



كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية تقدّم

## البرنامج التنفيذي

التسويق الذكي للخدمات الحكومية باستخدام الذكاء الاصطناعي  
« نحو تواصل حكومي مؤثر، قائم على البيانات، وصانع للقيمة العامة »

### التسويق الذكي





” عمل الحكومات لا يقتصر على تقديم الخدمات وتطويرها فحسب، بل في إحداث التغيير في نظم وآليات العمل “

صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم

# مقدّمة البرنامج

في ظل التحول الرقمي المتسارع وتزايد توقعات المتعاملين تجاه جودة الخدمات العامة، لم يعد تسويق الخدمات الحكومية ترفاً إدارياً، بل أصبح أداةً استراتيجية لتعزيز الكفاءة المؤسسية، وبناء الثقة، وتحقيق الأثر المجتمعي المستدام

التسويق الحكومي ليس مقتصرًا على الترويج والإعلام، بل هو علم متكامل يجمع بين التقنية، والابتكار، والبصائر السلوكية، وتحليل البيانات لفهم دوافع الأفراد وتصميم تجارب حكومية أكثر إنسانية وتأثيرًا.

ومن هنا يأتي هذا البرنامج التنفيذي ليوكب التحول نحو التسويق الذكي القائم على الذكاء الاصطناعي، حيث تصبح البيانات أداة للفهم العميق، والتخصيص الذكي، والتواصل الاستباقي، وتعزيز القيم العامة. يركز البرنامج على أحدث الاتجاهات العالمية في:

الاتصال الحكومي الرقمي المتعدد القنوات

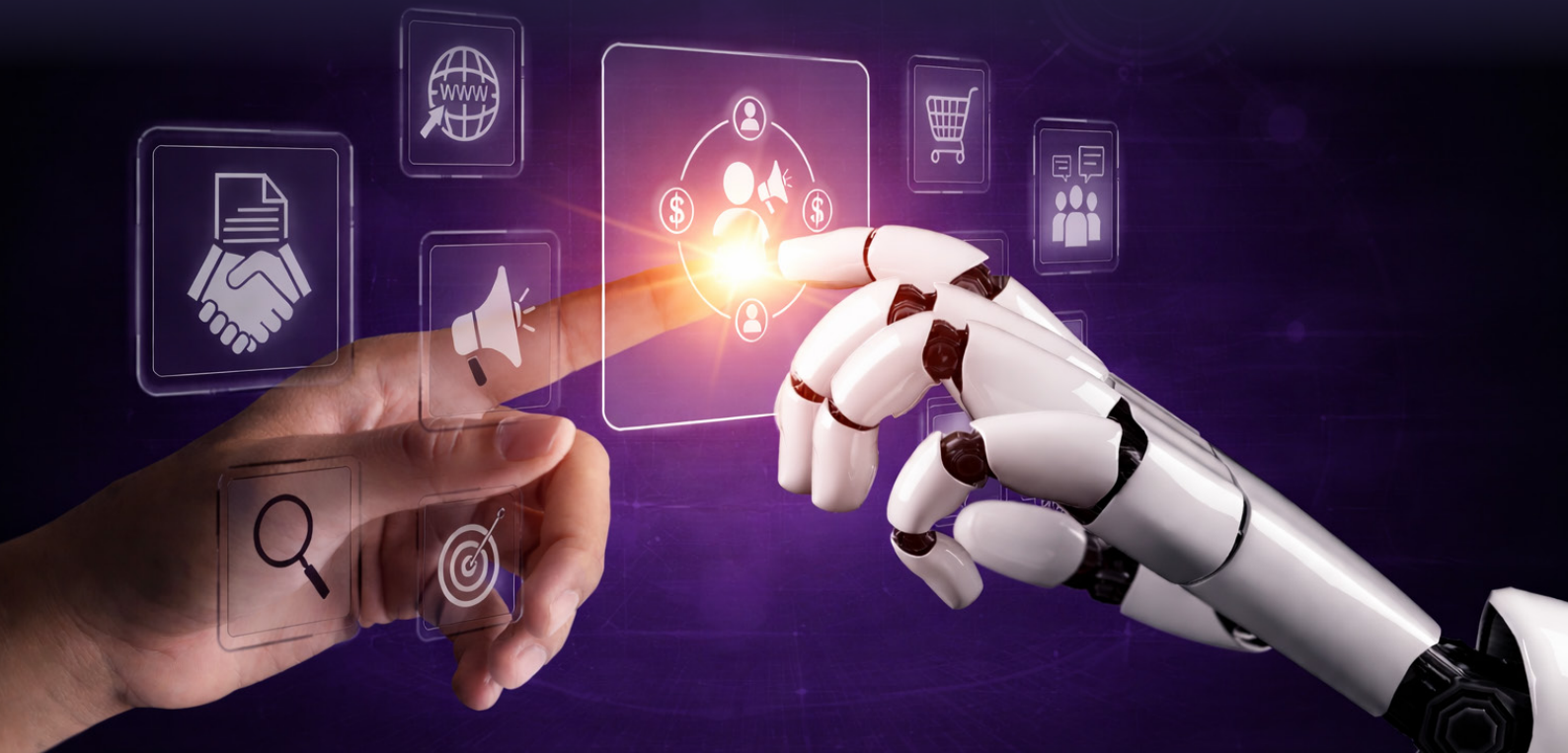
التسويق القائم على البيانات

أخلاقيات البيانات والحكومة الرقمية

التحليل التنبؤي وسلوك المتعاملين

توظيف الذكاء الاصطناعي لتحسين الاستهداف والتفاعل المجتمعي

يهدف البرنامج إلى تمكين القيادات والكوادر الحكومية من تصميم وتنفيذ استراتيجيات تسويق ذكية تركز على البيانات، وتعزز تجربة المتعامل، وتدعم الصورة المؤسسية، وترفع مستوى الثقة في الخدمات الحكومية.



# الأهداف التعليمية للبرنامج

بنهاية هذا الدبلوم، سيكون المشارك قادرًا على:

3



تصميم استراتيجيات تسويق حكومية متكاملة قائمة على نتائج قابلة للقياس.

2



تحليل جمهور المتعاملين باستخدام أدوات البيانات والذكاء الاصطناعي.

1



فهم التحول المفاهيمي في تسويق الخدمات الحكومية في العصر الرقمي.

6



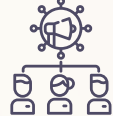
تطبيق تقنيات الأتمتة والتحليل التنبؤي لدعم اتخاذ القرار.

5



توظيف أدوات الاتصال الرقمي والمنصات الذكية في إدارة الحملات الحكومية .

4



تطوير خطاب حكومي مؤثر يعزز الثقة والمصداقية العامة.

8



إعداد خطة تسويقية ذكية متكاملة لخدمة حكومية حقيقية.

7



قياس الأداء التسويقي والعائد المجتمعي للحملات الاتصالية.

# القيمة المضافة للبرنامج



# هيكلية تنفيذ البرنامج

استرشادًا بهيكلية البرامج التنفيذية في الكلية، يتكوّن البرنامج من 120 ساعة تدريبية تُوزَّع على مكوّنات تعلم متكاملة:

## ثانياً: التعلّم الإلكتروني الذاتي

مواد مسجلة عبر منصة التعليم التنفيذي الذكية، تشمل

- الرشاقة المؤسسية
- الوصايا العشر في للإدارة الحكومية

16 ساعة ⌚



## أولاً: التعلّم الوجيه / الإلكتروني الذكي بقيادة مدرّب

- ورش عمل تطبيقية.
- دراسات حالة من الإمارات ودول رائدة.
- محاكاة حملات حكومية.
- استضافة خبراء في الاتصال والذكاء الاصطناعي.

50 ساعة ⌚

## رابعاً: التعلّم الإلكتروني المتخصص

تصميم خطة تسويق ذكي متكاملة لخدمة حكومية تشمل:

- تحليل البيئة والجمهور.
- استخدام أدوات AI في التحليل والاستهداف.
- تصميم استراتيجيات متعددة القنوات.
- وضع مؤشرات قياس الأثر.
- عرض المشروع أمام لجنة تقييم متخصصة.

32 ساعة ⌚



## ثالثاً: التعلّم الذاتي والواجبات المهنية

- مراجعات أديبة في تسويق القطاع العام.
- تحليل حملات حكومية قائمة.
- إعداد تقارير تقييم حملات رقمية.

15 ساعة ⌚

## سادساً: عروض المشاريع

عرض المشاريع أمام لجنة أكاديمية ومهنية وتقديم التغذية الراجعة

5 ساعات ⌚



## خامساً: لقاء قيادي ملهم

حوار مع قائد حكومي أو خبير دولي في التحوّل الرقمي والاتصال المؤسسي

ساعتان ⌚

## المحور الأول

### التحول المفاهيمي في تسويق الخدمات الحكومية

يشهد تسويق الخدمات الحكومية تحولاً جذرياً من كونه نشاطاً إعلامياً تقليدياً إلى كونه أداة استراتيجية لصناعة القيمة العامة وتعزيز الثقة المجتمعية. يستعرض هذا المحور الأسس الفكرية للتسويق الحكومي الحديث، ويبرز دوره في تحقيق الحوكمة الرشيدة، وتحسين تجربة المتعامل، وبناء علاقة مستدامة بين الحكومة والمجتمع

### المحتوى

الفرق بين التسويق التجاري والحكومي

مفهوم القيمة العامة في الخدمات الحكومية Public Value

التسويق كأداة للحكومة الرشيدة

نماذج الإمارات وسنغافورة وإستونيا

## المحور الثاني

### الاستكشاف التحليلي والأنماط السلوكية للمتعاملين

تجاوزت منهجيات استيعاب الجمهور نطاق الافتراضات التقليدية أو القراءات العامة، لترتكز اليوم على ركائز التحليل المتقدم للبصائر السلوكية. يركز هذا المحور على استثمار تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة لسبر أغوار احتياجات المتعاملين، وتشكيل سمات تعريفية دقيقة لهم (Personas) تتيح هندسة تجارب وخدمات مخصصة تتماشى مع التطلعات الحقيقية للمجتمع.

### المحتوى

صياغة النماذج التعريفية Personas في السياق الحكومي

Big Data وتحليل بيانات التفاعل الضخمة

فهم الدوافع النفسية والسلوكية للمتعامل

التنبؤ باحتياجات المتعاملين المستقبلية

## المحور الثالث

### الاتصال الحكومي وبناء الثقة الرقمية

الثقة هي رأس المال الأهم في العمل الحكومي، والاتصال الفعّال هو أدواتها الرئيسية. يتناول هذا المحور كيفية تطوير خطاب حكومي شفاف وإنساني، وإدارة السمعة المؤسسية، والتواصل متعدد القنوات، بما يعزز المصداقية ويحول الرسائل إلى تجارب مؤثرة ومستدامة.

### المحتوى

- | تطوير خطاب حكومي واضح وشفاف
- | إدارة السمعة المؤسسية
- | إدارة الأزمات الاتصالية
- | الثقة كعامل رئيسي في تسويق الخدمات

## المحور الرابع

### التسويق الاجتماعي وتغيير السلوك

يتجاوز التسويق الحكومي حدود الترويج ليصبح أداة لتوجيه السلوك المجتمعي نحو أهداف تنموية إيجابية. يركّز هذا المحور على تصميم حملات تسويقية اجتماعية تستند إلى علم السلوك والاقتصاد السلوكي، بهدف إحداث تغيير ملموس في مجالات مثل الصحة، البيئة، والوعي المجتمعي.

### المحتوى

- | تصميم حملات مؤثرة في مجالات الصحة والسلامة والبيئة
- | أدوات الاقتصاد السلوكي
- | تصميم رسائل تدفع إلى الفعل
- | قياس الأثر المجتمعي

## المحور الخامس

### التسويق الرقمي الذكي متعدد القنوات

في بيئة رقمية متصلة على مدار الساعة، تحتاج الجهات الحكومية إلى استراتيجيات تواصل ذكية ومتكاملة عبر منصات متعددة. يستعرض هذا المحور أدوات التسويق الرقمي، وإدارة الحملات الإلكترونية، وتحليل الأداء الفوري لضمان وصول الرسائل الحكومية إلى الجمهور المناسب في الوقت المناسب.

### المحتوى

إدارة الحملات الرقمية المتكاملة

تحليل الأداء الفوري

تحسين الاستهداف

إدارة الميزانيات بكفاءة

## المحور السادس

### الابتكار والذكاء الاصطناعي في التسويق الحكومي

يمثل الذكاء الاصطناعي اليوم نقلة نوعية في كيفية تصميم الحملات وإدارة التفاعل مع الجمهور. يركّز هذا المحور على الأتمتة، والتخصيص الذكي، واستخدام تقنيات مثل Chatbots والتحليل التنبؤي، بما يعزز كفاءة الاتصال ويزيد من تأثير الحملات الحكومية.

### المحتوى

الأتمتة التسويقية

التحليل التنبؤي

تحسين تجربة المتعامل باستخدام الذكاء الاصطناعي AI

مختبرات الابتكار التسويقي

الاعتبارات الأخلاقية في استخدام البيانات

## المحور السابع

### بناء العلامة الحكومية والهوية المؤسسية

العلامة الحكومية ليست مجرد شعار أو هوية بصرية، بل هي انعكاس للقيم الوطنية والثقة المؤسسية. يركّز هذا المحور على بناء هوية اتصالية متكاملة تعزز الصورة الذهنية الإيجابية، وتدعم المكانة التنافسية للدولة محليًا ودوليًا.

### المحتوى

الهوية المؤسسية الحكومية

إدارة الصورة الذهنية للعلامة الوطنية

العلامة كأداة دبلوماسية ناعمة

الاتساق بين الرسالة والخدمة

دراسة حالة تطبيقية: "Proudly from Dubai"

## المحور الثامن

### التقنيات الناشئة وأخلاقيات البيانات

يتجاوز التسويق الحكومي حدود الترويج ليصبح أداة لتوجيه السلوك المجتمعي نحو أهداف تنموية إيجابية. يركّز هذا المحور على تصميم حملات تسويقية اجتماعية تستند إلى علم السلوك والاقتصاد السلوكي، بهدف إحداث تغيير ملموس في مجالات مثل الصحة، البيئة، والوعي المجتمعي.

### المحتوى

التحليل التنبؤي (معاد)

استخدام الواقع الافتراضي والتقنيات الحديثة في عرض الخدمات

الحكومة الرقمية في الاتصال

حماية الخصوصية

الاستخدام المسؤول للبيانات

## المحور التاسع

### قياس الأداء والعائد المجتمعي

لا تكتمل أي استراتيجية تسويقية دون قياس أثرها الحقيقي. يركّز هذا المحور على تطوير مؤشرات أداء دقيقة، وتحليل فعالية الحملات، وقياس مستوى الثقة العامة والعائد المجتمعي، بما يدعم ثقافة التحسين المستمر واتخاذ القرار المبني على البيانات.

### المحتوى

مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs للتسويق الحكومي

قياس الثقة العامة

تحليل نتائج الحملات الرقمية

إعداد تقارير الأثر

## المحور العاشر

### مختبر التسويق الذكي (Marketing Lab)

يمثل هذا المحور المساحة التطبيقية للدبلوم، حيث ينتقل المشاركون من المعرفة النظرية إلى التنفيذ العملي. من خلال محاكاة حملات حقيقية واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، يتم تصميم خطط تسويقية متكاملة تقدّم حلولاً قابلة للتطبيق في الجهات الحكومية

### المحتوى

محاكاة حملات رقمية

اختبار الرسائل باستخدام A/B Testing

تحليل بيانات فعلية

تطوير نموذج حملة متكاملة باستخدام أدوات AI

## الفئة المستهدفة

- مدراء وموظفو التسويق والاتصال الحكومي.
- مدراء تجربة المتعامل / سعادة المتعاملين.
- مدراء الخدمات الحكومية ومندوبو فرق تطوير الخدمات.
- مدراء المحتوى الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي.
- الموظفون المؤهلون أو الراغبون في استلام أدوار ذات صلة بتسويق الخدمات الحكومية.
- قيادات الصف الثاني المرشحة لأدوار استراتيجية.

## لماذا تلتحق بالبرنامج؟

- شهادة تنفيذية من كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية.
- تطوير مهارات استراتيجية في إدارة الاتصال الحكومي.
- تمكين عملي في الذكاء الاصطناعي والتسويق القائم على البيانات.
- دعم خطط التعاقب الوظيفي والتطوير المؤسسي.
- شبكة علاقات مع قيادات وخبراء حكوميين.





كلية محمد بن راشد  
للإدارة الحكومية  
MOHAMMED BIN RASHID  
SCHOOL OF GOVERNMENT

للاستفسارات يرجى التواصل عبر البريد الإلكتروني  
[execed@mbrsg.ac.ae](mailto:execed@mbrsg.ac.ae)

[mbrsg.ae](http://mbrsg.ae)

تمكين قادة المستقبل  
Empowering Future Leaders



كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية

📍 ذا كورتبارد، الطابق 1 - سيتي ووك، الوصل  
ص. ب. 72229 دبي، الإمارات

+971 4 329 3290 📞