

عنوان اللىسانس: تسويق رقمي

السداسي: السادس

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 2.3

اسم المادة: الاتصالات التسويقية الالكترونية

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

عند إكمال المادة، سيتمكن الطلاب من:

- توضيح عملية الاتصالات التسويقية الالكترونية على اعتبار أنها عملية ادارية تتم من خلال اتصال المؤسسات مع الجمهور المستهدف.
- التمييز بين أنواع قنوات الوسائط الالكترونية المختلفة.
- تقييم مزايا وعيوب كل قناة من قنوات الوسائط الالكترونية، ومدى ملاءمتها لأغراض الاتصالات التسويقية المختلفة.
- بيان دور كل عنصر من عناصر مزيج الاتصال التسويقي الالكتروني كأداة اتصال.
- القدرة على التقييم النقدي لاستراتيجيات الاتصالات التسويقية الالكترونية الأساسية للوصول إلى الاختيار المناسب ضمن البدائل المتعددة.

المعارف المسبقة المطلوبة :

يتوجب على الطالب أن يكون ملماً بأساسيات التسويق الذي تم تناولها في السداسي 03 و 04 والتسويق الرقمي 1 التي تم تناولها في السداسي 05 ليسانس.

محتوى المادة:

- الاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تأثير الوسائط الرقمية والتكنولوجيا على الاتصالات التسويقية.
- تخطيط حملات الاتصالات التسويقية الالكترونية.
- الاتصالات التسويقية باستخدام قنوات الوسائط الرقمية.
- تسويق محركات البحث (SEO).

- الإعلان الإلكتروني والعلاقات العامة عبر الخط.
- تقنيات التسويق المباشر الإلكتروني.
- تنشيط المبيعات الإلكتروني.
- التسويق الفيروسي وتسويق الكلمة المنطوقة الإلكترونية.
- تقنيات الترويج خارج الخط (Offline promotion techniques).

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

المراجع: (كتب ومطبوعات ، مواقع انترنت ، إلخ)

1. Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick, Digital Marketing, Publisher: Pearson, Year: 2019
2. بشير عباس العلاق (2012)، الاتصالات التسويقية الإلكترونية: مدخل تحليلي تطبيقي، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
3. بشير عباس العلاق (2009)، الترويج الإلكتروني والتقليدي: مدخل متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
4. مولود عبد العزيز حواس & هدى حنافي حفصي (2020)، الاتصالات التسويقية المتكاملة: نهج استراتيجي - سلوكي معاصر، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
5. وسام فاضل راضي & مهند حميد التميمي (2017)، الاتصال ووسائله الشخصية والجماعية والتفاعلية، دار الكتاب الجامعي، دولة الامارات العربية المتحدة..
6. Émilie Courts (2015), e-marketing & e-commerce: Doper ses ventes pas à pas, Vuibert, Paris.
7. Audrey Rochas (2016), Digital & publicité: caractéristiques et bonnes pratiques, Medicilline, Paris.
8. Arnaud de Baynast & Jacques Lendrevie (2014), Publicitor: Publicité online et offline (8ème éd), Dunod, Paris.
9. Catherine Viot (2011), Le e-marketing: à l'heure du web 2.0 (3ème éd), Gualino Editeur, Paris.
10. Les outils de la communication digitale: 10 clés pour maîtriser le web marketing, Eyrolles, Paris.