

دليل المادة التعليمية			
اسم المادة: تطبيقات التسويق الرقمي			
الميدان	علوم اقتصادية، تسيير و علوم تجارية.	الفرع	علوم تجارية
التخصص	تسويق	المستوى	ماستر 01
السداسي	الأول	السنة الجامعية	2025/2024
التعرف على المادة التعليمية			
اسم المادة	تطبيقات في التسويق الرقمي	وحدة التعليم	الإستكشافية
عدد الأرصدة	02	المعامل	02
الحجم الساعي الأسبوعي	3سا	المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع)	1سا 30د
أعمال م/تظ (عدد الساعات في الأسبوع)	1سا 30د	أعمال م/ت (عدد الساعات في الأسبوع)	1 سا 30 د
مسؤول المادة التعليمية			
الاسم، اللقب	بورناز حياة	الرتبة	أ.مساعد
تحديد موقع المكتب	البريد الإلكتروني	bournazhayette@yahoo.com hayettebournaz@yahoo.com
رقم الهاتف	0552841749	توقيت الدرس ومكانه	محاضرة عن بعد: يوم الاحد من 15:30 سا- 17:00 سا أعمال موجهة : يوم الثلاثاء من 09:30 سا- 12:30 سا. القاعة T7 بقسم الترجمة
وصف المادة التعليمية			
المكتسبات	حتى يتمكن الطالب من دراسة محتوى مقياس تطبيقات في التسويق لابد أن يكون ملما ب: - بالمفاهيم المرتبطة بأساسيات التسويق الإلكتروني وأساسيات الاعلام الالي.و التجارة الالكترونية، المزيج التسويقي الإلكتروني.		
الهدف العام للمادة التعليمية	الهدف من هذا المقياس هو تلقين الطلبة مختلف الأساليب الحديثة في مجال تصميم المنصات الرقمية، ادارتها وتسويق محتواها وكذا التعرف على القنوات الرقمية المختلفة ومزاياها وطرق التكامل فيما بينها		
أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها)	عند إكمال المادة، سيتمكن الطالب من: - معرفة كيفية تصميم وتنشيط الموقع/المتجر الرقمي - التمكن من القيام بالتسويق عبر محركات البحث وعبر البريد الإلكتروني وصناعته للمحتوى و ترويجه - معرفة كيفية التسويق عبر الهواتف المحمولة وعبر شبكات التواصل الاجتماعي		

محتوى المادة التعليمية

المحور الأول	1. مراجعة لمبادئ التسويق الرقمي
المحور الثاني	2. تصميم وتنشيط الموقع/المتجر الرقمي
المحور الثالث	3. التسويق عبر محركات البحث Search Engine Marketing
المحور الرابع	4. التسويق عبر البريد الإلكتروني email marketing
المحور الخامس	5. صناعة المحتوى و ترويجه Content Creation and Promotion
المحور السادس	6. التسويق عبر الهواتف المحمولة m-marketing
المحور السابع	7. التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي social media marketing
المحور الثامن	8. التسويق عبر الفيديو
المحور التاسع	9. طرق قياس حملات التسويق الرقمي و تحليل البيانات الرقمية
المحور العاشر	10. التسويق متعدد القنوات و ضمان توحيد الرسالة التسويقية

طريقة التقييم

الوزن النسبي للتقييم		العلامة	التقييم بالنسبة المئوية	
60 %	60 %	20/20	امتحان	
-	40 %	20	امتحان جزئي	
16 %			20/08	أعمال موجهة (البحث : إعداد/إلقاء)
-			-	أعمال تطبيقية
4 %			20/02	المشروع الفردي الأعمال الجماعية (ضمن فريق)
-			-	خرجات ميدانية
-			20/05	المواظبة (الحضور / الغياب)
10 %			20/05	عناصر أخرى)
10 %				

تدرس المادة في شكل محاضرات وأعمال موجهة/تطبيقية و طبيعة تقييمها امتحان و مراقبة مستمرة يقياس معدل المادة بالوزن الترجيحي للمحاضرة والأعمال الموجهة:

معدل المادة	نقطة المحاضرة * 0.6 + نقطة الأعمال الموجهة / التطبيقية * 0.4
Moy.M	= (Note Ex * 0.6) + (Note Td * 0.4)

المصادر والمراجع


المرجع الأساسي الموصى به :

1. RémyMarrone & Claire Gallic, <i>Le Grand Livre du Marketing digital</i> , Dunod, 2018.	عنوان المرجع
---	--------------

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

1. Christine Balaguéet David Fayon, *Facebook, Twitter et les autres...*, Pearson, 2010.
2. Jean-Marc Decaudinet Jacques Digout, *E-publicité*, Dunod, 2011.
3. Thomas Faivre-DubozetRaphaëlFétique, *Web Conversions*, Dunod, 2010.
4. Thomas Faivre-Duboz, RaphaëlFétique et Antoine Lendrevie, *Le Web marketing*, Dunod, 2011
5. Nicolas Malo et Jacques Warren, *Web Analytics*, Eyrolles, 2009

التاريخ	محتوى المحاضرة	الأسبوع
06/10/2024	-مراجعة عامة للمكتسبات القبلية في التسويق الالكتروني المزيج التسويقي الالكتروني و التجارة الالكترونية و الاعلام الالي. - تقديم لمحة عامة عن التسويق الرقمي و التعريف بالمقياس و الأهداف التعليمية له.	الأسبوع الأول
13/10/2024	مراجعة لمبادئ التسويق الرقمي	الأسبوع الثاني
20/10/2024	تصميم وتنشيط الموقع/المتجر الرقمي	الأسبوع الثالث
27/10/2024	التسويق عبر محركات البحث Search Engine Marketing	الأسبوع الرابع
03/11/2024	التسويق عبر البريد الإلكتروني email marketing	الأسبوع الخامس

10/11/2024	صناعة المحتوى و ترويجه Content Creation and Promotion	الأسبوع السادس
17/11/2024	التسويق عبر الهواتف المحمولة m-marketing	الأسبوع السابع
24/11/2024	التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي social media marketing	الأسبوع الثامن
01/12/2024	التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي social media marketing	الأسبوع التاسع
08/12/2024	التسويق عبر الفيديو	الأسبوع العاشر
15/12/2024	طرق قياس حملات التسويق الرقمي و تحليل البيانات الرقمية	الأسبوع الحادي عشر
05/01/2025	طرق قياس حملات التسويق الرقمي و تحليل البيانات الرقمية	الأسبوع الثاني عشر
12/01/2025	التسويق متعدد القنوات و ضمان توحيد الرسالة التسويقية	الأسبوع الثالث عشر
19/01/2025	مراجعة شاملة لمحتوى المادة التعليمية	الأسبوع الرابع عشر
	امتحان نهاية السداسي	
	الامتحان الاستدراكي للمادة	
	تحده الإدارة	
	تحده الإدارة	
الأعمال الشخصية المقررة للمادة		
<p>1. أعمال وواجبات مكتبية والقيام ببحوث ومشاريع جماعية وفردية وتطبيق تقنيات التسويق الرقمي على الحاسوب.</p> <p>2. تكليف الطالب بإعداد بطاقات قراءة لمقالات علمية أو كتاب أو فصل منه ضمن محاور المادة بشكل دوري.</p> <p>3. تقييم الأسئلة التفاعلية للطلبة عبر منصة Moodle.</p> <p>4. الحضور والتفاعل في منصة Moodle.</p> <p>5. إنشاء دردشة ومنتدى في منصة Moodle للتعليم الالكتروني.</p>		
مصادقات الهيئات الإدارية والبيداغوجية		
رئيس القسم	مسؤول الشعبة	الأستاذ مسؤول المادة
		نائب العميد الملكف بالبيداغوجيا أو مدير الدراسات
		
ملاحظة هامة: بعد المصادقة على دليل المادة في بداية كل سداسي يتم نشره على الموقع الرسمي للمؤسسة الجامعية		

