

البرنامج التدريبي: مهارات التسويق الرقمي

الخطة الزمنية التفصيلية للبرنامج التدريبي

اليه التدريب : متزامن

التغذية الراجعة	الزمن بالدقائق	الموضوعات: أساسيات التسويق الرقمي	
	5 ساعات	اليوم الأول	الهدف
	50	مفهوم التسويق الرقمي وتطوره التاريخي	تمكين المتدرب من فهم طبيعة التسويق الرقمي، ومعرفة تطور أدواته وتقنياته من بداياته إلى ما هو عليه اليوم
	50	الفرق بين التسويق التقليدي والرقمي	توضيح الفروقات الجوهرية بين أساليب التسويق التقليدي والرقمي من حيث القنوات، التكاليف، والقياس، لتمكين المتدرب من اختيار الأنسب لأهدافه.
	50	مكونات المزيج التسويقي الرقمي (Digital Marketing Mix)	تعريف المتدرب بعناصر المزيج التسويقي الرقمي (4Ps أو 7Ps) وكيفية تكيفها في البيئة الرقمية لتحقيق أهداف الأعمال.
التمرين رقم (1)	15	نشاط تدريبي	
	30	استراحة	
	50	رحلة العميل في البيئة الرقمية	تمكين المتدرب من فهم مراحل رحلة العميل عبر القنوات الرقمية، من الوعي حتى اتخاذ القرار والولاء، لبناء حملات فعالة.
	50	الاتجاهات الحديثة في التسويق عبر الإنترنت	تزويد المتدرب بأحدث التوجهات الرقمية مثل الذكاء الاصطناعي، الأتمتة، والتخصيص، لفهم مستقبل التسويق الرقمي واستثماره بفعالية.

التغذية الراجعة	الزمن بالدقائق	الموضوعات: أدوات واستراتيجيات التسويق الرقمي	
	5 ساعات	اليوم الثاني	الهدف
	50	تحسين محركات البحث (SEO)	تعريف المتدرب بأساسيات السيو وكيفية تحسين ظهور المواقع في نتائج البحث لزيادة الزيارات العضوية.
	50	الإعلانات المدفوعة Google Ads – Meta (Ads)	إكساب المتدرب مهارات إنشاء وإدارة حملات إعلانية مدفوعة عبر جوجل ومنصات التواصل لتحقيق أفضل عائد على الاستثمار.
	50	التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing)	تدريب المتدرب على استخدام البريد الإلكتروني كأداة لبناء علاقات مع العملاء وتحقيق معدلات تحويل عالية.
التمرين رقم (1)	15	نشاط تدريبي	
	35	استراحة	
	50	التسويق بالمحتوى (Content Marketing)	تمكين المتدرب من تخطيط وإنشاء محتوى جذاب يحقق أهداف العلامة التجارية ويعزز التفاعل والولاء.
	50	التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Marketing)	تعليم المتدرب كيفية استخدام المنصات الاجتماعية بفعالية لبناء العلامة، زيادة المتابعين، وتحقيق الأهداف التسويقية.
التغذية الراجعة	الزمن بالدقائق	الموضوعات: تحليل الأداء وإدارة الحملات	
	5 ساعات	اليوم الثالث	الهدف
	50	استخدام أدوات تحليل الأداء (Google Analytics)	تمكين المتدرب من استخدام أدوات التحليل لفهم سلوك المستخدمين وتقييم فعالية الحملات الرقمية.
	50	مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)	تعريف المتدرب بأهم مؤشرات الأداء في التسويق الرقمي وكيفية قياسها وربطها بالأهداف الاستراتيجية.

	50	إعداد التقارير التسويقية الرقمية	تعليم المتدرب كيفية إعداد تقارير احترافية تستعرض النتائج والتوصيات بطريقة تساعد على اتخاذ القرار.
التمرين رقم (1)	15	نشاط تدريبي	
	35	استراحة	
	50	إدارة الميزانيات الرقمية وتخصيص الإنفاق	تطوير مهارة المتدرب في توزيع الميزانية بين القنوات المختلفة بما يتوافق مع الأهداف التسويقية والعائد المتوقع.
	50	التحسين المستمر للحملات (Optimization)	تدريب المتدرب على تحليل نتائج الحملات وإجراء التعديلات اللازمة لتحقيق أداء أفضل بمرور الوقت.