



غرفة تجارة عمان
AMMAN CHAMBER OF COMMERCE

نموذج المحتوى التدريبي

نموذج جودة ومخاطر

رقم الإصدار: 2/2

الصفحة: 3/1

العنوان باللغة العربية:	الخبير المعتمد في التسويق الإلكتروني وإدارة الحملات الرقمية باستخدام الذكاء الاصطناعي	العنوان باللغة الإنجليزية:	Mastering Digital Marketing & AI-Powered Campaigns
عدد الساعات التدريبية:	(40) ساعة تدريبية		
أيام البرنامج التدريبي:	من الأحد- الخميس وجاهي ومن الساعة 5:00 عصرا ولغاية 9:00 مساءً		
تاريخ البرنامج التدريبي:	2026/05/21 ولغاية 2026/05/10		
قاعة / مختبر:	قاعات أكاديمية غرفة تجارة عمان للتدريب – الشميساني		
الرسوم المقررة:	لأعضاء الغرفة (300) دينار.	لغير الأعضاء (350) دينار.	
خصم المجموعات:	<ul style="list-style-type: none">• خصم بنسبة 10% على رسوم المشارك الواحد ابتداءً من المشارك الثاني في حال قامت المنشأة بانتداب إثنين من موظفيها وبحد أقصى أربعة موظفين.• خصم بنسبة 15% على رسوم المشارك الواحد ابتداءً من المشارك الثاني في حال قامت المنشأة بانتداب أكثر من أربعة من موظفيها. <p>📄 ميثاق رضا مُتلقّي خدمات أكاديمية غرفة تجارة عمان للتدريب</p> <p>تجربة تدريبية متميزة: برامجنا يقدمها نخبة من المدربين الخبراء لضمان تجربة تعليمية رائدة. الالتزام بالمواعيد: تنفيذ البرامج التدريبية في المواعيد المعلنة دون تأخير. رضاك هو أولويتنا: إذا لم يحقق برنامج توقعاتك، يمكنك الانسحاب بعد الجلسة الأولى و استرداد الرسوم كاملة.</p> <p>https://ammanchamber.org/jo/wsimages/808080.pdf</p>		
الأهداف:	<ul style="list-style-type: none">• تمكين المشاركين من فهم شامل لأساسيات واستراتيجيات التسويق الإلكتروني.• تعريف المشاركين بأحدث أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق.• إكساب المهارات العملية في إعداد وإدارة الحملات الإعلانية الرقمية الفعالة.• تحسين قدرة المشاركين على تحليل البيانات التسويقية واتخاذ قرارات مبنية على نتائج واقعية.• بناء فهم متكامل لدور الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى وتحسين تجربة العملاء.• تنمية قدرة المشاركين على تحويل الأفكار إلى خطط تسويقية فعالة قابلة للتنفيذ.		
المحتويات:	<p>المحور الأول: مدخل إلى التسويق الرقمي</p> <ul style="list-style-type: none">• المحتوى النظري:<ul style="list-style-type: none">- المفاهيم الأساسية في التسويق الرقمي.- الفروقات بين التسويق الرقمي والتقليدي.- فهم سلوك المستهلك في البيئة الرقمية.- التعريف بالقبوات والمنصات الرقمية المختلفة.		



غرفة تجارة عمان
AMMAN CHAMBER OF COMMERCE

نموذج المحتوى التدريبي

الصفحة: 3/2

رقم الإصدار: 2/2

نموذج جودة ومخاطر

• التطبيق العملي:

- تحليل أمثلة لحملات ناجحة رقمية مقابل تقليدية.
- مناقشة سلوك المستهلكين فاعلين عبر قنوات مختلفة.

المحور الثاني: إعداد الخطط والاستراتيجيات التسويقية

• المحتوى النظري:

- أسس تحليل السوق والمنافسين.
- طرق تحديد الفئة المستهدفة وصياغة رسالة الحملة.
- خطوات بناء خطة تسويقية رقمية متكاملة.

• التطبيق العملي:

- إعداد تحليل سوق لمشروع واقعي باستخدام أدوات بحث.
- صياغة رسائل تسويقية للفئة المستهدفة.
- تصميم تقويم محتوى (Content Calendar) تجريبي.

المحور الثالث: تحسين محركات البحث والتسويق بالمحتوى

• المحتوى النظري:

- أساسيات الـ SEO وتحسين الظهور بمحركات البحث.
- استراتيجيات كتابة المحتوى الجذاب.
- التعرف بأدوات SEO مثل SEMrush و Yoast.

• التطبيق العملي:

- تحسين مقالات تجريبية لمحركات البحث.
- إنشاء محتوى (مقال/منشور/فيديو قصير) وفق معايير SEO.
- تجربة عملية على أدوات تحسين المحتوى.

المحور الرابع: إدارة الحملات الاعلانية الرقمية

• المحتوى النظري:

- آليات إنشاء حملات على Google Ads و Meta.
- مبادئ الاستهداف وإعادة الاستهداف.
- أسس تخصيص الميزانية وإدارة الحملات.

• التطبيق العملي:

- إنشاء حملة إعلانية تجريبية على Google أو Meta.
- تطبيق عملي لاختبار A/B Testing.
- تحليل أداء إعلان تجريبي وتحسينه.

المحور الخامس: الذكاء الاصطناعي في التسويق

• المحتوى النظري:

- مقدمة عن الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في التسويق.

