

Syllabus المادة التعليمية دليل			
اسم المادة: تطبيقات في التسويق الرقمي			
الميدان	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	الفرع	علوم تجارية
التخصص	تسويق	المستوى	ماستر 1
السداسي	الأول	السنة الجامعية	2026-2025
التعرف على المادة التعليمية			
اسم المادة	تطبيقات في التسويق الرقمي	وحدة التعليم	أساسية
عدد الأرصدة	02	المعامل	02
الحجم الساعي الأسبوعي		المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع)	ساعة ونصف
أعمال م/تط (عدد الساعات في الأسبوع)		أعمال م/ت (عدد الساعات في الأسبوع)	ساعة ونصف لكل فوج
مسؤول المادة التعليمية			
الاسم، اللقب	بن الطيب علي	الرتبة	أستاذ محاضر قسم ب
تحديد موقع المكتب	09	البريد الإلكتروني	bentayeb.a@centre-univ-mila.dz
رقم الهاتف		توقيت الدرس ومكانه	11:00 – 9:30 القاعة الكبرى رقم 05
وصف المادة التعليمية			
المكتسبات	على الطالب أن يكون ملما بأساسيات التسويق الإلكتروني وأساسيات الإعلام الآلي.		
الهدف العام للمادة التعليمية	هو تلقين الطلبة مختلف الأساليب الحديثة في مجال تقنيات التسويق الرقمي المختلفة وأهم قنواتها وطرق التكامل بينها.		
أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها)	جعل الطلبة يتمكنون في التحكم في تقنيات التسويق الرقمي وكيفية عمل حملة إعلانية وتسويقية رقمية ناجحة.		

محتوى المادة التعليمية				
مراجعة لمبادئ التسويق الرقمي			المحور الأول	
تصميم المتجر الرقمي			المحور الثاني	
التسويق عبر محركات البحث			المحور الثالث	
التسويق عبر البريد الإلكتروني			المحور الرابع	
صناعة المحتوى وترويجه			المحور الخامس	
التسويق عبر الهواتف المحمولة			المحور السادس	
التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي			المحور السابع	
التسويق عبر الفيديو			المحور الثامن	
التسويق متعدد القنوات			المحور التاسع	
طرق قياس حملات التسويق الرقمي			المحور العاشر	
التسويق الفيروسي			المحور الحادي عشر	
طريقة التقييم				
الوزن النسبي للتقييم			العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
60 %	60 %	وزن المحاضرة	20/20	امتحان
30 %	40 %	وزن الأعمال الموجهة والتطبيقية	20	امتحان جزئي
30 %				أعمال موجهة (البحث : إعداد/إلقاء)
-				أعمال تطبيقية
5 %				المشروع الفردي
-				الأعمال الجماعية (ضمن فريق)
-				خرجات ميدانية
30 %				المواظبة (الحضور / الغياب)
5 %				عناصر أخرى (المشاركة)
تدرس المادة في شكل محاضرات وأعمال موجهة/تطبيقية وطبيعة تقييمها امتحان و مراقبة مستمرة يقاس 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 :				
عنوان المرجع		المؤلف		دار النشر والسنة
Le Grand Livre du Marketing digital,		RémyMarrone & Claire Gallic		Dunod, 2018
Facebook, Twitter et les autres...		Christine Balaguéet David Fayon		Pearson, 2010 ,

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):		
التوزيع الزمني المرتقب لبرنامج المادة		
التاريخ	محتوى المحاضرة	الأسبوع
05/10/2023	مراجعة لمبادئ التسويق الرقمي	الأسبوع الأول
12/10/2023	تصميم المتجر الرقمي	الأسبوع الثاني
19/10/2023	التسويق عبر محركات البحث	الأسبوع الثالث
26/10/2023	التسويق عبر البريد الإلكتروني	الأسبوع الرابع
02/11/2023	صناعة المحتوى وترويجه	الأسبوع الخامس
09/11/2023	التسويق عبر الهواتف المحمولة	الأسبوع السادس
16/11/2023	التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي	الأسبوع السابع
23/11/2023	التسويق عبر الفيديو	الأسبوع الثامن
30/11/2023	التسويق متعدد القنوات	الأسبوع التاسع
07/12/2023	طرق قياس حملات التسويق الرقمي	الأسبوع العاشر
14/12/2023	كيفية تحليل البيانات الرقمية	الأسبوع الحادي عشر
		الأسبوع الثاني عشر
		الأسبوع الثالث عشر
		الأسبوع الرابع عشر
		الأسبوع الخامس عشر
تحدده الإدارة	امتحان نهاية السداسي	
تحدده الإدارة	الامتحان الاستدراكي للمادة	
الأعمال الشخصية المقررة للمادة		
1. تقدم حصص الأعمال الموجهة على شكل سلاسل تمارين محلولة وليست بحوث.		
2. إعداد بطاقة قراءة حول		
3. استجواب تقييبي؛		
4. تقديم بطاقة قراءة لمحور		
5. تقييم الأسئلة التفاعلية للطلبة عبر منصة Moodle.		
6. الحضور والتفاعل في منصة Moodle.		
7. إنشاء دردشة ومنتدى في منصة Moodle للتعليم الالكتروني.		

مصادقات الهيئات الإدارية والبيداغوجية

رئيس القسم	مسؤول الميدان أو الفرع أو التخصص (حسب المستوى)	الأستاذ مسؤول المادة	نائب العميد المكلف بالبيداغوجيا أو مدير الدراسات
------------	---	----------------------	---

ملاحظة هامة: بعد المصادقة على دليل المادة في بداية كل سداسي يتم نشره على الموقع الرسمي
للمؤسسة الجامعية