



التاريخ: 2025/05/24
المدة: 01 سا و15د

سنة ثالثة ليسانس
تخصص تسويق رقمي

الإجابة النموذجية لامتحان النهائي للسداسي السادس المادة التعليمية تقنيات التسويق الرقمي

السؤال الأول: حدد الفرق بين: (6 نقاط)

الأدلة الإلكترونية	محركات البحث	الفرق
تحتاج تدخل بشري، تعتمد على التنظيم اليدوي للمواقع. 0.5ن	لا تحتاج إلى تدخل بشري تعتمد على الأتمتة والخوارزميات. 0.5ن	
Génération Alpha	Génération Y	الفرق
- 2010-2024 0.25ن - صناع قرار 0.25ن	- 1980-1994 0.25ن - واثقين 0.25ن	
HubSpot CRM	Google Analytics 4	الفرق
- يحلل تفاعل العملاء مع المحتوى التسويقي. 0.5ن - يوفر تقارير تفصيلية حول تفاعل العملاء مع البريد الإلكتروني والويب. 0.5ن	- يستخدم لتحليل مسارات المستخدمين داخل الموقع. 0.5ن - يقدم توقعات حول المستخدمين المحتملين للشراء بناءً على بيانات السلوك السابقة. 0.5ن	
Broad Match المطابقة الواسعة	User Intent نية المستخدم	الفرق
- يحدد كيف يتم مطابقة الكلمة المفتاحية مع استعلام المستخدم. 0.5ن - يحدد من قبل العلامة التجارية. 0.5ن	- يركز على الهدف من البحث. 0.5ن - يحدد من قبل المستخدم. 0.5ن	

السؤال الثاني: حدد مميزات ينفرد بها كل من: (4 نقاط)

التسويق الفيروسي يتميز بالمقارنة بالترويج بـ:

- الانتشار الذاتي (ينتشر تلقائياً عبر الجمهور وليس العلامة التجارية)؛ **0.5ن**
- تكلفة منخفضة؛ **0.5ن**
- سرعة الوصول؛ **0.5ن**
- التفاعل العاطفي (خلق ثقة إجتماعية). **0.5ن**

التسويق 4.0 يتميز بالمقارنة بالتسويق الإلكتروني بـ:

- يجمع ما بين التفاعل التقليدي Offline والتفاعل الرقمي Online؛ **0.5ن**

- يدمج هذا التسويق بين الأسلوب والمحتوى؛ **0.25ن**
- بناء العلامات التجارية ذات الممارسات الإنسانية؛ **0.5ن**
- التكامل مع إتصال من الآلة إلى الآلة لتقوية التفاعلية مع العملاء؛ **0.25ن**
- يفرض التعايش بين التسويق التقليدي والتسويق الرقمي؛ **0.25ن**
- كسب تأييد العميل. **0.25ن**

دراسة حالة: (10 نقاط)

إذا كنت أحد أعضاء فريق التسويق للعلامة التجارية Nike، وأردت أن تقوم بحملة تسويقية لمنتجها الجديد لسنة 2025 «White Cement» Nike Air Jordan 4 أيقونة سلسلة Air Jordan التي تميز بين الأداء الرياضي والتعبير الثقافي، يعرف الإصدار الحديث بكونه true-to-og أي أنه يحافظ على أدق تفاصيل التصميم الأصلي لعام 1989.

المطلوب:

- ما هي تقنيات التسويق الرقمي التي تستخدمها؟ وعلل سبب إختيار كل تقنية.
- حدد الخطوات التي اتبعتها في حملتك التسويقية.

تقنية التسويق الرقمي	سبب اختيارها
التسويق بالمحتوى 0.25ن	ربط الزبائن بتاريخ وأسطورة الحذاء التي تعود إلى 1989. 0.75ن
التسويق الفيروسي 0.25ن	استغلال شغف الشباب بالمنتج لخلق ضجة عبر المنصات الرقمية. 0.75ن
التسويق عبر البريد الإلكتروني 0.25ن	استهداف الزبائن القدامى للعلامة التجارية. 0.75ن
التسويق بالفيديو 0.25ن	المنتج ملموس وبصري يفضل عرضه مع موسيقى الهيب هوب. 0.75ن
تحسين محركات البحث 0.25ن	لزيادة ظهور صفحة المنتج عبر محركات البحث لزيادة المبيعات. 0.75ن
التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي 0.25ن	لجذب الزبائن المحتملين الشباب الذين يحبون هذا النوع من الأحذية. 0.75ن

الخطوات:

- ✓ تحديد الأهداف **0.25ن**: زيادة المبيعات **0.25ن**، زيادة الوعي بالعلامة ... **0.25ن**
- ✓ دراسة السوق وتحديد الجمهور المستهدف **0.25ن**: الجمهور المستهدف يكون من الشباب من 16 إلى 35 سنة **0.25ن**، يحبون ستايل الهيب هوب والموضة العصرية **0.25ن**، ناشطون عبر المنصات الرقمية ... **0.25ن**
- ✓ الجدولة الزمنية: إرسال الإيميل خارج أوقات العمل ... **0.25ن**
- ✓ اختيار الكلمات المفتاحية **0.25ن**: هيب هوب **0.25ن** ، حذاء رياضي عصري ... **0.25ن**

- ✓ اختيار تقنيات التسويق الرقمي المناسبة **0.25ن**: سابقة الذكر في الجدول أعلاه.
- ✓ اختيار منصات التواصل الاجتماعي المناسبة **0.25ن**: Tiktok و Instagram **0.25ن**
- ✓ التنفيذ. **0.25ن**
- ✓ المراقبة والتقييم والتحسين المستمر. **0.25ن**

Ne te décourage pas l'équipe, la prochaine fois sera la bonne

Dr. Benaida Imene