

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 विद्यार्थियों 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"> • डिजिटल मार्केटिंग , उसका महत्व, वेब साइट का अर्थ और वेब साइट के स्तर, ब्लॉग, पोर्टल और वेबसाइट के बीच अंतर. • पेज ऑप्टिमाइजेशन, ऑफ पेज ऑप्टिमाइजेशन पर SEO (सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन) की कार्यप्रणाली की समझ और रिपोर्ट तैयार करना • फेसबुक, ट्विटर, लिंकडइन, टम्बलर, पिंटरेस्ट और अन्य सोशल मीडिया सेवाओं के अनुकूलन जैसे एसएमओ (सोशल मीडिया ऑप्टिमाइजेशन) के बारे में ज्ञान • भुगतान किए गए टूल जैसे Google विज्ञापन शब्द, प्रदर्शन विज्ञापन तकनीक • वेबसाइट ट्रैफिक, कीवर्ड विश्लेषण और ईमेल मार्केटिंग और विज्ञापन डिज़ाइनिंग सीखने के लिए SEO के लिए उपयोगी टूल पर व्यावहारिक अनुभव । 	
अपेक्षित नौकरी की भूमिका कैरियर के अवसर	<ul style="list-style-type: none"> • डिजिटल मार्केटिंग मैनेजर • खोज इंजन अनुकूलक • सोशल मीडिया मार्केटर • सामग्री विपणक • एआर-वीआर के लिए सामग्री निर्माता • आवाज सहायता के लिए एसईओ विशेषज्ञ 	
क्रेडिट मूल्य	4	

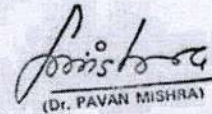
भाग बी पाठ्यक्रम की सामग्री

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>डिजिटल मार्केटिंग का परिचय: 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>खोज इंजन अनुकूलन (एसईओ): ऑन पेज ऑप्टिमाइज़ेशन तकनीक, ऑफ पेज ऑप्टिमाइज़ेशन तकनीक, रिपोर्ट तैयार करना, खोज अभियान बनाना, प्रदर्शन अभियान बनाना। सोशल मीडिया ऑप्टिमाइज़ेशन (एसएमओ) : 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, इंटर पर्सनल और इंटरपर्सनल कम्युनिकेशन।</p>	10
III	<p>खोज इंजन विपणन : 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"> • डिजाइन एसईओ हमारे कॉलेज के पेज रैंक में सुधार करने के लिए। • Google विश्लेषिकी का उपयोग करके अपनी वेबसाइट के ट्रैफिक की निगरानी करें। • सर्च इंजन सबमिशन का उपयोग करने से वेबसाइटों की ऑनलाइन पहचान और दृश्यता में सुधार होता है। • ब्लॉग डिजाइन करना। • क्रॉस लिंकिंग का उपयोग। • वेबसाइट का ऑन/ऑफ ऑप्टिमाइजेशन। • वेबसाइट का बैक लिंक और आउटबाउंड लिंक डिज़ाइन करें। • वेब विकास, ऑडियो वीडियो उत्पादन, • डिजिटल सामग्री निर्माण, उत्पाद और बिक्री समीक्षा विश्लेषण 	30
भाग स-अनुशंसित अध्ययन संसाधन		
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"> 1. Ahuja Vandana (2016) Digital Marketing. Oxford University Press ISBN: 9780199455447, 2. SainyRomi, NargundkarRajendra (2018) Digital Marketing: Cases from India, Notion Press ISBN 9781644291931, 1644291932 3. Digital Marketing 2.0- Dr.Rushen Chahal –Himalya pub.Nagpur 		
<p>अनुशंसित डिजिटल प्लेटफॉर्म वेब लिंक</p> <p>https://www.wordstream.com/linkbuilding#:~:text=Building%20links%20is%20one%20of,buid%20links%20to%20your%20site.</p> <p>https://www.targetinternet.com/the-top-32-most-useful-digital-marketing-links/</p> <p>https://digitalmarketingphilippines.com/8-strategic-steps-to-natural-link-building/ https://www.the-web-guys.com/digital-marketing/</p>		
<p>अनुशंसित समकक्ष ऑनलाइन पाठ्यक्रम :-</p> <p>https://onlinecourses.swayam2.ac.in</p>		


(Dr. PAVAN MISHRA)

(PROF.PAVAN MISHRA)

Chairman

Central Board of Studies(Commerce)

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

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>Introduction to Digital Marketing:</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>Search Engine Optimization (SEO):</p> <p>On page Optimization Techniques, Off Page Optimization Techniques, Preparing Reports, Creating Search Campaigns, Creating Display Campaigns.</p> <p>Social Media Optimization (SMO):</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>Search Engine Marketing:</p> <p>Meaning and Use of Search Engine Marketing, Tools used – Pay Per Click, Google Adwords, Display Advertising Techniques, Report Generation</p> <p>Website Traffic Analysis, Affiliate Marketing and Ad Designing:</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"> ● Design SEO To improve page rank of our college. ● Monitor traffic of your website using google analytics. ● Using search engine submission improves online recognition and visibility of websites. ● Designing a blog. ● Use of cross linking. ● On /Off optimization of the website. ● Design Back link and outbound link of website. ● Web Development, Audio Video Production, ● Digital Content Creation, Product & Sales review analysis 	30

Part C-Learning Resources

Text Books, Reference Books, Other resources

Suggested Readings:

1. Textbooks:

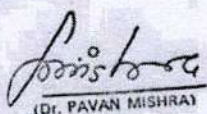
1. Ahuja Vandana Digital Marketing. Oxford University Press (2016) ISBN: 9780199455447,
2. SainyRomi, NargundkarRajendra Digital Marketing: Cases from India, Notion Press (2018) ISBN 9781644291931, 1644291932

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)