

€ TRAINING

التخطيط الاستراتيجي للمهتوى الإعلامي

30 يونيو - 4 يوليو 2025
لندن (المملكة المتحدة)



التخطيط الاستراتيجي للمحتوى الإعلامي

رمز الدورة: J1338 تاريخ الإنعقاد: 30 يونيو - 4 يوليو 2025 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - التكلفة: 5300 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

يعد التخطيط الاستراتيجي للمحتوى الإعلامي جزءًا حيويًا من نجاح أي مؤسسة تسعى إلى تعزيز تواجدها وتأثيرها في السوق. هذا البرنامج التدريبي يهدف إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لتطوير استراتيجيات محتوى فعالة تتماشى مع أهداف المؤسسة وتلبي احتياجات الجمهور المستهدف. سيتم استعراض أفضل الممارسات في التخطيط، إنشاء، وتوزيع المحتوى الإعلامي لتحقيق أكبر قدر من التفاعل والانتشار.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم أهمية التخطيط الاستراتيجي للمحتوى الإعلامي.
- تعلم كيفية تطوير خطط محتوى تتماشى مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.
- اكتساب مهارات تحليل الجمهور وتحديد الاحتياجات الإعلامية.
- تطوير استراتيجيات لإنشاء محتوى إعلامي فعال وجذاب.
- التعرف على أدوات قياس وتحليل أداء المحتوى الإعلامي.

الفئات المستهدفة:

- مدراء التسويق والعلاقات العامة.
- مسؤولو الإعلام والتواصل الاجتماعي.
- منتجو المحتوى الإعلامي.
- مستشارو الاتصالات.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

مقدمة في التخطيط الاستراتيجي للمحتوى الإعلامي:

- مفهوم وأهمية التخطيط الاستراتيجي للمحتوى الإعلامي.
- العناصر الأساسية لخطة المحتوى الإعلامي.
- الربط بين استراتيجية المحتوى والأهداف العامة للمؤسسة.

- تحليل الوضع الحالي وتحديد نقاط القوة والضعف.

الوحدة الثانية:

تحليل الجمهور وتحديد الاحتياجات:

- أهمية تحليل الجمهور في التخطيط الاستراتيجي.
- أدوات وتقنيات جمع وتحليل بيانات الجمهور.
- تحديد احتياجات الجمهور وتفضيلاتهم.
- تقسيم الجمهور المستهدف إلى فئات متميزة.
- تطوير شخصيات Personas تمثل الجمهور المستهدف.

الوحدة الثالثة:

تطوير استراتيجيات المحتوى الإعلامي:

- تحديد أهداف المحتوى الإعلامي.
- إنشاء تقويم تحرير Calendar Editorial.
- تقنيات الكتابة الإبداعية والجذابة.
- تنوع أنواع المحتوى مقالات، فيديو، إنفوجرافيك، الخ.
- استراتيجيات توزيع المحتوى عبر القنوات المختلفة.

الوحدة الرابعة

تنفيذ ومتابعة خطط المحتوى:

- أدوات إدارة المحتوى وتنفيذه.
- جدولة المحتوى ومتابعة النشر.
- التعاون والتنسيق بين فرق العمل.
- قياس الأداء وتقييم النتائج.
- استخدام التغذية الراجعة لتحسين الخطط المستقبلية.

الوحدة الخامسة

قياس وتحليل أداء المحتوى الإعلامي:

- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs لتقييم المحتوى.



- أدوات تحليل البيانات وتقييم النتائج.
- تحديد العائد على الاستثمار ROI للمحتوى الإعلامي.
- تقارير الأداء وكيفية استخدامها لتحسين الاستراتيجيات.