



Foundations of Digital Marketing Strategy

Marketing & Media

Code: 255001



futurecentre.net



Course Introduction

In today's hyper-connected world, a digital presence is no longer optional—it's essential. However, simply being online is not enough. A successful business requires a clear, coherent, and results-driven digital marketing strategy. This course is designed to demystify the digital marketing ecosystem and provide a solid foundation for building, executing, and measuring effective online campaigns.

Moving beyond isolated tactics, this program focuses on strategic integration. Participants will learn how to connect the dots between their business goals, their target audience, and the most powerful digital channels available. From search engines and social media to email and content, this course provides the practical frameworks and tools needed to attract, engage, and convert customers online, ensuring every marketing effort contributes to tangible business growth.

Training Method

- Pre-assessment
- Live group instruction
- Use of real-world examples, case studies and exercises
- Interactive participation and discussion
- Power point presentation, LCD and flip chart
- Group activities and tests
- Each participant receives a binder containing a copy of the presentation
- slides and handouts
- Post-assessment

Course Objectives

Upon successful completion of this course, participants will be able to:

- **Define** the core components of the digital marketing landscape and how they work together in an integrated strategy.
- **Develop** a customer persona and map the digital customer journey to identify key touchpoints.
- **Build** a structured digital marketing plan with clear goals, KPIs, and a budget.
- **Understand and apply** the fundamentals of key channels: Search Engine Optimization (SEO), Pay-Per-Click (PPC) advertising, social media marketing, and email marketing.
- **Create** compelling content that resonates with a target audience and drives action.
- **Measure** campaign performance using key metrics and analytics tools to report on ROI and optimize future efforts.

Who Should Attend?

This course is ideal for anyone responsible for or interested in the marketing, growth, or online presence of a business or brand:

- **Small Business Owners and Entrepreneurs**
- **Marketing Managers or Coordinators** new to the digital space
- **Career Changers or Graduates** seeking entry into the marketing field
- **Bloggers, Creators, and Freelancers** looking to grow their audience
- **Specialists** (e.g., designers, writers) who need a broader strategic understanding
- **Non-Profit Communications Staff**

Course Outline

Day 1: The Cornerstones of Digital Strategy

Morning Session: The Digital Marketing Framework

- Introduction to the Digital Ecosystem: Owned, Earned, and Paid Media.
- The Strategic Funnel: Awareness, Consideration, Conversion, Loyalty.
- Setting SMART Goals for Digital Marketing.

Afternoon Session: Knowing Your Audience

- Building Detailed Buyer Personas.
- Mapping the Customer Journey (Awareness to Advocacy).
- **Workshop:** Create a buyer persona and journey map for a sample business.

Day 2: Being Found: Search Marketing (SEO & SEM)

Morning Session: Search Engine Optimization (SEO)

- How Search Engines Work: Crawling, Indexing, and Ranking.
- On-Page SEO: Keywords, content, title tags, and meta descriptions.
- Off-Page SEO: The role of backlinks and authority.

Afternoon Session: Search Engine Marketing (SEM) / PPC

- Introduction to Google Ads: How the auction works.
- Structuring a Campaign: Keywords, ad groups, and ad copy.
- **Practical Exercise:** Craft a simple Google Ads search campaign for a product or service.

Day 3: Content & Social Media Marketing

Morning Session: Content is King: Strategy & Creation

- The Role of Content in the Marketing Funnel.
- Developing a Content Strategy: Blog posts, videos, infographics, podcasts.
- The Basics of Copywriting for the Web.

Afternoon Session: Social Media Marketing

- Choosing the Right Platforms: Where does your audience live?
- Organic vs. Paid Social Strategy.
- Creating a Content Calendar and Engagement Plan.
- **Workshop:** Brainstorm a month's worth of content ideas for a social media platform.

Course Outline

Day 4: Nurturing & Converting: Email and Landing Pages

Morning Session: Email Marketing Mastery

- Building and Growing an Email List (Legally and Effectively).
- Crafting Effective Email Campaigns: Welcome series, newsletters, promotions.
- Measuring Email Success: Open rates, click-through rates, conversion rates.

Afternoon Session: Conversion Rate Optimization (CRO)

- Designing Effective Landing Pages that convert.
- The Power of A/B Testing headlines, images, and calls-to-action (CTAs).
- **Exercise:** Critique and redesign a poorly performing landing page.

Day 5: Analytics, Budgeting & Capstone

Morning Session: Measuring What Matters

- Introduction to Google Analytics 4 (GA4): Key reports and metrics.
- Tracking Goals and Attributing Conversions.
- Calculating Return on Investment (ROI) and Return on Ad Spend (ROAS).

Afternoon Session: Capstone: Build Your Strategy

- **Final Project:** Participants work on building a complete digital marketing plan for a real or hypothetical business, incorporating all elements from the week.
- **Presentation:** Groups present their strategy highlights and receive feedback.
- **Course Recap:** Key takeaways and resources for continued learning.
- **Q&A and Adjourn.**



المقدمة

في عالمنا اليوم المترابط للغاية، لم يعد التواجد الرقمي خياراً، بل أصبح ضرورة. ومع ذلك، فإن مجرد التواجد على الإنترنت لا يكفي. يتطلب نجاح أي عمل تجاري استراتيجية تسويق رقمي واضحة ومتماضكة وقائمة على النتائج. صُمممت هذه الدورة لتوضيح منظومة التسويق الرقمي وتوفير أساس متين لبناء حملات إلكترونية فعالة وتنفيذها وقياس نتائجها. يتجاوز هذا البرنامج التكتيكات المعزولة، ويركز على التكامل الاستراتيجي. سيتعلم المشاركون كيفية ربط أهداف أعمالهم وجمهورهم المستهدف وأقوى القنوات الرقمية المتاحة. من محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي إلى البريد الإلكتروني والمحتوى، توفر هذه الدورة الأطر والأدوات العملية اللازمة لجذب العملاء والتفاعل معهم وتحويلهم عبر الإنترنت، مما يضمن مساهمة كل جهد تسويقي في نمو أعمال ملموس.

طريقة التدريب

- التقييم المسبق
- تدريب جماعي مباشر
- استخدام أمثلة واقعية ودراسات حالة وتمارين
- مشاركة ونقاش تفاعلي
- عرض تقديمي باستخدام باور بوينت، وشاشة LCD، ولوح ورقي
- أنشطة واختبارات جماعية
- يحصل كل مشارك على ملف يحتوي على نسخة من العرض التقديمي
- شرائح ومطبوعات
- التقييم اللاحق

أهداف الدورة

عند إكمال هذه الدورة بنجاح، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحديد المكونات الأساسية لمشهد التسويق الرقمي وكيفية عملها معاً في استراتيجية متكاملة.
- قم بتطوير شخصية العميل ورسم خريطة رحلة العميل الرقمية لتحديد نقاط الاتصال الرئيسية.
- قم ببناء خطة تسويق رقمية منظمة بأهداف واضحة ومؤشرات أداء رئيسية وميزانية.
- فهم وتطبيق أساسيات القنوات الرئيسية: تحسين محرك البحث (SEO)، والإعلان بالدفع لكل نقرة (PPC)، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق عبر البريد الإلكتروني.
- إنشاء محتوى مقنع يتعدد صدأه لدى الجمهور المستهدف ويدفع إلى اتخاذ إجراء.
- قم بقياس أداء الحملة باستخدام أدوات القياس والتحليل الرئيسية لإعداد تقارير حول عائد الاستثمار وتحسين الجهد المستقبلي.

من ينبغي أن يهتم؟

هذه الدورة مثالية لأي شخص مسؤول أو مهتم بالتسويق أو النمو أو التواجد عبر الإنترنت لشركة أو علامة تجارية:

- أصحاب الأعمال الصغيرة ورواد الأعمال
- مدربو التسويق أو منسقي التسويق الجدد في المجال الرقمي
- الراغبين في تغيير مسارهم المهني أو الخريجين الذين يسعون إلى دخول مجال التسويق
- المدونون والمبدعون والعاملون المستقلون الذين يتطلعون إلى زيادة جمهورهم
- المتخصصون (على سبيل المثال، المصممون والكتاب) الذين يحتاجون إلى فهم استراتيجي أوسع
- موظفو الاتصالات غير الربحية

محتويات الكورس

اليوم الأول أساسيات الاستراتيجية الرقمية

- **الجلسة الصباحية: إطار التسويق الرقمي**
 - مقدمة إلى النظام البيئي الرقمي: وسائل الإعلام المملوكة والمكتسبة والمدفوعة.
 - المسار الاستراتيجي: الوعي، والاعتبار، والتحويل، والولاء.
 - تحديد أهداف SMART للتسويق الرقمي.
- **جلسة بعد الظهر: التعرف على جمهورك**
 - بناء شخصيات المشتري التفصيلية.
 - رسم خريطة رحلة العميل (من التوعية إلى المناصرة).
- **ورشة عمل: إنشاء شخصية المشتري وخرائط الرحلة لعمل تجاري نموذجي**

اليوم الثاني العثور على موقعك: تسويق البحث (SEO & SEM)

- **الجلسة الصباحية: تحسين محركات البحث (SEO)**
 - كيف تعمل محركات البحث: الزحف والفهرسة والتصنيف.
 - تحسين محركات البحث على الصفحة: الكلمات الرئيسية والمحتوى وعلامات العنوان والأوصاف التعريفية.
 - تحسين محركات البحث خارج الصفحة: دور الروابط الخلفية والسلطة.
- **جلسة بعد الظهر: تسويق محركات البحث (SEM) / PPC**
 - مقدمة إلى إعلانات Google: كيفية عمل المزاد.
 - تنظيم الحملة: الكلمات الرئيسية ومجموعات الإعلانات ونصوص الإعلانات.
 - تمرين عملي: قم بإنشاء حملة بحث بسيطة على Google Ads لمنتج أو خدمة

اليوم الثالث التسويق عبر المحتوى ووسائل التواصل الاجتماعي

- **الجلسة الصباحية: المحتوى هو الملك: الاستراتيجية والإبداع**
 - دور المحتوى في مسار التسويق.
 - تطوير إستراتيجية المحتوى: منشورات المدونة، ومقاطع الفيديو، والرسوم البيانية، والبودكاست.
 - أساسيات كتابة المحتوى للويب.
- **جلسة بعد الظهر: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي**
 - اختيار المنصات المناسبة: أين يعيش جمهورك؟
 - الاستراتيجية الاجتماعية العضوية مقابل الاستراتيجية الاجتماعية المدفوعة.
 - إنشاء تقويم المحتوى وخطة المشاركة.
- **ورشة عمل: تبادل الأفكار حول محتوى لمدة شهر لمنصة التواصل الاجتماعي**

محتويات الكورس

اليوم الرابع الرعاية والتحويل: البريد الإلكتروني وصفحات الهبوط

- **الجلسة الصباحية: إتقان التسويق عبر البريد الإلكتروني**
 - بناء وتنمية قائمة البريد الإلكتروني (بشكل قانوني وفعال).
 - إنشاء حملات بريد إلكتروني فعالة: سلسلة الترحيب، والنشرات الإخبارية، والعروض الترويجية.
 - قياس نجاح البريد الإلكتروني: معدلات الفتح، ومعدلات النقر، ومعدلات التحويل.
- **جلسة بعد الظهر: تحسين معدل التحويل (CRO)**
 - تصميم صفحات هبوط فعالة تحقق التحويل.
 - قوة اختبار A/B للعناوين والصور ودعوات العمل (CTAs).
 - تمرين: قم بنقد وإعادة تصميم صفحة الهبوط ذات الأداء الضعيف.

اليوم الخامس التحليلات والميزانية والمشروع النهائي

- **الجلسة الصباحية: قياس ما هو مهم**
 - مقدمة إلى (GA4): التقارير والمقاييس الرئيسية.
 - تتبع الأهداف وإسناد التحويلات.
 - حساب العائد على الاستثمار (ROI) والعائد على الإنفاق الإعلاني (ROAS).
- **جلسة بعد الظهر: مشروع التخرج: بناء استراتيجية**
 - المشروع النهائي: يعمل المشاركون على بناء خطة تسويق رقمية كاملة لعمل تجاري حقيقي أو افتراضي، تتضمن جميع عناصر الأسبوع.
 - العرض التقديمي: تقوم المجموعات بعرض أهم النقاط في استراتيجيتها وتتلقى ردود الفعل.
 - ملخص الدورة: النقاط الرئيسية والموارد للتعلم المستمر.
 - الأسئلة والأجوبة والتأجيل.

Terms & Conditions

Complete & Mail to future centre or email

Info@futurecentre.com



Cancellation and Refund Policy

Delegates have 14 days from the date of booking to cancel and receive a full refund or transfer to another date free of charge. If less than 14 days' notice is given, then we will be unable to refund or cancel the booking unless on medical grounds. For more details about the Cancellation and Refund policy, please visit

<https://futurecentre.net/>

Registration & Payment

Please complete the registration form on the course page & return it to us indicating your preferred mode of payment. For further information, please get in touch with us

Course Materials

The course material, prepared by the future centre, will be digital and delivered to candidates by email

Certificates

Accredited Certificate of Completion will be issued to those who attend & successfully complete the programme.

Travel and Transport

We are committed to picking up and dropping off the participants from the airport to the hotel and back.

Registration & Payment

Complete & Mail to future centre or email

Info@futurecentre.com



Registration Form

- **Full Name (Mr / Ms / Dr / Eng)**
- **Position**
- **Telephone / Mobile**
- **Personal E-Mail**
- **Official E-Mail**
- **Company Name**
- **Address**
- **City / Country**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Payment Options

- Please invoice me
- Please invoice my company

Course Calander:

	05/01/2026 - 09/01/2026	Click Now
	13/04/2026 - 17/04/2026	Click Now
	20/07/2026 - 24/07/2026	Click Now
	26/10/2026 - 30/10/2026	Click Now

VENUES

 LONDON

 BARCELONA

 KUALA LUMPER

 AMSTERDAM

 DAMASCUS

 ISTANBUL

 SINGAPORE

 PARIS

 DUBAI

OUR PARTNERS


Knowledge المعرفة



LinkedIn Learning

Google



Microsoft



Ulster University

University of Roehampton London


Chartered Institute of Procurement & Supply

CIM The Chartered Institute of Marketing


CFA Institute

 GLOBAL BEST PRACTICE


Association of Chartered Certified Accountants




University of East London




Middlesex University


IFMA




Project Management Institute.






LONDON ROYAL ACADEMY

THANK YOU

CONTACT US

📞 +963 112226969

💬 +963 953865520

✉️ Info@futurecentre.com

📍 Damascus - Victoria - behind Royal Semiramis hotel

