

## توصيف تكليف اختياري لمن يرغب لمقرر استراتيجيات الإعلان والتسويق

### **MKT 211 كود المقرر**

#### ➤ طبيعة التكليف:

يهدف هذا التكليف إلى تنمية مهارات التفكير الاستراتيجي والنقدي لدى الطالب، من خلال تمكينه من الربط بين المفاهيم النظرية للاستراتيجيات الإعلانية والتسويقية، وتطبيقاتها الفعلية في الحملات الإعلانية الحية في السوق، وتقييم مدى اتساق الرسالة الإعلانية مع الاستراتيجية المعتمدة.

#### ➤ هيكل ومكونات العرض التقديمي (PowerPoint)

- يقوم كل طالب باختيار منتج معين (محلي أو دولي)، ويقسم العرض التقديمي إلى

##### شرائح متسلسلة تشمل المحاور التالية:

- أولاً: تحديد وتحليل الاستراتيجية (الشرائح الأولى)
- وصف المنتج والسوق: نبذة مختصرة عن المنتج ومكانته التنافسية.
- تحديد الاستراتيجية المستخدمة: تحديد الاستراتيجية التسويقية والإعلانية المتبعة بدقة (مثل: استراتيجية التسويق الأخضر، استراتيجية التسويق بالأحداث الجارية، استراتيجية Inbound، Outbound).
- مبررات الاختيار: شرح الأسباب التي جعلت الشركة تتبنى هذه الاستراتيجية بناءً على طبيعة الجمهور المستهدف والمنافسين.
- ثانياً: النماذج التطبيقية والتحليل الإعلاني (الشرائح التالية)
- استعراض النماذج: تقديم نماذج واقعية من الحملات الإعلانية للمنتج والتي تعكس وتتطابق تماماً مع الاستراتيجية التي قام الطالب بتوضيحها في الجزء الأول.

- التدعيم بالروابط (URLs): يُشترط إدراج روابط إلكترونية فعالة (URL) لكل نموذج إعلاني مستخدم (سواء كانت إعلانات فيديو على يوتيوب، أو حملات رقمية على منصات التواصل الاجتماعي) ليتسنى الاطلاع عليها وتقييمها.
- التحليل النقدي: شرح موجز لكيفية ترجمة الاستراتيجية إلى عناصر إبداعية ورسائل اتصالية داخل هذه الإعلانات (التطبيق).

### ➤ تعليمات وضوابط هامة للطلاب:

- دقة التقييم: اختيار الإعلانات يجب ألا يكون عشوائياً، بل يجب أن يثبت الطالب بالدليل التحليلي كيف يخدم هذا الإعلان الاستراتيجية المذكورة.
- صحة الروابط: يتحمل الطالب مسؤولية إدراج روابط (URLs) تعمل بشكل صحيح ومباشر.
- جودة العرض البصري: تنسيق الشرائح بأسلوب مهني يعكس الهوية البصرية للمنتج المختار مع وضوح النصوص والعناصر الجرافيكية. 2022.
- يتم البدء في تكليف الطلاب به بدء من الحلقة النقاشية التاسعة في الأسبوع العاشر من الفصل الدراسي.