

عنوان الماستر: تسويق الخدمات

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الاستكشافية

الرمز: وت أس 1.1

اسم المادة: تطبيقات في التسويق الرقمي

الرصيد: 02

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- تلقين الطلبة مختلف الأساليب الحديثة في مجال تصميم المنصات الرقمية، إدارتها وتسويق محتواها.
- التعرف على القنوات الرقمية المختلفة ومزاياها وطرق التكامل فيما بينها
- كيفية دمج الوسائط الرقمية المختلفة وإنشاء المحتوى التسويقي الفعال
- كيفية تحسين موقع الويب وتحسين محركات البحث
- كيفية إنشاء حملات التسويق الرقمي والتخطيط لوسائل التواصل الاجتماعي
- اكتساب المهارات والكفاءات التي ستساعد مديري المستقبل في تشكيل خطة تسويق رقمية فعالة

المعارف المسبقة المطلوبة :

- الأساسيات حول التسويق الرقمي
- الأساسيات في الإعلام الآلي

محتوى المادة:

- المحور الأول: مراجعة لمبادئ التسويق الرقمي
- المحور الثاني: تصميم وتنشيط الموقع/المتجر الرقمي
- المحور الثالث: التسويق عبر محركات البحث Search Engine Marketing
- المحور الرابع: التسويق عبر البريد الإلكتروني email marketing
- المحور الخامس: صناعة المحتوى وترويجه Content Creation and Promotion
- المحور السادس: التسويق عبر الهواتف المحمولة m-marketing
- المحور السابع: التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي social media marketing
- المحور الثامن: التسويق عبر الفيديو

المحور التاسع: التسويق متعدد القنوات وضمان توحيد الرسالة التسويقية
المحور العاشر: طرق قياس حملات التسويق الرقمي وتحليل البيانات الرقمية

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

المراجع:

1. Christine Balagué, David Fayon, Facebook, Twitter et les autres..., Pearson, 2010.
2. Jean-Marc Decaudin, Jacques Digout, E-publicité, Dunod, 2011.
3. Thomas Faivre-Duboz, Raphaël Fétique, Web Conversions, Dunod, 2010.
4. Thomas Faivre-Duboz, Raphaël Fétique et Antoine Lendrevie, Le Web marketing, Dunod, 2011
5. Nicolas Malo, Jacques Warren, Web Analytics, Eyrolles, 2009