

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)	पाठ्यक्रम के सफल समापन के बाद, छात्र निम्नलिखित में सक्षम होगा: - 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 (सर्व इंजन ऑप्टिमाइजेशन) की कार्यप्रणाली की समझ और रिपोर्ट तैयार करना - फेसबुक, ट्विटर, लिंकडइन, ट्विबलर, 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 डिजाइनिंग सीखने के लिए SEO के लिए उपयोगी टूल पर व्यावहारिक अनुभव।	
अपेक्षित नौकरी की भूमिका कैरियर के अवसर	- 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	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	10
II	खोज इंजन अनुकूलन (एसईओ): ऑन पेज ऑप्टिमाइजेशन तकनीक, ऑफ पेज ऑप्टिमाइजेशन तकनीक, रिपोर्ट तैयार करना, खोज अभियान बनाना, प्रदर्शन अभियान बनाना। सोशल मीडिया ऑप्टिमाइजेशन (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।	10
III	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	10

	प्रायोगिक पाठ्यक्रम	
	• 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 डिजाइन 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		
अनुशंसित सहायक पुस्तकें /ग्रन्थ/अन्य पाठ्य संसाधन/पाठ्य सामग्री: Textbooks : 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		
अनुशंसित डिजिटल प्लेटफॉर्म वेब लिंक 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/		
अनुशंसित समकक्ष ऑनलाइन पाठ्यक्रम :- https://onlinecourses.swayam2.ac.in		

Pavan Mishra
(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)	After the successful completion of the course, the student shall be able to:- • 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	• 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	Introduction to Digital Marketing: 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. <i>Keywords: Titles, Meta Tags</i>	10
II	Search Engine Optimization (SEO): On page Optimization Techniques, Off Page Optimization Techniques, Preparing Reports, Creating Search Campaigns, Creating Display Campaigns. Social Media Optimization (SMO): Introduction to Social Media Marketing, Advanced Facebook Marketing, Word press Blog Creation, Twitter Marketing, LinkedIn Marketing, Instagram Marketing, social media Analytical Tools. <i>Keywords: Google, Word press, FB, LinkedIn, Instagram, Analytics, SMO, Verbal Communication, Non- Verbal Communication, Intra personal and Interpersonal communication.</i>	10
III	Search Engine Marketing: Meaning and Use of Search Engine Marketing, Tools used – Pay Per Click, Google Adwords, Display Advertising Techniques, Report Generation Website Traffic Analysis, Affiliate Marketing and Ad Designing: Google Analytics, Online Reputation Management, EMail Marketing, Affiliate Marketing, Understanding Ad Words Algorithm, Advertisement Designing. <i>Keywords: PPC, Google Ad words, Reports, SEM, Google Analytics, Ad Design, Social Media, Affiliate</i>	10

Practical		
	• 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.swayam2.ac.in		



(PROF.PAVAN MISHRA)

Chairman

Central Board of Studies (Commerce)