السداسي : الخامس

وحدة التعليم : أساسية

المادة : التسويق الرقمي

الرصيد: 4

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم :

ينبغي على الطالب بعد دراسته لهذا المقياس أن يتعرف بشكل دقيق على مميزات التسويق الرقمي، و كذا مختلف الأنشطة الفرعية الممارسة في هذا المجال. مع التأكيد على ضرورة التمييز بين المصطلحات التسويقية الخاصة بالتسويق الرقمي وفهمها.

المعارف المسبقة المطلوبة: يتوجب على الطالب أن يكون ملما بأساسيات التسويق

محتوى المادة:

المحور الأول: مدخل لتكنولوجيا المعلومات (المفهوم، البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال)

المحور الثاني: مدخل للتسويق الرقمي (المفهوم، الخصائص، التسويق الرقمي والتسويق متعدد القنوات)

المحور الثالث: استراتيجية التسويق الرقمي

المحور الرابع: نظام المعلومات والبحوث التسويقية عبر الانترنت

المحور الخامس: سلوك المستهلك الرقمي

المحور السادس: تأثير الوسائط الرقمية والتكنولوجية على المزيج التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج، الأفراد، العمليات، الدليل المادي)

المحور السابع: التسويق بالعلاقات باستخدام التكنولوجيا الرقمية(ادارة علاقات الزبائن الالكترونية **E-CRM**، ادارة دورة حياة الزبون، الرضا والولاء، قيمة الزبون)

المحور الثامن: تقديم (تصميم) تجربة العملاء عبر الخط (تصميم موقع ويب، اطلاق مشروع موقع ويب، تحديد المتطلبات لموقع ويب أو تطبيق هاتف نقال، تطوير تجارة التجزئة عبر الانترنت)

المحور التاسع: تخطيط الحملات الرقمية (خصائص الوسائط الرقمية، الاتصالات التسويقية التفاعلية، ميزانية الحملة واختيار مزيج الوسائط الرقمية)

المحور العاشر: الاتصالات التسويقية باستخدام قنوات الوسائط الرقمية (**SEO** ، التسويق بالعمولة، الاعلانات التفاعلية، **E-Mailing**، التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي، التسويق الفيروسي)

المحور الحادي عشر: تقييم وتحسين أداء القناة الرقمية

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

المراجع:

1. Charlesworth Alan, Absolute Essentials of Digital Marketing (Absolute Essentials of Business and Economics) 1st Edition, Routledge, 2020
2. Claire Gallic et Rémy Marrone (2020), Le Grand Livre du Marketing Digital, Dunod, Paris.
3. Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan. (2017). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Hoboken (New Jersey): John Wiley & Sons.
4. Stokes Rob, E marketing: The Essential Guide to Digital Marketing (6th Edition), Quirk paperback, 2016.
5. Dave Chaffey, Fiona Ellis Chadwick, Digital Marketing Strategy, Implementation and practice, Sixth edition, pearson, 2016.