

Graduation Project

Project Title

العنوان الأول:

العوامل المؤثرة على تبني أصحاب المشاريع الصغيرة لأدوات AI في تصميم حملاتهم
الإعلانية

الهدف :

تحديد الدوافع الرئيسية (مثل التكلفة، السرعة، السهولة) والعوائق (مثل ضعف الثقة، نقص
المسمة الإنسانية) التي تجعل العملاء وأصحاب الأعمال يفضلون استخدام أدوات الذكاء
الاصطناعي التوليدي لإنتاج محتوهم الإعلاني بدلاً من اللجوء لشركات الدعاية التقليدية

نعمند المنهج الوصفي التحليلي:

أولاً: أدوات جمع البيانات

- الاستبانة: (Survey) صياغة استبيان موجه لأصحاب العمل المستقلين
(Freelancers) وأصحاب المتاجر الإلكترونية الذين استخدموا أدوات مثل Canva
(Magic Design, ChatGPT, Midjourney, Sora) لإنتاج إعلاناتهم.
- تحليل المضمون: (Content Analysis) جمع نماذج لإعلانات حقيقية أنتجها هؤلاء
العملاء عبر AI وتحليل عناصرها (الصورة، النص، الرسالة) لتقييم مدى احترافيتها

العنوان الثاني :

تأثير تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التوليدي على نماذج أعمال منصات المحتوى الرقمي:
دراسة تحليلية مقارنة بين منصة Shutterstock العالمية ومنصة Arabsstock المحلية

الهدف :

- تحليل التحول الاستراتيجي: فهم كيف غير الذكاء الاصطناعي نموذج الربح في هذه
المنصات (من بيع الصور الفردية إلى ترخيص البيانات لتدريب الخوارزميات).
- قياس التنافسية: تقييم قدرة الصور المولدة آلياً (AI-Generated) على تعويض
الصور الفوتوغرافية الحقيقية، خاصة في المحتوى الذي يحمل خصوصية ثقافية) مثل
المحتوى العربي في.(Arabsstock)
- استشراف المستقبل: تحديد الفرص والتحديات التي تواجه المصورين والمبدعين
العرب المشتركين في هذه المنصات في ظل هذا التحول

2026/2/10

Rana
Abdulwahab

سيستخدم المشروع على المنهج المختلط (Mixed Methods) الذي يجمع بين تحليل الأرقام والآراء النوعية:

- تحليل المحتوى: (Content Analysis) ستقوم بمقارنة نتائج البحث داخل المنصتين لعام 2026. (مثلاً: ابحث عن "شاب سعودي يعمل على حاسوب"، وقارن بين جودة الصور الحقيقية والصور التي يولدها الذكاء الاصطناعي المدمج في المنصة من حيث الدقة والواقعية الثقافية).
- أداة الاستبيان: (Survey) توزيع استبيان إلكتروني على (المصممين الجرافيين وصناع المحتوى) لقياس مدى تحولهم لاستخدام أدوات الـ AI داخل هذه المنصات بدلاً من شراء الصور التقليدية

العنوان الثالث :

مستقبل الكتابة الإبداعية (Copywriting) في شركات الإنتاج الرقمي: دراسة تحليلية لأداء النصوص الإعلانية المولدة عبر الذكاء الاصطناعي مقارنة بالعنصر البشري

الهدف :

- الفاعلية: هل تستطيع نصوص الذكاء الاصطناعي محاكاة "اللهجة المحلية" والمشاعر الإنسانية في الإعلانات العربية؟
- التأثير: قياس مدى استجابة الجمهور (تفاعل، نقر، شراء) للإعلانات التي كُتبت نصوصها بواسطة AI مقابل التي كُتبت بواسطة كاتب محتوى (Copywriter) محترف.
- التحول الوظيفي: استكشاف كيف تغير دور "كاتب المحتوى" في شركات الدعاية من (مؤلف) إلى (محرر وموجه لذكاء الآلة)

اختيار العينة :

- نوع العينة: عينة عشوائية بسيطة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي (إنستغرام وتيك توك).
- الحجم (100-200): مشارك لضمان الحصول على نتائج إحصائية واضحة حول "تفضيل الجمهور".
- عينة الخبراء: إجراء مقابلات قصيرة مع 3 من "كتاب المحتوى" في شركات إنتاج رقمية لسؤالهم عن كيفية دمجهم للـ AI في عملهم اليومي.

2026/2/10

Rana
Abdulwahab