الابتكار الإبداعي في تطوير المفاهيم وصناعة المحتوى

لمن هذا النشاط

- مدراء ورؤساء أقسام الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة.
- مسؤولو وأخصائيو صناعة وتطوير المحتوى.
- موظفو إدارات العلاقات العامة والإعلام والاتصال المؤسسي.
- أخصائيو التسويق الرقمي وإدارة منصات التواصل الاجتماعي.
- مسؤولو الحملات التوعوية والتثقيفية في الجهات الحكومية.
- كتاب المحتوى الإبداعي والإعلاني.
- مصممو ومطورو الهوية المؤسسية والحملات التسويقية.
- مسؤولو بوابات المواقع الإلكترونية والمدونات الرسمية للمنظمات.
- الخبراء والمستشارون الفنيون المعنيون بتبسيط المفاهيم العلمية.
- المنسقون الإداريون المكلفون بنشر الرسائل والتعاميم التوعوية.

الأهداف

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من:

- التفكير المنهجي وتطبيق التفكير الإبداعي والتحليلي لتطوير المحتوى وضمان وضوحه وملاءمته لمختلف الجماهير.
- التخطيط الاستراتيجي وبناء محتوى متكاملة تتوافق مع الأهداف المؤسسية والهوية البصرية.
- تحليل الجمهور ومهارة دراسة وتحديد خصائص واحتياجات الفئات المستهدفة بدقة.
- اكتساب تقنيات توليد الأفكار الإبداعية وتحويل المفاهيم الجافة إلى قصص مشوقة.
- إتقان صياغة الرسائل التوعوية البسيطة، والسيناريوهات، والنصوص الجذابة.
- تطويع وتعديل صيغ المحتوى ليتناسب مع مختلف القنوات.
- تطبيق معايير الحوكمة اللغوية والفنية لضمان دقة وسلامة المحتوى.
- امتلاك أدوات رصد وتحليل تفاعل الجماهير مع المحتوى المنشور وتقييم نجاحه.

تفاصيل النشاط

التاريخ	27 سبتمبر – 1 أكتوبر 2026 (دبي) 15 – 19 نوفمبر 2026 (المنامة – مملكة البحرين)
التوقيت	9:00 صباحا الى 2:00 ظهرا
لغة النشاط	اللغة العربية
التكلفة	$2950 ألفان وتسعمائة وخمسون دولار أمريكي

خصم 20 % في حالة تسجيل 3 مشاركين أو أكثر

المحتويات

الأساسيات وبناء المفاهيم

- فهم المفاهيم الأساسية والمساهمة في تطوير محتوى لأغراض التوعية.
- الفرق بين تطوير المفهوم تطوير المحتوى ودورة حياة الرسالة الإعلامية.
- القواعد الذهبية لتبسيط الأفكار المعقدة وتجريدها لتناسب المتلقي العادي.
- أنواع المحتوى التوعوي والمؤسسي (المرئي، المقروء، والمسموع) وخصائص كل نوع.
- مهارات صياغة الفكرة المحورية للحملة وضمان اتساقها مع رؤية المنظمة.

التفكير الإبداعي وتحليل الجمهور

- تطبيق التفكير الإبداعي والتحليلي لتطوير المحتوى وضمان ملاءمته لمختلف الجماهير.
- أدوات العصف الذهني لتوليد أفكار غير تقليدية وخارج الصندوق.
- مصفوفة تحليل الجمهور المستهدف.
- استراتيجيات هندسة الرسالة الإبداعية بناءً على أهداف الحملة.
- آليات تقييم الأفكار وتحليلياً واستبعاد الأطروحات غير القابلة للتنفيذ.

هندسة المحتوى التوعوي والمبسط

- أدوات الكتابة الرشيقة لرسائل التوعية العامة.
- هيكلة النصوص القصيرة والرسائل الإرشادية لمنصات التواصل السريع.
- توظيف أسلوب "القصة الإنسانية" لرفع نسب التفاعل في حملات التوعية.
- تقنيات تصميم الشعارات اللفظية والرسائل المفتاحية للحملات.
- معايير دمج الإحصائيات والأرقام وتحويلها إلى معلومات بصرية مبسطة.

الكتابة الإعلانية وتطوير نصوص المنصات

- قواعد الكتابة للتسويق والاتصال المؤسسي الفعّال.
- صياغة العناوين الجاذبة والمحفزة على القراءة والاتصال.
- تطويع المفهوم الواحد ليتناسب مع قنوات متعددة.
- مهارات كتابة السيناريو للفيديوهات التوعوية.
- إدارة النبرة الصوتية والشخصية للعلامة التجارية عبر المحتوى.

مراجعة الجودة والحوكمة والملاءمة

- معايير التدقيق اللغوي، والتحقق من الحقائق المحتوى قبل النشر.
- مواءمة المحتوى مع القيم، والسياسات التنظيمية، والمحددات القانونية.
- مهارات التنسيق بين مطور المحتوى وفريق التصميم والإنتاج لضمان خروج الفكرة بوضوح.
- آليات اختبار المحتوى على عينات تجريبية قبل الإطلاق الرسمي.
- التعامل مع الأزمات الإعلامية وتعديل المحتوى استجابة لردود الفعل.