

جواب السؤال الأول: (3 ن)، موزعة كالتالي: (0.5) نقطة لكل جواب صحيح

التسويق الرقمي، الأعمال الالكترونية، الاستغراق صفحات نتائج محرك البحث، المنتديات، الوصول.

جواب السؤال الثاني: (6ن) موزعة كالتالي: (1ن) لكل جواب صحيح

1. أذكر أهم العناصر التي يتم التركيز عليها عند تحليل البيئة الرقمية للمؤسسة؟
الوجود على الإنترنت، الجمهور المستهدف.
2. ماهي أهم أنواع وسائط التسويق الرقمي (media types)؟
وسائل الاعلام الملوكة، المدفوعة، المكتسبة، والمشاركة.
3. أذكر أهم قنوات التسويق الرقمي؟
التسويق عبر محركات البحث، مواقع التواصل الاجتماعي، الهاتف المحمول، البريد الالكتروني، الموقع الالكتروني.....
4. أذكر أربعة أدوات للتسويق عبر محركات البحث SEM ؟
Sem rush ; google trends ; key word tool ; google ads
5. أذكر أربعة مؤشرات لقياس فعالية التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟
الانخراط، الوصول، التفاعل، نمو المجتمع، عدد المنشورات
6. أذكر أهم أبعاد التسويق الرقمي؟
الجذب، الاستغراق، الاحتفاظ، التعلم، التواصل.

جواب السؤال الثالث: (5ن) موزعة كالتالي: (1ن) نقطة لكل اجابة صحيحة

1. خطأ: التموقع الطبيعي هو جعل الموقع الالكتروني للمؤسسة متاحا في محركات البحث من خلال ادخال المستخدم لكلمات مفتاحية عنه.
2. خطأ: إن تطور الممارسات التسويقية الرقمية يرجع أساسا للتطور الحاصل في الويب خاصة (Web2.0) أو ما يعرف بالويب التفاعلي.
3. خطأ: إن الموقع الإلكتروني غالبا ما يكون الخيار الأول و ولكنه ليس بالضرورة الخيار الأنسب دائما لتواجد المؤسسات الاقتصادية رقميا.
4. خطأ: تُستخدم وسائل الاعلام المدفوعة لزيادة الوعي بالعلامة التجارية، استقطاب العملاء المحتملين، وتعزيز التفاعل مع المحتوى الإعلاني الذي تقدمه المؤسسة.
5. خطأ: من بين المؤشرات المستخدمة في تقييم فعالية التسويق الرقمي من خلال الهاتف المحمول: معدل التحويل، معدل النمو.

جواب السؤال الرابع:

1. السؤال الاول (3ن)
تتمثل الوسائل المساعدة على ذلك فيما يلي:
محركات البحث (seo;sem)، منصات التواصل الاجتماعي (المملوكة والمدفوعة)، البريد الالكتروني، تطبيقات الهاتف المحمول.....مع شرح مختصر لكل وسيلة.
2. السؤال الثاني: (3ن)
تعريف الوسائط الرقمية (Paid, Earned, Shared et Owned media)، ، مع توضيح أشكالها المختلفة، وأهم استخداماتها، كما هو مذكور في الدروس.