

إنتاج المحتوى للتسويق الرقمي

د. محمد رفعت

MKT212
أهداف المقرر ومحتوياته

المحاضرة التوجيهية



نبذة تعريفية عن المحاضر

د. محمد رفعت

الأستاذ المساعد بجامعة ميد أوشن
كلية الإعلام والتسويق - برنامج بكالوريوس التسويق الرقمي

محتويات المحاضرة التوجيهية



- الوصف المختصر للمقرر.
- أهداف المقرر.
- محتويات المقرر.
- مراجع المقرر.
- عصف ذهني.

وصف المقرر (MKT212) إنتاج المحتوى للتسويق الرقمي

- يتناول المقرر عدة موضوعات مرتبطة بإنتاج محتوى فعال وجذاب يُستخدم للتسويق الرقمي والترويج للعلامات التجارية المختلفة. ويركز المقرر على ماهية تسويق المحتوى الرقمي وأهدافه واستراتيجية عمله، مع تحليل شرائح الجمهور المستهدف وفهم احتياجاته. ويشمل المقرر التخطيط لإدارة المحتوى التسويقي الرقمي، وجدولة التدشين، ويتضمن المقرر أيضا عملية إنتاج المحتوى التسويقي الرقمي بمختلف أنواعه سواء: المكتوب أو المرئي أو الصوتي أو الإلكتروني، ويوظف المقرر عدة تقنيات لإنتاج المحتوى التسويقي الرقمي بعضها تطبيقات برمجية، والآذر أدوات ذكاء اصطناعي توليدي لإنتاج المحتوى، كما يتطرق المقرر الى مفاهيم SEO (تحسين محركات البحث) وكيفية تهيئة المحتوى لزيادة جودته ونسب ظهوره في نتائج محركات البحث.

أهداف المقرر

التعرف على ماهية تسويق المحتوى الرقمي وأهدافه واستراتيجية عمله.

تحليل شرائح الجمهور المستهدف وتحديد معالم شخصية المستهدفين Buyer persona

تخطيط وجدولة المحتوى التسويقي الرقمي.

إنتاج المحتوى التسويقي المكتوب لمواقع التواصل الاجتماعي والمدونات التسويقية.

إنتاج المحتوى التسويقي المرئي لمواقع التواصل الاجتماعي.

إنتاج المحتوى التسويقي الصوتي للبودكاست التسويقي

تصميم المدونات التسويقية والمواقع الإلكترونية للمنتجات.

تطبيق أساليب تحسين محركات البحث SEO للمحتوى التسويقي الرقمي.

محتويات المقرر

أولاً: تسويق المحتوى الرقمي:



- ماهية التسويق بالمحتوى الرقمي وأهدافه وعناصره.
- مزايا تسويق المحتوى الرقمي.
- أنواع المحتوى التسويقي الرقمي (الموضوعي - المستدام - سريع الزوال) (Topical - Evergreen - Ephemeral)
- قوالب المحتوى التسويقي الرقمي.
- وسائل تسويق المحتوى الرقمي.
- بناء استراتيجية تسويق المحتوى الرقمي.
- الفرق بين إنتاج المحتوى التسويقي الرقمي وتنظيم المحتوى التسويقي الرقمي Content Creation & Content Curation

محتويات المقرر

تابع أولاً: تسويق المحتوى الرقمي:

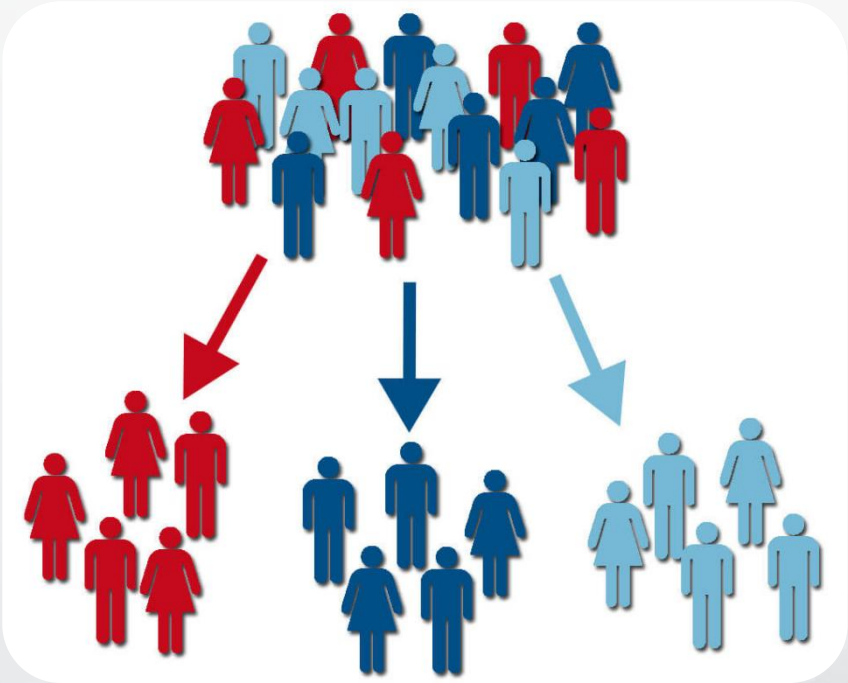
- إنتاج المحتوى الرقمي لقصة العلامة التجارية Brand storytelling
- إنتاج المحتوى الرقمي لشخصية العلامة التجارية Brand Personality
- أدوات استكشاف المحتوى التسويقي الرقمي المناسب للجمهور (Moz pro g Spark toro)
- إعادة استخدام المحتوى التسويقي الرقمي Content Repurposing
- نشر وتوزيع المحتوى التسويقي الرقمي Publishing and distributing content



محتويات المقرر

ثانيا: تجزئة الجمهور المستهدف في التسويق الرقمي:

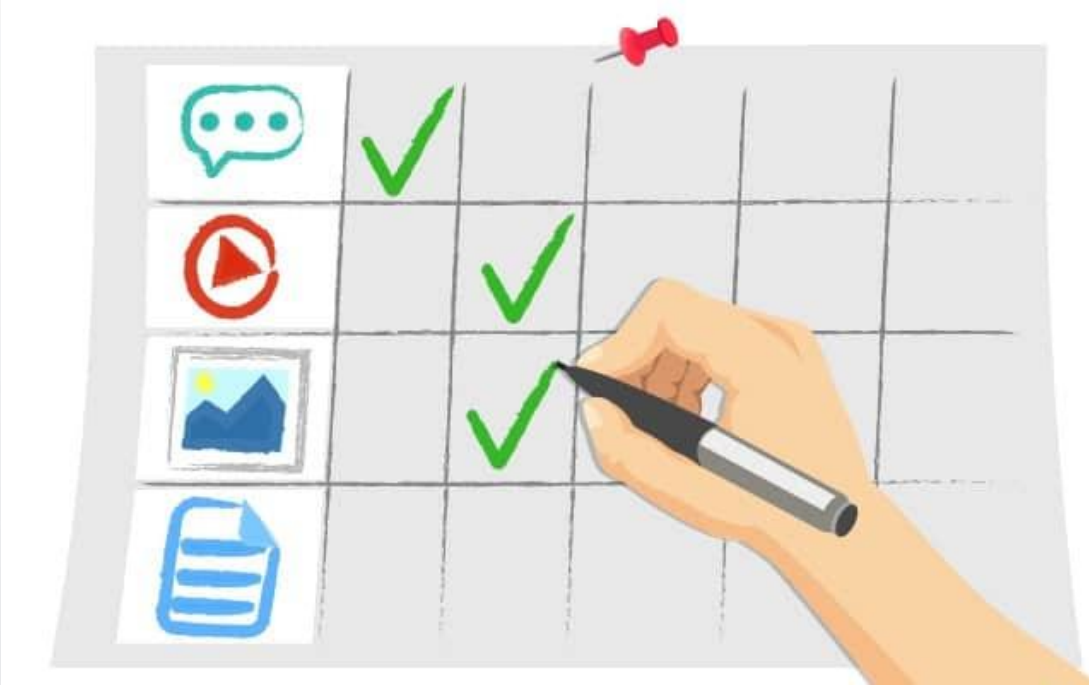
- أسس تجزئة الجمهور في البيئة الرقمية.
- شخصية المستهدف Buyer Persona في البيئة الرقمية.
- تخصيص المحتوى التسويقي الرقمي للجمهور Content personalization



محتويات المقرر

ثالثا: التخطيط وجدولة المحتوى التسويقي الرقمي:

- خطة إدارة المحتوى التسويقي الرقمي.
- جدولة تدشين المحتوى التسويقي الرقمي.



محتويات المقرر

رابعاً: إنتاج المحتوى المكتوب للتسويق الرقمي:

- أساليب الكتابة التسويقية الرقمية للجمهور.
- كتابة المقالات والتدوينات التسويقية.
- كتابة الهاشتاجات (الوسوم) الترويجية.
- كتابة النصوص الإعلانية للمنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي.



محتويات المقرر



خامسا: إنتاج المحتوى المرئي للتسويق الرقمي:

- إنتاج الصورة في المحتوى التسويقي الرقمي
- إنتاج الانفوجرافيك التسويقي بـ Canva
- إنتاج الفيديوهات التسويقية (Reel/Story /TikTok/Video bite).
- إنتاج شعارات المنتجات بأداة Logo AI

محتويات المقرر



سادسا: إنتاج المحتوى الصوتي للتسويق الرقمي
(البودكاست التسويقي للعلامات التجارية)

محتويات المقرر

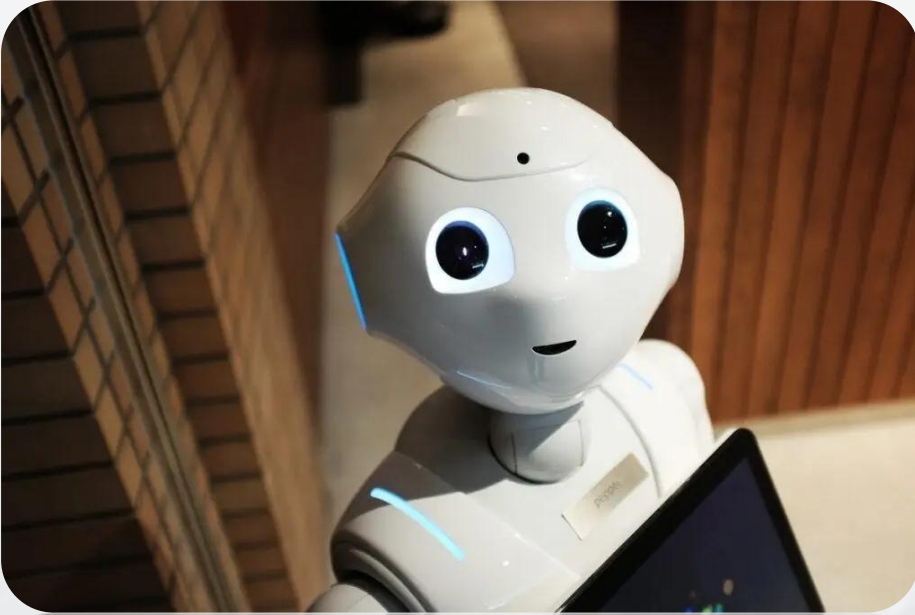
سابعاً: إنتاج التصميمات الإلكترونية للمنتجات:



- تصميم المواقع الإلكترونية للمنتجات بأداة Wix و Strikingly
- تصميم النشرات والرسائل البريدية التسويقية بأداة Zoho Campaigns
- تصميم المدونات التسويقية بأداة Wordpress
- تصميم المنشورات التسويقية بـ Canva

محتويات المقرر

ثامنا: إنتاج المحتوى التسويقي الرقمي في
حقبة الذكاء الاصطناعي:



- المحتوى التسويقي عبر الواقع الافتراضي VR
- المحتوى التسويقي عبر الواقع المعزز AR
- المحتوى التسويقي عبر الواقع الممتد XR
- المحتوى التسويقي عبر الهولوغرام.
- مولدات النصوص الاعلانية.
- مولدات الصور والفيديوهات.
- نبذة عن التسويق الروبوتي.

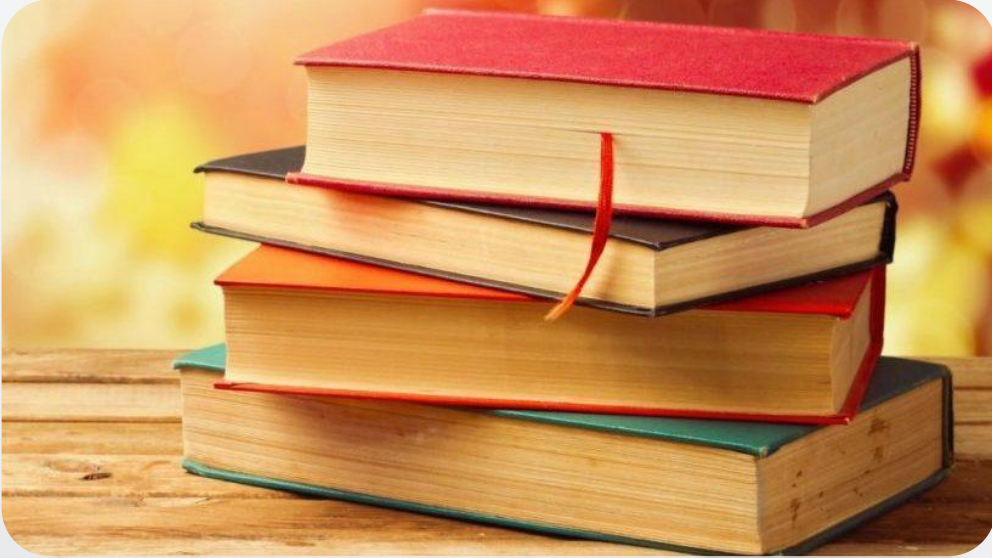
محتويات المقرر



تاسعا: تحسين محركات البحث SEO

- كيفية عمل خوارزميات محركات البحث.
- أنواع الكلمات المفتاحية في التسويق الرقمي.
- أساليب تحسين محركات البحث لأغراض التسويق الرقمي.
- بناء خطة المحتوى الرقمي التسويقي عبر تحسين محركات البحث.

مراجع المقرر



١. أمين علي (٢٠٢٤) أفضل الممارسات في التسويق الرقمي، ارتقاء للنشر والتوزيع.
٢. محمد الغندور (٢٠٢٣) التسويق وصناعة المحتوى، عصير الكتب للترجمة والنشر والتوزيع.
٣. أحمد التركي (٢٠٢٣) أسرار التسويق بالمحتوى، دار يوريكا للنشر والتوزيع.
٤. رضا فولي (٢٠٢١) فن ترويج العلامة التجارية: الشبكات الاجتماعية، التسويق بالمحتوى، المؤثرين، الواقع المعزز، والافتراضي، دار العلا للنشر والتوزيع.
٥. إبراهيم العبود (٢٠٢١) صناعة المحتوى الإبداعي، دار وجوه للنشر والتوزيع
6. McGruer, D. (2020). Dynamic digital marketing: Master the world of online and social media marketing to grow your business. John Wiley & Sons.
7. Das, S. (2021). Search engine optimization and marketing: A recipe for success in digital marketing. Chapman and Hall/CRC.

عصف ذهني

. ما هو تسويق المحتوى الرقمي؟



هل هو....!!!

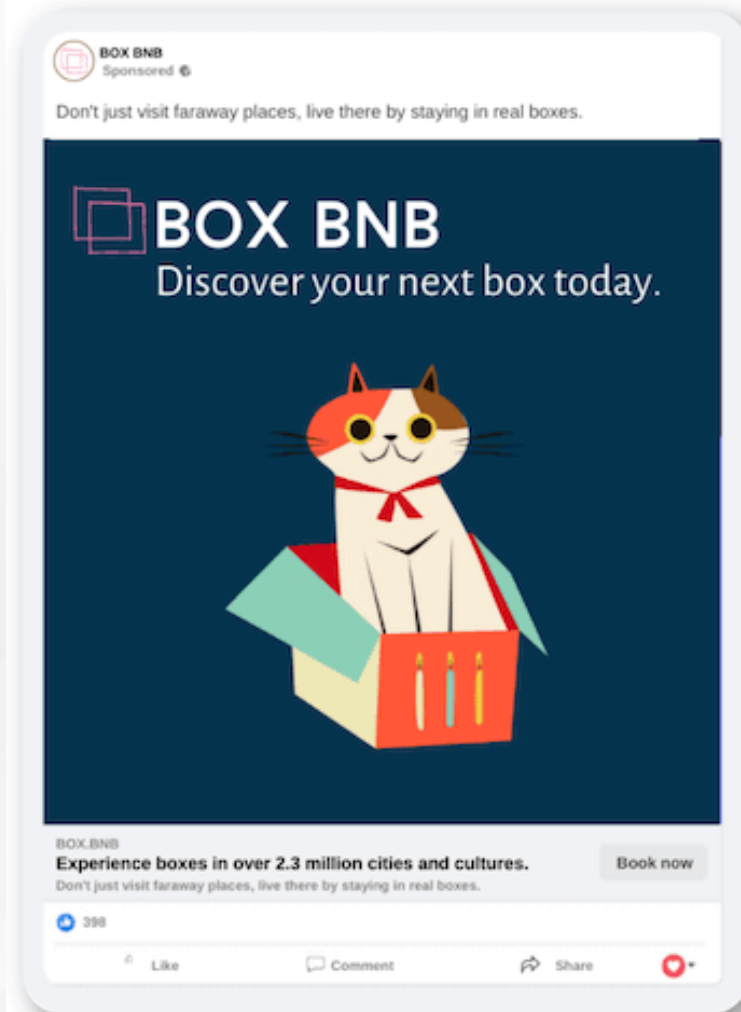


هل هو...!!!

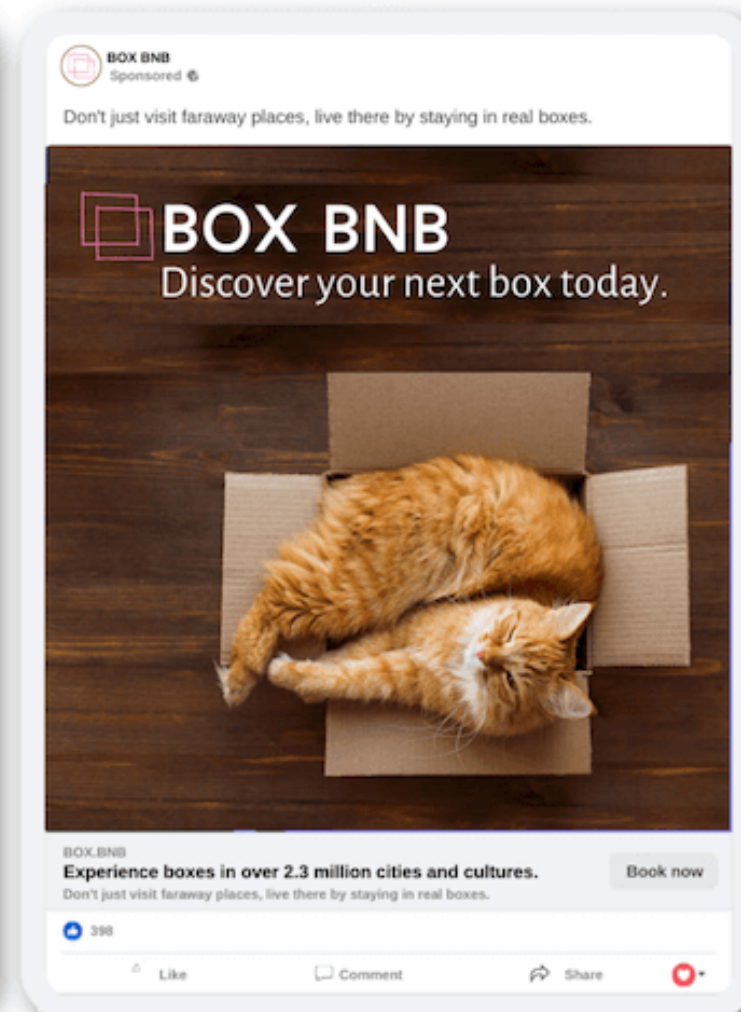


هل هو....!!!

A



B



مفهوم تسويق المحتوى الرقمي



• تسويق المحتوى الرقمي هو استراتيجية تسويق تهدف إلى إنشاء وتوزيع وترويج المحتوى الرقمي القيم والجذاب والمفيد للجمهور المستهدف، عبر الوسائط الرقمية مثل المواقع الإلكترونية والمدونات والشبكات الاجتماعية والفيديوهات والبريد الإلكتروني والتطبيقات وغيرها. يتم تنفيذ هذه الاستراتيجية لكسب واستدراج الجمهور المستهدف وتعزيز العلامة التجارية وزيادة التفاعل والمبيعات.

أقرأ أكثر عن ...

تسويق المحتوى الرقمي.





Thank You

Dr. Mohammed Refaat