

شهادة الخبرة الجامعية إدارة وتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي المُحَسَّنة بواسطة الذكاء الاصطناعي



الجامعة
التكنولوجية
tech

شهادة الخبرة الجامعية إدارة وتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي المُحَسَّنة بواسطة الذكاء الاصطناعي

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعياً

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techtute.com/ae/artificial-intelligence/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-management-execution-optimized-digital-marketing-strategies-artificial-intelligence

الفهرس

02

الأهداف

صفحة 8

01

المقدمة

صفحة 4

05

المنهجية

صفحة 22

04

الهيكل والمحتوى

صفحة 16

03

هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

صفحة 12

06

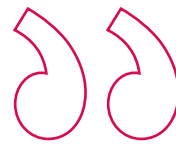
المؤهل العلمي

صفحة 30

المقدمة

تلعب أدوات الذكاء الاصطناعي (AI) لتحسين محركات البحث دورًا مهمًا في التسويق الرقمي. تُستخدم هذه الأنظمة بهدف تحسين الظهور في محركات البحث وتحسين استراتيجيات الإعلان عبر الإنترنت. للقيام بذلك، تقوم هذه الموارد بتحليل مجموعات البيانات لتحديد الكلمات الرئيسية ذات الصلة، بحيث يقوم الخبراء باختيار المصطلحات الأساسية لاستراتيجيات المحتوى الخاصة بهم. بالإضافة إلى ذلك، فإنها تعمل على تتبع تكتيكات الشركات المنافسة، وتحديد الفرص والتهديدات في السوق. في هذا السياق، تطلق TECH تدريبًا ثوريًا سيوفر للمحترفين أفضل استراتيجيات الذكاء الاصطناعي لتحسين تواصلهم مع العملاء. كل ذلك بتنسيق 100% عبر الإنترنت، لمزيد من الراحة للطلاب.

تعمق في الاتجاهات المستقبلية في مجال
إنشاء المحتوى باستخدام التعلم الآلي من خلال
هذه الشهادة الجامعية 100% عبر الإنترنت"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية الجامعية في إدارة وتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي المُحَسَّنة بواسطة الذكاء الاصطناعي على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا وحداثة في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير حالات عملية يقدمها خبراء الذكاء الاصطناعي في التسويق والاتصال
- ♦ يجمع المحتوى الرسومي والتخطيطي والعملية البارز الذي تم تصميمه به معلومات كاملة وعملية عن تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية.
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها على المنهجيات المبتكرة
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية.
- ♦ توفر المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت

يساعد استخدام التعلم الآلي في التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing) المحترفين على تصميم حملات إعلانية أكثر فعالية وتخصيصًا. هذا يؤدي إلى ارتفاع معدلات التحويل، مما يعني ضمنا قدرا أكبر من الاحتفاظ بها من قبل المستهلكين. بالإضافة إلى ذلك، تعمل هذه التقنية الذكية على التنبؤ بسلوك العملاء المستقبلي، مثل احتمالية إلغاء البضائع أو الخدمات. بهذه الطريقة، يمكن للخبراء اتخاذ تدابير استباقية لتجنب الخسائر أو غيرها من المشاكل الناتجة.

إدراكًا منها لأهميتها، تقوم TECH بتطوير برنامج مبتكر يهدف إلى تخصيص الحملات وأتمتتها. ستتعلم خطة الدراسة في موارد متعددة لتحسين عمليات الاتصال مع المستخدمين، بما في ذلك المساعدون الافتراضيون. بالمثل، ستتناول الأجنحة الاعتبارية لضمان الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى مثل مقاطع الفيديو أو النصوص. سيقدم التدريب أيضًا تحليلًا شاملاً لحالات النجاح في إنتاج المعلومات من خلال الحوسبة المعرفية. حتى المواد التعليمية سوف تتعمق في الاتجاهات المستقبلية في هذا المجال حتى يتمكن الخريجون من تطوير مقترحات مبتكرة يمكن من خلالها رفع آفاقهم المهنية.

لدمج كل هذا المحتوى، تتبع TECH منهجية حديثة 100% عبر الإنترنت، والتي تسمح للمحترفين بإكمال تحديث معارفهم دون الحاجة إلى القيام برحلات يومية غير مريحة إلى مراكز الدراسة. من ناحية أخرى، سيكون لدى الطلاب تحت تصرفهم مواد تعليمية ممتازة موجودة في مجموعة متنوعة من التنسيقات النصية والوسائط المتعددة (تسليط الضوء على القراءات أو مقاطع الفيديو التوضيحية أو الرسوم البيانية أو التمارين التقييمية). بفضل هذا، سوف يستمتعون بالتعلم الممتع والفردية تمامًا. بهذه الطريقة، سيتمكن المتخصصون من الاستفادة من مجموعة واسعة من الفرص التي يوفرها قطاع التكنولوجيا المتطور باستمرار.



سوف تتميز بتحسين الأسعار والعروض الترويجية باستخدام أحدث الأنظمة التكنولوجية"

ستقوم بإنشاء نصوص متقدمة من خلال الذكاء الاصطناعي، لنشرها لاحقًا على المدونات وعلى شبكات التواصل الاجتماعي.

سيتم توجيهك من خلال نظام التعلم القائم على إعادة التأكيد على ما تم تعلمه، مع منهج تدريس طبيعي وتقدمي على طول المنهج الدراسي بأكمله.

ستأخذ في الاعتبار مشاعر العملاء أثناء إجراءاتك بفضل تحليل ملاحظاتهم على منصات مثل Facebook أو X.

البرنامج يضم في أعضاء هيئة تدريسه محترفين في مجال الطاقات المتجددة يصون في هذا التدريب خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة.

وسيتيح محتوى البرنامج المتعدد الوسائط، والذي صيغ بأحدث التقنيات التعليمية، للمهني التعلم السياقي والموقعي، أي في بيئة محاكاة توفر تدريبًا غامرًا مبرمجًا للتدريب في حالات حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على حل المشكلات، والذي المهني في يجب أن تحاول من خلاله حل المواقف المختلفة للممارسة المهنية التي تنشأ من خلاله. للقيام بذلك، سيحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي مبتكر من قبل خبراء مشهورين.

الأهداف

ستحول هذه الشهادة الجامعية الخريجين إلى خبراء حقيقيين في استراتيجيات التسويق الرقمي باستخدام الذكاء الاصطناعي. سيستخدم الطلاب بشكل فعال أحدث أدوات التعلم الآلي، والتي ستسمح لهم بتخصيص تجارب المستخدم على مواقع الويب وعلى الشبكات الاجتماعية الرئيسية. بهذه الطريقة، سيقومون بإجراء التحليل التنبؤي واستخدام البيانات الضخمة (Big Data) للتنبؤ بالاتجاهات في قطاع الاتصالات. بالمثل، سيقوم الخبراء بتنفيذ عمليات التشغيل الآلي لتحليل تفضيلات العملاء وبالتالي تقسيم الجمهور بدقة.





هل ترغب في تجربة قفزة فورية في الجودة في حياتك المهنية؟ حقق ذلك مع TECH خلال 450 ساعة فقط"



الأهداف العامة



- ♦ فهم أساسيات كيفية قيام الذكاء الاصطناعي بتحويل استراتيجيات التسويق الرقمي
- ♦ تطوير ودمج وإدارة روبوتات الدردشة (chatbots) والمساعدين الافتراضيين لتحسين التفاعل مع العملاء
- ♦ التعمق في أتمتة عملية شراء الإعلانات عبر الإنترنت وتحسينها من خلال الإعلانات الآلية باستخدام الذكاء الاصطناعي
- ♦ تفسير كميات كبيرة من البيانات لاتخاذ القرارات الاستراتيجية في التسويق الرقمي
- ♦ تطبيق الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing) لتخصيص الحملات وأتمتتها
- ♦ استكشاف الاتجاهات الناشئة في الذكاء الاصطناعي للتسويق الرقمي وفهم تأثيرها المحتمل على الصناعة

صِلْ إلى برنامج جامعي مرّن، بدون جداول زمنية
ثابتة وبمحتوى متاح على مدار 24 ساعة في اليوم"



الأهداف المحددة



الوحدة 1. الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات التسويق الرقمي

- ♦ تنفيذ عمليات تحويل التسويق الرقمي باستخدام الذكاء الاصطناعي
- ♦ التحكم في أدوات التعلم الآلي الأكثر تقدمًا للتواصل مع العملاء
- ♦ تخصيص تجارب المستخدم على مواقع الويب والشبكات الاجتماعية
- ♦ تطوير روبوتات الدردشة (chatbots) والمساعدين الافتراضيين في التسويق الرقمي

الوحدة 2. توليد المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي

- ♦ إتقان أنظمة الذكاء الاصطناعي لتحسين محركات البحث (SEO) والتسويق عبر محركات البحث (SEM)
- ♦ إجراء التحليل التنبؤي واستخدام البيانات الضخمة (Big Data) في التسويق الرقمي
- ♦ استخدام التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing) للتخصيص والأتمتة في الحملات
- ♦ تحليل الاتجاهات المستقبلية في الذكاء الاصطناعي للتسويق الرقمي

الوحدة 3. أتمتة وتحسين عمليات التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي

- ♦ تطوير عمليات أتمتة التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي
- ♦ دمج البيانات والمنصات في استراتيجيات التسويق الآلي
- ♦ تحسين الحملات الإعلانية من خلال التعلم الآلي
- ♦ تحليل المشاعر باستخدام الذكاء الاصطناعي في الشبكات الاجتماعية، مع الاستفادة من ردود أفعال (feedback) العملاء



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

بفضل التزام TECH بتحقيق أقصى قدر من المستوى التعليمي لجميع شهاداتها الجامعية، فإن شهادة الخبرة الجامعية هذه لديه هيئة تدريس مكونة من متخصصين في الذكاء الاصطناعي في التسويق والاتصالات. يتمتع هؤلاء المتخصصون بخلفية مهنية واسعة النطاق، مما سمح لهم بأن يكونوا جزءًا من الشركات العالمية المرموقة. بهذه الطريقة، يتمتع هؤلاء الخبراء بمعرفة عميقة بالموضوع، بينما يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي الأكثر تقدمًا لتصميم منتجات مبتكرة للغاية. بالتالي، يتمتع الطلاب بالضمانات التي يطلبونها للاستمتاع بالمحتوى التعليمي الصحيح تمامًا.

ستقوم مجموعة تعليمية ذات خبرة بإرشادك طوال عملية التعلم والإجابة على أي أسئلة قد تكون لديكم."



د. Peralta Martín-Palomino, Arturo

- ♦ الرئيس التنفيذي ومدير التكنولوجيا في Prometeus Global Solutions
- ♦ مدير التكنولوجيا في Prometeus Global Solutions
- ♦ مدير التكنولوجيا في AI Shepherds GmbH
- ♦ مستشار ومرشد الأعمال الاستراتيجية في Alliance Medical
- ♦ مدير التصميم والتطوير في DocPath
- ♦ دكتور في هندسة الحاسوب من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ دكتور في الاقتصاد والأعمال والتمويل من جامعة Camilo José Cela
- ♦ دكتور في علم النفس من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ الماجستير التنفيذي MBA من جامعة Isabel
- ♦ ماجستير في الإدارة التجارية والتسويق من جامعة Isabel
- ♦ ماجستير في Big Data من تدريب Hadoop
- ♦ ماجستير في تقنيات الكمبيوتر المتقدمة من جامعة Castilla-La Mancha
- ♦ عضو في مجموعة الأبحاث SMILE



أ. Sánchez Mansilla, Rodrigo

- ♦ أخصائية التسويق الرقمي
- ♦ مستشار رقمي في AI Shepherds GmbH
- ♦ مدير الحساب الرقمي في Kill Draper
- ♦ رئيس القسم الرقمي في Kuarere
- ♦ مدير التسويق الرقمي في Brinergy Techg Deltoid Energy و Arconi Solutions
- ♦ المؤسس ومدير المبيعات والتسويق الوطني
- ♦ ماجستير في التسويق الرقمي (MDM) من كلية The Power Business School
- ♦ بكالوريوس إدارة أعمال من جامعة Buenos Aires



الأساتذة

أ. Parreño Rodríguez, Adelaida

- ♦ مطورة تقنية ومهندسة مجتمعات الطاقة في جامعة Murcia
- ♦ مديرة البحث والابتكار في المشاريع الأوروبية في جامعة Murcia
- ♦ المطورة التقني ومهندسة الطاقة/الكهرباء والباحثة في مشروع PHOENIX Project y FLEXUM (ONENET)
- ♦ منسقة المحتوى في Global UC3M Challenge
- ♦ جائزة Ginés Huertas Martínez (2023)
- ♦ ماجستير في الطاقات المتجددة من جامعة بوليتكنيك في قرطاجنة
- ♦ إجازة في الهندسة الكهربائية (ثنائية اللغة) من جامعة Carlos III في مدريد

أ. González Risco, Verónica

- ♦ أخصائي التسويق الرقمي
- ♦ مستشارة مستقلة للتسويق الرقمي
- ♦ تسويق المنتجات/تطوير الأعمال الدولية في UNIR - الجامعة على الإنترنت
- ♦ أخصائية التسويق الرقمي في Code Kreativo Comunicación SL
- ♦ ماجستير في التسويق عبر الإنترنت وإدارة الإعلانات من Indissoft-Upgrade
- ♦ محاضرة جامعية في العلوم التجارية من جامعة Almería

الهيكل والمحتوى

مع شهادة الخبرة الجامعية هذه، سيكتسب الطلاب نهجًا شاملاً لاستراتيجيات الذكاء الاصطناعي الأكثر فعالية في التسويق. سيوفر البرنامج أدوات لتحسين العلاقات مع العملاء (من بينها روبوتات الدردشة (Chatbots)، والبيانات الضخمة (Big Data)، والتسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing)). سيقوم الخريجون بتخصيص وأتمتة حملاتهم الإعلانية لتحقيق وصول أكبر. سوف يتعمق جدول الأعمال أيضًا في جيل المحتوى، باستخدام أدوات مثل ChatGPT. في المقابل، ستحلل المواد مشاعر العملاء، مستفيدة من التعليقات (feedbacks) التي يقدمونها عبر شبكات التواصل الاجتماعي. بهذه الطريقة، سيعرف الخبراء سلوكيات عملائهم ويقدمون تجارب رقمية محسنة.

TECH هي جامعة تكنولوجية متطورة، تضع
جميع مواردها في متناول الطلاب لمساعدتهم
على تحقيق النجاح في مجال الأعمال"



الوحدة 1. الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات التسويق الرقمي

- 1.1. تحويل التسويق الرقمي بالذكاء الاصطناعي
 - 1.1.1. مقدمة إلى التحول الرقمي
 - 2.1.1. التأثير على استراتيجية المحتوى
 - 3.1.1. أتمتة عمليات التسويق
 - 4.1.1. تطوير تجربة العملاء
- 2.1. أدوات الذكاء الاصطناعي لتحسين محرك البحث الأمثل (SEO) والتسويق عبر محركات البحث (SEM):
 - 1.2.1. تحسين الكلمة الرئيسية باستخدام الذكاء الاصطناعي
 - 2.2.1. تحليل المنافسة
 - 3.2.1. تنبؤات اتجاهات البحث
 - 4.2.1. استهداف الجمهور الذكي
- 3.1. تطبيق الذكاء الاصطناعي على وسائل التواصل الاجتماعي
 - 1.3.1. تحليل المشاعر
 - 2.3.1. كشف الاتجاهات الاجتماعية
 - 3.3.1. التشغيل الآلي للمنشورات
 - 4.3.1. توليد المحتوى الآلي
- 4.1. أدوات الذكاء الاصطناعي للتواصل مع العملاء
 - 1.4.1. روبوتات الدردشة (Chatbots) المخصصة
 - 2.4.1. أنظمة الاستجابة الآلية عن طريق البريد الإلكتروني
 - 3.4.1. تحسين الاستجابات في الوقت الفعلي
 - 4.4.1. تحليل ملاحظات (Feedback) العملاء
- 5.1. تخصيص أدوات ومواقع تجربة المستخدم باستخدام الذكاء الاصطناعي
 - 1.5.1. التوصيات الشخصية
 - 2.5.1. تكييف واجهة المستخدم
 - 3.5.1. تجزئة الجمهور الديناميكية
 - 4.5.1. اختبارات A/B الذكية

- 6.1. روبوتات الدردشة (Chatbots) والمساعدون الافتراضيون في التسويق الرقمي
 - 1.6.1. تفاعل استباقي
 - 2.6.1. تكامل القنوات المتعددة
 - 3.6.1. الإجابات السياقية
 - 4.6.1. تحليلات المحادثة
- 7.1. الإعلان البرنامجي مع الذكاء الاصطناعي
 - 1.7.1. التجزئة المتقدمة
 - 2.7.1. التحسين في الوقت الحقيقي
 - 3.7.1. المزايدة التلقائية
 - 4.7.1. تحليل النتائج
- 8.1. التحليل التنبؤي والبيانات الضخمة (Big Data) في التسويق الرقمي
 - 1.8.1. التنبؤ باتجاهات السوق
 - 2.8.1. نماذج الإحالة المتقدمة
 - 3.8.1. تقسيم الجمهور التنبؤي
 - 4.8.1. تحليل المشاعر في البيانات الضخمة (Big Data)
- 9.1. الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر البريد الإلكتروني (Email) للتخصيص والأتمتة في الحملات
 - 1.9.1. التجزئة الديناميكية للقوائم
 - 2.9.1. المحتوى الديناميكي في رسائل البريد الإلكتروني
 - 3.9.1. التشغيل الآلي لسير العمل
 - 4.9.1. تحسين السعر المفتوح
- 10.1. الاتجاهات المستقبلية في الذكاء الاصطناعي للتسويق الرقمي
 - 1.10.1. الذكاء الاصطناعي المتقدم للمحادثة
 - 2.10.1. تكامل الواقع المعزز
 - 3.10.1. التركيز على أخلاقيات منظمة العفو الدولية
 - 4.10.1. الذكاء الاصطناعي في إنشاء المحتوى



الوحدة 2. توليد المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي

- 1.2 الهندسة السريعة في ChatGPT
 - 1.1.2 تحسين نوعية المحتوى المتولد
 - 2.1.2 استراتيجيات لتحسين أداء النموذج
 - 3.1.2 تصميم الحوافز (Prompts) الفعالة
- 2.2 أدوات توليد الصور مع الذكاء الاصطناعي
 - 1.2.2 التعرف على الأشياء وتوليدها
 - 2.2.2 تطبيق الأنماط والفلاتر المخصصة على الصور
 - 3.2.2 طرق تحسين الجودة البصرية للصور
- 3.2 إنشاء فيديو بالذكاء الاصطناعي
 - 1.3.2 أدوات لأتمتة تحرير الفيديو
 - 2.3.2 توليف الصوت والديبلجة التلقائية
 - 3.3.2 تقنيات تتبع الأجسام وتحريكها
- 4.2 جيل رسائل الذكاء الاصطناعي للتدوين ووسائل التواصل الاجتماعي
 - 1.4.2 استراتيجيات لتحسين تحديد موقع التحليل البيئية في المحتوى المتولد
 - 2.4.2 استخدام الذكاء الاصطناعي للتنبؤ باتجاهات المحتوى وتوليدها
 - 3.4.2 إنشاء عناوين جذابة
- 5.2 تخصيص المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي لجمهوريات مختلفة
 - 1.5.2 تحديد وتحليل نبذات الجمهور
 - 2.5.2 التكيف الديناميكي للمحتوى وفقاً لملامح المستخدم
 - 3.5.2 الاستهداف التنبؤي للجمهوريات
- 6.2 الاعتبارات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي المسؤول في توليد المحتوى
 - 1.6.2 الشفافية في توليد المحتوى
 - 2.6.2 منع التمييز والتمييز في توليد المحتوى
 - 3.6.2 المراقبة والإشراف البشريان في العمليات التوليدية
- 7.2 تحليل قصص النجاح في توليد محتوى الذكاء الاصطناعي
 - 1.7.2 تحديد الاستراتيجيات الرئيسية في حالات النجاح
 - 2.7.2 التكيف مع مختلف القطاعات
 - 3.7.2 أهمية التعاون بين المتخصصين في الذكاء الاصطناعي والمتخصصين في الصناعة
- 8.2 دمج المحتوى الناتج عن الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات التسويق الرقمي
 - 1.8.2 الاستخدام الأمثل للحملات الإعلانية مع توليد المحتوى
 - 2.8.2 تكيف تجربة المستخدم
 - 3.8.2 أتمتة عمليات التسويق

- 9.2 الاتجاهات المستقبلية في إنشاء المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي
 - 1.9.2 تكامل متقدم وسلس للنص والصورة والصوت
 - 2.9.2 توليد محتوى مخصص للغاية
 - 3.9.2 تحسين تطور الذكاء الاصطناعي في اكتشاف المشاعر
- 10.2 تقييم وقياس تأثير المحتوى الناتج عن الذكاء الاصطناعي
 - 1.10.2 المقاييس المناسبة لتقييم أداء المحتوى الناتج
 - 2.10.2 قياس مشاركة الجمهور
 - 3.10.2 التحسين المستمر للمحتوى من خلال التحليل

الوحدة 3. أتمتة وتحسين عمليات التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي

- 1.3 أتمتة التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي
 - 1.1.3 تجزئة الجماهير بناءً على الذكاء الاصطناعي
 - 2.1.3 أتمتة سير العمل (Workflows) أو سير العمل
 - 3.1.3 الاستغلال الأمثل المستمر للحملات عبر الإنترنت
- 2.3 دمج البيانات والمنصات في استراتيجيات التسويق الآلي
 - 1.2.3 تحليل وتوحيد البيانات المتعددة القنوات
 - 2.2.3 الترابط بين منصات التسويق المختلفة
 - 3.2.3 تحديث البيانات في الوقت الفعلي
- 3.3 تحسين الحملات الإعلانية باستخدام الذكاء الاصطناعي
 - 1.3.3 التحليل التنبؤي لأداء الإعلانات
 - 2.3.3 تخصيص الإعلانات تلقائياً وفقاً للجمهور المستهدف
 - 3.3.3 التسوية التلقائية للميزانية على أساس النتائج
- 4.3 تخصيص الجمهور باستخدام الذكاء الاصطناعي
 - 1.4.3 تجزئة المحتوى وتخصيصه
 - 2.4.3 توصيات المحتوى الشخصي
 - 3.4.3 التعرف التلقائي على الجماهير أو المجموعات المتجانسة
- 5.3 أتمتة استجابات العملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي
 - 1.5.3 روبوتات الدردشة (Chatbots) والتعلم الآلي
 - 2.5.3 التوليد التلقائي للاستجابات
 - 3.5.3 الحل التلقائي للمشاكل
- 6.3 الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر البريد الإلكتروني للأتمتة والتخصيص
 - 1.6.3 أتمتة تسلسل البريد الإلكتروني
 - 2.6.3 تخصيص المحتوى الديناميكي وفقاً للتفضيلات
 - 3.6.3 تجزئة القائمة البريدية الذكية

- 7.3 تحليل المشاعر باستخدام الذكاء الاصطناعي في الشبكات الاجتماعية وتعليقات العملاء (feedback)
 - 1.7.3 المراقبة التلقائية للمشاعر في التعليقات
 - 2.7.3 الاستجابات الشخصية للعواطف
 - 3.7.3 تحليل السمعة التنبؤية
- 8.3 تحسين الأسعار والعروض الترويجية باستخدام الذكاء الاصطناعي
 - 1.8.3 تعديل الأسعار تلقائيًا بناءً على التحليل التنبؤي
 - 2.8.3 الإنشاء التلقائي للعروض التي تتكيف مع سلوك المستخدم
 - 3.8.3 التسعير في الوقت الحقيقي والتحليل التنافسي
- 9.3 دمج الذكاء الاصطناعي في أدوات التسويق الحالية
 - 1.9.3 تكامل قدرات الذكاء الاصطناعي مع منصات التسويق الحالية
 - 2.9.3 تحسين الوظائف الحالية
 - 3.9.3 التكامل مع أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM).
- 10.3 اتجاهات ومستقبل الأتمتة مع الذكاء الاصطناعي في التسويق
 - 1.10.3 الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة المستخدم
 - 2.10.3 النهج التنبؤي في القرارات التسويقية
 - 3.10.3 الإعلان الحوارية

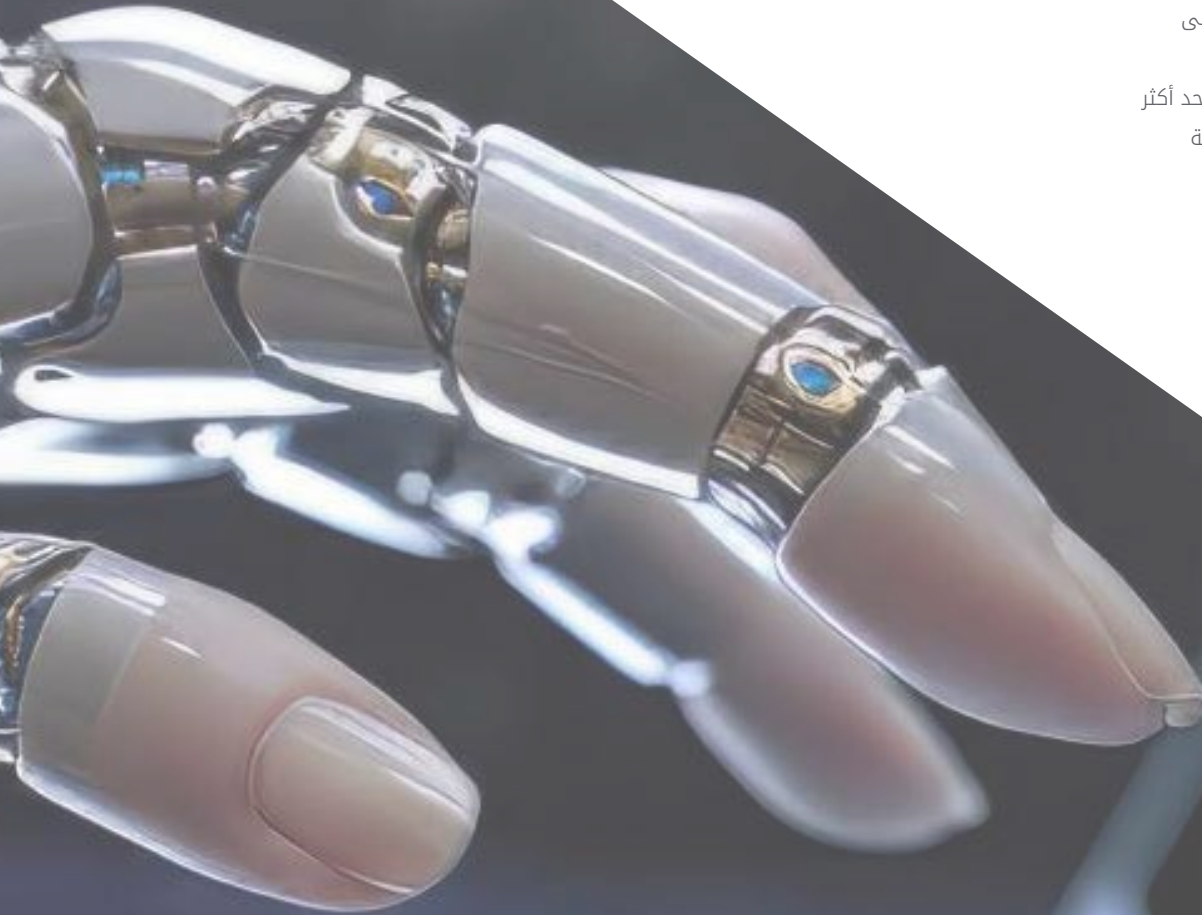


ستسمح لك هذه الشهادة الجامعية بتحقيق تطلعاتك المهنية خلال 6 أشهر فقط. ماذا تنتظر للتسجيل؟



المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم. فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: **el Relearning** أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم. يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر **New England Journal of Medicine** المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية.



اكتشف منهجية Relearning (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"



منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

يقدم برنامجنا منهج ثوري لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز المهارات في سياق متغير وتنافسي ومتطلب للغاية.



مع جامعة TECH يمكنك تجربة طريقة تعلم
تهز أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء
العالم"

سيتم توجيهك من خلال نظام التعلم القائم على إعادة التأكيد على ما تم تعلمه، مع منهج تدريسي طبيعي وتقدمي على طول المنهج الدراسي بأكمله.

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

إن هذا البرنامج المُقدم من خلال TECH هو برنامج تدريس مكثف، تم خلقه من الصفر، والذي يقدم التحديات والقرارات الأكثر تطلبًا في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. تعزز هذه المنهجية النمو الشخصي والمهني، متخذة بذلك خطوة حاسمة نحو تحقيق النجاح. ومنهج دراسة الحالة، وهو أسلوب يرسى الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والمهنية.

بعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات جديدة في
بيئات غير مستقرة ولتحقيق النجاح في حياتك
المهنية"

كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات الحاسبات في العالم منذ نشأتها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة هارفارد.

أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ هذا هو السؤال الذي سنواجهه بها في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال المحاضرة الجامعية، سيواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.



سيتعلم الطالب، من خلال الأنشطة التعاونية والحالات الحقيقية، حل المواقف المعقدة في بيئات العمل الحقيقية.

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الانترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين عناصر مختلفة في كل درس.

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الانترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning.

في عام 2019، حصلنا على أفضل نتائج تعليمية متفوقين بذلك على جميع الجامعات الافتراضية الناطقة باللغة الإسبانية في العالم.

في TECH ستتعلم بمنهجية رائدة مصممة لتدريب مدراء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى Relearning أو إعادة التعلم.

جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

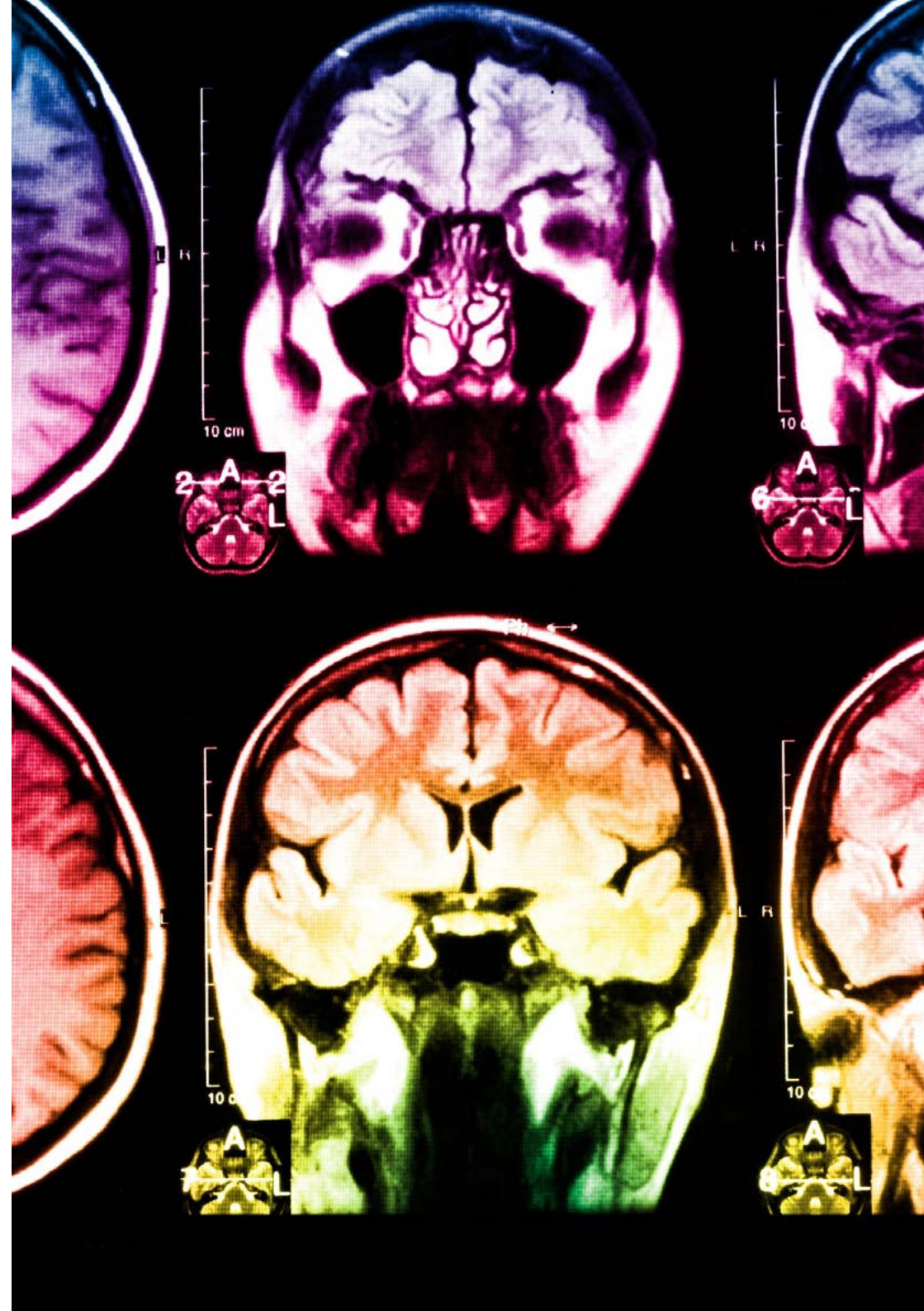


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلّم ثم نطرح ماتعلّمناه جانبًا فننساه ثم نعيد تعلّمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، والقانون الدولي، والمهارات الإدارية، وعلوم الرياضة، والفلسفة، والقانون، والهندسة، والصحافة، والتاريخ، والأسواق والأدوات المالية. كل ذلك في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ Relearning، التعلم بجهد أقل، ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في تدريبك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الحُصين بالمخ، لكي نحفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسياق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:

المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديداً من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محدداً وملموشاً حقاً. ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطلاب.

المحاضرات الرئيسية



هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن مفهوم ما يسمى Learning from an Expert أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

التدريب العملي على المهارات والكفاءات

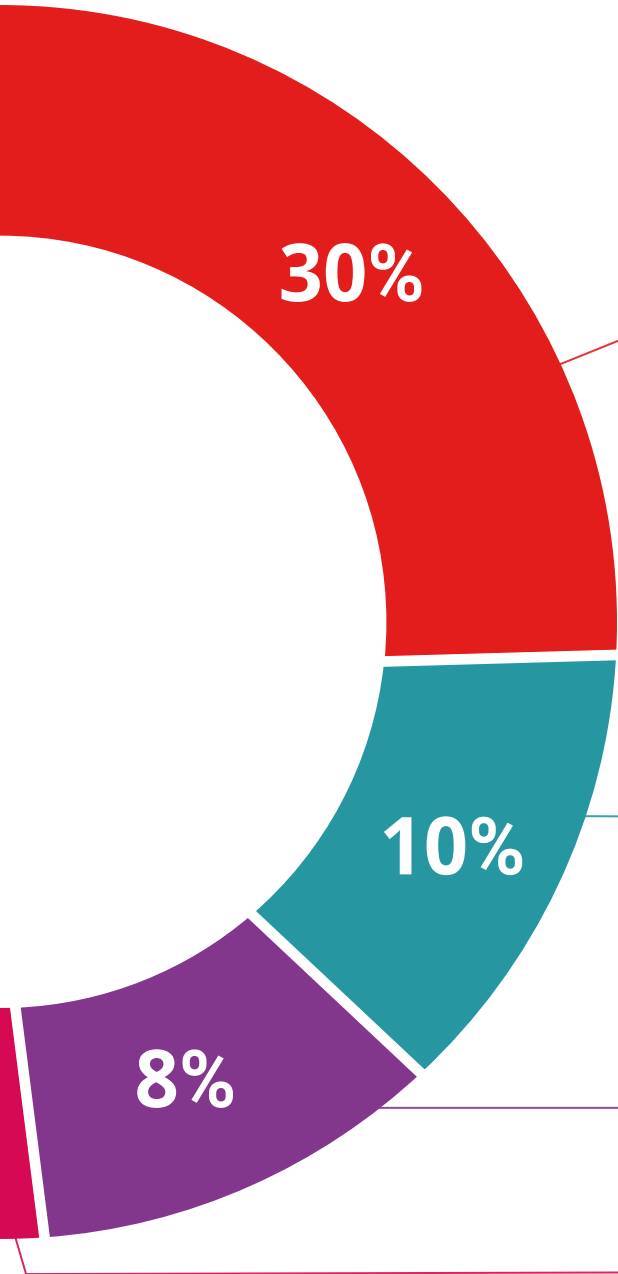


سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية، من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.





دراسات الحالة (Case studies)

سيقومون بإكمال مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة خصيصًا لهذا المؤهل. حالات معروضة ومحللة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



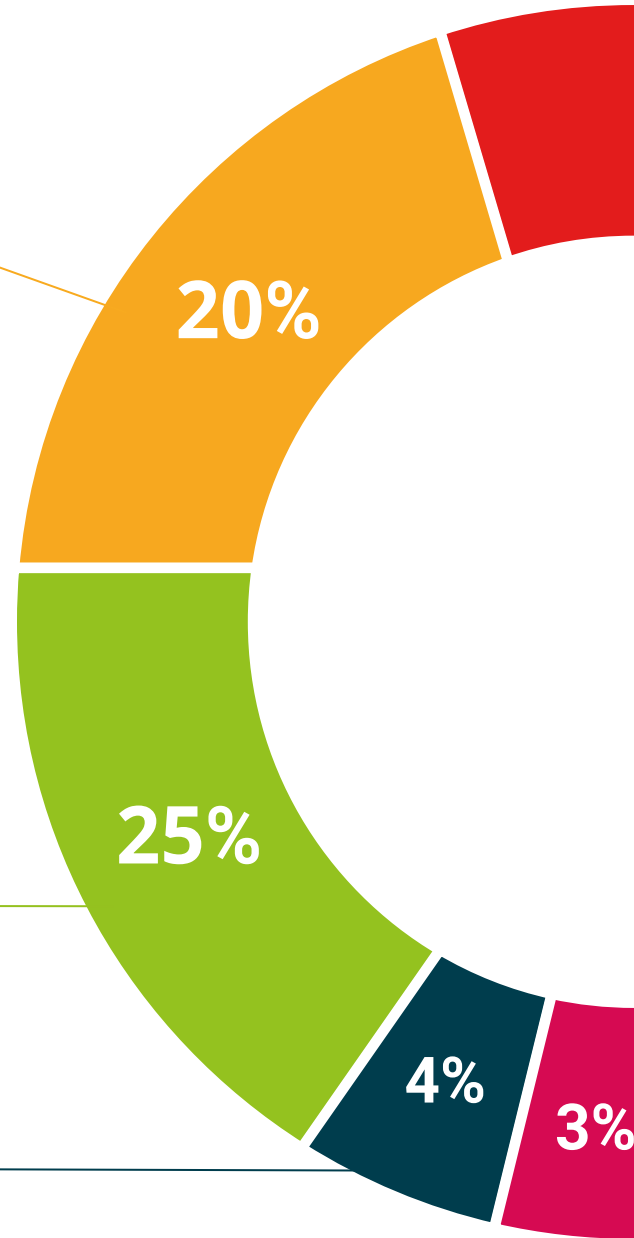
ملخصات تفاعلية

يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة. اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية"



الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم. حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



المؤهل العلمي

تضمن شهادة الخبرة الجامعية في إدارة وتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي المُحَسَّنة بواسطة الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحدائقة، الحصول على مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



اجتاز هذا البرنامج بنجاح وأحصل على مؤهل علمي
دون الحاجة إلى السفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة"



تحتوي شهادة الخبرة الجامعية الجامعية في إدارة وتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي المُكثَّنة بواسطة الذكاء الاصطناعي على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالا وحداثة في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل شهادة الخبرة الجامعية الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

إن المؤهل الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج شهادة الخبرة الجامعية وسوف يفي بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: شهادة الخبرة الجامعية في إدارة وتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي المُكثَّنة بواسطة الذكاء الاصطناعي

عدد الساعات الدراسية المعتمدة: 450 ساعة



tech الجامعة
التكنولوجية

شهادة الخبرة الجامعية
إدارة وتنفيذ استراتيجيات
التسويق الرقمي المُحَسَّنة
بواسطة الذكاء الاصطناعي

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 6 أشهر

« المؤهل الجامعي من: TECH الجامعة التكنولوجية

« عدد الساعات المخصصة للدراسة: 16 ساعات أسبوعيًا

« مواعيد الدراسة: وفقًا لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

شهادة الخبرة الجامعية
إدارة وتنفيذ استراتيجيات
التسويق الرقمي المُحَسَّنة
بواسطة الذكاء الاصطناعي