

عنوان الماستر: تسويق رقمي

السداسي: الثالث

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأفقية

الرمز: وت اف 1.2

اسم المادة: ندوة في التسويق الرقمي

الرصيد: 01

المعامل: 01

نمط التعليم: حضوري + عن بعد

أهداف التعليم:

يهدف محتوى هذه المادة الى:

- التطرق للاتجاهات الحديثة في التسويق الرقمي؛
- التطرق للموضوعات التي لم يشملها محتوى مواد التسويق الرقمي طيلة سداسيات الدراسة.

المعارف المسبقة المطلوبة :

يتوجب على الطالب أن يكون ملماً بأساسيات التسويق الرقمي

محتوى المادة:

- تحديات التسويق في العصر الرقمي (فجوة الأجيال، استقطاب النمو، الفجوة الرقمية)
- استراتيجيات جديدة لتسويق معزز بالتكنولوجيا (المنشآت الجاهزة رقمياً، التكنولوجيا المقبلية، تجربة الزبون الجديدة)
- تكتيكات جديدة للارتقاء بتكنولوجيا التسويق (التسويق القائم على البيانات، التسويق التنبئي، التسويق السياقي، التسويق المعزز، التسويق اللين).
- Artificial Intelligence And Machine Learning, Voice Search Optimization, Interactive Content, Micro-Moments, Influencer Marketing, Video Marketing, Chatbots, Personalization, Social Media Advertising, Virtual And Augmented Reality...

طريقة التقييم: تقييم مستمر

المراجع:

- فيليب كوتلر هيرماوان كيرتاجايا وإيوان سيتياوان، ترجمة شكري عزيز الماضي، التسويق 5.0: الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا الحديثة في خدمة الانسانية، جبل عمان ناشرون 2022.
- Tracy .I. Tuten ، مبادئ التسويق في العصر الرقمي، ترجمة سامح عبد المطلب عامر، دار الفكر، 2023.
- Charlesworth Alan, Absolute Essentials of Digital Marketing (Absolute Essentials of Business and Economics) 1st Edition, Routledge, 2020
- Claire Gallic et Rémy Marrone (2020), Le Grand Livre du Marketing Digital, Dunod, Paris.
- Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan. (2017). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Hoboken (New Jersey): John Wiley & Sons.
- Stokes Rob, E marketing: The Essential Guide to Digital Marketing (6th Edition), Quirk paperback, 2016.
- Dave Chaffey, Fiona Ellis Chadwick, Digital Marketing Strategy, Implementation and practice, Sixth edition, pearson, 2016.