

الحقيبة التدريبية

اسم الحقيبة باللغة العربية	دبلوم التسويق الالكتروني
اسم الحقيبة باللغة الانجليزية	Digital Marketing Diploma
نوع الحقيبة التدريبية	دبلوم تدريبي
اسم منظم الحقيبة التدريبية	مركز اكسفورد للتدريب والتأهيل
عدد ساعات التدريب المعتمدة	36
جهة الاعتماد الدولية	هيئة اعتماد اكسفورد البريطانية OAB-UK

أهداف التدريب:

1. تأهيل المشاركين للانخراط في سوق العمل في مجال التسويق الالكتروني عبر فيسبوك وانستغرام وتطبيقاته.
2. تأهيل المشاركين الإلمام بالجوانب النظرية الأكاديمية والعملية التطبيقية للتسويق الالكتروني .
3. تأهيل المشاركين لإدارة الحملات التسويقية الالكترونية عبر فيسبوك وانستغرام وإنشائها .
4. تأهيل المشاركين لتصميم الاعلانات الالكترونية بكافة انواعها .
5. مساعدة المشاركين على تشكيل فهم أوضح لعقلية المستهلك الالكتروني و سلوكه الشرائي.
6. تأهيل المشاركين لفهم كيفية عمل محركات البحث .
7. تأهيل المشاركين للإشراف على عملية تحسين محركات البحث وتسويقها .
8. تأهيل المشاركين لتجاوز مقابلات العمل في مجال التسويق الالكتروني.



الفئات المستهدفة من التدريب:

1. الباحثين عن عمل الراغبين بالعمل في مجال التسويق الالكتروني
2. موظفين قسم التسويق في المؤسسات الحكومية والخاصة
3. الراغبين بالعمل الحر في مجال التسويق الالكتروني

نبذة تعريفية عن الدورة التدريبية:

أصبح التسويق الإلكتروني هو البديل الرئيسي والأرخص كلفة والأكثر انتشارا من بين أساليب التسويق المختلفة، وتعد منصات التواصل الاجتماعي المختلفة هي الأوفر حظا والأوسع انتشارا في التسويق الإلكتروني، ومن أهم هذه المنصات فيسبوك وانستغرام واتساب التي تتبع شركة ميت، تعد الدورة هي الدورة التدريبية تطبيقا في مجال التسويق الالكتروني، حيث تهدف إلى تأهيل المتدربين لممارسة التسويق الالكتروني كمهنة حسب الأسس الاحترافية للتسويق الالكتروني وتغطي جميع تطبيقات التسويق الالكتروني لشركة ميتا من إدارة المشاريع الالكترونية والحصول على الجمهور المناسب والانتقال بالأعمال من شكلها التقليدي إلى شكلها الالكتروني وأساسيات تصميم الاعلانات والجوانب الأكثر فعالية في تطبيق التسويق الالكتروني مثل تحسين محركات البحث وتسويق محركات البحث والتسويق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وسلوك المستهلك الالكتروني مما يعطي المتدرب ميزة الإلمام الجانبين العملي التطبيقي والأكاديمي العلمي للتسويق الالكتروني وفق أحدث المصادر في هذا المجال.

محاور الحقيبة التدريبية

المحور	اسم المحور	الساعات
المحور الرئيسي: 1	مقدمة عن التسويق	2
المحور الفرعي: 1	أساسيات التسويق	
المحور الرئيسي: 2	إنشاء الصفحات وضبطها	2
المحور الفرعي: 1	حسابات الفيسبوك وانستجرام و واتساب	
المحور الفرعي: 2	إنشاء صفحة الفيسبوك	
المحور الفرعي: 3	إضافة معلومات الصفحة	
المحور الفرعي: 4	الخصائص العامة لضبط الصفحة	
المحور الفرعي: 5	خصائص الضبط الأخرى	
المحور الفرعي: 6	أدوات النشر	
المحور الفرعي: 7	خوارزميات الفيسبوك والوصول الطبيعي للبوست	
المحور الرئيسي: 3	التعرف على حسابات الإعلانات Ad Accounts	2
المحور الفرعي: 1	ضبط الحساب الإعلانى	
المحور الفرعي: 2	تعزيز ودفع المنشورات	
المحور الفرعي: 3	مركز الإعلانات	
المحور الفرعي: 4	حل مشكلة توقف الحساب الإعلانى	
المحور الرئيسي: 4	إنشاء حساب فيسبوك بيزنس Facebook Business Account	2
المحور الفرعي: 1	ما هو حساب فيسبوك بيزنس وكيف يتم إنشاؤه	
المحور الفرعي: 2	إضافة الحسابات الإعلانية داخل فيسبوك بيزنس	
المحور الفرعي: 3	إضافة الصفحات والمستخدمين وتحديد صلاحياتهم	
المحور الرئيسي: 5	الاستهداف الجماهير المحفوظة Saved Audiences	4
المحور الفرعي: 1	الأنواع المختلفة للإعلانات وأهداف الحملات الاعلانية	
المحور الفرعي: 2	أنواع الجماهير	
المحور الفرعي: 3	المواقع	
المحور الفرعي: 4	العمر والجنس واللغة	
المحور الفرعي: 5	البيانات الديموغرافية	
المحور الفرعي: 6	الاهتمامات والتعامل مع طبقات الاستهداف	
المحور الفرعي: 7	السلوكيات	
المحور الفرعي: 8	تحديد نوع الاتصال	
المحور الرئيسي: 6	أماكن العرض Placements	1
المحور الفرعي: 1	أماكن عرض الإعلانات	
المحور الفرعي: 2	أمان العلامة التجارية	

3	استراتيجيات المزايدة الميزانية والجدول الزمني	المحور الرئيسي: 7
	المزادات واستراتيجيات المزايدة	المحور الفرعي: 1
	خوارزمية الذب والوصول إلى الجمهور المتميز	المحور الفرعي: 2
	مرحلة التعلم والتحسين	المحور الفرعي: 3
	العلاقة بين استراتيجيات المزايدة وأهداف التحسين	المحور الفرعي: 4
	طرق الحساب	المحور الفرعي: 5
	الميزانية والجدول الزمنية	المحور الفرعي: 6
	شراء الاعلانات بطريقة مدى الوصول والتكرار	المحور الفرعي: 7
4	قسم الإعلانات وتطبيقات على إنشاء الأنواع المختلفة للحملات	المحور الرئيسي: 8
	حملة الوعي بالعلامة التجارية وإنشاء الاعلانات من بوستات منشورة	المحور الفرعي: 1
	التحسين على مستوى الحملة الاعلانية	المحور الفرعي: 2
	حملة الوصول وإنشاء بوستات الصور والفيديو من داخل الإعلان	المحور الفرعي: 3
	حملة الزيارات وإنشاء الفيديوهات من القوالب الجاهزة والصور الثابتة	المحور الفرعي: 4
	إنشاء الإعلانات الدوارة	المحور الفرعي: 5
	حملة التفاعل وإنشاء اعلانات التجربة الفورية	المحور الفرعي: 6
	إنشاء قوالب الإعلانات الإبداعية	المحور الفرعي: 7
4	البكسل ومدير الأحداث Pixel and Events Manager	المحور الرئيسي: 9
	إنشاء البكسل	المحور الفرعي: 1
	مدير الأحداث	المحور الفرعي: 2
	إنشاء الأحداث (التحويلات) الخاصة	المحور الفرعي: 3
	إنشاء البكسل باستخدام البلاجنز	المحور الفرعي: 4
3	إعلانات التحويل Conversions Ads	المحور الرئيسي: 10
	إعلانات التحويل	المحور الفرعي: 1
	إنشاء وتعديل الكتالوجات	المحور الفرعي: 2
	إعلانات الكتالوج	المحور الفرعي: 3
	إنشاء عنوان المتجر	المحور الفرعي: 4
	إعلانات زيارات المتجر	المحور الفرعي: 5
	التتبع	المحور الفرعي: 6
3	إعلانات الرسائل وتجميع البيانات Messages/From Lead	المحور الرئيسي: 11
	إعلانات تجميع البيانات	المحور الفرعي: 1
	اعلانات الشات التلقائي	المحور الفرعي: 2
	إعلانات الرسائل	المحور الفرعي: 3
	إعلانات الرسائل الممولة	المحور الفرعي: 4
2	العروض والتجارب والإعلانات التفاعلية Offers/Test Ads/Dynamics Creative Ads	المحور الرئيسي: 12

	المحور الفرعي: 1	إعلانات العروض
	المحور الفرعي: 2	الإعلانات التفاعلية
	المحور الفرعي: 3	إجراء تجارب الإعلانات
2	المحور الرئيسي: 13	ال جماهير المخصصة و الجماهير المشابهة
	المحور الفرعي: 1	ال جماهير المخصصة
	المحور الفرعي: 2	إنشاء الجماهير المشابهة
2	المحور الرئيسي: 14	التقارير وادوات مدير الأعمال Statistical reports and Business Tools
	المحور الفرعي: 1	سياسات الإعلانات وجودة الحساب
	المحور الفرعي: 2	الفترة
	المحور الفرعي: 3	الإحصاءات ودراسة نتائج الإعلانات
	المحور الفرعي: 4	إنشاء القواعد التلقائية
	المحور الفرعي: 5	استخدام أداة Inspect لقراءة الإحصاءات
36	مجموع الساعات التدريبية المعتمدة	

OAB Authority Director



IOA Regional Director



Package Organiser

Oxford for Training And Qualification



ACCREDITED CENTRE