



Jordan Youth Innovation Forum  
الملتقى الأردني للإبداع الشبابي



# الإطار الأوروبي المرجعي: الكفاءات الأساسية للتعلم المستمر 4. الكفاءة الرقمية

الملتقى الأردني للإبداع الشبابي  
مدة التدريب: 6.5 ساعات.



Co-funded by  
the European Union

بتمويل من الاتحاد الأوروبي. الآراء والآراء المعبر عنها هي آراء المؤلف (المؤلفين) فقط ولا تعكس بالضرورة آراء الاتحاد الأوروبي أو الوكالة الأوروبية للتعليم والثقافة (EACEA). ولا يمكن اعتبار الاتحاد الأوروبي ولا EACEA مسؤولين عنها.

# Project Consortium

**MMC** Mediterranean  
Management Centre

منسق المشروع



الشركاء



Jordan Youth Innovation Forum  
الملتقى الأردني للإبداع الشبابي

## تفاصيل المشروع

**العنوان:** التطوير المشترك و التجريب والتحقق من صحة المناهج الدراسي والمواد التدريبية لتعزيز التفكير الريادي والمهارات الأساسية في الدول النامية.

**اختصار المشروع:** التفكير الرادي والمهارات للجميع

**رقم الاتفاقية:** إيراسموس – EMSA – 101092477 -EDU-2022-CB-VET

**البرنامج:** إيراسموس + لبناء القدرات في مجال التعليم والتدريب المهني

**دعوة تقديم المقترحات:** إيراسموس -EDU-2022-CB-VET

**تاريخ البدء:** 1 يناير 2023

**تاريخ الانتهاء:** 31 ديسمبر 2025

## المبادئ العامة والأليات والمنطق الكامن وراء تطور التكنولوجيا الرقمية

### غرض التدريب

هدف التدريب: تقديم فهم شامل للآليات الأساسية والمنطق وراء تطور التكنولوجيا الرقمية. ستعرف هذه الجلسة المشاركون بأسس الرقمنة، وحماية البيانات، واللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR)، بالإضافة إلى مهارات إدارة البيانات الضرورية في السياقات الشخصية والمهنية.



## جميع مخرجات الكفاءة

### فيما يتعلق بالمعرفة:

- تعريف الرقمنة ومبادئها الأساسية.
- تحليل المصادر الرقمية الموثوقة واسترجاع البيانات ذات الصلة.
- وصف الامتثال لللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) وقضايا حماية البيانات وسلامة الإنترنت.

### فيما يتعلق بالمهارات:

- إظهار القدرة على استخدام المنصات السحابية للتعاون وإنتاج المحتوى الرقمي.
- تطوير ومشاركة المحتوى الرقمي باستخدام المنصات الإعلامية (المناسبة) (نصوص، صور، صوت، فيديو).
- تطبيق أدوات مثل Google Analytics لتقييم تأثير المحتوى الرقمي.

### فيما يتعلق بالموافق:

- إظهار الاحترام لللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) ومعايير حماية البيانات والأخلاقيات أثناء استخدام التكنولوجيا الرقمية.
- إظهار الثقة في تطبيق آداب التعامل عبر الإنترنت (الإتيكيت والنيتيكيت) (في بيئات رقمية متنوعة).
- تنفيذ استراتيجيات لحماية النفس والآخرين من المخاطر والتهديدات على الإنترنت.

Descriptor

مخرجات التعلم

## مخطط مسار التدريب



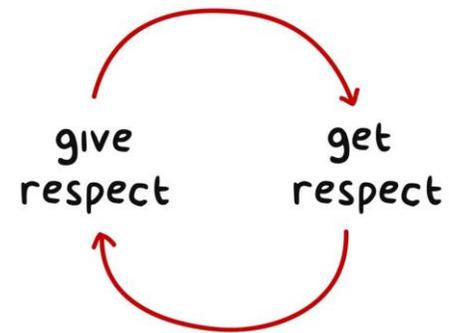
تشير الكفاءة الرقمية إلى القدرة على استخدام التقنيات الرقمية بثقة ومسؤولية في السياقات الشخصية والمهنية. ستركز هذه الدورة على الآليات والمبادئ الكامنة وراء التحول الرقمي، بما في ذلك حماية البيانات والامتثال لائحة حماية البيانات العامة (GDPR). سيتناول المشاركون المشهد المتطور للتقنيات الرقمية وسيتعلمون كيفية تطبيق مهارات الإدارة الرقمية لضمان سلامة البيانات، ودقتها، واستخدامها الأخلاقي في عالم اليوم المترابط.

ما هي الكفاءة التي يتعلق بها تدريبنا في إطار  
الإطار الأوروبي المرجعي (ERF)؟

## قواعد التدريب



**Participation**



**YOUR  
OPINION  
MATTERS**

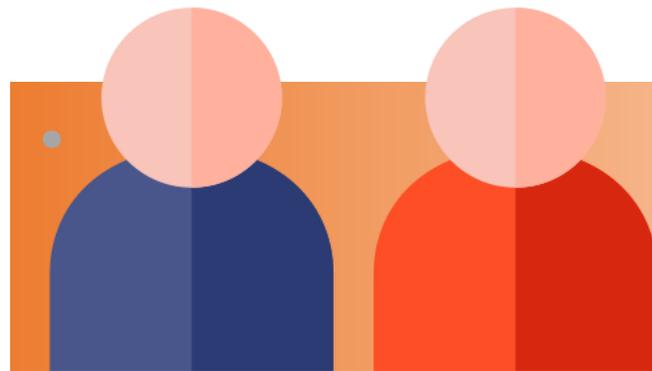


لعبة "بنجو الأثر الرقمي" هي نشاط مدته 15 دقيقة، حيث يتفاعل المشاركون للعثور على أشخاص آخرين يشاركونهم تجارب رقمية مشابهة. يقومون بتعبئة بطاقات البنجو بمهمات مثل حضور اجتماع افتراضي أو استخدام التخزين السحابي. الفائز هو أول من يكمل صفًا أو عمودًا، وبعدها يُعقد نقاش حول التجارب الرقمية الفريدة لكل مشارك.

## نشاط البنجو الرقمي



<https://forms.gle/Uwf9yMd715H1iWyUA>



## مقدمة

لنتعرف على بعضنا البعض

*"التكنولوجيا تكون في أفضل حالاتها عندما تجمع الناس معاً"*  
مات مولنويغ، مؤسس ووردبريس

# مقدمة في الرقمنة

## مقدمة في الرقمنة

### • تعريف الرقمنة:

تشير الرقمنة إلى دمج التقنيات الرقمية في العمليات والأنشطة اليومية، مما يحول كيفية عمل الشركات والحكومات والأفراد. تتضمن الرقمنة تحويل المعلومات إلى صيغة رقمية، وتحسين سير العمل، وتمكين طرق جديدة للتواصل وتقديم الخدمات. تتجاوز الرقمنة مجرد رقمنة البيانات الموجودة؛ فهي تعيد تشكيل نماذج الأعمال بالكامل، والقطاعات الاقتصادية، والوظائف المجتمعية من خلال استغلال قوة التقنيات الرقمية لخلق القيمة، وتحسين الكفاءة، وتعزيز التجارب.





# الجوانب والأمثلة

## الجوانب الرئيسية:

- **الأمثلة:** استبدال المهام اليدوية بعمليات رقمية مؤتمتة، مما يحسن السرعة ويقلل من الأخطاء البشرية.
- **البيانات المعتمدة:** استغلال البيانات الرقمية لاتخاذ قرارات مستنيرة، وتحليل الاتجاهات، والتنبؤ بالنتائج المستقبلية.
- **الاتصال:** تعزيز التواصل من خلال الشبكات والإنترنت، مما يسمح بالتعاون الفوري عبر الحدود الجغرافية.
- **الابتكار:** تمكن الرقمنة من إنشاء منتجات وخدمات وصناعات جديدة من خلال الاستفادة من التقدم التكنولوجي.

## الأمثلة:

- **الرعاية الصحية:** استخدام السجلات الطبية الرقمية، والطب عن بُعد، والتشخيص المدعوم بالذكاء الاصطناعي.
- **التجزئة:** منصات التجارة الإلكترونية التي تحول طريقة تسوق العملاء وتفاعلهم مع العلامات التجارية.
- **التعليم:** منصات التعلم عبر الإنترنت التي توفر الوصول إلى التعليم للطلاب في جميع أنحاء العالم.

الموضوع 2. المهارات والقدرة على استخدام، والوصول  
وتقييم، ومشاركة المحتوى الرقمي

## الموضوع 2 خريطة الطريق



“المحتوى هو الملك، لكن السياق هو الإله.”  
– غاري فينيرتشوك

# مقدمة في إنشاء المحتوى الرقمي

ما هو إنشاء المحتوى الرقمي؟

- عملية تطوير الوسائط الرقمية مثل النصوص، والصور، والصوت، والفيديو، والعناصر التفاعلية. ضرورة للتسويق، والتعليم، والتفاعل عبر الإنترنت.

أنواع المحتوى الرقمي

- النص: المدونات، المقالات، النشرات الإخبارية
- الصورة: الرسوم البيانية، الصور.
- الفيديو: الدروس التعليمية، الإعلانات.
- الصوت: البودكاست، المقابلات.
- التفاعلي: الاستطلاعات، الاختبارات

الأهمية

- التفاعل: يجذب ويحتفظ باهتمام الجمهور.
- الوصول: يوسع وجودك على الإنترنت.
- بناء العلامة التجارية: يحدد هوية العلامة التجارية وصوتها.
- تحسين محركات البحث (SEO): يعزز من الرؤية على الإنترنت.



# الأدوات والاتجاهات في إنشاء المحتوى الرقمي

## الاتجاهات:

- الفيديو والبث المباشر: الطلب المتزايد على التفاعل الفوري.
- المحتوى الذي ينشئه المستخدمون: العلامات التجارية تستفيد من الأصالة.
- المحتوى القصير: شائع على TikTok وInstagram.

## الأدوات والاتجاهات في إنشاء المحتوى الرقمي

- الأدوات الشائعة:
- الرسومات: Canva، Adobe Photoshop.
- الفيديو: Adobe Premiere Pro، iMovie.
- الصوت: Audacity، Adobe Audition.
- النص: Google Docs، Microsoft Word.
- الويب: WordPress، Squarespace.

## خطوات إنشاء المحتوى:

- توليد الأفكار: عصف ذهني للمواضيع.
- تخطيط المحتوى: إنشاء تقويم محتوى.
- الإنشاء: استخدام الأدوات لإنتاج المحتوى.
- التحرير: تنقيح وتعزيز المحتوى.
- النشر: توزيع المحتوى عبر المنصات.



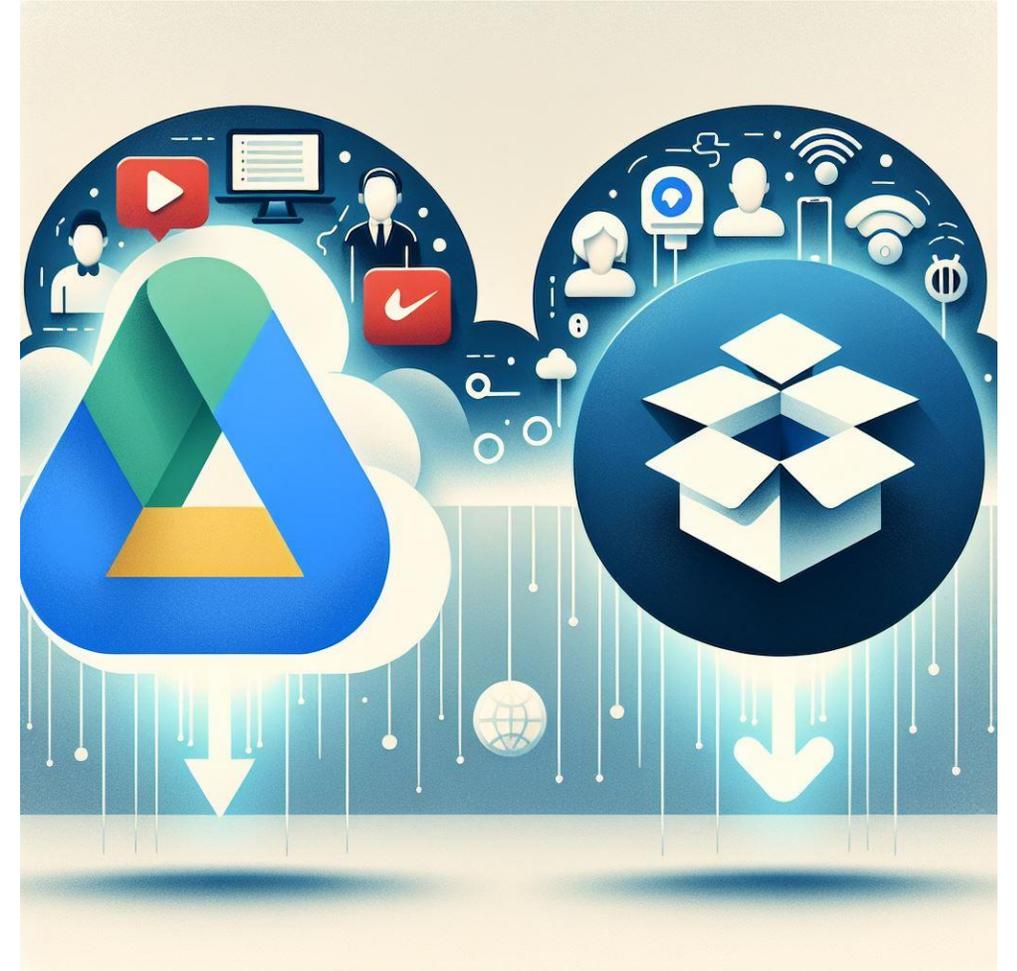
## 3.2.1: المنصات التعاونية والسحابية

# الموضوع 2.1: المنصات التعاونية والأدوات السحابية

ما هي المنصات التعاونية؟

أدوات تمكن الفرق من التعاون في الوقت الحقيقي أو بشكل غير متزامن باستخدام تقنية السحابة.

- أمثلة: Google Drive ، Dropbox
- الميزات الرئيسية:
- التعاون في الوقت الحقيقي على المستندات.
- الوصول إلى الملفات عن بُعد ومشاركتها.
- التحكم في النسخ لتتبع التغييرات والتحديثات.
- الأهمية:
- تزيد من الإنتاجية وتتيح العمل عن بُعد عبر مواقع مختلفة.



## التعاون السحابي وفوائده

### فوائد التعاون السحابي:

- **التعاون في الوقت الحقيقي:** يمكن للفرق العمل على نفس الملف في نفس الوقت، مما يسرع العملية ويحسن الدقة.
- **الوصول عن بُعد:** تسمح المنصات السحابية للفرق بالوصول إلى الملفات من أي مكان، مما يعزز العمل عن بُعد والمرونة.
- **تحكم في النسخ:** تخزن هذه الأدوات النسخ السابقة من الملفات، بحيث يمكن تتبع التغييرات واستعادتها عند الحاجة.

### : Google Drive

- **مشاركة الملفات:** رفع الملفات، وتعديل أذونات المشاركة (عرض، تعديل، تعليق).
- **التعاون في الوقت الحقيقي:** يمكن لعدة مستخدمين تعديل مستند في نفس الوقت.
- **مثال:** فرق تعمل على اقتراح معًا.

### : Dropbox

- **مشاركة الملفات الكبيرة:** رفع الملفات، المشاركة عبر الروابط، دعوة المتعاونين.
- **مزامنة الملفات:** تضمن أن يكون لدى الجميع أحدث نسخة، مع ميزات التحكم في الوصول.
- **مثال:** مشاركة الملفات التعاونية لمشاريع الوسائط



## 3.2.2: إنشاء محتوى الوسائط الرقمية

## 3.2.2: إنشاء محتوى الوسائط الرقمية

### التعريف:

محتوى الوسائط الرقمية يشمل أي نوع من الوسائط (نصوص، صور، فيديو) يتم إنشاؤه ومشاركته عبر الإنترنت لجذب الجمهور.

### أنواع الوسائط الرقمية:

- النص: المدونات، المقالات، المنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي.
- الصور: الرسوم البيانية، الصور، الرسوم التوضيحية.
- الفيديو: مقاطع الشرح، الدروس التعليمية، الفيديوهات الترويجية.

### أدوات إنشاء النص:

- Microsoft Word، Google Docs، أو أنظمة إدارة المحتوى (مثل WordPress).

### أدوات إنشاء الصور:

- Canva، Adobe Photoshop، Illustrator.

### أدوات إنشاء الفيديو:

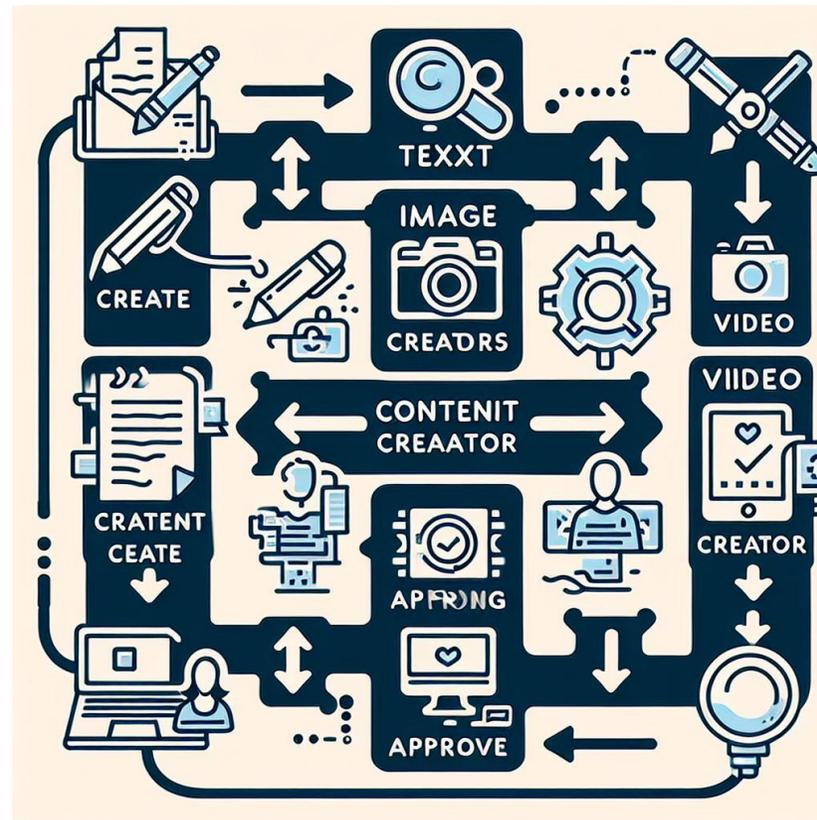
- Adobe Premiere Pro، iMovie، Final Cut Pro.



# إنشاء محتوى الوسائط لحملة التسويق الرقمي



MT3.2\_2



# النقاط الرئيسية حول إنشاء الوسائط الرقمية:

## التفاعل: جذب والاحتفاظ بانتباه جمهورك

### • الجودة هي الأساس:

محتوى الوسائط الرقمية عالي الجودة يجذب الجماهير من خلال كونه معلوماتيًا، وجذابًا بصريًا، وقابلًا للتواصل.

### • النص:

النص المكتوب بشكل جيد والموجز يجذب الانتباه، ويقدم قيمة، ويشجع القارئ على اتخاذ إجراء. استخدم العناوين، وعبارات الدعوة للعمل، وصيغ سهلة القراءة لتعزيز التفاعل.

### • الصور:

المحتوى المرئي مثل الصور، والرسوم البيانية، والميمات غالبًا ما يُشارك أكثر من النص بمفرده. يجب أن تكون الصور جذابة بصريًا، وذات صلة، ومعلوماتية.

### • الفيديو:

محتوى الفيديو هو أحد أكثر أشكال الوسائط جذبًا. سواء كان فيديو قصير للشرح أو عرض منتج، فإن محتوى الفيديو يجذب الانتباه بسرعة ويبقى المستخدمين مشغولين لفترة أطول.

### • تخصيص المحتوى للجمهور:

معرفة جمهورك أساسية لإنشاء محتوى جذاب. ضع في اعتبارك العوامل الديموغرافية، والتفضيلات، واستخدام المنصات لتحديد نبرة، وصيغة، وأسلوب محتواك. مثال: الجماهير الأصغر سنًا قد تتفاعل أكثر مع مقاطع الفيديو القصيرة (مثل TikTok)، بينما قد يفضل الجمهور المهني المقالات الأطول أو الأوراق البيضاء المتعمقة.

# أهم النقاط حول إنشاء الوسائط الرقمية

- الإبداع: دمج أنواع مختلفة من الوسائط لتحقيق أقصى تأثير
- **نصوص + المرئيات:** يجذب الجمع بين النصوص والمرئيات انتباه الجمهور من خلال تقديم المعلومات مع إضافة عنصر بصري مشوق. على سبيل المثال، دمج مقال مدونة مع مخطط بياني يساهم في تحسين استيعاب المعلومات واستبقائها.
- **مثال:** يمكن لمقال مدونة حول منتج معين أن يتضمن رسمًا بيانيًا أو مخططًا مقارنةً لتمثيل ميزاته وفوائده بصريًا.
- **الفيديو + النصوص:** إضافة نصوص إلى مقاطع الفيديو، مثل الترجمة أو النصوص على الشاشة، يجعل الفيديوهات أكثر قابلية للوصول لجمهور أوسع، بما في ذلك من يشاهدونها بدون صوت.
- **مثال:** يمكن مشاركة فيديو ترويجي يتضمن ترجمة على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث قد لا يكون الصوت مفعلاً دائماً للمستخدمين، مما يزيد من مدى الوصول وإمكانية الوصول.
- **استراتيجية الوسائط المتعددة:** يؤدي استخدام مزيج من النصوص والصور والفيديوهات بطريقة منسقة عبر منصات متعددة (مثل الموقع الإلكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق عبر البريد الإلكتروني) إلى خلق تجربة متعددة القنوات وأكثر تفاعلاً مع الجمهور. تساعد هذه الطريقة على زيادة احتمالية تفاعل المستخدمين عبر نقاط تواصل مختلفة.
- **مثال:** قد تتضمن حملة إطلاق منتج جديد مقالة توضيحية، ورسوم بيانية قابلة للمشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي، وفيديو تشويقي على يوتيوب أو إنستغرام.

# تمرين فردي: ممارسة استخدام أداة رقمية



MT3.2\_3

## Creating a flyer



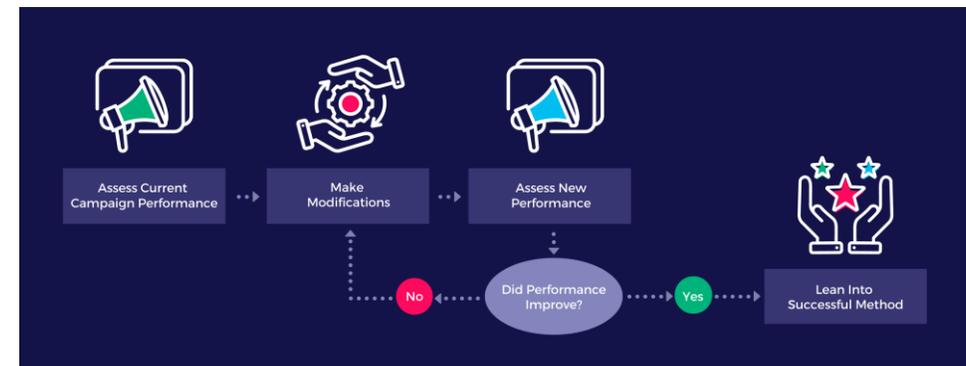
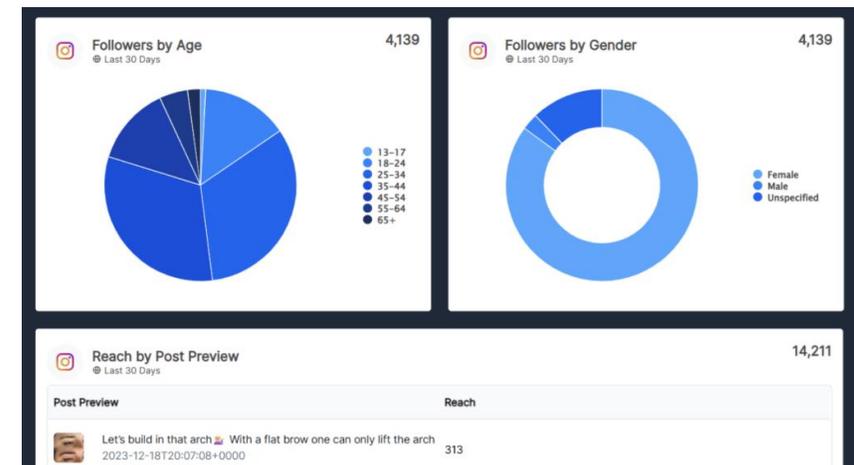
## 3.2.3 تقييم المحتوى الرقمي

## 3.2.3 تقييم المحتوى الرقمي

**التعريف** تقييم المحتوى الرقمي هو عملية قياس مدى نجاح المحتوى في تحقيق الأهداف المرجوة، مثل تفاعل الجمهور، التحويلات، أو زيادة الوعي بالعلامة التجارية.

### الأهمية:

- فهم الأداء : يساعد في تحديد نوعية المحتوى الذي يلقي صدى لدى الجمهور ويعزز التفاعل.
- التحسين : يتيح تحسين المحتوى باستمرار استنادًا إلى بيانات الأداء .
- قياس العائد على الاستثمار (ROI) : يمكنك من فهم العائد على الاستثمار من جهود التسويق بالمحتوى.



# أدوات تقييم المحتوى الرقمي

تحليلات جوجل **Google Analytics** أداة قوية تتبع نشاط المستخدمين على المواقع الإلكترونية، مما يساعدك على قياس التفاعل، ومصادر الزيارات، والتحويلات.

## • الميزات الرئيسية:

- **بيانات الزوار:** تتبع عدد الزوار، مشاهدات الصفحات، وجلسات المستخدمين.
- **سلوك المستخدم:** مراقبة كيفية تفاعل المستخدمين مع موقعك (مثل معدل الارتداد، ومدة البقاء في الصفحة).
- **التحويلات:** قياس الأهداف مثل تعبئة النماذج، عمليات الشراء، أو التسجيلات

## أدوات تحليل أخرى:

- **إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي:** أدوات تحليل مدمجة على منصات مثل فيسبوك، إنستغرام، ولينكدان لقياس الإعجابات، والمشاركات، والتعليقات، والوصول.
- **أدوات تحسين محركات البحث (SEO):** أدوات مثل SEMRush وAhrefs توفر رؤى حول أداء المحتوى من منظور تحسين محركات البحث.

المؤشرات التي يجب تتبعها عند تقييم المحتوى

## • مؤشرات التفاعل:

- **مشاهدات الصفحة:** عدد مرات مشاهدة الصفحة.
- **معدل الارتداد:** نسبة الزوار الذين يغادرون بعد مشاهدة صفحة واحدة فقط.
- **متوسط مدة الجلسة:** المدة التي يقضيها المستخدمون على الموقع.

## • مؤشرات التحويل:

- **إكمال الأهداف:** الإجراءات التي يقوم بها الزوار على الموقع، مثل تعبئة نموذج أو إجراء عملية شراء.
- **معدل التحويل:** النسبة المئوية للزوار الذين ينفذون إجراءً مرغوباً.

## • مؤشرات حركة المرور:

- **حركة الإحالة:** الزيارات القادمة من مواقع أخرى أو وسائل التواصل الاجتماعي.
- **الحركة العضوية:** الزوار الذين يصلون من محركات البحث.

# حل المشكلات في المحتوى الرقمي

## 3. التحقيق في الأسباب:

### الخطوة 3: ابحث عن الأسباب المحتملة للمشكلة.

- **مشكلات تقنية:** تحقق مما إذا كانت هناك روابط معطلة، أو بطء في تحميل الصفحات، أو أكواد تتبع غير صحيحة.
- **ملاءمة المحتوى:** تأكد من أن المحتوى يتوافق مع ما يتوقعه المستخدمون بناءً على الكلمات المفتاحية أو مصادر الإحالة.
- **تغييرات في مصادر الحركة:** تحقق مما إذا كان هناك تغيير في مصادر الحركة (مثل تحديث الخوارزمية الذي يؤثر على حركة البحث) قد تسبب في المشكلة.
- **مثال:** إذا كان المستخدمون يتخلون عن عملية معينة في مسار التحويل، فقد يكون ذلك بسبب دعوة غير واضحة للعمل أو نموذج معطل.

## 4. تطبيق الحلول:

- **الخطوة 4:** نفذ الحلول بناءً على ما توصلت إليه من نتائج.
- **إصلاحات تقنية:** تأكد من تحميل الصفحات بسرعة، وتثبيت أكواد التتبع بشكل صحيح، وعدم وجود روابط معطلة.
- **تحسين المحتوى:** حسن محتوى الصفحات ليتناسب بشكل أفضل مع نية المستخدم أو الكلمات المفتاحية التي تجذب الحركة.
- **اختبار A/B:** جرب صفحات هبوط مختلفة، أو دعوات للعمل، أو أماكن النماذج لتحسين معدلات التحويل.
- **مثال:** إذا كانت معدلات التحويل منخفضة، قم بتحسين دعوة العمل وجرب أماكن أو ألوان أزرار التسجيل المختلفة.

## 1. تحديد المشكلة:

### الخطوة 1: حدد المشكلة في بياناتك.

- **انخفاض حركة المرور:** انخفاض ملحوظ في عدد زوار الموقع.
- **ارتفاع معدل الارتداد:** مغادرة الزوار بعد مشاهدة صفحة واحدة فقط.
- **انخفاض التحويلات:** انخفاض عدد الأشخاص الذين ينفذون الإجراءات المطلوبة (مثل التسجيلات أو عمليات الشراء).
- **مثال:** إذا انخفضت حركة المرور بشكل مفاجئ، حدد أولاً ما إذا كان هذا الانخفاض من مصدر محدد مثل البحث العضوي أو وسائل التواصل الاجتماعي.

## 2. تحليل البيانات

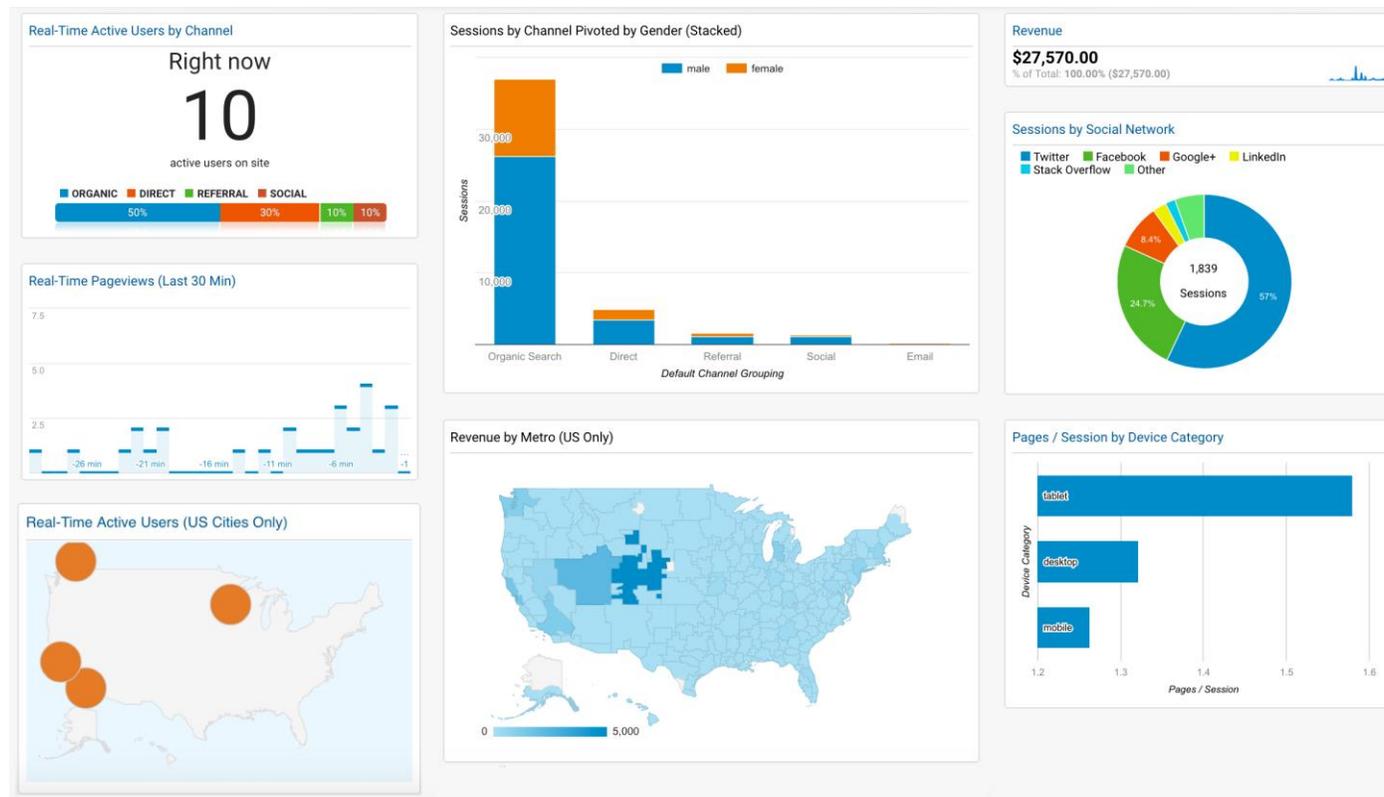
### الخطوة 2: قم بتحليل المؤشرات والبيانات بشكل معمق.

- **مصدر حركة المرور:** تحقق من المصدر الذي يحدث فيه انخفاض حركة المرور (مثل البحث العضوي، المباشر، أو الإحالات).
- **سلوك المستخدم:** انظر إلى متوسط مدة الجلسة، معدل الارتداد، وعدد الصفحات التي تمت مشاهدتها لكل جلسة لفهم تفاعل المستخدمين.
- **معدل التحويل:** قيم الأهداف ومسارات التحويل لتحديد المرحلة التي يتخلى فيها المستخدمون عن العملية.
- **مثال:** إذا كان معدل الارتداد مرتفعاً، تحقق من الصفحات ذات معدل الارتداد الأعلى وانظر إذا كانت تقدم محتوى ملائماً.

# قياس نجاح المقالة باستخدام Google Analytics



MT3.2\_4





مراجعة - ملخص والأسئلة والأجوبة

# ملخص التعديل

## ملخص النقاط الرئيسية

- مقدمة في إنشاء المحتوى الرقمي:
  - تعريف إنشاء المحتوى: يتضمن إنشاء محتوى إنتاج نصوص وصور ووسائط فيديو عالية الجودة لجذب الجمهور.
  - الأدوات الرئيسية: تم مناقشة مجموعة متنوعة من الأدوات مثل Google Docs للنصوص و Canva/Photoshop للصور و iMovie/Adobe Premiere Pro للفيديو لإنشاء المحتوى الرقمي.
- المنصات التعاونية والأدوات السحابية:
  - التعاون السحابي: تسهل المنصات السحابية مثل Google Drive و Dropbox التعاون في الوقت الحقيقي ومشاركة الوثائق بشكل فعال.
  - التحديثات الفورية: تساعد الأدوات التعاونية الفرق على العمل معًا عن بُعد من خلال ميزات مثل التحكم في الإصدارات وتحديث الملفات الفوري.
- إنشاء محتوى الوسائط الرقمية:
  - استخدام أنواع متعددة من الوسائط: يضمن دمج النصوص والصور والفيديو حملات رقمية ديناميكية وشاملة.
  - لعبة الدور الإبداعية: تعلم المشاركون كيفية محاكاة السيناريوهات الواقعية من خلال إنشاء حملات تسويق رقمي باستخدام أدوات معيارية في الصناعة.
- تقييم المحتوى الرقمي:
  - تحليلات Google: فهم كيفية تقييم أداء المحتوى باستخدام مقاييس رئيسية مثل حركة المرور، ومعدل الارتداد، ومدة البقاء على الصفحة، والتحويلات.
  - دراسة حالة: قمنا بتحليل أداء مقال مدونة، مع التركيز على كيفية تحسين التفاعل والتحويلات بناءً على بيانات التحليلات.
- الاستنتاج النهائي: تشمل الكفاءة الرقمية إنشاء المحتوى والتعاون وتقييمه باستخدام مجموعة متنوعة من الأدوات، مع ضمان التحسين المستمر والتطوير.

## إختبار التأمل الفردي



MT3.2\_5



## 3.2.3 المنصات التعاونية والأدوات السحابية



ما هي المنصات التعاونية :

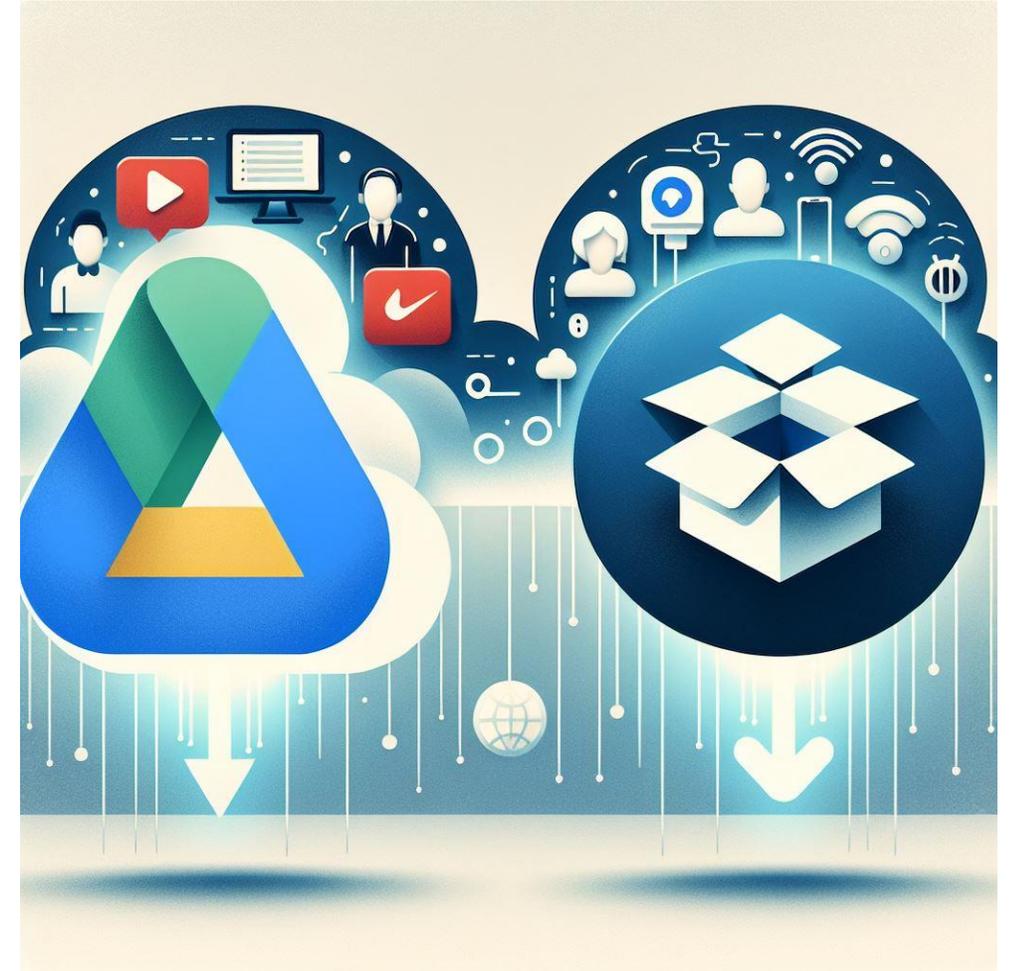
هي أدوات تمكّن الفرق من التعاون في الوقت الحقيقي أو بشكل غير متزامن باستخدام تقنية السحابة.

• أمثلة:

- Google Drive
- Dropbox

المميزات الرئيسية:

- التعاون الفوري على الوثائق.
- الوصول إلى الملفات ومشاركتها عن بُعد.
- التحكم في الإصدارات لتتبع التغييرات والتحديثات.
- الأهمية: تزيد من الإنتاجية وتتيح العمل عن بُعد عبر مواقع مختلفة.

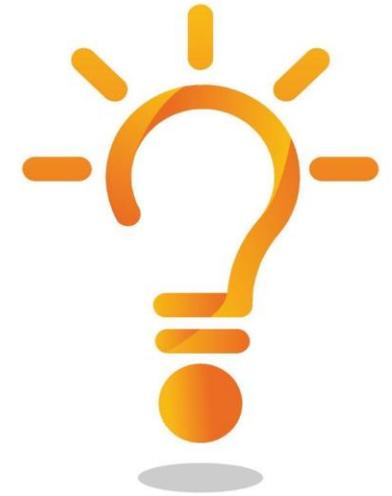


✓المهارات اللازمة لإنشاء المحتوى الرقمي:

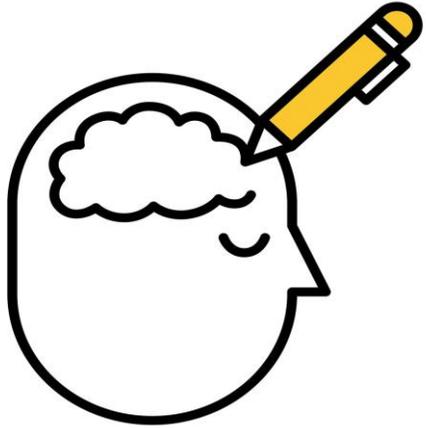
✓إنشاء المحتوى: استخدام أدوات مثل Google Docs وCanva وAdobe لإنشاء النصوص والصور والفيديوهات.

✓التعاون السحابي: العمل الجماعي في الوقت الحقيقي عبر Google Drive وDropbox.

✓التحليلات: قياس فعالية المحتوى باستخدام أدوات مثل Google Analytics.



هل لديكم أية أسئلة ؟



ماذا ستحتفظ به من تدريب اليوم؟

# التدريب التقني



## قائمة المراجع

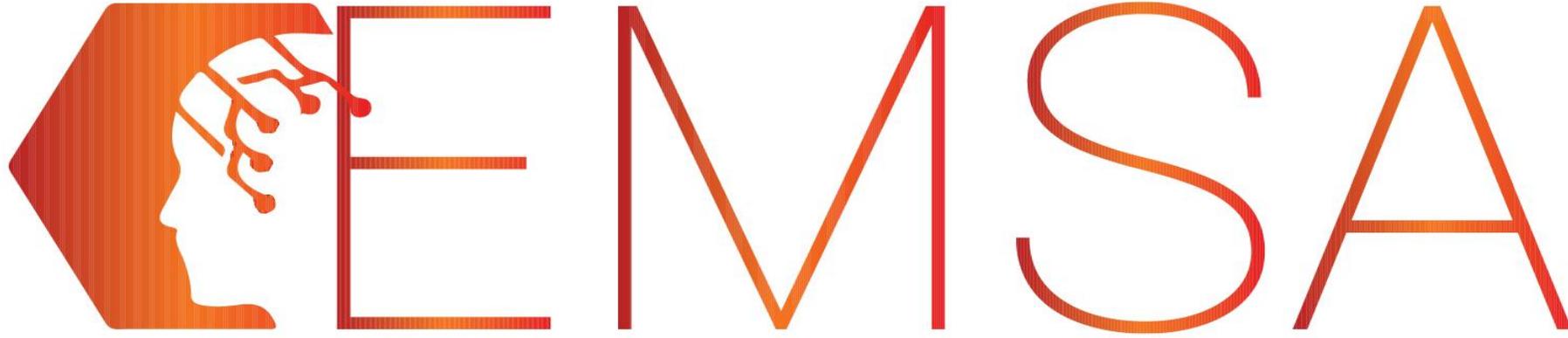
المهارات والقدرات لاستخدام والوصول إلى وتصنيف وتقييم ومشاركة المحتوى الرقمي:

- Smith, J.** (2018). *The Social Media Content Strategy Workbook: How to Plan Your Own Content in 30 Minutes or Less*. CreateSpace Independent Publishing Platform.  
Available at: [Amazon Link](#)
- 6. Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A.** (2016). *Deep Learning*. MIT Press.  
Available at: MIT Press
- 7. Kaplan, A. M., & Haenlein, M.** (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.  
Available at: [ScienceDirect](#)
- 8. Mayfield, A.** (2008). *What is Social Media?* iCrossing.  
Available at: [iCrossing PDF](#)
- 9. Rose, S., Spinks, N., & Canhoto, A.** (2015). *Management Research: Applying the Principles*. Routledge.  
Available at: [Amazon Link](#)

## قائمة الموارد المقترحة للتعلم الذاتي:

2. المهارات والقدرات لاستخدام والوصول إلى وتصنيف وتقييم ومشاركة المحتوى الرقمي

- LinkedIn التعليمي : أدوات واستراتيجيات إنشاء المحتوى  
متاح على: LinkedIn Learning
- "استراتيجية المحتوى للويب" – كريستينا هالفورسون  
متاح على: [Amazon Link](#)
- "فن وسائل التواصل الاجتماعي: نصائح قوية للمستخدمين الفاعلين" – غاي كاواساكي  
متاح على: [Amazon Link](#)
- Canva: تعلم تصميم الجرافيك  
متاح على: Canva
- أكاديمية Google Analytics: أساسيات التحليلات الرقمية  
متاح على: أكاديمية Google Analytics



Entrepreneurial Mindset and Key Skills for All

شكراً.



Co-funded by  
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.