

أساليب البحث والتسويق بالذكاء الاصطناعي لمحترفي التسويق

برلين - ألمانيا

04 - May 2026 - 08 - May 2026

\$6,000

GENTEX[®]
TRAINING CENTER



المقدمة:

لم تعد استراتيجيات التسويق تعتمد على الحدس فقط، بل أصبحت تستند بشكل كبير إلى البيانات والأنظمة الذكية. ومن هذا المنطلق، أصبحت مهارات البحث والتعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي من أهم متطلبات النجاح للمسوقين في العصر الرقمي. تهدف هذه الدورة إلى تمكين المشاركين من فهم أسس البحث التسويقي وتطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي في الحملات التسويقية الحديثة. من خلال محتوى متوازن بين منهجيات البحث التقليدي والتقنيات المتقدمة، تقدم الدورة معرفة شاملة وعملية تواكب تطورات السوق، وتساعد على اتخاذ قرارات استراتيجية مبنية على تحليل البيانات والتنبؤات الذكية.

أهداف دورة أساليب البحث والتسويق بالذكاء الاصطناعي لمحترفي التسويق:

- فهم الأسس النظرية والتطبيقية لأنواع البحث التسويقي.
- القدرة على تصميم خطة بحث واضحة تخدم أهداف التسويق.
- تعلم طرق جمع البيانات وتحليلها بطريقة منهجية.
- التعرف على الدور المتنامي للذكاء الاصطناعي في التسويق.
- الإلمام بالأدوات والمنصات الذكية المستخدمة في تحليل سلوك العملاء.
- استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين الحملات التسويقية وتخصيص المحتوى.



- تطوير القدرة على دمج نتائج البحث مع تحليلات الذكاء الاصطناعي لاتخاذ قرارات تسويقية فعّالة.

منهجية الدورة:

تعتمد الدورة على مزيج من المحاضرات، ودراسات الحالة، والنقاشات الجماعية، والتمارين التطبيقية لضمان التفاعل والفهم العملي.

الفئات المستهدفة:

- المختصون في التسويق والراغبون في تطوير مهاراتهم
- محللو الأسواق ومديرو العلامات التجارية
- مسؤولو التسويق الرقمي
- رواد الأعمال والمستشارون في مجال التسويق
- مسؤولو تطوير الأعمال

محتوى دورة أساليب البحث والتسويق بالذكاء الاصطناعي لمحترفي التسويق:

- اليوم الأول: أساسيات البحث التسويقي
- مقدمة في البحث التسويقي وأهميته في اتخاذ القرار
- خطوات البحث: من تحديد المشكلة إلى إعداد التقرير



- أنواع البحث: الاستكشافي، الوصفي، والسببي
- الفرق بين البحث النوعي والكمي
- الاعتبارات الأخلاقية في البحث
- اليوم الثاني: جمع وتحليل البيانات في التسويق
- تقنيات أخذ العينات وتصميم الاستبيانات
- أدوات جمع البيانات: المقابلات، الاستبيانات، مجموعات التركيز
- تنظيف البيانات وتحضيرها للتحليل
- أساسيات التحليل الإحصائي
- البرامج المستخدمة في تحليل البيانات التسويقية
- اليوم الثالث: مقدمة في الذكاء الاصطناعي في التسويق
- مفهوم الذكاء الاصطناعي وأهميته في التسويق
- تقنيات الذكاء الاصطناعي: التعلم الآلي، تحليل اللغة الطبيعية، التحليلات التنبؤية
- تحليل سلوك العملاء وتقسيمهم باستخدام الذكاء الاصطناعي
- تخصيص المحتوى والتفاعل المؤتمت
- الاعتبارات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي
- اليوم الرابع: أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي للمسوقين
- نظرة على أدوات الذكاء الاصطناعي الرائدة
- تحسين الحملات التسويقية عبر التحليلات الذكية
- تعزيز تجربة العملاء باستخدام الشات بوت وأنظمة التوصية



- عرض البيانات في الوقت الفعلي
- تطبيق عملي: تجربة أدوات الذكاء الاصطناعي
- اليوم الخامس: دمج البحث والذكاء الاصطناعي في الاستراتيجيات التسويقية
- ربط نتائج البحث مع تحليلات الذكاء الاصطناعي
- دراسات حالة لنجاحات تسويق مدعوم بالذكاء الاصطناعي
- تطوير استراتيجيات تتمحور حول العميل
- قياس العائد على الاستثمار من الحملات الذكية
- مشروع جماعي: تصميم حملة تسويقية باستخدام البحث والذكاء الاصطناعي

الخاتمة:

عند إتمام هذه الدورة، سيكون لدى المشاركين فهم متكامل حول كيفية توظيف أدوات البحث العلمي والتقنيات الذكية لخدمة أهدافهم التسويقية. من خلال مركز جنتكس للتدريب، سيكتسب المتدربون المعرفة اللازمة لمواكبة التحول الرقمي في عالم التسويق، والقدرة على تقديم حلول ذكية مبنية على بيانات دقيقة.