

عنوان اليسانس: تجارة إلكترونية

السداسي: السادس

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 2.3

اسم المادة: استراتيجيات التسويق الرقمي

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم: عند إكمال المادة، سيتمكن الطلاب من:

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)

- 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)

