

भाग ए परिचय		
कार्यक्रम: प्रमाण पत्र	वर्ष: प्रथम वर्ष	सत्र : 2021 - 22
पाठ्यक्रम क्रमांक	V1-COM-DIGT	
पाठ्यक्रम शीर्ष	डिजिटल मार्केटिंग	
पाठ्यक्रम का प्रकार	व्यवसायिक	
पूर्व आवश्यकता	सभी संकाय के विद्याथरियों के लिए उपलब्ध	
पाठ्यक्रम सीखने के परिणाम (सीएलओ)	<p>पाठ्यक्रम के सफल समापन के बाद, छात्र निम्नलिखित में सक्षम होगा:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>डिजिटल मार्केटिंग , उसका महत्व, वेब साइट का अर्थ और वेब साइट के स्तर, ब्लॉग, पोर्टल और वेबसाइट के बीच अंतर.</li> <li>पेज ऑप्टिमाइजेशन, ऑफ पेज ऑप्टिमाइजेशन पर SEO (सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन) की कार्यप्रणाली की समझ और रिपोर्ट तैयार करना</li> <li>फेसबुक, ट्विटर, लिंकडइन, टम्बलर, पिंटरेस्ट और अन्य सोशल मीडिया सेवाओं के अनुकूलन जैसे एसएमओ (सोशल मीडिया ऑप्टिमाइजेशन) के बारे में ज्ञान</li> <li>भुगतान किए गए टूल जैसे Google विज्ञापन शब्द, प्रदर्शन विज्ञापन तकनीक</li> <li>वेबसाइट ट्रैफिक, कीवर्ड विश्लेषण और ईमेल मार्केटिंग और विज्ञापन डिजाइनिंग सीखने के लिए SEO के लिए उपयोगी टूल पर व्यावहारिक अनुभव ।</li> </ul>	
अपेक्षित नौकरी की भूमिका कैरियर के अवसर	<ul style="list-style-type: none"> <li>डिजिटल मार्केटिंग मैनेजर</li> <li>खोज इंजन अनुकूलक</li> <li>सोशल मीडिया मार्केटर</li> <li>सामग्री विपणक</li> <li>एआर-वीआर के लिए सामग्री निर्माता</li> <li>आवाज सहायता के लिए एसईओ विशेषज्ञ</li> </ul>	
क्रेडिट मूल्य	4	



भाग बी पाठ्यक्रम की सामग्री

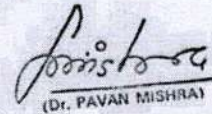
व्याख्यानों की कुल संख्या व्यावहारिक प्रति सप्ताह घंटों में: एल 1 घंटे / पी - 1 प्रायोगिक घंटा

व्याख्यान प्रैक्टिकल की कुल संख्या: एल 30 घंटे पी 30 घंटे

Module	Topics	No. of Hours
I	<p><b>डिजिटल मार्केटिंग का परिचय:</b>                      डिजिटल मार्केटिंग का अर्थ, पारंपरिक मार्केटिंग से अंतर, डिजिटल मार्केटिंग बनाम पारंपरिक मार्केटिंग पर निवेश की वापसी, ई कॉमर्स, सफल मार्केटिंग के लिए उपयोग किए जाने वाले उपकरण, डिजिटल मार्केटिंग के लिए व्यवसाय का SWOT विश्लेषण, ब्लॉग का अर्थ, वेबसाइट, पोर्टल और उनके अंतर, दृश्यता , आगंतुक जुड़ाव, रूपांतरण प्रक्रिया, अवधारण, प्रदर्शन मूल्यांकन।                      कीवर्ड: शीर्षक, मेटाटैग</p>	10
II	<p><b>खोज इंजन अनुकूलन (एसईओ):</b>                      ऑन पेज ऑप्टिमाइज़ेशन तकनीक, ऑफ पेज ऑप्टिमाइज़ेशन तकनीक, रिपोर्ट तैयार करना, खोज अभियान बनाना, प्रदर्शन अभियान बनाना।  <b>सोशल मीडिया ऑप्टिमाइज़ेशन (एसएमओ) :</b> सोशल मीडिया मार्केटिंग, एडवांस्ड फेसबुक मार्केटिंग, वर्ड प्रेस ब्लॉग क्रिएशन, ट्विटर मार्केटिंग, लिंकडइन मार्केटिंग, इंस्टाग्राम मार्केटिंग, सोशल मीडिया एनालिटिकल टूल्स का परिचय।                      कीवर्ड: गूगल, वर्ड प्रेस, एफबी, लिंकडइन, इंस्टाग्राम, एनालिटिक्स, एसएमओ, वर्बल कम्युनिकेशन, नॉन-वर्बल कम्युनिकेशन, इंटरपर्सनल और इंटरपर्सनल कम्युनिकेशन।</p>	10
III	<p><b>खोज इंजन विपणन :</b> खोज इंजन विपणन का अर्थ और उपयोग, प्रयुक्त उपकरण - प्रति क्लिक भुगतान, Google ऐडवर्ड्स, प्रदर्शन विज्ञापन तकनीक, रिपोर्ट निर्माण वेबसाइट यातायात विश्लेषण, संबद्ध विपणन और विज्ञापन डिजाइनिंग :                      Google विश्लेषिकी, ऑनलाइन प्रतिष्ठा प्रबंधन, ईमेल विपणन, संबद्ध विपणन, विज्ञापन शब्द एल्गोरिदम को समझना, विज्ञापन डिजाइनिंग।                      कीवर्ड: पीपीसी, गूगल विज्ञापन शब्द, रिपोर्ट, एसईएम, गूगल एनालिटिक्स, विज्ञापन डिजाइन, सोशल मीडिया, संबद्ध</p>	10



प्रायोगिक पाठ्यक्रम		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• डिजाइन एसईओ हमारे कॉलेज के पेज रैंक में सुधार करने के लिए।</li> <li>• Google विश्लेषिकी का उपयोग करके अपनी वेबसाइट के ट्रैफिक की निगरानी करें।</li> <li>• सर्च इंजन सबमिशन का उपयोग करने से वेबसाइटों की ऑनलाइन पहचान और दृश्यता में सुधार होता है।</li> <li>• ब्लॉग डिजाइन करना।</li> <li>• क्रॉस लिंकिंग का उपयोग।</li> <li>• वेबसाइट का ऑन/ऑफ ऑप्टिमाइजेशन।</li> <li>• वेबसाइट का बैक लिंक और आउटबाउंड लिंक डिज़ाइन करें।</li> <li>• वेब विकास, ऑडियो वीडियो उत्पादन,</li> <li>• डिजिटल सामग्री निर्माण, उत्पाद और बिक्री समीक्षा विश्लेषण</li> </ul>	30
<b>भाग स-अनुशंसित अध्ययन संसाधन</b>		
पाठ्य पुस्तकें, संदर्भ पुस्तकें, अन्य संसाधन		
<p>अनुशंसित सहायक पुस्तकें /ग्रन्थ/अन्य पाठ्य संसाधन/पाठ्य सामग्री:</p> <p>Textbooks :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ahuja Vandana (2016) Digital Marketing. Oxford University Press ISBN: 9780199455447,</li> <li>2. SainyRomi, NargundkarRajendra (2018) Digital Marketing: Cases from India, Notion Press ISBN 9781644291931, 1644291932</li> <li>3. Digital Marketing 2.0- Dr.Rushen Chahal –Himalya pub.Nagpur</li> </ol>		
<p>अनुशंसित डिजिटल प्लेटफॉर्म वेब लिंक</p> <p><a href="https://www.wordstream.com/linkbuilding#:~:text=Building%20links%20is%20one%20of,buid%20links%20to%20your%20site.">https://www.wordstream.com/linkbuilding#:~:text=Building%20links%20is%20one%20of,buid%20links%20to%20your%20site.</a></p> <p><a href="https://www.targetinternet.com/the-top-32-most-useful-digital-marketing-links/">https://www.targetinternet.com/the-top-32-most-useful-digital-marketing-links/</a></p> <p><a href="https://digitalmarketingphilippines.com/8-strategic-steps-to-natural-link-building/">https://digitalmarketingphilippines.com/8-strategic-steps-to-natural-link-building/</a> <a href="https://www.the-web-guys.com/digital-marketing/">https://www.the-web-guys.com/digital-marketing/</a></p>		
<p>अनुशंसित समकक्ष ऑनलाइन पाठ्यक्रम :-</p> <p><a href="https://onlinecourses.swayam2.ac.in">https://onlinecourses.swayam2.ac.in</a></p>		

  
(Dr. PAVAN MISHRA)

**(PROF.PAVAN MISHRA)**

**Chairman**

**Central Board of Studies(Commerce)**



<b>Part A Introduction</b>		
<b>Program: Certificate</b>	<b>Year: First Year</b>	<b>Session: 2021-2022</b>
<b>Course Code</b>	<b>V1-COM-DIGT</b>	
<b>Course Title</b>	<b>DIGITAL MARKETING</b>	
<b>Course Type</b>	<b>Vocational</b>	
<b>Pre-requisite (if any)</b>	Open for All	
<b>Course Learning outcomes (CLO)</b>	<p><b>After the successful completion of the course, the student shall be able to-:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Understand digital marketing, importance thereof, meaning of web site and levels of web site, difference between blog, portal &amp; website.</li> <li>● Understand the working of SEO (search engine optimization) on page optimization, off page optimization, and will learn to prepare reports</li> <li>● Learn about SMO (social media optimization) like Face book, twitter, LinkedIn, Tumblr, Pinterest and other social media services optimization</li> <li>● Understand paid tools like Google ad words, display advertising techniques</li> <li>● Learn and apply hands on experience on tools useful to SEO for analysis on website traffic, keyword analysis and learn email marketing and ad designing.</li> </ul>	
<b>Expected Job Role / career opportunities</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Digital Marketing Manager</li> <li>● Search Engine Optimizer</li> <li>● Social Media Marketer</li> <li>● Content Marketer</li> <li>● Content creator for AR-VR (Augmented Reality –Virtual Reality)</li> <li>● SEO Specialist for voice assistance</li> </ul>	
<b>Credit Value</b>	<b>4</b>	



Part B- Content of the Course		
Total No. of Lectures + Practical (in hours per week): L-1Hr / P-1 Lab Hr		
Total No. of Lectures/ Practical: L-30hrs/P-30hrs		
Module	Topics	No. of Hours
I	<p><b>Introduction to Digital Marketing:</b></p> <p>Meaning of Digital Marketing, Differences from Traditional Marketing, Return of Investments on Digital Marketing vs. Traditional Marketing, E Commerce, Tools used for successful marketing, SWOT Analysis of Business for Digital Marketing, Meaning of Blogs, Websites, Portal and Their Differences, Visibility, Visitor Engagement, Conversion Process, Retention, Performance Evaluation.</p> <p><i>Keywords: Titles, Meta Tags</i></p>	10
II	<p><b>Search Engine Optimization (SEO):</b></p> <p>On page Optimization Techniques, Off Page Optimization Techniques, Preparing Reports, Creating Search Campaigns, Creating Display Campaigns.</p> <p><b>Social Media Optimization (SMO):</b></p> <p>Introduction to Social Media Marketing, Advanced Facebook Marketing, Word press Blog Creation, Twitter Marketing, LinkedIn Marketing, Instagram Marketing, social media Analytical Tools.</p> <p><i>Keywords: Google, Word press, FB, LinkedIn, Instagram, Analytics, SMO, Verbal Communication, Non- Verbal Communication, Intra personal and Interpersonal communication.</i></p>	10
III	<p><b>Search Engine Marketing:</b></p> <p>Meaning and Use of Search Engine Marketing, Tools used – Pay Per Click, Google Adwords, Display Advertising Techniques, Report Generation</p> <p><b>Website Traffic Analysis, Affiliate Marketing and Ad Designing:</b></p> <p>Google Analytics, Online Reputation Management, EMail Marketing, Affiliate Marketing, Understanding Ad Words Algorithm, Advertisement Designing.</p> <p><i>Keywords: PPC, Google Ad words, Reports, SEM, Google Analytics, Ad Design, Social Media, Affiliate</i></p>	10



Practical	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Design SEO To improve page rank of our college.</li> <li>● Monitor traffic of your website using google analytics.</li> <li>● Using search engine submission improves online recognition and visibility of websites.</li> <li>● Designing a blog.</li> <li>● Use of cross linking.</li> <li>● On /Off optimization of the website.</li> <li>● Design Back link and outbound link of website.</li> <li>● Web Development, Audio Video Production,</li> <li>● Digital Content Creation, Product &amp; Sales review analysis</li> </ul>	30

### Part C-Learning Resources

#### Text Books, Reference Books, Other resources

**Suggested Readings:**

**1. Textbooks:**

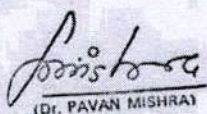
1. Ahuja Vandana Digital Marketing. Oxford University Press (2016) ISBN: 9780199455447,
2. SainyRomi, NargundkarRajendra Digital Marketing: Cases from India, Notion Press (2018) ISBN 9781644291931, 1644291932

**2. Suggestive digital platforms web links:**

<https://www.wordstream.com/linkbuilding#:~:text=Building%20links%20is%20one%20of.build%20links%20to%20your%20site.>  
<https://www.targetinternet.com/the-top-32-most-useful-digital-marketing-links/>  
<https://digitalmarketingphilippines.com/8-strategic-steps-to-natural-link-building/>  
<https://www.the-web-guys.com/digital-marketing/>

**Suggested equivalent online courses:**

<https://onlinecourses.swyam2.ac.in>



(Dr. PAVAN MISHRA)

**(PROF.PAVAN MISHRA)**  
**Chairman**  
**Central Board of Studies (Commerce)**