

اقتصاديات الإعلام الرقمي

أ. فاطمة الزهراء النجار

DGM313

The Economics of Digital Media

المحاضرة التوجيهية

أهداف المقرر ومحتوياته

محتويات المحاضرة



وصف المقرر

أهداف المقرر

محتويات المقرر

مراجع المقرر

أولاً: وصف المقرر

يهدف مقرر **اقتصاديات الإعلام الرقمي** إلى تعريف الطلاب بالمفاهيم الأساسية والنماذج الاقتصادية التي تحكم عمل الإعلام في العصر الرقمي. يركز المقرر على دراسة التحولات التي طرأت على وسائل الإعلام بفعل التكنولوجيا الرقمية، وكيفية تأثيرها على نماذج الأعمال، الإنتاج، التوزيع، والتفاعل مع الجمهور. كما يسلط الضوء على التحديات والفرص الاقتصادية التي تواجه المؤسسات الإعلامية الرقمية في ظل البيئة التنافسية الحالية.



ثانيًا: أهداف المقرر

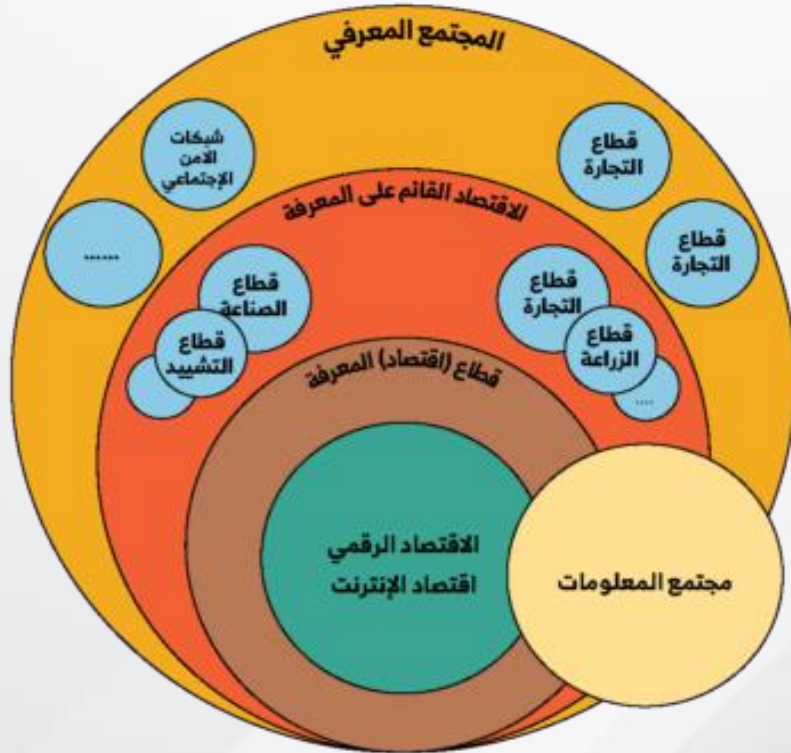
أهداف المقرر:

- تعريف اقتصاديات الإعلام الرقمي وفهم أهميتها في العصر الحديث.
- التعرف على نماذج الأعمال المختلفة في الإعلام الرقمي.
- تحليل العلاقة بين التكنولوجيا والاقتصاد في مجال الإعلام.
- تقييم التحديات الاقتصادية والتقنية والاجتماعية التي تواجه الإعلام الرقمي.
- تحليل الفروق بين النماذج التقليدية والرقمية للإعلام.
- تقييم أثر التحولات الرقمية على صناعة الإعلام.

ثالثًا: موضوعات المقرر

١- اقتصاد المعرفة والإنتاج الإعلامي الرقمي

- مفهوم اقتصاد المعرفة:
- هو نظام اقتصادي يعتمد على المعرفة كعنصر رئيسي في الإنتاج والنمو. يقوم على خلق المعرفة، ونشرها، واستخدامها لتوليد قيمة اقتصادية مضافة، مع التركيز على الابتكار، التكنولوجيا، والمهارات البشرية. في هذا الاقتصاد، تُعتبر المعلومات والبيانات موردًا استراتيجيًا أكثر من الموارد التقليدية كالعمالة أو المواد الخام.
- في الإعلام الرقمي، يمثل اقتصاد المعرفة تطبيقًا لهذا المفهوم من خلال استغلال المعرفة الرقمية في إنتاج محتوى مبتكر وملائم يلبي احتياجات الجمهور ويحقق استدامة اقتصادية.



ثالثًا: موضوعات المقرر



٢- مقدمة في اقتصاديات الإعلام الرقمي

- أهم ملامح اقتصاد الإعلام الرقمي
- الفرق بين الاقتصاد التقليدي والرقمي من حيث:
 - البنية الأساسية
 - الإنتاج والتوزيع
 - التفاعل مع الجمهور و سرعة العمليات

ثالثًا: موضوعات المقرر



٣- مكونات اقتصاديات الإعلام

أ- الإنتاج الإعلامي

ب- التوزيع الإعلامي

ج- الاستهلاك الإعلامي

- عوامل نجاح الاقتصاديات الإعلامية

أ- التكنولوجيا والابتكار

ب- التمويل.

ج- فهم احتياجات الجمهور المستهدف

ثالثًا: موضوعات المقرر

٤- تمويل المؤسسات الإعلامية

مصادر تقليدية: الإعلانات التجارية وتشمل إعلانات البحث وإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات التفاعلية البصرية والإعلانات المدمجة وإعلانات البود كاست.

الاشتراكات المدفوعة من المستخدمين والمنح الحكومية من المصادر التقليدية أيضًا.

مصادر رقمية:

١- النماذج القائمة على المحتوى المدفوع.

٢- تمويل الجماهير



ثالثًا: موضوعات المقرر

0- اقتصاديات الإعلان الرقمي

أي شكل من أشكال الترويج للمنتجات أو الخدمات يتم عبر الإنترنت باستخدام الوسائل الرقمية، مثل المواقع الإلكترونية، منصات التواصل الاجتماعي، محركات البحث، وتطبيقات الهواتف المحمولة. يُعد الإعلان الرقمي من الأدوات الرئيسية في استراتيجيات التسويق الحديثة، حيث يعتمد على تقنيات مبتكرة لاستهداف الجمهور المناسب بدقة وبأقل التكاليف مقارنة بالإعلانات التقليدية.

عناصر الإعلان الرقمي:

- الوسائل الرقمية كالمنصات الاجتماعية.
- التقنيات الحديثة
- القياس والتتبع لأداء الإعلان.



ثالثًا: موضوعات المقرر

٦- اقتصاديات الصحافة الإلكترونية

الصحافة الإلكترونية هي نوع من الإعلام الرقمي يعتمد على الإنترنت كمنصة أساسية لنشر وتوزيع المحتوى الإخباري. ظهرت هذه الصحافة في أواخر القرن العشرين مع تطور تكنولوجيا الاتصالات والإنترنت، حيث أصبحت بديلًا حديثًا للصحافة المطبوعة والتقليدية التي تعتمد على الطباعة والنشر الورقي، تستخدم الصحافة الإلكترونية الوسائط الرقمية لتوصيل المعلومات إلى الجمهور في أي مكان وزمان.

تطور الصحافة الإلكترونية مقارنة بالصحافة التقليدية

- ظهور الإنترنت كمحرك رئيسي
- الانتقال إلى النشر الفوري
- تحولات في التكاليف
- زيادة التفاعل مع الجمهور



ثالثًا: موضوعات المقرر

٧- اقتصاد المؤثرين

في عصر الاقتصاد الرقمي، أصبح المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم الأدوات التسويقية للشركات والعلامات التجارية. بفضل قدرتهم على بناء علاقات قوية مع متابعيهم، يلعبون دورًا كبيرًا في تشكيل قرارات الشراء، سواء من خلال التوصيات المباشرة أو عبر الإعلانات المدفوعة. قوة التأثير تأتي من الثقة والمصداقية التي يمنحها الجمهور للمؤثرين، مما يجعلهم وسطاء فعالين بين المنتجات والعملاء المحتملين.

أشكال التعاون مع العلامة التجارية

- الحملات الدعائية المدفوعة مقابل نشر محتوى ترويجي عن العلامة التجارية
- التسويق بالعمولة من خلال منحهم أكواد الخصم ويحصلون على نسبة مقابل عمليات الشراء.
- إطلاق منتجات الشركة باسم المؤثر



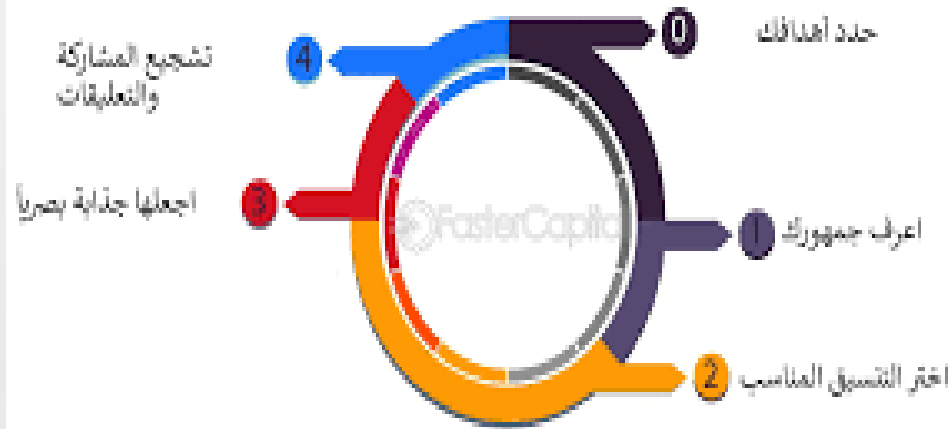
ثالثاً: موضوعات المقرر

٨- اقتصاد صناعة المحتوى الرقمي

مراحل إنشاء المحتوى الرقمي

- البحث والتخطيط من خلال تحليل الجمهور المستهدف وتحديد أهداف المحتوى
- الإنتاج الفعلي مثل كتابة النصوص أو التصميم الجرافيكي أو إنتاج الفيديوهات
- تحرير وتحسين المحتوى من خلال المراجعة وتحسين النصوص للتوافق مع السيو وتضمين عناصر تفاعلية كالروابط والتعليق.

كيفية إنشاء محتوى تفاعلي فعال



ثالثاً: موضوعات المقرر

٩- اقتصاديات مواقع التواصل الاجتماعي

خصائص المنصات الاجتماعية:

- **التفاعلية:** تسهل التفاعل بين المستخدمين من خلال التعليقات والإعجاب والرسائل.
- **التخصيص:** تعتمد على تحليل البيانات الضخمة لتقديم محتوى مخصص لكل مستخدم.
- **قابلية للتوسع:** تمتاز بالقدرة على الوصول إلى ملايين المستخدمين حول العالم.
- **التكامل:** يمكن دمجها مع أدوات أخرى مثل التسويق الإلكتروني.
- **التأثير المجتمعي:** تؤثر بشكل كبير على سلوك الأفراد والمجتمعات سواء على مستوى التواصل الشخصي أو العمل.

ثالثاً: موضوعات المقرر

١٠- الذكاء الاصطناعي في اقتصاديات الإعلام الرقمي

استراتيجيات تحسين الإعلانات الرقمية باستخدام الذكاء الاصطناعي

- الاستهداف الدقيق للجمهور بناءً على اهتماماته وسلوكه
- إنشاء محتوى إعلاني مخصص يؤدي إلى زيادة التفاعل مع الإعلانات
- إدارة الحملات بشكل ديناميكي وتعني مراقبة أداء الحملات في الوقت الحقيقي وضبط الميزانية بناءً على النتائج كزيادة الميزانية لحملة ناجحة وتقليل الإنفاق لحملة منخفضة الأداء.



ثالثاً: مراجع المقرر

Chapter

- دراسة اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية: الواقع والنموذج
المؤلف: محمد الأمين موسى. أستاذ الصحافة الإلكترونية المساعد بقسم الإعلام - جامعة قطر
- دراسة بعنوان علاقة تطبيقات الذكاء الاصطناعي واقتصاديات مهنة وصناعة الإعلام
المؤلف: أ. هبة عبد الفتاح- أخصائي فنون مستوى أ- جامعة عين شمس
- الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات إدارة الإعلام: الابتكار وريادة الأعمال الإعلامية رؤية تحليلية نقدية
المؤلف: د/ عبد الله بن محم الرفاعي. أستاذ قسم الصحافة والإعلام الجديد - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- الرياض.
- اقتصاد الإعلام والمعرفة
المؤلف: د/ لؤي الزعبي. الجامعة الافتراضية السورية.
- دراسة اقتصاديات الإعلام الجديد وحدود الحرية
المؤلف: أمجد المنيف. مدير عام مركز سمت للدراسات
- إدارة الإعلان واقتصادياته
المؤلف: د/ سامي عبد العزيز. أستاذ العلاقات العامة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة
- د/ سلوى العوادلي/ الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

خلاصة المحاضرة

- التعرف على وصف المقرر
- معرفة أهداف المقرر
- التعرف على موضوعات المقرر

المحاضرة القادمة



- في المحاضرة القادمة
سنتعرف على.....
- مفهوم اقتصاد المعرفة وأهميته في الإعلام الرقمي
- التقنيات الحديثة في دعم اقتصاد المعرفة
- العلاقة بين الابتكار الرقمي واقتصاد المعرفة



Thank You