

مقرر الإعلان الرقمي

Digital Advertising

أ.م.د/ شيرين فاروق ربيع

أستاذ مشارك بكلية الإعلام والتسويق – جامعة Midocean

المحاضرة التمهيدية

كود المقرر MKT 123



محاضرة تمهيدية

مقدمة موجزة عن الإعلان الرقمي

Orientation Lecture



■ الملف التعريفي بأستاذ المقرر:

- إعداد وتقديم المقرر : أ.م.د. شيرين فاروق ربيع
- الدرجة العلمية: أستاذ مشارك فى علوم الإعلام الرقمي وخوارزميات التعلم الآلي
- التخصص الدقيق : إعلام رقمي وذكاء اصطناعي
- حاصلة على زمالة الإعلام الرقمي- الجامعة الأمريكية بالقاهرة 2026
- الوظائف الأكاديمية الحالية:
- أستاذ مشارك الإعلام الرقمي بكلية الإعلام والتسويق-- جامعة Midocean
- وكيل كلية الإعلام والتسويق الرقمي- جامعة Midocean
- الخبرات الأكاديمية:
- خبرة أكاديمية تمتد لأكثر من 12 عاماً فى عدد من الجامعات الحكومية والخاصة فى مجال الإعلام الرقمي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي
- الاهتمامات البحثية:
- النشر العلمي الدولي في مجالات Digital Media & AI
- التركيز على دمج التكنولوجيا في التعليم الإعلامي، ومتابعة تطورات الإعلام التفاعلي وتقنيات الذكاء الاصطناعي



في هذه المحاضرة التعريفية، سنتناول النقاط التالية:

1. التعريف بالمقرر وأهميته.
2. أهداف ومخرجات التعلم للمقرر.
3. موضوعات المقرر الرئيسية.
4. طرق التدريس والأنشطة التعليمية.
5. نظام التقييم وتوزيع الدرجات.
6. المراجع الأساسية والمصادر الإضافية.
7. مقدمة موجزة عن الإعلان الرقمي .

MIDOCEAN
UNIVERSITY

كلية الإعلام والتسويق

برنامج بكالوريوس التسويق الرقمي

كود المقرر MKT 123

التعريف بالمقرر

عنوان المقرر :

الإعلان الرقمي

يتناول مقرر الإعلان الرقمي المفاهيم والأسس الحديثة للإعلان في البيئة الرقمية، وتطوراته وأهم قنواته ومنصاته. كما يركز على تحديد الجمهور والأهداف الإعلانية وفهم رحلة العميل، إلى جانب صناعة وكتابة وتصميم المحتوى الإعلاني كما يتناول المقرر التخطيط والشراء الإعلاني وقياس أداء الحملات وتحليل نتائجها وتحسينها باستخدام مؤشرات الأداء. كما يستعرض المقرر دور الذكاء الاصطناعي في تطوير استراتيجيات الإعلان والتسويق الرقمي، وصولاً إلى تصميم حملة إعلانية رقمية متكاملة.



كلية الإعلام والتسويق

برنامج بكالوريوس التسويق الرقمي

كود المقرر MKT 123

أهداف ومخرجات التعلم

02

يهدف هذا المقرر إلى تحقيق الأهداف التالية:

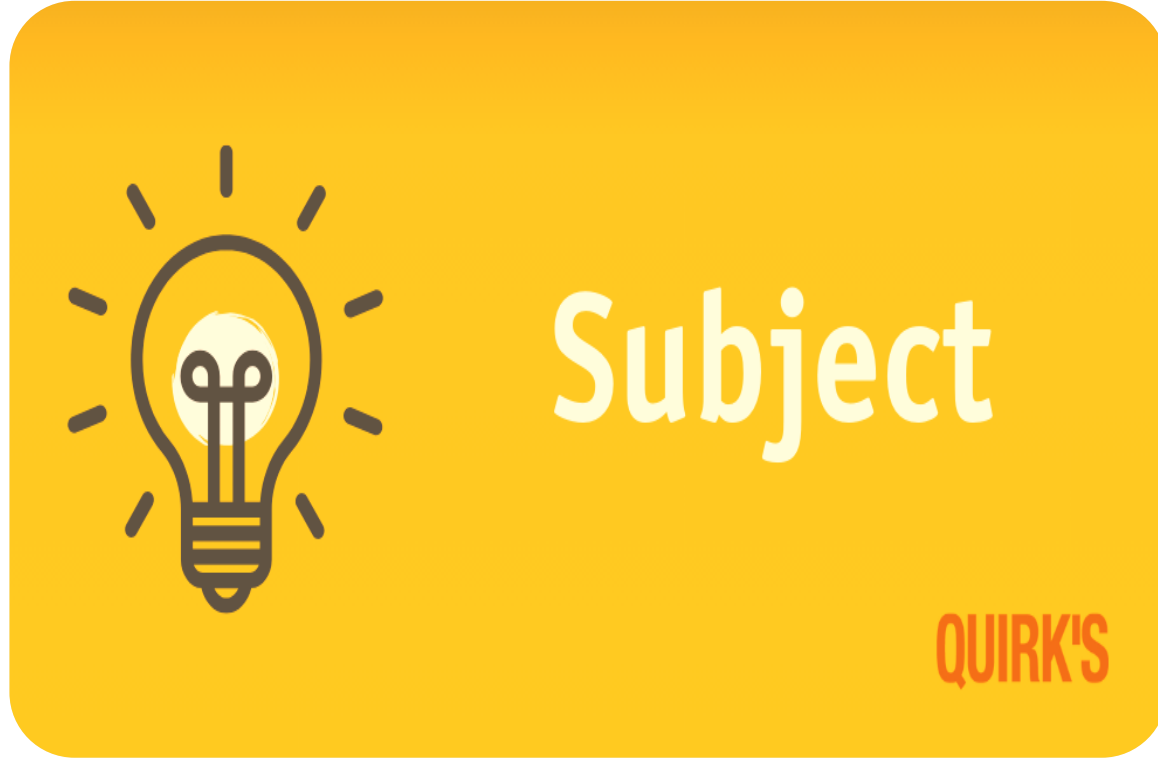
1. التعرف على مفهوم الإعلان الرقمي وخصائصه وأنواعه، وفهم تطوره ودوره في البيئة الإعلامية والتسويقية الحديثة.
2. تحليل الجمهور المستهدف وتحديد الأهداف الإعلانية بما يتناسب مع طبيعة المنتج واحتياجات الجمهور وسلوكياته الرقمية.
3. فهم رحلة العميل الرقمية وربط مراحلها المختلفة بالرسائل والأشكال الإعلانية المناسبة.
4. التعرف على أساليب الإعلان الرقمي عبر محركات البحث ومنصات التواصل الاجتماعي والفيديو الرقمي، واختيار المنصة المناسبة وفقاً لأهداف الحملة.

أهداف ومخرجات التعلم

02

يهدف هذا المقرر إلى تحقيق الأهداف التالية:

5. تنمية مهارات صناعة المحتوى والرسائل الإعلانية الرقمية، بما يشمل كتابة النصوص والعناوين وتصميم العناصر البصرية والفيديو واستخدام أساليب الإقناع. Call to Action.
6. اكتساب أساسيات التخطيط والشراء الإعلامي الرقمي، وتحديد الميزانية والمنصات والمواقع الإعلانية المناسبة للحملة.
7. قياس وتحليل أداء الحملات الإعلانية الرقمية باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية، وتوظيف نتائج التحليل في تحسين الحملات ورفع كفاءتها.
8. التعرف على دور AI في التسويق والإعلان الرقمي وتوظيف أدواته في تحليل الجمهور، وتوليد الأفكار والمحتوى، وتخصيص الرسائل، وتحسين الاستهداف وقياس أداء الحملات، مع مراعاة الاستخدام الأخلاقي والمسؤول.



- (1) مدخل إلى الإعلان الرقمي
- (2) الجمهور والأهداف الإعلانية
- (3) رحلة العميل والإعلان الرقمي
- (4) الإعلان عبر محركات البحث SEM
- (5) الإعلان عبر منصات التواصل الاجتماعي
- (6) إعلانات YouTube والفيديو الرقمي
- (7) صناعة المحتوى الإعلاني
- (8) التخطيط والشراء الإعلاني الرقمي
- (9) قياس الأداء وتحسين الحملات الإعلانية الرقمية
- (10) تصميم حملة إعلانية متكاملة

طريقة التدريس

- يتكون المقرر من (10) محاضرات يتم تدريسها خلال (10) أسابيع دراسية
- المحاضرات تشمل موضوعات المقرر والجوانب النظرية والتطبيقية معاً.
- تنشر المحاضرات المسجلة على منصة الجامعة.
- نشر المحاضرات بشكل أسبوعي (يوم السبت من كل أسبوع الساعة 12 ظهراً).

الأنشطة التدريسية (حلقات النقاش الأسبوعية)

- عقد حلقة نقاش أسبوعية بحسب الجدول المعلن من إدارة الكلية.
- تكون حلقة النقاش فرصة للطلاب لطرح الأسئلة والاستفسارات حول المقرر.
- حلقة النقاش يحضرها عضو هيئة التدريس ومدير المقرر والطلاب.
- الفترة الزمنية لحلقة النقاش ساعة واحدة فقط كل أسبوع.



طريقة التقييم

05

طريقة التقييم المتبعة هي الاختبارات الأسبوعية والاختبار النهائي.

أولاً: الاختبارات الأسبوعية:

- كل اختبار يتكون من (8) أسئلة لكل سؤال درجة واحدة في التقييم.

- مجموع درجات الاختبارات الأسبوعية النهائي يساوي (80 درجة)

ثانياً: الاختبار النهائي:

- يتكون من (20) سؤال لكل سؤال درجة واحدة في التقييم.

- مجموع درجات الاختبارات الأسبوعية + الاختبار النهائي تساوي (100) درجة



مراجع المقرر

06

قائمة بمجموعة من المراجع التي يمكن للطلاب الرجوع إليها لمزيد من المعلومات حول موضوعات المقرر، ولمزيد من الاطلاع والالمام بتفاصيل أكثر، وهذه المراجع هي:



1. عبد الله، داليا محمد، وأحمد، إيمان أسامة. (2022). مقدمة في الإعلان الرقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي والهاتف المحمول. دار النهضة العربية
2. رعد، دحام عصام، ومجيد، عيسى عيال. (2024). الإعلان الإلكتروني والإعلام الجديد. دار أمجد للنشر والتوزيع.
3. العبابنة، حسن علي. (2025). تكنولوجيا الإعلان الإلكتروني. دار السواقي العلمية للنشر والتوزيع. الطبعة الأولى.
4. الشوا، أحمد محمد. (2025). استراتيجيات التسويق الرقمي. مركز الأدب العربي ..
5. رجب، أحمد. (2024). التسويق الرقمي وآفاق المستقبل. وكالة الصحافة العربية
6. الرويني، محمد. (2021). مدخل إلى التسويق والإعلان الإلكتروني: الأساسيات – المفهوم – الأشكال. دار العلاء للنشر والتوزيع
7. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Pearson.
8. Kingsnorth, S. (2022). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing* (3rd ed.). Kogan Page.

مقدمة موجزة عن الإعلان الرقمي



ما هو الإعلان الرقمي؟

الإعلان الرقمي: هو استخدام المنصات والقنوات الرقمية لتقديم رسائل إعلانية إلى جمهور مستهدف بهدف التعريف بمنتج أو خدمة أو علامة تجارية، والتأثير في سلوك الجمهور ودفعه إلى اتخاذ إجراء محدد. ويتم الإعلان الرقمي عبر مجموعة متنوعة من القنوات، مثل:

- (1) محركات البحث.
- (2) منصات التواصل الاجتماعي.
- (3) مواقع الويب والتطبيقات.
- (4) منصات الفيديو مثل YouTube.
- (5) الإعلانات داخل التطبيقات والمحتوى الرقمي.



مالذي يميز الإعلان الرقمي



يتميز الإعلان الرقمي بقدرته على الوصول إلى الجمهور المناسب، في الوقت والمكان المناسبين، برسالة قابلة للتخصيص والقياس.

- (1) ومن أهم خصائصه:
- (2) الاستهداف الدقيق وفق خصائص الجمهور واهتماماته وسلوكياته.
- (3) التفاعل المباشر مع الجمهور وقياس استجابته.
- (4) القابلية للقياس من خلال مؤشرات أداء واضحة.
- (5) المرونة في تعديل الحملات والميزانيات والمحتوى.
- (6) التخصيص وتقديم رسائل مختلفة لفئات مختلفة من الجمهور.
- (7) الانتشار وسرعة الوصول عبر المنصات الرقمية المتنوعة.

لماذا الإعلان الرقمي مهم؟

أصبح الإعلان الرقمي عنصرًا أساسيًا في الاتصال بالعملاء، نتيجة التحول المتزايد

للجمهور نحو البيئة الرقمية.

وتبرز أهميته في أنه:

- (1) يتيح الوصول إلى جمهور واسع ومستهدف.
- (2) يساعد المؤسسات على بناء حضور رقمي قوي.
- (3) يوفر إمكانية قياس النتائج وتحليل سلوك الجمهور.
- (4) يتيح الوصول إلى العملاء خلال مراحل مختلفة من رحلة العميل.
- (5) يدعم اتخاذ القرارات الإعلانية اعتمادًا على البيانات.



DIGITAL
ADVERTISING

من الإعلان إلى النتائج

لا تقتصر قيمة الإعلان الرقمي على الوصول إلى الجمهور، وإنما تمتد إلى القدرة على فهمه والتفاعل معه وتحويل استجابته إلى نتائج قابلة للقياس.

وصول → تفاعل → تحويل → ولاء

ومن خلال البيانات والتحليلات، يمكن للمعلن معرفة:

- (1) من شاهد الإعلان؟
- (2) من تفاعل معه؟
- (3) من اتخذ إجراء؟
- (4) ما الذي حقق أفضل نتيجة؟
- (5) وكيف يمكن تحسين الحملة؟



أنواع الإعلان الرقمي ؟

تتنوع أشكال الإعلان الرقمي وفقاً للمنصة وطبيعة الجمهور والهدف الإعلانّي، ومن أبرزها:

(1) إعلانات محركات البحث Search Ads

تظهر للمستخدمين عند البحث عن كلمات أو منتجات محددة.

(2) إعلانات منصات التواصل الاجتماعي Social Media Ads

مثل إعلانات Snapchat - Facebook - Instagram - TikTok

(3) إعلانات الفيديو Video Ads

وتظهر عبر YouTube والمنصات الرقمية المختلفة.



أنواع الإعلان الرقمي ؟

(4) الإعلانات المصوّرة Display Ads

وهي الإعلانات التي تظهر في المواقع والتطبيقات في شكل صور أو رسومات تفاعلية

(5) إعلانات المحتوى Content & Native Ads

تندمج مع المحتوى الرقمي وتقدم الرسالة الإعلانية بصورة أكثر طبيعية.

(6) إعلانات إعادة الاستهداف Retargeting Ads

تستهدف المستخدمين الذين سبق لهم زيارة موقع أو التفاعل مع منتج أو خدمة.

ويُختار نوع الإعلان وفقاً للهدف الإعلاني والجمهور والمنصة ورحلة العميل.



حاضر ومستقبل الإعلان الرقمي

حاضر الإعلان الرقمي يقوم على البيانات، والاستهداف الدقيق، وتعدد المنصات، والمحتوى التفاعلي، والقياس المستمر للأداء.

أما مستقبله فيتجه نحو مزيد من التخصيص والأتمتة، مع تنامي دور الذكاء الاصطناعي في:

(1) تحليل الجمهور والتنبؤ بسلوك العملاء.

(2) توليد الأفكار والمحتوى الإعلاني.

(3) تخصيص الرسائل وفق اهتمامات المستخدمين.

(4) تحسين الاستهداف وتوزيع الميزانيات.

(5) تحليل النتائج واتخاذ قرارات أسرع وأكثر دقة.

المعلن المستقبلي لن يكتفي بصناعة الإعلان، بل سيعتمد على البيانات والذكاء الاصطناعي

لصناعة الإعلان الأنسب للجمهور الأنسب.



ملخص المحاضرة



في هذه المحاضرة من مقرر الإعلان الرقمي:

1. تعرفنا على مقرر الإعلان الرقمي وأهميته لطلاب التسويق الرقمي.
2. استعرضنا أهداف ومخرجات التعلم التي سيكتسبها الطلاب.
3. تطرقنا إلى موضوعات المقرر الرئيسية التي سيتم تناولها خلال الفصل الدراسي.
4. فهمنا طرق التدريس والأنشطة التعليمية المتبعة في المقرر.
5. تعرفنا على نظام التقييم وتوزيع الدرجات خلال الفصل الدراسي.
6. ألقينا نظرة سريعة على مفهوم الإعلان الرقمي وأهميته وأنواعه، وحاضره ومستقبله.



ماهية الإعلان الرقمي

لو شاهد 100 ألف شخص إعلانًا واحدًا، ولكن لم يكن من بينهم سوى 100 شخص مهتمون فعليًا بالمنتج

...هل يمكن أن نعتبر الإعلان ناجحًا؟

"هنا تحديدًا تبدأ قصة الإعلان الرقمي؛ فالقوة لم تعد في الوصول إلى أكبر عدد من الأشخاص فقط، وإنما في الوصول إلى الشخص المناسب، في الوقت المناسب، بالرسالة المناسبة".

نلتقي الأسبوع القادم إن شاء الله مع محاضرة جديدة من محاضرات الإعلان الرقمي بعنوان:

من الإعلان التقليدي إلى الإعلان الرقمي: تحولات الاتصال الإعلاني في البيئة الرقمية

وسنتعرف خلالها على مفهوم الإعلان الرقمي، وخصائصه، وتطوره،

وأهم أنواعه ومميزاته..

المحاضرة

الأولى



شكراً لحضوركم Thank You