CONCEPT

إدارة الإعلام المرئي والمسموع والإعلام الإلكتروني: برمجة القنوات وجدولة البث والإيرادات

15 – 19 مارس 2027

دبي - فندق خمس نجوم في وسط الأعمال



إدارة الإعلام المرئي والمسموع والإعلام الإلكتروني: برمجة القنوات وجدولة البث والإيرادات

المرجع: 924_21406 **التاريخ:** 15 – 19 مارس 2027 **المكان:** دبي - فندق خمس نجوم في وسط الأعمال **الرسوم:** SAR 19500

مقدمة:

تواجه إدارة الإعلام المرئي والمسموع واقعا جديدا، إذ تتنافس المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية ومنصات الإعلام الإلكتروني على الجمهور نفسه عبر البث الخطي وتطبيقات البث التدفقي وشبكات التواصل والبودكاست، بينما تتوزع عائدات الإعلان وتختبر ثقة الجمهور في المحتوى التحريري كل يوم. تقدم هذه الدورة من كور كونسبت لمديري القنوات والبرامج وغرف الأخبار والمبيعات منهجا عمليا لتحديد تموضع القناة وبناء الخريطة البرامجية وإدارة الإنتاج وتشغيل البث وقياس الجمهور وبيع المساحات الإعلانية وحماية المعايير التحريرية في الأزمات. ويعد المشاركون خطة للبرمجة والتوزيع متعدد المنصات لمؤسسة إعلامية محل دراسة.

أهداف الدورة:

- تقييم نموذج عمل المؤسسة الإعلامية الإلكترونية ومزيج إيراداتها وموقعها التنافسي عبر منصات البث الخطي والمحتوى عند الطلب
- صياغة بيان تموضع القناة وهويتها على الهواء بما يوجه قرارات تكليف البرامج وشرائها
- بناء خريطة برامجية أسبوعية بأساليب تقسيم فترات البث والبث الشريطي وأسلوب الأرجوحة وبرامج الذروة الداعمة والبرمجة المضادة
- تنظيم مسارات العمل في غرفة الأخبار والإنتاج وتشغيل البث لينتقل المحتوى من التكليف إلى الهواء والنشر الرقمي في موعده
- تفسير نسب المشاهدة والحصة والوصول والتحليلات الرقمية لتعديل قرارات البرمجة والتوزيع ومبيعات الإعلان
- إعداد المعايير التحريرية وبروتوكولات تغطية الأزمات وخطة للبرمجة والتوزيع متعدد المنصات لمؤسسة إعلامية

الفئة المستهدفة:

- المديرون المسؤولون عن تشغيل محطة إذاعية أو قناة تلفزيونية أو منصة إعلامية رقمية ونتائجها
- مديرو البرامج والجدولة المسؤولون عن الخريطة الأسبوعية وتكليف الإنتاج والمحتوى المشترى
- مديرو غرف الأخبار والإنتاج المسؤولون عن مسار العمل التحريري وطواقم العمل وجودة المخرجات
- مديرو المنصات الرقمية والتوزيع المسؤولون عن البث التدفقي والتواصل الاجتماعي والبودكاست والموقع الإلكتروني
- مديرو المبيعات الإعلانية المسؤولون عن إيرادات المساحات على الهواء والمنصات الرقمية
- كبار المنتجين المسؤولون عن الفقرات البرامجية والقوالب وفرق المذيعين

محاور الدورة:

اليوم 1: مشهد الإعلام الإلكتروني ونماذج الأعمال واستراتيجية القناة

- خريطة منصات البث الخطي والمحتوى عند الطلب ووسائل التواصل للإذاعة والتلفزيون والمنصات الرقمية
- لوحة نموذج العمل Business Model Canvas للمؤسسات الإعلامية: الإعلان والاشتراكات والترخيص والتمويل العام
- بيان تموضع القناة وملفات شرائح الجمهور المستهدف
- أدوات الهوية على الهواء: فواصل الهوية وصوت المحطة والإعلانات الترويجية ونبرة الخطاب
- بطاقة فحص وضع المؤسسة الإعلامية: خط الأساس للجمهور والإيرادات والإنتاج والسمعة

اليوم 2: استراتيجية البرمجة ونماذج جدولة البث وحقوق المحتوى

- تقسيم اليوم إلى فترات بث: الفترة الصباحية والنهارية وذروة المشاهدة والسهرة واحتياجات جمهور كل فترة
- البث الشريطي اليومي والبرمجة الكتلية والبرمجة الموضوعية في الخريطة الأسبوعية
- البرامج التمهيدية واللاحقة وبرامج الذروة الداعمة وأسلوب الأرجوحة لاستبقاء تدفق الجمهور
- تحليل البرمجة المضادة مقابل خرائط القنوات المنافسة
- شراء المحتوى ونوافذ الحقوق: شروط الترخيص والنطاق الجغرافي والحصرية وعدد مرات الإعادة

اليوم 3: عمليات غرفة الأخبار وتشغيل البث والتوزيع متعدد المنصات

- مسار العمل من التكليف حتى البث: قائمة التسلسل وجدول الإنتاج ومواصفات التسليم
- هيكل مكاتب غرفة الأخبار ودورة الاجتماعات التحريرية ولوحة توزيع المهام الإخبارية
- غرفة التحكم الرئيسية وأتمتة تشغيل البث: قائمة التشغيل ونظام Channel-in-a-Box ونظام إدارة الفواصل الإعلانية
- تبادل جداول البث بصيغة BXF بين أنظمة الفواصل الإعلانية والجدولة والتشغيل
- مصفوفة النشر متعدد المنصات: البث التقليدي والبث التدفقي ومقاطع التواصل الاجتماعي وحلقات البودكاست

اليوم 4: قياس الجمهور وإيرادات الإعلان والثقة التحريرية وتغطية الأزمات

- عملات قياس الجمهور: أجهزة People Meter والمذكرات اليومية ونسبة المشاهدة والحصة والوصول ونقاط GRP
- لوحة التحليلات الرقمية: مرات التشغيل ومعدل الإكمال والتنزيلات والتفاعل الاجتماعي
- بيع المساحات الإعلانية على الهواء والمنصات الرقمية: بطاقة الأسعار وباقات الفواصل وصيغ الرعاية
- ميثاق المعايير التحريرية وسجل التصويبات وإجراء معالجة الشكاوى
- بروتوكول تغطية الأزمات: تصعيد الأحداث العاجلة وبوابة التحقق وتعديل الخريطة البرامجية

اليوم 5: دراسة حالة: خطة البرمجة والتوزيع متعدد المنصات

- موجز المؤسسة محل الدراسة: بيانات الجمهور وأرقام الإيرادات وخرائط المنافسين
- خطة الفريق والمواهب: الأدوار وجدول المناوبات وقائمة المذيعين ومجموعة المتعاونين المستقلين
- مسودة الخريطة البرامجية الأسبوعية بأهداف كل فقرة ومساحات المحتوى المشترى
- تقويم النشر على المنصات ومستهدفات قياس الجمهور لكل قناة
- عرض خطة البرمجة والتوزيع متعدد المنصات ومراجعتها أمام مجلس من المشاركين

المهارات التي ستكتسبها:

- تموضع القناة
- تصميم الخريطة البرامجية
- إدارة حقوق المحتوى
- ضبط مسار الإنتاج
- الإشراف على تشغيل البث
- تفسير نسب المشاهدة
- تخطيط إيرادات الإعلان
- قيادة تغطية الأزمات

لماذا تحضر هذه الدورة:

- العودة بخطة للبرمجة والتوزيع متعدد المنصات مبنية على بيانات جمهور وإيرادات مؤسسة إعلامية محل دراسة
- اتخاذ قرارات الجدولة والتكليف استنادا إلى نسب المشاهدة والحصة وبيانات البث التدفقي بدلا من الحدس
- نقل المحتوى من التكليف إلى الهواء والمنصات الرقمية مع تقليل الفقرات الفائتة والتسليمات المتأخرة
- مقارنة ممارسات إدارة المؤسسات الإعلامية مع نظراء من الإذاعة والتلفزيون والنشر الرقمي والوحدات الإعلامية المؤسسية

الخاتمة:

تحافظ المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية والمنصات الرقمية على جمهورها عندما تدار الاستراتيجية والخريطة البرامجية ومسار العمل والإيرادات بوصفها منظومة واحدة. تنتقل الدورة من مشهد الإعلام الإلكتروني ونماذج الأعمال وتموضع القناة، مرورا باستراتيجيات البرمجة وحقوق المحتوى، إلى غرفة الأخبار وتشغيل البث والنشر متعدد المنصات، ثم قياس الجمهور ومبيعات الإعلان والثقة التحريرية وتغطية الأزمات. ويطبق اليوم الأخير هذه الأساليب على مؤسسة إعلامية محل دراسة، إذ يبني كل مشارك خطة للبرمجة والتوزيع متعدد المنصات ويعرضها للنقاش.