MERCURY

تطوير المفهوم والمحتوى التوعوي ضمن شراكات الأعمال التسويقية

23 – 27 مايو 2027

شرم الشيخ (مصر)



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

MERCURY

تطوير المفهوم والمحتوى التوعوي ضمن شراكات الأعمال التسويقية

المرجع: 151702_121057 **التاريخ:** 23 – 27 مايو 2027 **المكان:** شرم الشيخ (مصر) **الرسوم:** Euro 4500

المقدمة:

في عالم الأعمال الحديث، لم يعد النجاح التسويقي معتمدًا فقط على تنفيذ الحملات، بل أصبح مرتبطًا بشكل وثيق بتصميم المفاهيم وصياغة المحتوى بما يتماشى مع أهداف الشركاء الاستراتيجيين. يتطلب دور "أخصائي أول شريك أعمال تسويقية" قدرة عالية على تطوير المفاهيم الاتصالية وصياغة محتوى فعال يخدم أهداف التوعية ويعزز من قيمة الشراكات التسويقية.
تهدف هذه الدورة المتقدمة إلى تمكين المتدربين من أدوات وأساليب تطوير المفهوم والمحتوى ضمن سياقات الشراكات المؤسسية والتوعية الاستراتيجية.

الفئات المستهدفة:

- أخصائيو وأخصائيات الشراكات التسويقية.
- مدراء وأخصائيو التوعية المؤسسية.
- قادة فرق الاتصال التسويقي والعلاقات العامة.
- مستشارو الحملات الاتصالية والتوعوية.
- مسؤولو تطوير المحتوى ضمن الشراكات الاستراتيجية.

الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركين قادرين على:

- بناء مفاهيم تسويقية توعوية تتماشى مع استراتيجية الشركاء.
- تطوير محتوى مخصص يخدم أهداف الشراكة التسويقية بفاعلية.
- المواءمة بين الرسالة الاتصالية وهوية الشريك المؤسسي.
- تطبيق أساليب البحث والتحليل لتحديد الأولويات الاتصالية.
- تصميم خطط محتوى مبتكرة تدعم أهداف التوعية العامة.
- إدارة المحتوى المتكامل مع منصات وأدوات الشركاء.

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

MERCURY

الكفاءات المستهدفة:

- التفكير الاستراتيجي التسويقي.
- تطوير المفهوم والرسالة الاتصالية.
- تحليل الجمهور المستهدف واحتياجاته.
- إدارة المحتوى التوعوي المتكامل.
- التواصل المؤسسي والشراكات الإعلامية.
- الكتابة الاتصالية الإبداعية.
- إدارة العلاقات مع الشركاء.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى، تحليل السياق التسويقي للشراكة المؤسسية:

- فهم بنية الشراكة التسويقية ضمن البيئة المؤسسية.
- تحليل أهداف الشريك وربطها بالرسائل التوعوية.
- تحديد الاحتياجات الاتصالية في بيئة الشريك.
- تقييم التحديات والفرص في سياق تطوير المحتوى.
- تقنيات البحث والتحليل لدعم قرارات بناء المفهوم.

الوحدة الثانية، بناء المفهوم التوعوي التكاملي:

- تعريف المفهوم الاتصالي وأبعاده التوعوية.
- الربط بين أهداف الشريك والمؤسسة في إطار المفهوم الواحد.
- خصائص المفهوم الناجح في الشراكات الاستراتيجية.
- خطوات صياغة المفهوم التوعوي الموجه.
- أدوات العصف الذهني والتصميم المفاهيمي الجماعي.
- دراسات حالة لمفاهيم ناجحة في حملات توعوية مشتركة.

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

MERCURY

الوحدة الثالثة، تطوير المحتوى الاتصالي متعدد الأبعاد:

- تحديد نوع المحتوى المناسب لهدف الشراكة محتوى تثقيفي، سلوكي، ترويجي.
- أساليب الكتابة التوعوية المهنية الإيجاز، التدرج، التأثير.
- صياغة رسائل تستهدف السلوك والفهم والقناعة.
- مواءمة اللغة مع هوية الشريك والجمهور.
- إنتاج المحتوى البصري والنصي والوسائط المتعددة.
- أدوات وتطبيقات لإدارة المحتوى متعدد القنوات.
- إعداد النماذج التحريرية الخاصة بالمحتوى التشاركي.

الوحدة الرابعة، مواءمة المفهوم والمحتوى مع الهوية الاتصالية:

- فهم عناصر الهوية الاتصالية للمؤسسة والشريك.
- كيفية تعزيز التكامل بين الهوية البصرية والمفهوم.
- تطبيق الأدلة الإرشادية للعلامة التجارية أثناء تطوير المحتوى.
- الحفاظ على الاتساق الاتصالي عبر المنصات المختلفة.
- مراجعة المحتوى من منظور الحوكمة المؤسسية.
- حالات تطبيقية لمواءمة الهوية والمحتوى في شراكات متعددة.

الوحدة الخامسة، إدارة عمليات تطوير وتفعيل المحتوى التشاركي:

- تنظيم فرق العمل بين المؤسسة والشريك لتطوير المحتوى.
- مراحل إنتاج وتنفيذ المحتوى في إطار الشراكة.
- مؤشرات قياس أداء المحتوى التوعوي وتأثيره.
- نماذج المتابعة والتحسين المستمر.
- الجدولة الزمنية للمحتوى وتوزيعه عبر المنصات.
- آليات تقييم وتعديل المفهوم أثناء التنفيذ.
- إدارة التحديات والتعقيدات في الشراكات متعددة الأطراف.