

مقرر: الإعلان الرقمي

Digital Advertising

محاضرة تمهيدية

Prepared by Dr. shereen farouk

Digital Advertising- MKT 123

Intro Lecture



■ شغلت عدداً من الوظائف، وحصلت على العديد من الدرجات العلمية أهمها:

- درجة الدكتوراه في مجال الإعلام الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي وخوارزميات تعلم الآلة بتقدير ممتاز مع مرتبة الشرف الأولي والتوصية بالطبع والتبادل بين الجامعات (مصر: 2022)
- درجة الماجستير في مجال الإعلام الرقمي وعلوم الاتصال السياسي بتقدير ممتاز مع مرتبة الشرف (مصر: 2017).
- عملت محاضراً بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا .
- عملت محاضراً بالمعهد العالي للإعلام EST
- درست العلوم الاستراتيجية والأمن القومي بكلية الدفاع الوطني، أكاديمية ناصر العليا للعلوم العسكرية 2020
- لي عدد من الأبحاث العلمية المنشورة بعدد من الدوريات العلمية في مجال الإعلام الرقمي، والحروب الإعلامية الحديثة.
- شاركت في العديد من المؤتمرات والمنتديات العلمية محلياً ودولياً.
- تتركز اهتماماتي العلمية الحالية بمجال دراسات الإعلام الرقمي وخوارزميات التعلم الآلي والتعلم العميق.

Intro
Lecture

Content

1. توصيف المقرر Course Description
2. أهداف المقرر Course Objectives
3. مخرجات التعلم Course Outcomes
4. تقييم الطلاب Assessment
5. موضوعات المقرر Course Topics
6. مفهوم الإعلان الرقمي التفاعلي Concept
7. أهميته في تسويق المنتجات والخدمات Importance
8. أنواع الإعلانات الرقمية المختلفة Types
9. خاتمة Conclusion
10. مراجع References

Intro
lecture

Course Description

■ وصف المقرر:

يتناول مقرر الإعلان الرقمي عدداً من الموضوعات الأساسية المرتبطة بمفهوم الإعلان بوسائل الإعلام الحديثة لفهم وتطبيق الإعلانات الرقمية التفاعلية في سياق العمل الإعلامي الجديد، وبما يوفر فرصة مثيرة للطلاب لاكتشاف وتعلم أساسيات واستراتيجيات وتقنيات الإعلان الرقمي التفاعلي، وتطوير مهاراتهم في هذا المجال المتطور والمتغير بسرعة. بالإضافة لإكسابهم القدرة على تحليل وتصميم وتنفيذ حملات إعلانية ناجحة عبر الوسائط الرقمية.

بعض الأهداف التي يمكنك تحقيقها (الطالب) من دراسة مقرر الإعلان الرقمي:

1. استيعاب المفاهيم الأساسية للإعلان الرقمي، بما في ذلك الاستراتيجيات والأدوات والتقنيات المستخدمة في هذا المجال. ومنها مفاهيم مثل التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلان عبر محركات البحث، والتسويق عبر البريد الإلكتروني، والتحليلات الرقمية.
2. تحليل الأهداف والجمهور المستهدف، قبل إطلاق حملة إعلانية رقمية، هذا إلى جانب تعلم كيفية وضع أهداف قابلة للقياس وملائمة للعمل، وكيفية تحديد وفهم الجمهور المستهدف واحتياجاته.
3. تخطيط الحملة الإعلانية، وتطوير خطة شاملة للحملة الإعلانية الرقمية، من خلال تحليل المنصات المناسبة للإعلان، واختيار القنوات المناسبة لنشر الإعلانات، وتحديد الميزانية المناسبة للحملة، وتحديد الجدول الزمني للحملة. كل هذه العناصر تعتبر جزءاً أساسياً من تخطيط الحملة الناجحة.
4. إنشاء إعلانات فعّالة: سيمكنك دراسة المقرر من تعلم كيفية إنشاء إعلانات فعّالة وجذابة تصل إلى الجمهور المستهدف. وهذا من خلال تطوير مهارات الكتابة الإبداعية والتصميم الجرافيكي لإنتاج محتوى إعلاني مؤثر وجذاب للمستخدمين.
5. تحليل الأداء والتحسين للحملة الإعلانية الرقمية باستخدام أدوات التحليل المختلفة. والاستفادة من البيانات والمقاييس الرقمية لقياس نجاح الحملة وتحديد المجالات التي يمكن تحسينها.
6. مراعاة القوانين والأخلاقيات المتعلقة بالإعلان الرقمي. كقوانين حماية البيانات وحقوق المستهلك ومتطلبات الموافقة والاحترار وغيرها من القضايا التي يجب مراعاتها في الحملة الإعلانية.

Course Outcomes

➤ مخرجات التعلم:

في نهاية المقرر، سيكون الطلاب قادرين على ما يلي:

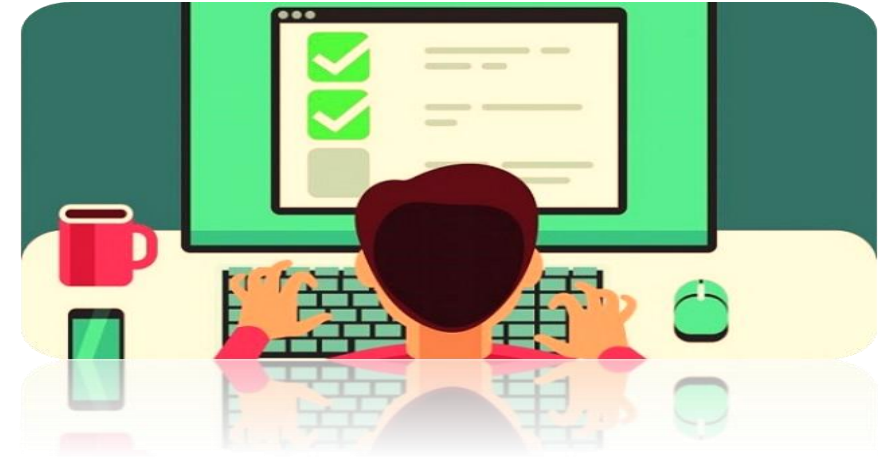
- 1- فهم الإعلان الرقمي التفاعلي: سيتم شرح مفهوم الإعلان الرقمي التفاعلي وأهميته في تسويق المنتجات والخدمات في العصر الرقمي، كما سيتم تزويد الطلاب بمعرفة أنواع الإعلانات الرقمية المختلفة وأدواتها وتقنياتها.
- 2- التعرف على استراتيجية الإعلان الرقمي: سيتم إكساب الطلاب كيفية وضع استراتيجية فعالة للإعلان الرقمي التفاعلي. كما سيتم تغطية عناصر التخطيط الأساسية مثل تحليل الجمهور المستهدف، واختيار القنوات المناسبة، وتحديد الهدف الإعلاني.
- 3- القدرة على تصميم الإعلان الرقمي: سيتعلم الطلاب كيفية تصميم إعلان رقمي فعال وجذاب، وسيتم إكسابهم المهارات المتعلقة بتصميم الرسومات والصور والنصوص والعناصر المتحركة التي تجذب انتباه الجمهور المستهدف.
- 4- القدرة على تحليل الأداء والتقييم: سيتم التركيز على أدوات تحليل البيانات لقياس أداء حملات الإعلان الرقمي. كما سيتعلم الطلاب كيفية تتبع وقياس النتائج وتحليلها لتحسين الحملات المستقبلية.
- 5- رصد الاتجاهات والابتكارات الحديثة: سيتم استعراض الاتجاهات الحالية والابتكارات في مجال الإعلان الرقمي التفاعلي، مثل تكنولوجيا الواقع الافتراضي والواقع المعزز والذكاء الاصطناعي.

التقييم الطلابي Assessment

حلقات نقاش أسبوعية
Weekly Discussion



اختبارات أسبوعية
Weekly Quizzes



Course Topics

موضوعات المقرر:

1. مقدمة في الإعلان الرقمي التفاعلي:
 - تعريف الإعلان الرقمي التفاعلي ومفهومه.
 - أهمية الإعلان الرقمي التفاعلي في التسويق الحديث
2. استراتيجية وتخطيط الحملة الإعلانية:
 - تحليل السوق وفهم المستهدفين.
 - وضع أهداف الحملة الإعلانية.
 - اختيار القنوات المناسبة وتخطيط الميزانية.
3. تصميم الإعلان الرقمي التفاعلي:
 - استراتيجيات التصميم الإبداعي.
 - استخدام الصور والنصوص والرسوم المتحركة.
 - تجربة المستخدم وتصميم واجهة المستخدم الجذابة.



Course Topics

Intro
Lecture

Course Topics

موضوعات المقرر:

4. الإعلان عبر وسائل التواصل الاجتماعي:
 - استخدام الإعلانات المدفوعة على منصات التواصل الاجتماعي.
 - استراتيجيات الاستهداف والتواصل مع الجمهور.
5. تحليل وقياس أداء الحملة الإعلانية:
 - استخدام أدوات التحليل لقياس فعالية الحملة الإعلانية.
 - تفسير البيانات واتخاذ قرارات استراتيجية.
6. التطورات الحديثة في الإعلان الرقمي التفاعلي:
 - الإعلان عبر الهواتف المحمولة والتطبيقات.
 - الإعلان الرقمي التفاعلي في الواقع الافتراضي والواقع المعزز والتسويق الشبكي.
7. دراسة قوانين وأخلاقيات الإعلان الرقمي .



Course Topics

Intro
Lecture

Concept مفهوم الإعلان الرقمي ➤

الإعلان الرقمي على أنه استخدام التقنيات والمنصات الرقمية للترويج والإعلان عن المنتجات والخدمات. يمكننا وضع عدة مفاهيم للإعلان الرقمي، وفيما يلي بعض الأمثلة:

1. الإعلان عبر محركات البحث: يتعلق هذا النوع من الإعلان الرقمي بعرض الإعلانات على صفحات نتائج محركات البحث، مثل جوجل. بحيث يتم استهداف الإعلانات لتظهر بناءً على الكلمات المفتاحية المرتبطة بالمنتج أو الخدمة المعلن عنها.

2. الإعلان عبر الشبكات الاجتماعية: يشمل هذا النوع من الإعلان الرقمي في إنشاء وعرض الإعلانات على منصات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك، إنستغرام، تويتر، لينكد إن وغيرها. ويتيح هذا النوع من الإعلانات للشركات استهداف جمهور معين بناءً على الاهتمامات والمعلومات الشخصية التي يشاركها المستخدمون على هذه المنصات.

3. الإعلان عبر البريد الإلكتروني: يُعد البريد الإلكتروني أحد أدوات التسويق الرقمي القديمة والمستخدمه بشكل واسع. ويمكن للشركات إرسال رسائل إعلانية مستهدفة مباشرة إلى صندوق الوارد للمستلمين، وذلك بناءً على معلوماتهم الشخصية والاهتمامات المعروفة.

4. الإعلان عبر التطبيقات المحمولة: مع انتشار الهواتف الذكية والتطبيقات المحمولة، أصبحت الإعلانات داخل التطبيقات واحدة من أشكال الإعلان الرقمي الشائعة. حيث يمكن للشركات عرض إعلانات مستهدفة داخل التطبيقات بناءً على سلوك المستخدم واهتماماته.

5. الإعلان عبر الفيديو والمحتوى المرئي: تعد منصات مشاركة الفيديو مثل يوتيوب وتيك توك فرصاً قوية للإعلان الرقمي. ويمكن للشركات إنشاء إعلانات فيديو جذابة ونشرها على هذه المنصات لاستهداف جمهور واسع.

وهذه مجرد بعض الأمثلة لمفاهيم الإعلان الرقمي. يُمكن ابتكار العديد من الاستراتيجيات والطرق المختلفة للإعلان عبر الوسائط الرقمية بناءً على احتياجات الشركة والجمهور المستهدف. بالإضافة لذلك فإن الطرق المذكورة أعلاه ليست مستقرة وقد تتغير مع التطور التكنولوجي وتغيرات سوق الإعلانات الرقمية.

Importance

➤ أهمية تسويق المنتجات والخدمات عبر الإعلانات الرقمية:

تسويق المنتجات والخدمات من خلال الإعلانات الرقمية له أهمية كبيرة في العصر الحالي، وهنا بعض الأسباب التي تبرز أهميتها:

1. وصول واسع: يتيح الإعلان الرقمي للشركات الوصول إلى جمهور واسع عبر الإنترنت، فيمكن الوصول إلى المستخدمين في جميع أنحاء العالم وفي مختلف الفئات العمرية والديموغرافية بسهولة، مما يزيد من فرص الوصول إلى المستهلكين المحتملين.
2. وصول محدد ومستهدف: يمكن للإعلان الرقمي استهداف الجمهور المحدد بشكل دقيق وفقاً للمعايير المحددة مثل الاهتمامات والسلوك والموقع الجغرافي والتوجهات الديموغرافية، فهذا يسمح للشركات بتحقيق أفضل تحديد للجمهور وتوجيه الإعلانات إلى الأشخاص الأكثر احتمالاً للتفاعل والشراء.
3. قابلية التتبع والقياس: يوفر الإعلان الرقمي إمكانية تتبع وقياس أداء الإعلانات بشكل دقيق، وبذلك يمكن للشركات مراقبة المقاييس الرئيسية مثل عدد المشاهدات، والنقرات، ومعدلات التحويل، وتحديد الإعلانات الأكثر فعالية وتحسين الحملات بناءً على البيانات المتاحة.

4. **تفاعل واستجابة فورية:** يسمح الإعلان الرقمي بتفاعل فوري مع الجمهور، حيث يمكن للمستخدمين النقر على الإعلانات، زيارة مواقع الويب، ملء نماذج الاتصال، إجراء مشتريات فورية وتفاعلات أخرى فورية، مما يعزز فرص التحويل والمبيعات.
5. **مرونة وتكلفة منخفضة:** يمكن للشركات بجميع الأحجام الاستفادة من الإعلان الرقمي بتكلفة أقل مقارنة بالوسائل التقليدية مثل التلفزيون والإعلانات المطبوعة، كما يوفر الإعلان الرقمي مرونة في تعديل الحملات والميزانيات والاستجابة للتغيرات السريعة في سوق الإعلان.
- باختصار، يُتيح التسويق من خلال الإعلانات الرقمية فرصًا فريدة للشركات للوصول إلى جمهور واسع، وتحقيق تفاعل فوري، وقياس أداء الحملات بشكل دقيق، وتحقيق نتائج قابلة للقياس.

Types أنواع الإعلانات الرقمية

هناك العديد من أنواع الإعلانات الرقمية المختلفة التي يمكن استخدامها في حملات التسويق الرقمي. فيما يلي بعض الأنواع الشائعة للإعلانات الرقمية.

1. إعلانات البحث: تظهر هذه الإعلانات في نتائج محركات البحث مثل جوجل وتظهر عندما يقوم المستخدمون بالبحث عن كلمات محددة. حيث تعرض الإعلانات المدفوعة في أعلى الصفحة أو في الجانب وتكون عادةً عبارة عن إعلانات نصية تحتوي على رابط يوجه المستخدم إلى موقع الشركة المعلنة.



Types

Intro
Lecture



Intro lecture

2. إعلانات العرض (Display Ads): تعرض هذه الإعلانات على مواقع الويب وتأخذ أشكالاً متنوعة مثل الصور والرسوم المتحركة والفيديو. يتم استهداف هذه الإعلانات بناءً على الموقع، أو الاهتمامات، أو سلوك المستخدمين، ويمكن أن تكون مفعلة بالنقر أو بنظام العرض المستمر.

3. إعلانات الفيديو: تعرض هذه الإعلانات في مقاطع الفيديو عبر الإنترنت، مثل YouTube ومواقع التواصل الاجتماعي. يمكن أن تكون إعلانات الفيديو قصيرة (مثل إعلانات شركات الاتصالات) أو طويلة (مثل الفيديوهات الإعلانية الكاملة)، وتهدف إلى جذب انتباه المستخدمين وإيصال رسالة التسويق.

4. إعلانات البحث المدفوعة: تعرض هذه الإعلانات في منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter و LinkedIn. يمكن للشركات استهداف الجمهور المستهدف بناءً على الاهتمامات والديموغرافيا والسلوك، وتعرض الإعلانات في تغذية الأخبار Time line أو على الجوانب أو بين المحتوى

5. إعلانات التسويق بالبريد الإلكتروني: تستخدم الشركات البريد الإلكتروني للترويج لمنتجاتها وخدماتها وإرسال رسائل تسويقية مستهدفة إلى العملاء المحتملين أو العملاء الحاليين. يمكن أن تحتوي الرسائل الإلكترونية على عروض خاصة أو معلومات تسويقية لجذب العملاء وتعزيز عمليات البيع.



Intro
Lecture

Intro
lecture

6. إعلانات التسويق بالمحتوى (Content Marketing): يتمثل الهدف من هذه الإعلانات في إنشاء وتوزيع محتوى يتعلق بعلامة تجارية أو منتج معين لجذب الجمهور وبناء الوعي والثقة. يتضمن ذلك إنشاء مقالات، ومدونات، ومقاطع فيديو، وبودكاست، وتقارير، وموارد أخرى تقدم قيمة للجمهور المستهدف.

هذه مجرد بعض الأنواع الشائعة للإعلانات الرقمية، وهناك العديد من الأشكال الأخرى المتاحة أيضًا مثل إعلانات التسويق بالرسائل النصية وإعلانات التسويق بالتطبيقات المحمولة وإعلانات البودكاست وغيرها.

Intro
lecture

خاتمة Conclusion

تم استعراض توصيف المقرر، وأهدافه التي ستعود على الطلاب من دراساتهم لهذا المقرر، وطرق التقييم الطلابي، كما تم استعراض مخرجات التعلم، وأهم الموضوعات محل الدراسة التي سيتناولها الطلاب على مدار الفصل الدراسي، وتم إلقاء الضوء أيضا وبشكل مبسط على مفهوم الإعلان الرقمي، واستعراض أهم أنواعه، وأهميته في عمليات تسويق الخدمات والمنتجات.

References

- شدون على شيبه، الإعلان.. المداخل والنظرية، دار المعرفة الجامعية، جامعة الإسكندرية، 2016
- على فلاح الزعبي & عبد العزيز مصطفى أبو نبعه، هندسة الإعلان الفعال (مدخل صناعة الإعلان)، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2014.
- محمد عبد الفتاح الصيرفي، الإعلان.. أنواعه- مبادئه- وطرق إعدادة، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2012



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

Thank You

