

التكليف العملي الثاني

عنوان التكليف:

تحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصالات التسويقية المتكاملة

الهدف:

تنمية قدرة الطالب على تحليل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية ضمن الاتصالات التسويقية المتكاملة، وفهم دورها في بناء العلاقة مع الجمهور وتعزيز صورة العلامة التجارية وتحقيق التفاعل.

المطلوب من الطالب:

يقوم الطالب باختيار علامة تجارية أو شركة أو مؤسسة (محلية أو عالمية) أو مثال افتراضي، ثم إجراء تحليل لدورها على وسائل التواصل الاجتماعي ضمن سياق الاتصالات التسويقية المتكاملة، ويتضمن ذلك:

1. تعريف مختصر بالعلامة التجارية ونشاطها الأساسي .
2. تحديد أهم منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها العلامة التجارية، مثل :
 - Instagram
 - Facebook
 - TikTok
 - X
 - YouTube
3. تحليل نوع المحتوى الاتصالي المنشور عبر هذه المنصات، مثل :
 - المحتوى الإعلاني
 - المحتوى التفاعلي
 - المحتوى التثقيفي أو المعلوماتي
 - المحتوى الترويجي والعروض
4. توضيح كيفية استخدام هذه المنصات في تحقيق أهداف الاتصالات التسويقية المتكاملة، من حيث :
 - تعزيز الوعي بالعلامة التجارية
 - بناء التفاعل مع الجمهور
 - دعم الحملات الإعلانية
 - إدارة سمعة العلامة التجارية
5. تحليل مستوى الاتساق في الرسائل الاتصالية عبر المنصات المختلفة (هل الرسالة موحدة أم متباينة؟) .
6. تقييم نقاط القوة والضعف في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مع التركيز على :
 - مستوى التفاعل
 - جودة المحتوى
 - سرعة الاستجابة للجمهور
7. تقديم اقتراحات عملية لتحسين الأداء الاتصالي للعلامة التجارية عبر المنصات الرقمية .

يمكن للطالب دعم التحليل بقطعات شاشة أو أمثلة من منشورات حقيقية، مع تقديم العمل بصيغة PDF منظمة وواضحة.