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



07 - 11 ديسمبر 2026
باريس
5800 € (للشخص الواحد)
Ref: #MAR5604_312957

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

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

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- متخصصو التسويق الرقمي.
- مديرو الحملات الإعلانية.
- مسؤولو الميديا باينج.
- أخصائيو تحليل البيانات التسويقية.
- المسوقون الذين يهدفون إلى تعزيز مهاراتهم في شراء الوسائط.
- 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:

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

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

منهجية الدورة التدريبية:

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

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس شراء الوسائط الرقمية وتحليل الجمهور المستهدف

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

الوحدة الثانية: استراتيجيات التخطيط الإعلامي والميزانية

- وضع خطط إعلامية متكاملة.
- تحديد أهداف الحملات الإعلانية.
- تخصيص الميزانيات الإعلانية بكفاءة.
- نماذج تسعير الإعلانات الرقمية (CPM, CPC, CPA).
- التنبؤ بأداء الحملات الإعلانية.
- تحليل المنافسين في شراء الوسائط.
- إدارة مخاطر الحملات الإعلانية.

الوحدة الثالثة: الإعلان البرمجي والشراء المباشر

- مقدمة إلى الإعلان البرمجي (Programmatic Advertising).
- منصات الطلب (DSPs) ومنصات العرض (SSPs).
- آليات المزايدة في الوقت الفعلي (RTB).
- الشراء المباشر والخاص (Direct & Private Deals).
- تحسين الحملات البرمجية.
- أمان العلامة التجارية والاحتيال الإعلاني.
- التحليلات المتقدمة للإعلان البرمجي.

الوحدة الرابعة: قياس الأداء والتحسين المستمر للحملات

- أدوات قياس أداء الحملات الإعلانية.
- تحليل البيانات الإعلانية المتقدم.
- تحديد عائد الاستثمار (ROI) للحملات الإعلانية.
- اختبار A/B وتحسين الإعلانات.
- تحسين استراتيجيات الاستهداف.
- تقارير الأداء ولوحات المعلومات.
- استراتيجيات التحسين المستمر للحملات.

الوحدة الخامسة: مستقبل الميديا باينج والتوجهات الحديث

- الذكاء الاصطناعي في شراء الوسائط.
- الإعلان عبر التلفزيون المتصل (CTV).
- الإعلانات الصوتية والإعلانات داخل الألعاب.
- تأثير خصوصية البيانات (GDPR, CCPA) على شراء الوسائط.
- تطبيقات البلوك تشين في الإعلان.
- التسويق المؤثر والميديا باينج.
- تطوير المهارات المستقبلية للميديا باير.

الأسئلة المتكررة:

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

لا توجد شروط مسبقة.

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

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

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

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

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