

عنوان الماستر: تجارة إلكترونية

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 1.2

اسم المادة: تسويق محركات البحث

الرصيد: 06

المعامل: 03

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- تمكين الطلبة من زيادة فرص ظهور روابط المواقع ضمن النتائج الأولى في محركات البحث؛
- اعداد حملات إعلانية مدفوعة ذات كفاءة عالية؛
- الوصول الى مقروئية عالية على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي.

المعارف المسبقة المطلوبة : معرفة بأساسيات التسويق الرقمي والاعلام الآلي

محتوى المادة:

تحسين محركات البحث SEO: يتناول هذا المحور:

- عمل محركات البحث؛
 - العوامل المساعدة على تحسين الموقع الطبيعي في محركات البحث؛
 - أنظمة إدارة المحتوى CMS (نظام إدارة محتوى المكونات CCMS - نظام إدارة الوثائق DMS - نظام إدارة محتوى المؤسسة ECM - نظام إدارة محتوى الويب WCMS - نظام إدارة الأصول الرقمية DAM)؛
 - تحليل الكلمات المفتاحية (أدوات توليد الكلمات الرئيسية وتحليل كثافة الكلمات الرئيسية)؛
 - هندسة روابط الموقع وتحديد الصفحات؛
 - استراتيجيات الترميز الطبيعي في محركات البحث.
- الإعلانات عبر محركات البحث SEA: يتناول هذا المحور:
- أنواع الحملات الاعلانية المدفوعة عبر محركات البحث؛
 - إنشاء الحملات الاعلانية المدفوعة عبر محركات البحث؛
 - تقييم جدوى الحملات الاعلانية المدفوعة عبر محركات البحث.

تحسين وسائط التواصل الاجتماعي SMO: يتناول المحور:

- عمل منصات التواصل الاجتماعي؛
- إنشاء وإدارة المحتوى قابل للتداول ؛
- تسهيل عملية نشر المحتوى (تداول المحتوى)؛
- مكافئة عملية نشر المحتوى (تداول المحتوى)؛
- قياس كفاءة عملية التداول.

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للمحاضرة والأعمال التطبيقية

المراجع:

- Subhankar Das , Search Engine Optimization and Marketing, CRC Press 2021
- Todd Kelsey (2017), Introduction to Search Engine Marketing and AdWords, APRESS, Illinois, USA.
- Stephan Spencer & al (2022), The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization, 4th edition, O'Reilly Media, Inc., USA.