



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

مقدمة في التسويق الرقمي MKT111

إعداد
د/ كريم أحمد

محاضرة تعريفية

د/ كريم أحمد

- حاصل على الدكتوراه في التسويق الرقمي من جامعة المنصورة بجمهورية مصر العربية.
- حاصل على الماجستير في تخصص التسويق بالتركيز على أخلاقيات التسويق.
- أقوم بتدريس المقررات الخاصة بالتسويق والتسويق الرقمي لطلبة البكالوريوس في جمهورية مصر العربية.
- كما قمت بالتدريس سابقاً لطلبة البكالوريوس في المملكة العربية السعودية.
- عملت في مجال تقديم الاستشارات الإدارية والتسويقية للشركات في مصر والسعودية.
- اهتماماتي البحثية تركز على التسويق عبر المنصات الرقمية والابتكار في مجال التسويق.

محتويات المحاضرة

مقدمة

- وصف المقرر.
- أهداف المقرر.
- مخرجات التعلم.
- تقييم الطلاب.
- مقدمة في التسويق الرقمي.

"مقدمة في التسويق الرقمي"، هذا المقرر يعد مدخلاً هاماً لفهم وتطبيق استراتيجيات

التسويق الرقمي في عالم الأعمال الحديث.

في ظل التطور التكنولوجي السريع والتحول الرقمي الذي يشهده العالم، أصبح التسويق

الرقمي لا غنى عنه في الحفاظ على تنافسية الشركات ونجاحها في السوق. يتطلب التسويق

الرقمي مهارات ومعرفة خاصة لإنشاء استراتيجيات تسويقية فعالة تتناسب مع المتطلبات

المتغيرة للسوق الرقمي.

سيتم خلال هذا المقرر استعراض مفاهيم ومبادئ التسويق الرقمي، بما في ذلك التسويق

عبر محركات البحث، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات الرقمية،

وتحليل البيانات وغيرها. كما سنتناول أهم الأدوات والتقنيات المستخدمة في التسويق

الرقمي وكيفية استخدامها بشكل فعال لتحسين الأداء التسويقي.

يهدف هذا المقرر إلى:

- تعريف الطلاب بالمفاهيم الأساسية للتسويق الرقمي وتطبيقاتها العملية.
- التعرف بأهمية التسويق الرقمي في عصر التكنولوجيا الحديثة وكيفية استخدامه لتحقيق الأهداف التسويقية.
- أهم الاختلافات بين التسويق الرقمي والتسويق التقليدي.
- تعريف السوق الرقمية والتحديات التي تواجه الشركات في العمل بها.
- كيفية الاستفادة من السوق الرقمية لتحقيق أهداف التسويق.
- تحديد ما هي الإعلانات الرقمية وأنواعها، وكيفية إنشاء حملات إعلانية رقمية ناجحة.
- التعرف على أنواع وسائل التواصل الاجتماعي، وكيف يمكن استخدامها في التسويق.

في نهاية هذا المقرر، سوف يكون الطلاب قادرين على ما يلي:

- فهم مفاهيم التسويق الرقمي وكيفية تطبيقها في الممارسة العملية.
- تحديد أهداف التسويق الرقمي والخطوات اللازمة لتحقيقها.
- تطوير استراتيجية تسويق رقمية شاملة تتضمن تحديد الجمهور المستهدف ووسائل التسويق المناسبة.
- مراقبة تطورات التسويق الرقمي والتكنولوجيا الحديثة وتطبيق التحديثات اللازمة.
- إنشاء محتوى إبداعي وفعال يلبي متطلبات التسويق الرقمي.
- تطوير مهارات الإدارة والتخطيط والتنفيذ والتحليل في مشروعات التسويق الرقمي.
- التعرف على أساليب البحث عن العملاء وفهم احتياجاتهم واهتماماتهم عبر الإنترنت وكيفية تخصيص الرسائل التسويقية لهذه الاحتياجات.

➤ الاختبار الأسبوعي

➤ الاختبار النهائي

من أجل المنافسة بفعالية في عالم الأعمال اليوم، من الضروري استخدام التسويق الرقمي لدعم استراتيجيات الأعمال والتسويق. يقضي كل واحد منا الآن عدة ساعات كل يوم في استخدام وسائط رقمية، سواء كنا نبحث عن الترفيه، أو التفاعل الاجتماعي، أو البحث عن منتجات جديدة. وبالتالي، تفوت الشركات التي لا تمتلك الأدوات الرقمية المناسبة في برامج الاتصالات التسويقية الفرص للتأثير على المستهلكين في نقاط الاتصال الرئيسية عبر الإنترنت.

يتعلق التسويق الرقمي باستخدام الفعال للوسائل الرقمية والإنترنت للترويج للمنتجات والخدمات وبناء العلاقات مع العملاء. إنه يشمل مجموعة متنوعة من الأدوات والتقنيات مثل وسائل التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني التسويقي، والمحتوى المميز، والإعلانات عبر الإنترنت، وتحليلات البيانات، وغيرها الكثير.

تحظى أهمية التسويق الرقمي بزيادة يومًا بعد يوم. فهو يوفر فرصًا هائلة للشركات للوصول إلى جمهور واسع ومتنوع من العملاء المحتملين في جميع أنحاء العالم. بفضل التسويق الرقمي، يمكن للشركات التواصل مع عملائها بشكل فوري وشخصي، وتقديم محتوى مخصص وموجه بشكل أفضل وفقًا لاحتياجاتهم وتفضيلاتهم.

تزداد أهمية التسويق الرقمي يومًا بعد يوم. فهو يوفر فرصًا هائلة للشركات للوصول إلى جمهور واسع ومتنوع من العملاء المحتملين في جميع أنحاء العالم. بفضل التسويق الرقمي، يمكن للشركات التواصل مع عملائها بشكل فوري وشخصي، وتقديم محتوى مخصص وموجه بشكل أفضل وفقًا لاحتياجاتهم وتفضيلاتهم.

يعد التسويق الرقمي أيضًا أكثر فاعلية من حيث التكلفة مقارنةً بالوسائل التقليدية للتسويق مثل الإعلانات التلفزيونية أو الإعلانات المطبوعة. يمكن للشركات تخصيص ميزانياتها بشكل أكثر دقة وتحقيق عوائد أفضل من خلال استهداف الجمهور المثالي وقياس نتائج حملاتها بدقة.

مقدمة

باختصار، التسويق الرقمي هو ركيزة أساسية في العالم الحديث، ويوفر فرصًا كبيرة للشركات للنمو والازدهار. إذا تم تنفيذه بشكل صحيح واستراتيجي، يمكن أن يكون للتسويق الرقمي تأثير كبير على نجاح الأعمال والوصول إلى جمهور واسع ومتنوع من العملاء في العصر الرقمي المتطور.

مقدمة

مسؤول وسائل التواصل الاجتماعي

يقوم بإدارة وتنفيذ استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي للشركة، بما في ذلك إنشاء المحتوى، وإدارة الحسابات، وتحليل البيانات ومراقبة التفاعلات.

مسؤول التسويق عبر البريد الإلكتروني

يتولى إدارة حملات البريد الإلكتروني للشركة، بما في ذلك إنشاء رسائل التسويق وتوجيهها للجمهور المستهدف، وتحليل نتائج الحملات.

إدارة التجارة الإلكترونية

يعمل على تطوير وتنفيذ استراتيجيات التجارة الإلكترونية للشركة، بما في ذلك إدارة متاجر الإنترنت وتحسين تجربة التسوق عبر الإنترنت.

إدارة المحتوى الرقمي

يتولى تطوير وإدارة استراتيجيات المحتوى الرقمي للشركة، بما في ذلك إنشاء المحتوى القيم والجذاب، وتحسين تجربة المستخدم، وتحليل استجابة الجمهور للمحتوى.

متخصص تحسين محركات البحث (SEO)

يعمل على تحسين وتهيئة مواقع الويب والمحتوى لظهورها بشكل أفضل في نتائج محركات البحث، من خلال استخدام تقنيات الكلمات الرئيسية والتحسين الفني والتسويقي.

محلل التسويق الرقمي

يقوم بتحليل البيانات ومراقبة أداء الحملات التسويقية الرقمية، وتحديد الاتجاهات وتوجيه التحسينات المستقبلية، وتقديم تقارير وتوصيات للفرق التسويقية.

إدارة العلاقات العامة الرقمية

يعمل على بناء وتعزيز علاقات الشركة مع الجمهور ووسائل الإعلام الرقمية، وإدارة الاتصالات العامة الرقمية والتسويق عبرها.

إدارة تجربة العملاء (Experience Manager)

هو مسؤول عن تخطيط وتنفيذ استراتيجيات التجربة للعملاء في سياق التسويق الرقمي. يتولى هذا الدور تحسين تجربة العملاء من خلال توفير تجارب فريدة ومميزة عبر مختلف نقاط الاتصال التي يتفاعلون معها مع العلامة التجارية.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

شكراً

Thank You

