



دورة: مهارات إعداد وخطيط الحملات الإعلامية المؤثرة والإعلانات الفعالة

الكلود	المدينة	الفندق	بداية التدريب	نهاية التدريب	عدد الساعات	السعر
811	باريس (فرنسا)	قاعة فندقية	2026-08-10	2026-08-14	25	EUR 5450

المحتويات العلمية للدورة التدريبية

مقدمة الدورة

الأسس العامة للبيع والتسويق والترويج.

أهمية الحملات الاعلانية البيع والتسويق والترويج

الإعلان وسيلة لتحقيق الانتشار في السوق.

القواعد الحاكمة لقياس فاعلية خطيط الحملات الإعلانية المؤثرة

اعتبارات تحديد الأهداف الواقعية للحملات الإعلانية

البدء في الحملات الاعلانية

مراحل إعداد الحملات الاعلانية والترويجية

نقاط أساسية قبل البدء في التخطيط

المواصفات الواجب توافرها في القائمين على تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلانية

كيفية التحديد الفعال لجماهير الحملات الإعلانية



العلاقات المتبادلة بين المعلنين وجمahir الحملات الإعلانية

حدود علاقات التأثير بين رسائل ووسائل الحملات الإعلانية : - العوامل المؤثرة في اختيار وسائل الإعلان الفعالة

الشروط الواجب توافرها في رسائل الحملات الإعلانية الفعالة

كيفية تحديد التأثيرات المطلوبة

الأهداف السيكولوجية للحملات الإعلانية وكيفية تحقيقها :

- جانب الانتباه والعوامل المؤثرة في نجاحه
- إثارة اهتمام جمهور الإعلان المستهدف
- استثاره الرغبة في الاستجابة الإعلانية
 - الاقتناع بمحظى الإعلان
 - الاستجابة السلوكية للإعلان
 - تدعيم الأفكار الإعلانية
 - تطبيقات عملية

الحملات الإعلانية وخطوات تخطيطها.

- اعداد ودراسة فكرة ومادة الحملة الإعلانية
- تكوين فريق العمل
- معرفة نقاط القوة والضعف في المشروع المراد تنفيذ الحملة الإعلانية له
- دراسة سوق العمل والمشاريع المنافسة
- اعداد وتجهيز خطة التنفيذ الخاصة بالحملة الإعلانية
- اعداد ميزانية الحملة الإعلامية



أسس تصميم وإخراج إعلانات الحملات الإعلانية :

- تأثير مراحل الحملات الإعلانية على أفكار التصميم
- عناصر التصميم الفعال في الحملات الإعلانية
- الأسس الفنية في تصميم وإخراج إعلانات الحملات في مراحلها المختلفة

مراحل تنفيذ الحملات الإعلامية والدعائية

- تقسيم المهام
- تحديد شركاء العمل
- تحديد الوسائل الإعلانية المراد العمل معها
 - المنفذون
 - الإعلانات المطبوعة
 - الإعلانات المرئية
 - الإذاعات
- الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الويب والترويج عبر البريد الإلكتروني
- التعامل الفعال مع الرأي العام خلال الحملات الإعلانية :
- اعتبارات هامة في تحديد خطورة تقلبات الرأي العام خلال الحملات الإعلانية
- العوامل المؤثرة في الرأي العام الخاص بالحملات الإعلانية
- كيفية تكوين الرأي العام المؤيد في الحملات الإعلانية
- كيفية تفكيك الرأي العام المعارض للحملات الإعلانية
- اختيار الأماكن المراد ترويج الحملات الإعلانية فيها
- التمهيد للحملات الإعلامية
 - تنفيذ مؤتمر صحافي لانطلاق المشروع.
 - اعداد مواد و لقاءات تعريفية عن المشروع.
- التقىد بالمخطط الزمني للحملة الإعلامية



- تقييم كل مرحلة من مراحل تنفيذ الحملة الإعلامية
- تقييم أداء شركاء العمل والوسائل الإعلانية والمقارنة بينها في الأداء
- مهارات التقويم المتتابع لعرض قضايا الحملات الإعلانية
- صياغة التقارير الجزئية والنهائية للحملات الإعلانية

حالات وورش عملية وتطبيقية

تقييم وختام الدورة التدريبية



الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير تعتمد على أحد الأساليب العلمية والمهنية في مجالات التدريب وتنمية الموارد البشرية، بهدف رفع كفاءة الأفراد والمؤسسات. يتم تنفيذ البرامج التدريبية وفق منهجية متكاملة تشمل:

- المحاضرات النظرية المدعومة بعروض تقديمية (PowerPoint) ومقاطع مرئية (فيديوهات وأفلام قصيرة).
- التقييم العلمي للمتدربين قبل وبعد البرنامج لقياس مدى التطور والتحصيل العلمي.
- جلسات العصف الذهني وتطبيقات عملية للأدوار من خلال تمثيل المواقف العملية.
- دراسة حالات عملية مصممة خصيصاً لتلائم المادة العلمية وطبيعة عمل المشاركين.
- اختبارات تقييمية تُجرى في نهاية الدورة لتحديد مدى تحقيق الأهداف التدريبية.

يحصل كل مشارك على المادة العلمية والعملية للبرنامج مطبوعة ومحفوظة على CD أو فلاش ميموري، مع تقديم تقارير مفصلة تشمل الحضور والنتائج النهائية مع التقييم العام للبرنامج.

يتم إعداد المادة العلمية للبرامج التدريبية بطريقة احترافية على يد نخبة من الخبراء والمتخصصين في مختلف المجالات والتخصصات. في ختام البرنامج، يحصل المشاركون على شهادة حضور مهنية موقعة ومعتمدة من الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير.

أوقات البرنامج:

- من الساعة 9:00 صباحاً حتى 2:00 ظهراً في المدن العربية.
- من الساعة 10:00 صباحاً حتى 3:00 ظهراً في المدن الأوروبية والآسيوية.

البرامج التدريبية تتضمن :

- بوفيه يومي يقدم أثناء المحاضرات لضمان راحة المشاركين.