

الدرس 4

الوحدة 1

الإعلانات الإلكترونية E-advertising



وصف الدرس

الغرض العام من هذا الدرس هو أن يتعلم الطلبة كيفية استخدام **Instagram** و **Ads Manager** على **Facebook** للإعلانات. سيقوم الطلبة بإنشاء الصور بواسطة برنامج **Inkscape** وتحميلها لاستخدامها في حملات وسائل التواصل الاجتماعي.

ما سيتعلمه الطالب

- < مستقبل التسويق الإلكتروني والطرق قيد التطوير.
- < الإعلانات الإلكترونية وأنواعها.
- < الاستفادة من منصة **Instagram** كأداة للتسويق الإلكتروني.
- < إنشاء حملة تسويقية باستخدام **Ads Manager**.
- < تصميم الإعلانات باستخدام **Inkscape**.

نتائج التعلم

- < الإعلانات الإلكترونية وأنواعها.
- < استخدم أدوات **Instagram** و **Ads Manager** و **Inkscape** لإنشاء حملة ترويجية.

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية
E-Advertising	الإعلان الإلكتروني
Story Ads	إعلانات القصة
Carousel Ads	إعلانات Carousel
Instagram Ads	إعلانات Instagram
Banner advertising	اللافتات الإعلانية
AdSense	إعلانات محرك البحث
Photo Ads	إعلانات مصورة



التحديات المتوقعة

< قد يواجه الطلبة صعوبة في تمييز الفرق بين مفاهيم التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني ومصطلح "الإعلان الإلكتروني" الجديد الذي تم تقديمه في هذا الدرس. اشرح لهم بأن هذه المفاهيم تتشابه في كونها تتم بواسطة الإنترنت، ولكنها تختلف في طريقة تنفيذها.





التمهيد

< قدّم الغرض من الدرس من خلال تحفيز الطلبة للتعرف على ماهية الإعلان الإلكتروني. قبل البدء بشرح هذا المصطلح، وضح لهم أنه يشير إلى الإعلانات التي يتم تقديمها من خلال استخدام الإنترنت وأي أشكال أخرى من الوسائط الرقمية لمساعدة الشركات على ترويج وبيع منتجاتها وخدماتها. يمكنك أن تطرح بعض الأسئلة مثل:

- هل سمعتم بمصطلح الإعلان الإلكتروني مسبقاً؟

- هل سبق لكم مشاهدة إعلان عبر الإنترنت؟ ماذا كان موضوع الإعلان؟

< استخدم النقاش وقم بالاستعانة بجهاز العرض وفتح موقع ويب ثم عرض بعض الأمثلة على الإعلانات الإلكترونية عبر الإنترنت.



التلميحات الخاصة بالتنفيذ

< قم بالاستعانة بإرشادات كتاب الطالب وابدأ الدرس بتقديم المعلومات حول قدرة الإعلانات الإلكترونية على الوصول إلى العملاء المحتملين من خلال شبكة الويب، ثم اشرح مفهوم "التسويق المستهدف"، والذي تشير إلى إمكانية استهداف مجموعة معينة مفضلة من العملاء استناداً إلى مجموعة من المعايير كالعمر والموقع والجنس. قم بالإشارة إلى أن أكثر أنواع الإعلانات عبر الإنترنت شيوعاً هي اللافتات الإعلانية وإعلانات محرك البحث (AdSense).

< استمر بعد ذلك باستخدام النقاش في التوضيح للطلبة بأنهم سيستخدمون تطبيق Instagram الخاص بنظام Android للتدرب على الإعلانات الإلكترونية. وضح أن هناك طريقتان لعرض الإعلانات على Instagram، أولهما من خلال إنشاء الإعلانات مباشرة في التطبيق وذلك بالترويج للمنشورات والقصص مباشرة من خلال حساب تجاري، أما الثانية فهي من خلال إنشاء حملات إعلانية باستخدام Ads Manager، والذي يوفر أدوات شاملة لإنشاء الإعلانات على Facebook و Instagram.

< باستخدام استراتيجية التعلم من خلال المشاريع، ذكّر الطلبة بأنهم من خلال السيناريو الموضح في الدرس السابق سيقومون بإنشاء حملة إعلانية عبر الإنترنت للترويج لبطاقة مترو الدوحة الذهبية بالإعلان على Instagram. باستخدام التدريس المباشر وإرشادات كتاب الطالب، اطلب من الطلبة نشر صورة ترويجية (إعلان مصور) لبطاقة مترو الدوحة الذهبية وشعار المترو على Instagram مع إضافة جملة ترويجية. وضح للطلبة أن بإمكانهم إنشاء الإعلان المصور والشعار باستخدام أحد برامج التصميم مثل (Inkscape) ثم إضافتهما إلى Instagram.

< استمر بالنقاش حول النوع آخر من الإعلانات على **Instagram** وهو إعلان القصة (story)، حيث يتم تحميل هذا الإعلان ومشاهدته على صورة الملف الشخصي للمستخدم. وضح للطلبة أيضًا أن إعلانات القصة تعرض خلال فترة زمنية محددة وتنتهي عادة بعد 24 ساعة. باستخدام الأنشطة القائمة على المشروع، اشرح للطلبة أنهم باتباع السيناريو الموضح سابقًا سيقومون بإنشاء إعلان قصة للحملة الترويجية التي يقومون بها.

< سيحتوي إعلان القصة على صورة فوتوغرافية، وصورة لبطاقة المترو الذهبية، والشعار، بالإضافة إلى خيار السحب لأعلى -**Swipe Up**- لتمكين مستخدم **Instagram** من الوصول إلى رابط مترو الدوحة باستخدام هذا الخيار. قدّم الإرشادات اللازمة حسب كتاب الطالب لنشر إعلان القصة والترويج له.

< استمرارًا للهدف من السيناريو العملي المحدد وباستخدام النقاش، وضح للطلبة أنه نظرًا لأن تطبيق **Instagram** يدعم فقط إنشاء الإعلانات المصورة والقصص فقط، لا يمكن إنشاء جميع تنسيقات الإعلانات الأخرى إلا باستخدام أداة **Facebook Ads Manager**. ركّز بشكل خاص على ضرورة ربط حساب **Instagram** أولاً بحساب **Facebook**.

< استخدم كتاب الطالب وإرشاداتك المباشرة واطلب من الطلبة فتح **Facebook** والانتقال إلى **Ads Manager** من أجل إعداد خيار **Traffic**، ثم إنشاء إعلانات **Carousel**، وهي شكل آخر من أشكال الإعلانات.

< أخيرًا وباستخدام النقاش، اشرح للطلبة أن جميع الصور والشعارات التي يمكن استخدامها كإضافات ترويجية على **Instagram** يمكن إنشاؤها أولاً باستخدام أحد برامج التصميم مثل **Inkscape**. استخدم كتاب الطالب وإرشاداتك المباشرة في أن تطلب من الطلبة فتح **Inkscape** وإنشاء إعلان مصور. يعتبر برنامج **Inkscape** مألوفًا للطلبة نظرًا لتعاملهم معه مسبقًا في الصف الحادي عشر.



استراتيجيات غلق الدرس

في نهاية الدرس تأكد من فهم الطلبة لجميع أهداف الدرس وقم بتقييم معرفتهم من خلال أسئلة على سبيل المثال لا الحصر:

< هل تستطيع أن تتذكر:

- الإعلانات الإلكترونية وأنواعها.
- استخدم أدوات **Instagram** و **Ads Manager** و **Inkscape** لإنشاء حملة ترويجية.

< ذكّر الطلبة بالمصطلحات الهامة وكررها معهم.

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



التدريبات المقترحة لغلق الدرس

يمكنك استخدام التمرين السادس في هذا الدرس كاستراتيجية ختامية لتقييم وتعزيز قدرة الطلبة على استخدام تطبيق **Instagram** للقيام بالحملات الإعلانية.

الصف الثاني عشر | الفصل الأول | كتاب الطالب | صفحة 100

الفروق الفردية

تمارين إضافية للطلبة ذوي التحصيل المرتفع

< بعد الانتهاء من التمرين الثالث للدرس، اطلب من الطلبة مقارنة نتائج حملتهم الإعلانية مع نتائج حملات زملائهم الآخرين في الفصل، ثم اطلب منهم إنشاء صورة ترويجية أخرى باستخدام **gifmaker** وتحميلها على **Instagram** والتحقق مما إذا كانت النتيجة أفضل من السابق.



1

اشرح باختصار ماهو الإعلان الإلكتروني وكيف يعمل تطبيق Instagram كأداة مفيدة للإعلان الإلكتروني.

تطلق تسمية الإعلانات الإلكترونية على تلك الإعلانات التي تقدم من خلال استخدام الإنترنت وأشكال الوسائط الرقمية الأخرى وذلك لمساعدة الشركات على ترويج وبيع منتجاتها وخدماتها. تتميز الإعلانات الإلكترونية بفعاليتها وبتكلفتها المعقولة، وكذلك بقدرتها على الوصول إلى العملاء المحتملين من خلال شبكة الويب. كما تحمل تلك الإعلانات ميزة خاصة تسمى "التسويق المستهدف"، والذي يشير إلى إمكانية استهداف مجموعة معينة ومرغوبة من العملاء استناداً إلى مجموعة من المعايير كالعمر والموقع والجنس وما إلى ذلك. يعمل الإعلان الإلكتروني وفق مبدأ رئيس وهو نشر رابط تشعبي يوجه العملاء إلى موقع الشركة، ويمكن أن يحتوي الإعلان على محتوى متحرك أو تفاعلي.

بشكل عام، يمكن القول أن هناك طريقتان لعرض الإعلانات على Instagram:

1. إنشاء إعلانات مباشرة من Instagram. بمجرد تحويل ملفك الشخصي إلى حساب مهني، يمكنك الترويج للمشاركات والقصص بشكل مباشر من خلال حساب Instagram الخاص بك.
2. إنشاء حملات إعلانية بواسطة Ads Manager. يوفر Ads Manager أدوات شاملة لإنشاء إعلانات على Instagram و Facebook.



2

عدد أنواع الإعلانات الإلكترونية.

1. اللافتات الإعلانية عبر الويب.
2. إعلانات محرك البحث AdSense.

3



ما هي أنواع اللافتات الإعلانية عبر الويب؟

1. إعلانات الخلفية (Background Advertising): أحد أشهر أنواع الإعلانات، ويعتمد على تغيير خلفية الموقع الإلكتروني إلى المحتوى الترويجي المطلوب.
2. الإعلان المنبثق (Pop Up Advertising): يعتمد هذا النوع من الإعلانات على فتح نافذة جديدة تلقائيًا تتضمن الإعلان عن منتج ما، وذلك عند فتح أحد مواقع الويب أو الضغط على رابط في الموقع.
3. الإعلان العائم (Floating Advertising): يتحرك الإعلان العائم عبر الشاشة، مما يمنح المستخدم خيار الضغط عليه.

4



ما هي أنواع الإعلانات على ال Instagram؟

1. الإعلانات المصورة Photo ads
2. إعلانات القصة Story Ads

5



قم بإنشاء حملة Instagram أخرى للترويج لبطاقة مترو الدوحة الذهبية. تحديدًا، يجب أن تقوم بتصميم الصور باستخدام Inkscape لكل من:

تلميح:

ساعد الطلبة على تطبيق المهارات التي تعلموها في هذا الدرس لإكمال التمرين. ساعدهم في إنشاء حملة أخرى على Instagram للترويج لبطاقة مترو الدوحة الذهبية.

1. إعلان مصور
2. إعلان قصة
3. إعلان دوار

6



تلميح:

ساعد الطلبة على تطبيق المهارات التي تعلموها في هذا الدرس لإكمال التمرين. ساعدهم في تحميل الصور التي صمموها في التمرين السابق.

قم بتحميل الصور التي قمت بتصميمها في التمرين السابق باستخدام Instagram و Ads Manager لإكمال حملتك.

نشاط المشروع

التلميحات وأفضل الممارسات

< شجّع الطلبة على دراسة الجانب النظري الذي تغطيه هذه الوحدة للجمع بين معرفتهم المكتسبة وتطبيقها في إنشاء حملة إعلانية إلكترونية للترويج للحقيبة الصديقة للبيئة التي تحمل شعار كأس العالم 2022.

< اطلب من الطلبة إنشاء حساب تجاري على **Instagram** ثم تصميم العروض الترويجية باستخدام تطبيق **Inkscape**، والحملة الترويجية باستخدام **Ads Manager**. سيستخدم الطلبة برنامج **Inkscape** أولاً لإنشاء جميع الصور المطلوبة للإعلانات مع الأخذ بالاعتبار استهدافهم فكرة كأس العالم 2022، ثم إنشاء حساب **Instagram** شخصي وتحويله إلى حساب تجاري، ثم عرض إعلان مصور وإعلان قصة على **Instagram**. وفي النهاية سيقومون بإنشاء إعلان **Carousel** في **Ads manager**.

الفروق الفردية

تمارين إضافية للطلبة ذوي التحصيل المرتفع

< بعد الانتهاء من مشروع الوحدة، شجع الطلبة على مشاركة نتائج حملتهم الترويجية مع الطلبة الآخرين في الفصل.

< شجعهم على عرض الصور الترويجية التي تم تحميلها أو الإعجاب بها أو مشاركتها من خلال حساباتهم على **Instagram**، وكذلك على إبداء إعجابهم بالإعلانات والصور التي يعتقدون بأنها جيدة. أخيراً تحقق من مقدار الإعجاب الذي نالته مشاركة كل طالب، وتأكد من أن جميع الحملات الإعلانية قد سارت على ما يرام. ناقش موضوع الحملات الإعلانية والمشكلات التي واجهها أولئك الطلبة، وقم بتقديم النصائح حول كيفية تحسينها مستقبلاً وتلافي الأخطاء إن وجدت.