

اقتصاديات التسويق الرقمي

إعداد د. محسن مرشد

MKT236

المحاضرة التمهيدية





- التعريف بأستاذ المقرر.
- مواصفات المقرر.
- الهدف من المقرر.
- مخرجات التعلم.
- محتوى المقرر.
- الخلاصة.

المحاضرة
التمهيدية



تعريف بأستاذ المقرر



تعريف بأستاذ المقرر

الاسم: د. محسن مرشد

الدرجة العلمية: دكتوراه في التسويق

المؤسسة التعليمية: جامعة العلوم الماليزية

المنصب الأكاديمي: أستاذ مساعد في جامعة دمار، اليمن،

وأستاذ التسويق الرقمي في جامعة ميداوشن

الكلية: الاعلام والتسويق

البحث الأكاديمي: باحث في جامعة العلوم الماليزية

عدد الأبحاث المنشورة: أكثر من 30 ورقة علمية منشورة في

مجلات محكمة.

المقررات التي يُدرّسها:

- تحليل البيانات التسويقية
- اقتصاديات التسويق الرقمي

مجالات الاهتمام:

- التسويق الرقمي
- تحليل البيانات
- استخدام البرامج الإحصائية
- تقنيات وتطبيقات تحليل البيانات التسويقية

المحاضرة
التمهيدية



مواصفات المقرر



1. مقدمة في اقتصاديات التسويق الرقمي

- يستند هذا المقرر الأكاديمي إلى فكرة محورية هي أن اقتصاديات التسويق الرقمي، باعتباره أحد فروع الاقتصاد الرقمي، تدرس العلاقة المتبادلة بين التسويق الرقمي والأسواق الاقتصادية، وكيفية تأثير الأدوات والتقنيات الرقمية على هيكل هذه الأسواق.
- وكيف يمكن أن يغير التسويق الرقمي من ديناميكيات الأسواق، ويؤثر في آليات البيع والشراء، ويخلق فرصًا وتحديات جديدة في هذا العصر الذي يشهد تحولاً رقمياً مستمراً.





2. توضيح فكرة اقتصاديات التسويق الرقمي

يمكن توضيح هذه الفكرة من خلال فهم النقاط التالية:

1. التسويق الرقمي كأداة لتحفيز النمو الاقتصادي:

باستخدام الأدوات الرقمية مثل الإعلانات عبر الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي، وتحليل البيانات الرقمية، يمكن للمؤسسات الوصول إلى جمهور أوسع وتحقيق مبيعات أعلى.

2. تحليل تأثير التسويق الرقمي على الاقتصاد:

من خلال دراسة هذا المقرر، يمكننا تحليل كيف يؤثر التسويق الرقمي على الاقتصاد بشكل عام، بفضل التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، وتجارة الإنترنت، والتجارة الإلكترونية. كما يمكن دراسة تأثير هذه الأدوات على قرارات الأفراد والشركات الاقتصادية.

✓ يتناول المقرر دراسة القيم الاقتصادية المرتبطة بممارسات التسويق الرقمي، مع التركيز على كيفية تأثير هذه الممارسات على سلوك المستهلك، فضلاً عن تأثيرها على هيكل الأسواق.

✓ كما يناقش المقرر دور التسويق الرقمي في تشكيل توجهات السوق والمنافسة بين الشركات، ويعطي أهمية كبيرة للتفاعل بين الشركات والمستهلكين في البيئة الرقمية. بالإضافة إلى ذلك، يتم تسليط الضوء على الفهم التجاري لتأثير التسويق الرقمي على الاقتصاد الكلي والأسواق العالمية.





4. التسويق الرقمي: أداة استراتيجية لتعزيز التنافسية وتحقيق الأهداف الاقتصادية

□ مع تزايد الاعتماد على الإنترنت والتكنولوجيا في الأنشطة التجارية، أصبح التسويق الرقمي أداة أساسية للشركات لتحقيق أهدافها الاقتصادية والوصول إلى جمهور أوسع. يتيح التسويق الرقمي للشركات استهداف العملاء بدقة وفعالية أكبر من خلال تحليل البيانات الضخمة وفهم السلوكيات الرقمية.

□ لم يعد التسويق الرقمي مجرد وسيلة للترويج للمنتجات والخدمات، بل أصبح أداة استراتيجية تهدف إلى تحسين أداء الشركات وتعزيز قدرتها التنافسية في الأسواق المتغيرة.

5. تطور التسويق الرقمي وتأثيره على الاقتصاد والأسواق

يتناول هذا المقرر تطور التسويق الرقمي وتأثيره على الهيكل الاقتصادي للأسواق، بالإضافة إلى دراسة التكلفة والعائد في هذا المجال. كما سيتم دراسة سلوك المستهلك في الاقتصاد الرقمي، والعلاقة بين التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية، وأثر الإعلانات الرقمية على الاقتصاد. الجزء الأكبر من المقرر سيخصص للتعرف بشكل مفصل على المواضيع التالية:

- التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية
- أسواق الإعلانات الرقمية والاقتصاد
- المنافسة الاقتصادية في البيئة الرقمية
- الاقتصاد السلوكي والتسويق الرقمي
- القوانين والتنظيمات الاقتصادية في التسويق الرقمي
- مستقبل اقتصاديات التسويق الرقمي



المحاضرة
التمهيدية



الهدف من المقرر



أهداف المقرر:

1. فهم الأساسيات التي يقوم عليها التسويق الرقمي وكيفية تطبيقه في مختلف المجالات.
2. التعرف على تأثير الرقمنة على الأعمال التجارية والاقتصاد بشكل عام.
3. دراسة تطور التسويق الرقمي وتحليل كيفية تأثيره على اقتصاد الشركات والمستهلكين.
4. تحليل تأثير التسويق الرقمي على الاقتصاد العالمي، بما في ذلك تأثيراته على الأسواق المالية وقطاع الأعمال.
5. فهم كيفية تأثير الاقتصاد الرقمي على سلوك المستهلك في بيئة التسوق عبر الإنترنت.
6. تحليل العوامل التي تؤثر في قرارات المستهلك في بيئة التسوق الرقمية.
7. فهم العلاقة بين التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية وكيفية تكاملها.
8. استكشاف استراتيجيات التسويق الرقمي التي يمكن أن تدعم نمو التجارة الإلكترونية.



المحاضرة
التمهيدية



مخرجات التعلم



مخرجات التعلم للمقرر

من المتوقع أن يكون الطالب بعد دراسته لهذا المقرر قادرًا على:

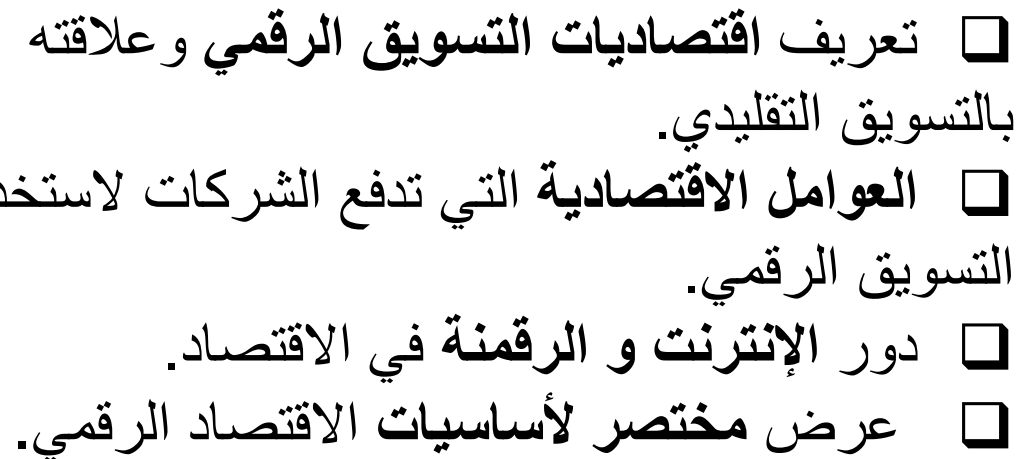
- ✓ تطبيق مفاهيم الاقتصاد السلوكي في التسويق الرقمي لفهم سلوك المستهلك بشكل أعمق.
- ✓ تحليل التأثيرات الاقتصادية للتسويق الرقمي على الشركات والأسواق.
- ✓ تقدير التكلفة والعائد في التسويق الرقمي لتحديد فعاليته الاقتصادية.
- ✓ تحليل أسواق الإعلانات الرقمية ودورها في تحفيز النمو الاقتصادي.
- ✓ التعرف على القوانين والتنظيمات الاقتصادية التي تحكم التسويق الرقمي.
- ✓ استشراف التوجهات المستقبلية في اقتصاديات التسويق الرقمي وكيفية تأثيرها على الأسواق العالمية.

المحاضرة
التمهيدية



محتوى المقرر





المحاضرة 2. تطور التسويق الرقمي وأثره على الاقتصاد :



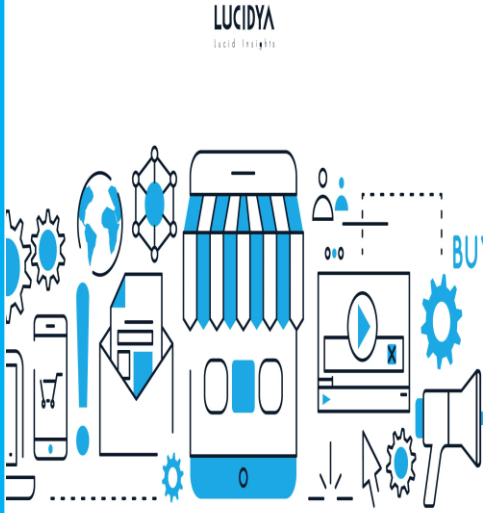
- ❑ مقدمة في التسويق الرقمي.
- ❑ كيف أثر التسويق الرقمي على الهيكل الاقتصادي للأسواق؟
- ❑ مقارنة بين الاقتصاد التقليدي والاقتصاد الرقمي.
- ❑ دراسة التحولات الاقتصادية الكبرى بسبب ظهور الإنترنت
- ❑ التحديات الاقتصادية للتسويق الرقمي.
- ❑ دراسات حالة.

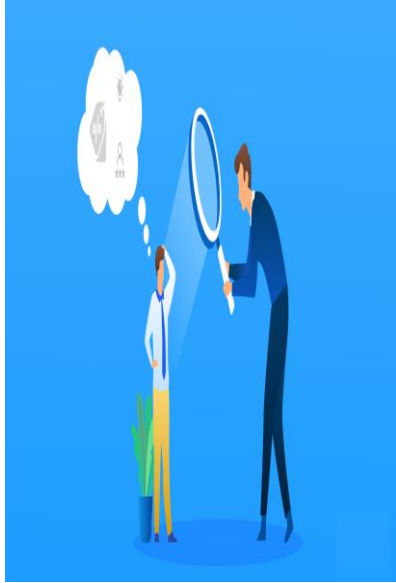
المحاضرة 3. التكلفة والعائد في التسويق الرقمي:

❑ تحليل التكلفة والعائد في استراتيجيات التسويق الرقمي.

❑ مقارنة بين التكلفة والعائد في التسويق التقليدي والتسويق الرقمي

❑ كيفية قياس العائد على الاستثمار (ROI) في الحملات الرقمية.





المحاضرة 4. سلوك المستهلك في الاقتصاد الرقمي :

- ❑ مقدمة في سلوك المستهلك في الاقتصاد الرقمي
- ❑ العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك في الاقتصاد الرقمي .
- ❑ دراسة كيفية تغير سلوك المستهلك في العصر الرقمي .
- ❑ أنماط السلوك الرقمي للمستهلكين.
- ❑ تأثير التكنولوجيا على قرارات الشراء.
- ❑ التحديات التي تواجه الشركات في فهم سلوك المستهلك الرقمي.
- ❑ تحديات وفوائد سلوك المستهلك في الاقتصاد الرقمي

المحاضرة 5 . التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية

❓ دراسة العلاقة بين التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية .

❓ كيفية تأثير التجارة الإلكترونية على الاقتصاد العالمي .

❓ تحليل اقتصادات التجارة الرقمية وقياس أثرها على الأسواق المحلية والعالمية .

❓ التوجهات المستقبلية للتسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية في الاقتصاد .



المحاضرة 6. أسواق الإعلانات الرقمية والاقتصاد:

- ❑ كيف يعمل سوق الإعلانات الرقمية (Google Ads ، فيسبوك ، وما إلى ذلك) ؟
- ❑ منصات الإعلانات الرقمية : جوجل ، فيسبوك ، تويتر ، وإنستغرام .
- ❑ تأثير الإعلانات الرقمية على اقتصادات الأسواق الرقمية .
- ❑ المنافسة في الأسواق الرقمية وأثرها على الشركات الصغيرة والكبيرة .
- ❑ تحليل العوامل الاقتصادية التي تؤثر على ميزانية الإعلانات الرقمية.
- ❑ تعلم كيفية قياس فعالية الحملات الإعلانية الرقمية.



المحاضرة 7. المنافسة الاقتصادية في البيئة الرقمية :



- ❑ مقدمة في المنافسة الاقتصادية في البيئة الرقمية.
- ❑ الابتكار التكنولوجي والمنافسة الرقمية.
- ❑ كيف يؤثر التسويق الرقمي على طبيعة المنافسة الاقتصادية؟
- ❑ دور البيانات في تعزيز القدرة التنافسية .
- ❑ استراتيجيات الشركات الكبرى والشركات الناشئة في بيئة اقتصادية رقمية.
- ❑ أمثلة ودراسات حالة للمنافسة الرقمية.

المحاضرة 8. الاقتصاد السلوكي والتسويق الرقمي:

الاقتصاد السلوكي



- ? مقدمة في الاقتصاد السلوكي.
- ? تطبيقات الاقتصاد السلوكي في استراتيجيات التسويق الرقمي .
- ? كيفية استخدام العوامل النفسية لتحفيز الشراء في البيئة الرقمية .
- ? تحليل كيفية تأثير التسويق الرقمي على قرارات المستهلكين.

المحاضرة 9. القوانين والتنظيمات الاقتصادية في التسويق الرقمي



❑ مقدمة في القوانين والتنظيمات الاقتصادية في التسويق

الرقمي

❑ مناقشة القوانين المتعلقة بحماية البيانات والمنافسة في

السوق الرقمي .

❑ التنظيمات المتعلقة بالإعلانات الرقمية.

❑ تأثير التنظيمات الحكومية على أسواق التسويق الرقمي .

❑ دراسة الأمثل على قوانين مثل **GDPR** وحماية الخصوصية



المحاضرة 10. مستقبل اقتصاديات التسويق الرقمي :

❓ التوجهات المستقبلية في اقتصاديات التسويق الرقمي.

❓ تأثير التقنيات الحديثة (مثل الذكاء الاصطناعي، والبلوكتشين) على الاقتصاد الرقمي).

❓ دراسة تأثير الاقتصاد الرقمي على أسواق العمل والشركات الصغيرة.

الخلاصة:



❖ تطور التسويق الرقمي كان له تأثيرات عميقة على الهياكل الاقتصادية حول العالم، حيث أحدث تغييرات كبيرة في طريقة إجراء الأعمال، وتحسين التجربة للمستهلكين، وفتح أسواق جديدة. كما ساهم في تزايد الحاجة إلى المهارات التكنولوجية وخلق فرص عمل جديدة.

❖ ومع استمرار التقدم في التكنولوجيا، من المتوقع أن يظل التسويق الرقمي يلعب دورًا محوريًا في تعزيز الاقتصاد الرقمي وتوسيع نطاق الأعمال على المستوى العالمي.



Thank You