

المقدمة:

في عصر الإعلام الرقمي المتسارع، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أداة استراتيجية لا غنى عنها للمؤسسات الراغبة في تعزيز حضورها الرقمي، وحماية صورتها، والتفاعل مع جمهورها بفعالية.

تهدف هذه الدورة التدريبية إلى تزويد المشاركين بالمهارات والمعرفة المتخصصة اللازمة لإدارة وتطوير قنوات التواصل الاجتماعي بفعالية، مع التركيز بشكل خاص على منصة X، من خلال استراتيجيات تسويقية فعالة، تطوير المحتوى، التعاون الإعلامي، وقياس الأداء.

سيتعرف المشاركون على أفضل الممارسات في إدارة السمعة الرقمية، آليات التنسيق المؤسسي، وتطبيق السياسات والإجراءات المنظمة للعمل الإعلامي الرقمي.

الفئات المستهدفة:

- مسؤولو التواصل الاجتماعي.
- العاملون في إدارات التسويق والعلاقات العامة.
- موظفو الإعلام والاتصال المؤسسي.
- المهنيون الراغبون في تطوير مهاراتهم في إدارة المنصات الرقمية.
- فرق المحتوى الرقمي وإدارات الحملات الإعلامية.

الأهداف التدريبية:

بنهاية الدورة التدريبية، سيكون المشاركون قادرين على:

1. إدارة وتطوير قنوات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمؤسسة بكفاءة عالية.
2. تعزيز وحماية الصورة المؤسسية على منصة X من خلال منهجيات مدروسة.
3. تحسين نظم التواصل الاجتماعي لزيادة التفاعل وتحقيق الأثر المطلوب.
4. مواكبة الاتجاهات الحديثة في وسائل التواصل الاجتماعي وتوظيفها ضمن الخطط التسويقية.
5. تحديد وقياس مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للحملات الرقمية.

6. تصميم استراتيجيات متكاملة لحسابات التواصل الاجتماعي تتماشى مع أهداف المؤسسة.
7. ضمان التنسيق المؤسسي الفعال بين الفرق المختلفة لتفذية المحتوى والالتزام بالسياسات والإجراءات.

الكفاءات المستهدفة:

- التفكير الاستراتيجي وتخطيط الحملات الإعلامية.
- المهارات الصحفية وإعداد المحتوى الاحترافي.
- إدارة وتحليل بيانات الحملات الرقمية.
- التخطيط الاستراتيجي للقنوات والمنصات الإعلامية.
- تسويق الشراكات والتعاون مع الجهات الخارجية.
- التركيز على احتياجات العملاء وتوقعاتهم.
- تطوير المهارات الذاتية والتكيف مع متغيرات البيئة الرقمية.
- القدرة على تقديم الدعم والردود المناسبة للجمهور.
- تنظيم وهيكلة المهام الإعلامية.
- فهم تفضيلات الجمهور الرقمي وسلوكياته.
- قياس كفاءة الأداء وتحليل النتائج.
- مهارات الاتصال والعلاقات العامة.
- الإبداع والابتكار في إنتاج المحتوى الرقمي.

محتوى الدورة التدريبية:

- الوحدة الأولى: إدارة وتطوير منصات التواصل وحماية الصورة المؤسسية على منصة X
- المفاهيم الأساسية لإدارة قنوات التواصل الاجتماعي.
 - تحليل السياسات المؤسسية ذات الصلة بالإعلام الرقمي.
 - أدوات وتقنيات إدارة الحسابات على المنصات الاجتماعية.

- استراتيجيات بناء الصورة المؤسسية وتعزيزها على منصة X.
 - آليات التعامل مع الأزمات الرقمية وإدارتها.
 - عرض نماذج تطبيقية ودراسات حالة ناجحة.
- الوحدة الثانية: تحسين فعالية النظام التواصلي وتحرير التقارير الإعلامية على منصة X
- تحليل كفاءة نظم التواصل الاجتماعي الحالية.
 - استخدام مؤشرات الأداء لقياس نتائج الحملات الرقمية.
 - أدوات فعالة لتحسين الأداء ومتابعة النتائج على منصة X.
 - مهارات كتابة التقارير الإعلامية والصحفية باحتراف.
 - تقنيات توزيع المحتوى وتحليل أثره على الجمهور.
 - نماذج عملية لتحليل البيانات وتقديم التوصيات.
- الوحدة الثالثة: رصد الاتجاهات وتحديد مؤشرات الأداء الرئيسية على منصة X
- أدوات الرصد والتحليل على وسائل التواصل الاجتماعي.
 - متابعة وتفسير الاتجاهات الرقمية الحديثة.
 - إعداد تقارير تحليلية موجهة للإدارات المعنية.
 - فهم مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs وآليات تحديدها.
 - تطبيق KPIs المناسبة لتقييم حملات المؤسسة الرقمية.
 - دراسات حالة توضح التأثير الفعلي لمؤشرات الأداء.
- الوحدة الرابعة: تطوير المحتوى وضمان التوافق مع السياسات والإجراءات
- أسس تطوير استراتيجيات كتابة المحتوى الملائم لكل منصة.
 - تصميم الحسابات الرسمية للمؤسسة وتنفيذ الخطط التفاعلية.
 - التنسيق مع أقسام الاتصال المؤسسي والشؤون القانونية لضمان التوافق.

- آليات ضمان الالتزام بالسياسات والإجراءات المعتمدة.
 - تقديم الممارسات الفضلى في مجال إدارة المحتوى المؤسسي.
 - تطبيقات عملية على تطوير المحتوى وتوزيعه بفعالية.
- الوحدة الخامسة: تعزيز الأداء وتكامل العمليات مع السياسات والإجراءات المؤسسية
- أدوات وتقنيات تحسين الأداء على منصة X وربطها بأهداف المؤسسة.
 - تحليل الاتجاهات الرقمية وتكييف الاستراتيجيات معها.
 - إعداد تقارير دورية للإدارات المعنية بمستوى الأداء الإعلامي.
 - ضمان تكامل المحتوى المؤسسي مع الأطر التنظيمية والسياسات العامة.
 - التركيز على الممارسات المتقدمة لضمان الالتزام المؤسسي الرقمي.
 - عرض نماذج ودراسات حالة توضح التكامل الناجح بين الأداء والسياسات.