



التسويق بالذكاء الاصطناعي: من الاستهداف إلى صناعة المحتوى



الإمارات العربية المتحدة - دبي

2026 / 12 / 24 – 20



مقدمة:

في ظل التوجه الاستراتيجي نحو السيادة الرقمية وتطبيق مبدأ تصفير البيروقراطية، لم يعد الذكاء الاصطناعي في التسويق مجرد أداة إضافية، بل أصبح المحرك الأساسي لإعادة هندسة العلاقة مع المتعامل. تهدف هذه الدورة إلى تمكين القادة والمختصين من أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي والتحليلي لتحويل البيانات الضخمة إلى تجارب مخصصة فائقة الدقة. يركز البرنامج على كيفية حوكمة "الأتمتة الإبداعية" لضمان نزاهة المحتوى وحماية الخصوصية السيادية، مما يضمن قيادة العمل الحكومي والمؤسسي في صناعة التأثير والتميز العالمي.

أهداف الدورة:

- استيعاب مفاهيم التسويق الذكي وعلاقته بالرشاقة المؤسسية وتصفير البيروقراطية الاتصالية.
- تطوير مهارات الاستهداف التنبؤي (Predictive Targeting) باستخدام خوارزميات تعلم الآلة بنزاهة.
- إتقان فن صناعة المحتوى الرقمي (نصي، بصري، مسموع) باستخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي.
- حوكمة مخرجات الذكاء الاصطناعي لضمان توافقها مع الهوية الوطنية والسيادة المعلوماتية.
- اكتساب مهارات تصفير الهدر الإبداعي عبر أتمتة عمليات الإنتاج والتوزيع المخصص.
- تعزيز السيادة الرقمية من خلال إدارة نماذج الذكاء الاصطناعي على بنى تحتية وطنية آمنة.
- تطبيق استراتيجيات التخصيص الفائق (Hyper-personalization) لرفع معدلات سعادة المتعاملين.
- تطوير مهارات إدارة العضلات الأخلاقية المرتبطة بـ "التزييف العميق" والتحيز الخوارزمي.
- صياغة خارطة طريق شاملة لتحويل المؤسسة إلى "مركز إبداع ذكي" يقود الريادة العالمية.



محتويات الورشة:

اليوم الأول:

فلسفة الاستهداف الذكي في عصر تصفير البيروقراطية

من التقسيم التقليدي إلى التنبؤ السلوكي والرشاقة

- مفهوم التسويق بالذكاء الاصطناعي: الانتقال من "تخمين الاحتياج" إلى "استباق الرغبة".
- موازنة الاستهداف مع استراتيجية تصفير البيروقراطية: كيف نلغي عناء البحث عبر تقديم المحتوى المناسب فوراً؟
- تحليل العلاقة بين "دقة الاستهداف" وبين بناء الثقة والمصادقية الوطنية.
- تمرين "رادار الجمهور": استخدام الذكاء الاصطناعي لتحديد أنماط المتعاملين بدقة متناهية.

النزاهة والسيادة في بناء القواعد البيانية للاستهداف

- مفهوم "السيادة على البيانات السلوكية": حماية سجلات الجمهور من الاستغلال الخارجي.
- دور القائد في حماية الخصوصية أثناء مراحل تغذية خوارزميات الاستهداف.
- سيكولوجية الثقة الرقمية: بناء المصادقية عبر الشفافية في عرض مبررات الاستهداف المخصص.
- صياغة ميثاق "النزاهة الخوارزمية" لضمان عدم استخدام الذكاء الاصطناعي في التمييز غير العادل.

اليوم الثاني:

هندسة البيانات والسيادة المعلوماتية في التحليل

الأمان الرقمي والربط البيئي السيادي للبيانات التسويقية

- أخلاقيات التعامل مع أدوات التحليل العالمية: حدود الكشف والسرية في الأنظمة السحابية.
- الأمان الرقمي كركيزة للاستهداف: حماية "نماذج الجمهور" من التلاعب أو الاختراق الرقمي.
- إدارة الهوية الرقمية (UAE Pass) كمرتكز لتوثيق التفاعل التسويقي بنزاهة وشفافية.
- تمرين تقني: تصميم بروتوكول "التحليل النزاهة" لضمان السيادة المعلوماتية أثناء معالجة البيانات الضخمة.

أخلاقيات التفاعل مع أنظمة التنبؤ الذكية

- حدود استخدام "المساعدين الأذكياء" في تحليل مشاعر الجمهور دون انتهاك السرية أو القيم.
- حوكمة مخرجات أنظمة "دعم القرار التسويقي" لضمان السيادة المعلوماتية للمؤسسة.
- مفهوم "الأمانة في التوقع": تجنب المبالغات التي قد تؤدي لنتائج عكسية في الواقع الخدمي.
- ورشة عمل: وضع ضوابط أخلاقية لاستخدام البيانات الضخمة في "هندسة الانطباع" الإيجابي.



اليوم الثالث:

الذكاء الاصطناعي التوليدي وصناعة المحتوى السيادي

الأمته الإبداعية وحماية الهوية الوطنية

- أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي (GenAI) لإنتاج النصوص والصور والفيديو بنطاق واسع.
- الأمان الرقمي في صناعة المحتوى: حماية الرموز والسمات الوطنية من التشويه الرقمي.
- إدارة الملكية الفكرية للمحتوى المولد آلياً لضمان موثوقية المصادر الحكومية الرسمية.
- تمرين تقني: استخدام الذكاء الاصطناعي لإنتاج حملة متكاملة تحاكي القيم الوطنية بدقة ورشاقة.

أخلاقيات الإنتاج البصري والنصي الذكي

- حدود استخدام "المذيعين الافتراضيين" والآفاتر دون فقدان الهوية الوطنية واللمسة الإنسانية.
- حوكمة مخرجات أنظمة "توليد الرسائل": التدقيق الأخلاقي لضمان خلوها من الانحياز.
- مفهوم "الأمانة الفكرية الرقمية": كيف ننسب الإبداع عند العمل المشترك مع الآلة؟
- ورشة عمل: وضع ضوابط أخلاقية لاستخدام تقنيات "تحسين المحتوى" لضمان الصدق والنزاهة.

اليوم الرابع:

الحياد والعدالة وإدارة أزمات "المحتوى المولد"

النزاهة الرقمية ومكافحة التزييف والتحيز

- أخلاقيات "العدالة الخوارزمية": ضمان عدم تحيز الأنظمة في تخصيص المحتوى لفئات معينة.
- الرقابة الأخلاقية على "الصندوق الأسود": كيف نبرر إنسانياً مخرجات المحتوى الذكي؟
- تطبيق قاعدة "الإرادة البشرية القيادية": التدخل لتصحيح محتوى آلي قد يسيء فهم السياق المحلي.
- حساب معامل الثقة في المحتوى المولد لتقليل احتمالات الخطأ الناتج عن "الهلوسة الرقمية".

حوكمة المسؤولية وإدارة أزمات السمعة الرقمية

- المسؤولية المهنية للقائد عند حدوث "انحراف قيمي" في محتوى ولدته أنظمة الأمته.
- إدارة العلاقة مع مزودي حلول "الذكاء الاصطناعي": ضمان السيادة والشفافية في الخوارزميات.
- بناء أنظمة "التحقق المزدوج" لضمان عدم غياب الحكمة البشرية في الحملات الحساسة.
- تمرين محاكاة: إدارة أزمة تواصل ناتجة عن "محتوى آلي" أسيء فهمه أو تسبب في جدل مجتمعي.



اليوم الخامس:

مختبر الابتكار المهني وصناعة نموذج التسويق الذكي الريادي

التطبيق العملي وتصفير البيروقراطية في عمليات الإنتاج الإبداعي المؤتمتة

- تطوير خارطة الطريق التنفيذية لدمج أدوات التسويق بالذكاء الاصطناعي في العمليات اليومية بمرونة ورشاقة تنفيذية تضمن السيادة الرقمية والتميز.
- تصميم بروتوكولات الحوكمة الذكية الخاصة بـ الأتمتة الإبداعية لضمان استدامة النزاهة والشفافية والوضوح في المحتوى المؤسسي والريادة والنمو.
- منهجية صياغة ملفات التميز للمنافسة في الجوائز الوطنية مع التركيز على الابتكار في الاستهداف الذكي وصناعة المحتوى والرشاقة والوضوح.
- تمرين مختبر المحاكاة لإدارة المعضلات الأخلاقية في المحتوى المولد آلياً وبناء النماذج الاستباقية الناجحة والتميز في الأداء الحكومي الشامل.

المخرجات الرئيسية للدورة:

- متلاك استراتيجية "حصانة إبداعية" تضمن نزاهة المحتوى الذكي بنسبة 100%.
- القدرة على هندسة حملات تسويقية مؤتمتة بمرونة وتوافق مع متطلبات السيادة الوطنية والريادة.
- إتقان أدوات الرقابة الأخلاقية على الأنظمة التوليدية لضمان الشفافية وتصفير مخاطر الانحياز.
- بناء سجل ممارسات فضلى في إدارة البيانات والمنصات يدعم اتخاذ القرار القيادي الآمن والمستدام.
- تحقيق جاهزية كاملة للمؤسسة والمسؤول للمنافسة في فئات التميز والريادة في التحول الرقمي والحوكمة.

الفئة المستهدفة:

- القادة والمدراء في قطاعات التسويق، الاتصال الحكومي، والتحول الرقمي.
- مسؤولو صناعة المحتوى، الاستراتيجية، والتميز المؤسسي في الجهات السيادية.
- مستشارو الإعلام الذكي والخبراء التقنيون المعنيون بتطوير تجربة المتعامل الرقمية.
- رؤساء فرق مشاريع تصفير البيروقراطية وتطوير الخدمات الاستباقية.
- الكوادر الطموحة الساعية لامتلاك جدارات "خبير التسويق بالذكاء الاصطناعي النزيه".



أساليب التدريب:

يتم استخدام بعض من الأساليب التالية أو الكل حسب المتطلبات لكل تخصص :

- دراسة الحالة المعقدة (Complex Case Studies)
- المحاكاة والألعاب الاستراتيجية (Simulation and War Gaming)
- ورش العمل القائمة على التفكير التصميمي (Design Thinking Workshops)
- حلقات النقاش مع خبير من القطاعين العام أو الخاص. (Expert Panels)
- المختبرات التكنولوجية التفاعلية (Interactive Technology Labs)
- التعلم من الأقران عبر الجهات الحكومية (Inter-Agency Peer Learning)
- نهج التعلم المدمج والمستمر (Blended & Continuous Learning Approach)