAINING

استخدام الذكاء الاصطناعي في الرصد والتحليل على منصات
التواصل الاجتماعي

13 - 17 يناير 2025
لندن (المملكة المتحدة)



استخدام الذكاء الاصطناعي في الرصد والتحليل على منصات التواصل الاجتماعي

رمز الدورة: D1335 تاريخ الإنعقاد: 13 - 17 يناير 2025 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - التكلفة: 5850 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تعليم المشاركين كيفية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات وفهم سلوك الجمهور، مما يساهم في تحسين الاستراتيجيات التسويقية وزيادة الفعالية في إدارة الحملات على وسائل التواصل الاجتماعي. حيث يشهد العالم الرقمي تطوراً سريعاً، وأصبح استخدام الذكاء الاصطناعي AI جزءاً أساسياً في تحليل ورصد الأنشطة على منصات التواصل الاجتماعي.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم دور الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات على منصات التواصل الاجتماعي.
- تعلم كيفية استخدام أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في الرصد والتحليل.
- اكتساب مهارات تحليل البيانات واستخراج رؤى قيمة من الأنشطة الرقمية.
- تطوير استراتيجيات تحسين الأداء على منصات التواصل الاجتماعي.
- التعرف على تطبيقات الذكاء الاصطناعي المتقدمة في التسويق الرقمي.

الفئات المستهدفة:

- مدراء التسويق الرقمي.
- محللو البيانات.
- مسؤولو التواصل الاجتماعي.
- خبراء التسويق والمبيعات.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

مقدمة في الذكاء الاصطناعي والرصد الرقمي:

- تعريف الذكاء الاصطناعي ودوره في العصر الرقمي.
- أساسيات الرصد والتحليل على منصات التواصل الاجتماعي.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي.

- فوائد استخدام الذكاء الاصطناعي في الرصد والتحليل.

الوحدة الثانية:

أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي:

- الأدوات الأساسية للذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات.
- تقنيات التعلم الآلي Learning Machine في الرصد الرقمي.
- استخدام تقنيات التعلم العميق Learning Deep لتحليل البيانات.
- برامج وأدوات تحليل النصوص والصور والفيديو.

الوحدة الثالثة:

تحليل البيانات واستخراج الرؤى:

- كيفية جمع البيانات من منصات التواصل الاجتماعي.
- تقنيات تحليل البيانات الضخمة Analytics Data Big.
- استخراج الأنماط والتوجهات من البيانات.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل سلوك الجمهور.

الوحدة الرابعة

تحسين الأداء واستراتيجيات التسويق:

- تطوير استراتيجيات تسويقية مستندة إلى التحليل الذكي.
- تحسين المحتوى بناءً على تحليلات البيانات.
- استهداف الجمهور بشكل أكثر فعالية باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية.

الوحدة الخامسة

تطبيقات متقدمة في الذكاء الاصطناعي:

- استخدام الروبوتات والدردشة التفاعلية Chatbots لتحسين تجربة المستخدم.
- تحليل المشاعر والتوجهات العامة Analysis Sentiment.
- تقنيات التوصية Systems Recommendation في التسويق.
- التنبؤات المستقبلية باستخدام الذكاء الاصطناعي.

