

عنوان الماستر: تسويق رقمي

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 1.1

اسم المادة: استراتيجيات التسويق الرقمي

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم: بعد تلقي هذه المادة:

1. سيتمكن الطلاب من تحديد مكونات التسويق الاستراتيجي
2. سيكون لدى الطلاب تصور أفضل للمبادئ الأساسية لاستراتيجيات المؤسسات وكيفية بنائها.
3. سيتعرف الطلاب على أدوات التحليل الإستراتيجي .
4. سيتعلم الطلاب كيفية تصميم خطة تسويق إستراتيجية داخل المؤسسة وتنفيذها ومراقبتها.
5. سوف يتعرف الطلاب على مسار التسويق المستهدف .

المعارف المسبقة المطلوبة :

يتوجب على الطالب أن يكون ملماً بأساسيات التسويق الرقمي – أدوات وتقنيات التسويق الرقمي - صناعة وتسويق المحتوى الرقمي

محتوى المادة:

- مدخل للتسويق والإستراتيجية (ماهية التسويق . ماهية الإستراتيجية.- أهمية التفكير الاستراتيجي في نجاح الأعمال
- أهمية التوجه الاستراتيجي للتسويق).
- ماهية التسويق الاستراتيجي (عناصر التسويق الاستراتيجي. - مستويات التسويق الاستراتيجي (المستوى الكلي، مستوى مجال النشاط، المستوى الوظيفي. الفروقات بين المفاهيم (التسويق الاستراتيجي والتسويق العملي وغيرها... خطوات التسويق الاستراتيجي).
- التخطيط الاستراتيجي للتسويق: (مراحل التخطيط الاستراتيجي للتسويق. نماذج التخطيط الاستراتيجي للتسويق(نموذج stanton، نموذج فايفر، نموذج السيناريوهات...الخ)

- الإستراتيجية التسويقية (المفهوم والبدائل) (العلاقة بين الإستراتيجية التسويقية والتسويق الاستراتيجي).
- أصناف الإستراتيجيات التسويقية- كيفية إعداد الإستراتيجية التسويقية للمؤسسة.
- التحليل البيئي وأدوات التحليل الاستراتيجي التسويقي
- المسار الاستراتيجي لاستهداف السوق (STP): (تجزئة السوق- الأسواق المستهدفة - التموقع(التموضع))
- تخطيط وإنشاء مواقع الويب و تحديد عناصر بيئة التسويق في التحول الرقمي
- اختيار محرك البحث الأمثل و إنشاء الأسس لعلاقة مستمرة مع المستهلك الرقمي
- التنميط الرقمي والتعرف على المستهلكين
- التغطية والوصول للمعلومات الرقمية
- منصات تسويق البيانات الضخمة: تطبيقات البيانات الضخمة في التسويق ،
- إنشاء إستراتيجية التسويق الرقمي (استراتيجية تسويق المحتوى- استراتيجية التسويق عبر محركات البحث- استراتيجية التسويق عبر البريد الالكتروني.....)
- استراتيجية تحسين تجربة العميل والمستخدم للموقع
- تطوير استراتيجية التسويق الرقمي: المنصة الاستراتيجية للتسويق الرقمي
- إدارة وقياس أداء التسويق الرقمي

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

المراجع:

- Milton Kotler, Tiger Cao, Sam Wang, Collen Qiao , Marketing Strategy in the Digital Age: Applying Kotler's Strategies to Digital Marketing, World Scientific Publishing Co Pte Ltd, (2020 .)
- سميرة عميش، أسس التسويق الاستراتيجي للخدمات، دار المجدد للنشر والتوزيع، 2020
- Filipe Mota Pinto, Teresa Guarda, Digital Marketing Strategies and Models for Competitive Business, Advances in Business Strategy and Competitive Advantage, IGI Global, US, 2020/

- Damian Ryan, (2021), Understanding Digital Marketing, Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation, Edition Number: 4, 3rd, GB.
- Dishek J. Mankad: Understanding Digital Marketing: Strategies for online success, BPB Publications (August 26, 2019)
- Godfrey Parkin, 2009, Digital Marketing: Strategies for Online Success, New Holland Publishers, London.
- Subhash C. Jain, Marketing Planning & Strategy, South-Western Pub; 6th edition (2000)
- Drummond, Graeme , John Ensor & Ruth Ashford (2008), Strategic marketing: planning and control. taylor & francis; 3rd edition.
- Alexander Chernev , Strategic Marketing Management, Cerebellum Press, USA , 8th Edition (2014.)