

الدرس 1

الوحدة 1

التسويق والإعلان



وصف الدرس

الغرض العام من هذا الدرس هو أن يتعلم الطلبة مبادئ التسويق الأساسية لإنشاء إعلان.

ما سيتعلمه الطالب

- < المقصود بالإعلانات وأوجه الاختلاف بينها وبين التسويق الإلكتروني.
- < أنواع الوسائل والوسائط المستخدمة للإعلانات.
- < أساسيات الإعلانات الأكثر فاعلية.

نتائج التعلم

- < المقصود بالإعلانات والاختلافات بينها وبين التسويق الإلكتروني.
- < المقصود بالوسائل والوسائط الإعلانية وأنواعها.
- < المبادئ الأساسية لإنشاء الإعلان الفعال.

المصطلحات

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية
Advertising	الإعلانات
E-marketing	التسويق الإلكتروني
Advertising media	الوسائل الإعلانية
Direct advertisement	إعلان مباشر

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية
Indirect advertisement	إعلان غير مباشر
Types of advertising media	أنواع الوسائل الإعلانية
Product placement	إضافة المنتج
Negative marketing	التسويق السلبي
Logo	الشعار



التحديات المتوقعة



< قد يواجه الطلبة صعوبات في فهم الفرق بين التسويق والإعلان. قد يعتقدون أن الأمر هو نفسه. ساعدهم على فهم أن الإعلان هو جزء من عملية التسويق. يحتوي التسويق على عناصر أكثر من الإعلان. يتعلق التسويق بالاستراتيجيات والخطط التي يتم استخدامها من أجل زيادة مبيعات المنتج أو جذب زبائن جدد.

< قد يواجه الطلبة صعوبات في تذكر الجوانب الستة لإنشاء إعلان فعال. عليك شرح كل جانب منها من خلال إعطاء أمثلة بسيطة. يمكنك استخدام مثال واحد حول إعلان محتمل لمنتج، ومناقشة كيف يمكن للطلبة تطبيق هذه المبادئ الستة في هذا المثال المحدد.



التمهيد

< قدّم الغرض من الدرس عن طريق تحفيز اهتمام الطلبة بإنشاء إعلانات فعالة.
< يمكنك البدء بطرح أسئلة على الطلبة، مثل:

- هل تحب مشاهدة الإعلانات على شاشة التلفزيون أو في أي مكان آخر؟
- هل تتذكر إعلاناً أعجبك كثيرًا؟
- لماذا اعجبك هذا الإعلان؟
- هل سبق لك أن رأيت إعلانات على الإنترنت؟ أين تجدها عادة؟

< اطلب من الطلبة التفكير في أفكار للإعلانات التي يرغبون في إنشائها. ناقش معهم هذه الأفكار بإيجاز بالإضافة إلى كيفية التخطيط لتحقيقها.



التلميحات الخاصة بالتنفيذ

< أثناء مناقشة الإعلان والتسويق وبعد شرح الاختلافات بينهما، اشرح للطلبة ما التسويق الإلكتروني. استنادًا إلى جدول المقارنة الموجود في كتاب الطالب حول التسويق الإلكتروني والتسويق التقليدي، ساعدهم على فهم الاختلاف بين التسويق الإلكتروني والتسويق التقليدي. ناقش أمثلة عن الإعلانات عبر الإنترنت، مثل إعلانات **Google**. أخبر الطلبة أن الإعلان غير المباشر شائع جدًا في وسائل التواصل الاجتماعي مثل **Instagram**.

< عند الحديث عن دمج المنتج والتسويق السلبي، اعط الطلبة بعض الأمثلة لمساعدتهم على فهم هذه المصطلحات. منتج تجاري يظهر في فيلم سينمائي أو فيديو موسيقي هو مثال على دمج المنتج. من ناحية أخرى، يعد الإعلان التجاري الذي يركز بشكل أساسي على الجوانب السلبية للمنتجات الأخرى مثالاً على التسويق السلبي.

< حث الطلبة على تجنب التسويق السلبي. وضح لهم أن الإشارة إلى الجوانب السلبية لمنتج المنافسين ليس صحيحًا من الناحية الأخلاقية. يجب أن يتعلم الطلبة البحث في الجوانب الإيجابية والفوائد للمنتج الذي سيعلنون عنه. اشرح لهم أن هذا الأمر يجب أن يكون مبدأ عامًا في حياتهم، لتحسين عملهم والاستفادة من أخطاء الآخرين.

< أثناء مناقشة مبدأ إظهار مصداقية المنتج، اشرح للطلبة أنه عند الإعلان عن منتج، يجب عليهم أن يكونوا حريصين على تقديم معلومات دقيقة فقط وعدم المبالغة في المنتج الذي يعلنون عنه، أو الأسوأ من ذلك الكذب حول المنتج، والتضليل المحتمل للزبائن لشراؤه.

< عند مناقشة مبدأ طلب إجراء من المتلقي، يمكنك إعطاء الطلبة مثالاً لفهم أفضل لهذا المبدأ. رسالة في إعلان تلفزيوني أو منشور على وسائل التواصل الاجتماعي تقول: اشترئها الآن! أو اتصل الآن للحصول على خصم! مثل هذه الأمثلة.

< عند مناقشة "ماذا يعني هذا الأمر بالنسبة لي؟" يمكنك الرجوع إلى مثال. لنفترض إعلاناً عن سيارة جديدة. يجب أن تستغل الإعلانات العامل الذي يعتبر ميزة لهذا المنتج. على سبيل المثال، سيؤدي استخدام هذه السيارة إلى توفير وقود أكثر من السيارات الأخرى، أو أن سعر هذه السيارة يعتبر من أكثر الأسعار الاقتصادية مقارنة مع السيارات الأخرى، سيجعل هذا الأمر الزبائن المحتملين يشعرون أن شراء هذه السيارة فرصة. ستصبح إمكانيات شراء هذه السيارة الآن أكثر من تلك في حالة الإعلان عن هذه السيارة مع التركيز على التصميم أو التفاصيل التقنية الأخرى.

< عند مناقشة أهمية استخدام الشعار، يمكنك عرض بعض الأمثلة عن مواقع الويب التي لها شعار (على سبيل المثال: <https://portal.www.gov.qa/wps/portal>). اسأل الطلبة عن المشاكل التي ستنشأ في حالة عدم وجود شعار لهذا الموقع.



استراتيجيات غلق الدرس

في نهاية الدرس تأكد من تحقيق الطلبة لجميع أهداف الدرس وتقييم معرفتهم من خلال أسئلة على سبيل المثال لا الحصر:

< هل تستطيع أن تتذكر:

- الفرق بين الإعلان والتسويق.
- نصائح الحملة الإعلانية الفعالة.
- ما هو التسويق السليبي ولماذا يجب تجنبه.

< ذكّر الطلبة بالمصطلحات الهامة وكرّرها معهم.

< يمكنك الاستعانة بتدريبات الكتاب ضمن الاستراتيجيات التي ستستخدمها لغلق الدرس.

التدريبات المقترحة لخلق الدرس

يمكنك استخدام التمرين الثاني ضمن استراتيجية خلق الدرس.

الصف الحادي عشر | المسار العلمي ومسار الإنسانيات

الفصل الأول | كتاب الطالب | صفحة 22



الفروق الفردية

تمارين إضافية للطلبة ذوي التحصيل المرتفع

< بعد إنهاء التمرين الرابع للدرس، اطلب من الطلبة التفكير في خطة للإعلان عن موقع الويب الجديد لمدرستهم. اطلب منهم اتباع وتطبيق الخطوات الأربع المذكورة في هذا التمرين والتي تعلموها في هذا الدرس.

3
 طابق ما يلي:

<input type="radio"/> الدردشة في مجموعات التواصل الاجتماعي	1 الوسائل الإذاعية
<input type="radio"/> نتائج محركات البحث	2 الوسائل المطبوعة
<input type="radio"/> الإعلانات في وسائل المواصلات	3 وسائل الإعلان عبر الإنترنت
<input type="radio"/> التلفاز	4 اللوحات الإعلانية الخارجية
<input type="radio"/> المجالات	5 الهواتف النقالة
<input type="radio"/> لوحات الشوارع	6 وسائط أخرى

4
 أكمل الجمل التالية

عندما تقوم شركة بإنشاء حملة إعلانية، فيجب عليها التفكير في _____ واختيار _____ المناسب.

الخطوات التي يجب اتباعها هي:

- _____ (1)
- _____ (2)
- _____ (3)
- _____ (4)



1

ضع علامة ✓ أمام العبارة الصحيحة وعلامة ✗ أمام العبارة الخاطئة.

✓	1. الإعلان هو اتصال أحادي بين مرسل للمعلومات ومستقبل لها.
✗	2. تركز الإعلانات على الميزات المنطقية للمنتجات دون استخدام الميزات العاطفية.
✓	3. يمكننا اختيار وسائل الإعلانات المناسبة بناءً على أهداف الشركة وميزانية الإعلان والتركيب السكانية للمستهلكين.
✗	4. تقدم الإعلانات المباشرة رسائل إعلانية غامضة يصعب على متلقي المعلومات فهمها.
✓	5. يطلق مصطلح دمج المنتج على عملية دمج علامة تجارية أو إعلان في فيلم أو مسلسلٍ ما.



2

أجب عن الأسئلة التالية، بناءً على ما تعلمته في هذا الدرس.

أ- عدد اثنين من العناصر التي يجب أخذها بالاعتبار عند إنشاء إعلان فعال؟

تلميح:

اطلب من الطلبة استخدام المعلومات حول المبادئ الأساسية للإعلان الفعال المذكورة في كتاب الطالب.

حثهم على الكتابة حول النقاط الأساسية لهذه المبادئ.

ب- وضح المقصود بالتسويق الإلكتروني.



طابق ما يلي:

5 الدردشة في مجموعات التواصل الاجتماعي

1 الوسائل الإذاعية

3 نتائج محركات البحث

2 الوسائل المطبوعة

6 الإعلانات في وسائل المواصلات

3 وسائل الإعلان عبر الإنترنت

1 التلفاز

4 اللوحات الإعلانية الخارجية

2 المجلات

5 الهواتف النقالة

4 لوحات الشوارع

6 وسائط أخرى



أكمل الجمل التالية

عندما تقوم شركة بإنشاء حملة إعلانية، فيجب عليها التفكير في **خطة واضحة** واختيار **الإعلان المناسب**.

الخطوات التي يجب اتباعها هي:

1. تحليل هدف الشركة من الإعلان للحصول على فهم أفضل للمنتج وللمستهلكين المستهدفين بالإعلان.

2. جمع معلومات كاملة عن التركيبة السكانية للمستهلكين والفئة المستهدفة.

3. اختيار نوع الوسائل الإعلانية المناسبة مع المنتج والجمهور المستهدف، بحيث يتم اختيار وسائل الإعلان التي قد تحقق أقصى عائد على الاستثمار.

4. تكرار عملية اختيار الوسائل الإعلانية المناسبة على مدى فترات زمنية محددة لتحقيق أفضل فائدة للشركة.