|  |  |
| --- | --- |
| **مقياس: تطبيقات في التسويق الرقمي** | **جامعة 20 أوت 1955- سكيكدة** |
| **الاسم واللقب:** | **كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية** |
| **رقم التسجيل:** | **قسم العلوم التجارية** |
| **الفوج:** | **التخصص: ماستر تسويق –السنة الأولى-** |
| **المدة: ساعة ونصف** | التاريخ : 22/01/2024 |

**امتحان السداسي الأول**

**ملاحظة:** يرجى من الطلبة عدم تجاوز المساحة المحددة للكتابة، ويمنع استعمال القلم المصحح والقلم الاحمر

**الجزء الأول: ( 10 نقاط )**

أجب ب"**صحيح**" أو **خطأ**" مع تصحيح الخطأ

1- يعتمد قياس أداء حملات التسويق الرقمي على مؤشرات الوصول ومؤشرات التحويل و مؤشرات البقاء فقط(...................)

..................................................................................................................................

2- تلجأ المؤسسات عند إدارة حملات تسويقية عبر البريد الإلكتروني إلى أداةmailchimp لأنها هي المحتكرة لهذا النوع من الحملات(...............)

..................................................................................................................................

3- تقيس مؤشرات البقاء فقط متوسط فترة الإستخدام وكذلك عدد العملاء الدائمين(...................)

..................................................................................................................................

4- يشير التسويق بالمحتوى إلى المعلومات التي يمكن تنزيلها أو توزيعها إلكترونيًا، مثل الكتب الإلكترونية والبودكاست (المدونات الصوتية) (...................)

..................................................................................................................................

5-التسويق الرقمي يوفر إمكانيات للمؤسسة منها بناء صورة وعلامة تجارية على نطاق واسع(...................)

..................................................................................................................................

6- منصة LinkedIn احترافية ومهنية وتستخدم فقط من قبل المؤسسات الراغبة في التعريف بنفسها(...................)

..................................................................................................................................

7- أحد أدوات التسويق عبر الهواتف هو استخدام الرسائل القصيرة(...................)

..................................................................................................................................

8-تستطيع المؤسسة عند القيام بحملة تسويق عبر البريد الإلكتروني بمعرفة من لم يقم بفتح الرسالة(...................)

..................................................................................................................................

9- إذا كانت مؤشرات الوصول عالية، فهذا يعني أن حملات التسويق الرقمي تعمل بشكل جيد وأن الجمهور يستجيب بشكل إيجابي (...................)

..................................................................................................................................

10- تقوم عملية إدارة الحملات عبر مواقع التواصل الإجتماعي على عنصرين هما أدوات الهاشتاق وأدوات الإنصات للجهور(...................)

..................................................................................................................................

**الجزء الثاني: (10 نقاط)**

أوجد العبارة أو المصطلح المناسب**، استنادا لما درسته في المحاضرات**

|  |  |
| --- | --- |
| سلسلة الخطوات والمراحل التي تبدأ بوعي وبتفاعل العميل مع المحتوى الرقمي الذي تقدمه المؤسسة (منتج، نشاط تجاري) على مختلف وسائط الرقمية | ....................... |
| موقع يمكن أن ننشر فيه تقييمات حول الأنشطة التجارة أو المنتجات المستخدمة | ...................... |
| تسمح بالتواصل مع المتابعين والتفاعل معهم في كل الأوقات والأيام حتى ولم تفتح شبكة التواصل وحتى ولو لم تكن مربوطة بالأنترنت | ....................... |
| عملية تحليل البيانات الكمية والنوعية الرقمية من مصادر مثل مواقع الويب وتطبيقات الأجهزة المحمولة وقنوات التواصل الاجتماعية | ....................... |
| أداة مساعدة لتعزيز التواجد على Google تتيح وضع وتعديل المعلومات، ساعات العمل، الصور الموقع الجغرافي | ..................... |
| أحد الأدوات المهمة في التسويق عبر الهواتف الذكية، يوضع على غلاف المنتج أو غير ذلك وقادر على استيعاب آلاف البيانات | ...................... |
| مجموعة كلمات تعطيك نتائج جيدة أكثر من غيرها، نظرا لأنها أهم ما يستخدمه الجمهور المستهدف | ....................... |
| عبارة عن مجموعة صفحات ويب متصلة فيما بينها تستغله المؤسسة لخدمة مهمتها وسبب تواجدها ويجب أن يكون جذابا | ........................ |
| استخدام الوسائل الرقمية في تحقيق أنشطة التسويق | ........................ |
| مؤشرات تقيس عدد الأشخاص الذين يتفاعلون مع حملات التسويق الرقمي | ........................ |

**بالتوفيق للجميع**

**د. سعدي رندة**