MERCURY

الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المنصات الرقمية

1 – 5 مارس 2027

جنيف (سويسرا)



Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المنصات الرقمية

المرجع: 120972_148047 **التاريخ:** 1 – 5 مارس 2027 **المكان:** جنيف (سويسرا) **الرسوم:** Euro 7500

مقدمة:

في عصر التحول الرقمي السريع، أصبح الذكاء الاصطناعي عنصرًا محوريًا في تطوير استراتيجيات التسويق الرقمي وتحقيق التفوق التنافسي. تهدف دورة الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المنصات الرقمية، إلى تزويد المشاركين بفهم عميق لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها في التسويق عبر المنصات الرقمية المختلفة.

تسلط دورة الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المنصات الرقمية، الضوء على كيفية استخدام البيانات الضخمة والخوارزميات الذكية لتحسين تجربة العملاء وتعزيز أداء الحملات الرقمية. من خلال محتوى تدريبي شامل، سيكتسب المشاركون القدرة على توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في تحليل سلوك المستهلك وتخصيص الرسائل التسويقية.

تقدم الدورة التدريبية في الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المنصات الرقمية، أيضًا تدريبًا عمليًا على استخدام أدوات إدارة الإعلانات وتحسينها عبر المنصات الاجتماعية ومحركات البحث. كما تواكب أحدث التوجهات العالمية في مجال تسويق المحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي. وتعد فرصة مثالية للمهنيين والمؤسسات الراغبة في تطوير حلول تسويقية فعالة قائمة على البيانات.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المنصات الرقمية، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق الرقمي.
- محللو البيانات في القطاع التسويقي.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة.
- خبراء تحسين محركات البحث.
- متخصصو الإعلانات الرقمية.
- مطورو المحتوى الإبداعي.
- العاملون في وكالات الإعلان الرقمية.
- الراغبون في دخول مجال الذكاء الاصطناعي التسويقي.
- مسؤولو العلاقات العامة والتسويق في المؤسسات.
- طلاب التخصصات التقنية والتسويقية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المنصات الرقمية:

- تحليل سلوك المستهلك الرقمي بدقة.
- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الحملات الإعلانية.
- تخصيص المحتوى التسويقي للفئات المستهدفة.
- تحسين مؤشرات الأداء التسويقي بناءً على التحليل الذكي.
- إدارة أدوات الذكاء الاصطناعي التسويقية بفعالية.
- تصميم استراتيجيات رقمية مبتكرة تعتمد على البيانات.
- اتخاذ قرارات مبنية على نماذج تحليل البيانات.
- التفاعل الذكي مع الجمهور عبر المنصات الرقمية.
- بناء حملات رقمية فعالة وقياس نتائجها.

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المنصات الرقمية، سيكون المشاركون قادرين على:

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

- فهم مفاهيم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في التسويق الرقمي.
- تحليل بيانات العملاء لتحديد سلوكيات الشراء وتوجهاتهم.
- تصميم حملات تسويقية مخصصة مدعومة بالخوارزميات الذكية.
- استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتخصيص الإعلانات وتحسين نتائجها.
- تطوير محتوى رقمي مدفوع بالبيانات يستهدف الفئات بدقة.
- قياس الأداء التسويقي وتحليل مؤشرات النجاح باستخدام نماذج تحليلية.
- التنبؤ باتجاهات السوق بناءً على البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي.
- دمج تقنيات معالجة اللغة الطبيعية في المحادثات الترويجية.
- إدارة التفاعل الآلي مع العملاء عبر روبوتات الدردشة الذكية.
- تطبيق تقنيات التعلم الآلي في تحسين رحلة المستخدم الرقمية.
- تعزيز قدرة اتخاذ القرار التسويقي المبني على التحليل الذكي للبيانات.
- بناء استراتيجية تسويقية مستدامة قائمة على الذكاء الاصطناعي.
- مقارنة بين المنصات الرقمية من حيث الكفاءة في استخدام الذكاء الاصطناعي.
- تقييم المخاطر الأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الحملات التسويقية.
- إعداد خطط تسويق رقمي فعالة مبنية على البيانات الضمنية والمكشوفة.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: مفاهيم الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي:

- تعريف الذكاء الاصطناعي ودوره في تطوير التسويق الحديث.
- الفرق بين الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في السياق التسويقي.
- مراحل تطور الذكاء الاصطناعي في المنصات الرقمية.
- استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة في التسويق.
- كيف يعزز الذكاء الاصطناعي من تجربة المستخدم الرقمي.
- نظرة على أبرز خوارزميات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في الحملات الرقمية.
- دور الذكاء الاصطناعي في تحسين الاستهداف الإعلاني.
- دراسة حالات عملية ناجحة من استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- تحديات تطبيق الذكاء الاصطناعي في الحملات الرقمية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الثانية: استراتيجيات التسويق عبر المنصات الرقمية باستخدام الذكاء الاصطناعي:

- تحليل خصائص كل منصة رقمية ومدى جاهزيتها لتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- أدوات الذكاء الاصطناعي في إدارة الحملات على فيسبوك وإنستغرام.
- تحسين حملات جوجل الإعلانية باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في الترويج عبر تيك توك ويوتيوب.
- تقنيات أتمتة التسويق Marketing Automation بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي.
- دمج تحليل المشاعر Sentiment Analysis في الحملات الإعلانية.
- تقنيات التجزئة الذكية للجمهور المستهدف.
- اختبار وتعديل المحتوى الإعلاني اعتمادًا على البيانات التحليلية.
- بناء استراتيجيات تسويق تعتمد على الأداء المدعوم بالذكاء الاصطناعي.

الوحدة الثالثة: تحليل البيانات الضخمة ودورها في التسويق الذكي:

- تعريف البيانات الضخمة في السياق التسويقي.
- أنواع البيانات: المهيكلة، غير المهيكلة، والبيانات شبه المهيكلة.
- أدوات تحليل البيانات المستخدمة في التسويق الرقمي.
- استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك المستخدم.
- النماذج التنبؤية لاتجاهات السوق والمشتريات.
- تحديد المؤشرات الرئيسية للأداء باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- التحديات في جمع وتنظيف البيانات في الحملات الرقمية.
- استخراج الرؤى التسويقية من البيانات التفاعلية.
- دمج الذكاء الاصطناعي مع أدوات تحليلات الويب والمنصات الاجتماعية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الرابعة: الذكاء الاصطناعي وتخصيص المحتوى التسويقي:

- أهمية تخصيص المحتوى في زيادة معدلات التفاعل والتحويل.
- استخدام الذكاء الاصطناعي لإنشاء محتوى مخصص تلقائيًا.
- أدوات الذكاء الاصطناعي لتوليد النصوص التسويقية.
- توصيات المنتجات الذكية باستخدام خوارزميات التعلم العميق.
- بناء تجربة مستخدم مخصصة استنادًا إلى البيانات السابقة.
- دور تقنيات التعلم التعزيزي في تحسين تجربة التفاعل مع العملاء.
- استراتيجيات الذكاء الاصطناعي في رسائل البريد الإلكتروني التسويقي.
- دراسة حالة حول تخصيص الحملات وزيادة العائد على الاستثمار.
- المقارنة بين المحتوى التقليدي والمحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي.

الوحدة الخامسة: تقييم الأداء وصناعة القرار التسويقي بالذكاء الاصطناعي:

- بناء مؤشرات قياس الأداء الفعالة للحملات الرقمية.
- أدوات الذكاء الاصطناعي لتقييم فعالية الإعلانات.
- التنبؤ بنتائج الحملات وتحسينها في الوقت الفعلي.
- تقييم تكلفة الاكتساب وتحليل القيمة طويلة الأجل للعميل.
- لوحات القيادة الذكية Smart Dashboards في تقارير التسويق.
- اتخاذ قرارات مبنية على التحليل التنبؤي والتصنيفي.
- مقارنة بين التحليل اليدوي والتحليل الذكي المبني على الخوارزميات.
- إدارة الأزمات التسويقية باستخدام نظم الدعم الذكي للقرارات.
- تطوير خطط مستقبلية مستندة إلى تحليل بيانات الذكاء الاصطناعي.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تُعد دورة الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المنصات الرقمية، منصة معرفية متقدمة لفهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق الرقمي عبر المنصات الحديثة. تُمكن المشاركين من بناء استراتيجيات تسويقية أكثر دقة وفاعلية بالاعتماد على التحليل الذكي للبيانات. ينصح المتدربون بمتابعة التطورات المستمرة في هذا المجال ودمج الذكاء الاصطناعي ضمن كافة مراحل التسويق. توصي الدورة بتطبيق ما تم تعلمه عمليًا لتطوير حملات تسويق ناجحة وقابلة للقياس.