**الجمهوريــــــــة الجزائريــــــة الديمقراطيـــــــة الشعبيـــــــــة**

**المركز الجامعي عبد الحفيـــــظ بوالصـوف- ميلــــــة**

**كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير**

**قسم العلـــــوم التجاريـــــة**

**اللقب**:...................................

**الاسم:**...................................

**رقم التسجيل:**...........................

**السنة الثالثة تسويق**

**امتحان مقياس التسويق الرقمي**

**السؤال الأول**: التسويق الرقمي هو إدارة التفاعل بين المنظمة والمستهلك في فضاء البيئة الافتراضية.

* ماهي الفروقات بين التسويق الرقمي والتقليدي؟ **05نقاط**

|  |  |
| --- | --- |
| **التسويق التقليدي** | **التسويق الرقمي** |
| غير تفاعلي | تفاعلي |
| بطيء | سريع |
| صعوبة التحكم بالتكاليف | إمكانية تحديد التكاليف |
| تحديد الاستهداف صعب | تحديد الاستهداف بدقة |
| صعوبة القياس | امكانية القياس بسهولة |

**السؤال الثاني:** إن أهم سبب لنجاح منظمات الأعمال من عدمه هو تطوير منتج ذو جودة عالية يتناسب والشريحة المستهدفة، لكن قبل ذلك يأتي البراندينغ، لأن أي منتج قابل للتقليد.

* **ماهو البراند**؟ **1.5 ن**

البرند هو **قوة** العلامة التجارية، ويتم بناء البرند باتباع استراتيجية واضحة قائمة على الرسالة والرؤية والقيم.

* **اشرح نواة البراند 4.5 ن**
* **الرسالة**: إن بناء البرند يعني قيمة تريد أن تضيفها أو مشكلة تريد حلها فرسالة البرند تجيب عن : لماذا أنت هنا.
* **الرؤية**: هي الطموح الذي يدفعك كل يوم إلى تطوير البرند ، لتصل به أعلى الدرجات.
* **القيم**: هي البوصلة والمرجع لكل خطوة وهي حلقة الوصل والرابطة القوية بين العملاء البرند.
* تكلم عن شخصية البرند. **2ن**

هي مجموعة الصفات والسمات التي تعبر عن البرندم كما لو كان شخصا حقيقيا، وشخصية البرند قد تأخذ عدة أشكال: الحماسي ، المتفرد ، المخلص... ، وقد تأخذ أنماط مختلفة كالخارج عن القانون ، الحكيم و المهرج...

**السؤال الثالث**: التسويق بالمحتوى أسلوب وأداة تسويقية استراتيجية.

* **اشرح مميزات التسويق بالمحتوى**. **2.5 ن**
* تثقيف الجمهور والعملاء المحتملين حول المنتج او الخدمة التي تقدمها.
* بناء علاقات مع العملاء تساعد على زيادة انتمائهم وولائهم
* تحسين ظهور الموقع وتصدر نتائج البحث
* دعم قنوات التسويق الرقمي
* زيادة الوعي بالعلامة
* **ماهي انواع واستراتيجيات التسويق بالمحتوى**؟ **2ن**

- .المقالات - النشرات البريدية -الابحاث والدراسات

-.الفيديوهات. - الانفوغراف -الاعلان المدفوع

-البودكاست – الندوات عبر الانترنت

* **اشرح مراحل رحلة العميل**.

شرح هذه المراحل : **2.5 ن**

* الوعي:
* الاهتمام والارتباط
* التحول.
* الولاء.
* الكلمة المنطوقة.