

التجارة الإلكترونية والتسويق

E-COMMERCE AND MARKETING

حول المادة:

تتناول هذه المادة الأسس والمفاهيم الأساسية للتجارة الإلكترونية وكيفية تنفيذ العمليات التجارية عبر الإنترنت. كما تركز على استراتيجيات التسويق الإلكتروني وأساليبه في بناء العلامة التجارية وزيادة المبيعات. تستعرض المادة الأدوات والبرمجيات التي تستخدم في التجارة الإلكترونية مثل منصات البيع عبر الإنترنت والدفع الإلكتروني.

كما تطرق إلى أساليب تسويق المنتجات والخدمات عبر الإنترنت، بما في ذلك التسويق عبر محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي.

وصف المادة:

تتطرق المادة إلى مفهوم التجارة الإلكترونية وكيفية تطبيقها في الأسواق الرقمية. تشمل استراتيجيات التسويق عبر الإنترنت، التسويق عبر محركات البحث، وتحليل بيانات الزوار لتعزيز فاعالية الحملات الإعلانية.

تستعرض أيضاً كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق عبر البريد الإلكتروني في الترويج للمنتجات والخدمات.

كما تركز على تطبيقات التجارة الإلكترونية على منصات مثل الواقع الإلكتروني والتطبيقات، وكيفية تحسين تجربة العميل.

أهداف المقرر:

- فهم المبادئ الأساسية للتجارة الإلكترونية وكيفية تنفيذها.
- تعلم استراتيجيات التسويق الرقمي ووسائل الإعلان عبر الإنترنت.
- اكتساب المهارات اللازمة لتحليل السوق الرقمي واحتياجات العملاء.
- معرفة كيفية بناء وتطوير متجر إلكتروني فعال.
- تعلم استراتيجيات جذب العملاء باستخدام التسويق عبر محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي.
- القدرة على تحسين تجربة المستخدم وزيادة التفاعل عبر الإنترنت.

المخرجات المتوقعة:

- القدرة على تصميم وإدارة التجارة الإلكترونية لمشاريع ومنظمات.
- مهارات تسويق المنتجات والخدمات عبر الإنترنت بكفاءة.
- فهم كيفية استخدام الأدوات الرقمية لتحليل أداء الحملات التسويقية.
- القدرة على تطبيق استراتيجيات تسويق متكاملة باستخدام الوسائل الرقمية.
- معرفة كيفية تحسين تجربة العميل في التجارة الإلكترونية.
- القدرة على فهم وتحليل التوجهات والفرص في السوق الإلكتروني بشكل استراتجي.