

عنوان الماستر: تسويق رقمي

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 1.2

اسم المادة: التسويق الصناعي الرقمي

الرصيد: 06

المعامل: 03

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

عند اتمام المقياس سيكون الطالب قادرا على تمييز سلوكيات الشراء للمستهلك الصناعي الرقمي ومتمكن من فهم إدارة قنوات الاتصال الرقمي للمنشآت الصناعية الكبرى، ومتمكن من تحليل مواقف الشراء الصناعية الالكترونية، لأجل بناء الخطة الاستراتيجية للتسويق الصناعي الرقمي.

المعارف المسبقة المطلوبة :

على الطالب أن يكون مكتسبا للمفاهيم التسويق الرقمي وجميع أدواته.

محتوى المادة:

- طبيعة التسويق الصناعي (مفهوم التسويق الصناعي - بيئة التسويق الصناعي)
- تقسيم السوق الصناعية،
- سلوك الشراء التنظيمي والعوامل المؤثرة عليه
- نماذج سلوك الشراء التنظيمي.
- إدارة وتطوير المنتجات الصناعية.
- إدارة قنوات التوزيع للمنتجات الصناعية.
- إدارة الاتصالات التسويقية للمنشأة الصناعية.
- سياسة التسعير والتفاوض على صفقات المبيعات
- الانتقال إلى التسويق الصناعي الرقمي وإدارة السمعة الالكترونية للمنشآت
- خصائص التسويق الفعال للشركات المتقدمة تكنولوجيا (اقتراح القيمة - اقتراح بيع واحد - رحلة الزبون تجربة المستخدم)
- تطور مزيج التسويق Ps4 في العصر الرقمي (المنتج ، المكان ، الترويج ، السعر)

- قنوات الاتصال الرقمي للتسويق الصناعي (seo -ccp - عبر مواقع التواصل الاجتماعي)
- قنوات الاتصال الرقمي للتسويق الصناعي (مدونة الأعمال ندوات الويب والأحداث-حملات البريد الإلكتروني الاختيارية- البريد الإلكتروني)
- أخلاقيات التسويق لمنظمات الأعمال الرقمية.

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- Jared R. Fabac The Industrial (Marketing) Revolution: How Technology Changes Everything for the Industrial Marketer. Kindle Edition, iUniverse, 2013
- Philippe Malaval , Christophe Bénaroya, Gabriel Szapiro, (2017), Marketing Business to Business - Marketing industriel et d'affaires, BtoBtoC, BtoBtoE, BtoAtoU - Grand Format, 5e édition revue et augmentée , Pearson France.
- Fred Geyer , Joerg Niessing, (2020), The Definitive Guide to B2B Digital Transformation: How to Drive Uncommon Growth by Prioritizing Customers over Technology Paperback , GlassFrogBooks, (Hawthorne, CA, U.S.A.).
- Yuan Gao, (2004), Web Systems Design and Online Consumer Behavior, Ramapo College of New Jersey, USA), Idea Group Publishing.
- Jasleen Kaur, Digital Marketing Industry in India, 2020,