



**تطوير المفهوم والاحتوى التوعوي ضمن شراكات الأعمال
التسويقية**

2026 27 - 23 نوفمبر
باريس (فرنسا)



تطوير المفهوم والمحتوى التوعوي ضمن شراكات الأعمال التسويقية

الرمز : 121057_151712 تاريخ الإنعقاد : 23 - 27 نوفمبر 2026 دولة الإنعقاد : باريس (فرنسا) التكلفة : 5900 اليورو

المقدمة:

في عالم الأعمال الحديث، لم يعد النجاح التسويقي معتمداً فقط على تنفيذ الحملات، بل أصبح مرتبطاً 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 والتوعية.
- مسؤولو تطوير المحتوى ضمن الشراكات الاستراتيجية.

الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

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

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 الهوجم.
- أدوات العصف الذهني والتصميم المفاهيمي الجهازي.
- دراسات حالة لمفاهيم ناجحة في حملات توعوية مشتركة.

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.
- مواهبة 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، مواهبة المفهوم والمحتوى مع الهوية الاتصالية:

- فهم عناصر الهوية الاتصالية للمؤسسة والشريك.
- كيفية تعزيز التكامل بين الهوية البصرية والمفهوم.
- تطبيق النذلة الإرشادية للعلامة التجارية أثناء تطوير المحتوى.
- الحفاظ على الاتساق الاتصالي عبر المنصات المختلفة.
- مراجعة المحتوى من منظور الحكمة المؤسسية.
- حالات تطبيقية لمواهبة 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.

نموذج تسجيل :

تطوير المفهوم والمحتوى التوعوي ضمن شركات الأعمال التسويقية

الرمز : 121057 تاريخ الإنعقاد: 23 - 27 نوفمبر 2026 دولة الإنعقاد: باريس (فرنسا) التكلفة: 5900 اليورو

معلومات المشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

الهاتف / الجوال :

البريد الإلكتروني الشخصي :

البريد الإلكتروني الرسمي :

معلومات جهة العمل

اسم الشركة :

العنوان :

المدينة / الدولة :

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

الهاتف / الجوال :

البريد الإلكتروني الشخصي :

البريد الإلكتروني الرسمي :

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي ☐

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي ☐