JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات

13 – 17 سبتمبر 2027

دار السلام

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات

المرجع: 44403_1181 **التاريخ:** 13 – 17 سبتمبر 2027 **المكان:** دار السلام **الرسوم:** GBP 7900

صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات دورة تدريبية مدتها أسبوع لفرق الاتصال المؤسسي ومنتجي التسويق وصناع المحتوى الذين يخططون الفيديو ويصورونه ويحررونه داخليا، وتنتهي بإعداد حزمة إنتاج فيديو قصير جاهزة للنشر. فالجمهور يتوقع اليوم من المؤسسات أن تشرح منتجاتها وقواعد السلامة ونتائجها على الشاشة، ولا تستطيع الوكالات تغطية كل طلب. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة لفرق المحتوى الداخلية.

لماذا تهم صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات الآن

ثلاثة تحولات تجعل الفيديو الداخلي مهارة مؤسسية أساسية. فقنوات التواصل الاجتماعي والشبكة الداخلية والتوظيف تطلب تدفقا مستمرا من الأفلام القصيرة بنسب عرض متعددة. والقادة والخبراء الميدانيون مطالبون بالحديث أمام الكاميرا، وهذا يحتاج إلى تدريب وإخراج دقيق. وفرق الشؤون القانونية والعلامة التجارية تريد معالجة الموافقات وحقوق الموسيقى وإتاحة المحتوى قبل النشر. الفرق التي تدير مسار إنتاج منضبطا تنشر أسرع وتحافظ على هوية العلامة وتعيد استخدام اللقطات عبر الحملات. أما غيرها فتهدر أيام التصوير وتفقد صوتا صالحا وتدفع ثمن إعادة التصوير أو سحب المحتوى.

المستفيدون من صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات

- مسؤولو الاتصال المسؤولون عن رسائل القيادة والتحديثات الداخلية وتغطية الفعاليات
- منتجو التسويق المسؤولون عن أفلام المنتجات وشهادات العملاء ومواد الحملات
- صناع المحتوى المسؤولون عن المقاطع الاجتماعية والمقاطع القصيرة وجدولة القنوات
- منسقو التدريب والسلامة المسؤولون عن مقاطع الإرشاد والتعريف بالعمل
- حماة العلامة التجارية المسؤولون عن الهوية البصرية والترجمة النصية ومسارات الاعتماد

تستفيد إدارات الاتصال والتسويق أكثر حين يحضر المنتج وصانع المحتوى وحامي العلامة معا.

قدرات صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات

تنقل القدرات التالية الطلب من الموجز إلى الفيلم المنشور مع حماية العلامة والحقوق والميزانية.

- بناء موجز إبداعي ونص وقائمة لقطات من هدف عمل — العملاء الداخليون
- تصميم إعدادات الإضاءة والكاميرا للمقابلات والمنتجات والمواقع — المتحدثون أمام الكاميرا
- تطبيق اختيار الميكروفون وموضعه لحوار نقي — فهم الجمهور
- تحديد سير عمل المونتاج بالتسمية والنسخ الخفيفة وجولات المراجعة — أصحاب الاعتماد
- تقييم حقوق الظهور والموسيقى والمواقع قبل النشر — فرق الشؤون القانونية والعلامة
- الموازنة بين صيغ التصدير والترجمة النصية ونسب العرض لكل قناة — مالكو التوزيع

مصطلحات صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات الأساسية

- قائمة اللقطات — قائمة مرتبة بكل زاوية كاميرا وتأطير مطلوب، تستخدم لتخطيط يوم التصوير.
- الإضاءة ثلاثية النقاط — إعداد من ضوء رئيسي وضوء تعبئة وضوء خلفي يبرز الشخص ويفصله عن الخلفية.
- اللقطات المساندة — لقطات داعمة توضع فوق المقابلات لتوضيح الأفكار وإخفاء القطع.
- ميكروفون الياقة — ميكروفون صغير يثبت على الملابس ويسجل الكلام بوضوح قرب المتحدث.
- تدريج الألوان — ضبط اللون والتباين في المونتاج لتحقيق الاتساق ومظهر العلامة.
- نموذج الموافقة — إذن موقع من شخص أو مالك موقع لاستخدام صورته في الفيلم.

صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات يوما بيوم

اليوم 1: الموجز والقصة وما قبل الإنتاج

- الموجز الإبداعي من هدف العمل — اختيار الجمهور والرسالة
- بنية القصة للأفلام القصيرة — الجذب والدليل والدعوة إلى الفعل
- كتابة النص ولوحة القصة — إعداد قائمة اللقطات
- استكشاف المواقع وأذوناتها — لوجستيات يوم التصوير
- تخطيط الميزانية والطاقم — التوزيع بين الفريق الداخلي والوكالة

اليوم 2: الكاميرا والإضاءة

- إعدادات الكاميرا للتعريض ومعدل الإطارات — اتساق الصورة
- اختيار العدسة والتكوين — تأطير المقابلات والمنتجات
- إعدادات الإضاءة ثلاثية النقاط والطبيعية — حضور المتحدث على الشاشة
- التصوير بالهاتف الذكي والمثبت — محتوى ميداني سريع
- توجيه المتحدثين غير المحترفين — أداء واثق أمام الكاميرا

اليوم 3: التقاط الصوت وممارسة التصوير

- استخدام ميكروفون الياقة والميكروفون الموجه — تسجيل حوار نقي
- صوت الغرفة وضبط الضوضاء — صوت صالح في المواقع الصناعية
- تخطيط اللقطات المساندة واللقطات القاطعة — عمق السرد البصري
- أسلوب المقابلة وتصميم الأسئلة — مقتطفات صوتية طبيعية
- إدارة الملفات والنسخ الاحتياطي في الموقع — أمن اللقطات

اليوم 4: المونتاج وما بعد الإنتاج

- سير عمل المونتاج والنسخ الخفيفة وتسمية الملفات — تعاون الفريق
- من المونتاج الأولي إلى النهائي — الإيقاع ووضوح القصة
- تصحيح الألوان وتدريجها — اتساق مظهر العلامة
- الموسيقى والرسومات والترجمة النصية — الحقوق وإتاحة المحتوى
- جولات المراجعة والاعتماد — ضبط ملاحظات أصحاب المصلحة

اليوم 5: تطبيق حزمة إنتاج فيديو قصير

- اعتماد الموجز والنص — تطبيق تخطيط اليوم 1 على فيلم حالة
- فحص إعداد التصوير — تطبيق أساليب الكاميرا والصوت من اليوم 2 واليوم 3
- تجميع المونتاج — تطبيق سير عمل اليوم 4
- خطة التوزيع وصيغ التصدير — اختيار القناة ونسبة العرض
- حزمة إنتاج فيديو قصير — النص وقائمة اللقطات والمونتاج وقائمة فحص النشر

تطبيق صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات بعد الدورة

- إعداد قالب مشروع مشترك بهيكل مجلدات وقواعد تسمية وقائمة فحص لنماذج الموافقة لكل تصوير.
- إعادة مونتاج فيلم طويل قائم إلى ثلاث نسخ مخصصة للقنوات مع ترجمة نصية ونسب العرض المناسبة.

أسئلة حول صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات

ما صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات ولماذا تهم الآن؟

صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات هي تخطيط وتصوير ومونتاج الأفلام التي تستخدمها المؤسسات للإعلام والبيع والتدريب. وتهم الآن لأن كل قناة تطلب فيديو متكررا وعلى الفرق الداخلية تقديمه بسرعة ووفق هوية العلامة.

ما الأدوار الأكثر استفادة من دورة صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات؟

يستفيد أكثر مسؤولو الاتصال ومنتجو التسويق وصناع المحتوى، ومعهم منسقو التدريب وحماة العلامة الذين يطلبون الأفلام أو يعتمدونها.

كيف تختلف دورة صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات عن دورات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

تركز صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات على صنع الفيلم نفسه: النص والكاميرا والإضاءة والصوت والمونتاج. أما دورات التسويق عبر وسائل التواصل فتركز على استهداف الجمهور وخطط النشر وتحليلات الحملات.

ماذا تعود به من دورة صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات؟

تعود بحزمة فيلم قصير متكاملة تضم النص وقائمة اللقطات والمونتاج وقائمة فحص النشر، مع سير عمل قابل للتكرار لفريقك.

صناعة الأفلام وإنتاج الفيديو للمؤسسات: الطريق إلى الأمام

توجه حزمة إنتاج فيديو قصير أولا قرار الطلبات التي ينتجها الفريق داخليا وتلك التي تحال إلى الوكالات. ويستخدمها قادة الاتصال والتسويق والعلامة قالبا لكل موجز جديد. وبعد أول عمليات نشر تستحق مراجعة نسب استبقاء المشاهدين وزمن الاعتماد ومعدل إعادة التصوير لتحسين سير العمل وقائمة المعدات.