

المقرر الدراسي – كورس التسويق الرقمي (30 ساعة)

عدد الساعات: 30 ساعة

عدد المحاضرات: 12 محاضرة

مدة المحاضرة: 2.5 ساعة

المستوى: مبتدئ حتى متوسط

الأدوات المستخدمة: Google Ads، Facebook Ads،

Google، أدوات تحليل البيانات (Instagram، LinkedIn

Canva، Mailchimp، Analytics)

الوحدة الأولى: مقدمة في التسويق الرقمي (5 ساعات)

المحاضرة 1 – التعرف على التسويق الرقمي (2.5 ساعة)

- تعريف التسويق الرقمي وأهميته

- الفرق بين التسويق التقليدي والرقمي

- منصات التسويق الرقمي الأساسية

- التدريب العملي: تحليل حملات تسويق رقمي موجودة

المحاضرة 2 – استراتيجية التسويق الرقمي (2.5 ساعة)

- تحديد الأهداف والجمهور المستهدف

- بناء خطة تسويق رقمي

- التدريب العملي: تصميم خطة تسويق رقمي بسيطة

الوحدة الثانية: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (10 ساعات)

المحاضرة 3 – التسويق عبر فيسبوك وإنستجرام (2.5 ساعة)

- إنشاء صفحات وحسابات احترافية
- إعداد الحملات الإعلانية

• التدريب العملي: إطلاق حملة تجريبية

المحاضرة 4 – التسويق عبر LinkedIn وTwitter (2.5 ساعة)

- استخدام LinkedIn للتسويق المهني
- إدارة الحملات عبر توينتر

• التدريب العملي: إنشاء محتوى موجه للمحترفين

المحاضرة 5 – التسويق بالمحظى (2.5 ساعة)

• كتابة محتوى جذاب ومؤثر

• استخدام الفيديوهات والصور

• التدريب العملي: إعداد خطة محتوى لأسبوع واحد

المحاضرة 6 – التسويق عبر البريد الإلكتروني (2.5 ساعة)

• إنشاء قوائم البريد الإلكتروني

• تصميم حملات Mailchimp

• التدريب العملي: إرسال حملة بريد إلكتروني تجريبية

الوحدة الثالثة: الإعلانات المدفوعة وتحليل البيانات (10 ساعات)

المحاضرة 7 – إعلانات Google Ads (2.5 ساعة)

- إنشاء حملات بحثية وإعلانية
- اختيار الكلمات المفتاحية واستهداف الجمهور
- التدريب العملي: إطلاق إعلان تجريبي

المحاضرة 8 – تحسين محركات البحث SEO (2.5 ساعة)

- أساسيات SEO وتحسين ترتيب المواقع
- استخدام أدوات تحليل SEO
- التدريب العملي: تحسين صفحة ويب تجريبية

المحاضرة 9 – تحليل البيانات وقياس الأداء (2.5 ساعة)

- استخدام Facebook Insights و Google Analytics
- فهم مؤشرات الأداء KPIs

- التدريب العملي: تحليل نتائج حملة تسويقية

المحاضرة 10 – استراتيجيات التحسين المستمر (2.5 ساعة)

- تحسين الحملات بناءً على البيانات
- اختبارات A/B لتحسين الأداء

- التدريب العملي: تعديل حملة تسويقية لتحقيق نتائج أفضل

الوحدة الرابعة: مشروع عملي (5 ساعات)

المحاضرة 11 – إعداد مشروع تسويق رقمي كامل (2.5 ساعة)

- اختيار منتج أو خدمة

- إعداد خطة تسويق شاملة عبر الإنترنط

- التدريب العملي: تنفيذ جزء من الخطة على وسائل التواصل

المحاضرة 12 – مراجعة المشروع النهائي وتسلبيمه (2.5 ساعة)

- تقديم المشروع النهائي أمام المدرب أو المجموعة

- تقييم الأداء ونتائج الحملة

- نصائح لتحسين الحملات الرقمية المستقبلية

مخرجات الكورس النهائية

بنهاية الـ 30 ساعة، يكون المتدرّب قادرًا على:

- فهم أساسيات التسويق الرقمي وتحديد الجمهور المستهدف

- إدارة حملات التسويق عبر مختلف منصات التواصل

الاجتماعي

- إنشاء محتوى تسويقي جذاب

- استخدام الإعلانات المدفوعة وتحليل البيانات لتحسين

الأداء

- إطلاق مشاريع تسويقية رقمية متكاملة

- قياس النتائج وتحسين الحملات بشكل مستمر