



دورة: مهارات إعداد وتخطيط الحملات الإعلامية المؤثرة والإعلانات الفعالة

الكود	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 تخطيط الحملات الاعلانية المؤثرة

اعتبارات تحديد الأهداف الواقعية للحملات الاعلانية

البدء في الحملات الاعلانية

مراحل اعداد الحملات الاعلانية والترويجية

نقاط أساسية قبل البدء في التخطيط

المواصفات الواجب توافرها في القائمين على تخطيط وتنفيذ الحملات الاعلانية

كيفية التحديد الفعال لجماهير الحملات الاعلانية



العلاقات المتبادلة بين المعلمين وجماهير 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
- استثارة الرغبة في الاستجابة الإعلانية
 - الاقتناع بمحتوى الإعلان
 - الاستجابة السلوكية للإعلان
 - تدعيم الأفكار الإعلانية
 - تطبيقات عملية

الحملات الإعلانية وخطوات تخطيطها.

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

- تقسيم المهام
- تحديد شركاء العمل
- تحديد الوسائل الاعلانية المراد العمل معها
 - المنفذون
 - الإعلانات المطبوعة
 - الإعلانات المرئية
 - الإذاعات
 - الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الويب والترويج عبر البريد الالكتروني
- 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 الاعلانية فيها
- التمهيد للحملات الإعلامية
 - تنفيذ مؤتمر صحفي لانطلاقة المشروع.
 - اعداد مواد و لقاءات تعريفية عن المشروع.
 - التقيد بالمخطط الزمني للحملة الإعلامية



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

حالات وورش عملية وتطبيقية

تقييم وختام الدورة التدريبية



الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير تعتمد على أحدث 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.