الدورة التدريبية: الميديا باير الاحترافي: شراء الإعلانات الرقمية

يوليو ٢٠٢٦ ٣١ - ٢٧

باريس

(للشخص الواحد) ٥٧٠٠ €

Ref: #MED7539_301377

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

لتحقيق أقصى عائد على الميديا باير الاحترافي: شراء الإعلانات الرقمية في المشهد التسويقي الرقمي المتطور، يعد دور لاتخاذ قرارات الإعلانات الرقمية فهماً عميقاً للمنصات الإعلانية، الاستثمار من الحملات الإعلانية. يتطلب شراء أمرًا بالغ الأهمية مصممة خصيصًا Training Center مستنيرة. هذه الدورة التدريبية الشاملة منBIG BEN سلوك المستهلك، وتحليل البيانات حملات الأعمال، وأي شخص يسعى لإتقان فن شراء الإعلانات التسويق، أخصائيو الإعلانات، مدراء الحملات، رواد لتزويد مسؤولي شراء الإعلانات، اختيار إعلانية ناجحة وفعالة. تغطي الدورة جوانب متعددة الرقمية بالمعرفة والمهارات اللازمة لإدارة الاجتماعي)، استهداف الجمهور، إدارة القنوات المناسبة (مثل إعلانات محركات البحث، وسائل بدءًا من فهم استراتيجيات على تحقيق النتائج بدقة. نركز على أهمية التحليل الدقيق، الميزانيات، تحسين الأداء، وصولا إلى تحليل وقياس التواصل مجال الإعلان الرقمي وتجارب أقصى قيمة من كل دولار إنفاق. تستمد الدورة رؤاها المرونة في التكيف مع التغيرات، والقدرة حالة لحملات إعلانية فعالة. الأكاديمي "Seth الميديا بايرز الناجحين، وتقدم أمثلة عملية ودراسات من أحدث التطورات في على الإذن وبناء علاقات طويلة الشهير، يقدم إطارًا نظريًا قيّمًا حول أهمية (سيث جودين)، رائد التسويق والمؤلف "Godin الطويل. يوازن بين أهداف الأداء الفوري والاستراتيجيات التي الأمد مع العملاء، وكيف يمكن للميديا باير أن التسويق المبني المتدربين من تخدم بناء العلامة التجارية على المدى

يعزز قدرتهم على قيادة حملات تسويقية إتقان الميديا باير الاحترافي: شراء الإعلانات يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين ناجحة وتحقيق أهداف أعمالهم الرقمية، مما

لـ: الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مسؤولو التسويق الرقمي.
- أخصائيو الإعلانات المدفوعة.
- مدراء الحملات الإعلانية.
- رواد الأعمال وأصحاب الأعمال الصغيرة.
- المتخصصون في التجارة الإلكترونية.
- الطلاب المهتمون بالإعلان الرقمي.
- المدراء التسويقيون الذين يرغبون في فهم أعمق.
- أخصائيو تحليل البيانات التسويقية.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- وكالات الإعلان والتسويق الرقمي.
- شركات التجارة الإلكترونية.
- شركات التكنولوجيا والبرمجيات.
- الشركات الكبرى ذات أقسام التسويق الداخلية.
- شركات الإعلام والنشر الرقمي.
- شركات الألعاب الإلكترونية.
- القطاع التعليمي (للتسويق الرقمي).
- القطاع المالي (للتسويق للمنتجات المالية).

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق الرقمي.
- قسم الإعلانات المدفوعة (Paid Media).
- قسم تحليل البيانات.
- إدارة الحملات.
- القسم التجاري.
- القسم التنموي.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم استراتيجيات شراء الإعلانات الرقمية.
- اختيار القنوات الإعلانية المناسبة.
- إنشاء حملات إعلانية مستهدفة وفعالة.
- إدارة الميزانيات الإعلانية بكفاءة.
- تحسين أداء الحملات لزيادة العائد على الاستثمار.
- تحليل وقياس نتائج الحملات الإعلانية.
- التعامل مع أدوات وتقنيات الميديا باينج.
- تطوير استراتيجيات إعادة الاستهداف.
- مواكبة أحدث التغيرات في الإعلان الرقمي.

منهجية الدورة التدريبية:

الاحترافي: شراء التدريبية على منهجية تطبيقية وعملية تهدف إلى صقل يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة النظرية الأساسية لشراء الإعلانات، ثم تنتقل الإعلانات الرقمية. تبدأ الدورة بتقديم المفاهيم مهارات المشاركين في الميديا باير حسابات إعلانية على المتدربين من تصميم وإدارة حملات إعلانية افتراضية. مباشرة إلى ورش عمل وتمارين عملية مكثفة تُمكن المستهدفة بدقة، وكتابة نصوص إعلانية منصات رئيسية (مثل Google Ads, Meta Ads)، وتحديد سيقوم المتدربون بـ إعداد حالة الأداء، مع الحصول على تغذية راجعة مباشرة وبناءة فعالة، وتحسين الميزانيات وتوزيعها، وتحليل مقاييس الجماهير التي ساهمت في نجاحها. كما لحملات إعلانية ناجحة من مختلف الصناعات، يتم من المدربين الخبراء. تتضمن الدورة دراسات في إدارة الحملات، وتطوير استراتيجيات ستركز المنهجية على التدريب العملي على حل المشكلات تحليلها لفهم العوامل تهدف هذه على أداء المتدربين في التمارين والمشاريع، مما تحسين الأداء. سيتم توفير تغذية راجعة فردية وبناءة الشائعة لقيادة حملات إعلانية المنهجية إلى تزويد المشاركين بالخبرة العملية التي يساعدهم على تطوير مهاراتهم بشكل مستمر. مؤثرة واحترافية. لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات شراء الإعلانات الرقمية.

- مفهوم الميديا باينج ودورها.
- أنواع الإعلانات الرقمية (بحث، عرض، فيديو، اجتماعي).
- نماذج التسعير (CPC, CPM, CPA).
- فهم رحلة العميل الرقمية.
- تحديد الأهداف التسويقية والإعلانية.
- بناء استراتيجية شراء إعلانات.
- التعرف على المنصات الإعلانية الرئيسية.

الوحدة الثانية: منصات إعلانات محركات البحث (Google Ads).

- مقدمة إلى Google Ads.
- البحث عن الكلمات المفتاحية وتحليلها.
- أنواع مطابقة الكلمات المفتاحية.
- هيكل الحملات الإعلانية في Google Ads.
- كتابة نصوص الإعلانات الفعالة.
- تحسين جودة الإعلان والصفحة المقصودة.
- إدارة الميزانية والمزايدات.

الوحدة الثالثة: إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي (Meta Ads).

- مقدمة إلى Meta Ads (Facebook & Instagram).
- فهم أنواع الجماهير واستهدافها.
- تصميم الإعلانات المرئية والفيديو.
- إنشاء الحملات التسويقية على Meta.
- تحسين الإعلانات لتحقيق أهداف محددة.
- إدارة ميزانية الإعلانات.
- تحليل أداء إعلانات التواصل الاجتماعي.

الوحدة الرابعة: تحليل الأداء وتحسين الحملات.

- مقاييس الأداء الرئيسية (KPIs) في الإعلانات.
- تتبع التحويلات وقياس العائد على الاستثمار (ROI).
- أدوات تحليل البيانات (Google Analytics).
- اختبار A/B للإعلانات.
- تقنيات تحسين الحملات (Optimization).
- إعادة الاستهداف (Retargeting) وأنواعه.
- بناء تقارير الأداء الاحترافية.

الوحدة الخامسة: استراتيجيات متقدمة وتحديات الميديا باينج.

- إعلانات الفيديو ومنصات البث.
- الإعلانات المبرمجة (Programmatic Advertising).
- التعامل مع الاحتيال الإعلاني.
- أخلاقيات الميديا باينج وخصوصية البيانات.
- التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي في الإعلان.
- التحديات المستقبلية في شراء الإعلانات الرقمية.
- دراسات حالة متقدمة لحملات ناجحة.

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

المدة إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، ساعة تدريبية. راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي

سؤال للتأمل:

الأهداف التسويقية سلوك المستهلك الرقمي، كيف يمكن للميديا باير في ظل التطور السريع للمنصات الإعلانية وتغيرات على المدى الطويل، مع ضمان الشفافية الفورية والقصيرة الأجل، وبين بناء قيمة العلامة المحترف أن يوازن بين تحقيق الخوارزمية؟ والمسؤولية في الإنفاق الإعلاني، وتجنب التحيزات التجارية

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

شراء الإعلانات الرقمية، بتركيزها الشامل والعميق على Training Center تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN نظرة عامة فقط. نحن لا نقدم مجرد معلومات مما يجعلها مختلفة ومتميزة عن الدورات الأخرى التي الميديا باير الاحترافي: أخرى كيفية إنشاء جوانب إدارة الحملات الإعلانية الفعالة. على سبيل نظرية، بل نوفر تطبيقًا عمليًا مكثفًا يغطي جميع قد تقدم الرقمية وكيفية إنشاء حملات إعلانية إعلان بسيط، فإننا نغوص في فهم استراتيجيات شراء المثال، بينما قد تشرح دورات الاستثمار. حالة لحملات إعلانية ناجحة، ونحلل الاستراتيجيات مستهدفة وفعالة على مختلف المنصات. نقدم دراسات الإعلانات أداء الحملات لزيادة العائد على كما تركز الدورة على إدارة الميزانيات الإعلانية التي مكنتها من تحقيق أقصى عائد على على حملات تسويقية احترافية. يضمن الجمع بين الخبرة الاستثمار، مما يمنح المتدربين القدرة على قيادة بكفاءة وتحسين أعمالهم من خلال الإعلان معرفة عميقة ومهارات تطبيقية لا تقدر بثمن، مما الأكاديمية والعملية لمدربينا حصول المتدربين الرقمي. يؤهلهم لتعزيز نجاح