



Jordan Youth Innovation Forum
الملتقى الأردني للإبداع الشبابي



الرقمنة

الملتقى الأردني للأبداع الشبابي

المدة 6.5 ساعات



Co-funded by
the European Union

بتمويل من الاتحاد الأوروبي. مع ذلك، فإن الآراء والوجهات النظر الواردة هنا هي آراء المؤلفين فقط، ولا تعكس بالضرورة آراء الاتحاد الأوروبي أو الوكالة التنفيذية الأوروبية للتعليم والثقافة (EACEA). ولا يتحمل الاتحاد الأوروبي ولا الوكالة التنفيذية الأوروبية للتعليم والثقافة أي مسؤولية عنها..

المنظم

 **MMC** Mediterranean
Management Centre



الشركاء



Jordan Youth Innovation Forum
الملتقى الأردني للإبداع الشبابي

تفاصيل المشروع

العنوان : " التطوير المشترك، والتجريب، و التحقق من مناهج التدريب والمواد التدريبية لتنمية العقلية الريادية والمهارات الأساسية في الدول الثالثة "

الاختصار : EMSA (العقلية الريادية والمهارات للجميع)

رقم الاتفاقية: 101092477 – EMSA – ERASMUS-EDU-2022-CB-VET

البرنامج : إيراسموس+ لبناء القدرات في مجال التعليم والتدريب المهني (VET)

دعوة لتقديم المقترحات : ERASMUS-EDU-2022-CB-VET

تاريخ البدء: 01.01.2023

تاريخ الانتهاء: 31.12.2025

المبادئ العامة والآليات والمنطق الأساسي وراء تطور التقنيات الرقمية الهدف من التدريب



يهدف هذا التدريب إلى تزويد المشاركين بفهم واضح للتقنيات الرقمية وكيفية عملها. من خلال الأنشطة العملية ودراسات الحالة، سيتعلمون تطبيق المبادئ الرقمية والبقاء على اطلاع على الاتجاهات الناشئة. بنهاية التدريب، سيكون المشاركون قادرين على استخدام الأدوات الرقمية بثقة واتخاذ قرارات مدروسة لتنفيذ الحلول الرقمية في مشاريعهم.

من حيث المعرفة:

- تعريف الرقمنة وتحديد التقنيات الرقمية المتطورة.

من حيث المهارات:

- تحليل وتطبيق تقنيات إدارة المعلومات الرقمية لاسترجاع البيانات من مصادر موثوقة.

- إظهار الفهم من خلال الالتزام بالمبادئ العامة والآليات الخاصة بالتقنيات الرقمية.

- تقييم واحترام المنطق الكامن وراء تقييم التقنيات الرقمية.

من حيث المواقف:

- احترام اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) ومعايير

- حماية البيانات والأخلاقيات عند استخدام التقنيات الرقمية.

- إظهار الثقة في ممارسة آداب السلوك الرقمي أثناء

- التفاعلات الرقمية.

- تطبيق استراتيجيات لحماية النفس والآخرين من التهديدات

- والمخاطر الإلكترونية.

المبادئ العامة والآليات الخاصة بالتقنيات
الرقمية الناشئة

نتائج التعلم

ERF: The European Reference Framework (Key Competences for Lifelong Learning)



الكفاءة الرقمية هي القدرة على استخدام التقنيات الرقمية بثقة ومسؤولية في السياقات الشخصية والمهنية. سيغطي هذا البرنامج التدريبي هذا المبدأ وآليات الرقمنة، مع التركيز على حماية البيانات والامتثال للائحة العامة لحماية البيانات GDPR.

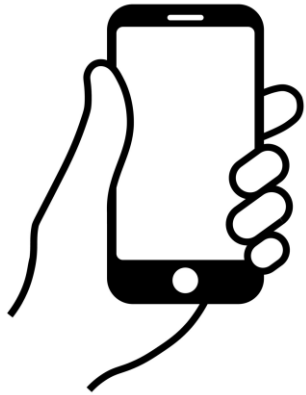
سيستكشف المشاركون المشهد الرقمي المتطور ويتعلمون تطبيق مهارات إدارة البيانات لضمان السلامة والدقة والاستخدام الأخلاقي.

**ما هي الكفاءة في الإطار الأوروبي
المرجعي التي يتناولها تدريبنا؟**

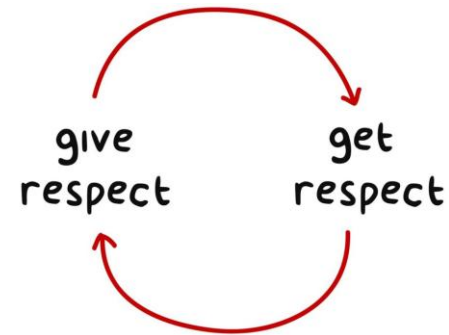
خريطة مسار التدريب



قواعد التدريبات



Participation

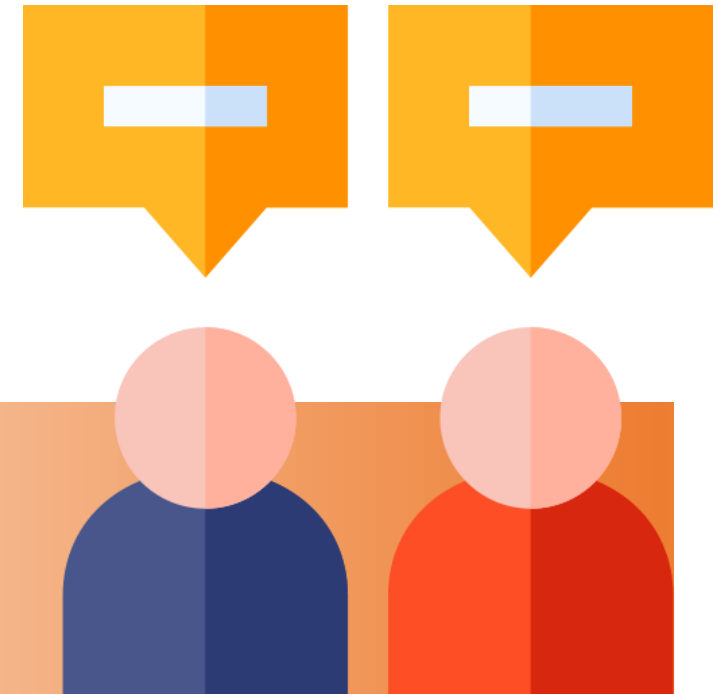


YOUR
OPINION
MATTERS



عرض رقمي وتوضيح





مقدمة:

لنتعرف على بعضنا البعض

"التكنولوجيا تكون في أفضل حالاتها عندما توحد الناس."
مات مولينو، مؤسس ووردبيريس

مقدمة في الرقمنة

مقدمة في التحول الرقمي

تعريف الرقمنة :

تشير الرقمنة إلى دمج التقنيات الرقمية في العمليات والأنشطة اليومية، مما يؤدي إلى تغيير طريقة عمل الشركات والحكومات والأفراد. فهي تتضمن تحويل المعلومات إلى تنسيق رقمي، وتحسين سير العمل، وتمكين طرق جديدة للتواصل وتقديم الخدمات. ولا تقتصر الرقمنة على مجرد تحويل البيانات إلى شكل رقمي، بل تعيد تشكيل نماذج الأعمال والقطاعات الاقتصادية والوظائف المجتمعية بالكامل، مستفيدة من قوة التقنيات الرقمية لخلق القيمة، وتحسين الكفاءة، وتعزيز التجارب.



•

-

●

-

-

-

الموضوع الثاني: المهارات والقدرة على استخدام، والوصول إلى،
وتصفية، وتقييم، ومشاركة المحتوى الرقمي

خريطة الطريق للموضوع 2:



“المحتوى هو الأساس, ولكن السياق من يحدد قيمته”

(غاري فاينرتشوك)

مقدمة في إنشاء المحتوى الرقمي

- ما هو إنشاء المحتوى الرقمي؟
- هو عملية إنتاج وتطوير الوسائط الرقمية مثل النصوص، الصور، الصوت، الفيديو، والعناصر التفاعلية.
- تعد هذه العملية ضرورية في التسويق، والتعليم، والتفاعل عبر الإنترنت
- أنواع المحتوى الرقمي:
- النصوص: المدونات، المقالات، النشرات الإخبارية.
- الصور: الإنفوجرافيك، الصور.
- الفيديو: الدروس التعليمية، الإعلانات.
- الصوت: البودكاست، المقابلات.
- التفاعلي: الاستطلاعات، الاختبارات.



مقدمة في إنشاء المحتوى الرقمي

- الأهمية:
- التفاعل: يجذب ويحتفظ باهتمام الجمهور.
- الانتشار: يوسع وجودك على الإنترنت.
- العلامة التجارية: يؤسس هوية وصوت العلامة التجارية.
- تحسين محركات البحث (SEO): يحسن الرؤية على الإنترنت.



مقدمة في إنشاء المحتوى الرقمي - الأدوات

- الأدوات والاتجاهات في إنشاء المحتوى الرقمي
الأدوات الشهيرة:
- الرسومات: كانفا، أدوبي فوتوشوب.
- الفيديو: أدوبي بريمر برو، آي موفي.
- الصوت: أوداسيتي، أدوبي أوديشن.
- النصوص: مستندات جوجل، مايكروسوفت وورد.
- الويب: ووردبريس، سكوير سبيس.



مقدمة في إنشاء المحتوى الرقمي - الخطوات

- خطوات إنشاء المحتوى:
- توليد الأفكار: تبادل الأفكار واختيار المواضيع.
- تخطيط المحتوى: إنشاء تقويم للمحتوى.
- الإنشاء: استخدام الأدوات لإنتاج المحتوى.
- التحرير: تحسين المحتوى وتنقيحه.
- النشر: توزيع المحتوى عبر المنصات المختلفة.



مقدمة في إنشاء المحتوى الرقمي – المحتوى الرائج

- المحتوى الرائج:
- الفيديو والبث المباشر: تزايد الطلب على التفاعل الفوري.
- المحتوى الذي ينشئه المستخدمون: العلامات التجارية.
- المحتوى القصير: شائع على تيك توك وإنستجرام.



3.2.1: المنصات التعاونية والسحابة

التعاون المعتمد على السحابة وفوائده



- جوجل درايف:
 - مشاركة الملفات: رفع الملفات، تعديل صلاحيات المشاركة (عرض، تعديل، تعليق).
 - التعاون في الوقت الفعلي: يمكن للعديد من المستخدمين تعديل المستند في نفس الوقت.
 - مثال: الفرق التي تعمل على اقتراح معًا.
- دروبوكس:
 - مشاركة الملفات الكبيرة: رفع الملفات، المشاركة عبر الروابط، دعوة المتعاونين.
 - مزامنة الملفات: يضمن أن يكون لدى الجميع النسخة الأحدث، مع ميزات التحكم في الوصول.
 - مثال: مشاركة الملفات التعاونية لمشاريع الوسائط.

المنصات التعاونية باستخدام جوجل درايف أو دروبوكس



المنصات التعاونية باستخدام جوجل درايف أو دروبوكس



3.2.2 إنشاء محتوى الوسائط الرقمية

3.2.2 إنشاء محتوى الوسائط الرقمية

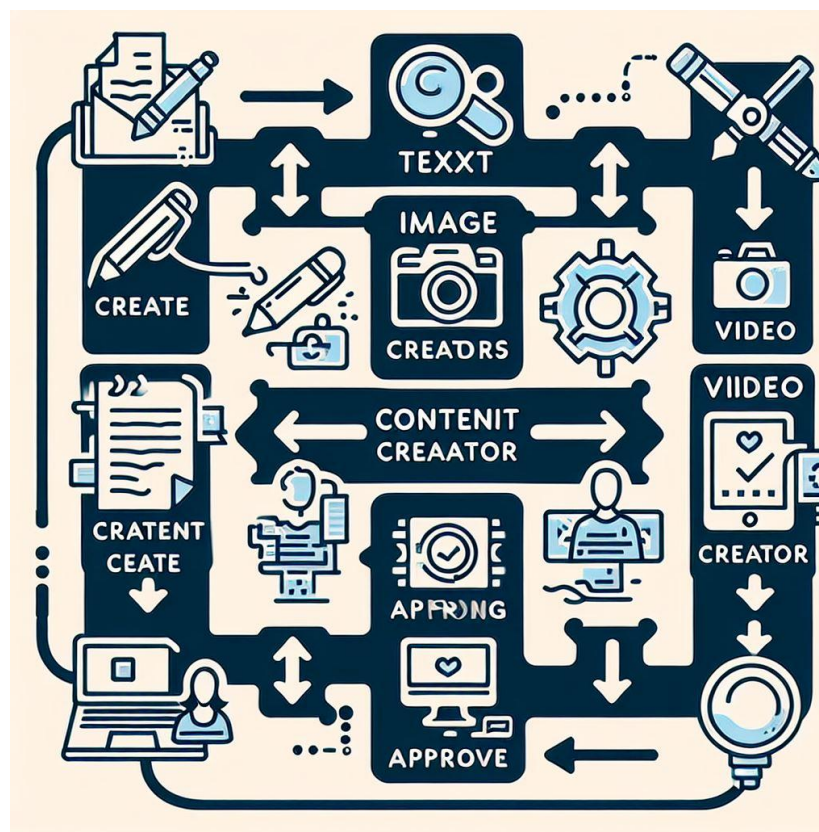
- **التعريف:**
محتوى الوسائط الرقمية يشمل أي نوع من الوسائط (النصوص، الصور، الفيديو) التي يتم إنشاؤها ومشاركتها عبر الإنترنت للتفاعل مع الجمهور.
- **أنواع الوسائط الرقمية:**
 - **النصوص:** المدونات، المقالات، منشورات وسائل التواصل الاجتماعي.
 - **الصور:** الإنفوجرافيك، الصور، الرسوم التوضيحية.
 - **الفيديو:** مقاطع الشرح، الدروس التعليمية، مقاطع الفيديو الترويجية.
- **أدوات إنشاء النصوص:**
مستندات جوجل، مايكروسوفت وورد، أو أنظمة إدارة المحتوى (مثل ووردبريس).
- **أدوات إنشاء الصور:**
كانفا، أدوبي فوتوشوب، إليستريتور.
- **أدوات إنشاء الفيديو:**
أدوبي بريمير برو، آي موفي، فاينال كت برو.



إنشاء محتوى الوسائط لحملة تسويق رقمي



MT3.2_2



النقاط الرئيسية في إنشاء الوسائط الرقمية

- **التفاعل: جذب انتباه جمهورك والحفاظ عليه**
- **الجودة هي المفتاح:**
محتوى الوسائط الرقمية عالي الجودة يجذب الجمهور من خلال كونه معلوماتيًا، جذابًا بصريًا، وقابلًا للتواصل.
- **النصوص: النصوص المكتوبة جيدًا والموجزة تجذب الانتباه، تقدم قيمة، وتشجع القارئ على اتخاذ إجراء.**
استخدم العناوين، عبارات الدعوة إلى العمل، والصيغ سهلة القراءة لتعزيز التفاعل.
- **الصور: المحتوى المرئي مثل الصور، الانفوجرافيك، والميمز يُشترك به أكثر من النصوص فقط. يجب أن تكون الصور جذابة بصريًا، ذات صلة، ومفيدة.**
- **الفيديو: المحتوى الفيديوي هو أحد أكثر أشكال الوسائط جذبًا للتفاعل. سواء كان فيديو توضيحي قصير أو عرض منتج، يجذب المحتوى الفيديوي الانتباه بسرعة ويشجع المستخدمين على البقاء متفاعلين لفترة أطول.**

النقاط الرئيسية في إنشاء الوسائط الرقمي

• تخصيص المحتوى للجمهور:

معرفة جمهورك أمر أساسي لإنشاء محتوى جذاب. يجب أخذ البيانات الديموغرافية، التفضيلات، واستخدام المنصات بعين الاعتبار لتحديد نبرة، صيغة، وأسلوب المحتوى الخاص بك.

مثال: قد يتفاعل الجمهور الأصغر سنًا بشكل أكبر مع مقاطع الفيديو القصيرة (مثل تيك توك)، بينما قد يفضل الجمهور المهني المقالات الطويلة أو الأوراق البحثية المتعمقة.



Key Takeaways on Digital Media Creation

• إبداع: دمج أنواع الوسائط المختلفة لتحقيق أقصى تأثير

• النصوص + الوسائط البصرية:

دمج النصوص مع الوسائط البصرية يزيد من التفاعل من خلال توفير المعلومات والاهتمام البصري في نفس الوقت. على سبيل المثال، يمكن أن يعزز الجمع بين منشور مدونة وإنفوجرافيك الفهم والاحتفاظ بالمعلومات.

• مثال: يمكن أن يتضمن منشور مدونة عن منتج ما جدول مقارنة أو إنفوجرافيك لتمثيل ميزاته وفوائده بصرياً.

• الفيديو + النصوص:

إضافة النصوص إلى مقاطع الفيديو، مثل الترجمات أو النصوص على الشاشة، يجعل الفيديوهات أكثر وصولاً لجمهور أوسع، بما في ذلك أولئك الذين يشاهدون بدون صوت.

• مثال: يمكن مشاركة فيديو ترويجي مع ترجمات على وسائل التواصل الاجتماعي حيث قد لا يكون الصوت مفعلاً دائماً، مما يزيد من الوصول وإمكانية الوصول.



نشاط المجموعات – ما هو الإعلان الأفضل ولماذا ؟



1

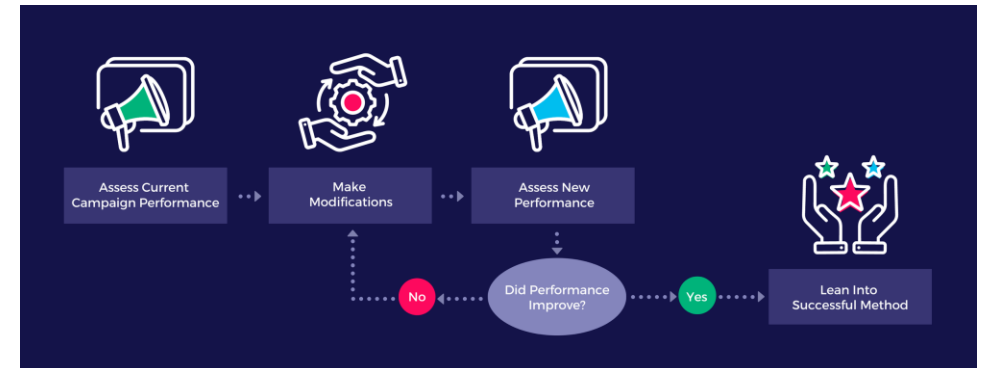
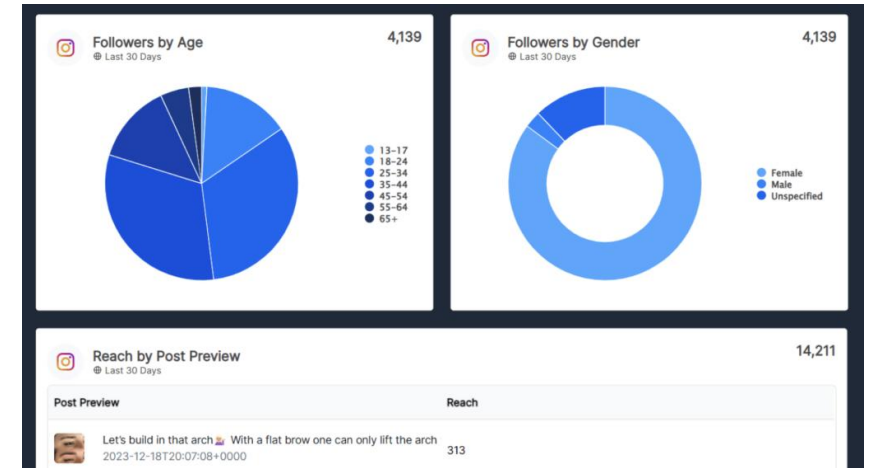


2

3.2.3 تقييم المحتوى الرقمي

3.2.3 تقييم المحتوى الرقمي

- **التعريف:**
تقييم المحتوى الرقمي هو عملية تقييم مدى نجاح المحتوى في تحقيق الأهداف المرجوة، مثل التفاعل، التحويلات، أو زيادة الوعي بالعلامة التجارية.
- **الأهمية:**
- **رؤى الأداء:** يساعد في تحديد المحتوى الذي يتفاعل معه جمهورك ويحفز التفاعل.
- **التحسين:** يسمح بالتحسين المستمر للمحتوى استنادًا إلى بيانات الأداء.
- **قياس العائد على الاستثمار (ROI):** يمكنك من فهم العائد على الاستثمار من جهود التسويق عبر المحتوى.



أدوات تقييم المحتوى الرقمي

- **جوجل أناليتكس:** أداة قوية تتعقب نشاط المستخدمين على المواقع الإلكترونية، مما يساعدك على قياس التفاعل، مصادر الزيارات، والتحويلات.
- **الميزات الرئيسية:**
 - **بيانات الزيارات:** تتعقب عدد الزوار، مشاهدات الصفحات، وجلسات المستخدمين.
 - **سلوك المستخدم:** تراقب كيفية تفاعل المستخدمين مع موقعك الإلكتروني (مثل معدل الارتداد، الوقت الذي يقضونه في الصفحة).
 - **التحويلات:** تقيس الأهداف مثل إرسال النماذج، المشتريات، أو التسجيلات.
- **أدوات التحليلات الأخرى:**
 - **رؤى وسائل التواصل الاجتماعي:** أدوات التحليل المدمجة في منصات مثل فيسبوك، إنستجرام، ولينكد إن لقياس الإعجابات، المشاركات، التعليقات، والوصول.
 - **أدوات تحسين محركات البحث (SEO):** أدوات مثل SEMRush وAhrefs تقدم رؤى حول أداء محتواك من منظور تحسين محركات البحث.

أدوات لتقييم المحتوى الرقمي

- المقاييس التي يجب تتبعها عند تقييم المحتوى
- مقاييس التفاعل:
- مشاهدات الصفحات: عدد مرات عرض الصفحة.
- معدل الارتداد: نسبة الزوار الذين يغادرون بعد مشاهدة صفحة واحدة.
- متوسط مدة الجلسة: المدة التي يبقى فيها المستخدمون على الموقع.
- مقاييس التحويل:
- إتمام الأهداف: الإجراءات التي يتم اتخاذها على موقعك، مثل تعبئة نموذج أو إجراء عملية شراء.
- معدل التحويل: نسبة الزوار الذين يقومون بإجراء العمل المطلوب.
- مقاييس الحركة:
- حركة الإحالة: الحركة القادمة من مواقع أخرى أو وسائل التواصل الاجتماعي.
- الحركة العضوية: الزوار الذين يصلون من محركات البحث.

حل المشكلات في المحتوى الرقمي

• 1 تحديد المشكلة:

الخطوة 1: تحديد المشكلة في بياناتك.

- انخفاض الحركة: انخفاض ملحوظ في عدد الزوار على الموقع.
- معدلات الارتداد العالية: مغادرة الزوار بعد مشاهدة صفحة واحدة فقط.
- انخفاض التحويلات: قلة الأشخاص الذين يكملون الإجراءات المطلوبة (مثل التسجيلات، أو الشراء).
- مثال: إذا انخفضت الحركة فجأة، حدد أولاً ما إذا كان الانخفاض من مصدر معين مثل البحث العضوي أو وسائل التواصل الاجتماعي.

• 2. تحليل البيانات:

الخطوة 2: إجراء تحليل عميق للمقاييس والبيانات المحددة.

- مصدر الحركة: تحقق من مكان حدوث انخفاض الحركة (عضوي، مباشر، إحالة).
- سلوك المستخدم: انظر إلى متوسط مدة الجلسة، معدل الارتداد، وعدد الصفحات المعروضة لكل جلسة لفهم تفاعل المستخدم.
- معدل التحويل: تقييم الأهداف ومسارات القمع لتحديد الخطوة التي يغادر فيها المستخدمون العملية.
- مثال: إذا كان معدل الارتداد مرتفعاً، تحقق من الصفحات التي تحتوي على أعلى معدلات ارتداد وتأكد من أنها تقدم محتوى ذا صلة.

حل المشاكل الرقمية

- التحقيق في الأسباب:

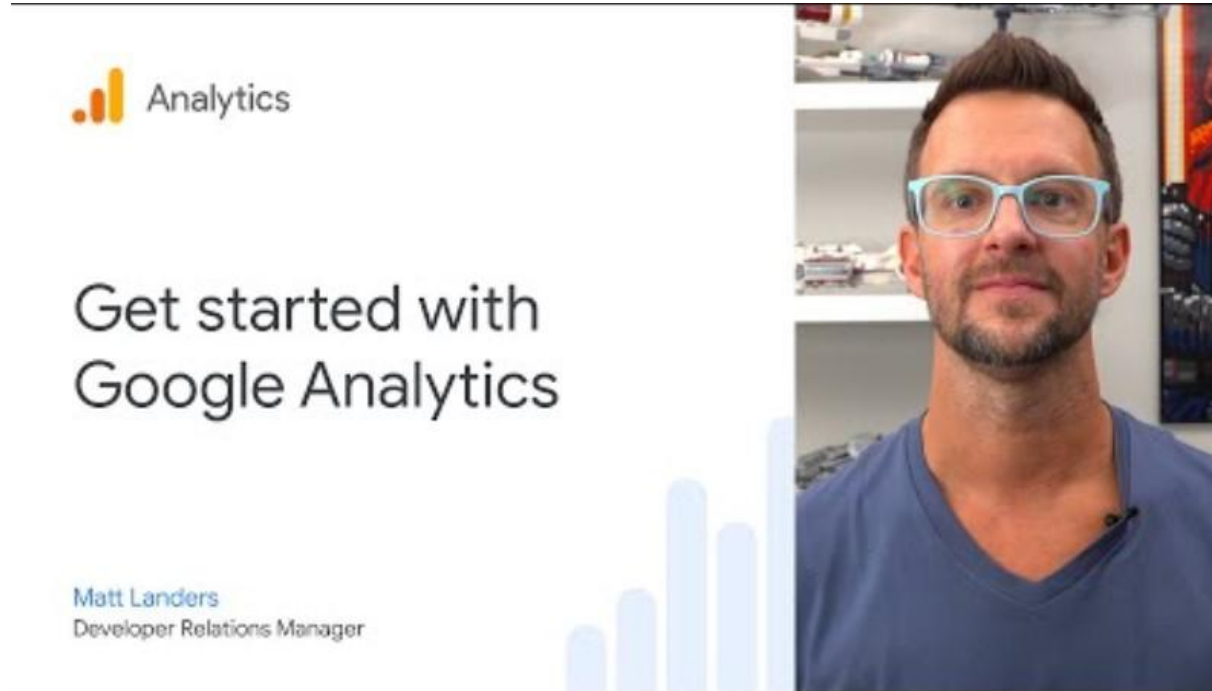
الخطوة 3: البحث عن الأسباب المحتملة للمشكلة.

- **مشاكل فنية:** تحقق مما إذا كانت هناك روابط معطلة، أو أوقات تحميل بطيئة للصفحات، أو أكواد تتبّع غير صحيحة.
- **ملاءمة المحتوى:** تأكد من أن المحتوى يتناسب مع ما يتوقعه المستخدمون استنادًا إلى الكلمات الرئيسية أو مصادر الإحالة.
- **تغيرات في مصادر الحركة:** تحقق مما إذا كانت هناك تغييرات في مصادر الحركة (مثل تحديثات الخوارزميات التي تؤثر على حركة البحث) تسببت في المشكلة.
- **مثال:** إذا كان المستخدمون يتوقفون عند خطوة معينة في عملية التحويل، قد يكون ذلك بسبب دعوة إلى اتخاذ إجراء غير واضحة أو نموذج معطل.
- **4. تطبيق الحلول:**

الخطوة 4: تنفيذ الحلول بناءً على ما وجدته.

- **إصلاحات فنية:** تأكد من تحميل الصفحات بسرعة، وثبتت أكواد التتبع بشكل صحيح، وعدم وجود روابط معطلة.
- **تحسين المحتوى:** تحسين محتوى الصفحة لتلبية نية المستخدم بشكل أفضل أو الكلمات الرئيسية التي تجذب الحركة.
- **اختبار A/B:** جرب صفحات هبوط مختلفة، دعوات إلى اتخاذ إجراء، أو أماكن وضع النماذج لتحسين التحويلات.
- **مثال:** إذا كانت معدلات التحويل منخفضة، قم بتحسين دعوة اتخاذ الإجراءات وجرب أماكن وألوان أزرار التسجيل المختلفة.

قياس نجاح منشور مدونة باستخدام جوجل أناليتكس





ملخص و مراجعه عن طرق الاسئله

المخلص العام

- ملخص النقاط الرئيسية
- مقدمة في إنشاء المحتوى الرقمي:
- تعريف إنشاء المحتوى: يتضمن إنشاء المحتوى إنتاج نصوص، صور، وفيديوهات عالية الجودة للتفاعل مع الجمهور.
- الأدوات الرئيسية: ناقشنا أدوات متعددة مثل جوجل دوكس (للنصوص)، كانفا/فوتوشوب (للصور)، وآي موفي/أدوبي بريمر برو (للفيديو) لإنشاء المحتوى الرقمي.
- المنصات التعاونية والأدوات المستندة إلى السحابة:
- التعاون السحابي: تسهل المنصات السحابية مثل جوجل درايف ودروبوكس التعاون في الوقت الفعلي ومشاركة الوثائق بكفاءة.
- التحديثات في الوقت الفعلي: تساعد أدوات التعاون الفرق على العمل معًا عن بُعد مع ميزات مثل التحكم في الإصدارات وتحديثات الملفات الفورية..

المخلص العام

- إنشاء محتوى الوسائط الرقمية:
- استخدام أنواع متعددة من الوسائط: دمج النصوص، الصور، الفيديو يضمن حملة رقمية ديناميكية ومتوازنة.
- التقليد الإبداعي: تعلم المشاركون كيفية محاكاة السيناريوهات الواقعية من خلال إنشاء حملات تسويق رقمية باستخدام أدوات معتمدة في الصناعة.
- تقييم المحتوى الرقمي:
- جوجل أناليتكس: فهم كيفية تقييم أداء المحتوى باستخدام المقاييس الرئيسية مثل الحركة، معدل الارتداد، الوقت على الصفحة، والتحويلات.
- دراسة حالة: قمنا بتحليل أداء منشور مدونة، مع التركيز على كيفية تحسين التفاعل والتحويلات بناءً على بيانات التحليلات.
- الاستنتاج النهائي:
- الكفاءة الرقمية تشمل إنشاء المحتوى الرقمي، التعاون، وتقييمه باستخدام مجموعة متنوعة من الأدوات، مما يضمن التحسين المستمر والتطوير

اختبار التأمل الفردي

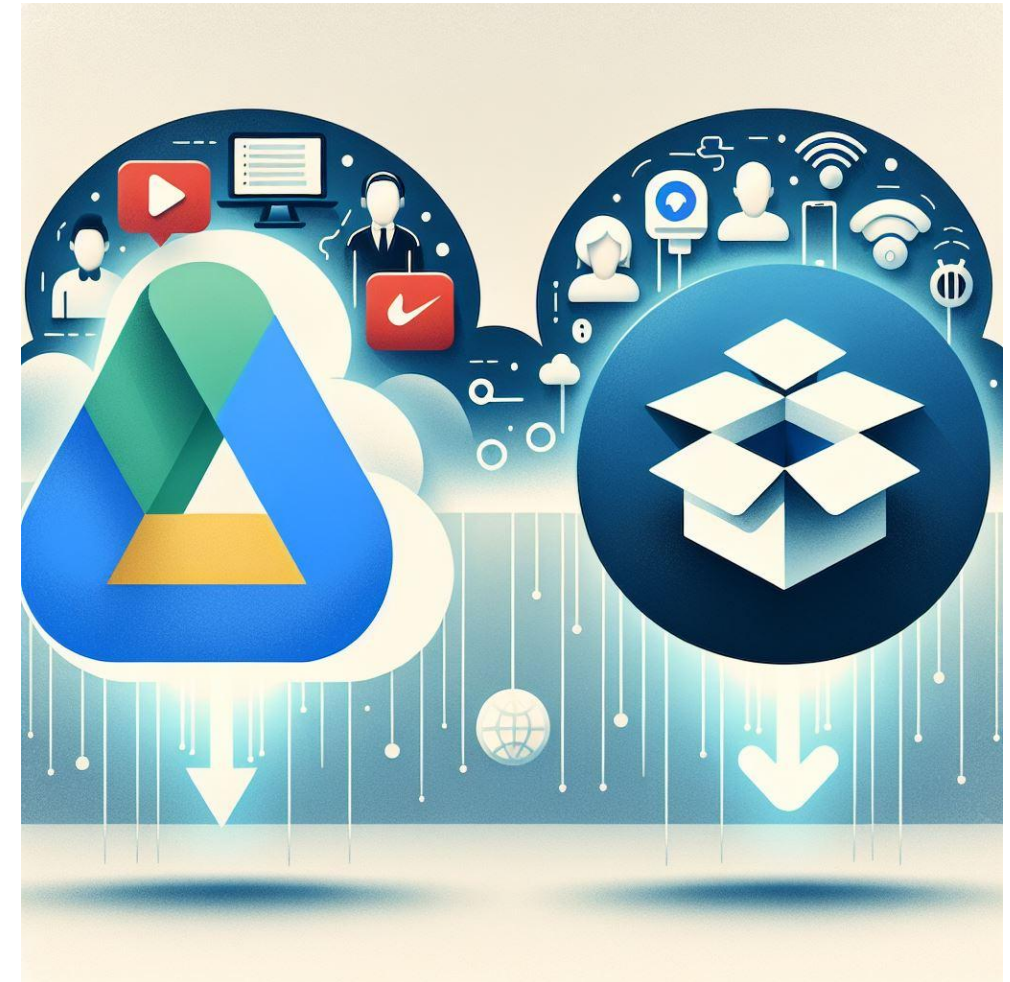


MT3.2_5



3.2.3 المنصات التعاونية والأدوات المستندة إلى السحابة

- ما هي المنصات التعاونية؟
أدوات تمكّن الفرق من التعاون في الوقت الفعلي أو بشكل غير متزامن باستخدام تقنية السحابة.
أمثلة: جوجل درايف، دروبوكس.
- الميزات الرئيسية:
 - التعاون في الوقت الفعلي على المستندات.
 - الوصول إلى الملفات عن بُعد ومشاركتها.
 - التحكم في الإصدارات لتتبع التغييرات والتحديثات.
- الأهمية:
يُزيد من الإنتاجية ويسمح بالعمل عن بُعد عبر مواقع مختلفة.

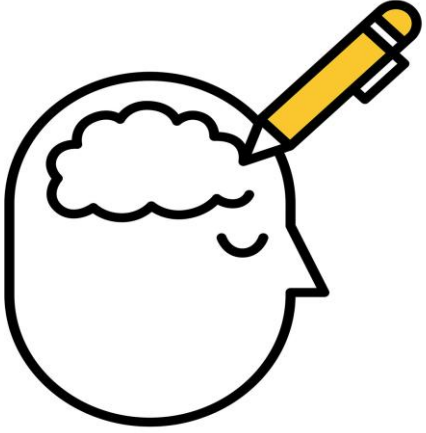


- **المهارات المتعلقة بالمحتوى الرقمي:**

- **إنشاء المحتوى:** استخدام أدوات مثل جوجل دوكس، كانفا، وأدوبي لإنشاء النصوص، الصور، والفيديوهات.
- **التعاون السحابي:** العمل الجماعي في الوقت الفعلي عبر جوجل درايف ودروبوكس.
- **التحليلات:** قياس فعالية المحتوى باستخدام أدوات مثل جوجل أناليتكس.



• هل لديكم أي أسئلة؟



ماذا استفدت من تدريب اليوم؟

تقديم التدريب



لائحة المراجع

Skills and Abilities to Use, Access, Filter, Evaluate, and Share Digital Content

6. **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](#)
7. **Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A.** (2016). *Deep Learning*. MIT Press.
Available at: MIT Press
8. **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](#)
9. **Mayfield, A.** (2008). *What is Social Media?* iCrossing.
Available at: [iCrossing PDF](#)
10. **Rose, S., Spinks, N., & Canhoto, A.** (2015). *Management Research: Applying the Principles*. Routledge.
Available at: [Amazon Link](#)

لائحة مراجع للتعلم الذاتي.

2. Skills and Abilities to Use, Access, Filter, Evaluate, and Share Digital Content

- **LinkedIn Learning:** *Content Creation Tools & Strategies*
Available at: [LinkedIn Learning](#)
- **"Content Strategy for the Web"** – Kristina Halvorson
Available at: [Amazon Link](#)
- **"The Art of Social Media: Power Tips for Power Users"** – Guy Kawasaki
Available at: [Amazon Link](#)
- **Canva:** *Learn Graphic Design*
Available at: Canva
- **Google Analytics Academy:** *Digital Analytics Fundamentals*
Available at: Google Analytics Academy



Entrepreneurial Mindset and Key Skills for All

شكرا لكم!



**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.