

التسويق عبر التقنيات الحديثة

د. عقبة الوليد الصبّاغ

المحاضرة التعريفية



التسويق عبر التقنيات الحديثة

المحاضرة التعريفية

MKT312

Prepared by
Dr. Okba Alsabbagh

تمهيد

في مطلع هذا المقرر، نجد أنفسنا أمام عالم يتغير بوتيرة غير مسبوقة، تقوده التكنولوجيا وتعيد تشكيل ملامحه تقنيات لم تكن مألوفة قبل سنوات قليلة. لقد أصبحت المفاهيم التقليدية في التسويق غير كافية لفهم السلوك الاستهلاكي أو للتفاعل مع الأسواق المعاصرة، التي تتصف بالتعقيد والتنوع والتشظي الرقمي.

من هنا، تنبع أهمية هذا المقرر الذي نبدأه اليوم، والذي لا يهدف فقط إلى التعرف على أدوات وتقنيات حديثة، بل يسعى إلى بناء فهم تحليلي لكيفية توظيف تلك التقنيات في صناعة القرار التسويقي المعاصر. سنتعرف خلال هذه الجلسة على الإطار العام للمقرر، ونوضح أهم محاوره وأهدافه، ونمهد الطريق لفهم متكامل لتقاطع التكنولوجيا بالتسويق. إن هذه الرحلة الأكاديمية ليست فقط لاستيعاب محتوى معرفي، بل لتطوير طريقة تفكير نقدية، تستشرف المستقبل وتقرأ التحولات الجارية بعين الباحث والممارس في آن واحد.

محتويات المحاضرة التعريفية

Chapter

01

- تعرف بمدرس المقرر
- وصف مختصر للمقرر
- أهداف المقرر
- محتوى المقرر
- مخرجات التعلم
- الأساليب والأدوات التعليمية
- أساليب التقييم
- مراجع المقرر

التعريف بمدرس المقرر

Chapter

01

- عقبة الوليد الصبّاغ.
- حائز على درجة الدكتوراه في التسويق من جامعة حلب سنة 2019.
- المهام والوظائف ضمن المجال الأكاديمي:
 - عضو هيئة تدريسية في قسم التسويق في جامعة حلب
 - عضو مجلس قسم التسويق ضمن كلية الاقتصاد في جامعة حلب
 - عضو هيئة تدريسية في جامعة الشهباء
 - الإشراف على رسائل ماجستير ضمن قسم التسويق
 - تحكيم أبحاث علمية والمشاركة في لجان حكم على رسائل الماجستير في مجال التسويق
 - حالياً عضو هيئة تدريسية في جامعة Midocean

وصف مختصر للمقرر



يركز هذا المقرر على استكشاف الدور المحوري للتقنيات الحديثة في تطوير وتطبيق الاستراتيجيات التسويقية، ويغطي استخدام أدوات مثل الذكاء الاصطناعي، الواقع المعزز، الواقع الافتراضي، إنترنت الأشياء، البلوك تشين، البيانات الضخمة، وأدوات الأتمتة في إدارة عناصر المزيج التسويقي. يتضمن المقرر تحليلًا معمقًا لتطبيقات التقنية في تطوير المنتجات، التسعير الذكي، التوزيع الذكي، الحملات الترويجية الرقمية، وبحوث السوق، إضافة إلى الجوانب الأخلاقية والقانونية المتعلقة بهذه التطبيقات.

أهداف المقرر



- تمييز الفرق بين التسويق التقليدي والرقمي وفهم مفاهيم التحول الرقمي
- تحليل دور الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة في المزيج التسويقي
- تطبيق أدوات رقمية في تطوير المنتجات والتسعير والتوزيع والترويج
- تقييم أمثلة واقعية على استخدام التقنية في الأنشطة التسويقية
- استخدام أدوات تحليل البيانات لدعم قرارات التسويق
- التعرف على الجوانب الأخلاقية والقانونية للتسويق عبر التقنيات الحديثة
- تنمية التفكير النقدي من خلال دراسات حالة في التسويق عبر التقنيات الحديثة

محتوى المقرر

مدخل إلى التسويق عبر التقنيات الحديثة

- التحول الرقمي في التسويق: المفهوم والأهمية
- نظرة تاريخية على استخدام التقنية في التسويق
- الفرق بين التسويق التقليدي والتسويق المعتمد على التقنية
- لمحة عن أبرز التقنيات المستخدمة حالياً (نظرة عامة)

دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز استراتيجيات المزيج التسويقي

- ماهية التسويق بالذكاء الاصطناعي
- أهمية دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق
- دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات المزيج التسويقي
- أنواع تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التسويق
- دراسة حالة



استخدام التقنيات الحديثة في إدارة وتطوير المنتجات

- تحليل احتياجات العملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي
- تصميم المنتجات المدفوعة بالبيانات
- نمذجة المنتج باستخدام الواقع الافتراضي والمعزز
- إدارة دورة حياة المنتج بواسطة أنظمة إنترنت الأشياء

استخدام تقنيات الواقع المعزز في تسويق العلامات التجارية

- مفهوم الواقع المعزز
- أهمية تقنية الواقع المعزز في العملية التسويقية
- خصائص الواقع المعزز ومميزات استخدامه في العملية التسويقية
- التحديات المتعلقة بالواقع المعزز في التسويق
- أمثلة عن بعض تطبيقات الواقع المعزز



استراتيجيات التسعير الذكي باستخدام التقنيات الحديثة

- مفهوم التسعير الذكي وتطورات الرقمية
- نماذج واستراتيجيات التسعير الذكي
- أدوات وتقنيات التسعير الذكي
- تحديات وفرص استخدام التسعير الذكي
- أمثلة تطبيقية

استخدام التقنيات الحديثة في إدارة أنشطة التوزيع

- مفاهيم التوزيع الذكي وتطورات
- تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات في إدارة التوزيع
- دور إنترنت الأشياء (IoT) والبلوك تشين في التوزيع الذكي
- الفرص والتحديات في التوزيع الذكي



استخدام التقنيات الحديثة في الأنشطة الترويجية

- التحول الرقمي في الترويج
- الترويج القائم على البيانات: تحليل السلوك وتخصيص المحتوى
- منصات الإعلان الرقمي: الأدوات والتقنيات المستخدمة
- أمثلة تطبيقية لحملات ترويجية رقمية ناجحة

استخدام التقنيات الحديثة في إدارة معلومات وبحوث التسويق



- تحليل البيانات الضخمة (Big Data Analytics) في بحوث السوق
- استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بسلوك المستهلك
- تقنيات الاستبيانات الذكية وتحليلها باستخدام منصات سحابية
- أتمتة بحوث السوق باستخدام أدوات مثل Chatbots و RPA

الجوانب الأخلاقية والقانونية في استخدام التقنية الحديثة في التسويق

- الخصوصية وحماية البيانات الشخصية في التسويق الرقمي
- الشفافية والإفصاح عن الإعلانات الموجهة والمحتوى المدعوم
- التمييز والتحيز الخوارزمي في أدوات التسويق الذكي
- الامتثال للتشريعات الرقمية مثل GDPR و CCPA في الحملات التسويقية



حالات عملية في استخدام التقنية الحديثة في التسويق



مخرجات التعلم

- توضيح مفهوم التحول الرقمي في التسويق والتميز بينه وبين التسويق التقليدي.
- فهم وتقييم دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في دعم استراتيجيات المزيج التسويقي.
- تحليل كيفية استخدام الواقع الافتراضي والمعزز في تطوير المنتجات والترويج لها.
- توظيف تقنيات حديثة في تصميم وتنفيذ استراتيجيات التسعير الذكي والتوزيع الرقمي.
- توظيف أدوات التقنية الحديثة في إجراء بحوث السوق وتحليل بيانات العملاء.
- تقييم القضايا الأخلاقية والتشريعية المتعلقة باستخدام التقنيات الحديثة في التسويق.
- تطبيق المفاهيم التقنية في دراسات حالة تسويقية واقعية.



الأساليب والأدوات التعليمية



- . **المحاضرات المسجلة:** وهي محاضرة أسبوعياً بإجمالي عشرة محاضرات.
- . **حلقات نقاش تفاعلية:** وهي لقاءات تتم بشكل أسبوعي.
- . **أمثلة عملية، وحالات تطبيقية، ودراسات حالة.**

أساليب التقييم



- **اختبارات قصيرة:** عددها (10) اختبارات، (8) أسئلة كل اختبار، كل اختبار (8) درجات.
- **الاختبار النهائي:** (20) درجة، مدته (60) دقيقة.
- **طبيعة الأسئلة:** اختيار من متعدد، وصح وخطأ.



مراجع المقرر

Chapter

02

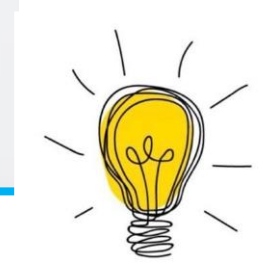
• الأجنبية:

- Sterne, Jim. *AI for Marketing*, 2023.
- Cassatt, Amanda. *Web3 Marketing: A Handbook for the Next Internet Revolution*, 2023.
- Murawski, Tadeusz. *Smart Strategies: AI Tools for Sales and Marketing Excellence*, 2024.
- Radius, High. *AI-Powered Marketing: Transforming Consumer Engagement and Brand Growth*, 2024.
- Sthanunathan Stan. *AI for Marketing And product Innovation*, 2019.

• العربية:

- محمد، ريم. استخدام تقنيات انتاج الواقع المعزز في تسويق العلامات التجارية وعلاقته بمستوى تنافسيته، 2024.
- فاطيمة، سايح. دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز استراتيجيات المزيج التسويقي، 2024.

لماذا هذا المقرر مهم؟



لأن التسويق لم يعد تقليدياً... والتقنيات الحديثة أصبحت قلب العملية التسويقية.

لأن الشركات اليوم تبحث عن مسوّقين يفهمون البيانات ويستخدمون الذكاء الاصطناعي بذكاء.

لأنك ستتعلم كيف توظّف أدوات رقمية حقيقية لصناعة قرارات تسويقية مؤثرة ومواكبة للمستقبل.

الخاتمة

لقد سعينا من خلال ما سبق إلى رسم الملامح الأولية لمقرر يتمحور حول موضوع شديد الحيوية والتجدد، وهو التسويق عبر التقنيات الحديثة. لقد حاولنا أن نوضح الخلفية المعرفية التي سننطلق منها، والمنهجية التي سنعتمدها في تحليل ودراسة الظواهر التسويقية في بيئة رقمية متغيرة. هذه المحاضرة ليست سوى مقدمة لرؤية أوسع سنتناولها خلال الأسابيع القادمة. أدعوكم من الآن إلى التفاعل النقدي مع المفاهيم المطروحة، وإلى متابعة المستجدات في هذا المجال الحيوي، لأن ما ندرسه ليس معرفة ثابتة، بل واقع متغير يحتاج إلى وعي متجدد، وفكر مرن، وقدرة على الربط بين النظرية والممارسة. أرحب بكم مرة أخرى، وأتطلع إلى حوارات علمية ثرية معكم في هذا المقرر.

التسويق عبر التقنيات الحديثة



إلى اللقاء
في المحاضر التالية

شكراً لحسن إصفاؤكم