



**وتحليلات الأداء الدورة التدريبية الشاملة في دبلوم الميديا باير  
الإعلاني الاحترافي - استراتيجيات متقدمة**

**مايو ٢٠٢٦ - ٢٩ - ٢٥**

**ميلان**

**(للشخص الواحد) € ٥٧٠٠**

**Ref: #MAR5604\_203797**



## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

كافة جوانب شراء الوسائط الميديا باير الاحترافي برنامجاً متعمقاً يهدف إلى تُقدم هذه الدورة التدريبية المتخصصة في دبلوم وصولاً إلى إتقان استراتيجيات التحسين الإعلانية الحديثة. من فهم أساسيات سلوك المستهلك صقل مهارات المشاركين في على تعلم التفاصيل الدقيقة التي يحتاجها متخصص الميديا باير المستمر للحملات الإعلانية، تتناول الدورة جميعاً الرقمي الإعلاني المتقدمة، وإدارة الميزانيات كيفية تحليل البيانات الضخمة، واستخدام أدوات ليصبح رائداً في مجاله. سيركز المشاركون ذلك الذكاء الإعلاني. كما تتطرق الدورة إلى أحدث التوجهات في بكفاءة لضمان تحقيق أقصى عائد على الاستثمار التخطيط البيانات السلوكية على الحملات. يعتمد هذا الاصطناعي في الاستهداف، والإعلانات البرمجية، عالم الإعلان الرقمي، بما في Philip)، أعمال شخصيات بارزة في مجال التسويق الرقمي مثل البرنامج على رؤى أكاديمية عميقة، مستلهماً من وتأثير يوفر BIG BEN Training Center هذه الذي يعتبر مرجعاً عالمياً في استراتيجيات التسويق البروفيسور فيليب كوتلر (Philip Kotler) كيفية دمج التفوق في مشهد الإعلان الرقمي المتغير باستمرار. الخبرة الشاملة لتمكين الأفراد والمؤسسات من الحديثة. على تصميم وتنفيذ حملات إعلانية ناجحة الاستراتيجيات النظرية مع التطبيقات العملية، مما سيكتسب المتدربون فهماً عميقاً وفعالة. يضمن قدرتهم



## لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- متخصصو التسويق الرقمي.
- مديرو الحملات الإعلانية.
- مسؤولو الميديا باينج.
- أخصائيو تحليل البيانات التسويقية.
- الوسطاء المسوقون الذين يهدفون إلى تعزيز مهاراتهم في شراء
- رواد الأعمال الذين يديرون حملاتهم الإعلانية.

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- صناعة الخدمات المالية والاستثمارية.
- قطاع التكنولوجيا والاتصالات.
- صناعة الإعلام والترفيه.
- قطاع الرعاية الصحية والدوائيات.
- قطاع التعليم والتدريب.
- الوكالات الإعلانية ووكالات التسويق الرقمي.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارة التسويق.
- قسم الإعلان الرقمي.
- فريق تطوير الأعمال.
- قسم تحليل البيانات.
- إدارة العلاقات العامة.
- قسم الاستراتيجيات الرقمية.

## أهداف الدورة التدريبية:

أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- متكاملة، تصميم استراتيجيات شراء وسائط إعلانية رقمية
- الأداء الرئيسية، تحليل أداء الحملات الإعلانية باستخدام مؤشرات
- الاستهداف المتقدمة، تحديد الجمهور المستهدف بدقة باستخدام تقنيات
- على الاستثمار، إدارة ميزانيات الإعلانات بفعالية لتحقيق أقصى عائد
- شراء الوسائط، الاستفادة من البيانات والتحليلات لتحسين قرارات
- فهم آليات الإعلان البرمجي وتقنيات الشراء المباشر
- عبر القنوات المتعددة، تطبيق أفضل الممارسات في قياس وتحسين حملات الإعلان
- حلول مبتكرة لها، تحديد التحديات الشائعة في شراء الوسائط وتطوير
- الاحترافية، استخدام أدوات التخطيط والإدارة الإعلانية
- التسويقية، تطوير خطط إعلامية شاملة تتوافق مع الأهداف

## منهجية الدورة التدريبية:



على التوازن بين المعرفة ومتعددة الأوجه لضمان تحقيق أقصى استفادة تعتمد هذه الدورة التدريبية على منهجية شاملة محاضرات تفاعلية يقودها خبراء في مجال الميديا النظرية والتطبيق العملي. سيتم تقديم المحتوى من للمشاركين، مع التركيز عملية تمكنهم تشجع على تبادل الخبرات. تتضمن المنهجية دراسات باينج، مع التركيز على المناقشات المفتوحة التي خلال العمل في مجموعات على مشاريع من تطبيق المفاهيم المكتسبة في سياقات حقيقية. حالة واقعية تُقدم للمشاركين تحديات لهم بتبادل الأفكار وتطوير حلول مبتكرة. بالإضافة تطبيقية، مما يعزز مهارات العمل الجماعي ويسمح سيطلب من المتدربين المستخدمة في ذلك ورش عمل عملية وتمارين محاكاة، حيث يمكن إلى ذلك، ستشمل الدورة جلسات تفاعلية مكثفة، بما من المدربين لتمكين المتدربين من تحسين شراء الوسائط. سيتم توفير تغذية راجعة بناءة للمشاركين تجربة الأدوات والتقنيات الإعلانية بتوفير بيئة تعليمية داعمة تسمح للمشاركين بتعزيز أدائهم وفهمهم. يلتزم BIG BEN Training Center ومستمرة الرقمية بفعالية قدراتهم في تخطيط وتحليل الحملات

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### الجمهور المستهدف الوحدة الأولى: أسس شراء الوسائط الرقمية وتحليل



- مقدمة إلى دبلوم الميديا باير الاحترافي<sup>١</sup>
- مفاهيم أساسية في الإعلان الرقمي<sup>١</sup>
- فهم سلوك المستهلك الرقمي<sup>١</sup>
- تحديد الشرائح المستهدفة وتحليلها<sup>١</sup>
- أدوات البحث عن الجمهور المستهدف<sup>١</sup>
- بناء ملفات شخصية للجمهور المستهدف<sup>١</sup>
- مؤشرات الأداء الرئيسية في الميديا باينج<sup>١</sup>

## والميزانية الوحدة الثانية: استراتيجيات التخطيط الإعلامي

- وضع خطط إعلامية متكاملة<sup>١</sup>
- تحديد أهداف الحملات الإعلانية<sup>١</sup>
- تخصيص الميزانيات الإعلانية بكفاءة<sup>١</sup>
- نماذج تسعير الإعلانات الرقمية، (CPM, CPC) <sup>١</sup>
- التنبؤ بأداء الحملات الإعلانية<sup>١</sup>
- تحليل المنافسين في شراء الوسائط<sup>١</sup>
- إدارة مخاطر الحملات الإعلانية<sup>١</sup>

## الوحدة الثالثة: الإعلان البرمجي والشراء المباشر



• (Advertising مقدمة إلى الإعلان البرمجي (Programmatic))<sup>٢</sup>

• (SSPs) منصات الطلب (DSPs) ومنصات العرض

• آليات المزايدة في الوقت الفعلي (RTB)<sup>٢</sup>

• (Deals) الشراء المباشر والخاص (Direct & Private)

• تحسين الحملات البرمجية<sup>١</sup>

• أمان العلامة التجارية والاحتيايل الإعلاني<sup>١</sup>

• التحليلات المتقدمة للإعلان البرمجي<sup>١</sup>

## للحملات الوحدة الرابعة: قياس الأداء والتحسين المستمر

• أدوات قياس أداء الحملات الإعلانوية<sup>١</sup>

• تحليل البيانات الإعلانوية المتقدم<sup>١</sup>

• الإعلانوية: تحديد عائد الاستثمار (RO) للحملات

• اختبار A/B وتحسين الإعلانات<sup>١</sup>

• تحسين استراتيجيات الاستهداف<sup>١</sup>

• تقارير الأداء ولوحات المعلومات<sup>١</sup>

• استراتيجيات التحسين المستمر للحملات<sup>١</sup>

## الحديث الوحدة الخامسة: مستقبل الميديا باينج والتوجهات

• الذكاء الاصطناعي في شراء الوسائط<sup>١</sup>

• الإعلان عبر التلفزيون المتصل (CTV)<sup>٢</sup>

• الإعلانات الصوتية والإعلانات داخل الألعاب<sup>١</sup>

• الوسائط: تأثير خصوصية البيانات (GDPR, CCPA) على شراء

• تطبيقات البلوك تشين في الإعلان<sup>١</sup>

• التسويق المؤثر والميديا باينج<sup>١</sup>

• تطوير المهارات المستقبلية للميديا باير<sup>١</sup>



## الأسئلة المتكررة:

### التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة.

### الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد

إجمالي المدة إلى بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، ساعة تدريبية. ٢٥-٣٠ راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل

## سؤال للتأمل:

في استهداف الجمهور؟ عائد على الاستثمار الإعلاني والالتزام بالمسؤولية كيف يمكن للميديا باير أن يوازن بين تحقيق أقصى الاجتماعية والأخلاقية

### ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



مجرد تعليم الأساسيات ليتوغل في شاملاً وعميقاً لدبلوم الميديا باير الاحترافي، تتميز هذه الدورة التدريبية بكونها تقدم نهجاً عملية ودراسات حالة الإعلان. ما يميزها هو التركيز على الرؤى الاستراتيجية متقدمة وتحليلات دقيقة لأداء الحملات يتجاوز كيف " يتم شراء الوسائط، بل "لماذا" تعمل " واقعية، مما يمنح المتدربين فهماً شاملاً ليس فقط الأكاديمية المدعومة بأمثلة قرارات مبنية على المعرفة، وتطوير المشاركين بالمهارات اللازمة لتحليل البيانات استراتيجيات معينة. الدورة مصممة لتزويد الأساسية التطور. نبتعد عن التركيز على أدوات معينة ونركز خطط إعلامية مبتكرة في بيئة إعلانية رقمية دائمة المعقدة، واتخاذ تقنية. هذا النهج يضمن أن يكتسب المتدربون والاستراتيجيات المرنة التي يمكن تطبيقها عبر أي بدلا من ذلك على المفاهيم المجال حملاتهم الإعلان، مما يجعلهم محترفين قادرين على فهماً عميقاً لكيفية تحقيق أقصى كفاءة وفعالية في منصة أو المتسارع. مواجهة التحديات المستقبلية في هذا