

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر

قسنطينة 3

قسم الفنون البصرية وفنون



العرض كلية الفنون والثقافة

توظيف الذكاء الاصطناعي في الحملات الاشهارية الرقمية التجارية:
تصميم ومضة اشهارية رقمية لخدمة تونتي لشركة موبيليس أنموذجا.

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة الفنون البصرية

تخصص فن الاشهار

من إعداد الطالبة: زرزوني مروة. تحت إشراف الدكتورة: بولحية سارة.

أعضاء لجنة المناقشة:

الدكتورة: بن دكوم سمية	رئيسا.
الدكتورة: سارة بولحية	مشرفا.
الدكتورة: مرابط ايمن	مناقشا.

السنة الجامعية: 2024 \ 2025

فهرس المحتويات

اهداء.....	2
شكر وتقدير.....	3
فهرس المحتويات.....	
المقدمة.....	أ
الإشكالية.....	ب
أبعاد الدراسة:	
أسباب ومبررات اختيار الدراسة.....	د
اهداف الدراسة.....	د
أهمية الدراسة.....	هـ
الدراسات السابقة.....	هـ
صياغة الفرضيات.....	و
الإجراءات المنهجية للدراسة:	
مجالات الدراسة.....	ك
منهج البحث وأدواته.....	ل
مجتمع الدراسة.....	ل
تحديد المفاهيم.....	م
هيكل الدراسة.....	ن
المقاربة النظرية لموضوع الدراسة.....	ع
I_توظيف الذكاء الاصطناعي في الحملات الرقمية الاشهارية التجارية	
<u>1-الحملة الاشهارية الرقمية التجارية</u>	
1-1 مفهوم الحملة الاشهارية.....	23
2-1 الهيئات المتدخلة في الحملة الاشهارية.....	23
3-1 مراحل الحملة الاشهارية.....	24
<u>2- الإشهار الرقمي</u>	
1-2 مفهوم الاشهار الرقمي.....	27
2-2 أهميته وخصائصه.....	28

3-الاشهار الرقمي التجاري

- 3-1 مفهوم الاشهار التجاري الرقمي.....29
- 3-2 خصائص الاشهار التجاري الرقمي.....30
- 3-3 متطلبات الاشهار التجاري الرقمي.....31
- 3-4 خطوات تصميم اشهار تجاري رقمي ووسائل عرضه.....32
- 3-5 طرق قياسه.....33

2- توظيف الذكاء الاصطناعي في الاشهار الرقمي ضمن الحملة الترويجية

1-الذكاء الاصطناعي

- 1-1 مفهوم الذكاء الاصطناعي.....36
- 1-2 نشأة الذكاء الاصطناعي ومراحل تطوره.....37
- 1-3 أنواع الذكاء الاصطناعي.....38
- 2: توظيف الذكاء الاصطناعي في الاشهار التجاري الرقمي ضمن الحملة الاشهارية الرقمية:
- 2-1 توظيف الذكاء الاصطناعي في التجارة الرقمية.....40
- 2-2 طرق دمج الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات الإعلان الرقمي.....42
- 2-3 مبادئ وأخلاقيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي.....46
- 2-4 تحديات ومتطلبات نجاح الذكاء الاصطناعي في الاشهار التجاري الرقمي.....47
- 2-5 انعكاسات الذكاء الاصطناعي والتجارة الرقمية.....48
- 2-6 نماذج عالمية رائدة في استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق الرقمي.....50
- نموذج توضيحي لتوظيف الذكاء الاصطناعي في التجارة الرقمية.....52

II-تصميم ومضة اشهارية رقمية باستعمال الذكاء الاصطناعي (خدمة تونتي لشركة موبيليس)

- الخاتمة.....58
- التوصيات.....60
- قائمة المصادر والمراجع.....61
- الملاحق.....64
- ملخص.....67

- تحفيز الابتكار الإبداعي للحملة الاشهارية: بالجمع بين التحليل الخوارزمي واللمسة الإنسانية لتفادي الإعلانات النمطية التي قد تنفر الجمهور بدلا من استهدافه.
- مراقبة وتقييم أداء الحملات الاشهارية المعتمدة على الدكاء الاصطناعي بشكل دوري.
- تحليل أثر التطور السريع للدكاء الاصطناعي على مستقبل الوظائف التقليدية في مجال الإشهار والتسويق الرقمي. اقتراح نماذج جديدة لقياس أداء الحملات الاشهارية تعتمد على بيانات مجمعة من طرف الدكاء الاصطناعي.
- تشجيع البحث الأكاديمي في مجال الدكاء الاصطناعي.
- تطوير منصات التسويق الرقمي ودمجها مع الدكاء الاصطناعي.
- الكلمات المفتاحية:
- حملة اشهارية، اشهار تجاري، اشهار رقمي، ومضة اشهارية.

This study, tilde the use artificiel intelligence in commercial digital advertising campagnes designing a model advertising spot; aims to explore the impact of artificial intelligence technologies in the field of marketing both in terms of enhancing the success of advertising campaigns on digital platforms and in assisting designers in creating commercial advertisements

The main research question posted is to what extent can artificial intelligence be leveraged in designing advertising spots, and how can it improve the effectiveness of digital commercial?

To achieve this goal, the researcher adopted:

The descriptive method, which was used to analyse the study data, such as questionnaires and interviews, in the applied aspect.

The findings of the study include:

Artificial intelligence plays an effective role in commercial digital advertising in terms of increasing sales and targeting a larger audience.

Ai relies on algorithms that analyse data and predict the behaviour and preferences of digital customers.

Many companies use artificial intelligence to market their products through digital platforms.

The employment of ai in advertising campaigns must be paired with human creativity, as it supports digital designers.

69

The researcher also proposed several recommendations:

- _ encouraging allocentric advertising campaigns.
- _ enhancing the protection of user data privacy.
- _ combining algorithmic analysis with human creativity to avoid stereotypical advertisements.
- _ periodically monitoring and evaluating the performance of Ai supported advertising campaigns

Cette étude scientifique vise à identifier l'impact des techniques d'intelligence artificielle dans le domaine du marketing numérique le chercheur a adopté une approche descriptive et analytique pour clarifier les techniques d'intelligence artificielle et leurs utilisations dans le domaine de la publicité numérique commercial

Il a utilisé des outils bases principalement sur l'intelligence artificielle pour transformer un contenu textuel en une vidéo créative

Une partie théorique comprenant des données cognitives sur l'utilisation de l'intelligence artificielle dans les campagnes publicitaires numérique

Une partie pratique consacrée a la conception d'un spot publicité pour le service Twente de l'Enterprise Mobilis

Les résultats suivants ont été obtenus :

_l'intelligence artificielle joue un rôle efficace dans la publicité numérique commerciale

_inutilisation de i intelligence doit être accompagnée d'une politique de transperce afin de protéger les données des clients et de préserver la créativité humaine

Le chercheur a également proposé les recommandations suivantes :

_encourager les campagnes publicitaires basées sur l'intelligence artificielle

_renforcer la protection de la vie privée des utilisateurs

_encourager la recherche académique dans le domaine de l'intelligence artificielle

_surveiller et évalue les campagnes soutenues par l'intelligence artificielle