تم تحميل وعرض المادة من :



موقع واجباتي

www.wajibati.net

موقع واجباتي منصة تعليمية تساهم بنشر
حل المناهج الدراسية بشكل متميز لترتقي بمجال التعليم
على الإنترنت ويستطيع الطلاب تصفح حلول الكتب مباشرة
لجميع المراحل التعليمية المختلفة

المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم
Ministry of Education

قررت وزارة التعليم تدريس
هذا الكتاب وطبعه على نفقتها

التقنية الرقمية 2

التعليم الثانوي

نظام المسارات

السنة الثانية

طبعة 1446 - 2024

يوزع مجاناً ولا يباع

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

© وزارة التعليم، ١٤٤٤ هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر
وزارة التعليم
التقنية الرقمية – التعليم الثانوي – نظام المسارات – السنة الثانية.
/ وزارة التعليم ط١٤٤٥.. – الرياض، ١٤٤٤ هـ
٣٣٦ ص ؛ ٢١ x ٢٥.٥ سم
ردمك : ٩٧٨-٦٠٣-٥١١-٤٤٥-٥
١ ـ تقنية التعليم ٢– التعليم الإلكتروني أ.العنوان
ديوي ٣٧١,٣٣ ١٤٤٤/٩٢٣٠

رقم الإيداع : ١٤٤٤/٩٢٣٠
ردمك : ٩٧٨-٦٠٣-٥١١-٤٤٥-٥

www.moe.gov.sa

مواد إثرائية وداعمة على "منصة عين الإثرائية"

ien.edu.sa

أعزاءنا المعلمين والمعلمات، والطلاب والطالبات، وأولياء الأمور، وكل مهتم بالتربية والتعليم:
يسعدنا تواصلكم؛ لتطوير الكتاب المدرسي، ومقترحاتكم محل اهتمامنا.

fb.ien.edu.sa

أخي المعلم/أختي المعلمة، أخي المشرف التربوي/أختي المشرفة التربوية:
نقدر لك مشاركتك التي ستسهم في تطوير الكتب المدرسية الجديدة، وسيكون لها الأثر الملموس في دعم العملية التعليمية، وتجويد ما يقدم لأبنائنا وبناتنا الطلبة.

fb.ien.edu.sa/BE

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

الناشر: شركة تطوير للخدمات التعليمية
تم النشر بموجب اتفاقية خاصة بين شركة Binary Logic SA وشركة تطوير للخدمات التعليمية (عقد رقم 2021/0010) للاستخدام في المملكة العربية السعودية
حقوق النشر © Binary Logic SA 2024

جميع الحقوق محفوظة. لا يجوز نسخ أي جزء من هذا المنشور أو تخزينه في أنظمة استرجاع البيانات أو نقله بأي شكل أو بأي وسيلة إلكترونية أو ميكانيكية أو بالنسخ الضوئي أو التسجيل أو غير ذلك دون إذن كتابي من الناشرين.
يُرجى ملاحظة ما يلي: يحتوي هذا الكتاب على روابط إلى مواقع إلكترونية لا تُدار من قبل شركة Binary Logic. ورغم أنَّ شركة Binary Logic تبذل قصارى جهدها لضمان دقة هذه الروابط وحداثتها وملاءمتها، إلا أنها لا تتحمل المسؤولية عن محتوى أي مواقع إلكترونية خارجية.
إشعار بالعلامات التجارية: أسماء المنتجات أو الشركات المذكورة هنا قد تكون علامات تجارية أو علامات تجارية مُسجَّلة وتُستخدم فقط بغرض التعريف والتوضيح وليس هناك أي نية لانتهاك الحقوق. تنفي شركة Binary Logic وجود أي ارتباط أو رعاية أو تأييد من جانب مالكي العلامات التجارية المعنيين. تُعد Microsoft و Windows و Windows Live و Outlook و Access و Excel و PowerPoint و OneNote و Skype و OneDrive و Bing و Edge و Internet Explorer و Teams و Visual Studio Code و MakeCode و Office 365 علامات تجارية أو علامات تجارية مُسجَّلة لشركة Microsoft Corporation. وتُعد Google و Gmail و Chrome و Google Docs و Google Drive و Google Maps و Android و YouTube علامات تجارية أو علامات تجارية مُسجَّلة لشركة Google Inc. وتُعد Apple و iPad و iPhone و Pages و Numbers و Keynote و iCloud و Safari علامات تجارية مُسجَّلة لشركة Apple Inc. وتُعد LibreOffice علامة تجارية مُسجَّلة لشركة Document Foundation. وتُعد Facebook و Messenger و Instagram و WhatsApp علامات تجارية تمتلكها شركة Facebook والشركات التابعة لها. وتُعد Twitter علامة تجارية لشركة Twitter، Inc.
يعد اسم Scratch وشعار Scratch و Scratch Cat علامات تجارية لفريق Scratch.
تعد "Python" وشعارات Python علامات تجارية أو علامات تجارية مسجلة لشركة Python Software Foundation.
micro: bit وشعار micro: bit هما علامتان تجاريتان لمؤسسة Micro: bit التعليمية. Open Roberta هي علامة تجارية مسجلة لـ Fraunhofer IAIS. تُعد VEX و VEX Robotics علامتين تجاريتين أو علامتي خدمة لشركة Innovation First, Inc.
ولا ترعى الشركات أو المنظمات المذكورة أعلاه هذا الكتاب أو تصرح به أو تصادق عليه.
حاول الناشر جاهدا تتبع ملاك الحقوق الفكرية كافة، وإذا كان قد سقط اسم أيٌّ منهم سهوًا فسيكون من دواعي سرور الناشر اتخاذ التدابير اللازمة في أقرب فرصة.

binarylogic

كتاب المهارات الرقمية هو كتاب معد لتعليم المهارات الرقمية للصف الثاني ثانوي في العام الدراسي 1446 هـ، ويتوافق الكتاب مع المعايير والأطر الدولية والسياق المحلي، سيزود الطلبة بالمعرفة والمهارات الرقمية اللازمة في القرن الحادي والعشرين. يتضمن الكتاب أنشطة نظرية وعملية مختلفة تقدم بأساليب مبتكرة لإثراء التجربة التعليمية وموضوعات متنوعة وحديثة مثل: مهارات التواصل والعمل الجماعي، حل المشكلات واتخاذ القرار، المواطنة الرقمية والمسؤولية الشخصية والاجتماعية، أمن المعلومات، التفكير الحاسوبي، البرمجة والتحكم بالروبوتات.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446


بسم الله الرحمن الرحيم

فهرس أقسام الكتاب

القسم الأول 6

القسم الثاني 154

القسم الثاني

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

الفهرس

الوحدة الأولى:

التصميم الرسومي 158

الدرس الأول:

التصميم الرسومي 159

- التسويق 159
- الإعلان 159
- التصميم الرسومي 162
- أنواع التصميم الرسومي 162
- مبادئ التصميم الرسومي 163
- عناصر التصميم الرسومي 164
- أشكال التصميم الرسومي 165
- أدوات التصميم الرسومي 166
- الاختلاف بين الرسومات المتجهة والرسومات النقطية 168
- أهمية وجود الشعار في الإعلان 169
- لنطبق معًا 177

الدرس الثاني:

تصميم ملصق إعلاني 179

- تصميم ملصق إعلاني 180
- تصدير الملصق كصورة 193
- لنطبق معًا 194

الدرس الثالث:

الإعلانات المتحركة 196

- إنشاء الطبقات في برنامج إنكسكيب 196
- إنشاء رسم متحرك باستخدام برنامج جمب 202
- لنطبق معًا 208
- مشروع الوحدة 209
- برامج أخرى 210
- في الختام 211
- جدول المهارات 211
- المصطلحات 211

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

الوحدة الثانية:
التسويق الإلكتروني 212

الدرس الأول:
مفهوم التسويق الإلكتروني 213

- التسويق الإلكتروني 213
- طرق التسويق الإلكتروني 214
- إستراتيجيات زيادة فاعلية التسويق الإلكتروني 215
- التواجد على الشبكة العنكبوتية 216
- خطوات للتواجد الفعال على الشبكة العنكبوتية 217
- زيادة التواجد على الشبكة العنكبوتية 218
- التسويق واسع الانتشار 222
- ضوابط التسويق الإلكتروني 223
- لنطبق معًا 225

الدرس الثاني:
التسويق عبر البريد الإلكتروني 227

- التسويق عبر البريد الإلكتروني 227
- أهمية التسويق عبر البريد الإلكتروني 227
- كيفية اختيار منصة التسويق عبر البريد الإلكتروني 228
- كيفية تصميم بريد إلكتروني تسويقي 228
- إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني 229
- لنطبق معًا 241

الدرس الثالث:
حملة التسويق عبر البريد الإلكتروني 243

- إنشاء قالب بريد إلكتروني للحملة التسويقية 243
- محتوى رسالة الدعوة 246
- تنسيق القالب 252
- إرسال البريد الإلكتروني 253
- حفظ قالب البريد الإلكتروني 257
- لنطبق معًا 259
- مشروع الوحدة 261
- في الختام 262
- جدول المهارات 262
- المصطلحات 263

الوحدة الثالثة: البرمجة المتقدمة باستخدام لغة ترميز النص التشعبي 264

الدرس الأول:
التصميم المستجيب للمواقع الإلكترونية 265

- مُحدد Class 266
- الموقع الإلكتروني المستجيب 267
- مزايا الموقع الإلكتروني المستجيب 267
- التصميم المستجيب 268
- إطار العرض 268
- محاكاة الأجهزة في مايكروسوفت إيدج 270
- استعلام الوسائط 274
- تنسيق الصور 276
- تنسيق قسم القائمة 279
- لنطبق معًا 282

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

الدرس الثاني:
الموقع الإلكتروني التفاعلي **288**

- لغة جافا سكريبت 288
- المقطع البرمجي في جافا سكريبت 288
- عرض رسالة باستخدام لغة جافا سكريبت 288
- ملف جافا سكريبت الخارجي 293
- قائمة همبرغر 296
- تحسين محركات البحث 302
- لنطبق معًا 306

الدرس الثالث:
الرسائل الإخبارية الرقمية **314**

- جدول HTML 315
- إنشاء الرسائل الإخبارية الرقمية 317
- لنطبق معًا 324
- مشروع الوحدة 328
- في الختام 329
- جدول المهارات 329
- المصطلحات 329

اختبر نفسك **330**

- السؤال الأول 330
- السؤال الثاني 331
- السؤال الثالث 332
- السؤال الرابع 333
- السؤال الخامس 334
- السؤال السادس 335
- السؤال السابع 336

الوحدة الأولى:
التصميم الرسومي

ستتعلم في هذه الوحدة كيفية إنشاء حملة تسويقية ناجحة للترويج عن منتج أو خدمة معينة. وستستخدم مهاراتك في التصميم الرسومي (Graphic Design) وباستخدام برامج التصميم؛ لتصميم شعار لحملة الترويج، وملصق إعلاني وإعلان متحرك تبرز فيه أهم المعلومات للترويج لهذا المنتج أو الخدمة.



أهداف التعلم

ستتعلم في هذه الوحدة:

- مفهوم الإعلان وأهميته.
- أنواع وسائل الإعلان التجارية.
- مواصفات الإعلان الفعّال.
- مفهوم التصميم الرسومي وأنواعه.
- مبادئ التصميم الرسومي.
- أهم عناصر التصميم الرسومي.
- أهم أشكال التصميم الرسومي.
- أدوات التصميم الرسومي.
- الاختلافات بين الرسومات المتّجهة والرسومات النقطية.
- أهمية وجود الشعار في الإعلان.
- تصميم شعار باستخدام برنامج إنكسيكيب.
- تصميم ملصق إعلاني باستخدام برنامج إنكسيكيب.
- تصميم إعلان متحرك باستخدام برنامج جيمب.

الأدوات

- إنكسكيب (Inkscape)
- جمب (GIMP)
- صور مايكروسوفت (Microsoft Photos)

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

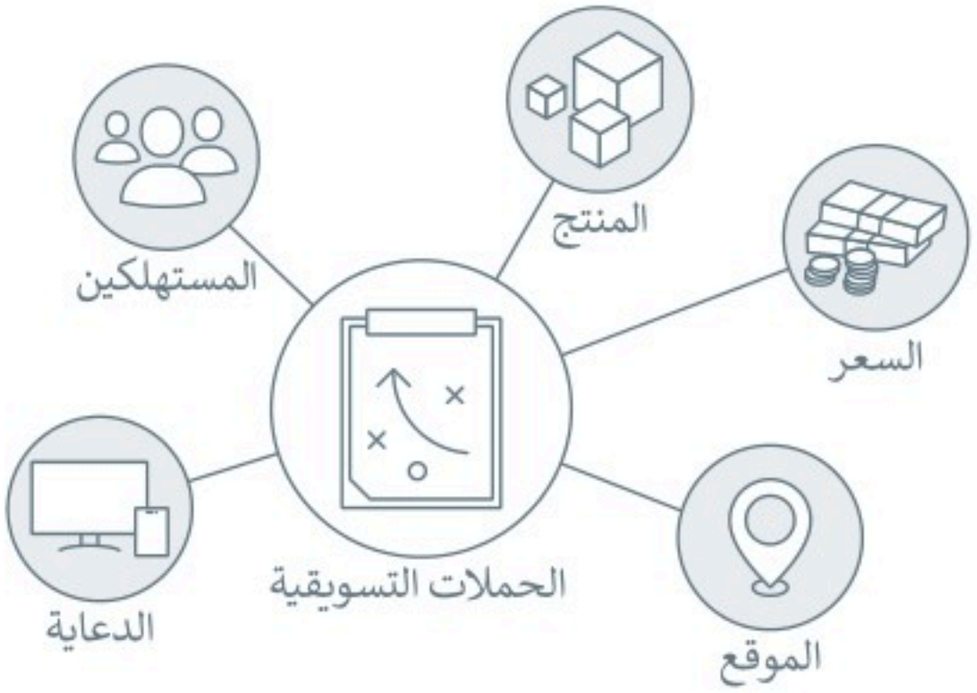
الدرس الأول:

التصميم الرسومي

يعد **التصميم الرسومي** (Graphic Design) عاملًا حيويًا في بيئة التسويق الحديثة، حيث يساعد على بناء وتطوير الشعارات والعلامات التجارية، وتصميم الوسائل الإعلانية والمواد التسويقية الفعالة مثل **المنشورات** (Brochures) و**بطاقات العمل** (Business Cards) و**المنشورات الإعلانية** (Flyers) و**اللافتات** (Banners) وغير ذلك. فالتصميم الرسومي الجيد يؤدي إلى زيادة المبيعات في الأعمال التجارية. وهذا يتطلب وجود **مصممي الرسومات** (Graphic Designers) المحترفين لإنشاء هذه المواد التسويقية. وفي هذا الدرس ستتعرف على ماهية الإعلان والتصميم الرسومي؛ كونه أحد أهم مراحل تصميم الإعلان وعامل مؤثر في نجاحه.

التسويق

التسويق هو عملية جذب العملاء المحتملين أو العملاء المهتمين بمنتج أو خدمة معينة، ويتضمن التسويق جوانب مختلفة من العمل مثل: تطوير المنتجات، والإعلان، والمبيعات، وطرق التوزيع. وهناك عناصر أساسية يجب على الشركات مراعاتها عند إنشاء الحملات التسويقية مثل: المنتج، والسعر، والموقع، والدعاية، والمستهلكين.



الإعلان

يُعدُّ الإعلان جزءًا أساسيًّا من عملية التسويق ويشغل دورًا مهمًا في الاقتصاد العالمي، وذلك لما له من تأثير كبير على العملية الاستهلاكية والإنتاجية في السوق العالمية. وهو وسيلةٌ مهمة من وسائل التواصل مع المستهلكين، ويعبر عنها بأشكال عديدة: نصية أو مسموعة أو مرئية من خلال الصور أو مقاطع الفيديو بهدف إقناع أو تشجيع المستهلكين المحتملين لشراء أو استهلاك منتج أو خدمة معينة. إن الغرض الأساسي من الإعلان هو زيادة مبيعات المنتج أو الخدمة من خلال لفت النظر إلى عناصرها الإيجابية، وفي الوقت نفسه، إحاطة الجمهور بمعلومات تتعلق بسعرها وتوافرها وأحيانًا توعية المستهلكين بمخاطر الاستخدام الخاطئ لبعض المنتجات.

الإعلان هو نوع من التواصل أحادي الاتجاه بين الشخص الذي يرسل المعلومات ويطلق عليه "المرسل"، والشخص الذي يستقبل المعلومات ويطلق عليه "المستلم" أو "المستهلك". وتتكون تلك المعلومات من عبارات عن منتجات أو خدمات أو أفكار تنفذ بطريقة واضحة وجذابة بهدف التأثير على المستهلك لشراء أو استخدام هذه المنتجات والخدمات.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

وسائل الإعلان

منذ ظهور الإعلانات بشكلها الحديث في بدايات القرن التاسع عشر، تم تطوير العديد من الطرق لعرضها وإيصالها للعملاء، وأصبح من الممكن استخدام أي وسط إعلامي من أجل الإعلان، وأصبح اختيار طريقة الإعلان يخضع للعديد من المعايير مثل الميزانية المتوفرة، وإمكانية الوصول للعملاء وتفضيلاتهم المختلفة، كما يمكن للشركات اختيار الوسائل الإعلانية المناسبة التي ستساعد في تعزيز علامتها التجارية.

وفيما يلي نوعين من أهم أنواع وسائل الإعلان التجارية:



الوسائل المطبوعة

تتضمن وسائل الإعلان المطبوعة الصحف والمجلات والمنشورات الورقية، وكذلك الكتيبات واللوحات الإعلانية واللافتات المنشورة وغيرها من المطبوعات. أصبحت الطباعة حديثًا أداة شائعة جدًا للإعلان؛ وذلك لقدرتها على الوصول لجمهورٍ محدد وبلغاتٍ متعددة. ويمكن الوصول إلى مجموعة كبيرة من جمهور متماثل بخصائصه السكانية ومنطقته الجغرافية من خلال الإعلان عبر وسائل أخرى، كالهدايا التي يطبع عليها اسم الشركة أو علامتها التجارية، أو من خلال الإعلانات في وسائل المواصلات العامة.

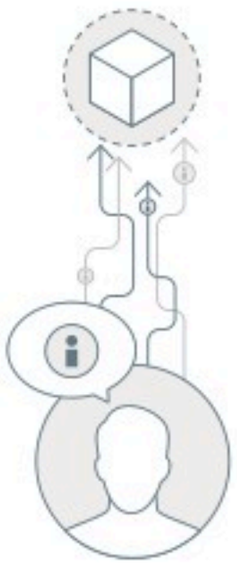


وسائل الإعلان عبر الإنترنت

أدّى النمو المطرد لشبكة الإنترنت إلى إتاحة المجال للشركات لاستخدامها للترويج عن المنتجات والخدمات من خلال استخدام الإعلانات. يُعد الإعلان عبر الإنترنت أحد أشكال نشر العروض الترويجية بغرض إيصال الرسائل التسويقية لجذب المستهلكين. فعند استخدام الأشخاص وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، يتلقّون الرسائل التسويقية من خلال نتائج محركات البحث والمساحات الإعلانية في المواقع، وكذلك من خلال رسائل البريد الإلكتروني. علاوة على ذلك، مع تزايد استخدام الأجهزة الذكية، أصبحت وسائل الإعلان عبر الإنترنت تشكل جانبًا مهمًا لكل الأعمال، وتمكّن وسائط الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والرسائل الترويجية من الوصول إلى الجمهور المستهدف من خلال الرسائل القصيرة والتطبيقات ومجموعات الدردشة على وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها.

توجد في المملكة العربية السعودية قواعد محددة لتنظيم لوحات الدعاية والإعلان. يمكنك زيارة الموقع:
https://laws.boe.gov.sa/BoeLaws/Laws/LawDetails/16c49913-599f-406b-b016-a9a700f172c9/1
للاطلاع على القواعد التي تشمل: المقصود بلوحات الدعاية والإعلان، وبيان الجهات المسؤولة عنها، وتحديد الرسوم السنوية، وبيان أحكام تأجير مواقع الإعلانات، وبيان الجهات التي يتم التأجير من قبلها، وبيان واجبات ومسؤوليات شركات الإعلانات وشروط الإعلان.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

مواصفات الإعلان الفعّال:		
1. اختيار العنوان الجيد	تُعدُّ كلمات العنوان من أهم مكونات أي إعلان، ويجب اختيار تلك الكلمات بعناية فائقة، حيث تشير دراسات التسويق بأن شخصين من كل عشرة أشخاص فقط يتابعان قراءة الإعلان بعد ملاحظة عنوانه، ولذلك فإن فشل العنوان في جذب انتباه الجمهور؛ يُفقد الإعلان قيمته. العنوان الجيد يجب أن: > يُركز على ميزات المنتج أو الخدمة. > يُركز على المسائل التي تعني الجمهور. > يثير الفضول ويدعو لاستكشاف المزيد من المعلومات بخصوص المنتج أو الخدمة.	التصميم الرسومي
2. طلب إجراء من المتلقي	إحدى الطرق الجيدة لجذب انتباه المتلقي هي أن يُطلب منه القيام بعملٍ ما، ويطلق على هذا المصطلح التسويقي تسمية اتخاذ إجراء (Call to Action)، وهي طريقة تستخدم بشكل واسع في الإعلانات والبيع، وتوجد كلمات محددة تُدمَج في سيناريوهات المبيعات أو الرسائل الإعلانية أو صفحات إلكترونية تشجع المتلقي على التجاوب مع الرسالة. على سبيل المثال، في التسويق عبر البريد الإلكتروني يكون اتخاذ الإجراء (Call to Action) بالضغط على زِر أو سطر نصي لارتباط تشعبي يوجّه المُستخدِم إلى موقع إلكتروني لعلامة تجارية.	
3. إظهار مصداقية المنتج	بغض النظر عن نوع النشاط التجاري أو المنتج أو الخدمة التي يُروَّج لها، يتعين على المُعلن دائمًا إثبات المصداقية بالاستعانة بطرفٍ ثالث. إن استخدام الاعتماد الرسمي أو التصديقات الرسمية المناسبة أو أي نوع آخر من الطرق الموثوقة، من شأنه أن يوفر مصداقية لما يُقدّم للجمهور، ويمكن أيضًا الاستعانة بتقييمات وآراء أفراد أو جمهور يبدون رضاهم عن المنتج أو الخدمة.	
4. التركيز على ما يقدمه المُنتج للمستهلِك	عندما يتعلق الأمر بشراء منتج جديد، فإن جميع المستهلكين المحتملين يركزون بوعي أو دون وعي على سؤال معين وهو: "ماذا يعني هذا الأمر بالنسبة لي؟"، أو بمعنى آخر: "كيف لهذا المنتج أو الخدمة أن تكون مفيدة في حياتي اليومية؟". إذا أجاب الإعلان عن هذا السؤال البسيط والحاسم فإنه يمكن بسهولة جذب اهتمام العميل، فالمستهلك يشتري المنافع وليس الميزات، وكما هو معلوم، لا أحد يرغب في شراء منتج عديم الفائدة بالنسبة له؛ لذلك يجب أن يركز كل إعلان على السبب الذي من أجله سيكون المنتج (أو الخدمة) مفيدًا للجمهور المستهدف.	
5. تضمين المعلومات المناسبة البيانية	عند الترويج الإعلاني لمنتج أو خدمة، من المهم تضمين معلومات عن كيفية تمكين العميل المحتمل من الوصول للمنتج وشرائه، أو تضمين طرق للاتصال بالشركة للحصول على مزيد من المعلومات. على سبيل المثال: > إذا أردت بيع منتجٍ فيجب الإشارة إلى المتجر الذي سيباع فيه. > إذا كان لديك عيادة طبية مختصة، فيجب أن تتضمن الإعلانات عنوان هذه العيادة. > إذا كنت تريد من العملاء الاتصال بك، فيجب عليك تضمين طرق الاتصال الممكنة وتنويعها. وفي جميع الحالات، يتعين تضمين الإعلان عنوان الموقع الإلكتروني أو حسابات التواصل الاجتماعي الخاصة بك في إعلاناتك، مما يتيح لعملائك التحقق من الشركة، والحصول على المزيد من التفاصيل عن خدماتها أو منتجاتها.	

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

التصميم الرسومي

التصميم الرسومي (Graphic Design) هو استخدام مجموعة عناصر كالصور والرسومات والرموز والنصوص، ودمجها لتوصيل المعلومات أو الأفكار بطريقة بصرية مؤثرة، وقد يكون التصميم رقميًا أو غير رقمي.

أنواع التصميم الرسومي

أصبح للتصميم الرسومي أوجه متعددة في الحياة اليومية، بل أصبح مفهومًا شاملًا يتكون من مجموعة مختلفة من المجالات والتخصصات، ومن أكثر أنواع التصميم الرسومي شيوعًا:

تصميم الهوية البصرية

هو نوع من التصميم الرسومي الذي يُستخدم في التسويق للعلامة التجارية وتعزيز قيمها، من خلال استخدام الصور والأشكال والألوان التي تبرز نشاط وهوية الشركة.

تصميم التسويق والإعلانات

هو نوع من التصميم يُستخدم للترويج لمنتج أو لخدمة معينة، على سبيل المثال: رسومات وسائل التواصل الاجتماعي، وإعلانات المجلات، واللوحات الإعلانية، والكُتيبات، وقوالب التسويق عبر البريد الإلكتروني وتسويق المحتوى.

تصميم المنشورات

يشير هذا المفهوم بشكل تقليدي إلى عملية التصميم من أجل الطباعة. في الوقت الحاضر ومع ظهور النشر الرقمي، أصبح مصمّمو المنشورات يعملون جنبًا إلى جنب مع المحررين والناشرين؛ لتحقيق أفضل أداء في التخطيط والطباعة وإنشاء الرسوم التوضيحية، على سبيل المثال: الكتب والصحف والنشرات الإخبارية والمجلات والكتب الرقمية.

تصميم أدوات التغليف للمنتجات

تتطلب المنتجات المُعدّة للبيع أشكالًا عديدة من التغليف والتعبئة والعناصر المرئية الأخرى، مثل الملصقات المغلفات، ويتم إنشاء هذه العناصر من خلال عمليات تصميم العبوات والمغلفات.

تصميم الحركة

هو فرع من فروع التصميم الرسومي ويتكون من رسوم تُطبّق عليها بعض تأثيرات الحركة، وتشمل هذه التصميمات ألعاب الفيديو، والرسوم المتحركة، والتطبيقات، وصور GIF، ومتطلبات المواقع الإلكترونية وغيرها.

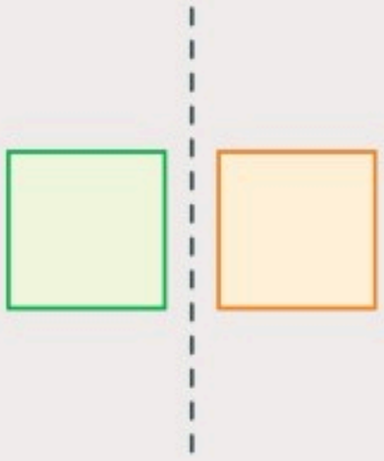
تصميم الصفحات الإلكترونية

يجمع بين مجموعة متنوعة من عناصر التصميم مثل التخطيط والصور والطباعة؛ وذلك بهدف إنشاء صفحة إلكترونية سهلة الاستخدام و ممتعة في التقديم.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

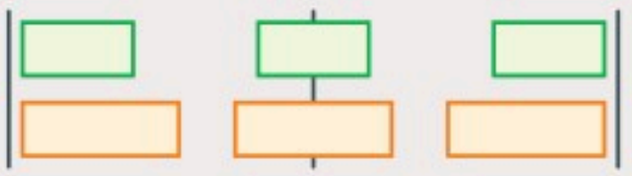
مبادئ التصميم الرسومي

تشير مبادئ التصميم الرسومي إلى كيفية قيام المصمم بالتخطيط وترتيب العناصر باستخدام أفضل الأساليب الممكنة لضمان ارتباط جميع المكونات ببعضها البعض وصولًا لهدف تحقيق غاية الإعلان، وتشمل هذه المبادئ:



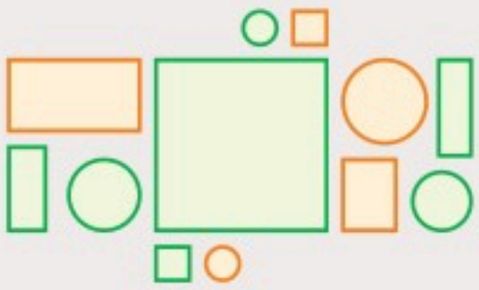
التوازن

فكرة التصميم الرسومي هي تحقيق التوازن البصري بين الأشكال والخطوط والعناصر الأخرى بطريقة تماثلية أو غير تماثلية، تبرز أهمية التوازن بأنه يوفر بنية وثباتًا للتصميم.



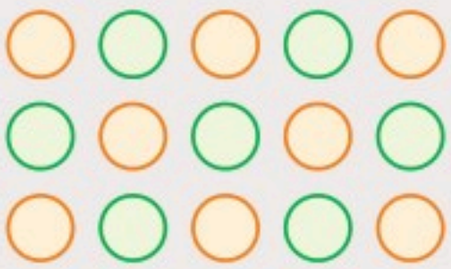
المحاذاة

يتم محاذاة جميع عناصر التصميم الرسومي إلى الأعلى أو الأسفل أو المنتصف أو الجانبين، وذلك لإنشاء اتصال مرئي بين تلك العناصر.



القرب

يُوجد القرب علاقة بصرية بين عناصر التصميم المختلفة من خلال تقليل المشتتات، وزيادة فهم المشاهد للمغزى، وتوفير نقطة محورية للمشاهدين.



التكرار

هي عملية تكرار عنصر أو عدة عناصر في التصميم، ترتبط معًا لتعطي التصميم الاتساق المطلوب.



التباين

يؤكد التباين على جوانب معينة من التصميم لإبراز الاختلافات بين عناصر التصميم.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

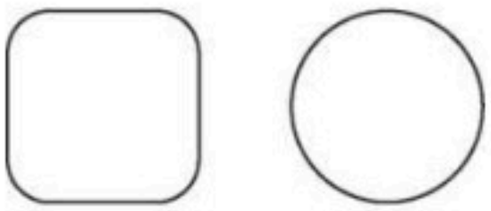
عناصر التصميم الرسومي

تُعدُّ العناصر الفنية الوحدة الأساسية لأي تصميم مرئي، وتُشكل هيكلية التصميم وكيفية نقله للرسائل البصرية، ومن أهم عناصر التصميم الرسومي:



الخط (Line)

يمكن أن يكون منحنيًا أو مستقيمًا أو سميكًا أو رقيقًا أو ثنائيًا أو ثلاثي الأبعاد.



الشكل (Shape)

هو منطقة محددة ثنائية الأبعاد يتم إنشاؤها بواسطة الخطوط، ويمكن أن يكون الشكل هندسيًا، أو مجردًا.



اللون (Color)

عنصر مهم خصوصًا في جذب الانتباه، وله ثلاث خصائص أساسية وهي: الصبغة hue (مجموعة الألوان)، والقيمة value (شدة الإضاءة)، والتشبع saturation (درجة نقاء اللون).



الطباعة (Typography)

هي فن ترتيب الخطوط المختلفة التي تُدمج بأحجام وألوان وتباعدات من شأنها التأثير بشكل كبير على الرسالة التي يريد المصمم إيصالها.



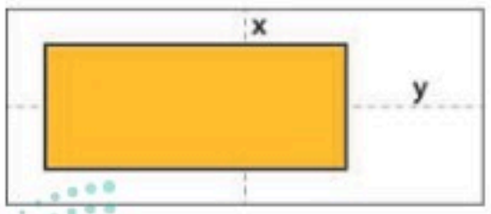
البنية (Texture)

تشير بنية التصميم إلى نوعية السطح الملموسة والتي من الممكن أن تكون خشنة، أو ناعمة، أو لامعة، أو معتدلة، أو صلبة، أو غير ذلك.



الحجم (Size)

يشير إلى حجم العناصر في التصميم، حيث أن استخدام أحجامٍ متباينة يُمكن أن يوفر عنصر الجذب البصري إلى التصميم.



الفراغ (Space)

يرمز إلى مناطق التصميم التي تُركت خالية لضمان عدم تداخل العناصر أو التشويش على رسالة المحتوى، وتتضمن المسافات والفراغات بين عناصر التصميم الأخرى، أو حولها، أو أسفلها، أو أعلى منها.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

أشكال التصميم الرسومي

في العصر الحديث تقدم التصميم الرسومي تقدمًا كبيرًا، و أصبح هناك العديد من أشكال التصميم، ومن أهمها: تصميم **تجربة المُستخدِم** (UX) وتصميم **واجهة المُستخدِم** (UI)، وهما عنصران مختلفان خاصان بتجربة المُستخدِم الفردية. إن مفهوم تصميم تجربة المُستخدِم يركز على كيفية عمل الأشياء معًا، وكيف يتفاعل الأشخاص معها، بينما تركز واجهة المُستخدِم على الشكل والتخطيط الخاص بهذه الأشياء.

تصميم تجربة المُستخدِم

يرتكز على تحسين تجربة هذا المُستخدِم، مع التركيز على هيكلية ومنطقية عناصر التصميم وتفاعل المُستخدِمين معها، وهذا يهدف إلى تحسين قابلية استخدام المنتج وإمكانية الوصول إليه بشكل فعال وتفاعلي، ما يزيد من رضا المُستخدِمين إلى أقصى حد ويضاعف فرص عودتهم مرة أخرى.

ومن الأمثلة على تجربة المستخدم: متجر إلكتروني ذو تصميم هيكلي سهل الاستخدام، بحيث يستطيع العملاء زيارته وقضاء ساعات طويلة في تصفّح محتواه، بسبب تحقيق التوازن والتسلسل البصري، كما يستطيع المستخدمون أيضًا التفاعل مع المنتجات عن طريق كتابة تعليق أو ذكر مدى جودة تلك المنتجات، حيث يمكن أن يؤدي ذلك إلى تحسين مبيعات منتجات المتجر ؛ لأن العملاء المحتملين لن تكون لديهم صورة واضحة فقط عن جميع المنتجات وإمكانية التنقل بينها بسهولة، بل يمكنهم كذلك رؤية تقييمات العملاء الآخرين.

تصميم واجهة المُستخدِم

يتعلق بالعمل مع العناصر التفاعلية الخاصة بالتصميم، وهذا يتطلب فهمًا جيدًا لاحتياجات المُستخدِمين؛ لأنه يركز على توقع ما يجب على المُستخدِمين فعله عند استخدامهم لموقع إلكتروني ، والتأكد من أن الواجهة تحتوي على العناصر التي تجعل استخدام وظائف الموقع الإلكتروني ممكنة.

تُستخدم الألوان المتجاوبة بشكل كبير في تصميم واجهة المستخدم، وتقوم المتاجر الإلكترونية باستخدامها بشكل تدريجي. فبدلًا من استخدام لون رمزي واحد في شعار العلامة التجارية، تمكّن الألوان المتجاوبة العلامات التجارية من اكتساب ألوان متعددة محددة سابقًا أو نظام ألوان ديناميكي يأخذ لون بيئتها، ويمكن للمتاجر الإلكترونية مع هذا النوع من التصميم المتجاوب أن تحافظ بسهولة على تفاعل المستخدمين أثناء تصفحهم مواقعها بحيث تبدو عملية استكشاف المتجر الإلكتروني رحلة ممتعة، بما أن كل صفحة ستحتوي على لوحة ألوان فريدة خاصة بها.

إن تصفح المتجر الإلكتروني يعني قضاء المزيد من الوقت فيه، فكلما بقي العميل في المتجر، زادت احتمالية شراء شيء يراه فيه مما يؤثر بطريقة إيجابية على نمو المبيعات.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

أدوات التصميم الرسومي

تطورت عملية التصميم على مدار العقود الماضية نظرًا لاستمرار التحول الرقمي في العالم الذي تعيش فيه، ما أدى إلى وجود عملية معقدة تشمل الدمج بين التقنيات التقليدية والرقمية، حيث يستهل المصممون عملهم في بداية عملية التصميم برسم المفاهيم ووضع النماذج الأولية باستخدام أدوات التصميم الرسومي التقليدية قبل اللجوء إلى جهاز الحاسب واستخدام برامج التصميم الاحترافية لإنهاء المهمة أو المشروع.

يُتوقع من مصممي الرسوميات أن يكونوا بارعين في التطبيقات البرمجية الخاصة بإنشاء الصور والطباعة والتخطيط. ويستخدم المصممون الرسومات النقطية والرسومات المتجهة المصممة سابقًا (القوالب) المجانية أو المدفوعة، والتي يمكن العثور عليها في المواقع المختصة بالتصاميم عبر الإنترنت.

برامج التصميم الرسومي:

أ- برامج التصميم الرسومي المدفوعة:	الوصف
أدوبي فوتوشوب (Adobe Photoshop)	برنامج يحتوي على أدوات تحرير الصور الأكثر شيوعًا في السوق والتي توفر إمكانيات ممتازة لتصميم الرسوم،ويعتمد على **الرسومات النقطية** (Raster-Based Graphics) لتحرير الصور.
أدوبي إن ديزاين (Adobe InDesign)	برنامج تستخدمه الشركات التي تركز على النشر، مع إمكانات لتصميم مجلات ومستندات مذهلة وغيرها.
كوريل درو (CorelDraw)	برنامج يحتوي على واجهة سهلة الاستخدام ذات مميزات تحرير جيدة من الناحية الاحترافية.
أدوبي إليستريتور (Adobe Illustrator)	برنامج يعدّ مثاليًا للأعمال الفنية التوضيحية وتخطيطات الصفحات والشعارات والمنشورات الدعائية وغيرها، ،ويعتمد على **الرسومات المتجهة** (Vector-Based Graphics) لتحرير الصور.
أفَنِتي ديزاينر (Affinity Designer)	تطبيق يعدّ بديلًا لبرنامج أدوبي إليستريتور، ويقدم عروضًا وإمكانيات ممتازة، كما يتميز بأنه سهل الاستخدام وأسرع من أدوبي إليستريتور.
اكسرا ديزاينر برو (Xara Designer Pro X)	برنامج يقدم ميزات وعناصر تصميمة متقدمة، كما يُستخدم على نطاق واسع في تصاميم المواقع الإلكترونية وحلول الطباعة لإنشاء الرسوم التوضيحية وتحرير الصور وتصميم الصفحات الإلكترونية.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

برامج التصميم الرسومي:

ب- برامج التصميم الرسومي المجانية:	الوصف
جينيللي (Genially)	تطبيق يحوّل أيّ محتوى إلى رسومات تبدو احترافية، كما يعدّ ملائمًا للمواقع الإلكترونية والمدونات ووسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن مشاركة ملفاته عبر جميع وسائل التواصل الاجتماعي دون استخدام مكونات إضافية.
جمب (GIMP)	برنامج مفتوح المصدر يعدّ أكثر من مجرد محرر للصور، حيث يقدم الكثير من ميزات فوتوشوب الرائعة مجانًا، كما يوفر ميزات أخرى متعددة ذات جودة عالية لإنشاء أعمال فنية من البداية.
جرافيت ديزاينر (Gravit Designer)	أداة تعتمد على لغة ترميز النص التشعبي لإنشاء رسومات متجهة عالية الجودة، كما تُعَد من أكثر الأدوات المناسبة لمحترفي الرسوميات أو المنتجات أو مصممي المواقع الإلكترونية.
فوتوسكيب (Photoscape)	تطبيق يستخدم لتصميم الرسوميات للمبتدئين والمحترفين الذين لا يرغبون في شراء اشتراكات باهظة الثمن، كما يوفر ميزات لا غنى عنها لتحرير وإدارة أرشيف الصور.
فكتور (Vectr)	أداة سهلة الاستخدام تعمل على إنشاء تصميمات وفنون متجهة، وتحرير الصور وتخصيص المشاريع للمواقع الإلكترونية والطباعة، كما توفر مكونًا إضافيًا مجانيًا **لكروم** (Chrome) لتعزيز تجربة تصميم الرسوميات الخاصة بك، بالإضافة إلى كونها سهلة الاستخدام.
إنكسكيب (Inkscape)	برنامج مفتوح المصدر يعتمد على الرسومات المتجهة، ويساعد المصممين في إنشاء تصميمات رسومية مرنة بحيث لا تفقد جودتها عند تغيير حجمها.

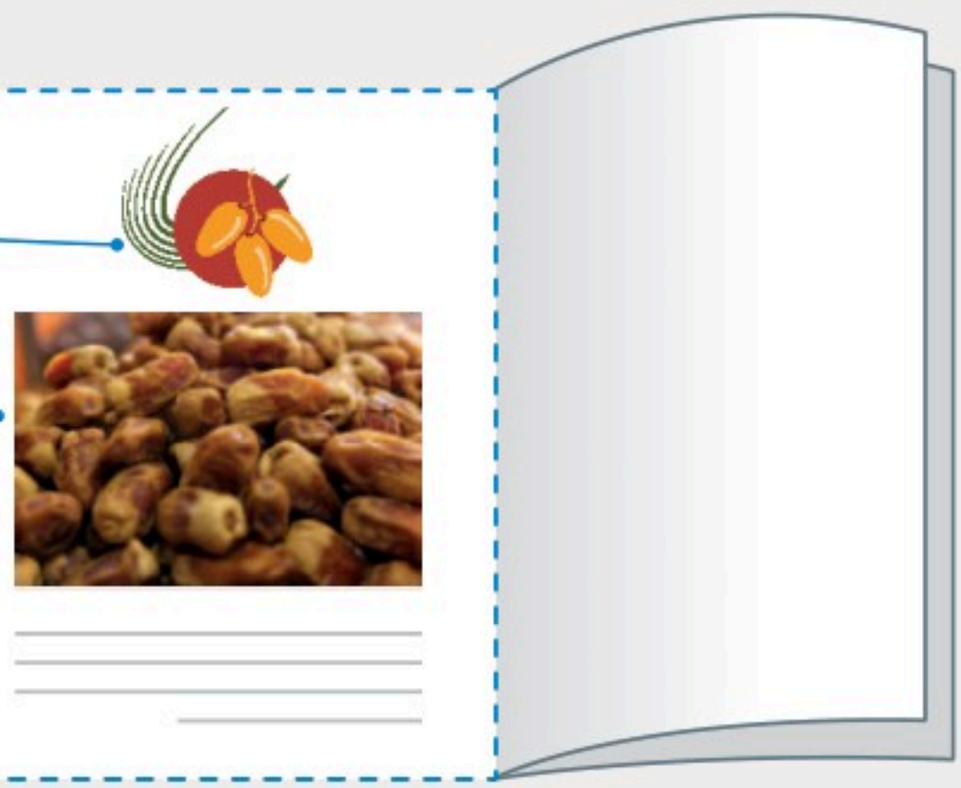
وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

الاختلاف بين الرسومات المتجهة والرسومات النقطية

الرسومات المتجهة (Vector-Based Graphics)	الرسومات النقطية (Raster-Based Graphics)
تحافظ على جودتها مع التكبير أو التصغير.	تُعدُّ أفضل طريقة لإنشاء صورة غنية ومُفصلة.
تُعدُّ أكثر مرونة ويمكن تغيير حجمها بسهولة دون فقدان جودتها.	لا يُمكن تغيير الحجم بشكل يحافظ على جودتها.
تُعبأ عادةً بلون واحد أو بتدرج لوني.	تُعدُّ أفضل من حيث إمكانية تحرير وإنشاء الصور بتأثيراتها المختلفة ومزج الألوان بسلاسة.
حجم الملفات للرسومات ذات الأبعاد الكبيرة صغير.	حجم الملفات التي تحتوي على رسومات نقطية كبير نسبيًا.
يمكن تحويلها بسهولة إلى رسومات نقطية.	وفقًا لتعقيد الصورة، فإن عملية التحويل إلى رسومات متجهة تستغرق وقتًا.
أنواع امتدادات الرسومات المتجهة الشائعة: ai، وcdr، وsvg، وeps، و pdf.	الصور النقطية هي أكثر تنسيقات الصور شيوعا، و من امتداداتها الشائعة: jpg، وgif، وpng، وtif، وbmp، وsd.

مثال عام:

يمكن تحرير الرسومات النقطية في برنامج أدوبي فوتوشوب، بينما تُحرّر الشعارات والرسوم التوضيحية أو الرسومات المتجهة في برنامج أدوبي إليستريتور.



في المرحلة النهائية، يُستخدم برنامج خاص بتصميم الصفحات مثل برنامج إن ديزاين (InDesign)، وذلك لتجميع جميع العناصر من برنامج أدوبي إليستريتور وبرامج تحرير الصور وذلك لإخراج الإعلان بصورته النهائية.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

أهمية وجود الشعار في الإعلان

الشعار (Logo) هو علامة رسومية أو رمز يُستخدم للمساعدة في التعريف والترويج لهوية الشركة وتميّزها، وقد يكون التصميم مُجردًا، أو قد يتضمن اسم الشركة أو علامتها المميزة.

إذا أردت أن تبدأ نشاطًا تجاريًا جديدًا فإن نوع الشعار الذي تختاره سيؤثّر على الإعلان عن منتجاتك، كما سيؤثّر على كيفية تلقي العملاء لعلامتك التجارية، حيث يعدّ اختيار نوع الشعار أحد الخطوات الأولى لإنشاء شعار ناجح لعملك. وهناك أربعة أنواع أساسية من تصميمات الشعارات، ويعتمد اختيار نوع الشعار المناسب لعملك على الجمهور المستهدف ونوع المنتج والمنافسة وغيرها.

أنواع الشعارات:		
الشعار النصّي (Wordmark Logo)	هو شعار يحتوي على النص فقط، فمن المعتاد استخدام اسم الشركة أو المنتج الذي تريد الإعلان عنه كنص، ويعد هذا الشعار هو الأفضل للشركات ذات الأسماء الفريدة والمثيرة للاهتمام.	العلامة التجارية
شعار الحروف (Lettermark Logo)	هو شعار يعتمد على فن صياغة الحروف، ويتشكّل من الحروف الأولى من اسم العلامة التجارية، ولذلك يعدّ مناسبًا للمؤسسات التي لديها أسماء طويلة أو أسماء صعبة النطق.	
الشعار التصويري (Image Logo)	يتكوّن الشعار التصويري من صورة متّجهة تعمل كشعار للعلامة التجارية، ويعدّ جيدًا للشركات التي تستهدف العائلات أو الأطفال، كما يعدّ لون الصورة ونمطها مهمّين للغاية لذا يجب أن يكونا ملفتَين للنظر.	
الشعار المُدمج (Combination Logo)	هو شعار يجمع بين النص والصور، ومن السهل تذكره ولكنه بشكل عام أكثر تعقيدًا ويتطلب مصمّمًا محترفًا لإنشائه، كما يعدّ مناسبًا للأعمال التجارية الجديدة.	 العلامة التجارية

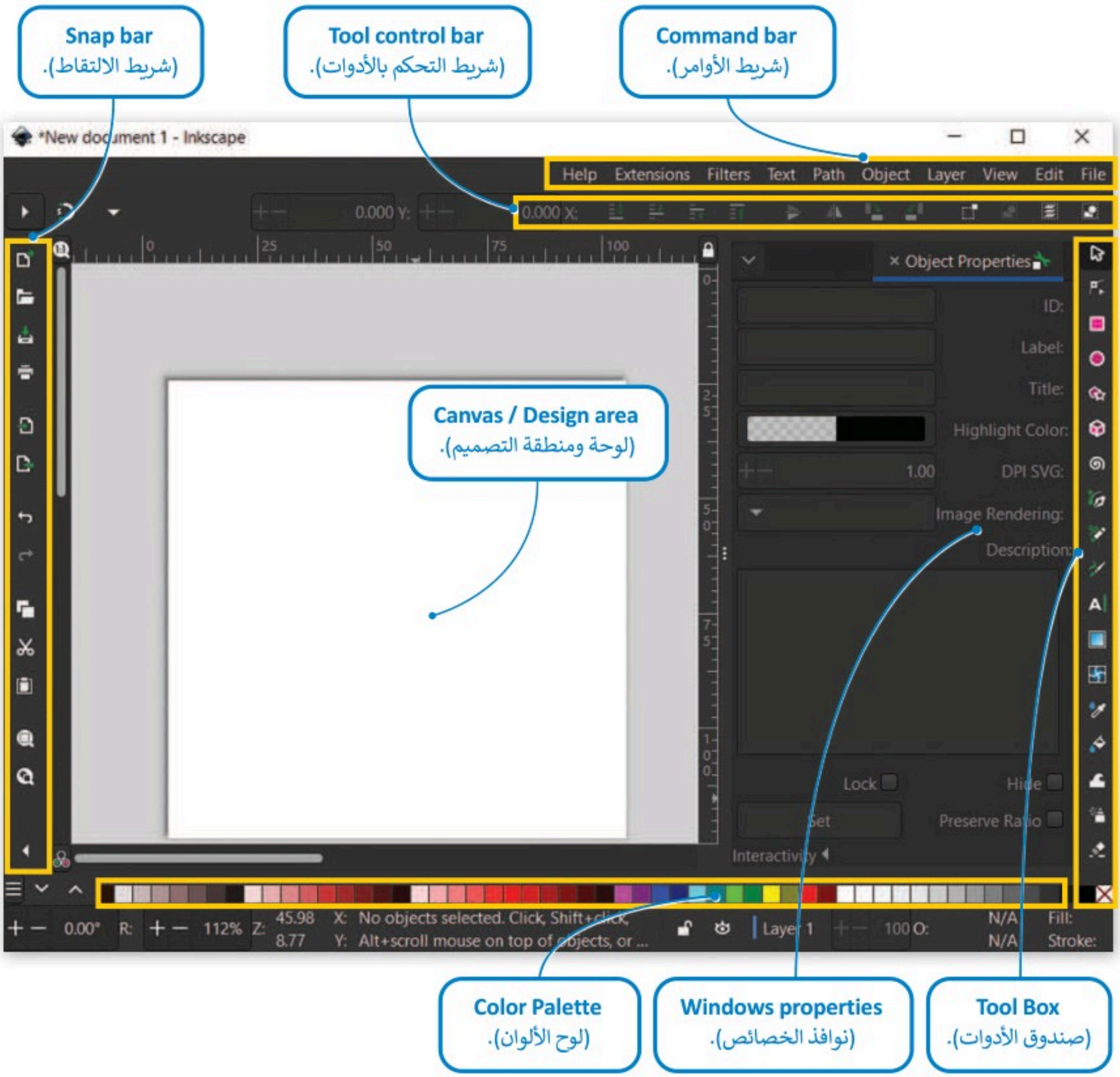
من المهم جدًا أن تستخدم الشركة أو المؤسسة أو المنظمة شعارًا تم تصميمه بشكلٍ احترافي؛ لأنه يستخدم للتعريف بهوية الشركة، حيث يلعب الشعار دورًا حاسمًا كحلقة الوصل بين الشركة وعملائها؛ فهو يدعم رمزية الشركة للمستهلك و ذلك بشكلٍ بصري.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تصميم الشعار (Logo)

تقام العديد من مهرجانات التمور بالمملكة العربية السعودية، افترض أن أحد المؤسسات التي تنظم مثل هذه المهرجانات رشّحتك كمصمم رسومات لتصميم شعار المهرجان من خلال استخدام برنامج إنكسكيب. بشكل أكثر تحديدًا، عليك إنشاء مستند جديد في البرنامج، ستدرج فيه صورة للتمور ونصًا يتكون منهما الشعار.

واجهة برنامج انكسكيب (Inkscape)



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إنشاء مستند جديد

في البداية يجب أن تنشئ مستندًا جديدًا بأبعادٍ يتم تحديدها وفقًا لحجم الشعار المطلوب وحجم الورق المخصص للطباعة.

إعداد حجم الشعار المطلوب:

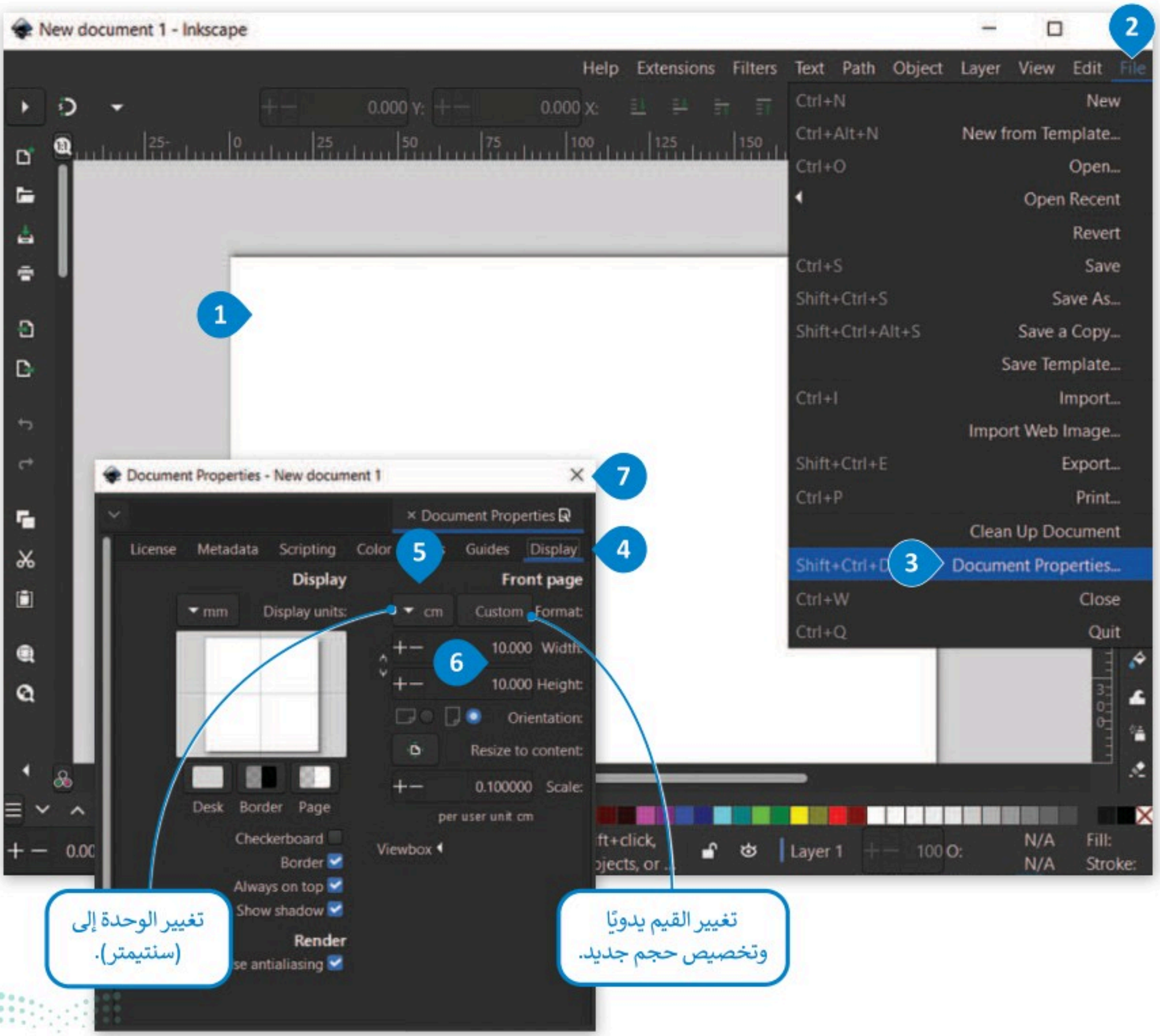
> افتح البرنامج ليظهر مستند جديد. 1

> من قائمة **File** (ملف)، 2 اختر **Document Properties** (خصائص المستند). 3

> من نافذة **Document Properties** (خصائص المستند)، ومن مجموعة **Display** (العرض)، 4 اضبط وحدة العرض لتكون **cm** (سنتيمتر). 5

> اضبط **Width** (العرض) ليكون 10 ، و **Height** (الارتفاع) ليكون 10. 6

> أغلق نافذة **Document Properties** (خصائص المستند). 7



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إدراج صورة

أضف صورةً للتمر.

لإدراج صورة:

> من قائمة **File** (ملف)، 1 اضغط على **Import** (استيراد). 2

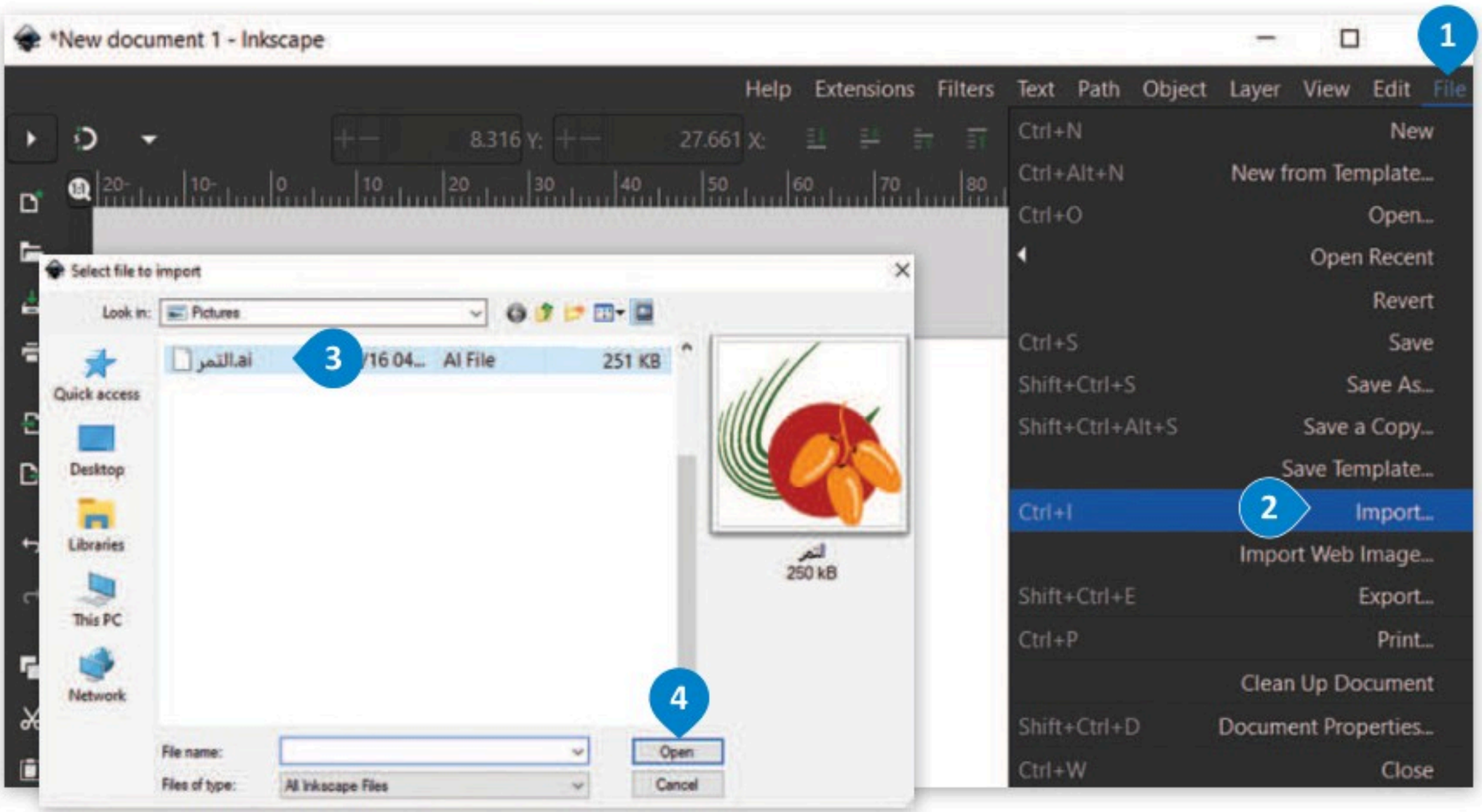
> اختر ملف الصورة المتجهة، 3 ثم اضغط على **Open** (فتح). 4

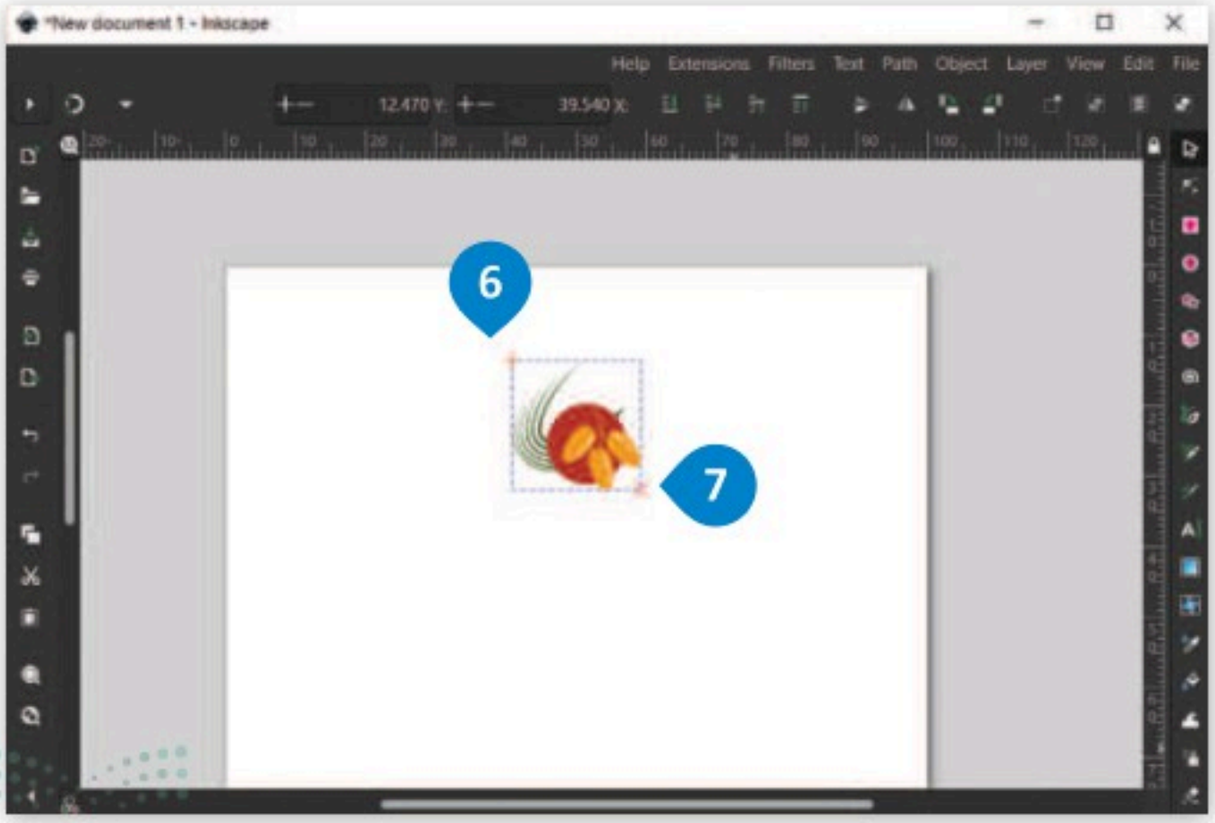
> اضغط على **OK** (موافق). 5

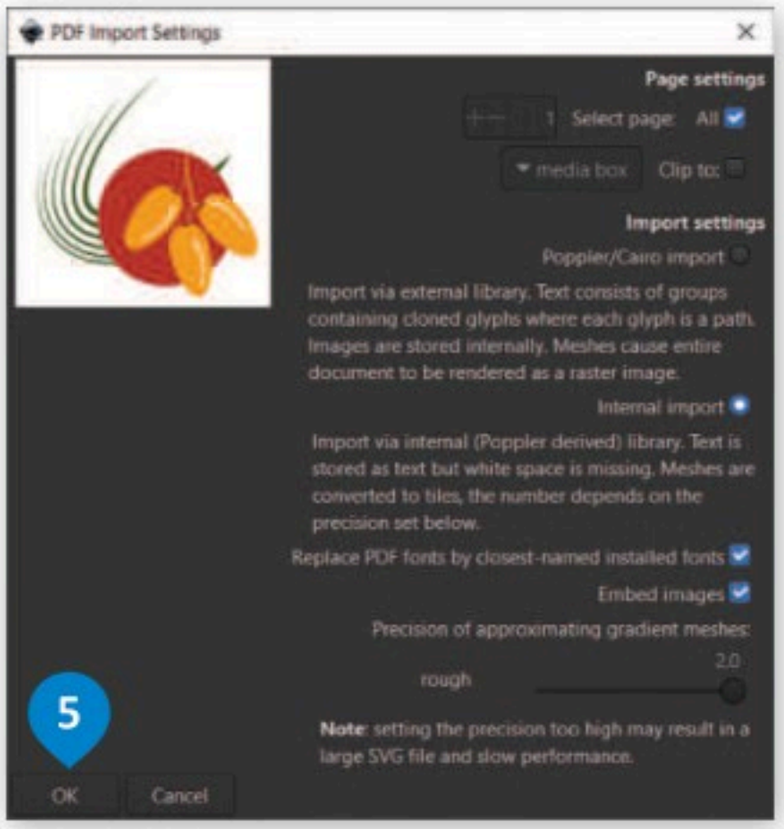
> ستظهر الصورة المحددة في لوحة الرسم. 6

> يمكنك تغيير حجم الصورة عن طريق الضغط عليها ثم تحريك حافتيها. 7

يمكن لبرنامج إنكسكيب استيراد ملفات الصور النقطية بامتدادات مثل: png. و jpeg. و tiff. وأيضًا ملفات الصور المتجهة بامتدادات مثل: ai. و svg. و eps.







وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إدراج نص

أضف "مهرجان التمور" أسفل منتصف الصورة.

لإدراج نص:

> من **Tool Box** (صندوق الأدوات)، اضغط على **Text Tool** (أداة النص). 1

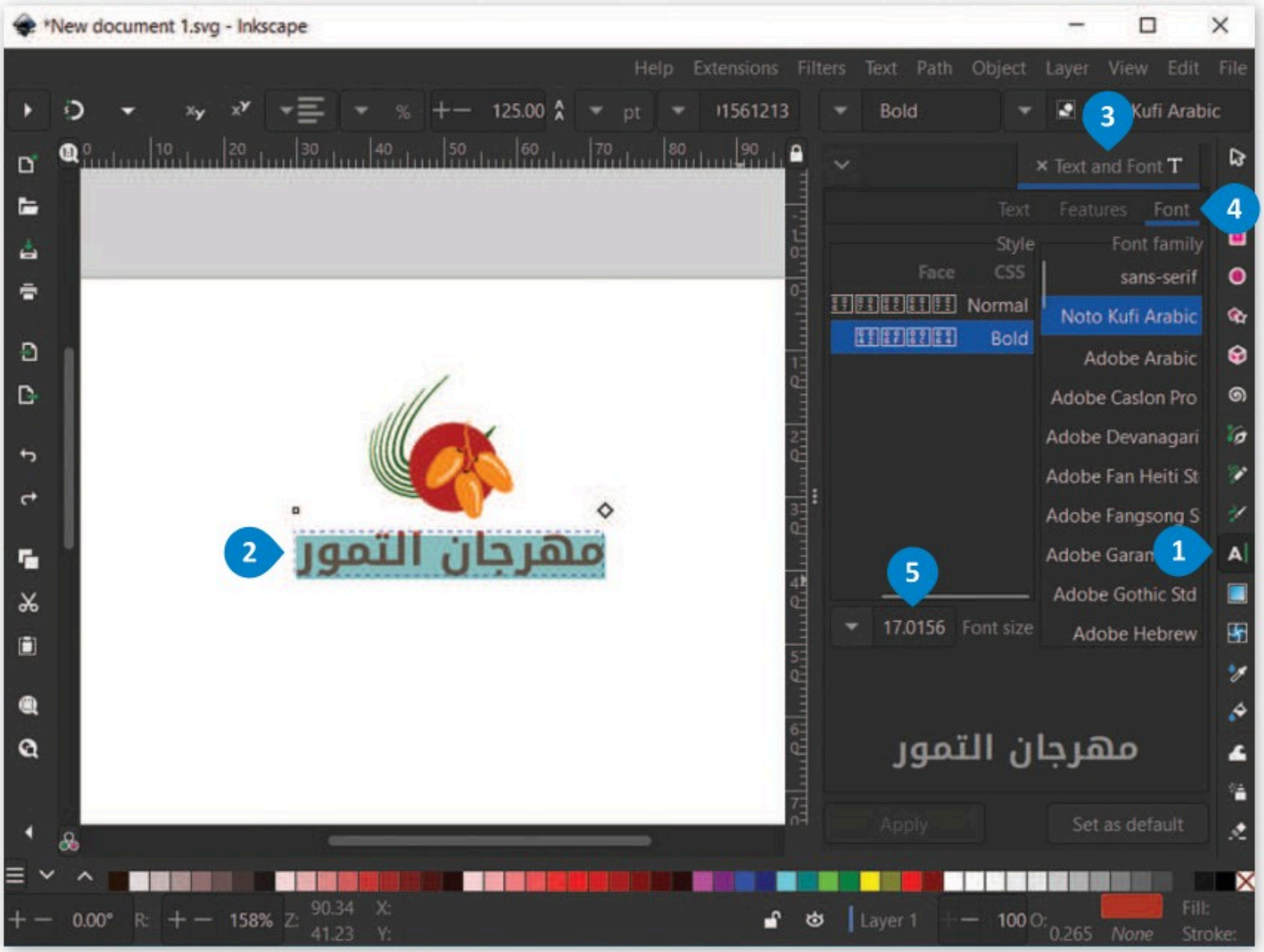
> اضغط على لوحة الرسم أسفل الصورة، ثم اكتب "مهرجان التمور". 2

> من شريط أدوات **Text and Font** (النص والخط) الذي يظهر تلقائيًا عند إدراج النص، 3 ومن علامة التبويب **Font** (الخط) اختر نوع الخط ونمطه، 4 ومن **Font size** (حجم الخط) حدد الحجم المناسب. 5

> من قائمة **Object** (العنصر)، 6 اضغط على **Fill and Stroke** (التعبئة والإطار الخارجي). 7

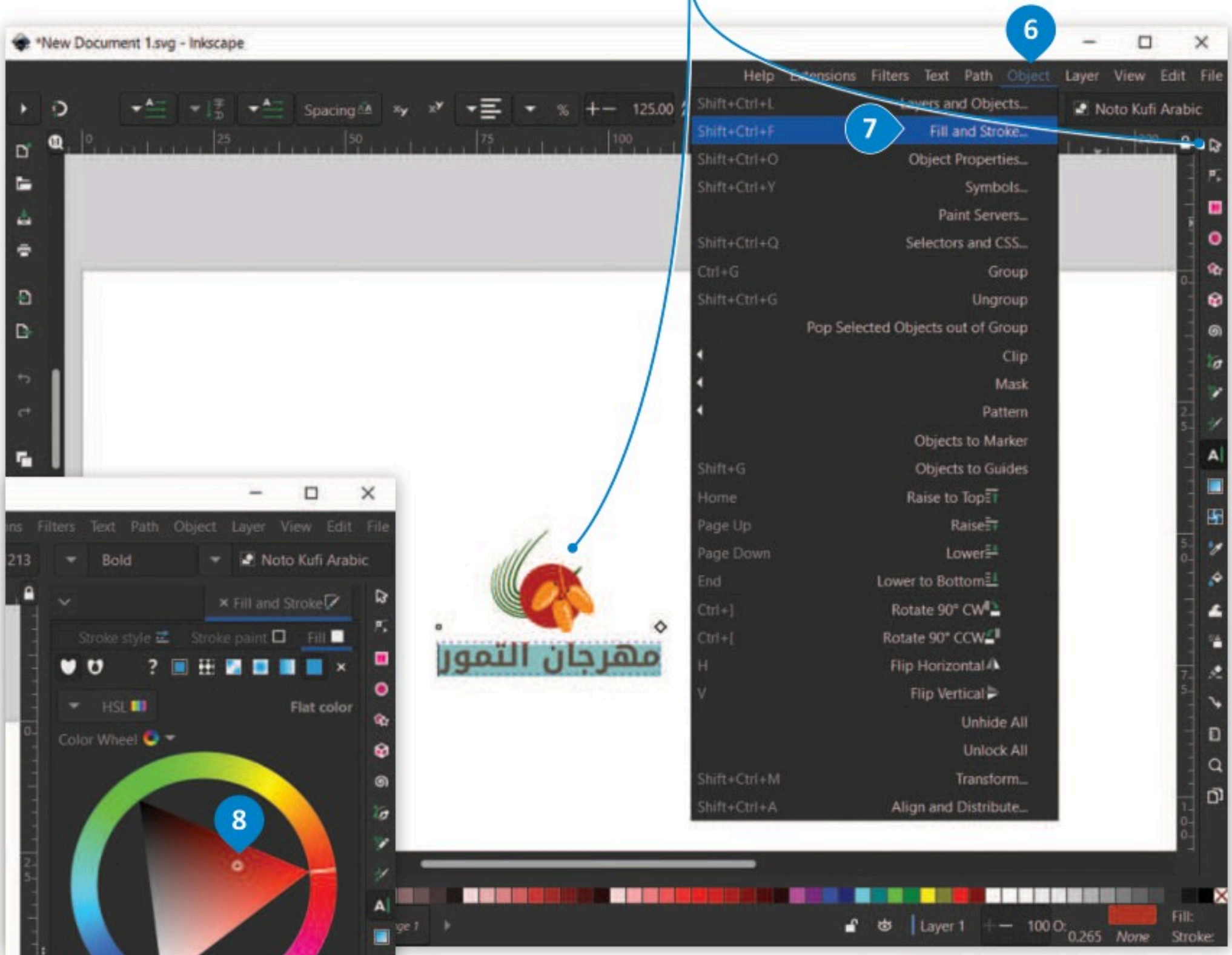
> اختر اللون الذي تريده من **Color Wheel** (عجلة الألوان). 8

> هنا يظهر الشكل النهائي للشعار. 9



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

بالضغط على **Select Tool** (أداة التحديد)
ثم الضغط على صورة الشعار، يمكنك تحريك
الشعار ووضعه في أي مكان تريده في المستند.



يجب أن تكون الشعارات من
النوع المتجه للحفاظ على
جودتها مع التكبير أو التصغير.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تصدير الشعار كصورة

يجب أن يكون الشعار شفّافًا بحيث يمكن استخدامه على أي خلفية ملونة أو داخل أي تصميم دون التأثير عليه. لهذا السبب، ستقوم بتصدير صورة الشعار بامتداد ".png".

لتصدير الشعار كصورة بامتداد ".png":

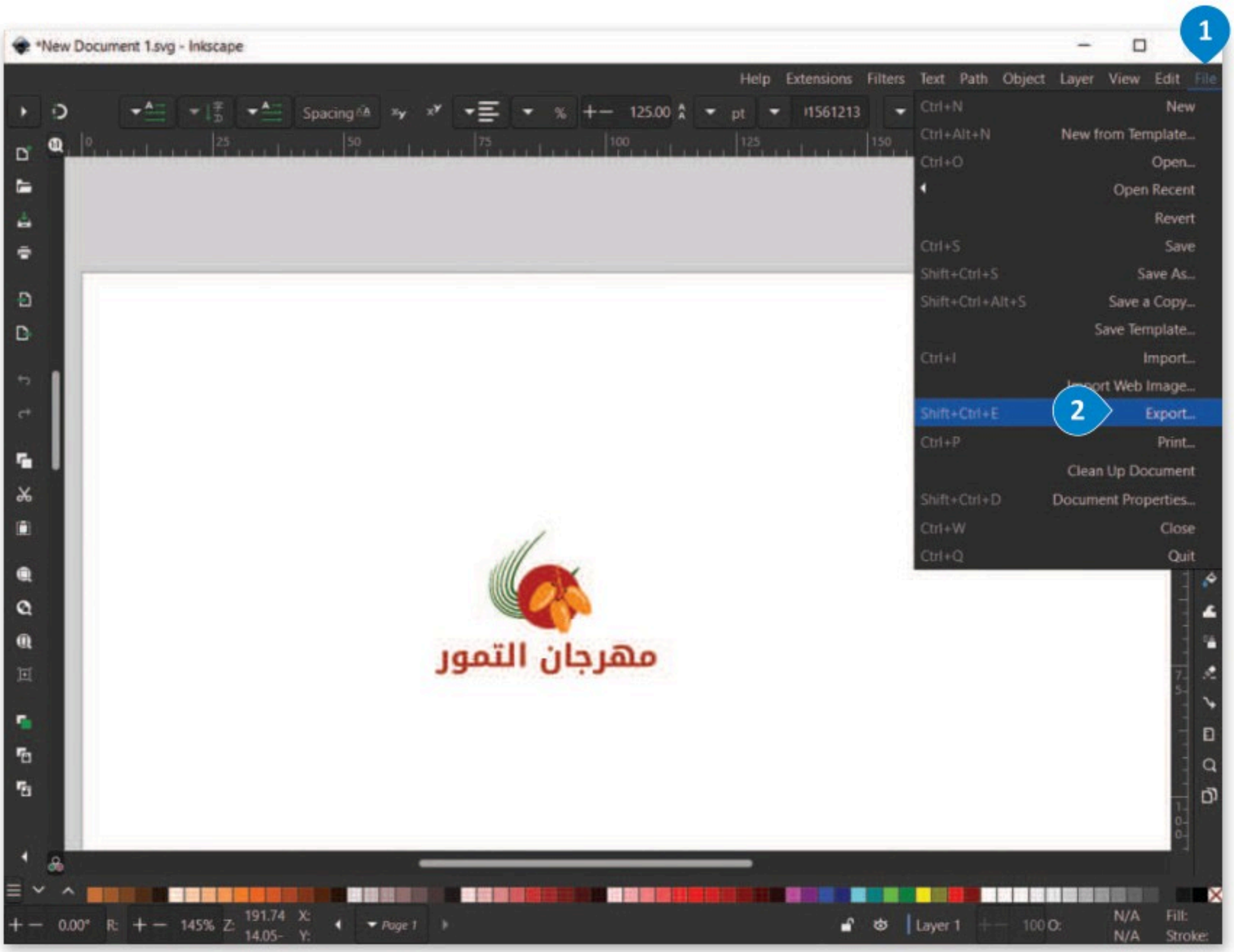
> من قائمة **File** (ملف)، 1 اختر **Export** (تصدير). 2

> من **Export options** (خيارات التصدير)، 3 اختر الامتداد ".png"، 4 ثم اسم ملف الصورة. 5

> اضغط على **Export** (تصدير). 6

> يمكنك فتح ملف صورة الشعار باستخدام برنامج **Photos** (الصور). 7

ملف PNG هو نوع من أنواع ملفات الصور الذي لا يسمح بوجود لون للخلفية، مما يعني خلفية شفافة تسمح بظهور ما وراءها.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

يمكنك تصدير الشعار بتنسيق ".svg" لتتمكن من تعديله مرة أخرى في إنكسكيب.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

لنطبق معًا

تدريب 1

اذكر أمثلة من الحياة اليومية فيما يتعلق بالوسائط المطبوعة، ووسائل الإعلام عبر الإنترنت ووسائط الهواتف الذكية.

.....

.....

.....

تدريب 2

ابحث في الإنترنت عن موقع إلكتروني كمثال لواجهة المستخدم وآخر كمثال لتجربة المستخدم.

.....

.....

تدريب 3

لقد أنشأت خلال الدرس شعارًا باستخدام برنامج إنكسكيب. ما البرامج الأخرى التي يمكنك استخدامها لإنشاء هذا الشعار؟ علّل إجابتك.

.....

.....

.....

.....

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تدريب 4

افتح برنامج إنكسكيب وفي مستند جديد، استورد الملفين " Dates_Festival.png" و"Dates.ai" ثم كبِّر كلتا الصورتين. هل تلاحظ أي اختلافات؟ علّل إجابتك.

تدريب 5

صمم شعارًا لمدرستك، وتأكد من حفظ الشعار بخلفية شفافة بحيث يمكن استخدامه مرة أخرى في أي ملصق.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

الدرس الثاني:

تصميم ملصق إعلاني

تُستخدم **الملصقات الإعلانية** (Advertising Posters) بشكل أساسي في المعارض، وتنبع أهميتها باعتبارها وسيلةٌ إعلانية تُبرز الأعمال الخاصة في المعارض و المؤتمرات، ويُعدُّ خيار استخدام الملصقات الإعلانية إضافةً جيدة يُمكن استخدامها في الإشارة إلى ما تسوّق له الشركة وذلك ضمن حملاتها الإعلانية وإستراتيجياتها التسويقية.

تُصنف الملصقات الإعلانية إلى أنواع مختلفة حسب الغرض المرجو من الإعلان، فمنها الملصقات الترويجية التي تُستخدم لتسويق منتجات أو خدمات، وهناك الملصقات الإعلانية الخاصة بالمناسبات المختلفة وما شابهها.

ستتعرف في هذا الدرس على كيفية تصميم ملصق إعلاني باستخدام مبادئ التصميم الرسومي بغرض الترويج لمهرجان التمور الذي سيقام في المملكة العربية السعودية.

امتداد ملفات برنامج إنكسكيب هو SVG – Scalable Vector Graphics (رسومات متجهة قابلة لتغيير الحجم)، ويعتبر ".svg" ملف رسومات نصي يوضح الصور مع النص والأشكال المتجهة والرسومات النقطية المضمنة.



يمكن أيضًا فتحه باستخدام متصفح المواقع الإلكترونية مثل: مايكروسوفت إيدج (Microsoft Edge).

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تصميم ملصق إعلاني

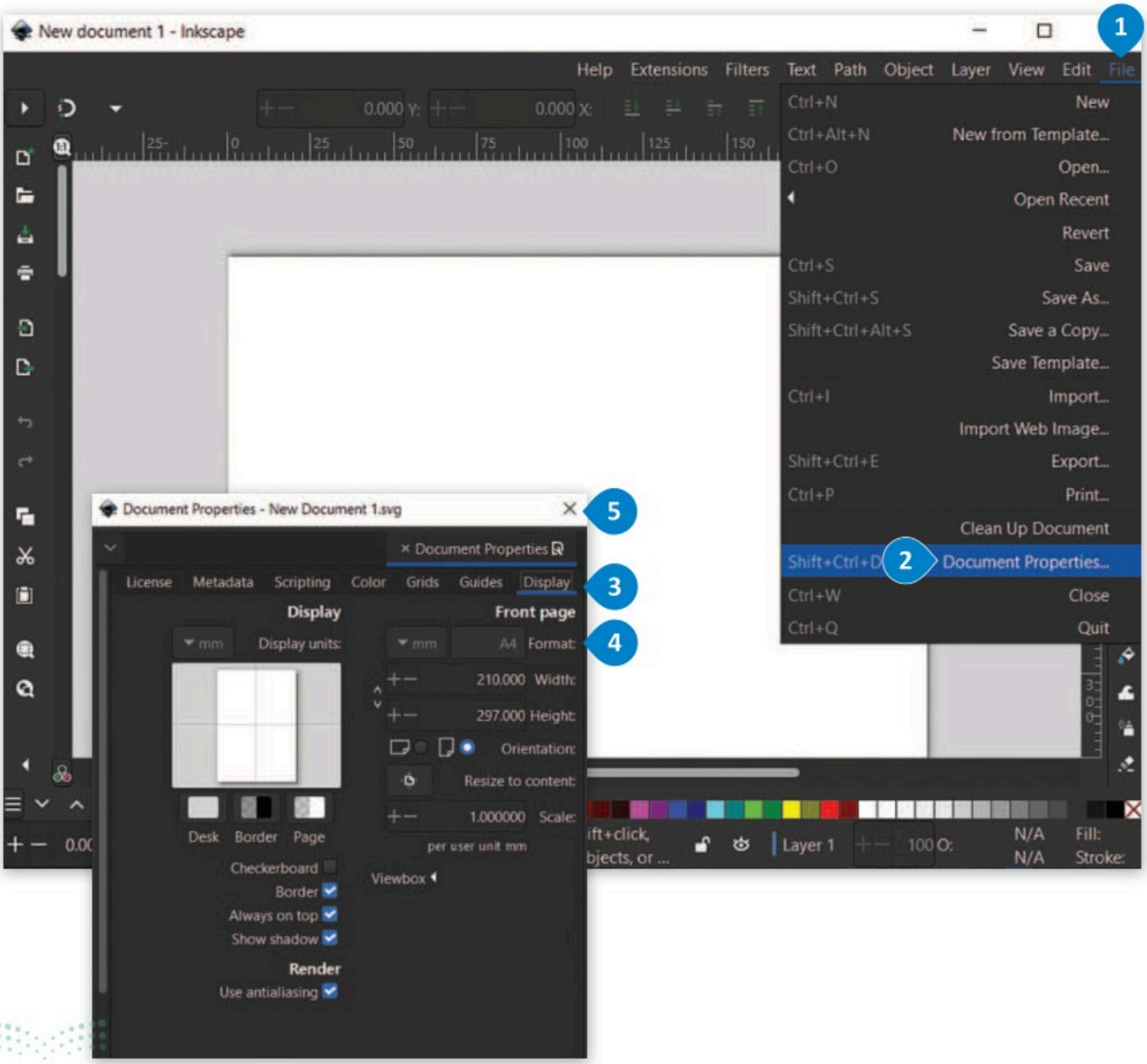
في البداية يجب أن تنشئ مستندًا جديدًا في برنامج إنكسكيب بأبعادٍ تُحدّد وفقًا لحجم الملصق المطلوب، وحجم الورق المخصص للطباعة، وستختار حجم الورقة A4.

لإعداد حجم الملصق المطلوب:

> من قائمة **File** (ملف)، 1 اختر **Document Properties** (خصائص المستند). 2

> من نافذة **Document Properties** (خصائص المستند)، ومن مجموعة **Display** (العرض)، 3 اضبط **Format** (التنسيق) ليكون **A4**. 4

> أغلق نافذة **Document Properties** (خصائص المستند). 5



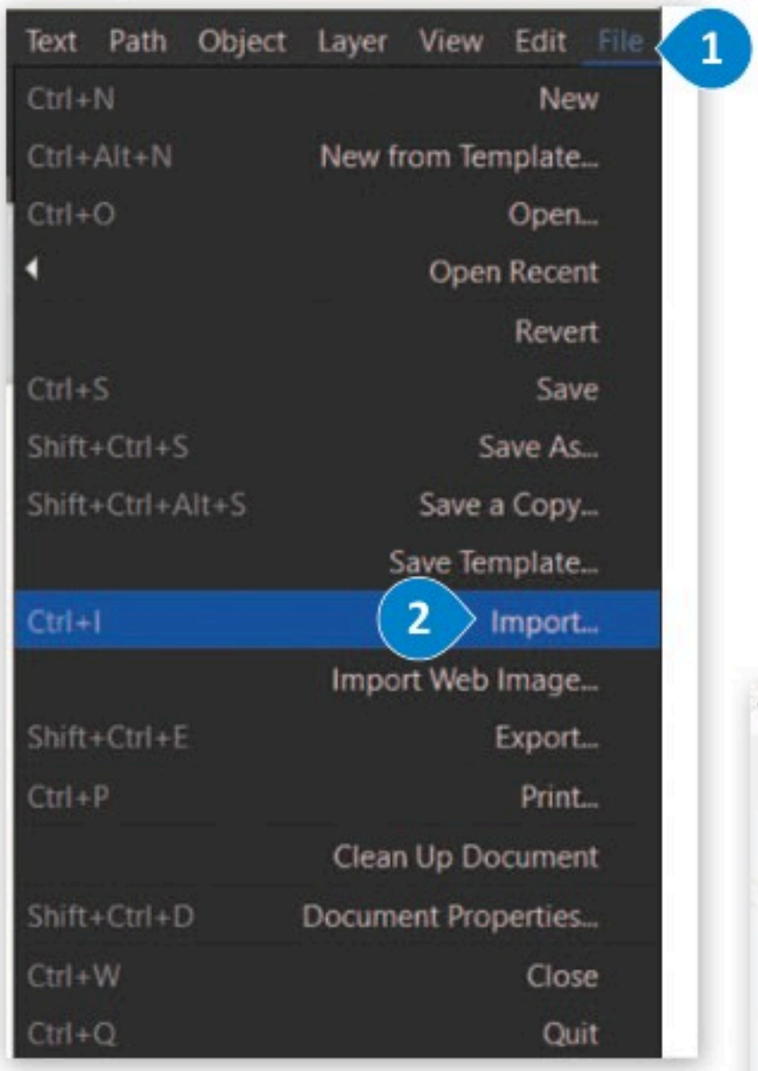
وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

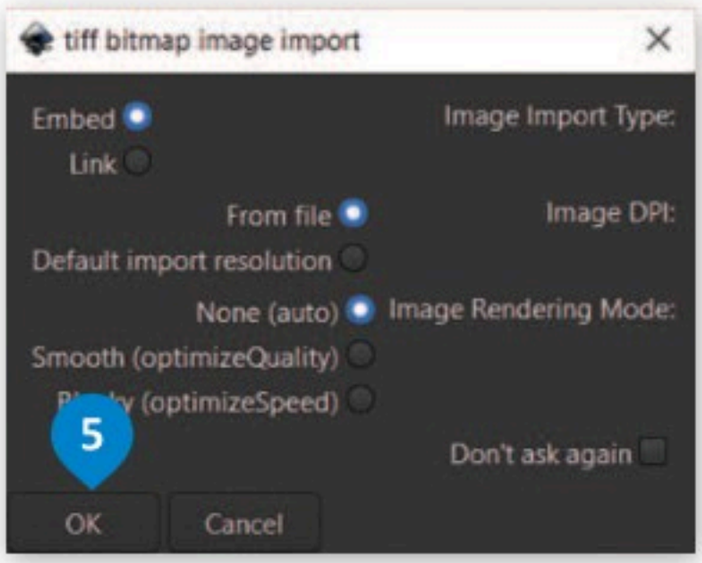
إدراج صورة

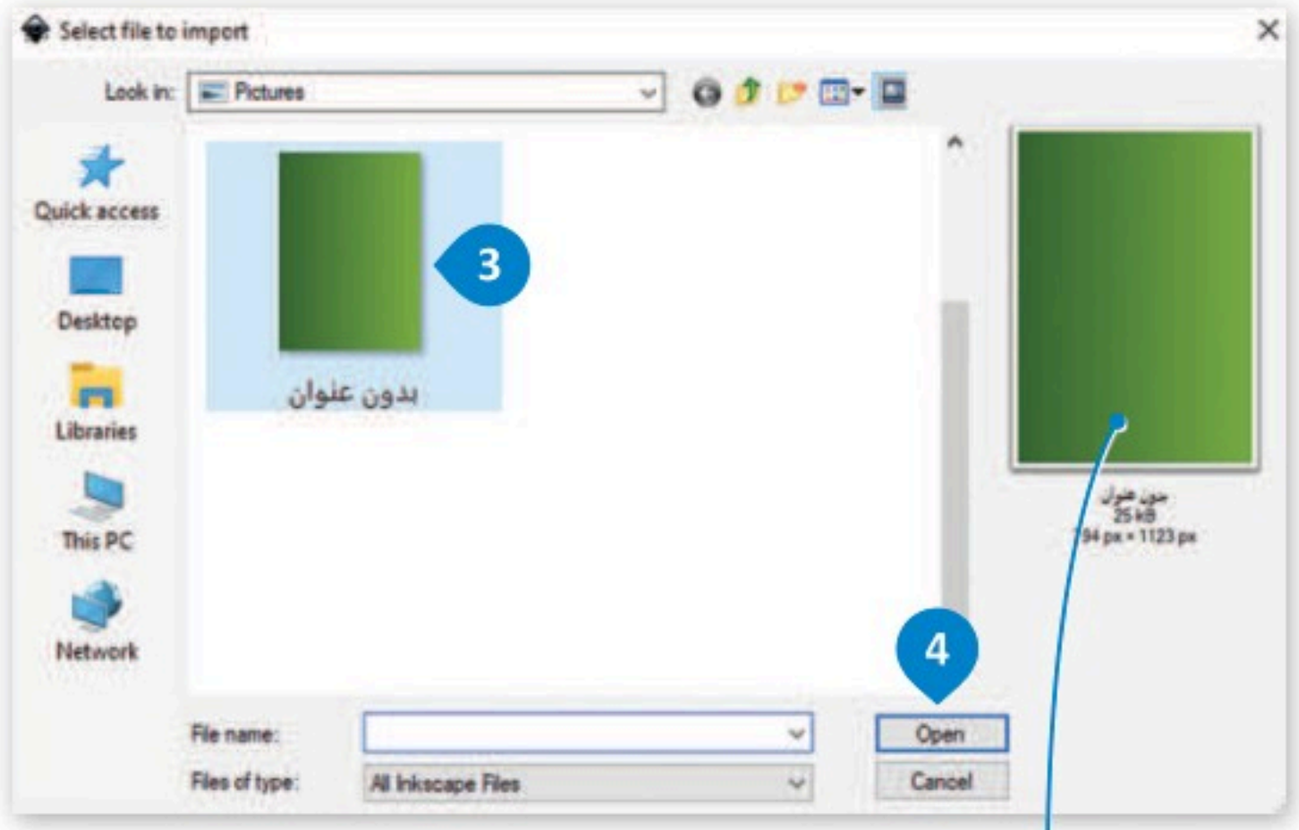
ستضيف الآن الصورة، وبالتحديد صورة الخلفية.

لإدراج صورة:

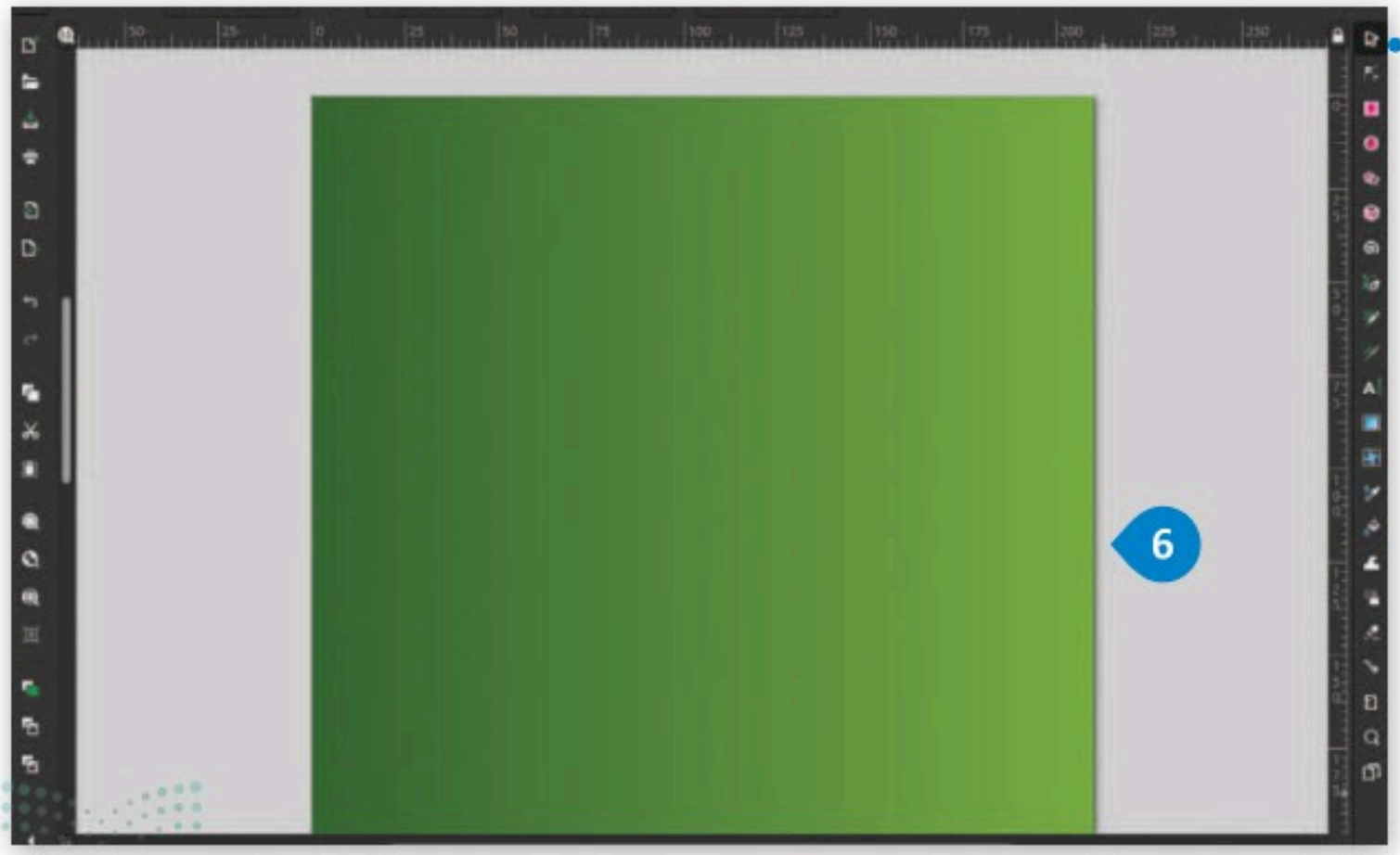
> من قائمة **File** (ملف)، 1 اضغط على **Import** (استيراد). 2
> اختر ملف الصورة، 3 ثم اضغط على **Open** (فتح). 4
> اضغط على **OK** (موافق). 5
> ستظهر الصورة المحددة في لوحة الرسم. 6







صورة الخلفية هي صورة نقطية وامتدادها **".jpeg"**.



سيتم ضبط صورة الخلفية تلقائيًا في لوحة ومنطقة التصميم، لأنها لها نفس أبعاد المستند A4، وفي حالة ظهورها في موقع غير مناسب، استخدم **Select Tool** (أداة التحديد) لنقلها.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إدراج عنصر

ستدرج الآن عنصرًا في أسفل الصفحة لتحسين مظهر الصفحة.

لإدراج عنصر:

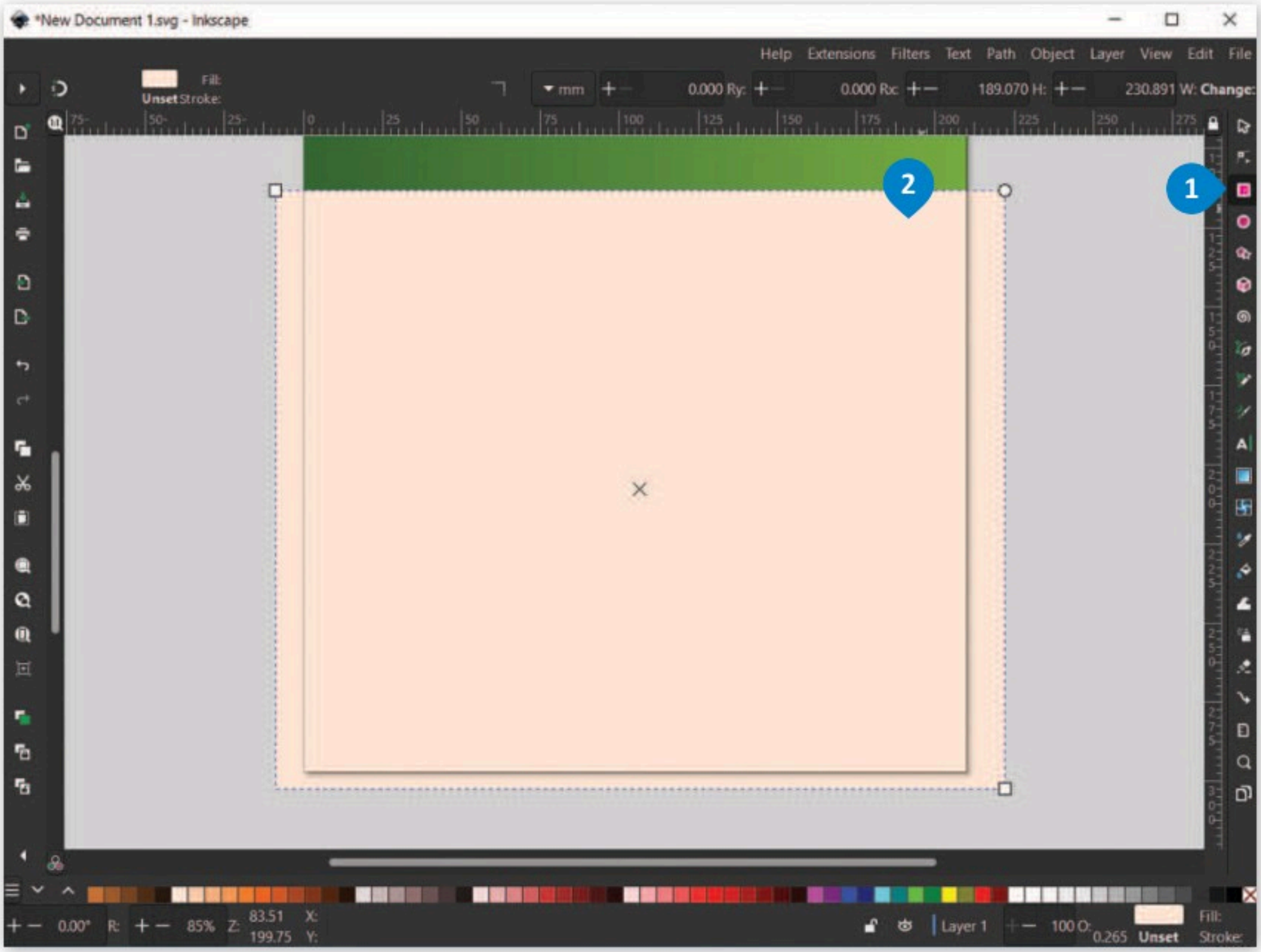
> من **Tool Box** (صندوق الأدوات)، اضغط على **Object Tool** (أداة العنصر). 1

> في الجزء السفلي من المستند، ارسم مستطيلًا يغطي أكثر من ثلثي الصفحة تقريبًا. 2

> من قائمة **Object** (العنصر)، 3 اضغط على **Fill and Stroke** (التعبئة والإطار الخارجي). 4

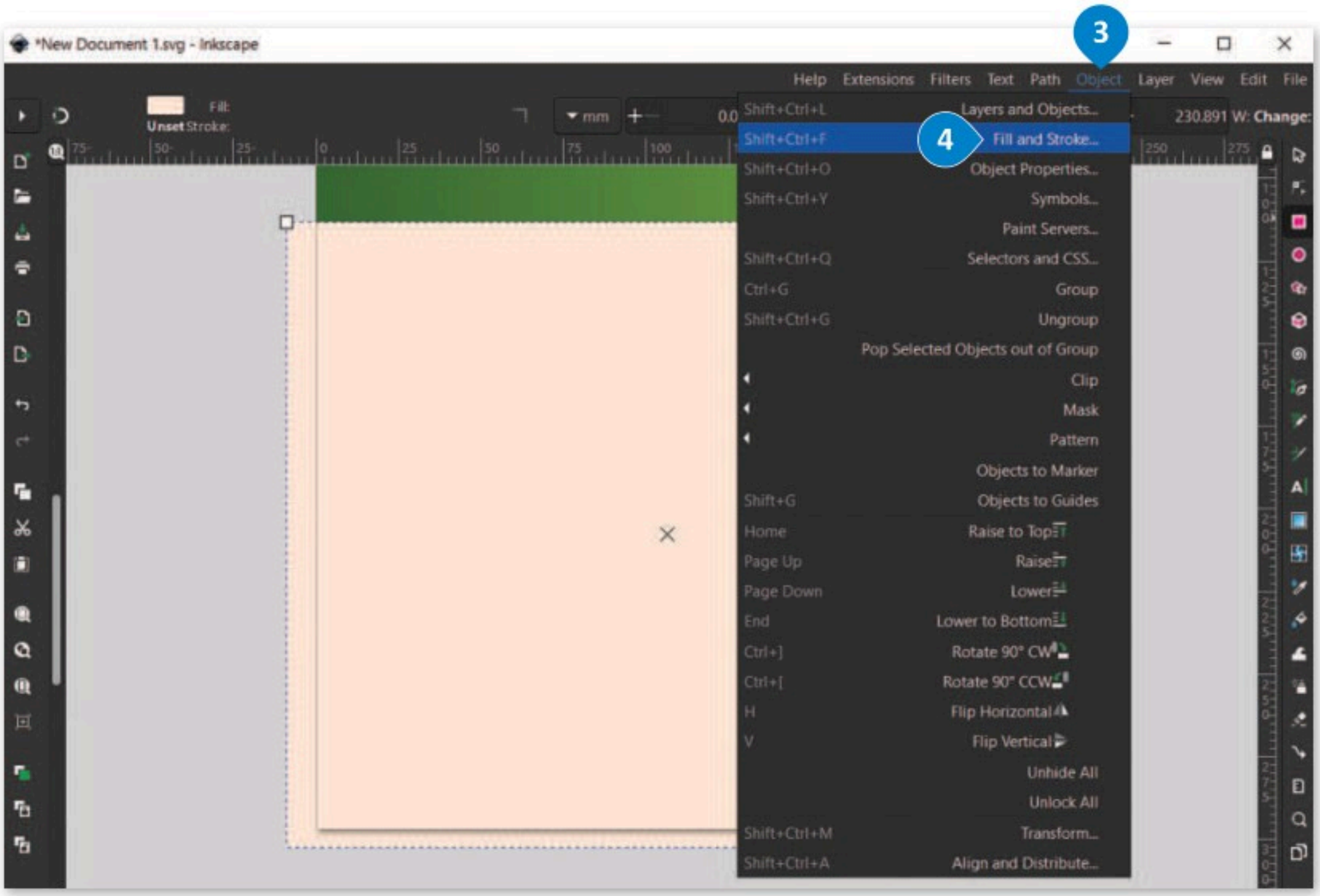
> من علامة التبويب **Fill** (تعبئة)، 5 اكتب الرقم "82" في المربع **H:**، و "39" في المربع **S:**، و "70" في المربع **L:**، و "100" في المربع **A:**. 6

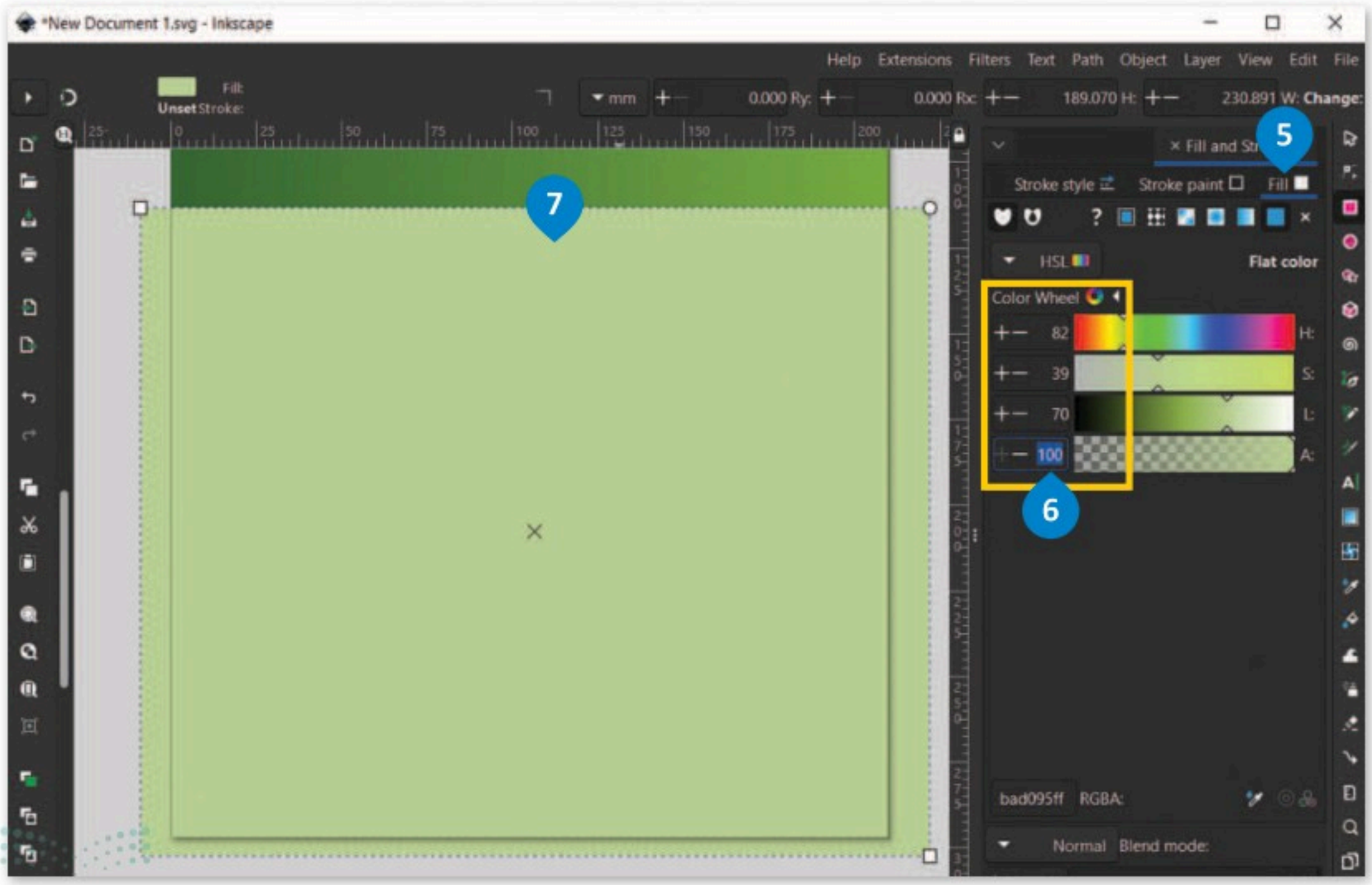
> تم تغيير اللون. 7



يرمز كود اللون HSLA إلى Hue (درجة اللون) ويرمز لها بالحرف H و Saturation (التشبع) ويرمز لها بالحرف S و Light (الإضاءة) ويرمز لها بالحرف L و Opacity (درجة عتامة اللون) ويرمز لها بالحرف A. وعند مزج الأرقام H: 82 و S: 39 و L: 70 و A: 100 تحصل على اللون الأخضر الفاتح.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تحويل العناصر إلى مسارات

لكي تتعامل بسهولة مع الأشكال والمضلّعات، يمكنك تحويلها إلى ما يُسمى بالمسارات، وهذا من شأنه وضع **العُقد** (Nodes) في كل رُكن من أركان الشكل الموجود، ليتم تحريكه وتعديله بسهولة حسب المطلوب. لجعل جانب من المستطيل أكثر مرونة، ستحوله إلى قوس.

لتحويل العنصر إلى مسار:

> استخدم **Select Tool** (أداة التحديد) لتحديد العنصر. 1

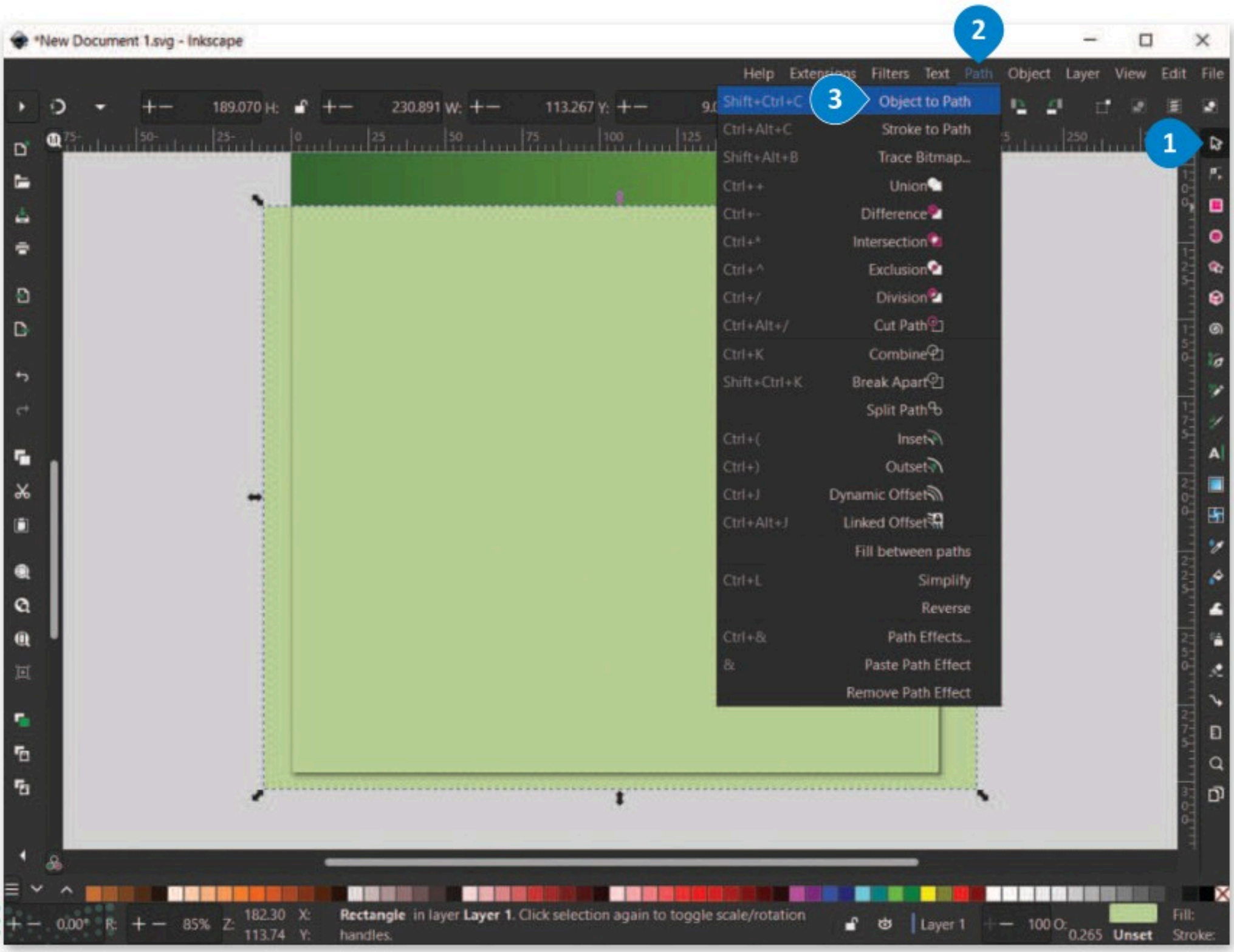
> من قائمة **Path** (مسار)، 2 اضغط على **Object to Path** (العنصر إلى مسار) لتحويل الشكل. 3

> ستظهر نقاط طرفية خاصة في زوايا العنصر الموجود. 4

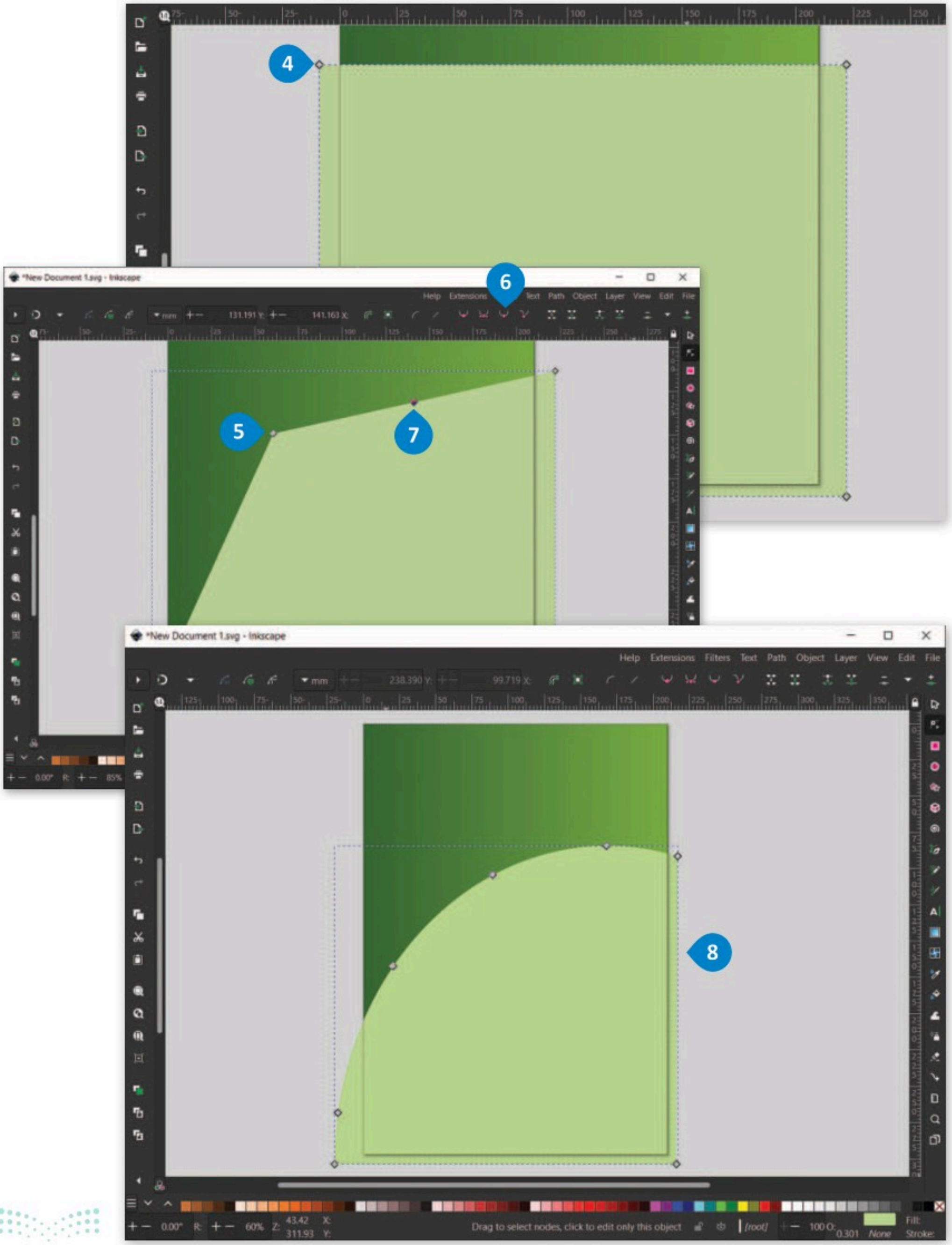
> اضغط على العُقدة لتغيير موقع العقدة وتغيير شكل العنصر، 5 ثم اضغط على أيقونة **Make selected nodes smooth** (جعل العُقد المحددة مرنة) لجعلها أكثر مرونة. 6

> اضغط ضغطة مزدوجة لإدراج عُقد جديدة لمزيد من التحكم في شكل العنصر. 7

> بعد إدراج ونقل جميع العُقد المناسبة لإنشاء الشكل المستدير، سيظهر العنصر بهذا الشكل. 8



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

منحنيات بيزير (Bezier Curves)

ستضيف الآن صورة التمور ثم تنشئ خطوطًا منحنية بلون أبيض حولها، وسيتم ذلك من خلال استخدام أداة منحنيات **بيزير**(Bezier).

لإنشاء منحنيات بيزير:

> استورد صورة التمور. 1

> من **Tool Box** (صندوق الأدوات)، اختر أداة **Bezier curves** (منحنيات بيزير). 2

> اضغط على نقطة بداية الخط، 3 ثم اضغط ضغطة مزدوجة على نقطة نهاية الخط. 4

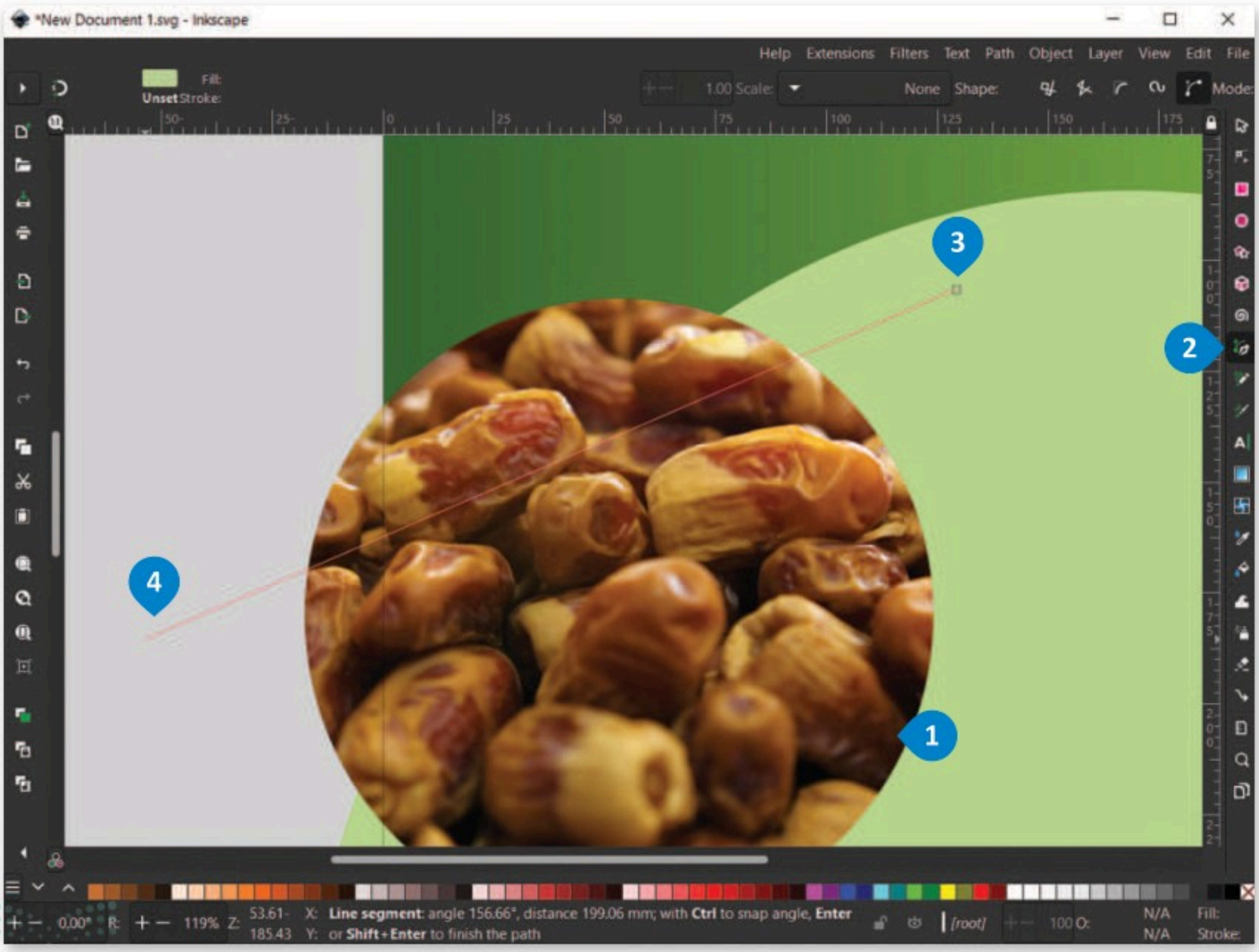
> اضغط ضغطة مزدوجة على أي نقطة على الخط لإنشاء عقدة ثم حرّكها إلى الجهة المرغوبة. 5

> من **Tool Controls Bar** (شريط أدوات التحكم)، اضغط على **Show Bezier handles** (إظهار مقابض بيزير). 6

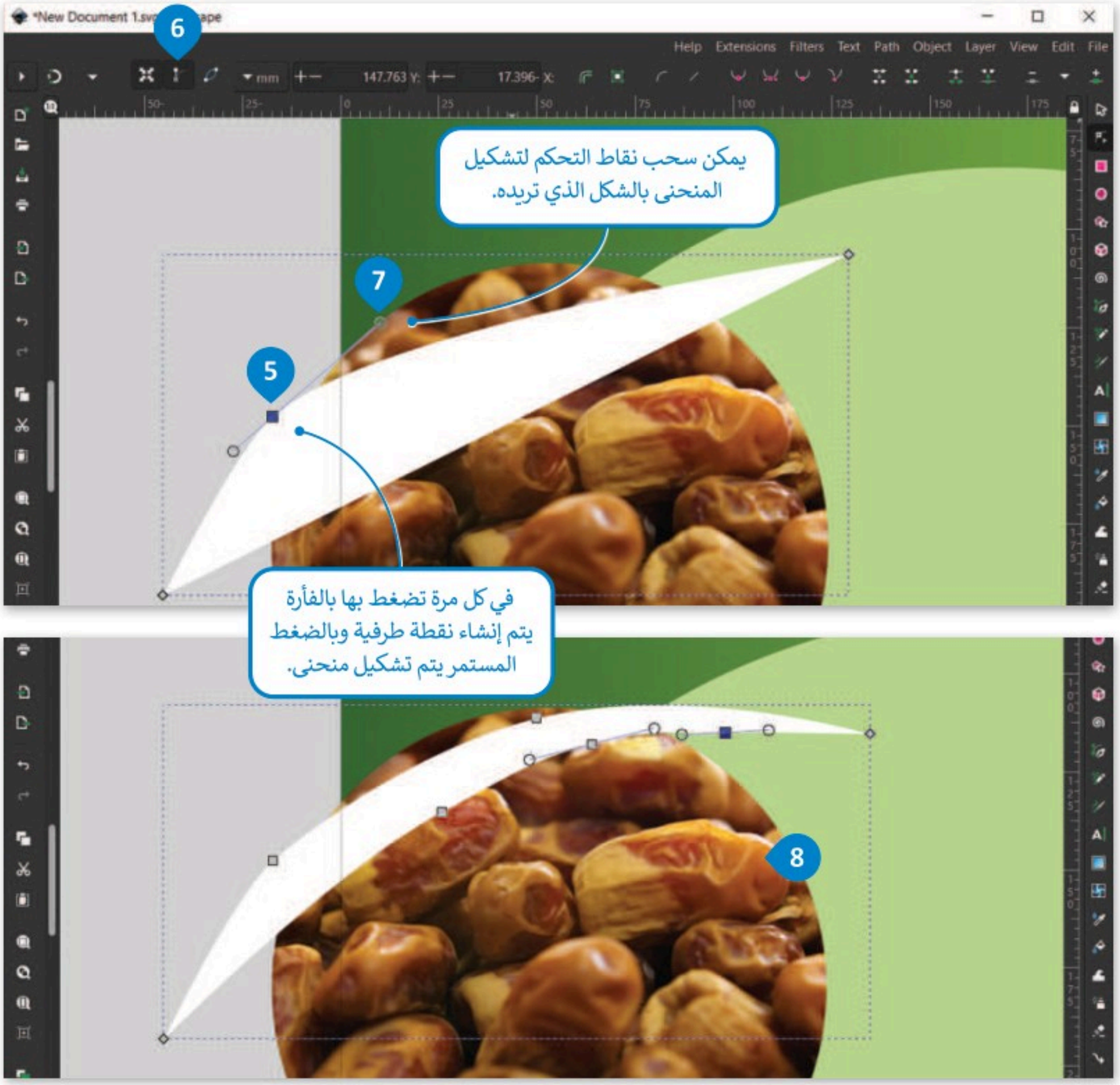
> حرّك المقابض بالفأرة لجعل المنحنى أكثر سلاسة. 7

> أضِف المزيد من العقد لجعل المنحنى أكثر انسيابية. 8

> في النهاية سيظهر المنحنى بهذا الشكل. 9



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





غالبًا ما توصف المسارات (Paths) على أنها سلسلة من منحنيات بيزير يتم تحديدها بأربع نقاط، اثنتان منها هي النقاط الطرفية (نقاط النهاية) والنقطتان الأخريان هما (نقاط التحكم). ويمكن دمج منحنيين معًا ليشكلا مسارًا أكثر تعقيدًا، ويجب ملاحظة أن الجزء ما بين النقطتين الطرفيتين قد يكون منحنىً أو خطًا مستقيمًا، ولكن يجب الانتباه أنه لا توجد نقاط تحكم للقطع المستقيمة.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

نسخ ولصق العنصر

لتكرار الخطوط المنحنية، انسخ وألصق الخط المنحني عدة مرات.

لنسخ ولصق العنصر:

> حدد منحنى البيزير الأبيض الذي أنشأته، 1 ثم اضغط بزر الفأرة الأيمن واختر **Copy** (نسخ). 2

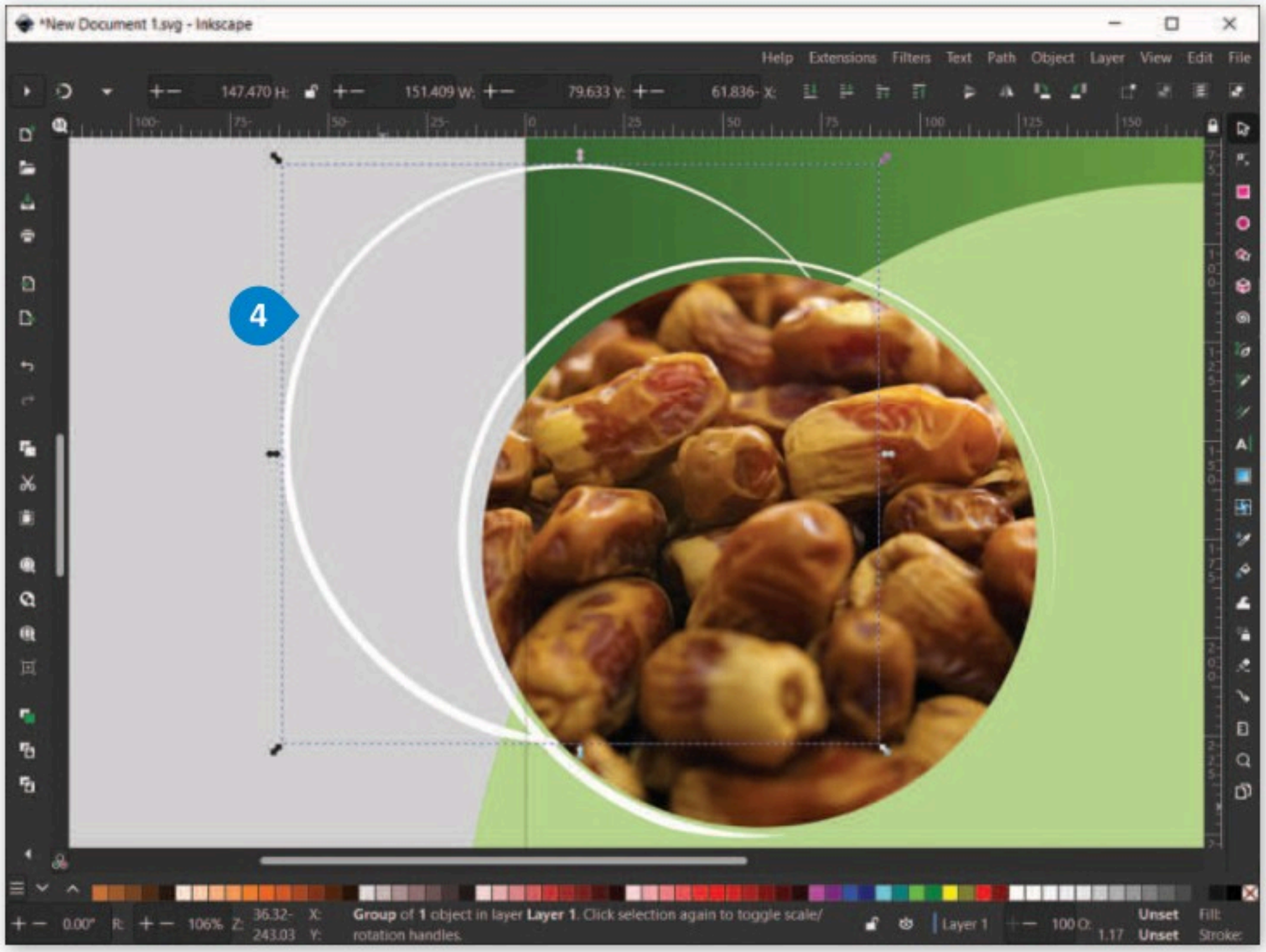
> اضغط بزر الفأرة الأيمن على اللوحة واختر **Paste** (لصق). 3

> ألصق المنحنى ثلاث مرات أخرى، ورتّب المنحنيات الخمسة حول صورة التمور. 4

> ستصبح النتيجة النهائية بهذا الشكل. 5



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إضافة عنوان الملصق

أضف عنوانًا للملصق ونسقه ليظهر بشكل جذاب.

لإدراج عنوان للملصق:

> من **Tool Box** (صندوق الأدوات)، اضغط على **Text Tool** (أداة النص). 1

> اضغط على لوحة الرسم ، ثم اكتب "مهرجان التمور". 2

> من شريط أدوات **Text and Font** (النص والخط)، ومن علامة التبويب **Font** (الخط)، اختر نوع الخط ونمطه **Noto Kufi Arabic** (نوتو كوفي العربي)، وفي **Font Size** (حجم الخط) اكتب "75". 3

> من عمود **Style** (النمط)، اختر **Bold** (غامق). 4

> اختر اللون الأبيض من **Color Palette** (لوحة الألوان). 5

> اضغط على **Apply** (تطبيق). 6

إذا كان خط **Noto Kufi Arabic** (نوتو كوفي العربي) غير متوفر، يُمكنك اختيار أي خط آخر من هذه القائمة.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

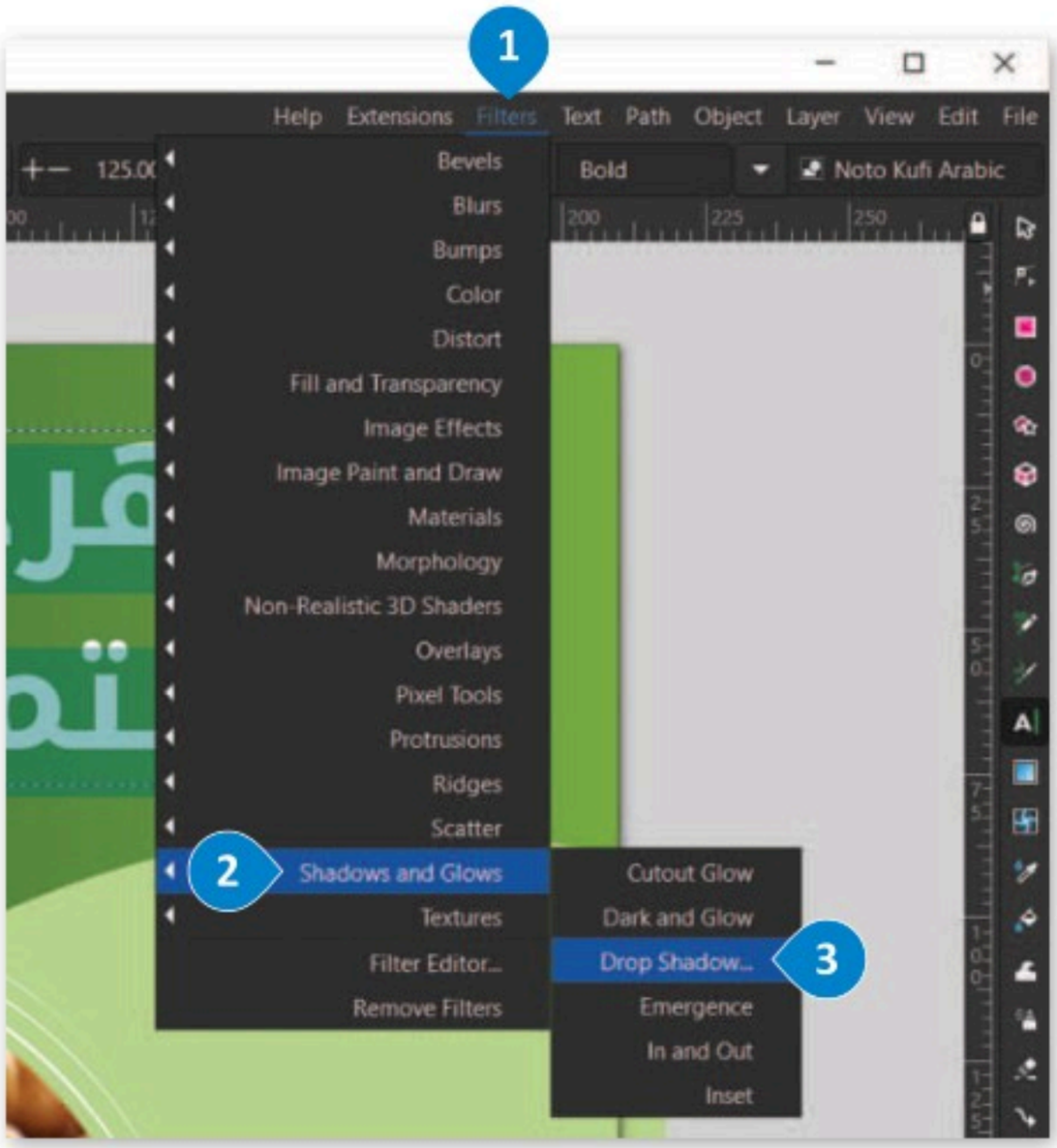
لتطبيق تأثير التظليل في العنوان:

> في قائمة **Filters** (عوامل التصفية)، 1 اختر **Shadows and Glows** (الظلال واللمعان)، 2 ثم اختر **Drop Shadow** (إسقاط الظل). 3

> في نافذة **Drop Shadow** (إسقاط الظل)، ومن علامة التبويب **Options** (خيارات)، احتفظ بالمُعامِلات الافتراضية. 4

> اضغط على **Apply** (تطبيق). 5

> سيظهر تأثير التظليل على العنوان. 6





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إضافة بيانات للملصق:

> في الجانب الأيمن من الملصق، أدخل النص واكتب تاريخ المهرجان كما هو موضح. 1

> في الجزء السفلي من الملصق، أدرج الشعار، 2 ثم أدرج صورة الموقع والمعلومات المتاحة عنه. 3





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تصدير الملصق كصورة

بعد أن انتهيت من تصميم الملصق في برنامج إنكسكيب، ستصدِّره كصورة بامتداد ".jpeg".

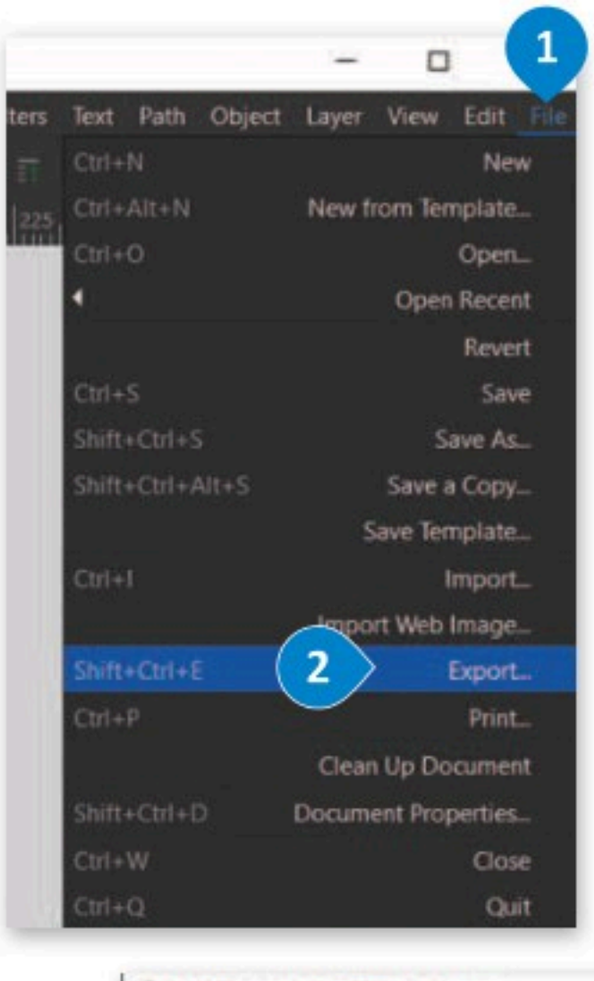
لتصدير الملصق كصورة:

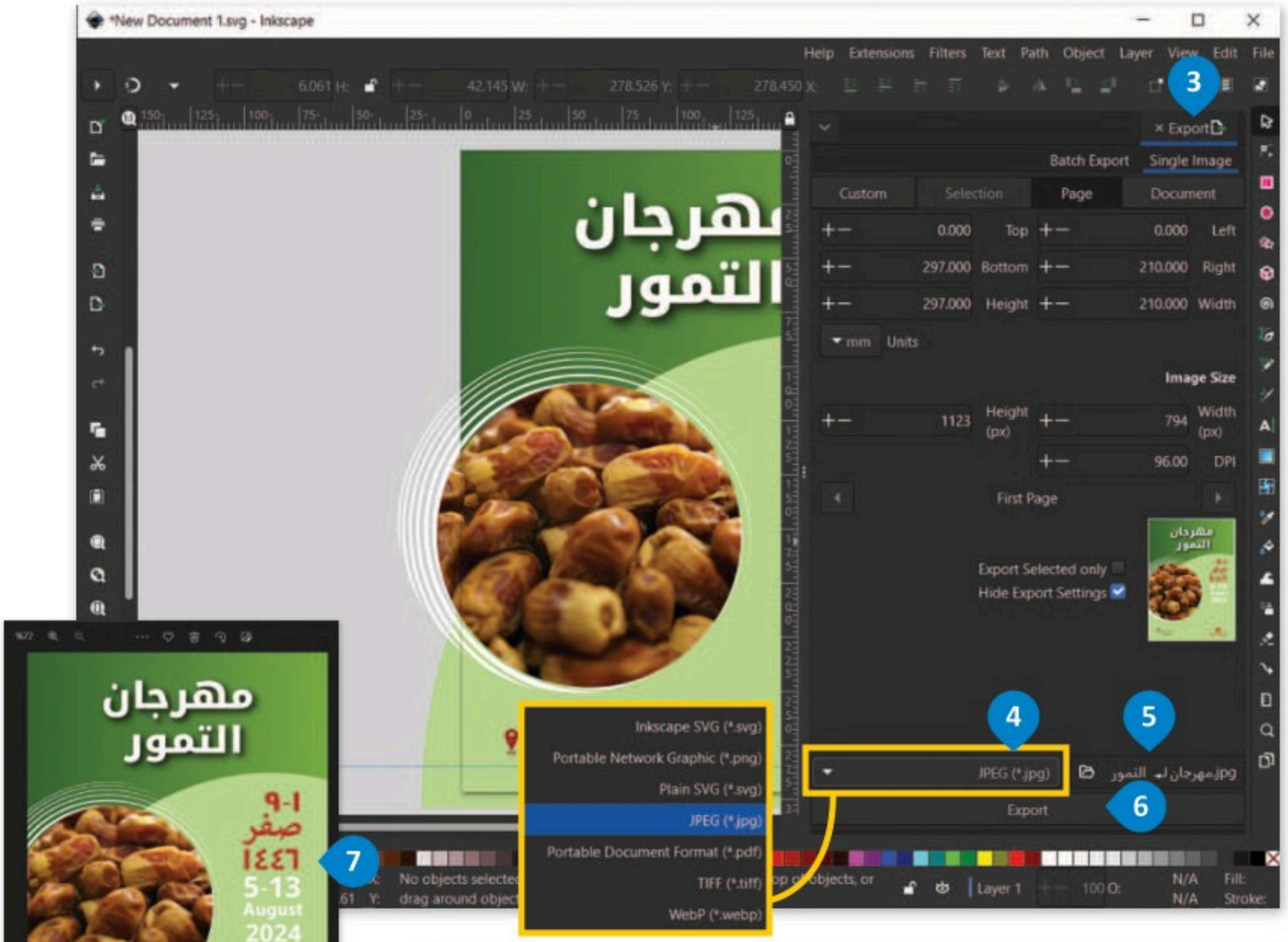
> من قائمة **File** (ملف)، 1 اختر **Export** (تصدير). 2

> من **Export options** (خيارات التصدير)، 3 اختر الامتداد ".jpeg"، 4 ثم اسم ملف الصورة. 5

> اضغط على **Export** (تصدير). 6

> يمكنك فتح ملف صورة الملصق باستخدام برنامج **Photos** (الصور). 7





حفظ الملف ينشئ ملفًا يمكن إعادة فتحه من خلال البرنامج فقط وإجراء تعديلات عليه، بينما التصدير ينشئ ملفًا غير قابل للتعديل ويمكن فتحه باستخدام برامج أخرى.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

لنطبق معًا

تدريب 1

افتح مستندًا جديدًا في برنامج إنكسكيب، ثم أدرج مستطيلًا وحاول تحويله إلى نصف دائرة عن طريق إضافة العقَد.

تدريب 2

افتح مستندًا جديدًا في برنامج إنكسكيب، واكتب اسم مدرستك ثم حاول اختيار نمط وحجم ولون الخط المناسب، و في النهاية أضف تأثير التظليل على الحروف.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تدريب 3

لقد أنشأت خلال الدرس ملصقًا باستخدام برنامج إنكسكيب. ما البرامج الأخرى التي يمكنك استخدامها لإنشاء هذا الملصق؟ علّل إجابتك.

.....

.....

.....

.....

.....

تدريب 4

افتح مستندًا جديدًا في برنامج إنكسكيب بحيث تقوم بإنشاء خطاب موجّه من المدرسة إلى ولي أمر الطالب، بعدها حدّد أبعاد الخطاب، ثم ضع شعار مدرستك الذي أنشأته في التمرين الخامس من الدرس الأول، وأسفل الشعار أدرج نصًا واكتب اسم مدرستك.

.....

.....

.....

تدريب 5

تنظم مدرستك مسابقة لإنشاء ملصق مدرسي جديد حول السلامة المرورية، أنشئ الملصق باستخدام الأدوات التي تعلمتها في هذا الدرس للمشاركة في هذه المسابقة.

.....

.....

.....

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

الدرس الثالث:

الإعلانات المتحركة

تستخدم **اللافتة الإلكترونية المتحركة** (Animated Web Banner) في الحملات الإعلانية وبكثرة في مواقع الإنترنت حيث أصبحت جزءًا من تصميمها؛ لإضافة لمسات جمالية للمواقع. ويمكن تعريفها على أنها عبارة عن إعلان يتم إيصاله من خلال خادم إعلانات عبر الشبكة العنكبوتية العالمية، ويحتوي على مجموعة من الصور المتحركة.

في هذا الدرس، ستتعلم كيفية إنشاء إعلان متحرك باستخدام برنامج **جمب** (GIMP). لتصميم إعلان متحرك، ستنشئ لافتة إلكترونية متحركة تتضمن الشعار الذي أنشأته سابقًا بواسطة برنامج **إنكسكيب** (Inkscape)، بعد ذلك وباستخدام برنامج جمب، ستضيف بعض التأثيرات المتحركة إلى صورة التمور الموجودة في الشعار.

إنشاء الطبقات في برنامج إنكسكيب

ستعرض الصورة المتحركة الشعار (صورة التمور) الذي يتم تكبيره تدريجيًا. وهذا يعني أن عليك إنشاء أربع صور مختلفة من الشعار تكون فيها صورة التمور بحجم: **صغير** (Small)، و**متوسط** (Medium)، و**كبير** (Large)، و**كبير جدًا** (Extra Large)، بينما يظل نص الشعار ثابتًا بنفس الحجم. ويمكن تنفيذ ذلك بواسطة برنامج إنكسكيب، عن طريق إنشاء أربع طبقات مختلفة بما في ذلك الشعار الحالي الذي أنشأته في الدرس السابق.

لتكرار الطبقة:

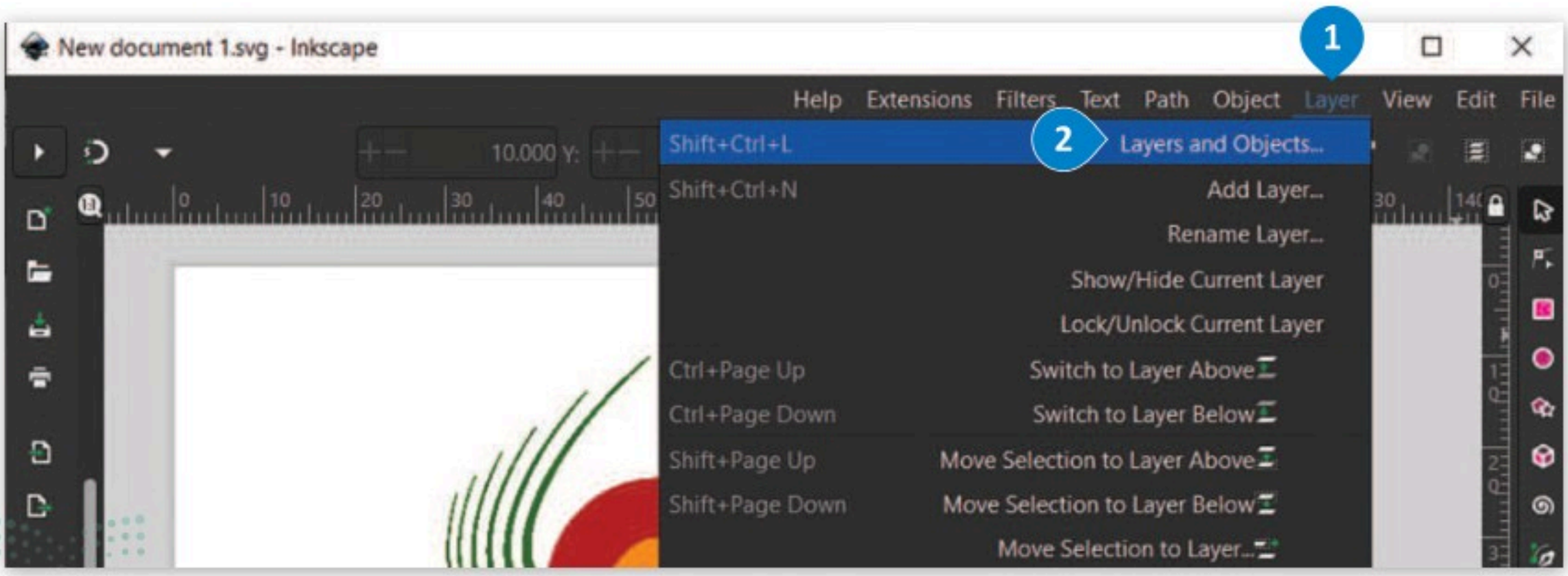
> من قائمة **Layer** (الطبقة)، 1 اختر **Layers and Objects** (الطبقات والعناصر). 2

> من علامة التبويب **Layers and Objects** (الطبقات والعناصر)، 3 اضغط ضغطة مزدوجة على اسم الطبقة الموجودة واكتب "Extra Large" (كبيرة جدًا). 4

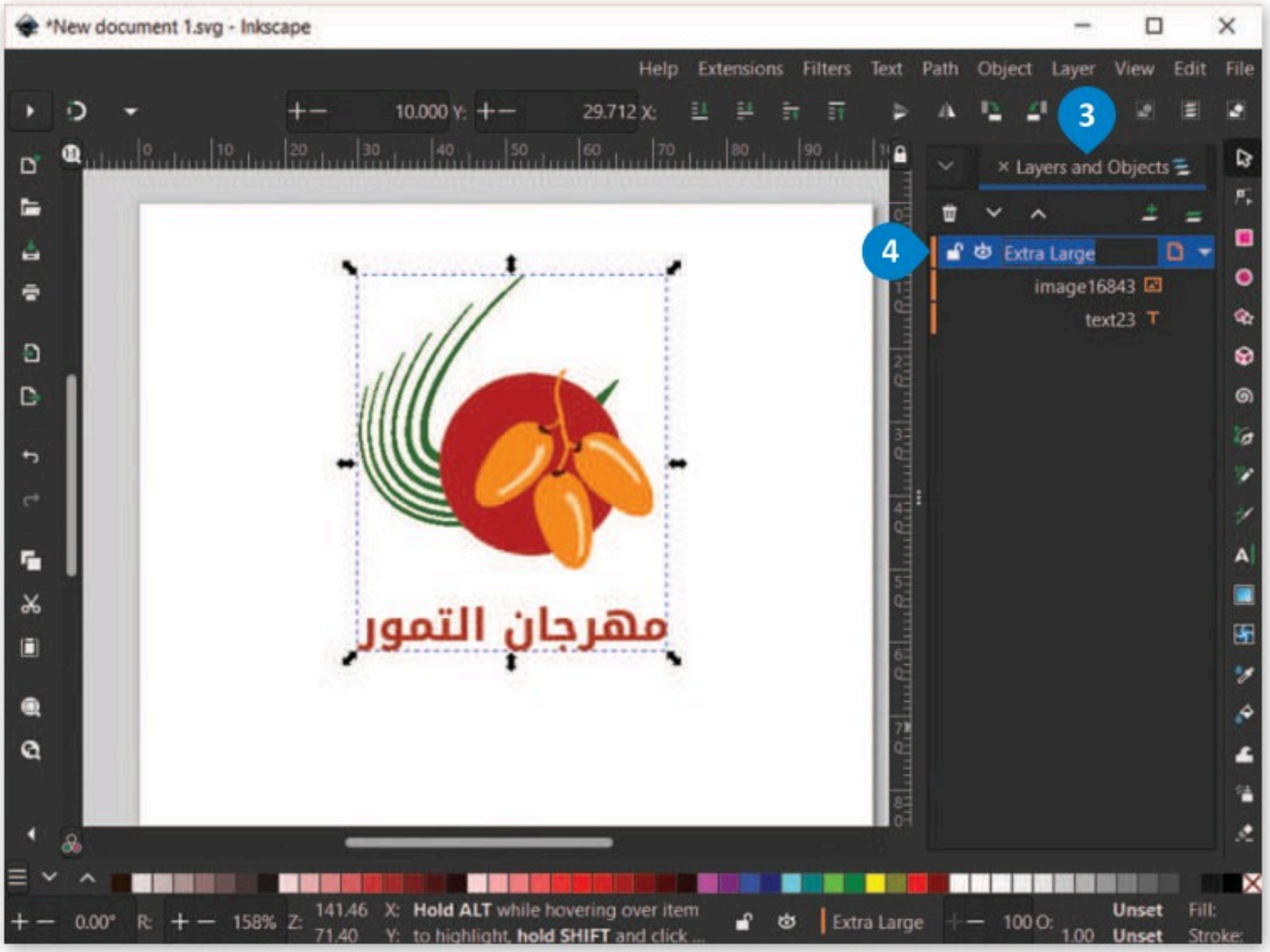
> اضغط بزر الفأرة الأيمن على الطبقة المحددة واختر **Duplicate Layer** (تكرار الطبقة). 5

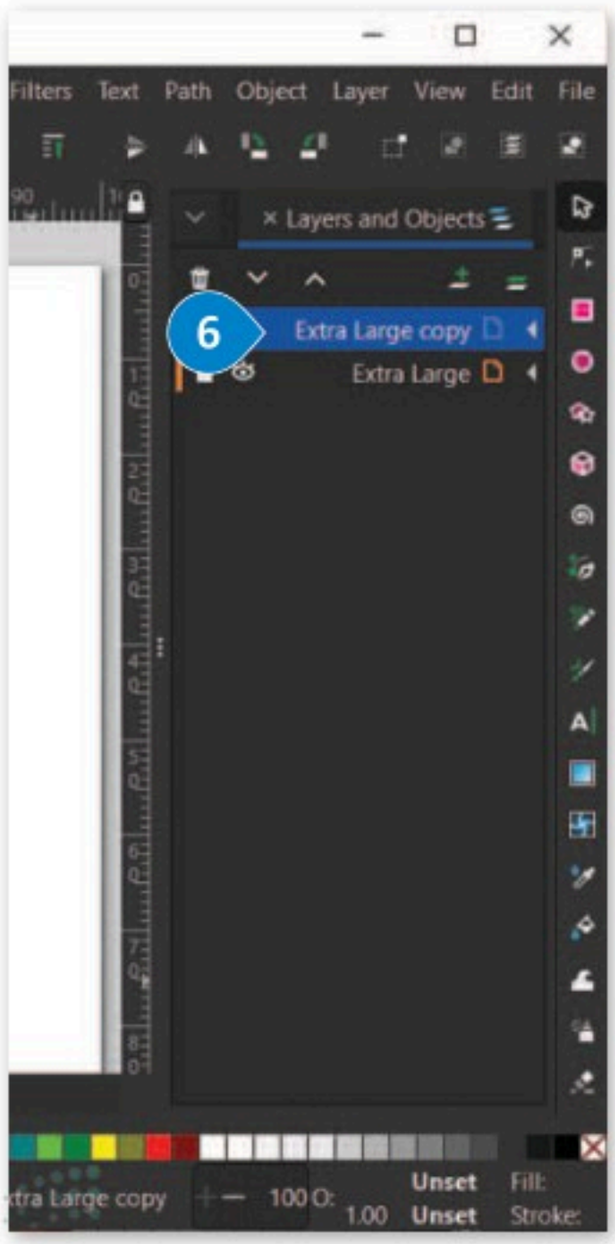
> ستظهر الطبقة المكررة في قائمة الطبقات. 6

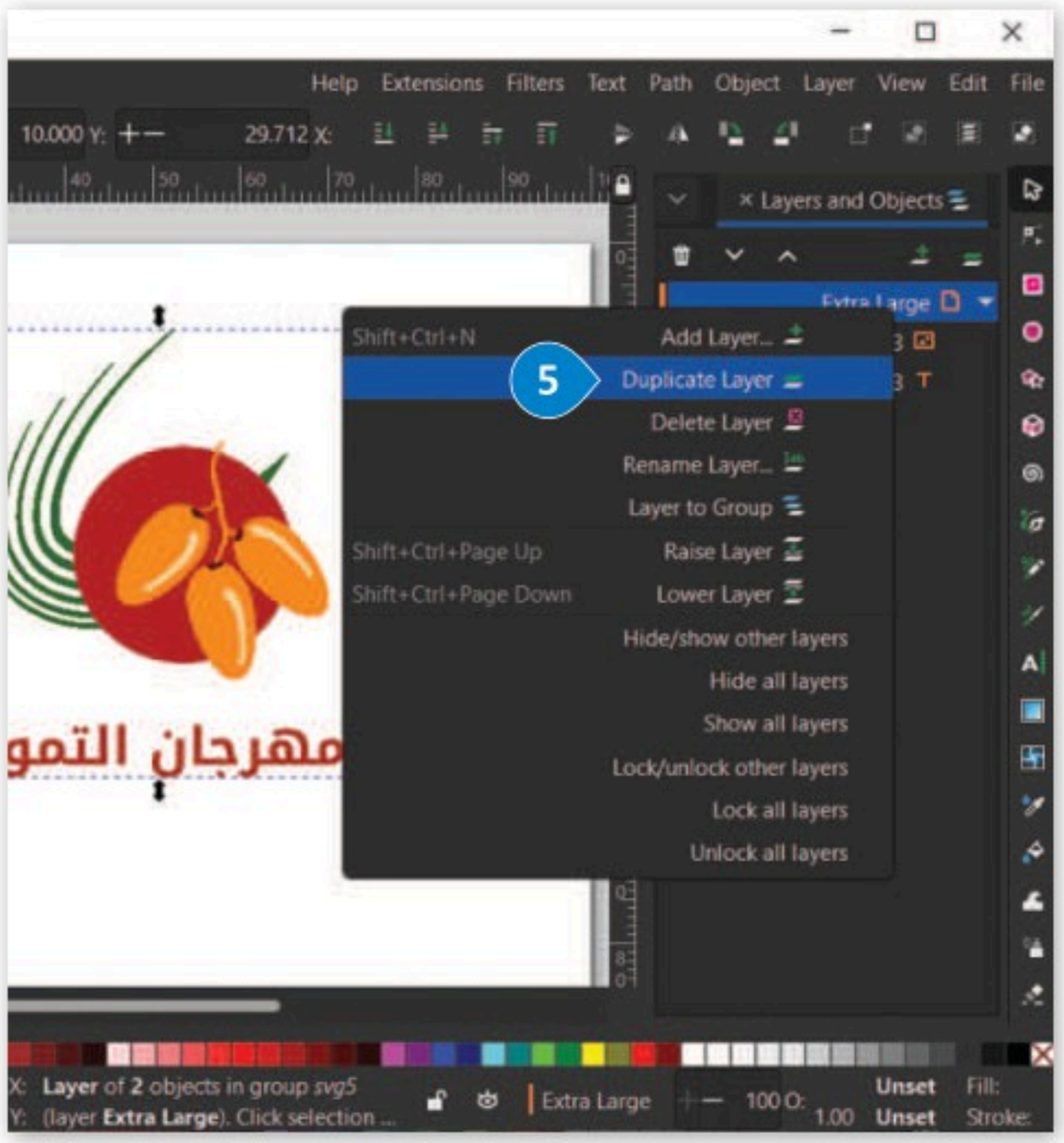
في تصميم الرسومات، تعتبر الطبقات هي المستويات المختلفة التي يمكن فيها وضع عنصر أو ملف صورة. وفي برنامج إنكسكيب، يمكن إنشاء طبقات مختلفة عند تكوين صورة رقمية.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446


*New document 1.svg - Inkscape
Help Extensions Filters Text Path Object Layer View Edit File
10.000 Y:
29.712 X:
3
Layers and Objects
4
Extra Large
image16843
text23
مهرجان التمور
0.00° R:
158% Z:
141.46 X:
71.40 Y:
Hold ALT while hovering over item to highlight, hold SHIFT and click ...
Extra Large
100 O:
1.00
Unset
Unset
Fill:
Stroke:


Filters Text Path Object Layer View Edit File
Layers and Objects
6
Extra Large copy
Extra Large
Extra Large copy
100 O:
1.00
Unset
Unset
Fill:
Stroke:


Help Extensions Filters Text Path Object Layer View Edit File
10.000 Y:
29.712 X:
Layers and Objects
Extra Large
Shift+Ctrl+N
Add Layer...
5
Duplicate Layer
Delete Layer
Rename Layer...
Layer to Group
Shift+Ctrl+Page Up
Raise Layer
Shift+Ctrl+Page Down
Lower Layer
Hide/show other layers
Hide all layers
Show all layers
Lock/unlock other layers
Lock all layers
Unlock all layers
مهرجان التمو
X: Layer of 2 objects in group svg5
Y: (layer Extra Large). Click selection ...
Extra Large
100 O:
1.00
Unset
Unset
Fill:
Stroke:

لتغيير حجم الصورة:

> أعد تسمية الطبقة واكتب الاسم "Large" (كبيرة)، 1 ثم اضغط بزر الفأرة الأيمن على صورة الطبقة. 2

> في القائمة التي تظهر، اختر **Image Properties** (خصائص الصورة). 3

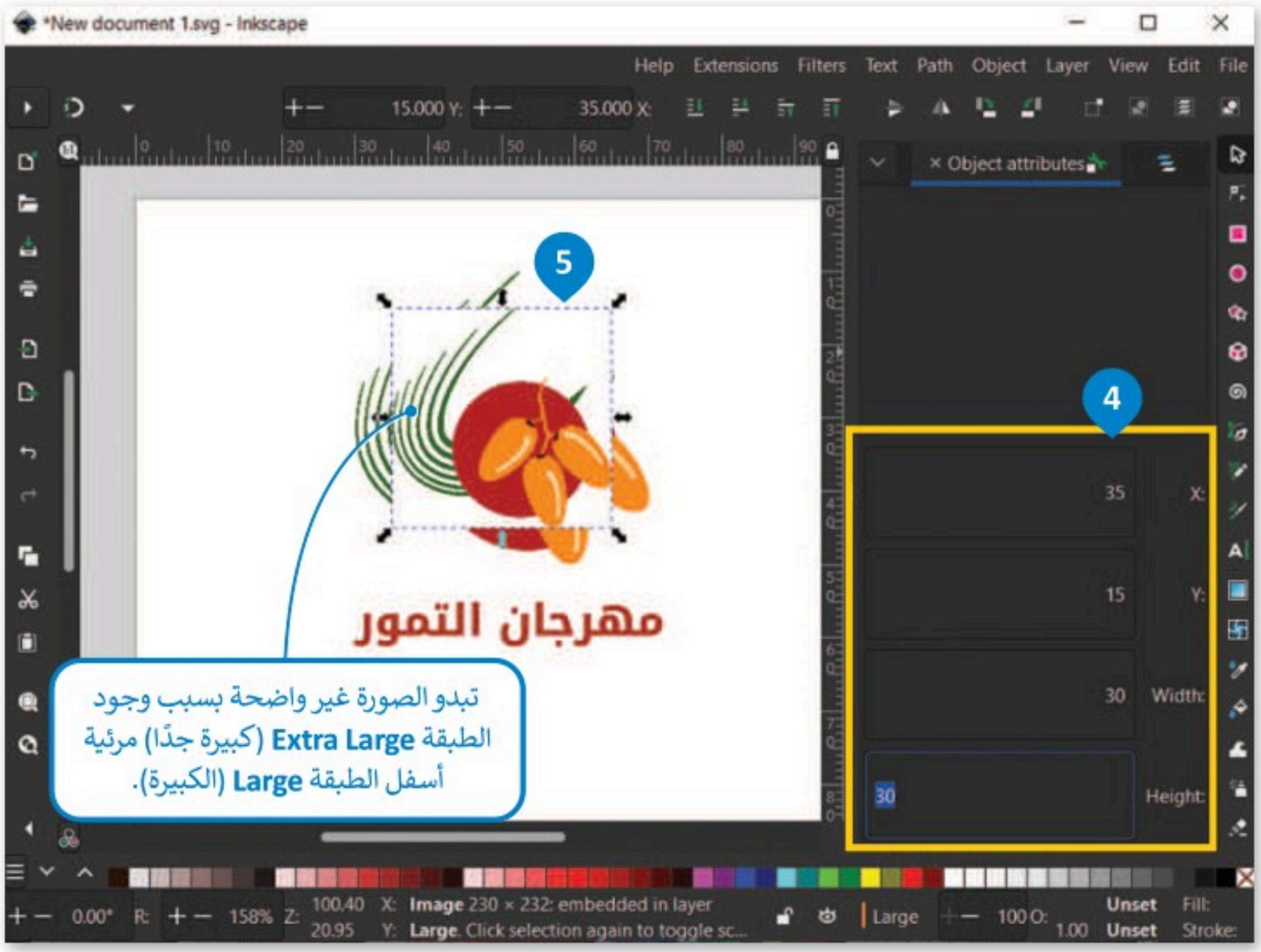
> من علامة التبويب التي تظهر، اكتب البُعد "35" في المربع **X:**، و"15" في المربع **Y:**، و"30" في المربع **Width:** (العرض)، و"30" في المربع **Height:** (الارتفاع). 4

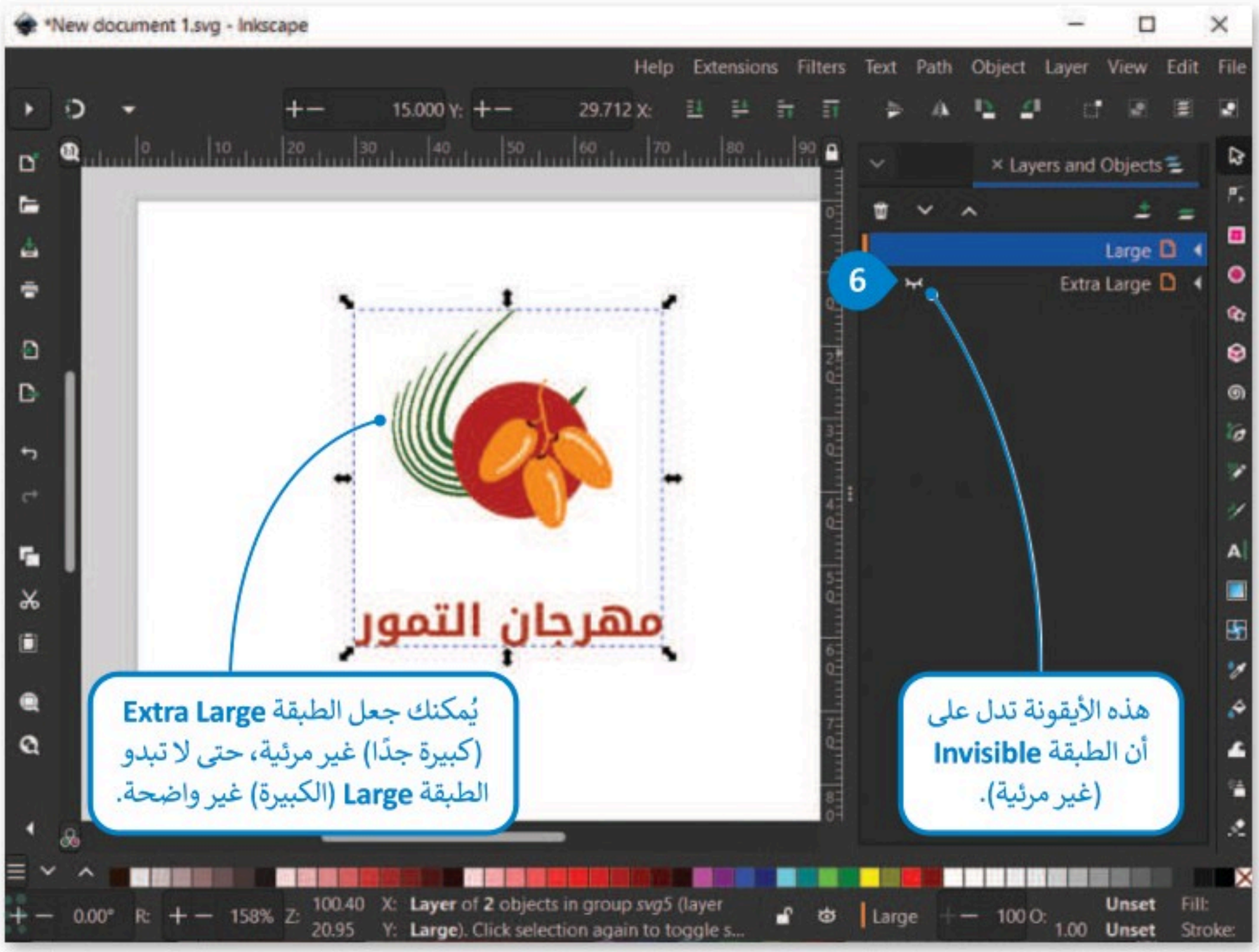
> ستلاحظ أن أبعاد الصورة قد تغيرت. 5

> اضغط على أيقونة رؤية الطبقة **Extra Large** (كبيرة جدًا) لجعل الطبقة غير مرئية. 6



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

بعد ذلك، ستنشئ الطبقتين الأخريين **المتوسطة** (Medium) و**الصغيرة** (Small)، عن طريق تكرار طبقة **كبير جدًا** (Extra Large) وتعيين الأبعاد التالية:

> **أبعاد الطبقة المتوسطة:** X: 40، و Y:20، **والعرض** 20 (Width: 20)، **والارتفاع** 20 (Height: 20).

> **أبعاد الطبقة الصغيرة:** X: 45، و Y:25، **والعرض** 10 (Width: 10)، **والارتفاع** 10 (Height: 10).

وفي النهاية، ستصدِّر كل طبقة للحصول على أربع صور مختلفة.

للحصول على الأربع صور من الطبقات:

> كرِّر الطبقة **Extra Large** (الكبيرة جدًا)، وأعد تسميتها بـ "Medium" (متوسطة)، و اكتب البُعد "40" في المربع **X:**، و"20" في المربع **Y:**، و"20" في المربع **Width:** (العرض)، و"20" في المربع **Height:** (الارتفاع). 1

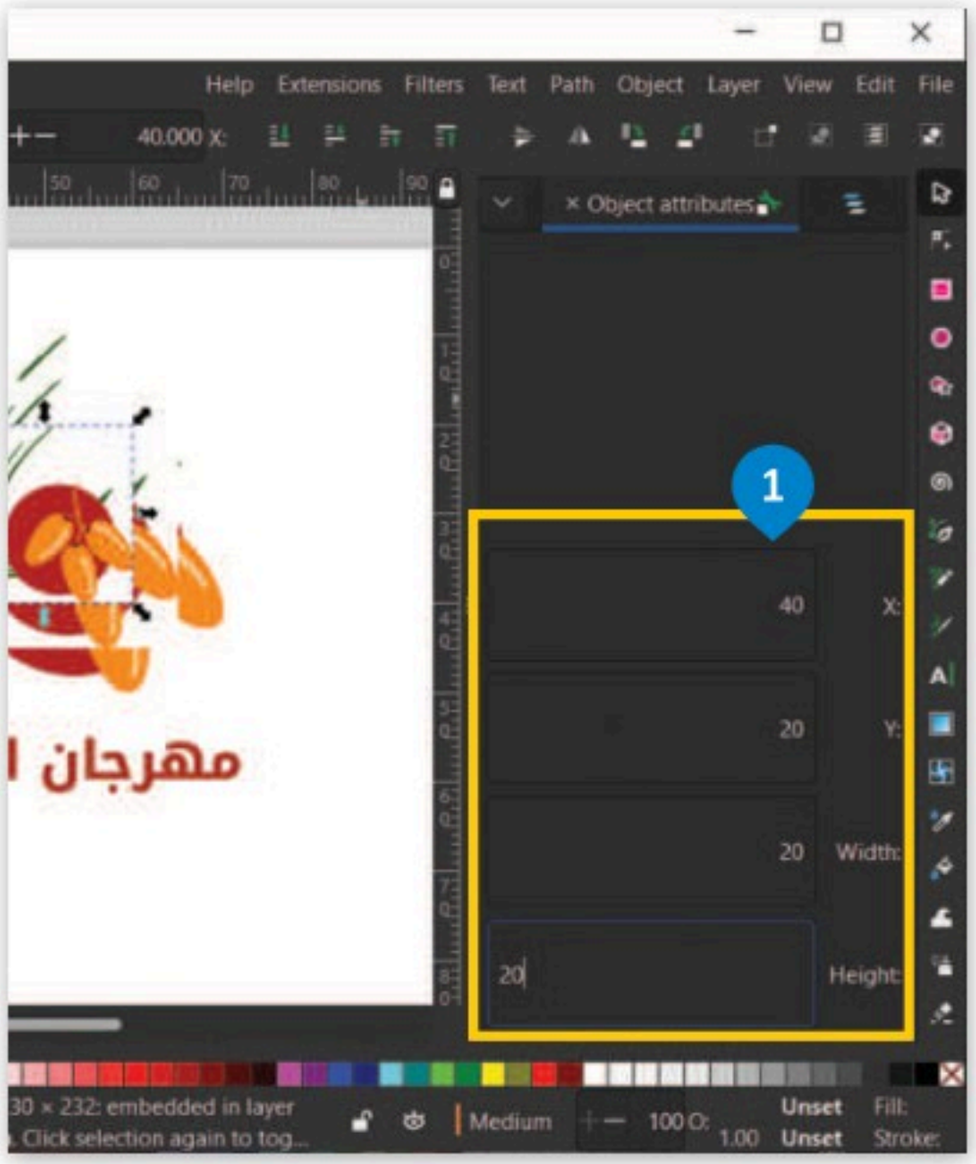
> كرِّر الطبقة **Extra Large** (الكبيرة جدًا)، وأعد تسميتها بـ "Small" (صغيرة)، و اكتب البُعد "45" في المربع **X:**، و"25" في المربع **Y:**، و"10" في المربع **Width:** (العرض)، و10 في المربع **Height:** (الارتفاع). 2

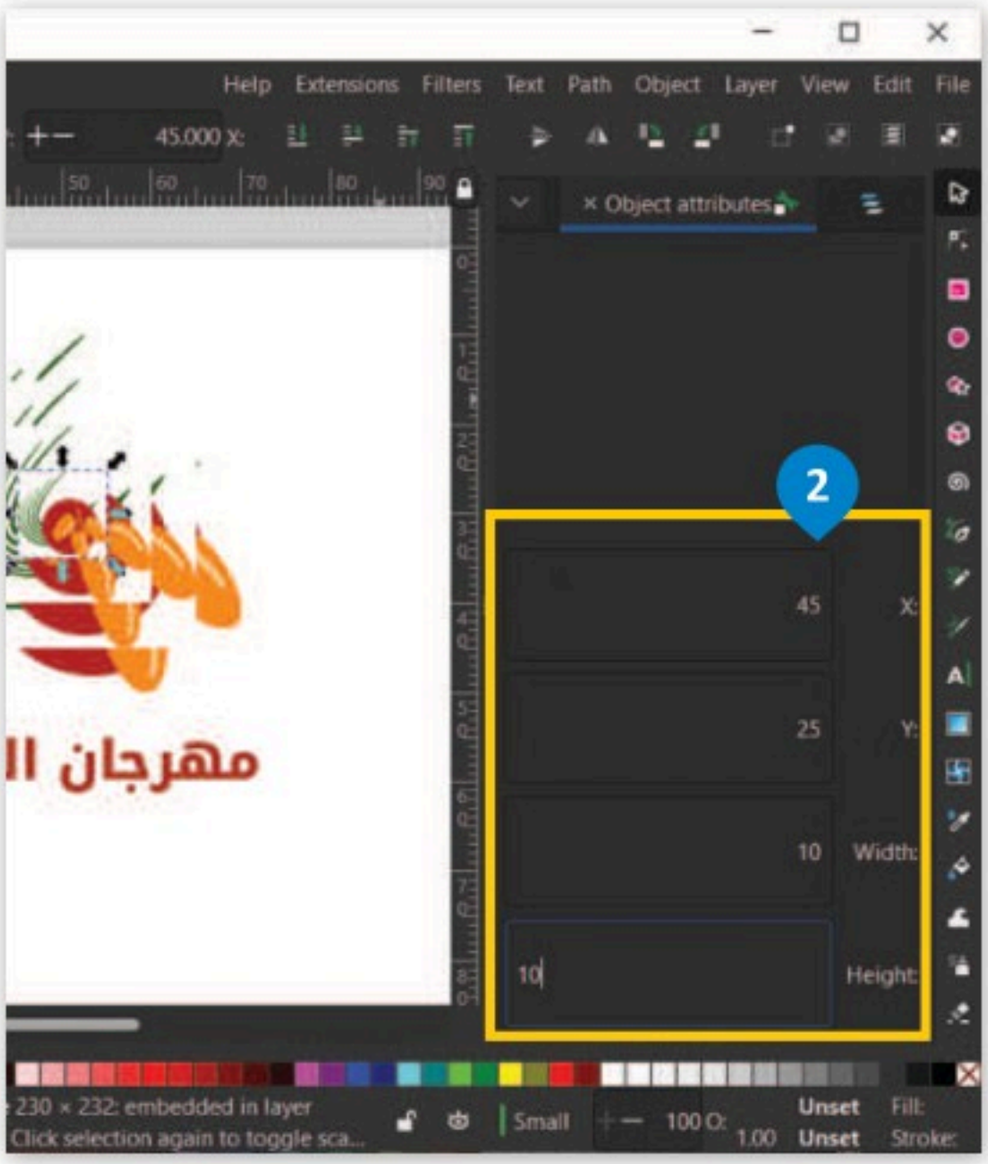
> الآن بعد أن أنشأت جميع الطبقات الأربع، اختر الطبقة **Small** (الصغيرة). 3

> صدِّر الطبقة من **Export options** (خيارات التصدير)، واختر **Export Selected Only** (تصدير المحدد فقط). 4

> صدِّر باقي الطبقات بنفس الطريقة.

> يمكنك فتح الصور الأربع باستخدام برنامج **Photos** (الصور). 5





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إنشاء رسم متحرك باستخدام برنامج جمب

بمجرد تصدير صور الشعار الأربع من برنامج إنكسكيب، ستدرج الآن هذه الصور في برنامج جمب كطبقات، وذلك لإنشاء الرسوم المتحركة وبالتحديد **تنسيق التبادل الرسومي** (Graphics Interchange Format - GIF).

لفتح صور الشعار كطبقات في برنامج جمب:

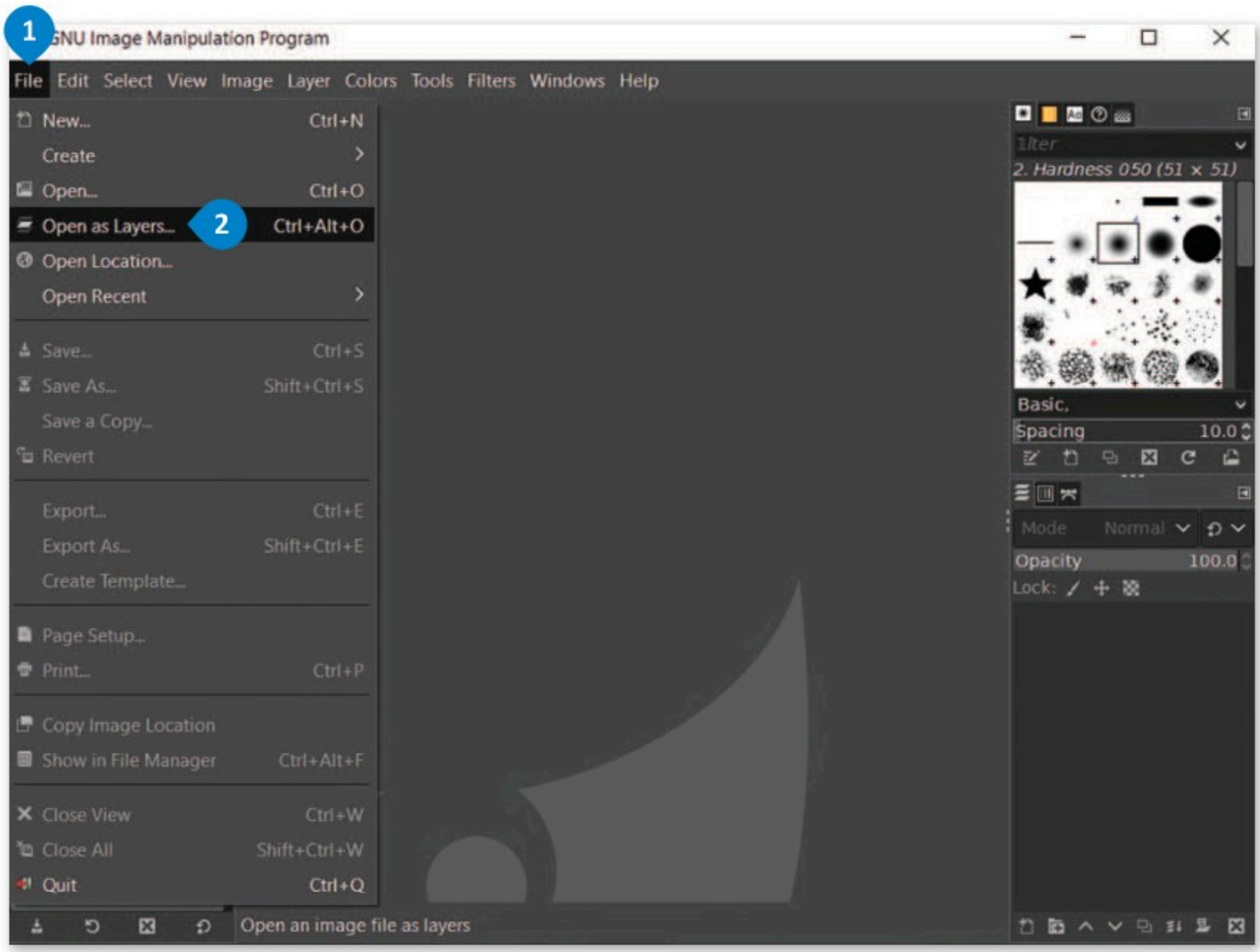
> من قائمة **File** (ملف)، 1 اختر **Open as Layers** (فتح كطبقات). 2

> من مجلد **Pictures** (الصور)، اختر صور الشعار الأربع. 3

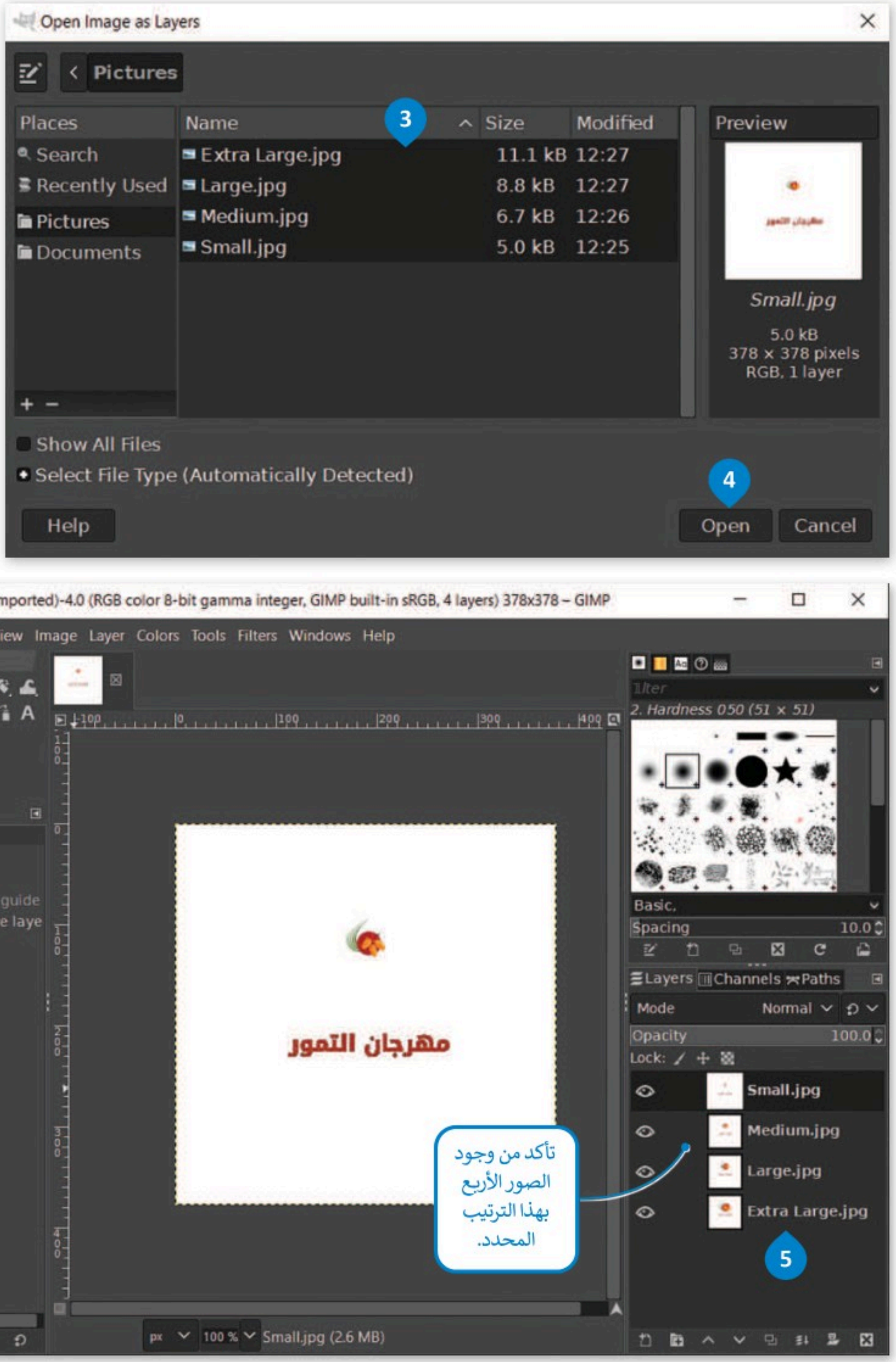
> اضغط على **Open** (فتح). 4

> تم إدراج كل طبقات الشعار. 5

واجهة برنامج جمب (Gimp)



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

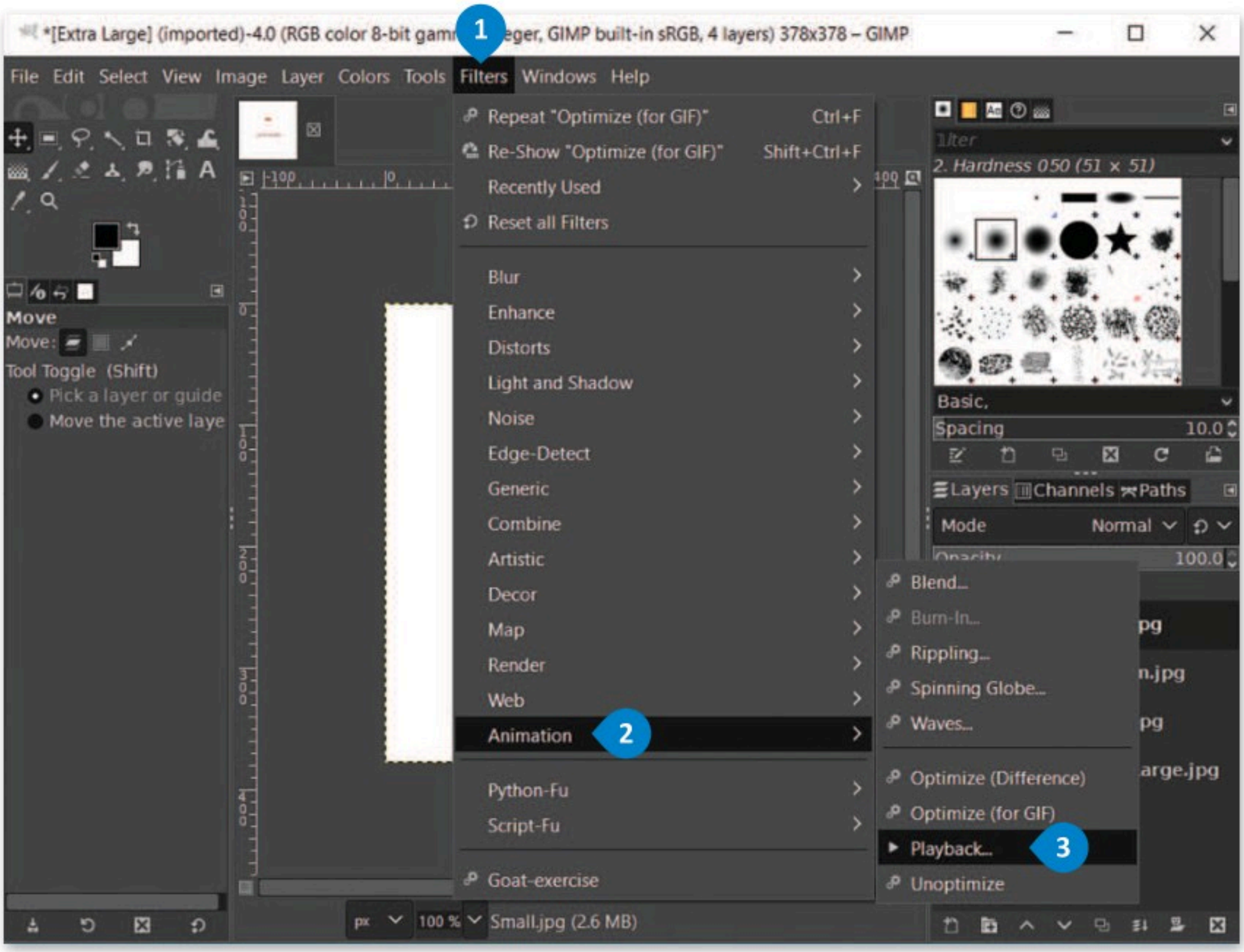
سيتم إنشاء الرسوم المتحركة في شكلها الأخير عن طريق تحديد كل الطبقات، وتعيين التأخير بين **إطارات** (Frames) الرسوم المتحركة. لا يجب أن يتحرك الشعار بسرعة كبيرة، لذلك عليك ضبط التأخير على 200 مللي ثانية عند التصدير النهائي للعمل.

لإنشاء الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي (GIF):

> من قائمة **Filters** (عوامل التصفية)، 1 اختر **Animation** (الرسوم المتحركة). 2

> ومن قائمة **Animation** (الرسوم المتحركة)، اختر **Playback** (تشغيل). 3

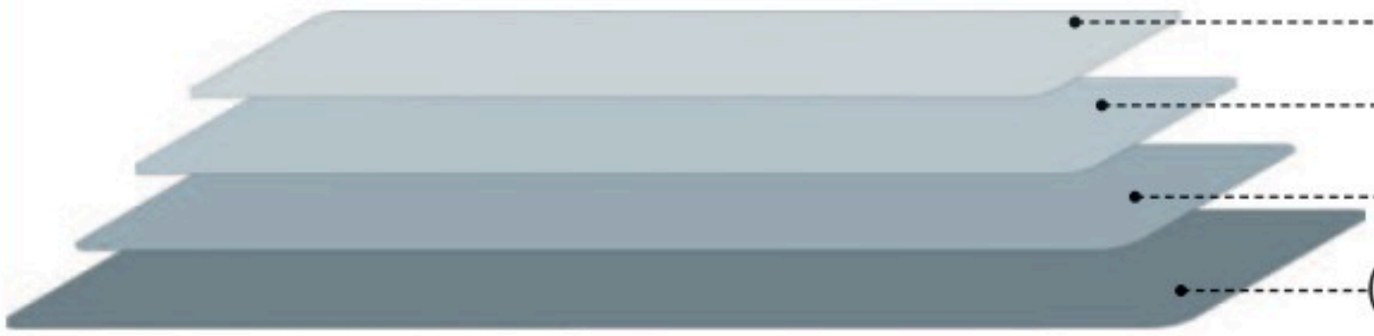
> من نافذة **Animation Playback** (تشغيل الرسوم المتحركة)، اختر **Cumulative layers** (الطبقات التراكمية)، و 1x، و **10fps** (10 إطارات في الثانية)، و**100.0 %**. 4



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446



ترتيب الطبقات المستخدمة في الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي (GIF):





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

لتصدير الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي (GIF):

> دون إغلاق نافذة **Animation Playback** (تشغيل الرسوم المتحركة)، انتقل إلى قائمة **File** (ملف)، (1) ثم اختر **Export As** (تصدير باسم). (2)

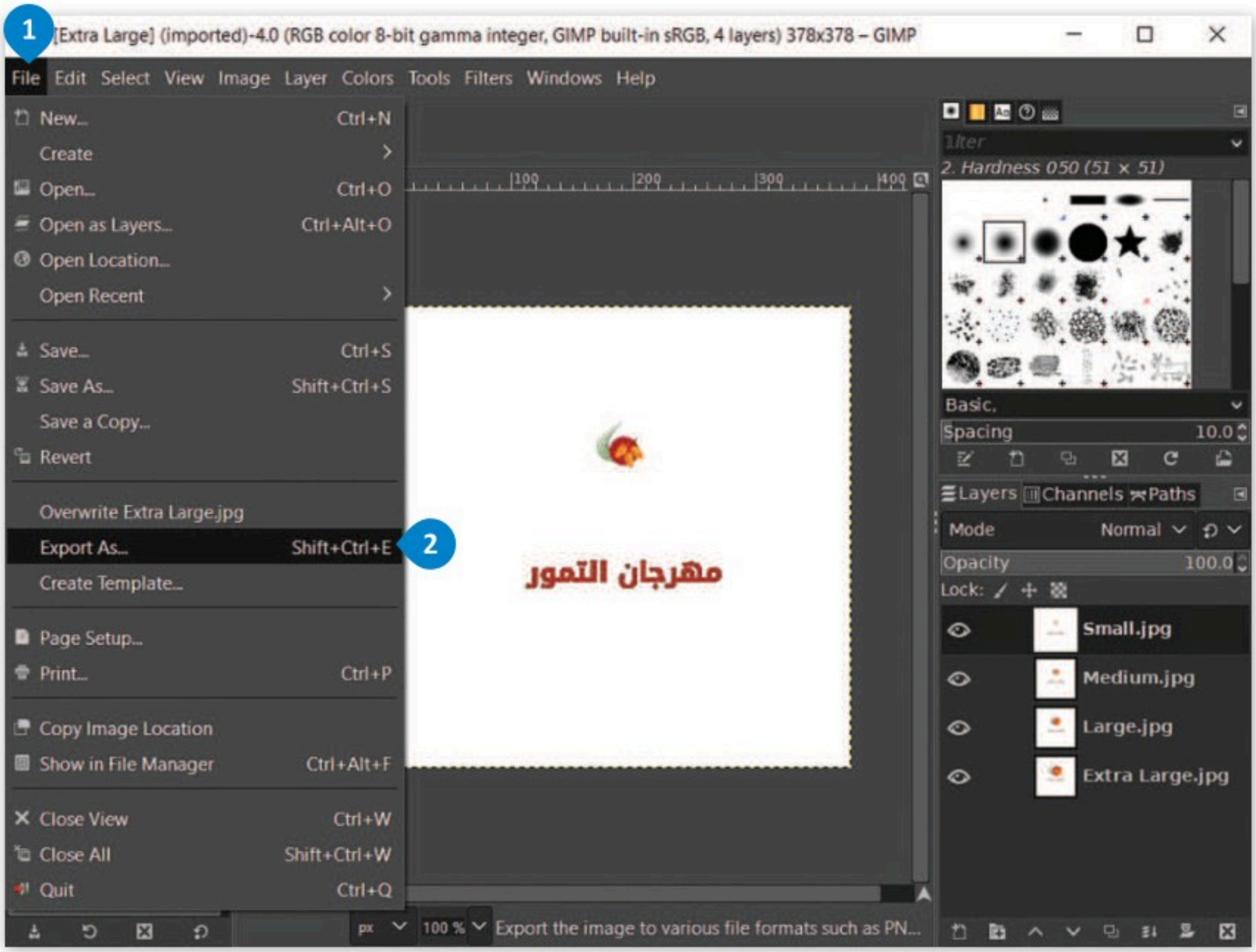
> اكتب اسم ملف تنسيق التبادل الرسومي "Logo.gif"، (3) ثم حدّد مجلد **Pictures** (الصور). (4)

> اضغط على **Export** (تصدير). (5)

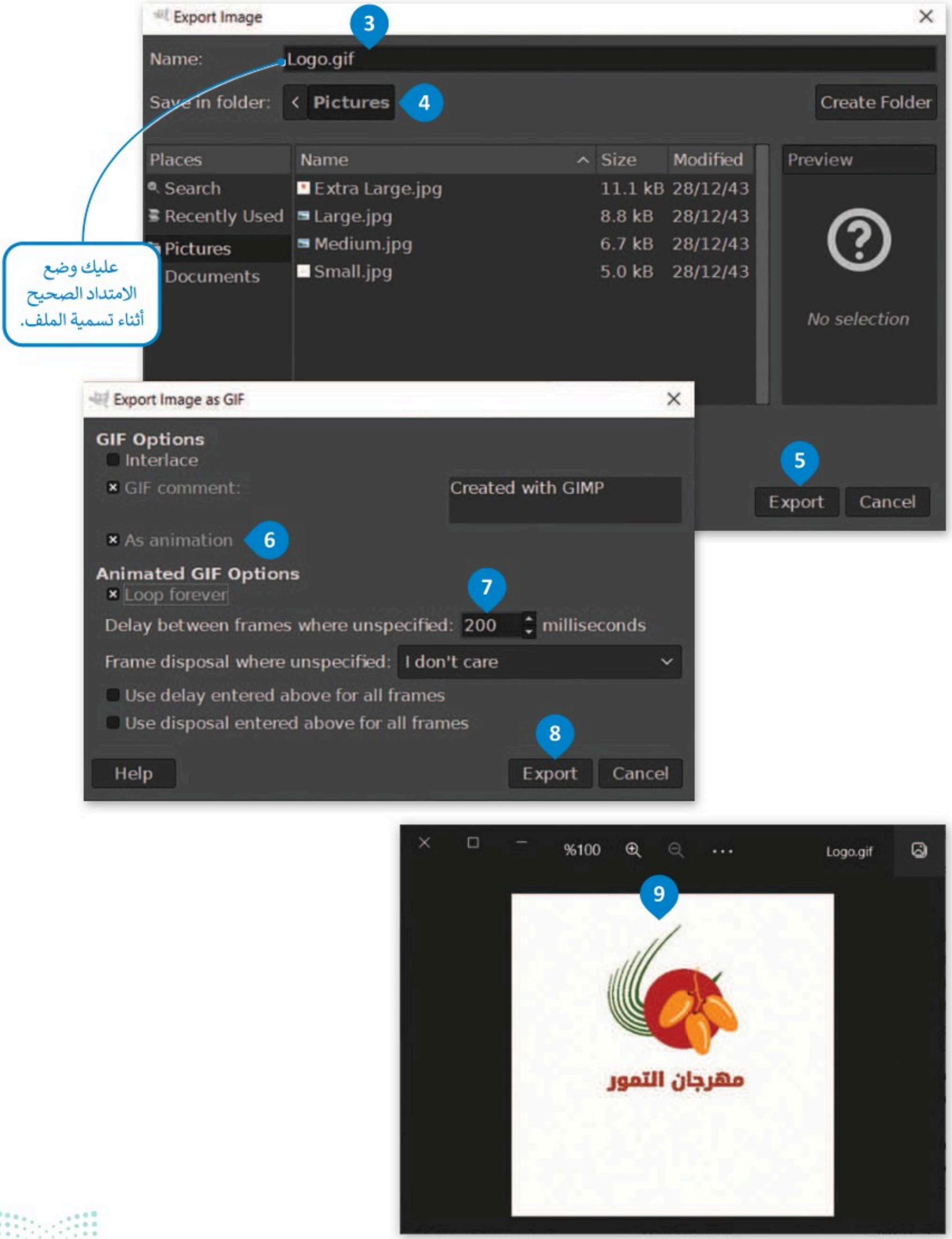
> من نافذة **Export image as GIF** (تصدير الصورة بتنسيق التبادل الرسومي)، اختر **As Animation** (كرسوم متحركة). (6)

> في مربع **Delay between frames where unspecified:** (التأخير بين الإطارات عند عدم تحديدها) اكتب "200" مللي ثانية، (7) ثم اضغط على **Export** (تصدير). (8)

> يمكنك فتح الملف "logo.gif" باستخدام برنامج **Photos** (الصور). (9)



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

لنطبق معًا

تدريب 1

اشرح المقصود بتنسيق التبادل الرسومي (GIF)، ومتى يُفضّل استخدامه كوسيلة إعلانية؟

.....

.....

تدريب 2

اعكس ترتيب الطبقات الأربع في إنشاء الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي (GIF)، ثم ناقش مدى اختلافها مع تلك التي أنشأتها خلال الدرس.

.....

.....

تدريب 3

اشرح المقصود بالملصق الإعلاني، وما أوجه الاختلاف الأساسية بينه وبين الشعار؟

.....

.....

تدريب 4

صمّم شعارًا متحركًا عن اليوم الوطني السعودي.

.....

.....

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

مشروع الوحدة

1

افترض أنك تعمل في منظمة السلامة المرورية في المملكة العربية السعودية، وعليك تنظيم مؤتمر للتوعية حول إجراءات إضافية لمواجهة تحدي السلامة المرورية.

2

باستخدام برنامجي **إنكسكيب** (Inkscape) و**جمب** (GIMP)، أنشئ شعارًا وملصقًا ورسمًا متحركًا للمؤتمر من أجل الإعلان عنه.

3

بشكل أكثر تحديدًا عليك:

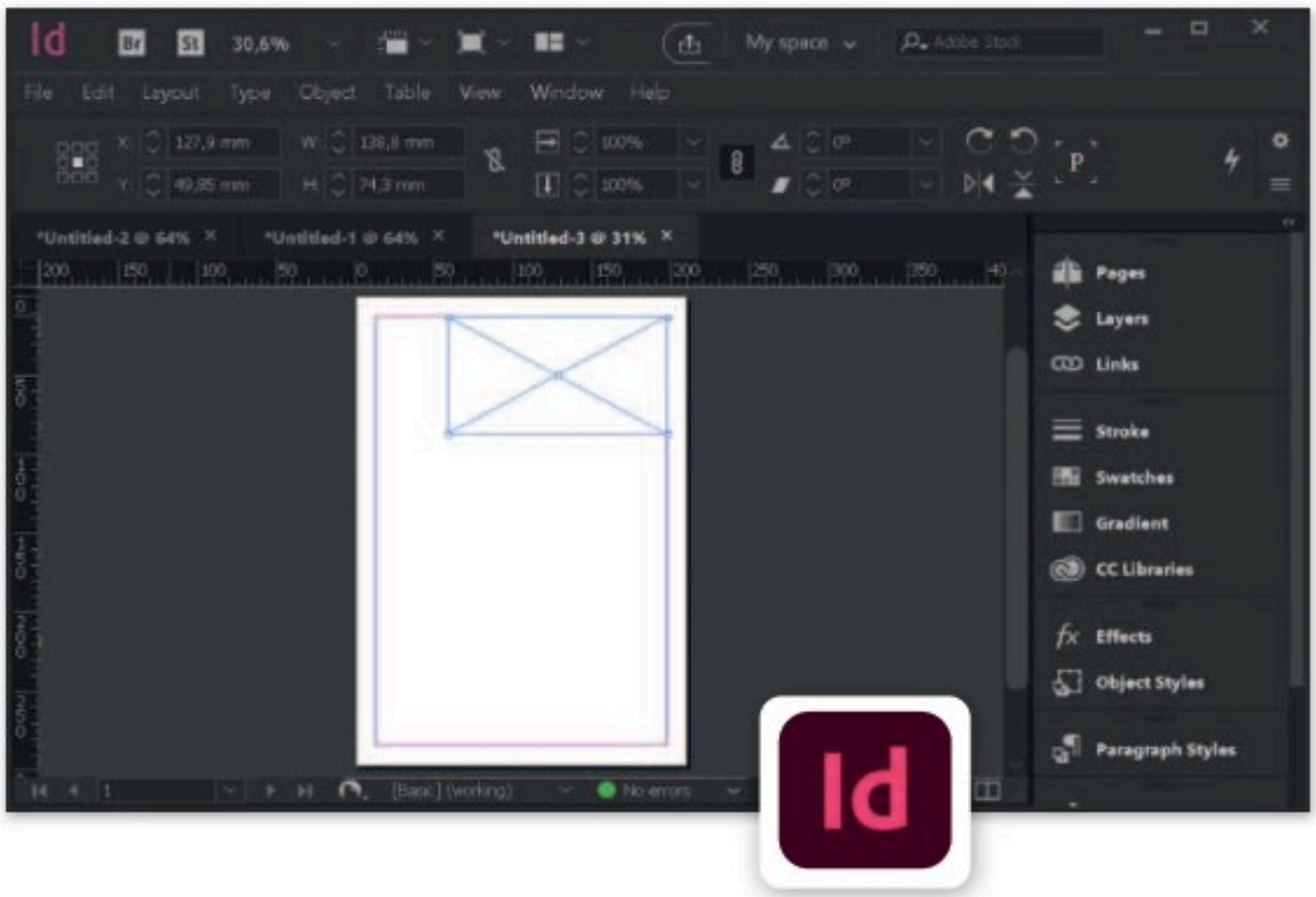
- إنشاء شعار مخصص لمؤتمر السلامة المرورية باستخدام برنامج إنكسكيب.
- تحديد عنوان المؤتمر وصورة مناسبة لإنشاء الملصق باستخدام برنامج إنكسكيب.
- إضافة عنوان الملصق ومعلومات عن المؤتمر.
- إنشاء أربع طبقات مختلفة من الشعار، وذلك لإنشاء الرسوم المتحركة **بتنسيق التبادل الرسومي** (GIF) باستخدام برنامج جمب.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

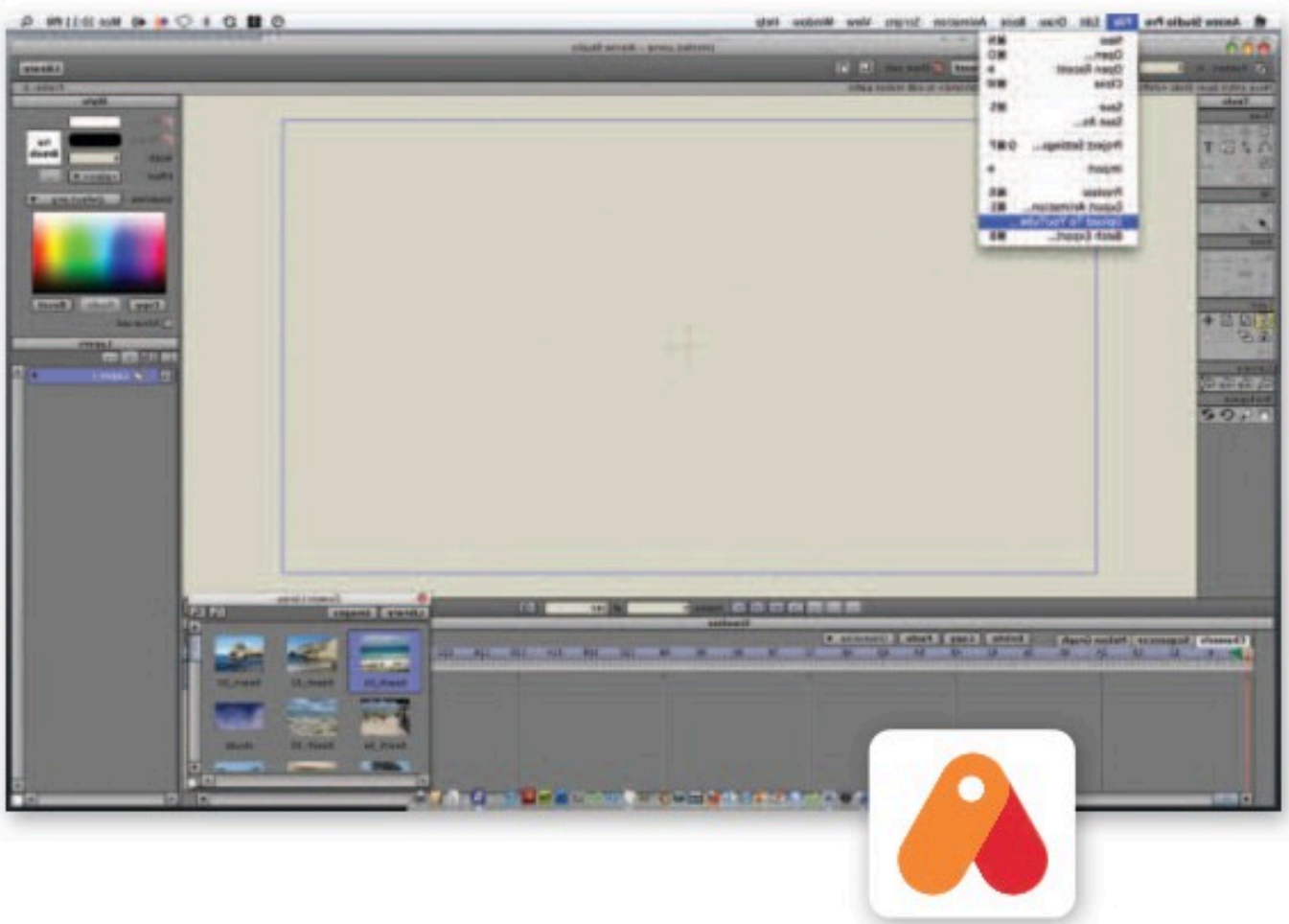
برامج أخرى

إن ديزاين (InDesign)



تم إصدار برنامج **إن ديزاين** (InDesign) في عام 1999 عبر شركة **أنظمة أدوبي** (Adobe Systems) لتحل محل **بيج ميكر** (PageMaker) الذي لم يحظَ بشعبية كبيرة. يتميز البرنامج بدعم أدوبي للعمل عبر الأنظمة الأساسية (تنسيق المستندات المحمولة - تصدير PDF و**يونيكود** (Unicode) وخطوط **أوبن تيب** (OpenType) وما إلى ذلك)، إضافة إلى ميزة إن ديزاين الفريدة في ذلك الوقت (الورق الشفاف والطبقات والأنماط) والتوافق النهائي بين إن ديزاين وغيره من التطبيقات الشائعة لبرامج أدوبي (مثل **المصور** (Illustrator) و**فوتوشوب** (Photoshop).

أنيمي ستوديو (Anime Studio)



إذا كنت ترغب في تعلُّم إنشاء الرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد بشكل موسع، يمكنك استخدام برنامج **أنيمي استوديو** (Anime Studio) لإنشاء رسومك المتحركة باستخدام الميزات المختلفة للبرنامج، والتي تتيح عمل كل ما يمكن أن تتخيله من الرسومات المتحركة.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

في الختام

جدول المهارات

المهارة	درجة الإتقان	
	أتقن	لم يتقن
1. توضيح مفهوم الإعلان ومواصفاته الفعالة.		
2. توضيح المبادئ الأساسية للتصميم الرسومي.		
3. تمييز عناصر التصميم الرسومي.		
4. التمييز بين الرسومات المتجهة والرسومات النقطية.		
5. تصميم شعار باستخدام برنامج إنكسكيب.		
6. تصميم ملصق باستخدام برنامج إنكسكيب.		
7. تصميم إعلان متحرك باستخدام برنامج جمب.		

المصطلحات

الإعلان	Advertising	العُقد	Nodes
وسائل الإعلان	Advertising Media	المسار	Path
لافتة إلكترونية متحركة	Animated Web Banner Media	الملصق	Poster
منحنيات بيزير	Bezier Curves	مبادئ التصميم الرسومي	Principles Of Graphic Design
الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي	GIF Animation	الرسوم النقطية	Raster-Based Graphics
التصميم الرسومي	Graphic Design	أنواع وسائل الإعلان	Types Of Advertising Media
الطبقات	Layers	تصميم تجربة المُستخدِم	User Experience -UX
الشعار	Logo	تصميم واجهة المُستخدِم	User Interface -UI

الوحدة الثانية:
التسويق الإلكتروني

ستتعرف في هذه الوحدة على مفهوم التسويق الإلكتروني وأهميته، وتأثيره على المستهلكين والشركات، كما ستتعرف على التقنيات المختلفة المستخدمة فيه، وعلى مزايا وعيوب حملات وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق عبر البريد الإلكتروني، وفي النهاية ستتعلم إستراتيجية التسويق عبر البريد الإلكتروني وكيفية إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني.



أهداف التعلم

ستتعلم في هذه الوحدة:

- مفهوم التسويق الإلكتروني ومميزاته والتحديات التي يواجهها.
- أنواع التسويق الإلكتروني.
- نصائح فعّالة لإستراتيجيات التسويق الإلكتروني.
- التواجد على الشبكة العنكبوتية وكيفية زيادته.
- التسويق واسع الإنتشار.
- ضوابط التسويق الإلكتروني.
- مفهوم التسويق عبر البريد الإلكتروني وأهميته.
- إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني.
- إنشاء حملة تسويقية عبر البريد الإلكتروني.

الأدوات

- منصة ميل تشيمب (Mailchimp)

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

الدرس الأول:

مفهوم التسويق الإلكتروني

التسويق الإلكتروني

التسويق الإلكتروني (E-Marketing) هو عملية تسويق منتج أو خدمة باستخدام أشكال مختلفة عبر الوسائط الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت، ومن الأسماء الأخرى لهذا النوع من التسويق: **التسويق عبر الإنترنت** (Internet Marketing) و**التسويق الشبكي** (Web Marketing) و**التسويق الرقمي** (Digital Marketing).

ولقد زاد التسويق الإلكتروني من قدرة الشركات على إجراء الأعمال بشكل أسرع وبدقة وبتكلفة منخفضة، كما يحتوي على تقنيات مختلفة لمساعدة الشركات على التواصل مع العملاء الحاليين والمحتملين.

لتتعرف على بعض مميزات التسويق الإلكتروني مقارنة بإستراتيجيات التسويق التقليدية.

مميزات التسويق الإلكتروني:

عائد الاستثمار أفضل بكثير من التسويق التقليدي بسبب زيادة إيرادات المبيعات.
تقليل تكلفة التسويق حيث يتم ذلك عبر الإنترنت. ويعتمد هذا الانخفاض في التكاليف إلى إلغاء النفقات المتعلقة بالسفر والطباعة. علاوة على ذلك، يشمل التسويق التقليدي الإعلان عن طريق التلفزيون والصحف وما إلى ذلك، مما يتطلب المزيد من النفقات.
يمكن الحصول على نتيجة سريعة للحملة التسويقية بسبب القدرة على استهداف العملاء المناسبين.
إمكانية مراقبة وإدارة الحملة التسويقية والبيانات المتعلقة من خلال أدوات تحلل عدد الضغطات على الإعلان وبيانات العملاء.

وعلى الرغم من المميزات التي يتميز بها التسويق الإلكتروني إلا أنه قد يتسبب في تحديات تواجه المنتجين، يمكن حصرها في التالي:

تحديات التسويق الإلكتروني:

يعتمد التسويق الإلكتروني بشكل كامل على التكنولوجيا والإنترنت. يمكن أن يؤدي انقطاع الاتصال الطفيف إلى تعريض العمل بأكمله للخطر.
زيادة المشكلات المتعلقة بقضايا الأمن والخصوصية كسرقة البيانات والاحتيال الإلكتروني.
اضطرار البائع إلى الدخول في منافسة عالمية مع مقدمي منتجات أو خدمات حول العالم.
شفافية أعلى في الأسعار تؤدي إلى زيادة المنافسة في الأسعار.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

طرق التسويق الإلكتروني

لا يقتصر الأمر على التسويق عبر المواقع الإلكترونية فحسب، بل يشمل أيضًا التسويق الذي يتم عبر البريد الإلكتروني والوسائط الرقمية الأخرى. يتم استخدام مجموعة من التقنيات للمساعدة في ربط الشركات بعملائها، وتوجد عدة طرق يمكن للشركات من خلالها استخدام الإنترنت للتسويق الإلكتروني، من هذه الطرق:

التسويق بالمقالات (Article Marketing)

هو نوع من الإعلانات تقوم فيه الشركات بكتابة ونشر مقالات قصيرة في الصحف والمجلات الإلكترونية والمنتديات والمدونات ووسائل التواصل الاجتماعي وغيرها.

التسويق بالعمولة (Affiliate Marketing)

يقوم على فكرة إرسال الزوّار أو العملاء إلى المتجر الإلكتروني من خلال أفراد أو شركات أخرى تتقاضى عمولة عن جهودها في التسويق.

تسويق عن طريق الفيديو (Video Marketing)

هو استخدام مقاطع الفيديو للترويج لمنتج أو خدمة والتسويق له؛ وذلك لزيادة التفاعل على القنوات الرقمية والاجتماعية.

التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing)

يتم من خلال إرسال رسالة تجارية عادةً إلى مجموعة من الأشخاص باستخدام البريد الإلكتروني.

التسويق عبر المدونات (Blog Marketing)

يتم استخدام المدوّنات في الإعلان عن المتجر أو المنتج أو الخدمة المطلوب تسويقها، ويقوم المدوّنون من خلال المدوّنة باستعراض تجربتهم للمنتج ونتائجها، وتزكية المنتج لمتابعيهم.

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Marketing - SMM)

هو استخدام منصات التواصل الاجتماعي للترويج لمنتج أو خدمة أو علامة تجارية، ويمكن للشركات التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي زيادة الوعي بعلامتها التجارية، وزيادة حركة المرور والمبيعات على موقعها الإلكتروني.

التسويق عبر محركات البحث (Search engine marketing - SEM)

هو أحد أشكال التسويق الإلكتروني ويتضمن الترويج للمواقع الإلكترونية عن طريق زيادة ظهورها في محركات البحث، وجذب حركة مرور مؤهلة إلى الموقع. ويُعد الاستثمار في التسويق عبر محركات البحث طريقة رائعة لزيادة الوعي بالعلامة التجارية وزيادة المبيعات للشركة.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إستراتيجيات زيادة فاعلية التسويق الإلكتروني

عند التحدث عن إستراتيجية التسويق الإلكتروني، يُشار إلى خطة التركيز على العميل ذات الخطوات الأساسية التي من شأنها تعزيز جميع جهود التسويق الإلكتروني.

إنشاء أو توفير موقع إلكتروني مستجيب (Get a Responsive Website)

يجب أن يكون لكل شركة موقعًا إلكترونيًا جذابًا وسريع الاستجابة فيما يتعلق بجميع المعلومات التي يحتاجها العميل المحتمل، كما يجب تقديم المعلومات عن المنتجات وكذلك عن الشركة نفسها. ومع الاستخدام الواسع للهواتف الذكية، يجب أن يكون الموقع الإلكتروني مناسبًا للاستخدام من خلالها.

الاستثمار في التسويق عبر محركات البحث (Invest in Search engine marketing)

يعد التسويق عبر محرك البحث أمرًا حيويًا من أجل جلب المستهلكين إلى الموقع الإلكتروني، لذلك يجب اتباع طريقة البحث غير المدفوع أو **الدفع عند النقر** (Pay-per-click)، كذلك يجب وضع ميزانية محددة للإعلانات المدفوعة على الأقل، بحيث يمكن مراقبة نتائجها ومنع الزيادة غير المرغوب فيها من ميزانية الشركة.

الدفع عند النقر (PPC) هو نموذج للإعلان الرقمي حيث يدفع المُعلن رسومًا في كل مرة يتم فيها الضغط على أحد إعلاناته.

استخدام الأدوات لتحديد إستراتيجية التسويق عبر البريد الإلكتروني (Use tools to define the email marketing strategy)

يساعد إرسال رسائل البريد الإلكتروني الملائمة وجيدة التوجيه على تشكيل قاعدة عملاء مخلصين، كما يشير نظام إدارة علاقات العملاء إلى المستوى الذي يوجد فيه العميل داخل مجموعة البريد الإلكتروني المستهدفة بالتسويق، مما يؤدي إلى صياغة رسالة مناسبة لهذا العميل من قِبل الشركة.

إضافة وسائل التواصل الاجتماعي (Add Social media)

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورًا رئيسًا في معرفة العلامة التجارية وتمييز ها عن غيرها في مجال الصناعة، كما أنها تدل المستهلكين المستهدفين على الموقع الإلكتروني للشركة. ويعدّ سبب نجاح وسائل التواصل الاجتماعي هو إنشاء هوية للعلامة التجارية من خلال تفاعل العملاء الحاليين والمحتملين والتي يمكن أن تجعل المزيد من الأشخاص يتعرفون على العلامة التجارية، ويمكن أن يؤدي هذا إلى حركة مرور طبيعية (غير مدفوعة)، مما يعني ميزانية صغيرة للاستثمار.

التركيز على تسويق المحتوى (Focus on Content marketing)

في كل يوم وكل دقيقة يبحث المزيد من الأشخاص عبر الإنترنت عن المنتجات أو الخدمات، ومن الممكن أن يجذب محتوى الموقع الإلكتروني أو المنشورات الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي انتباه هؤلاء الأشخاص، ويقودهم إلى طلب المزيد من المعلومات عن منتجات الشركة أو خدماتها.

التحقق دائمًا من تحليلات الموقع الإلكتروني (Always check Web analytics)

ستساعدك مراقبة تقدم إستراتيجية التسويق الإلكتروني المختارة باستخدام تحليلات الموقع الإلكتروني على قياس فعاليتها، وذلك من خلال تحديد الأجزاء التي تعمل بشكل جيد، وما الذي يجب تغييره. وتعدّ الأداتان الأكثر شيوعًا في ذلك هما **تحليلات جوجل** (Google Analytics) **وأليكسا** (Alexa)، حيث تقدم تحليلات جوجل فكرة عن كيفية أداء الموقع الإلكتروني، بينما تقدم أليكسا تحليلات تساعدك على مقارنة الموقع الإلكتروني الخاص بك مع منافسيك، في حين تُستخدم أدوات القياس الأخرى لتحليلات وسائل التواصل الاجتماعي.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

التواجد على الشبكة العنكبوتية

التواجد على الشبكة العنكبوتية (Web Presence) هو التمثيل الرقمي لشركة أو لعلامة تجارية، ويتكون من نصوص وصور ومقاطع فيديو ومقاطع صوتية توضح هوية العلامة التجارية. وفي الوقت الحاضر تتمتع كل شركة بالتواجد على الشبكة العنكبوتية، وعادة ما يكون ذلك على المواقع الإلكترونية أو وسائل التواصل الاجتماعي، أو المنتديات، أو المدونات.

أهم تواجد على الشبكة العنكبوتية هو التواجد على الموقع الإلكتروني المُستخدم في الأعمال التجارية. حيث يساعد الموقع الإلكتروني المصمَّم جيدًا على نجاح الأعمال التجارية وصناعتها، ويوفر تجربة سهلة الاستخدام للعملاء المحتملين، كما يجب كتابة الموقع الإلكتروني بطريقة تُمكّن الأشخاص من العثور عليه عن طريق محركات البحث بسهولة. ويقاس التواجد على الشبكة العنكبوتية بدرجة ظهور الموقع الإلكتروني على محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي من خلال عدد الزائرين، وتصنيفات الكلمات الرئيسة، ومدى الوصول على وسائل التواصل الاجتماعي.

تستخدم غالبية مواقع التسوق الإلكترونة نظام إدارة المحتوى (Content Management System - CMS) وهو تطبيق رقمي لإدارة وإنشاء وتنسيق وتحرير ونشر المحتوى على الإنترنت.

الوورد بريس (WordPress) هو أحد أنظمة إدارة المحتوى (CMS) مفتوحة المصدر، ويمكّن مالكي المتاجر من إنشاء موقع إلكتروني وتحريره ونشره ثم تحويله إلى متجر عبر الإنترنت.

أنواع المحتوى لزيادة التواجد الفعال:

منشورات المدونة (Blog posts)	يعد تشغيل مدونة تجارية أحد أكثر أشكال حملات تسويق المحتوى شيوعًا في الوقت الحالي، ويمكن استخدامها لنشر معلومات حول منتجك أو الرد على أسئلة العملاء حيث يعمل ذلك على بناء ثقتهم في عملك مما ينتج عنه زيادة في الدخل.
ملفات PDF القابلة للتنزيل (Downloadable PDFs)	تعد ملفات PDF محتوى مجاني قابل للمشاركة بشكل كبير، وتستخدم على نطاق واسع لترسيخ مكانة المنشأة في الصناعة، كما يُفضل استخدامها في الصناعات عالية الخطورة والأكثر احترافًا.
مخططات المعلومات الرسومية (Infographics)	مخططات المعلومات الرسومية هي عروض رسومية عالية الوضوح خاصة بالبيانات. تحتاج إلى إضافة الصور مع وصف غني بالكلمات المفتاحية؛ لأنه من الشائع نشرها على منصات التواصل الاجتماعي المرئية مثل **بنترست** (Pinterest) أو **إنستغرام** (Instagram).
الرسائل الإخبارية (Newsletters)	الرسائل الإخبارية عبر البريد الإلكتروني هي أداة تسويق محتوى ممتازة لتقوية العلاقات مع العملاء الحاليين والمحتملين، كما إنها تحافظ على تفاعل العملاء وإطلاعهم على أخبار الشركة والتحديثات الخاصة بالصناعة والخدمات والمنتجات التي تقدمها.
المدونات الصوتية (Podcasts)	بفضل وجود المدونات الصوتية حسب الطلب، وأصبح الاستماع إليها أمرًا شائعًا عند الحديث عن منتجات أو خدمات المنشأة. وتتجاوز قيمة المدونات الصوتية مجرد إعطاء القرّاء طريقة أخرى للتفاعل مع العلامة التجارية، لأن نظام مقابلات المدونات الصوتية تتيح الفرصة للالتقاء والتفاعل مع أفضل المتخصصين في نفس المجال.
منصات التواصل الاجتماعي (Social media platforms)	يُعدُّ استخدام منصات التواصل الاجتماعي طريقة لبدء التفاعل مع الجمهور، ويجب إعداد ملف تعريف الشركة على كل نظام أساسي حتى يوفر للجمهور تفاصيل حول المنتج أو الخدمة المعينة، ومن منصات التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعًا التي يجب مراعاتها إنستغرام و X (تويتر سابقًا).
قنوات اليوتيوب (Youtube Channels)	قنوات اليوتيوب من الطرق الشائعة للترويج لمنتج أو خدمة معينة، ويُعد التسويق عبرها إستراتيجية تساعد الشركات على زيادة حركة المرور وزيادة قاعدة عملائها والوصول إلى جمهور جديد.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

خطوات للتواجد الفعال على الشبكة العنكبوتية

الخطوة الأولى: تحديد الأهداف

يجب أن تكون لديك بعض الأهداف المحددة جيدًا عندما تبدأ في إنشاء التواجد على الشبكة العنكبوتية ، كما يجب أن تكون تلك الأهداف داخل إطار زمني وتركز على توفير معلومات حول المنتج أو الخدمات، وزيادة الوعي بالعلامة التجارية وجذب العملاء المحتملين.

الخطوة الثانية: إنشاء الموقع الإلكتروني المناسب لشركتك

يعتبر الموقع الإلكتروني الخاص بالشركة أهم جزء في هذا المشروع، فهو بمثابة نقطة البداية بالنسبة لمعظم عملائك المحتملين، حيث يمكنهم معرفة المزيد حول ما تقدمه من خدمات، وكذلك طبيعة العمل الذي قمت به حتى الآن، كما يمكنهم التواصل معك للحصول على مزيد من المعلومات.

الخطوة الثالثة: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الخطوة التالية بعد إنشاء حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي لشركتك هي بناء علامة تجارية من خلالها، ويمكن القيام بذلك عن طريق عرض صورة احترافية لشركتك ذات خلفية جذابة على وسائل التواصل الاجتماعي، أو من خلال تحديد عدد المرات التي ستنشر فيها على وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة في جدول النشر، أو من خلال تجنب النشر فقط عن منتجاتك والاتجاه إلى التحدث عن مجال عملك، أو من خلال تقديم نصائح مفيدة والرد على التعليقات والتفاعل مع العملاء.

الخطوة الرابعة: تكوين علاقات مع عملائك

من المهم جدًا العثور على مجتمعات عبر الإنترنت مرتبطة بالمجال الذي ينتمي إليه عملك، ثم البقاء على تواصل معها، حيث يعدّ من المفيد معرفة تلك المجتمعات التي يشارك فيها أفراد من نفس المجال بوجهات نظرهم، ومن خلال المساهمة في المناقشات وبكونك عضوًا نشطًا يمكنك البدء في بناء العلاقات.

الخطوة الخامسة: الاستمرار في تحسين استخدام التحليلات

بمجرد أن تبدأ في بناء تواجد على الإنترنت خاص بعملك، من المهم أن تعرف ما إذا كانت جهودك تؤتي ثمارها بشكل جيد، حتى تستمر في أسلوبك أو تحسينها من أجل الوصول إلى أهدافك. وتعدّ **تحليلات جوجل** (Google Analytics) أداة رائعة مجانية لتتبع زوّار الموقع الإلكتروني وقياس أدائه.

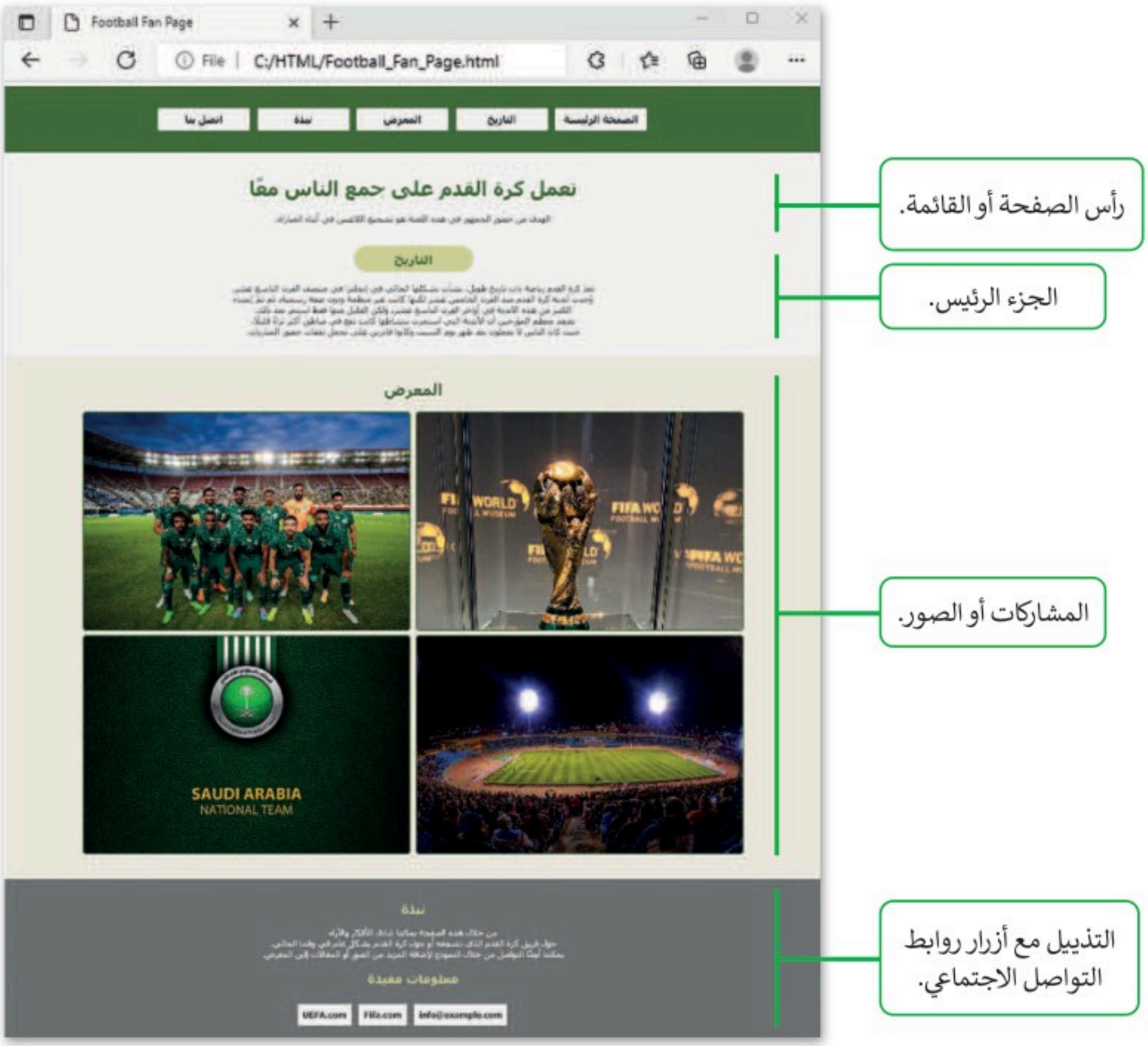
تحليلات جوجل: هي أداة لتحليل البيانات يمكنك استخدامها لتتبع وتحليل أداء الموقع الإلكتروني الخاص بك، وهي منصة متاحة لأي شخص لديه حساب جوجل (Google). ولبدء العمل باستخدام هذه الأداة، استخدم الرابط: https://analytics.google.com.

زيادة التواجد على الشبكة العنكبوتية

زيادة التواجد عبر الموقع الإلكتروني

التواجد على الشبكة العنكبوتية هو عامل حاسم في عالم التسويق، وتتمثل إحدى طرق زيادة التواجد على الشبكة العنكبوتية في استخدام المواقع الإلكترونية، ويجب أن يكون الموقع الإلكتروني مصمم بشكل جذاب وسهل التصفح وأن يوفر محتوى يعبر بشكل جيد عن المنشأة، وأن يتكون من:

- **رأس الصفحة** (Header)، ويحتوي على أزرار قائمة الموقع.
- **الجزء الرئيس** (Main Part)، ويحتوي على وصف الموقع.
- جزء يحتوي على المشاركات من الموقع، على سبيل المثال: المقالات أو الصور.
- **التذييل** (Footer)، ويحتوي على معلومات التواصل مع الشركة وأزرار روابط التواصل الاجتماعي الخاصة بها.



يعد المحتوى، وسهولة الاستخدام، والشكل الجمالي، ووضوح الرؤية، والتفاعل، العناصر الخمس الأساسية لتصميم الموقع الإلكتروني، ويسهم كل منها بطريقته الخاصة في تجربة المُستخدِم (User Experience) الإجمالية.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

طرق الترويج لموقع إلكتروني

يعتمد الترويج لموقع إلكتروني على **تحسين محركات البحث** (Search Engine Optimization - SEO)؛ لجذب المزيد من الزوار من خلال نتائج محركات البحث، وبمعنى آخر، يتضمن تحسين محركات البحث إجراء تغييرات معينة على تصميم الموقع ومحتواه مما يجعل الموقع أكثر فاعلية مع محرك البحث.

وتحرص محركات البحث على تقديم أفضل خدمة لمستخدميها، ويترجم هذا عمليًا من خلال تقديم نتائج بحث ذات جودة عالية وذات صلة بما يبحث عنه المُستخدِم، ومن أجل القيام بذلك تفحص محركات البحث المواقع الإلكترونية المختلفة وتمر على محتواها؛ لمعرفة الغرض من الموقع بشكل أفضل ولتقديم نتائج مرتبطة بمواضيع البحث أو الكلمات المفتاحية التي يبحث عنها بعض المُستخدِمين. إن تحسين محركات البحث هي العملية التي تقوم بها الشركات والمؤسسات للتأكد من أن موقعها يحتل مرتبة عالية في نتائج محركات البحث عند البحث عن عبارات معينة أو بعض الكلمات المفتاحية.

يمكن تحسين الموقع الخاص بالنشاط التجاري باستخدام تحسين محركات البحث باتباع بعض النصائح. من أمثلة ذلك: النظر في كيفية بحث العملاء عن المنتجات أو الخدمات المعينة، واستخدام الكلمات الرئيسة على الموقع الإلكتروني، وتحديث محتوى الموقع الإلكتروني بانتظام، وملاحظة الكلمات الرئيسة الجديدة ذات الصلة بالمنتجات أو الخدمات، والبقاء على اطلاع دائم على ما توليه محركات البحث من أهمية عند ترتيب الصفحات الإلكترونية.



زيادة التواجد عبر وسائل التواصل الاجتماعي

تعد وسائل التواصل الاجتماعي أداة قوية للتسويق الإلكتروني؛ لأنها تسهل على الشركات مشاركة الأفكار والمعلومات من خلال الشبكات والمجتمعات الافتراضية. وتعتمد وسائل التواصل الاجتماعي على الإنترنت وتتيح للمُستخدِمين اتصالًا إلكترونيًا سريعًا لعرض المحتوى مثل: المعلومات الشخصية، والمستندات، ومقاطع الفيديو، والصور. وأكثر وسائل التواصل الاجتماعي شيوعًا: X (تويتر سابقًا) و**إنستغرام** (Instagram) و**فيسبوك** (Facebook).

إنستغرام (Instagram)

هو تطبيق للتواصل الاجتماعي تم تصميمه لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو من أجهزة الحاسب والهواتف الذكية والآيباد، وعلى غرار تويتر فإن كل شخص ينشئ حساب إنستغرام يمتلك ملفًا شخصيًا و**تغذية أخبار** (News Feed) داخل التطبيق.

يعتبر إنستغرام نسخة مبسطة من فيسبوك ولكن مع التركيز على استخدام الهاتف الذكي وتحديدًا الجانب المرئي، وكما في وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، يمكنك التفاعل مع المستخدمين الآخرين من خلال المتابعة والتعليق، و تسجيل الإعجاب، **ووضع العلامات** (Tagging)، وإرسال واستقبال الرسائل الخاصة.

وعندما تنشر صورة أو مقطع فيديو عليه، يتم عرضها في الملف الشخصي، ويرى المستخدمون الآخرون الذين يتابعون حسابك مشاركاتك،حيث تكون المشاركات الحديثة في الأعلى بينما يمكن مشاهدة المشاركات الأقدم أثناء التمرير لأسفل، وبالمثل، سترى مشاركات المُستخدِمين الآخرين الذين تختار متابعتهم.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

عند إنشاء حساب على إنستغرام لأول مرة، سواء كان ذلك لك أو لشركة، ستبدأ تلقائيًا بتسجيل ملف تعريف شخصي، ومع ذلك يمكنك تغيير ملف التعريف الشخصي إلى حساب احترافي فيه مزيد من الميزات والأدوات المتميزة. يمكن أن تساعدك هذه الأدوات على فهم العميل بشكل أفضل وتحسين وصول النشاط التجاري له.

مثال على الحساب الشخصي في إنستغرام

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

مثال على الحساب الاحترافي في إنستغرام

شعار الحدث.

اسم الحدث والتفاصيل.

يوفر الحساب الاحترافي معلومات **الرؤى** (insights).



يُعدُّ التسويق الإلكتروني من خلال إنستغرام مناسبًا للشركات الكبيرة والصغيرة؛ نظرًا لعدد المُستخدِمين المتزايد باستمرار والذي يضم أكثر من مليار مستخدم، ويتفاعل أكثر من نصفهم مع قصص إنستغرام (Instagram Stories) بشكل يومي، ويتابع أي مستخدم عليه نشاطًا تجاريًا واحدًا على الأقل، وتزيد نسبة شراء المُستخدِمين لأحد المنتجات من خلال الهاتف الذكي عن 70%.

يمكنك عرض معلومات الرؤى مثل عدد **الإعجابات** (Likes) و**التعليقات** (Comments) و**المشاركات** (Shares) للمنشور، ويمكنك **تعزيز المنشور** (Boost Post) لزيادة هذه الإحصائيات.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

مميزات الحساب الاحترافي عن الحساب الشخصي:	
رؤى إنستغرام (Instagram Insights)	توفر الحسابات الاحترافية تحليلات حول أداء مشاركاتك مع الجمهور.
تعزيز المنشور (Boost Post)	يمكنك تعزيز منشورات الأعمال باستخدام **إعلانات إنستغرام** (Instagram ads) لتحديد الجمهور المُستهدف، ويقوم إنستغرام بعد ذلك بالترويج لمنشورك ويعرض نتائج الوصول إلى إعلانك في علامة تبويب **الرؤى** (Insights).
زر الاتصال (Contact Button)	يمكنك إضافة معلومات الاتصال الخاصة بك إلى الملف التعريفي في حسابك الخاص على إنستقرام، ويمكن للعملاء الحاليين والمحتملين زيارة ملفك التعريفي واستخدام هذا الزر للوصول إليك.
التسوق عبر إنستغرام (Instagram Shopping)	يمكن لمستخدمي إنستغرام الذين لديهم حسابات احترافية استخدام إمكانات المتاجر عبر الإنترنت والمنشورات القابلة للتسوق في إنستغرام، وهذا يجعلها مثالية لمواقع التجارة الإلكترونية وتجار التجزئة.

يعتبر إنستغرام منصة جيدة للشركات، ويعتبر استخدام خيار إنستغرام الخاص بالتسويق الإلكتروني خطوة مهمة لزيادة مبيعات الأعمال التجارية، ويمكنك الترويج لمنتجاتك أو خدماتك على هذه المنصة عن طريق نشر الصور والمواد الأخرى وجمع أكبر قدر ممكن من الإعجابات، مما يعني جعل المنتج مرئيًا لعدد متزايد من المُستخدِمين عبر الإنترنت.

إن المفتاح الرئيس للحصول على المزيد من المشاهدات والإعجابات لمنتجك هو وجود أكبر عدد ممكن من المتابعين، فالقاعدة الأساسية هي أنه إذا كان لديك العديد من المتابعين، يمكنك كسب المزيد من الإعجابات، وهكذا يتم الترويج لمنتجك بشكل جيد.

التسويق واسع الانتشار

يطلق مصطلح **التسويق واسع الانتشار** (Viral Marketing) على طريقة التسويق التي يتم من خلالها تشجيع المستهلكين على مشاركة معلومات حول منتجات شركة أو خدماتها عبر الإنترنت.

تعتمد طريقة التسويق هذه على إستراتيجية عمل ترتكز على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للترويج لأحد المنتجات. ويشير اسم هذا النوع من التسويق إلى كيفية مشاركة المعلومات من مستخدمي الشبكات حول منتج مع أشخاص آخرين، وإثارة الاهتمام والبيع المحتمل لعلامة تجارية معينة أو أحد المنتجات عن طريق المشاركات والرسائل والتغريدات التي تنتشر بسرعة، وعن طريق المشاركة الشفهية التي يتم تعزيزها بقوة تأثير شبكة الإنترنت وشبكات الهواتف الذكية.

يستخدم بعض المؤثّرين (Influencers) منصة إنستغرام وهم ذوي مصداقية وجمهور واسع، مما يمنحهم الفرصة ليتمكنوا من إقناع الآخرين بحكم مصداقيتهم والثقة الممنوحة لهم، ولكن ليس كل ما يسوقه المؤثّرون يقع في دائرة اهتماماتك، وعليك أن تكون واعيًا لما يقدمونه من محتوى واشتر فقط ما يفيدك.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

آلية عمل حملات التسويق واسعة الانتشار:

1	يقوم المؤثّر (مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي الذي لديه الكثير من المتابعين) بإنشاء مقطع فيديو أو أي نوع آخر من المحتوى يجذب المجموعة المستهدفة.
2	يشارك المؤثّر ذلك المحتوى على الإنترنت ويروج له.
3	يقوم متابعيه بإعادة نشره أو مشاركته على منصات التواصل الاجتماعي.
4	كلما زاد عدد المشاركات وإعادة النشر، زاد المحتوى انتشارًا.

يوجد نوعان من إستراتيجيات النشر الخاصة بمقاطع الفيديو الترويجية لمنتج أو لعلامة تجارية معينة وهما: الإستراتيجية الظاهرة والإستراتيجية المخفية.

الإستراتيجية الظاهرة

في الإستراتيجية الظاهرة، يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد إعلانات أو محتوى لعلامة تجارية. مثال: عندما تعلن العلامة التجارية للمياه المعدنية عن منتجاتها من خلال التأكيد على جودة وتكوين المياه المعدنية ومدى فائدتها للصحة.

الإستراتيجية المخفية

في الإستراتيجية المخفية، لا يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد إعلانات أو محتوى لعلامة تجارية، حيث يتم إخفاء مشاركة العلامة التجارية ولا يتم الكشف عنها إلا لاحقًا. مثال: عندما تعلن العلامة التجارية للمياه المعدنية عن منتجاتها من خلال عرض لاعب كرة قدم يشرب الماء بعد مجهود وعناء التدريب. عندما تُطبق تقنيات التسويق المخفية، من المهم أن تحذر للغاية حتى لا يشعر المستهدفون من الإعلان بالخداع أو الغش، وبغض النظر عن الإستراتيجية التي تختارها، فإن الشيء الأكثر أهمية هو عدم عرض "رسائل غير مرغوب بها" أو تجاوز الحدود أثناء مشاركة المحتوى.

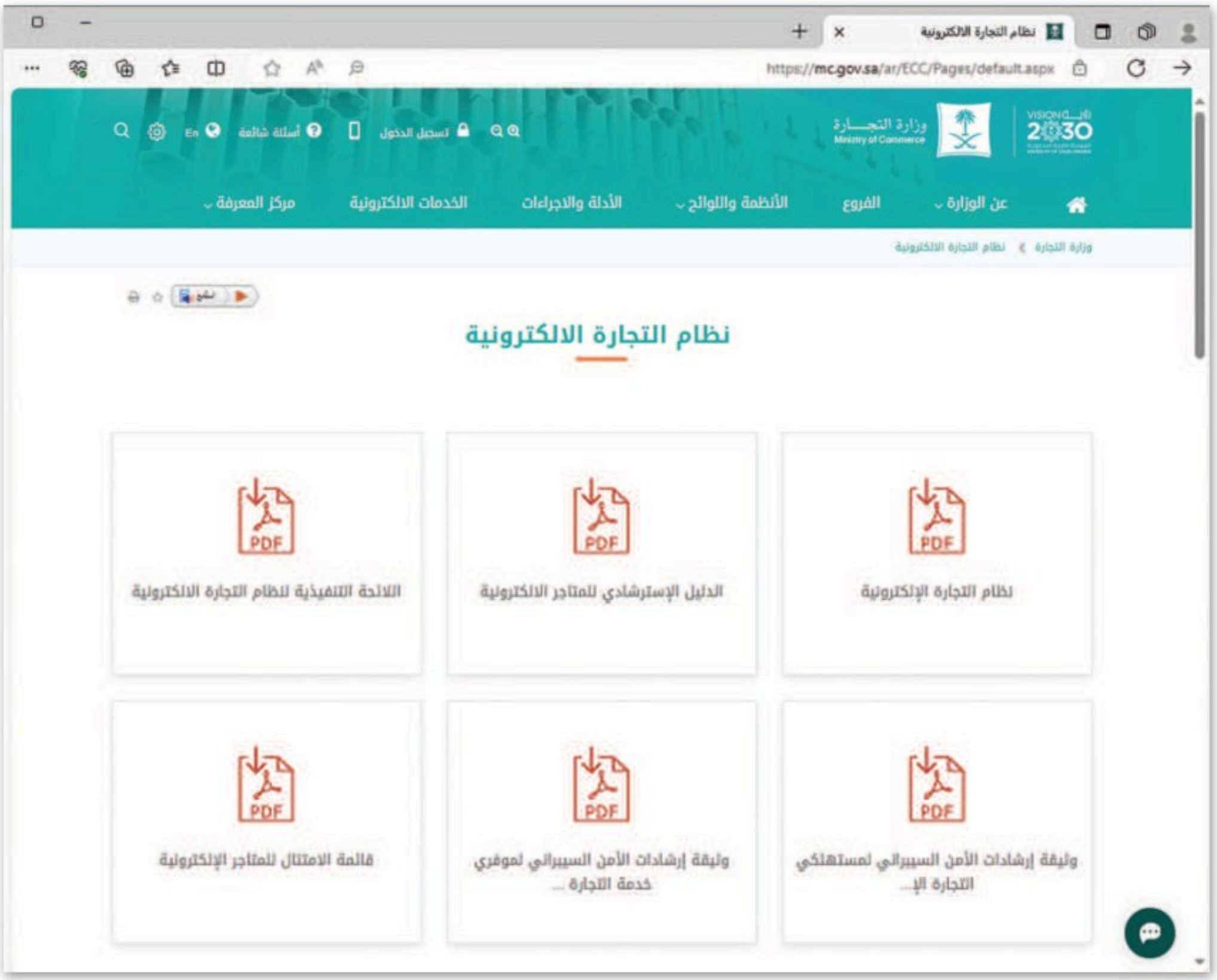
ضوابط التسويق الإلكتروني

يتفاعل مليارات الأفراد في جميع أنحاء العالم من خلال استخدام مختلف التقنيات، مما أدّى إلى إيجاد مجتمع رقمي يوفر لأعضائه فرصًا للتعليم والتوظيف والترفيه والتفاعل الاجتماعي. وكما هو الحال في أي مجتمع، من المتوقع أن يكون سلوك المواطنين الرقميين محددًا وفقًا للمعايير والقواعد والقوانين المقبولة، وينطبق نفس الأمر على الشركات أيضًا.

تتبع معظم الشركات سياسة لقواعد السلوك التي تتوقع من موظفيها الالتزام بها، وينطبق نفس الأمر كذلك على وسائل التواصل الاجتماعي التي تعتمد إرشادات محددة، حيث تشير هذه الإرشادات إلى أنه يجب على أصحاب العمل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عن طريق معدات الشركة فقط عندما تكون مرتبطة بالعمل، كما يُحظر على أصحاب العمل نشر أي معلومات سرية للشركة على وسائل التواصل الاجتماعي (على سبيل المثال: قوائم العملاء، والبيانات المالية غير العامة، وإستراتيجيات العمل، وخطط المبيعات وغيرها). بالإضافة إلى ذلك، يجب على الشركات تحديد قوانين حقوق النشر، والتأكد من معرفة الموظفين بوجود قيود قانونية على استخدام الصور والمقاطع الصوتية ومقاطع الفيديو والرسومات، كما يجب أن يكون الموظفون قادرين على استخدام شعار الشركة، ومع ذلك من المهم للشركات تقديم أمثلة محددة عندما لا ينبغي استخدام الشعار.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

هناك التزامات قانونية يجب مراعاتها في عملية التسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية. وبشكل أكثر تحديدًا، حددت وزارة التجارة ضوابط إلزامية ونشرتها على موقعها الإلكتروني الرسمي تُنظم آليات الإعلانات التجارية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي يجب أن تكون متوافقة مع قواعد التجارة الإلكترونية، وتنص هذه الضوابط على أن يقدّم المُعلن المواد الإعلانية، ويذكر اسم المنتج والخدمة المعلن عنها واسم موفر الخدمة. وتتحقق هذه الفحوصات أيضًا من أن الإعلان لا يقدم ادعاءات كاذبة أو مضللة للمستهلك، ولا يعلن عن أي مُنتج أو علامة تجارية مقلدة.



يمكنك زيارة:

https://mc.gov.sa/ar/ECC/Pages/default.aspx

للتعرف على الالتزامات القانونية للتسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

لنطبق معًا

تدريب 1

- زُر الرابط التالي:

https://mc.gov.sa/ar/ECC/Pages/default.aspx ودوّن بعض الالتزامات الأساسية القانونية للتسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.

.....

.....

.....

تدريب 2

- افترض أنك تدير شركة تبيع أجهزة الحاسب كمنتج. اكتب الخطوات التي عليك اتباعها لتحقيق تواجد فعال على الشبكة العنكبوتية .

.....

.....

تدريب 3

- عليك إجراء بحث عن الطريقة التي يمكنك بها استخدام برنامج وورد بريس (WordPress) لنظام إدارة المحتوى وذلك لإنشاء متجر إلكتروني.
- من خلال زيارة الموقع الإلكتروني لخدمة معروف: https://maroof.sa يمكنك الاطلاع على قائمة من المتاجر التي ستساعدك على رؤية أنواع مختلفة منها.
- بعد ذلك ابحث عن كيفية استخدام أداة تحليلات جوجل (Google Analytics) للحصول على المعلومات الضرورية عن الموقع.

.....

.....

اكتب الخطوات الأساسية التي عليك اتباعها لتثبيت أداة تحليلات جوجل.

.....

.....

تدريب 4

لنفترض أنك تملك متجر إلكتروني وتبيع قطع غيار أجهزة الحاسوب وأنك ستقوم بالترويج لمتجرك في المملكة العربية السعودية باتباع إستراتيجية التسويق الإلكتروني. اكتب بعض الالتزامات القانونية التي يجب أن تأخذها في الاعتبار.

.....

.....

.....

تدريب 5

افتح متصفح مايكروسوفت إيدج وزُر صفحة إنستغرام الرسمية الخاصة برؤية السعودية 2030 (https://www.instagram.com/saudivision2030/)، شاهد الصفحة واكتب:

عدد المتابعين (followers) لها:

عدد المنشورات (posts) فيها:

معلومات السيرة الذاتية (Bio information):

ثم اضغط على أحد المنشورات فيها واكتب:

عدد الإعجابات (likes):

عدد التعليقات (comments) عليه:

.....

.....

.....

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

الدرس الثاني:

التسويق عبر البريد الإلكتروني

تعلمت في الدرس السابق أن التسويق الإلكتروني لا يقتصر على التسويق عبر المواقع الإلكترونية بل يمكن للشركات استخدام مجموعة من التقنيات عبر الإنترنت للتسويق الإلكتروني لمنتجاتها، مثل التسويق عبر البريد الإلكتروني، والتسويق عبر المدونات والتسويق بالمقالات. وفي هذا الدرس ستتعلم التسويق عبر البريد الإلكتروني وكيفية إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني بشكل مفصل.

التسويق عبر البريد الإلكتروني

التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing) هو وسيلة تسويق مباشرة تتيح للشركات مشاركة المنتجات الجديدة، والمبيعات، والتحديثات مع العملاء من خلال قائمة جهات الاتصال الخاصة بها. تحول التسويق عبر البريد الإلكتروني الحديث من **البريد الجماعي العام** (General Mass Mailing) إلى التركيز بشكل أكبر على المحتوى و**البريد الإلكتروني المخصص** (Personalization Email). وقد يبدو هذا مضيعة للوقت، ولكن على المدى الطويل، لا تؤدي إستراتيجية التسويق عبر البريد الإلكتروني المصممة جيدًا إلى زيادة المبيعات فقط، بل تساعد في بناء مجتمع حول علامتك التجارية.

أنواع رسائل البريد الإلكتروني التسويقية:	
رسائل ترويجية (Promotional)	تُستخدم للترويج لعروض خاصة وإصدارات المنتجات الجديدة وما إلى ذلك. ويمكن أن تتكون من 3 رسائل وتصل إلى 10، وتُرسل على مدار عدة أيام أو أسابيع.
رسائل خاصة بالمعلومات (Informational)	تُعرف أيضًا **بالرسائل الإخبارية** (Newsletters)، وتشارك الأخبار المتعلقة بالأعمال، وتُرسل على فترات منتظمة (كل أسبوع أو كل أسبوعين أو كل شهر)، وتساعد في الحفاظ على التواصل مع **المشتركين في البريد الإلكتروني** (Email Subscribers).
رسائل خاصة بالإعلانات (Announcements)	هي الطريقة الأفضل لإبلاغ العملاء بإعلانات الشركة، وإطلاق المنتجات الجديدة، والتغييرات في الخدمة وغير ذلك، وتعتبر آمنة وفورية، وتبدو الإعلانات أكثر أهمية ورسمية من خلالها.
رسائل خاصة بإعادة المشاركة (Re-engagement)	تساعد في إعادة الاتصال بالعملاء أو المشتركين الذين لم يكونوا نشطين مؤخرًا، ويكون البريد الإلكتروني للتذكير، ويطلب من العميل اتخاذ إجراء يتعلق بالمنتج أو الخدمة المعينة.

أهمية التسويق عبر البريد الإلكتروني

يساعدك إنشاء إستراتيجية تسويق قوية عبر البريد الإلكتروني في الوصول إلى العملاء المستهدفين، والتواصل معهم بطريقة شخصية، وزيادة المبيعات بتكلفة مقبولة، وتتمتع رسائل البريد الإلكتروني بالقدرة على إبقاء العملاء على اطلاع بالتحديثات، وتمكنهم من التحقق من بريدهم الإلكتروني عندما يكون ذلك مناسبًا لهم، مما يمنحهم الشعور بمدى أهميتهم بالنسبة للشركة. وبشكل عام يستخدم العملاء بريدهم الإلكتروني بشكل متكرر، مما يمكّنك من الوصول إليهم في وقت أسرع. ومن مميزات التسويق عبر البريد الإلكتروني أن تكلفته مقبولة ويسهل قياس نتائجه، ويسمح بالرسائل المستهدفة، ويزيد من الوعي بالعلامة التجارية، وذلك بناءً على حقيقة أن كل شخص يستخدم البريد الإلكتروني.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

كيفية اختيار منصة التسويق عبر البريد الإلكتروني

توجد العديد من منصات التسويق عبر البريد الإلكتروني مثل: **سيند إن بلو**(Sendinblue)، و**ميل تشيمب** (Mailchimp)، و**كونستانت كونتاكت** (Constant Contact)، و**كونفرت كيت** (Convertkit)، و**ميل جيت** (Mailjet)، و**ميلر لايت** (Mailerlite)، و**هبسبوت** (HubSpot)، ولكن اختيار المنصة يعتمد على مجموعة من المحددات مثل طبيعة العمل والميزانية.

محددات اختيار منصة التسويق المناسبة:	
الميزانية	إذا كانت محدودة للغاية، فعليك استخدام منصات تقدم أسعارًا رخيصة مثل: منصتي **ميل تشيمب** (Mailchimp) و**كونستانت كونتاكت** (Constant Contact) لتكون نقطة البداية.
أنواع رسائل البريد الإلكتروني	تمنح أنواع رسائل البريد الإلكتروني التي تخطط لإرسالها وتكرارها فكرة عن حجم البريد الإلكتروني المطلوب (مثل: عدد الرسائل التي يتم إرسالها).
التصميم	إذا كنت مبتدئًا تمامًا في عملية التصميم، فإن **محرر البريد الإلكتروني بالسحب والإفلات** (Drag-and-Drop Email Editor) هو الخيار الأنسب لك، وكذلك **قوالب البريد الإلكتروني** (Email Templates) ستكون مفيدة جدًا أيضًا. ومن ناحية أخرى إذا كنت تفضل برمجة الرسائل من البداية، فيمكنك استخدام محرر **لغة ترميز النص التشعبي** (HTML).
رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بالمُعامَلات (Transactional Emails)	إذا كان من المتوقع أن ترسل رسائل بريد إلكتروني خاصة بالمُعامَلات عن الأعمال التجارية، فهناك خياران وهما: إدارة رسائل البريد الإلكتروني باستخدام خدمة منفصلة، واختيار إنشاء جميع رسائل البريد الإلكتروني باستخدام أداة مثل منصة **سيند إن بلو**(Sendinblue).

كيفية تصميم بريد إلكتروني تسويقي

لا يجب أن يكون تصميم البريد الإلكتروني صعبًا أو تقنيًا للغاية، فمن خلال استخدام محرر السحب والإفلات، يمكنك إنشاء حملات تسويقية احترافية ومذهلة بسهولة. ولا توجد حاجة للتركيز على إنشاء رسائل بريد إلكتروني رائعة ومتقنة، ولكن الأهم من ذلك هو التركيز على إنشاء بريد إلكتروني يمثل العلامة التجارية، وقد يعني هذا في كثير من الأحيان إبقائها بسيطة، ويمكنك دائمًا تحسين التصميم لاحقًا مع تطور مهاراتك.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني

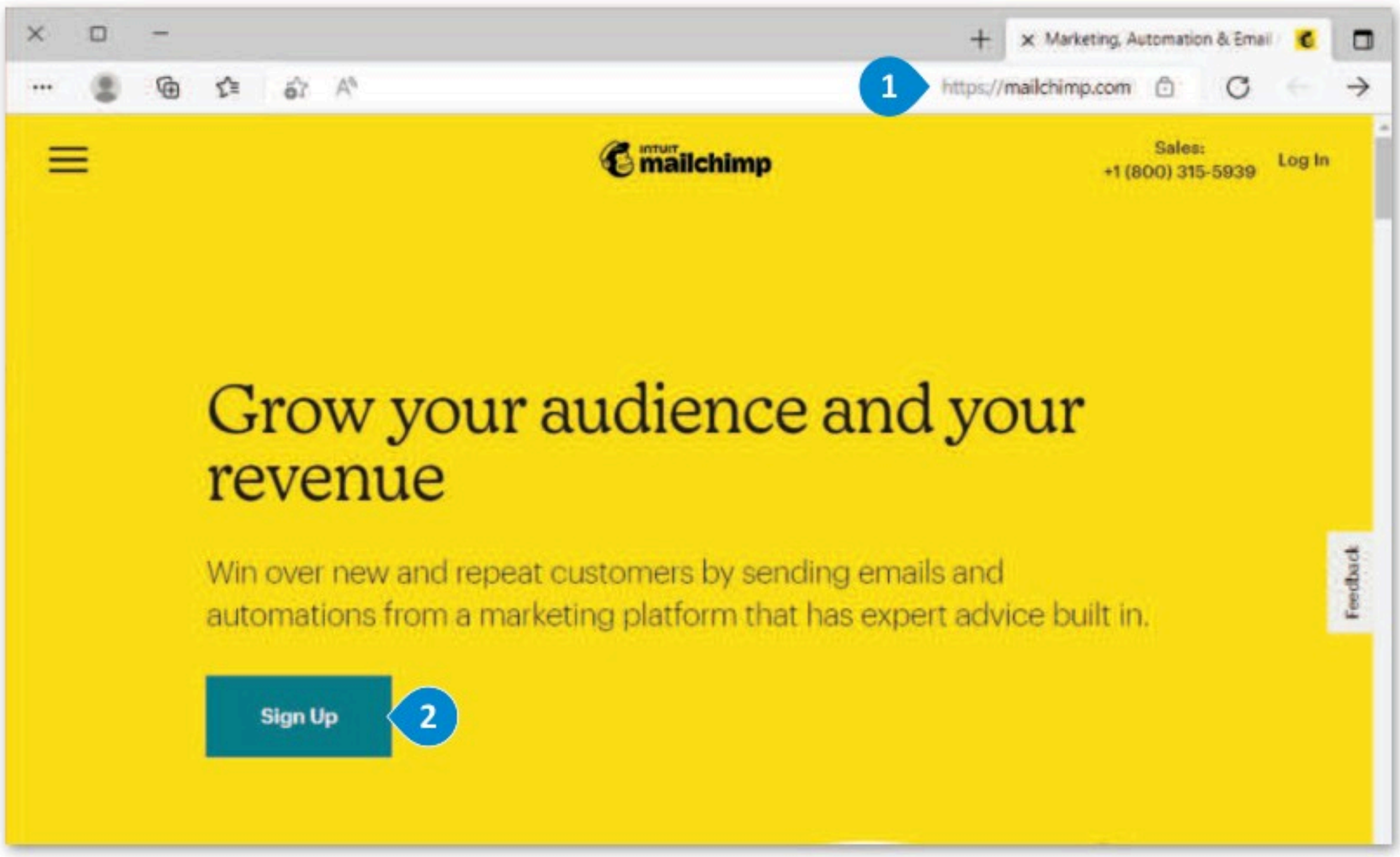
ستستخدم منصة **ميل تشيمب** (Mailchimp) من أجل إنشاء حساب خاص بك وذلك لاستخدامه في التسويق عبر البريد الإلكتروني.

إنشاء حساب

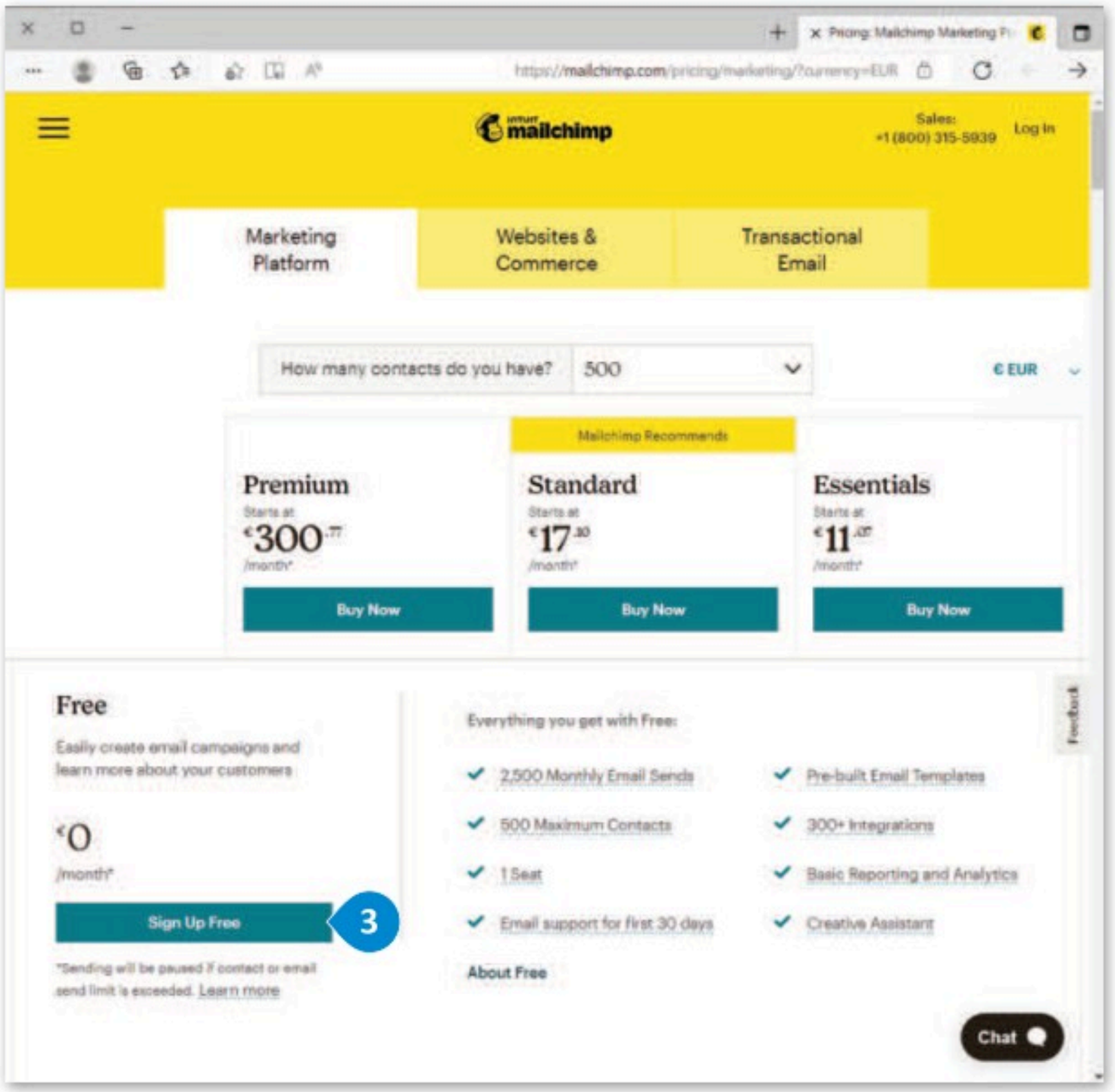
ابدأ بإنشاء حساب على منصة ميل تشيمب.

للتسجيل في منصة ميل تشيمب:

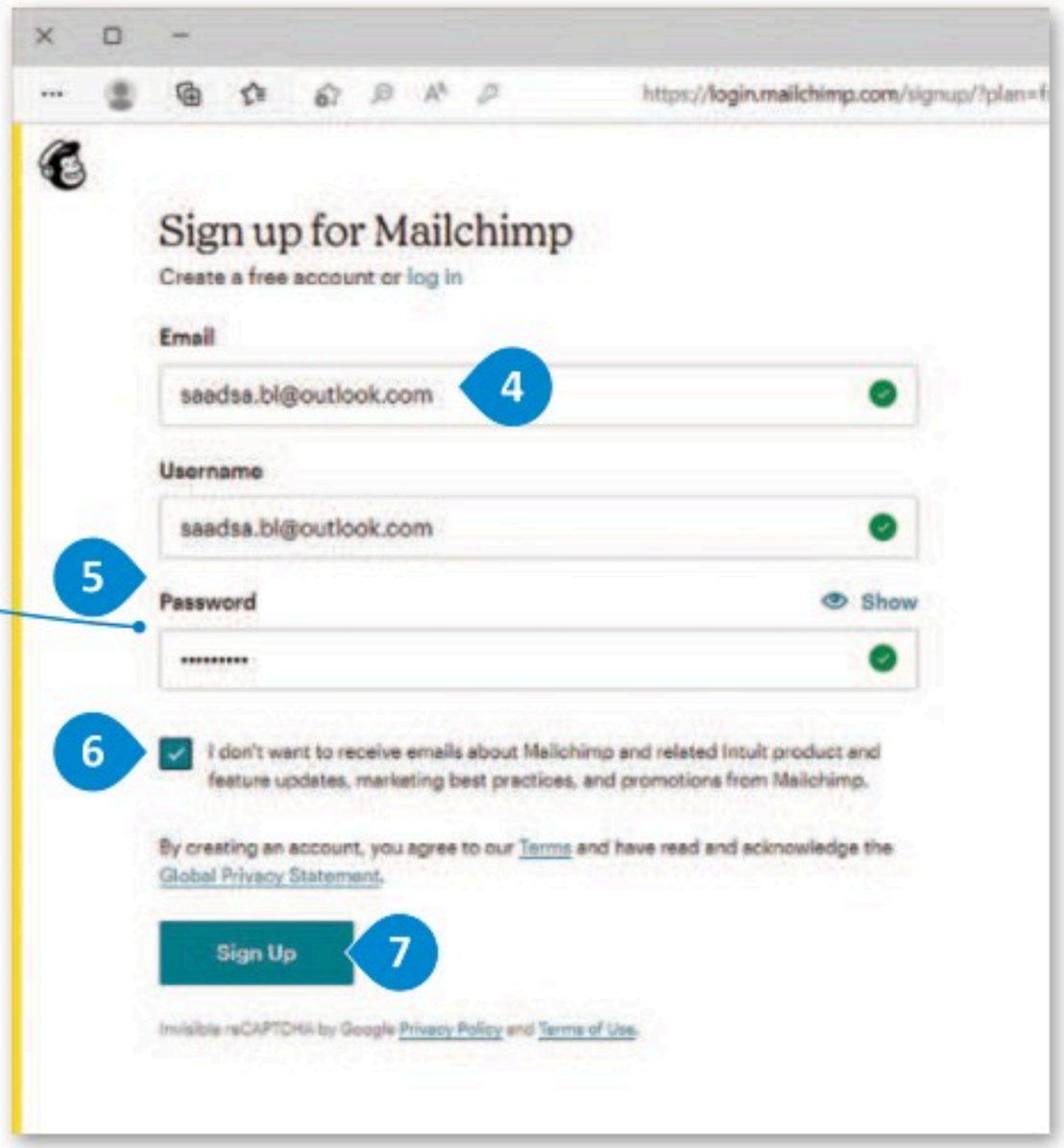
> افتح **Microsoft Edge** (مايكروسوفت إيدج) واكتب " mailchimp.com". 1
> في منصة **Mailchimp** (ميل تشيمب) اضغط على **Sign Up** (تسجيل). 2
> اضغط على **Sign Up Free** (تسجيل مجاني). 3
> اكتب البريد الإلكتروني الخاص بك. 4
> اكتب اسم المُستخدِم وكلمة المرور. 5
> حدد الخيار الخاص بعدم تلقي رسائل بريد إلكتروني من منصة ميل تشيمب. 6
> اضغط على **Sign Up** (تسجيل). 7
> تحقق من بريدك الإلكتروني واضغط على الرابط المقابل لتفعيل الحساب. 8

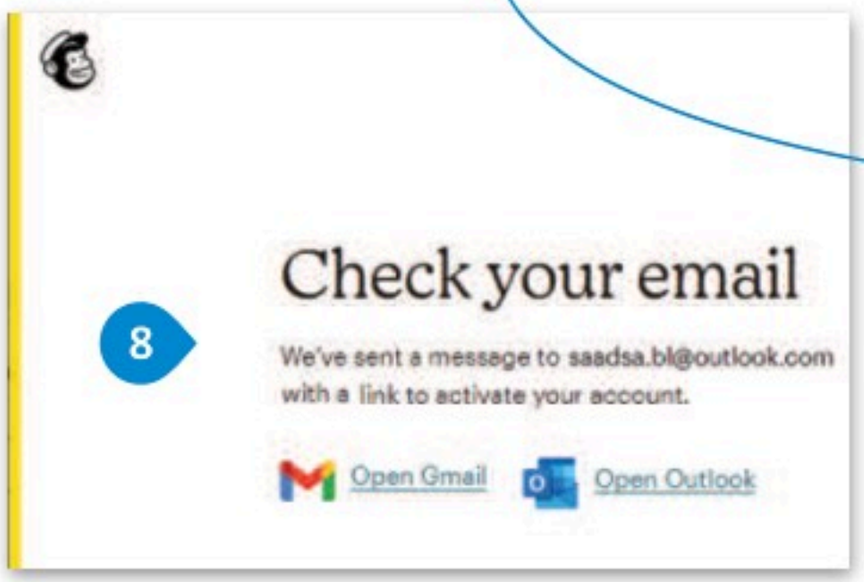


وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446



يمكنك إنشاء كلمات مرور قوية عن طريق التفكير في كلمة أو عبارة واستبدال بعض الأحرف برموز وأرقام لتتمكن من تذكرها بسهولة.





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إعدادات الحساب

بعد إنشاء حسابك وتفعيله، عليك اختيار خطة التسويق المناسبة ومن ثم يمكنك إضافة بعض المعلومات الشخصية.

لإعداد الحساب الخاص بك:

> اختر خطة التسويق **Free** (المجانية) 1 ثم اضغط على **Next** (التالي). 2

> اكتب بياناتك في مربعي **First name** (الاسم) و **Last name** (اسم العائلة). 3

> في مربع **Business name** (اسم النشاط التجاري) اكتب "مهرجان التمور"، 4 ثم اضغط على **Next** (التالي). 5

> اكتب عنوانك، ثم اضغط على **Next** (التالي). 6

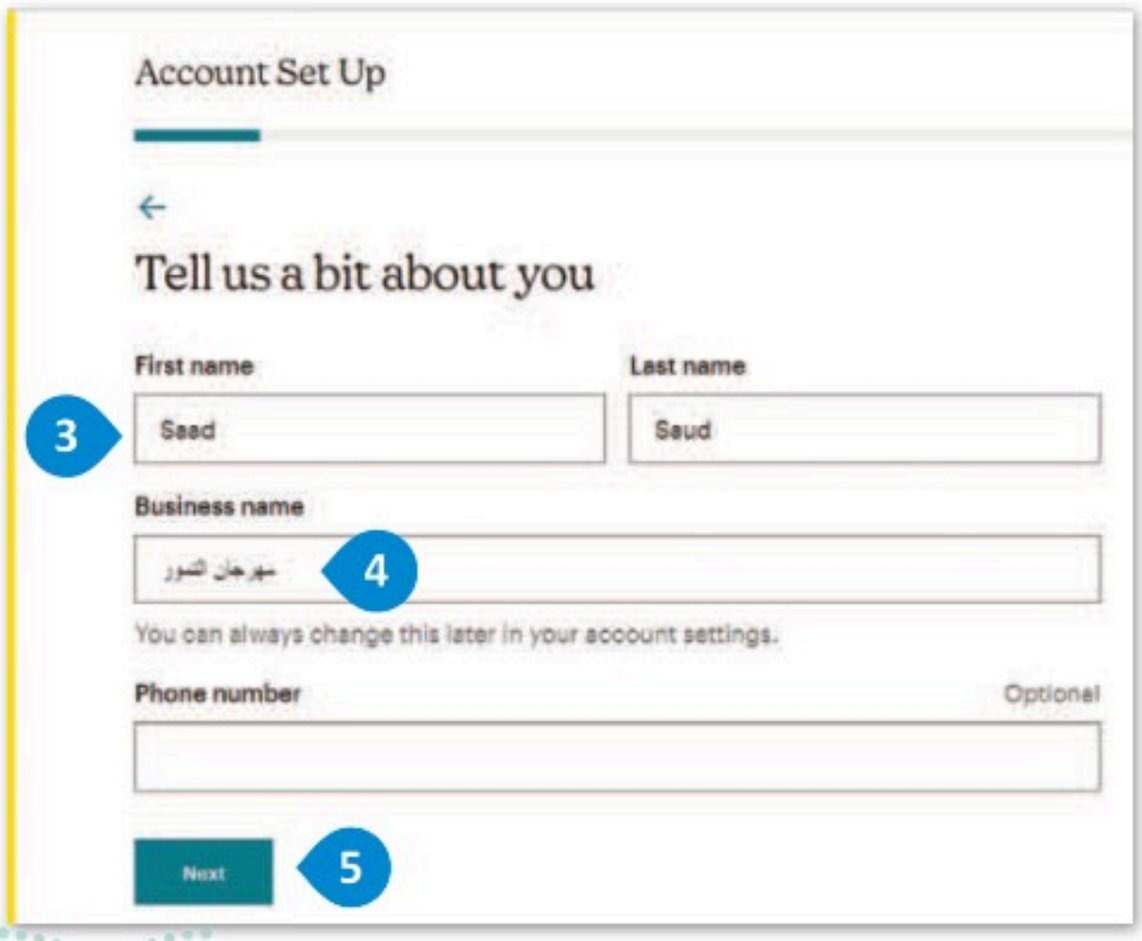
> حدد الغرض من استخدام منصة التسويق عبر البريد الإلكتروني عن طريق تحديد الخيار **Build a website to market my business or sell stuff** (إنشاء موقع إلكتروني لتسويق أعمالي أو بيع الأشياء)، ثم اضغط على **Next** (التالي). 7

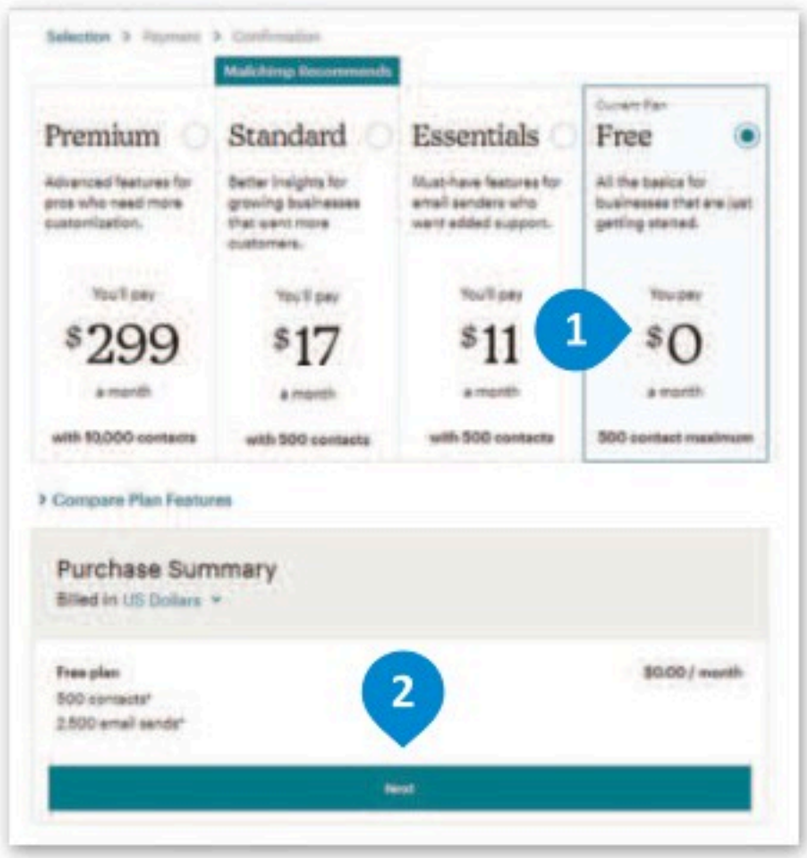
> حدد عدد المشتركين في البريد الإلكتروني الخاص بك عن طريق تحديد الخيار **None yet, I'm just getting started** (لا شيء حتى الآن، أنا على وشك البدء)، ثم اضغط على **Next** (التالي). 8

> اضغط على **Skip** (تخطي). 9

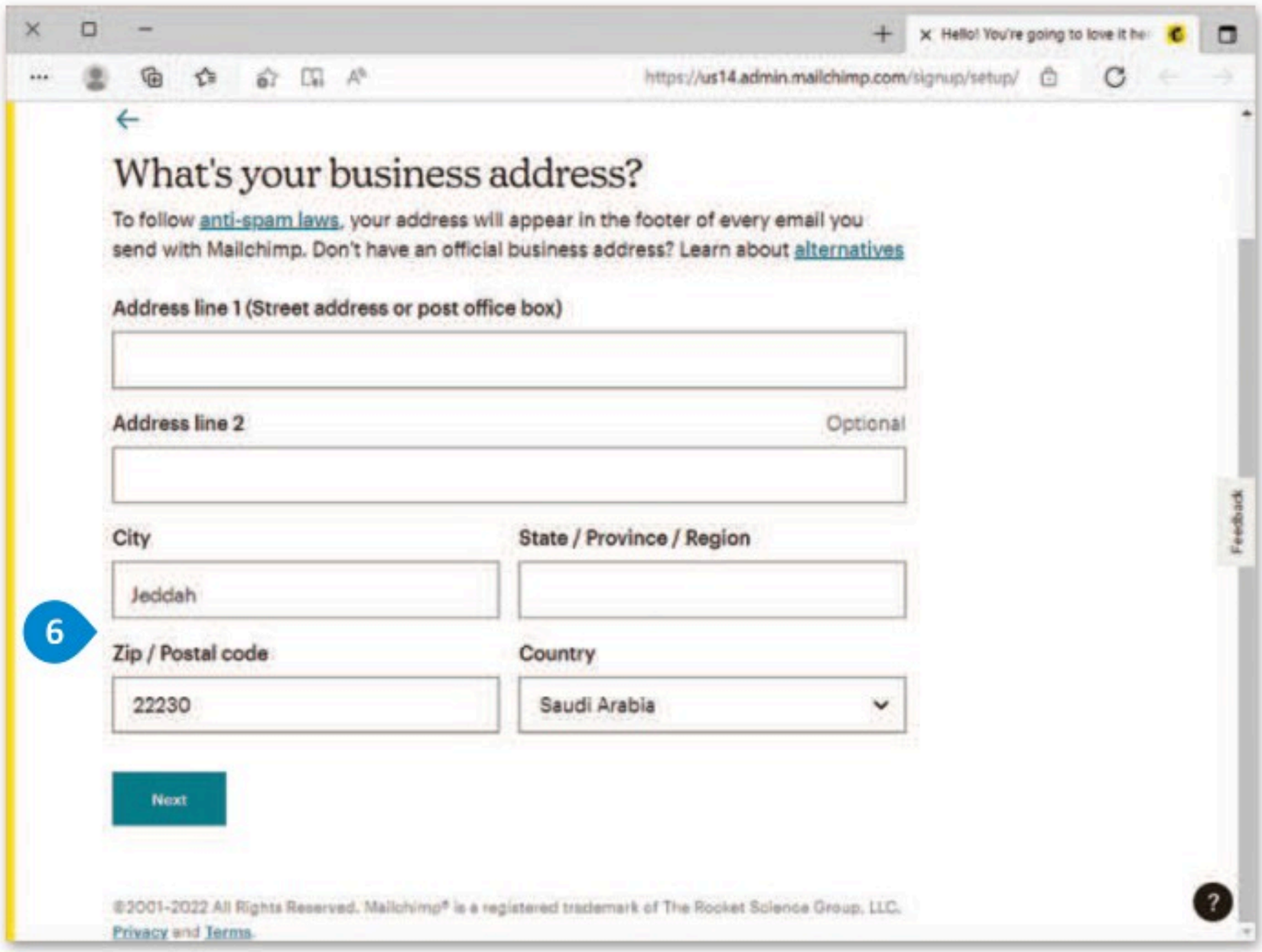
> حدد الخيار **E-commerce Newsletter** (رسالة إخبارية إلكترونية تجارية) لتحديد نوع رسائل البريد الإلكتروني التي ستتلقاها من منصة ميل تشيمب، 10 ثم اضغط على **Finish** (إنهاء). 11

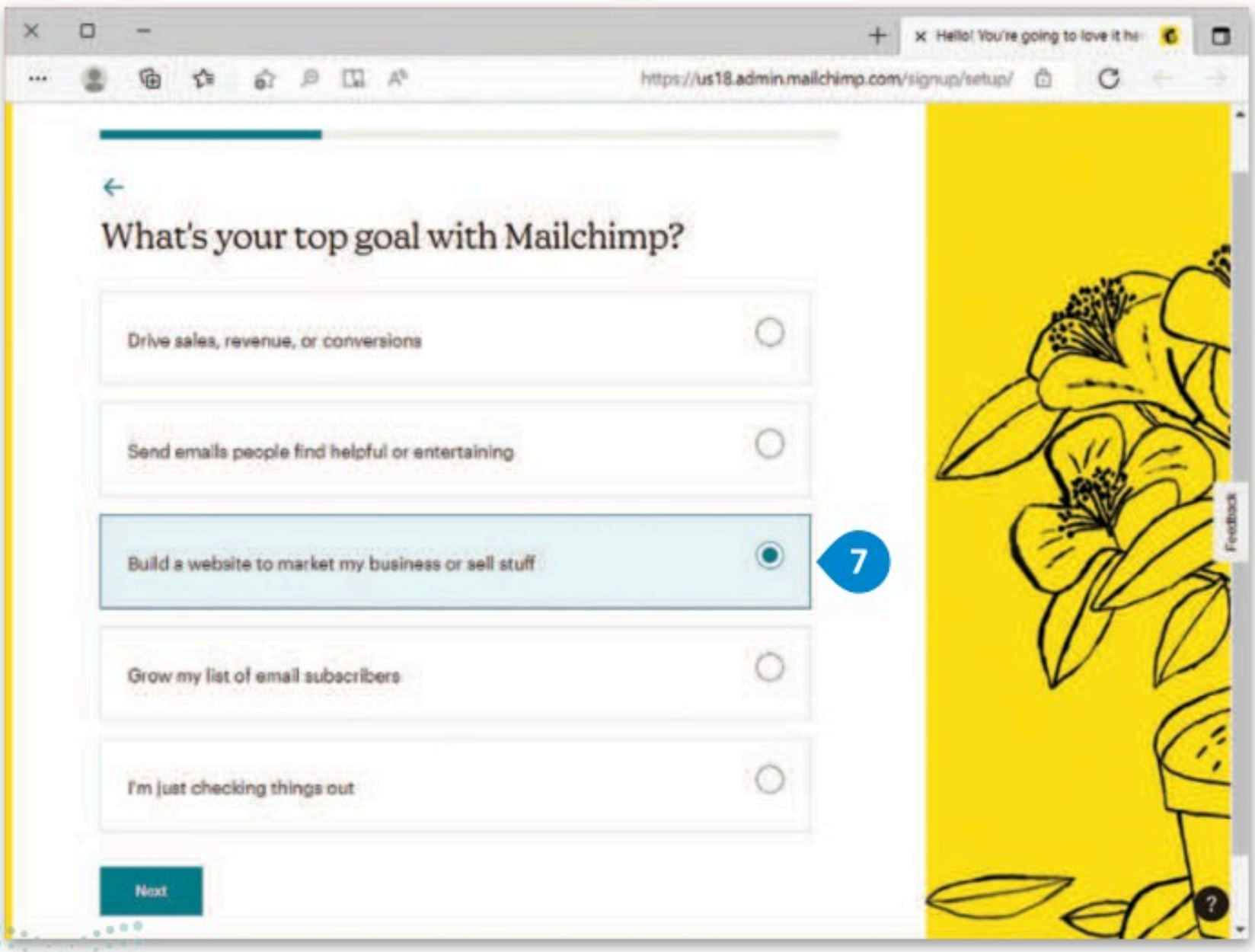
> الحساب جاهز للاستخدام، اضغط على **Let's Go!** (دعنا نذهب). 12





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

https://us14.admin.mailchimp.com/signup/setup/

Account Set Up

How many email subscribers do you have?

An estimate will do. We'll recommend ways to grow and manage your audience based on your answer.

- None yet. I'm just getting started
- 500 or fewer
- 501 - 5,000
- 5,001 - 20,000
- 20,001 - 50,000
- More than 50,000

Next Skip

8



©2001–2022 All Rights Reserved. Mailchimp® is a registered trademark of The Rocket Science Group, LLC.

https://us18.admin.mailchimp.com/signup/setup/

Account Set Up

Get custom designs

Want to import your brand?

Enter your website URL and we'll import your logo, images, colors, and fonts into custom email designs. (It's pretty sweet.)

Website URL

By clicking "Next," you represent and warrant that you own or have permission to use all of the content from this website.

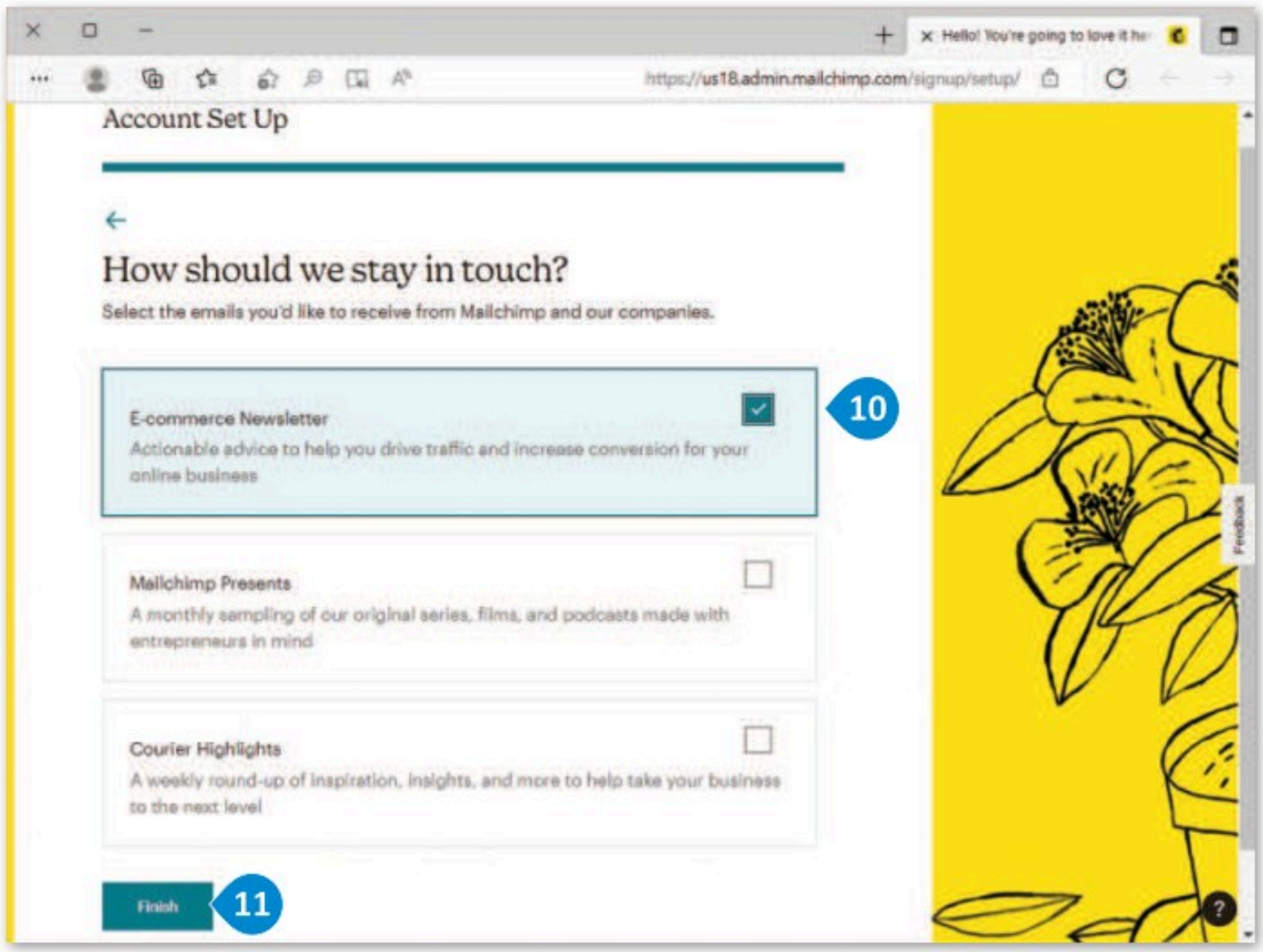
Next Skip

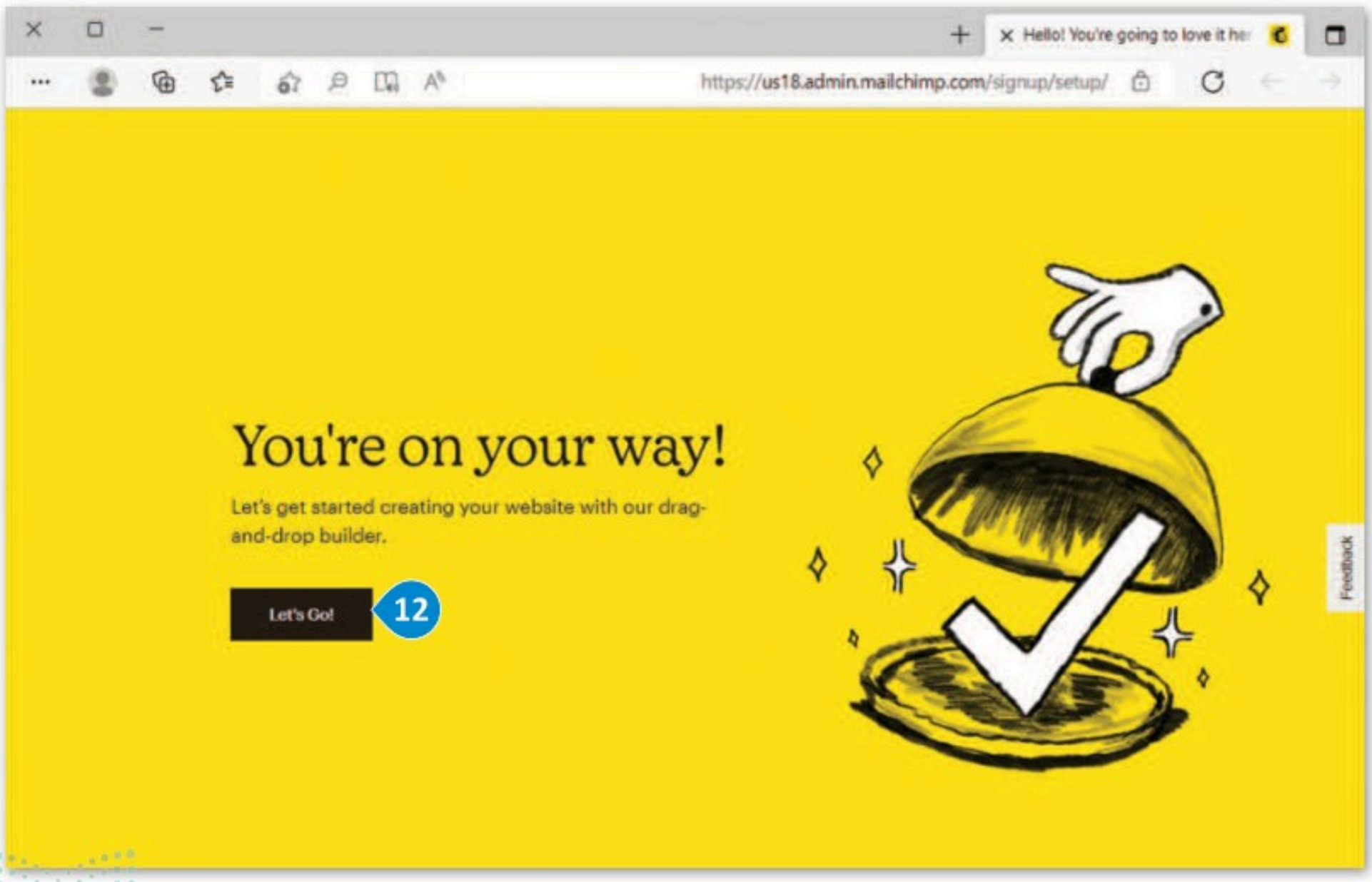
9



©2001–2022 All Rights Reserved. Mailchimp® is a registered trademark of The Rocket Science Group, LLC.
Privacy and Terms.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





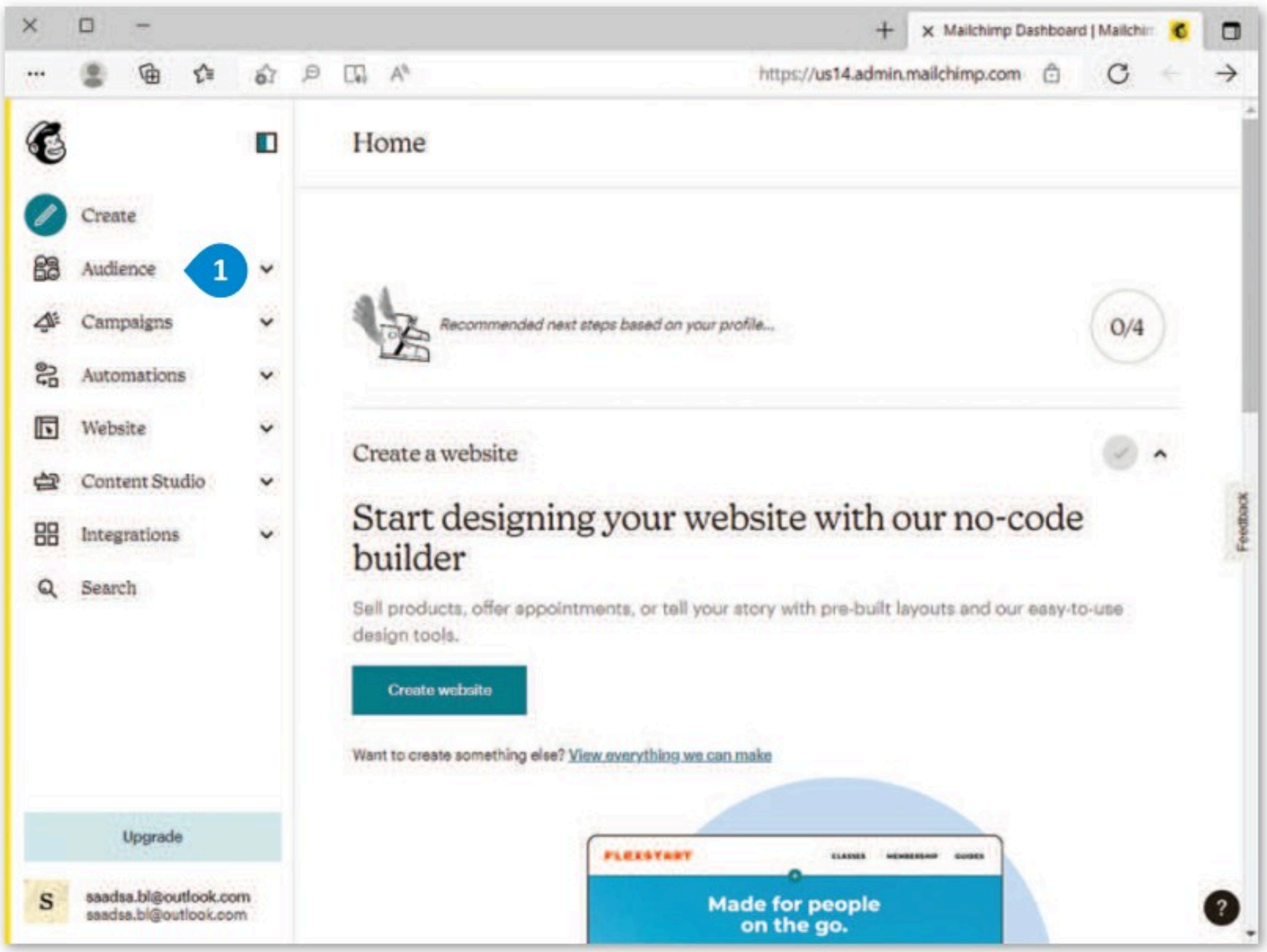
وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إضافة جهات الاتصال

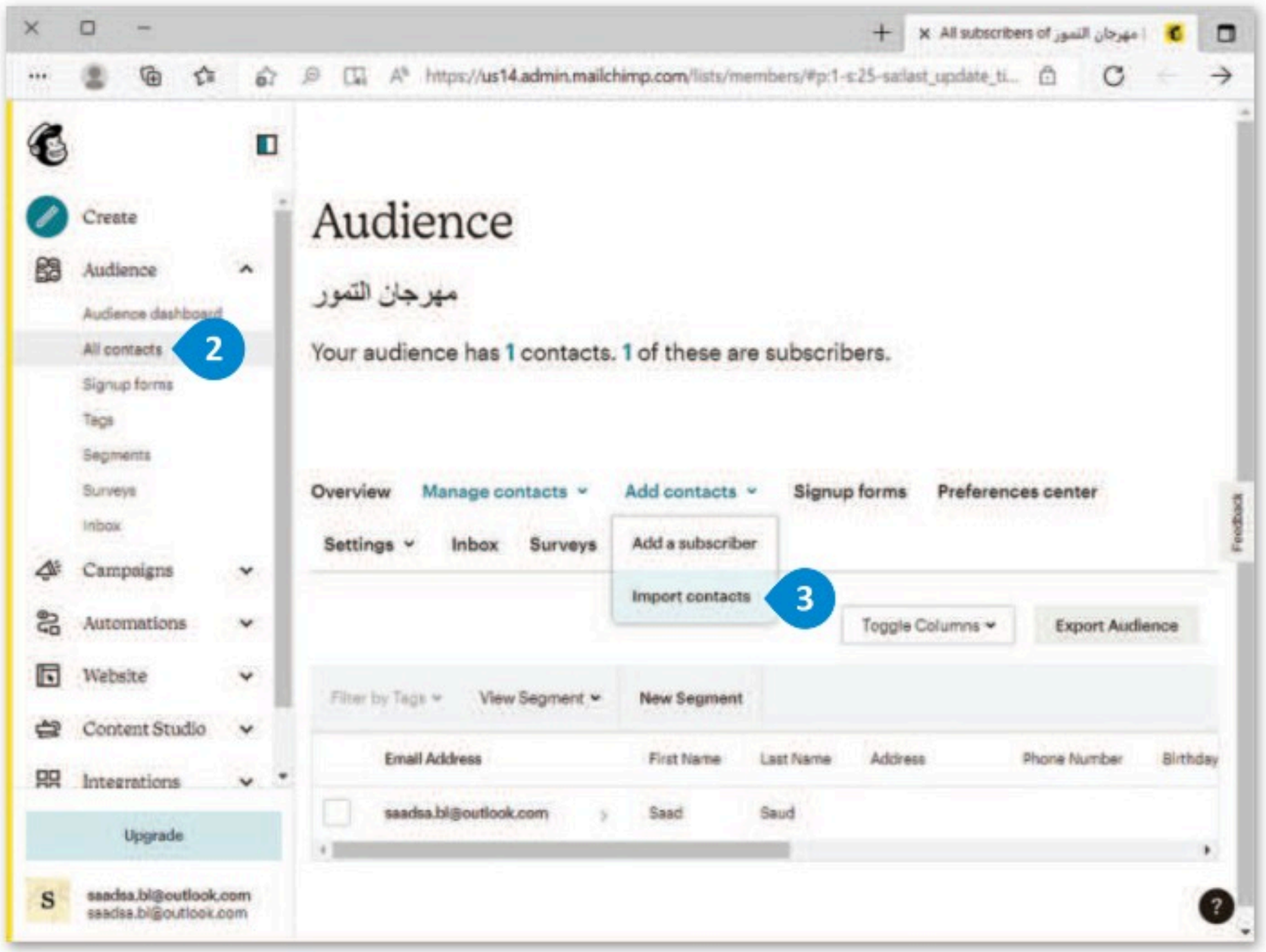
يمكنك **تحميل** (Upload) جهات الاتصال الخاصة بك عن طريق استيرادها من ملف بامتداد ".csv".

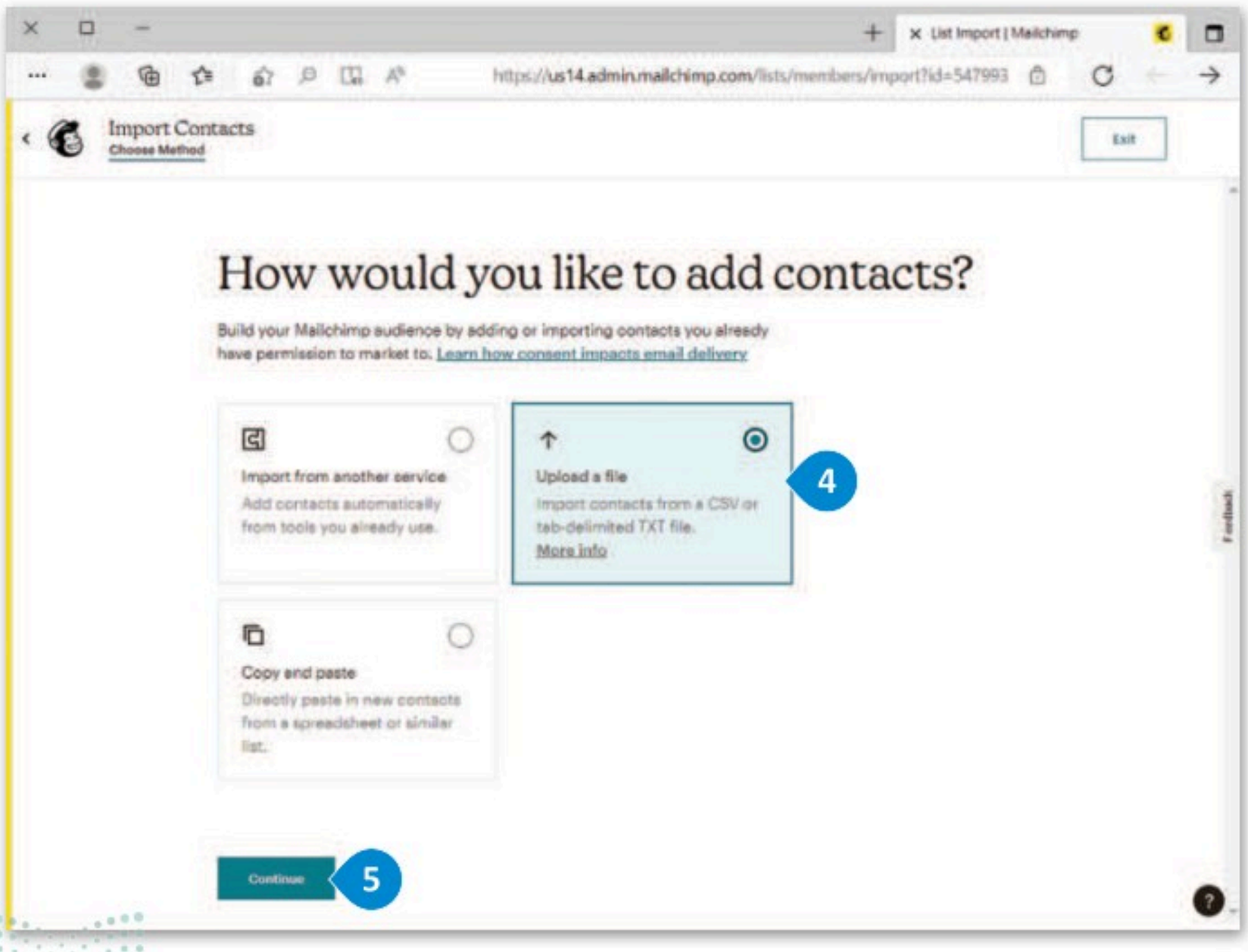
لتحميل جهات الاتصال من ملف:

> في الصفحة الرئيسة، اضغط على خيار **Audience** (الجمهور). 1
> اختر **All Contacts** (كل جهات الاتصال). 2
> ومن قسم **Add contacts** (إضافة جهات الاتصال)، اختر **Import contacts** (استيراد جهات الاتصال). 3
> اختر **Upload a File** (تحميل ملف)، 4 ثم اضغط على **Continue** (متابعة). 5
> اضغط على **Browse** (استعراض). 6
> حدد الملف **csv.جهات الاتصال**، 7 ثم اضغط على **Open** (فتح). 8
> اضغط على **Continue to Organize** (متابعة للتنظيم). 9

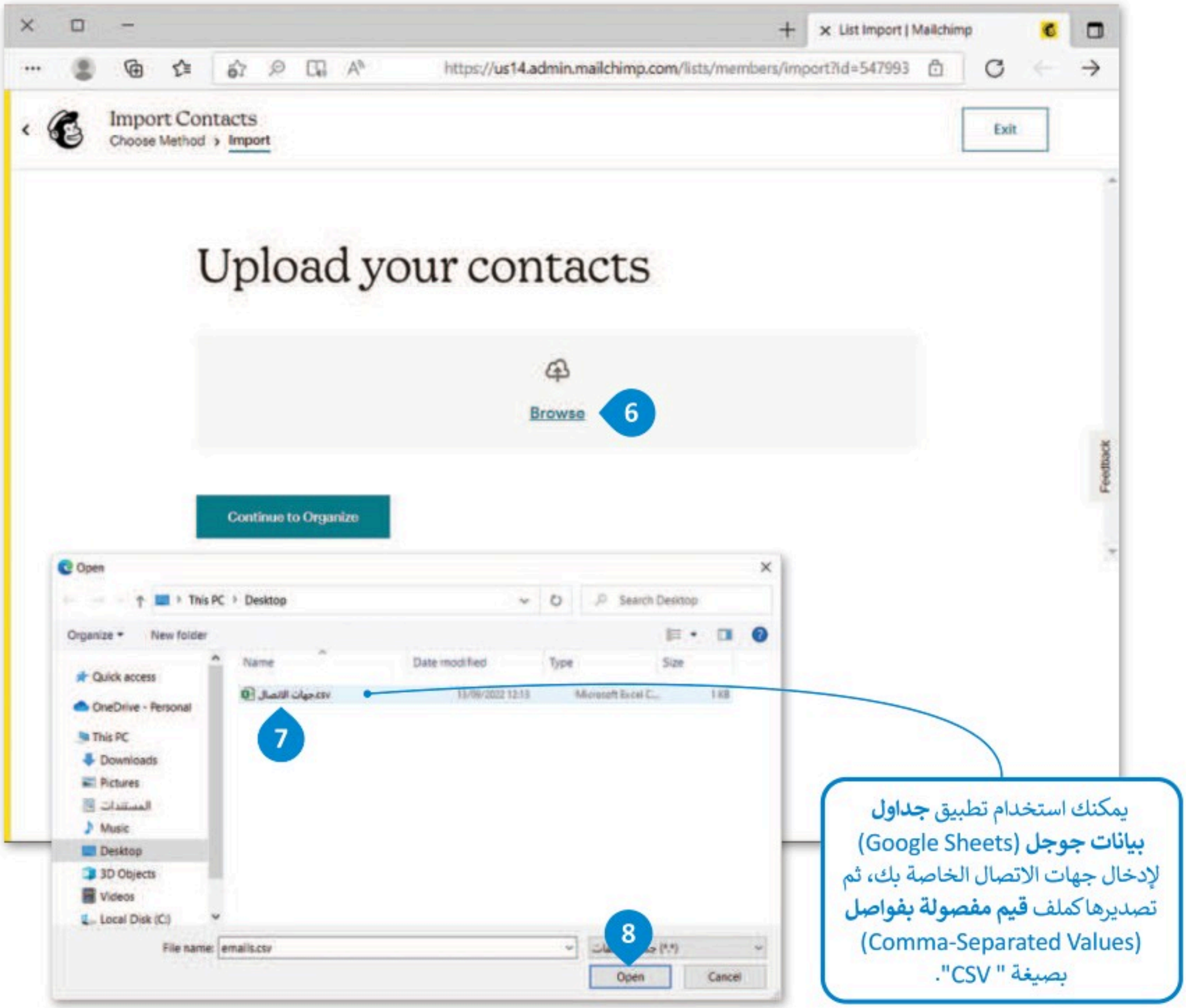


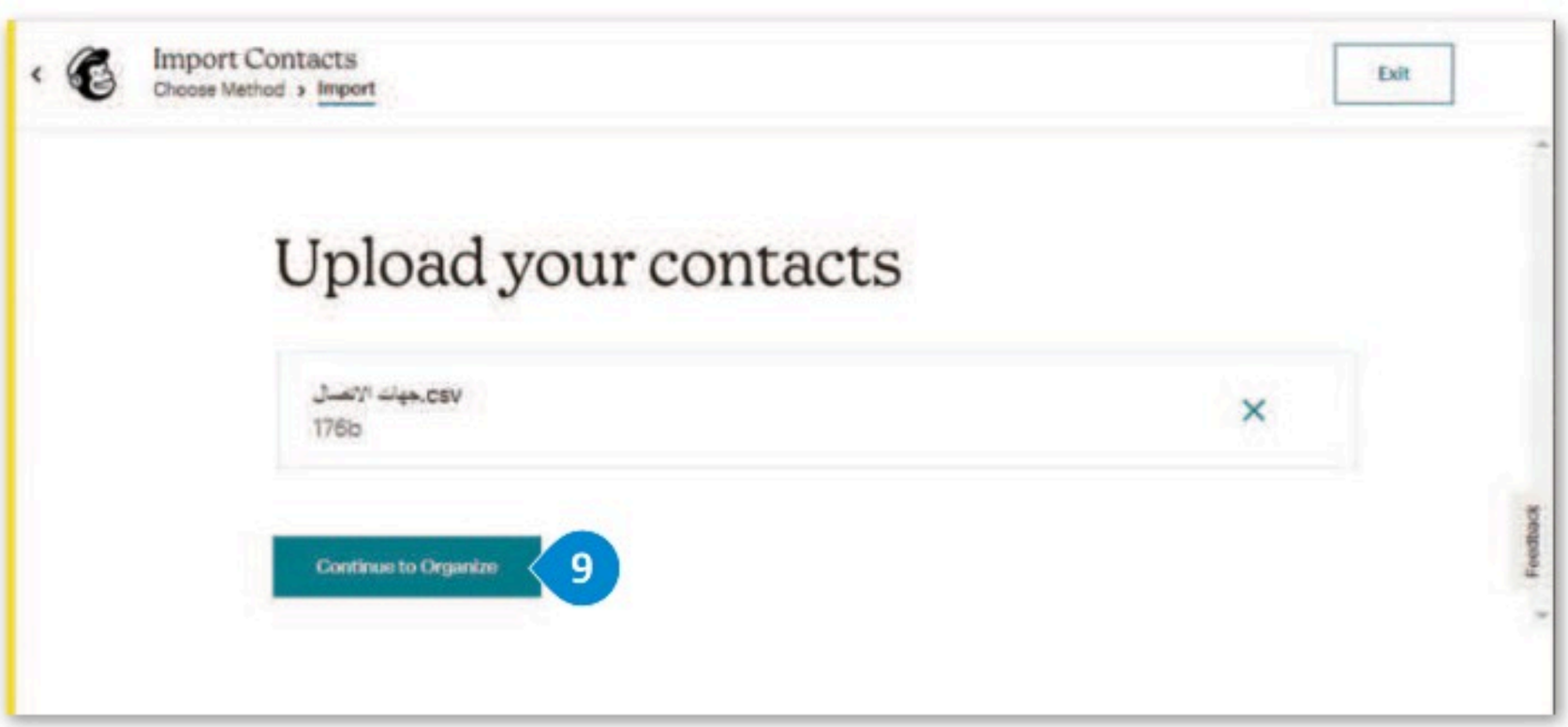
وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تنظيم جهات الاتصال

بعد استيراد الملف " csv. جهات الاتصال" الذي يحتوي جهات الاتصال الخاصة بك، عليك تنظيمها.

لتنظيم جهات الاتصال:

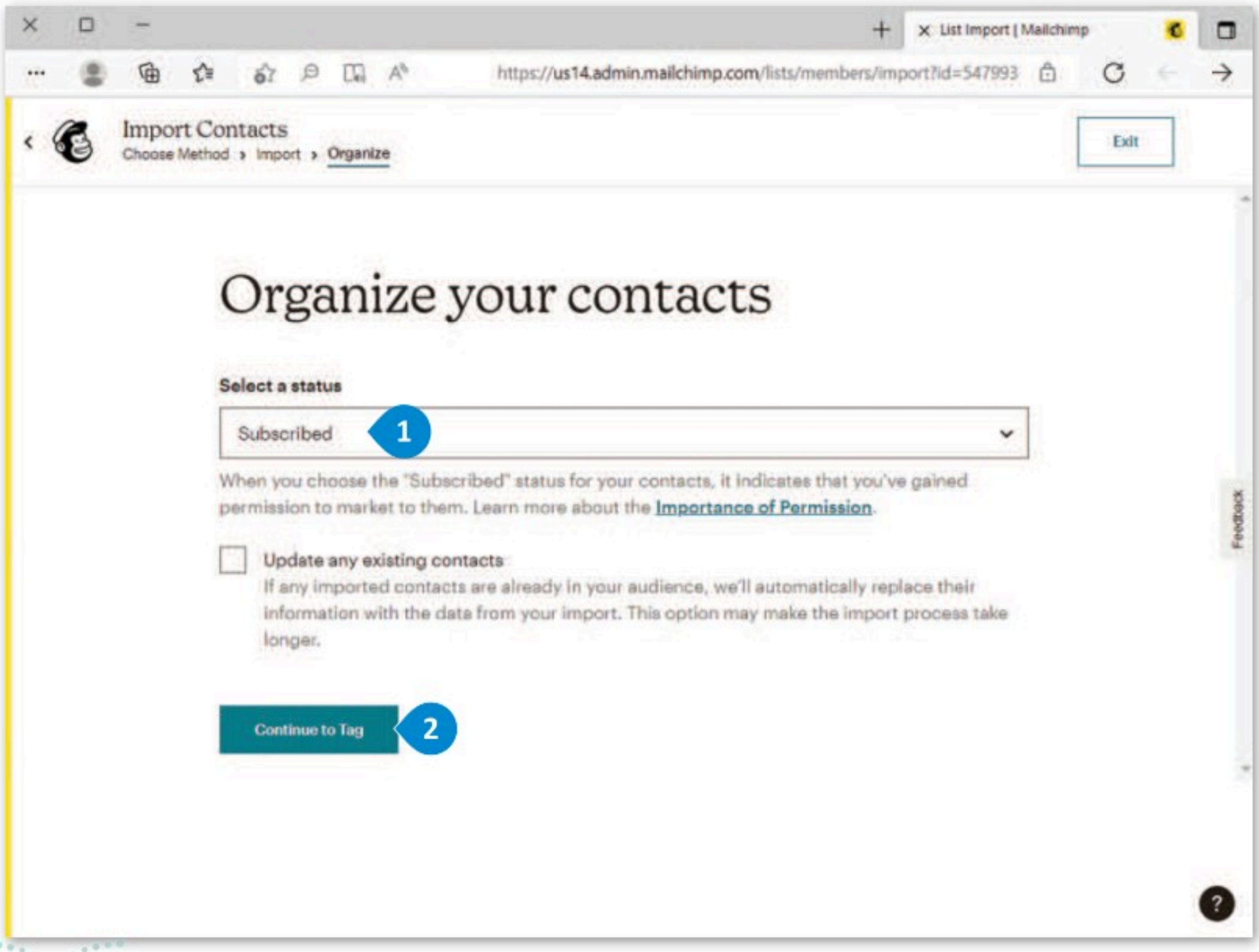
> من قائمة **Select a status** (اختيار حالة)، اختر **Subscribed** (مُشترِك)، 1 ثم اضغط على **Continue to Tag** (متابعة إلى العلامة). 2

> من قسم **Tag your contacts** (وضع علامة على جهات الاتصال الخاصة بك)، اضغط على **Continue to Match** (متابعة للتطابق). 3

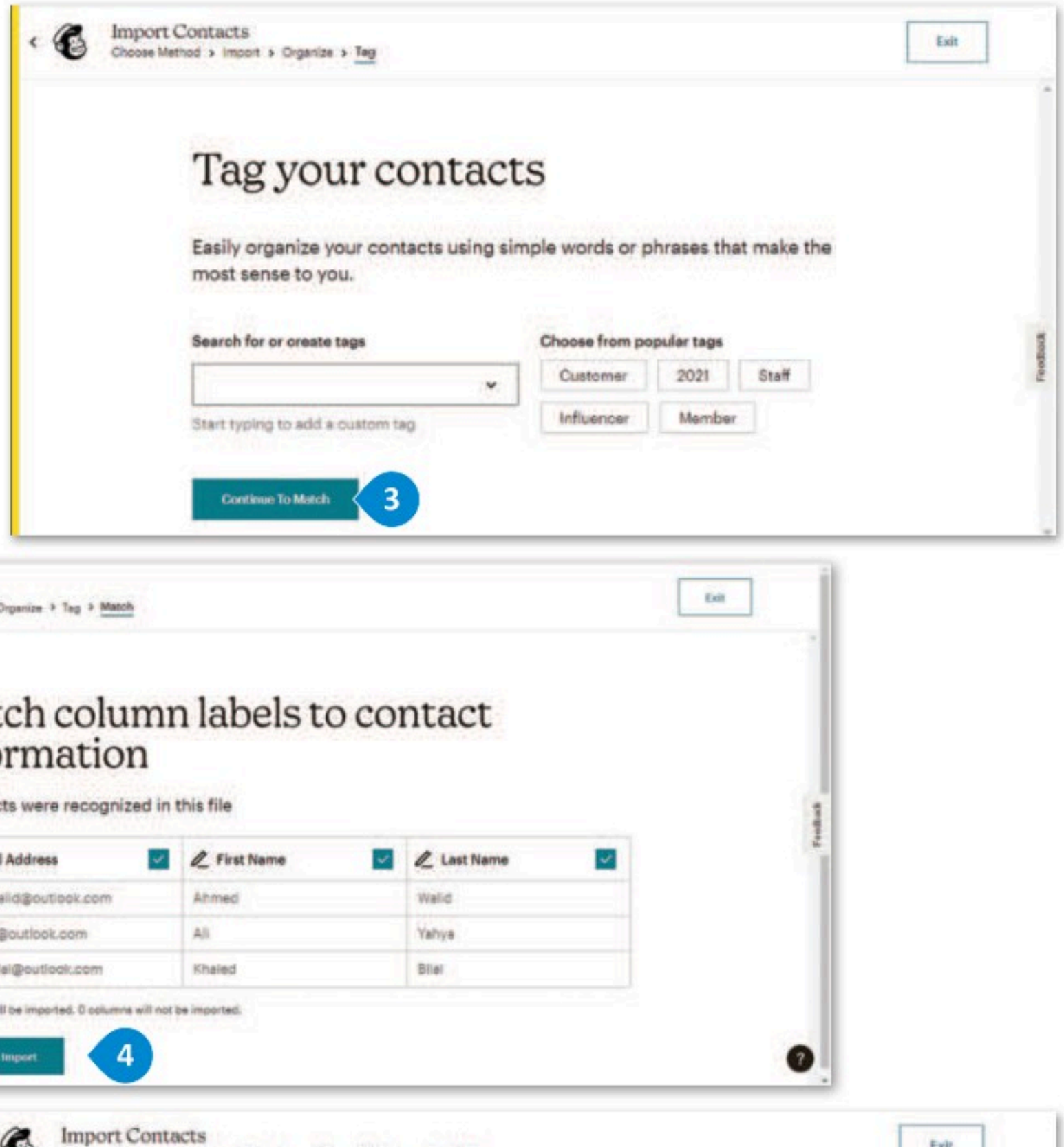
> من قسم **Match column labels to contact information** (تطابق تسميات الأعمدة لمعلومات الاتصال)، اضغط على **Finalize Import** (إنهاء الاستيراد). 4

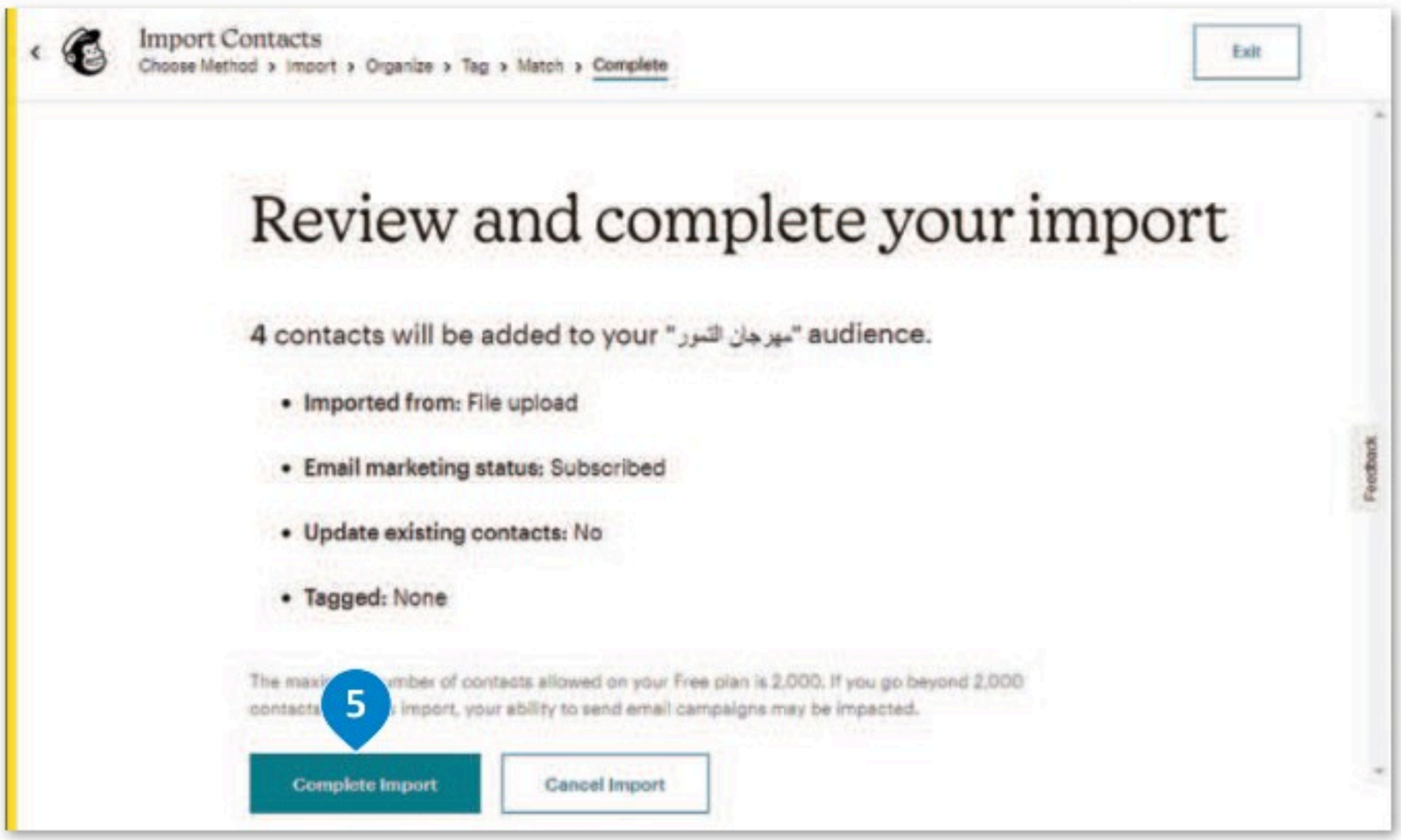
> من قسم **Review and complete your import** (المراجعة واستكمال الاستيراد)، اضغط على **Complete Import** (إكمال الاستيراد). 5

> اضغط على **View imported Contacts** (عرض جهات الاتصال المستوردة)، 6 وبعدها يمكنك رؤية جهات الاتصال الخاصة بك على شكل قائمة. 7

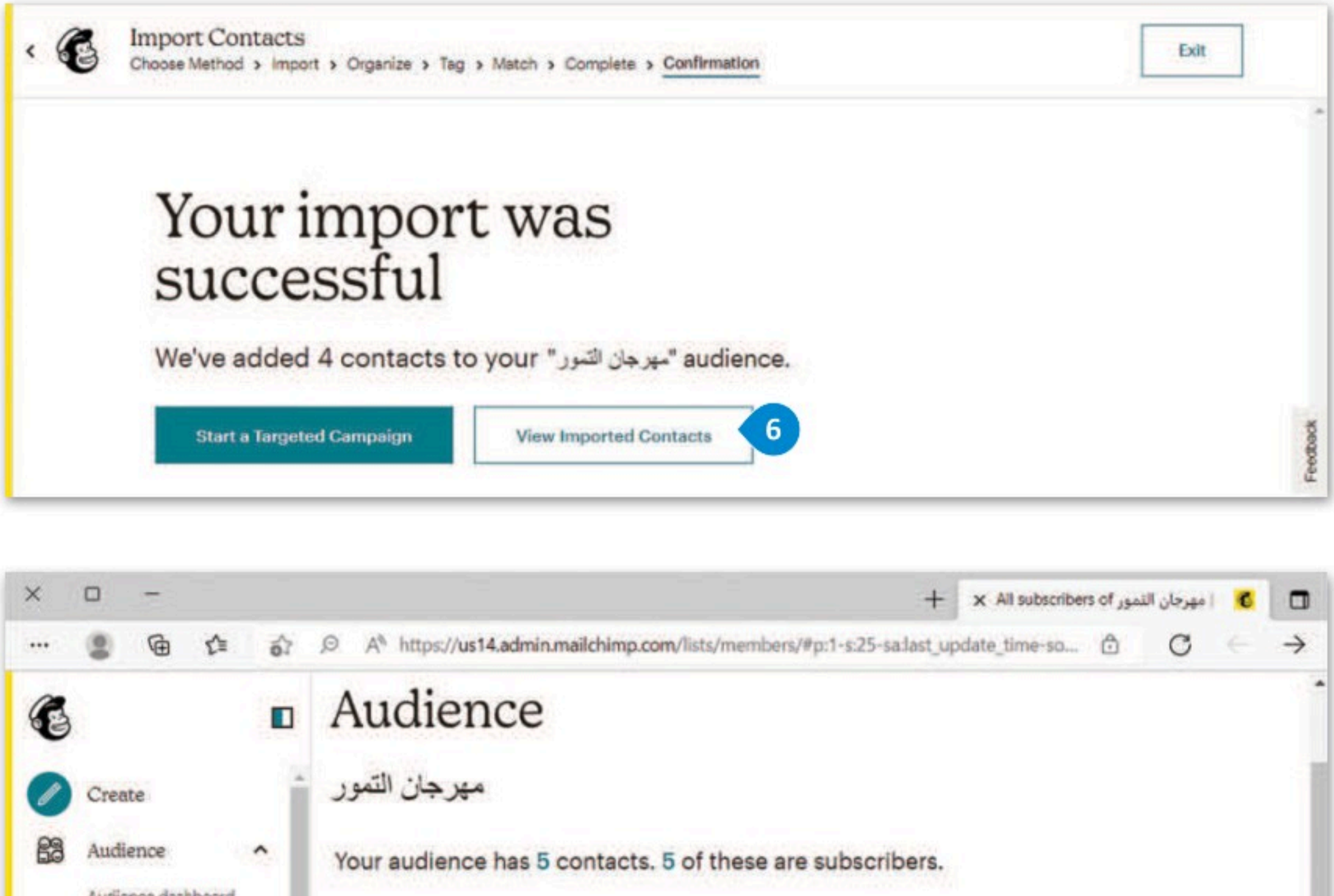


وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446


Import Contacts
Choose Method › Import › Organize › Tag › Match › Complete › Confirmation
Exit
Your import was successful
We've added 4 contacts to your "مهرجان التمور" audience.
Start a Targeted Campaign
View Imported Contacts
6
Feedback
https://us14.admin.mailchimp.com/lists/members/#p:1-s:25-sa:last_update_time-so...
Audience
مهرجان التمور
Your audience has 5 contacts. 5 of these are subscribers.
Create
Audience
Audience dashboard
All contacts
Signup forms
Tags
Segments
Surveys
Preferences center
Inbox
Campaigns
Automations
Website
Content Studio
Upgrade
Saad
مهرجان التمور
Overview
Manage contacts
Add contacts
Signup forms
Preferences center
Settings
Inbox
Surveys
Toggle Columns
Export Audience
Filter by Tags
View Segment
New Segment
Email Address
First Name
Last Name
Address
Phone Number
Birthday
saadsa.bl@outlook.com
Saad
Saud
Aliyahya@outlook.com
Ali
Yahya
7
fahdabdul@outlook.com
Fahd
Abdul
ahmedwalid@outlook.com
Ahmed
Walid

لنطبق معًا

تدريب 1

بعد دراستك جيدًا لأنواع رسائل البريد الإلكتروني التسويقية، اذكر أمثلة على كل منها.

تدريب 2

افترض أنك وكيل تسويق لشركة. أجرِ بحثًا واكتب كيف يمكن أن يفيد الجمع بين التسويق عبر البريد الإلكتروني والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي حملتك التسويقية، وما إمكانية التداخل بين التسويق عبر البريد الإلكتروني و التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكيف يمكن أن يعملا معًا؟ وذلك للاستفادة منه في حملتك التسويقية التالية.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تدريب 3

أجرِ بحثًا على الإنترنت حول منصات التسويق عبر البريد الإلكتروني الأكثر استخدامًا، وبناءً على ما تعلمته من محددات لاختيار المنصة، اشرح أيها تختار؟ ولماذا؟

.....

.....

.....

.....

.....

تدريب 4

افترض أنك تعمل في شركة لتقنية المعلومات والاتصالات، وتريد إنشاء حساب على منصة ميل تشيمب لإرسال الرسائل الإخبارية. ما المعلومات التي تحتاجها في جميع خطوات إنشاء الحساب؟ وضح إجابتك.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

الدرس الثالث:

حملة التسويق عبر البريد الإلكتروني

بعد أن أنشأت حسابًا على منصة **ميل تشيمب** (Mailchimp)، يمكنك الآن البدء في إنشاء حملة تسويقية عبر البريد الإلكتروني. وبشكل أكثر تحديدًا، ستنشئ **قالبًا لبريدك الإلكتروني خاصًا بالإعلان** (Announcement Email) عن مهرجان التمور، من أجل إعلام جهات الاتصال الخاصة بك عن الحدث وكذلك الوقت والتاريخ الذي سيقام فيه.

قبل البدء بالحملة التسويقية، عليك تجهيز التالي:

- صورة شعار الحملة من الوحدة السابقة باسم "مهرجان التمور" وبامتداد ".png".
- صورة الملصق الإعلاني للحملة من الوحدة السابقة باسم "مهرجان التمور" وبامتداد ".jpeg".
- نص دعوة الحملة.

إنشاء قالب بريد إلكتروني للحملة التسويقية

إذا كنت تريد إرسال بريد إلكتروني لدعوة جهات الاتصال الخاصة بك لحضور الحدث، عليك اختيار قالبًا مناسبًا لهذا الحدث.

لاختيار قالب البريد الإلكتروني:

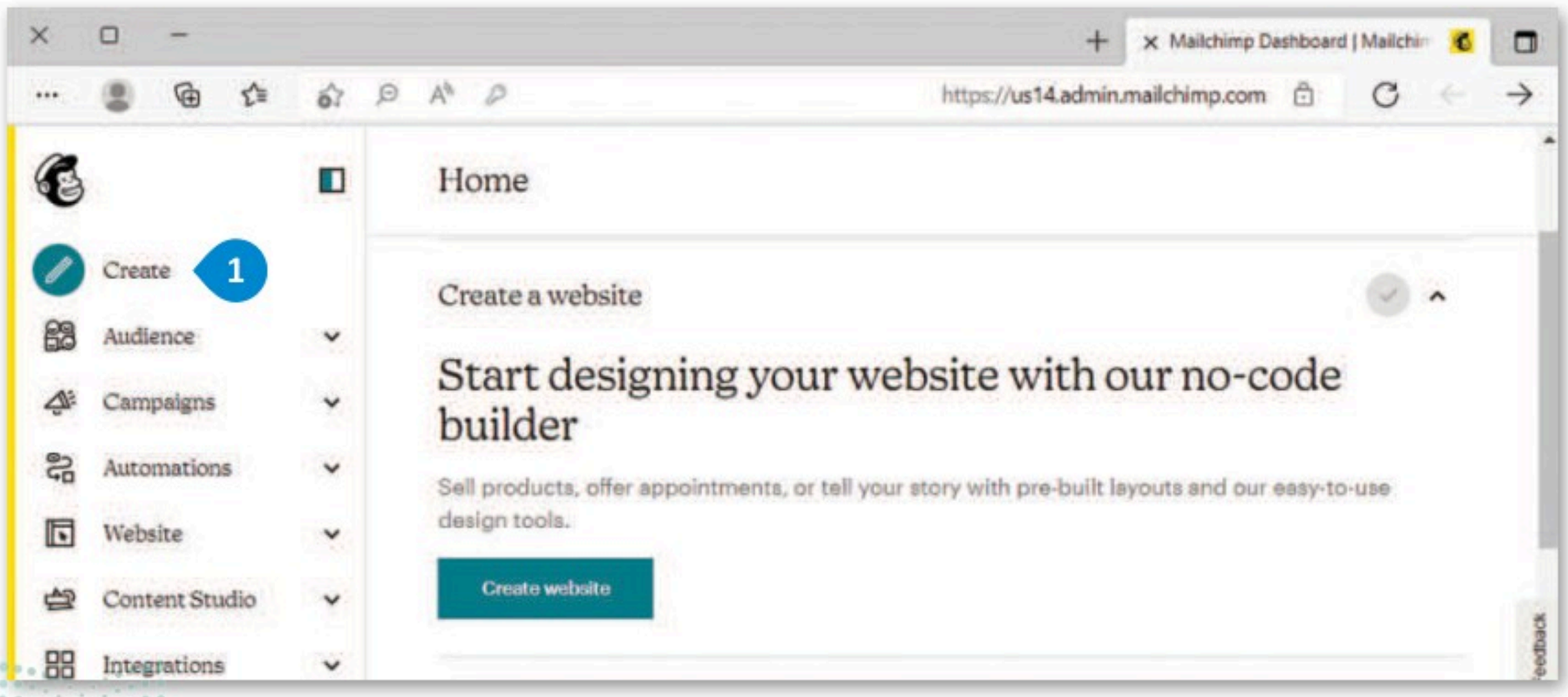
> افتح منصة **Mailchimp** (ميل تشيمب)، واضغط على **Create** (إنشاء). 1

> اضغط على **Email** (بريد إلكتروني)، 2 ومنها اضغط على **Template** (قالب). 3

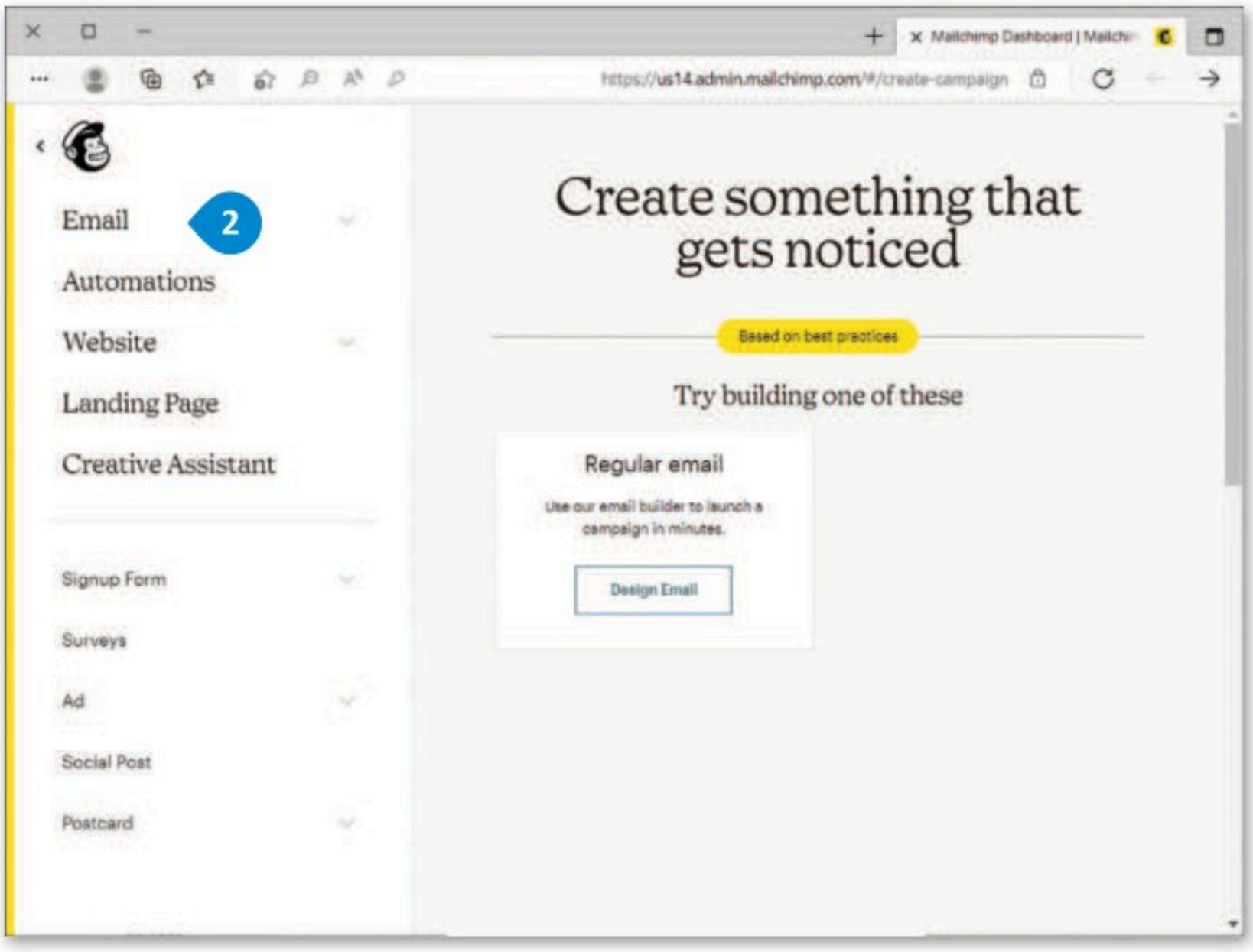
> اضغط على **Get Started** (بدء الاستخدام). 4

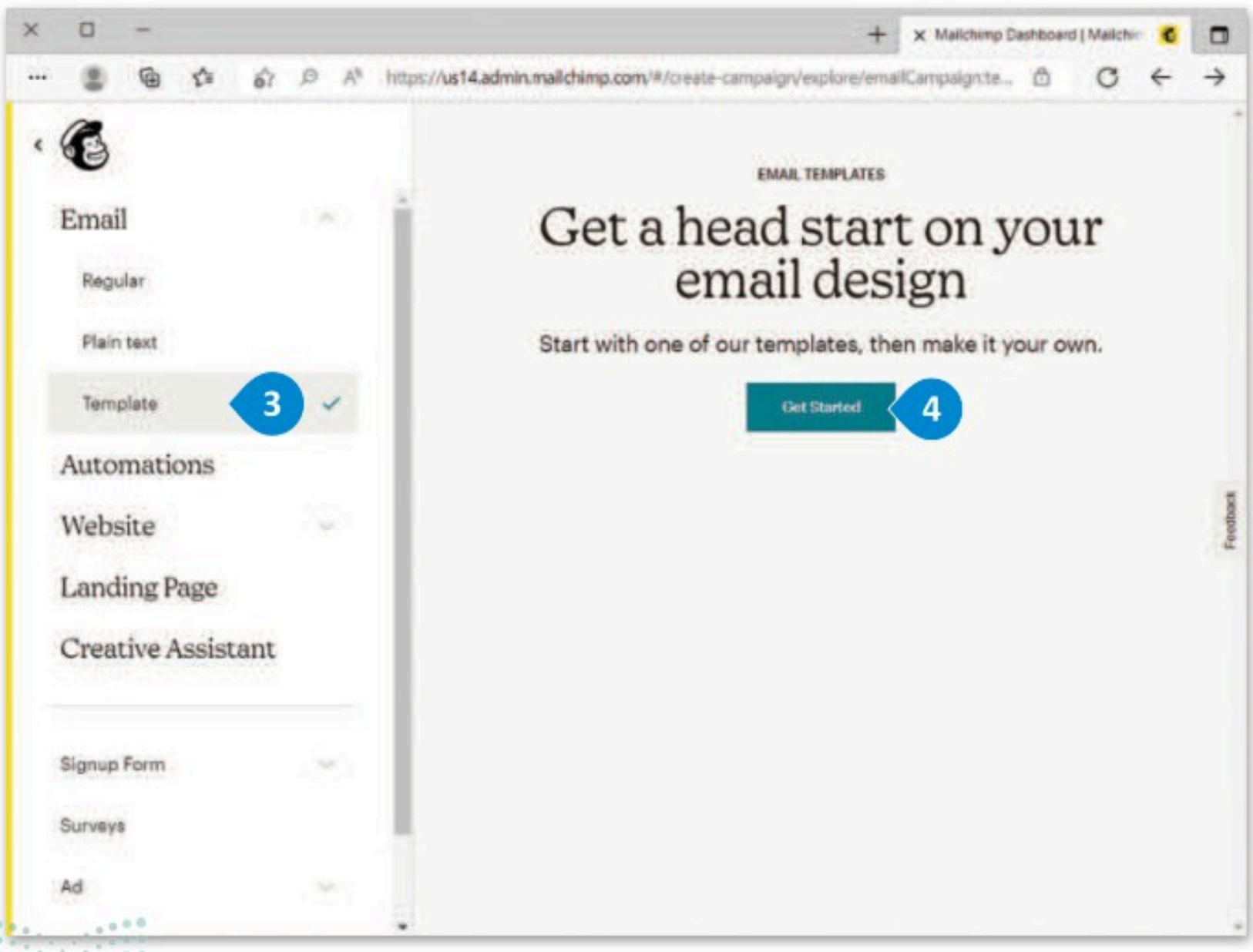
> اختر قالب **Sell Products** (بيع المنتجات). 5

> سيظهر القالب تلقائيًا في **Canvas** (منطقة التصميم). 6

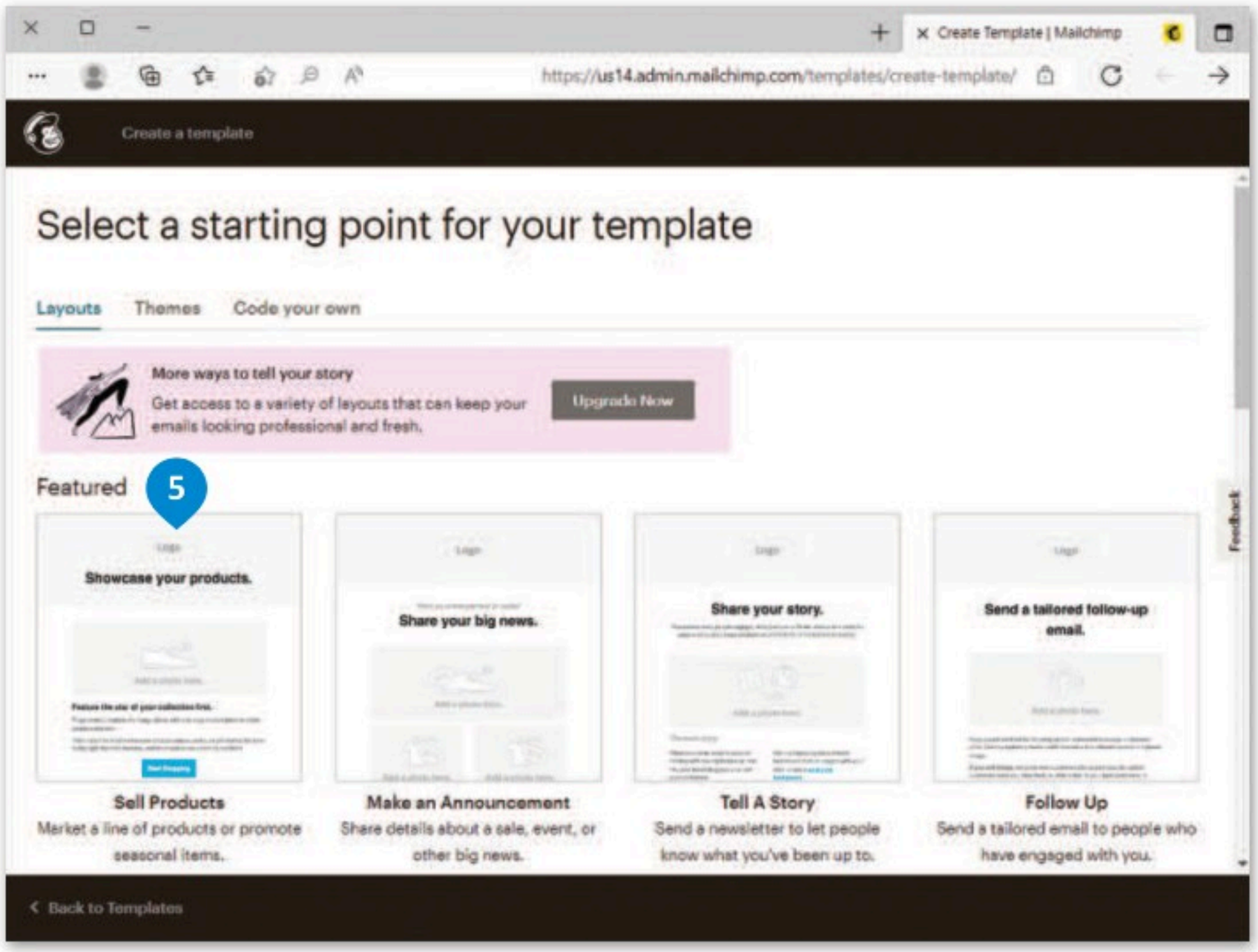


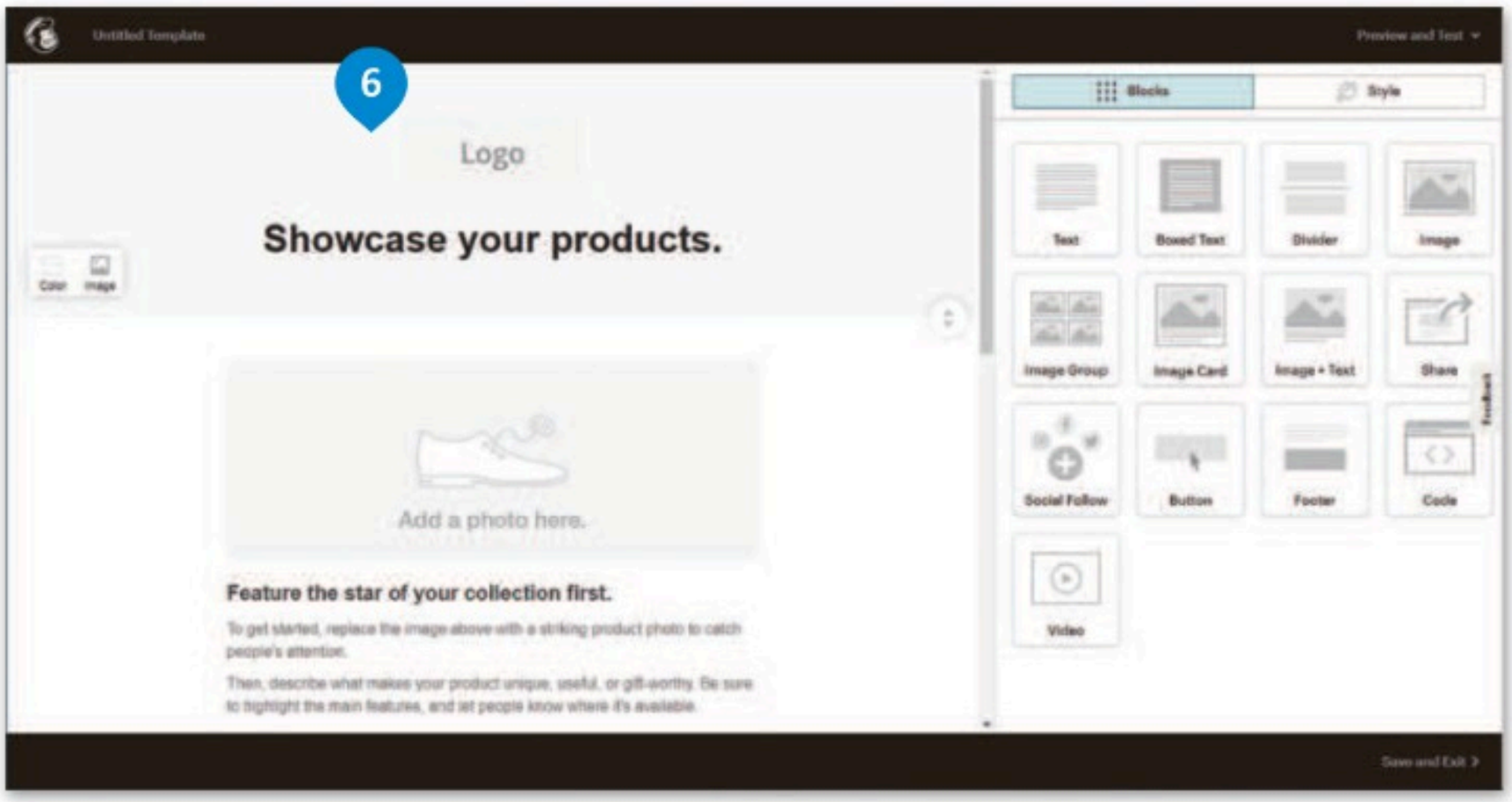
وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

محتوى رسالة الدعوة

يجب أن تتضمن رسالة الدعوة بالبريد الإلكتروني: الشعار والملصق الإعلاني المرتبطين بالحدث، لذلك ستدرجهما في القالب كصورتين.

إدراج الشعار

لإدراج شعار:

> اضغط على الجزء العلوي في النموذج وبالتحديد كتلة **logo** (الشعار). 1

> في علامة التبويب **Image** (صورة)، ومن فئة **Content** (المحتوى)، اضغط على **Replace** (استبدال). 2

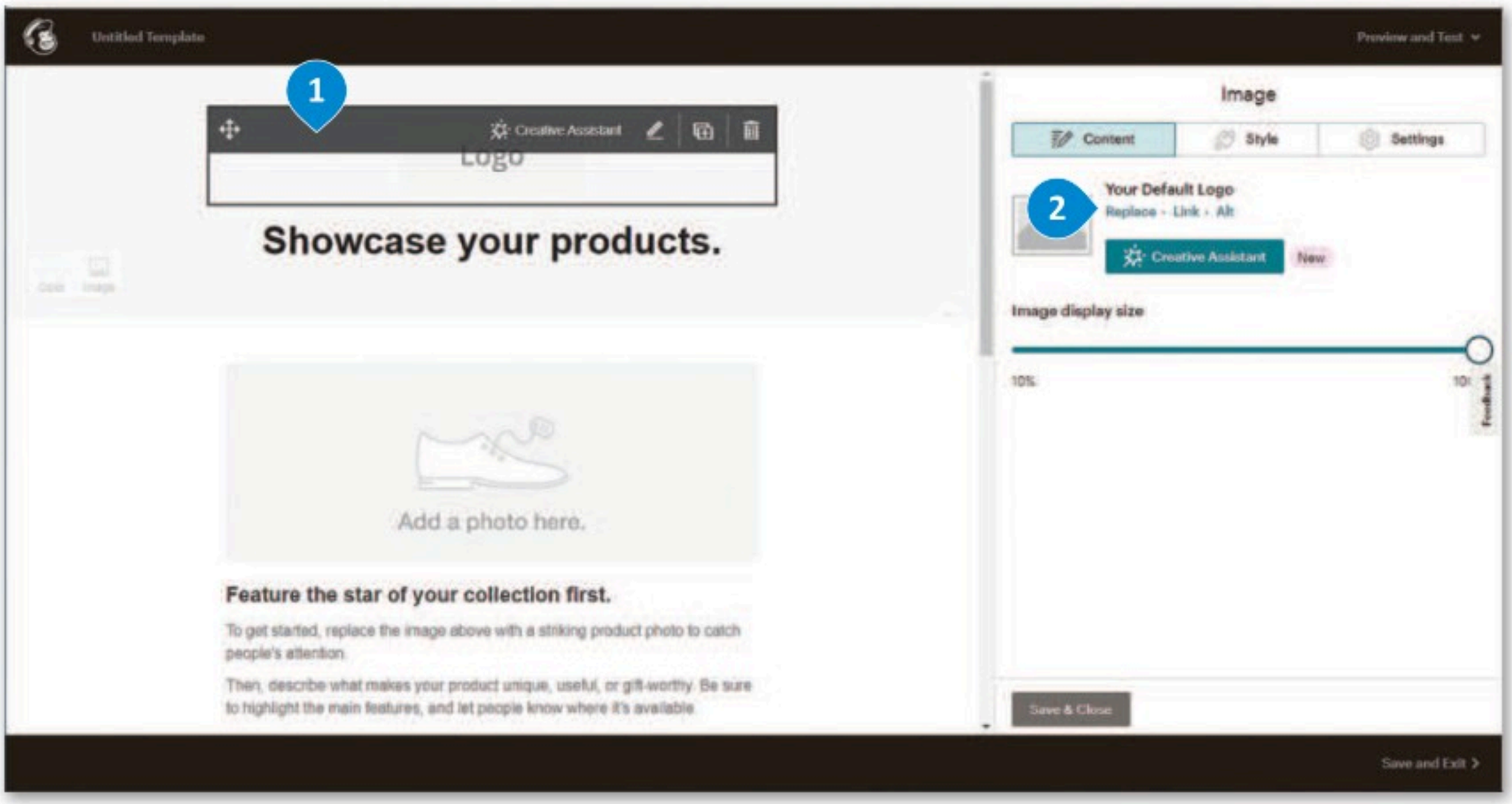
> سيظهر معرض صور لمنصة ميل تشيمب. 3

> اضغط على **Upload** (تحميل). 4

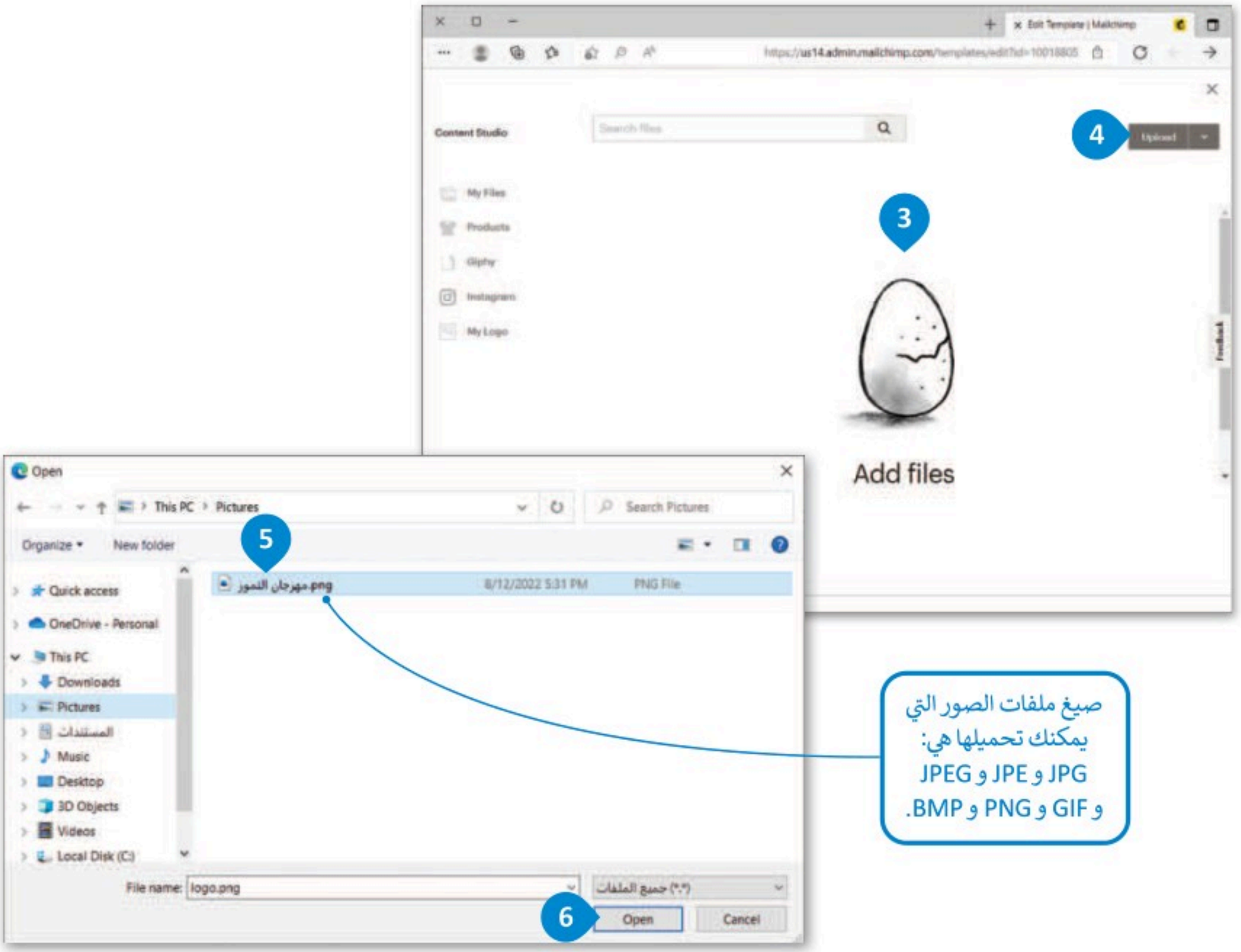
> اختر الملف **png. مهرجان التمور،** 5 ثم اضغط على **Open** (فتح). 6

> تمت إضافة الشعار بنجاح. 7

> اضغط على **Save & Close** (حفظ وإغلاق). 8



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إدراج ملصق إعلاني

لإدراج ملصق إعلاني:

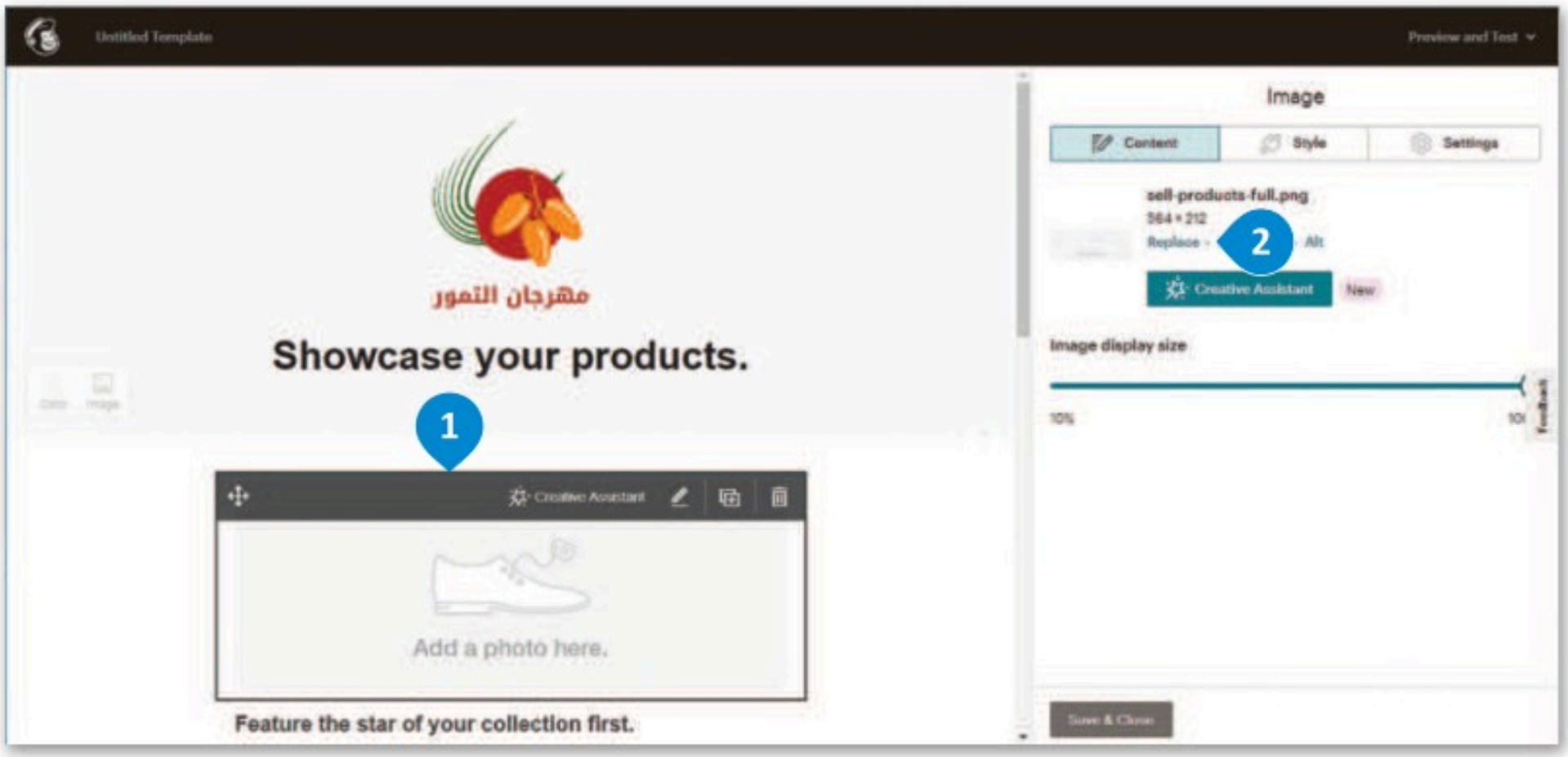
> اضغط على كتلة الصور من القالب. 1

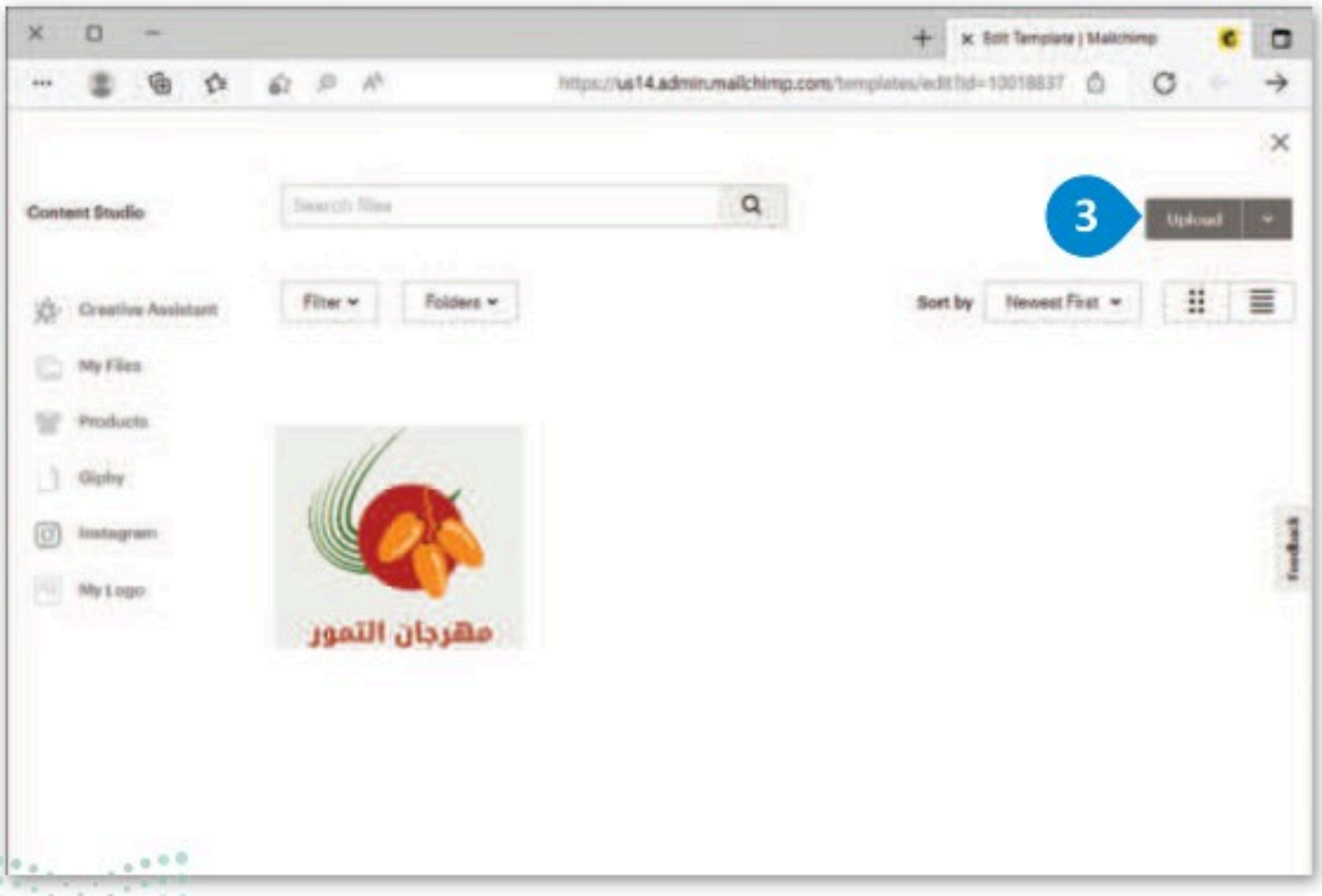
> في علامة التبويب **Image Group** (مجموعة الصور) ومن فئة **Content** (المحتوى)، اضغط على **Replace** (استبدال) في الصورة الأولى. 2

> من معرض الصور اضغط على **Upload** (تحميل). 3

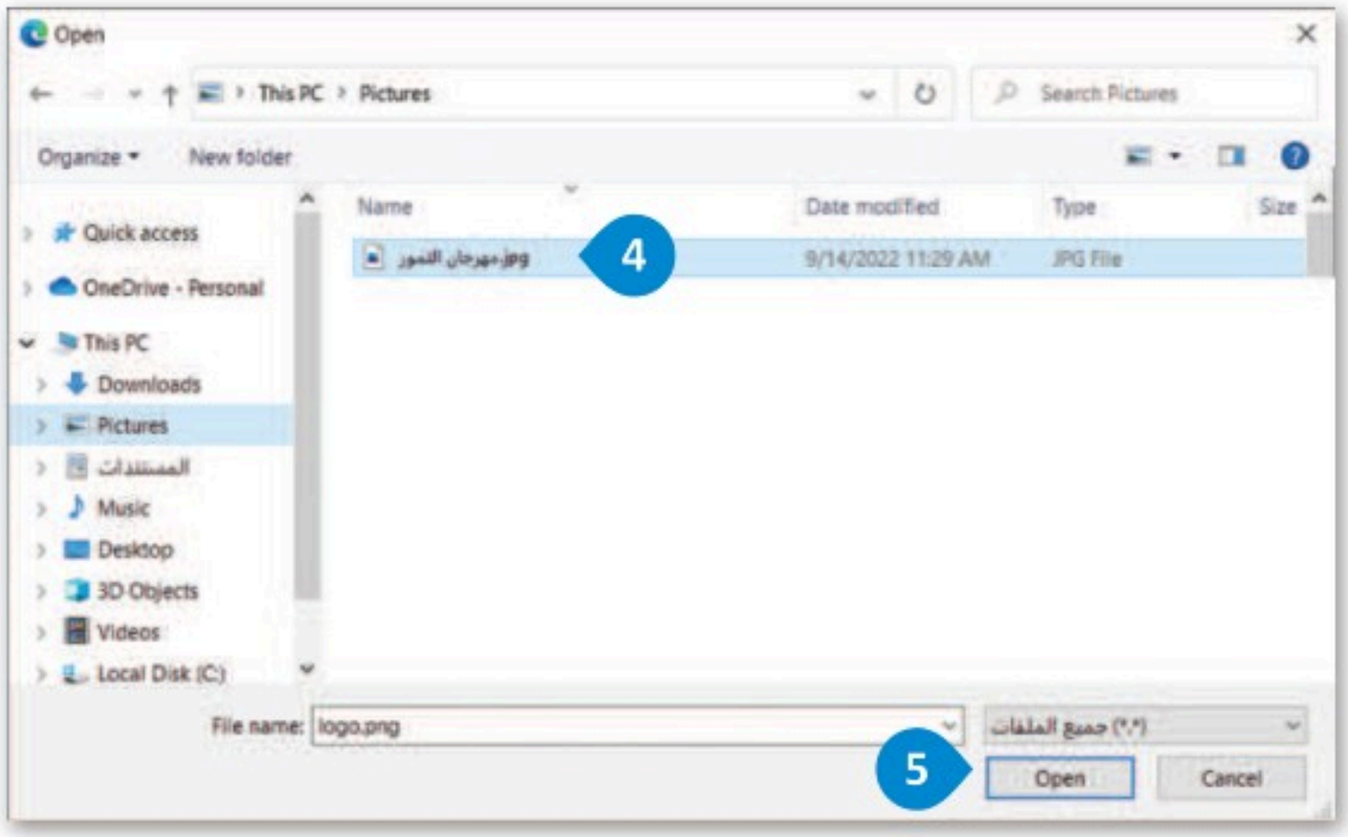
> اختر الملف **jpeg. مهرجان التمور**، 4 ثم اضغط على **Open** (فتح). 5

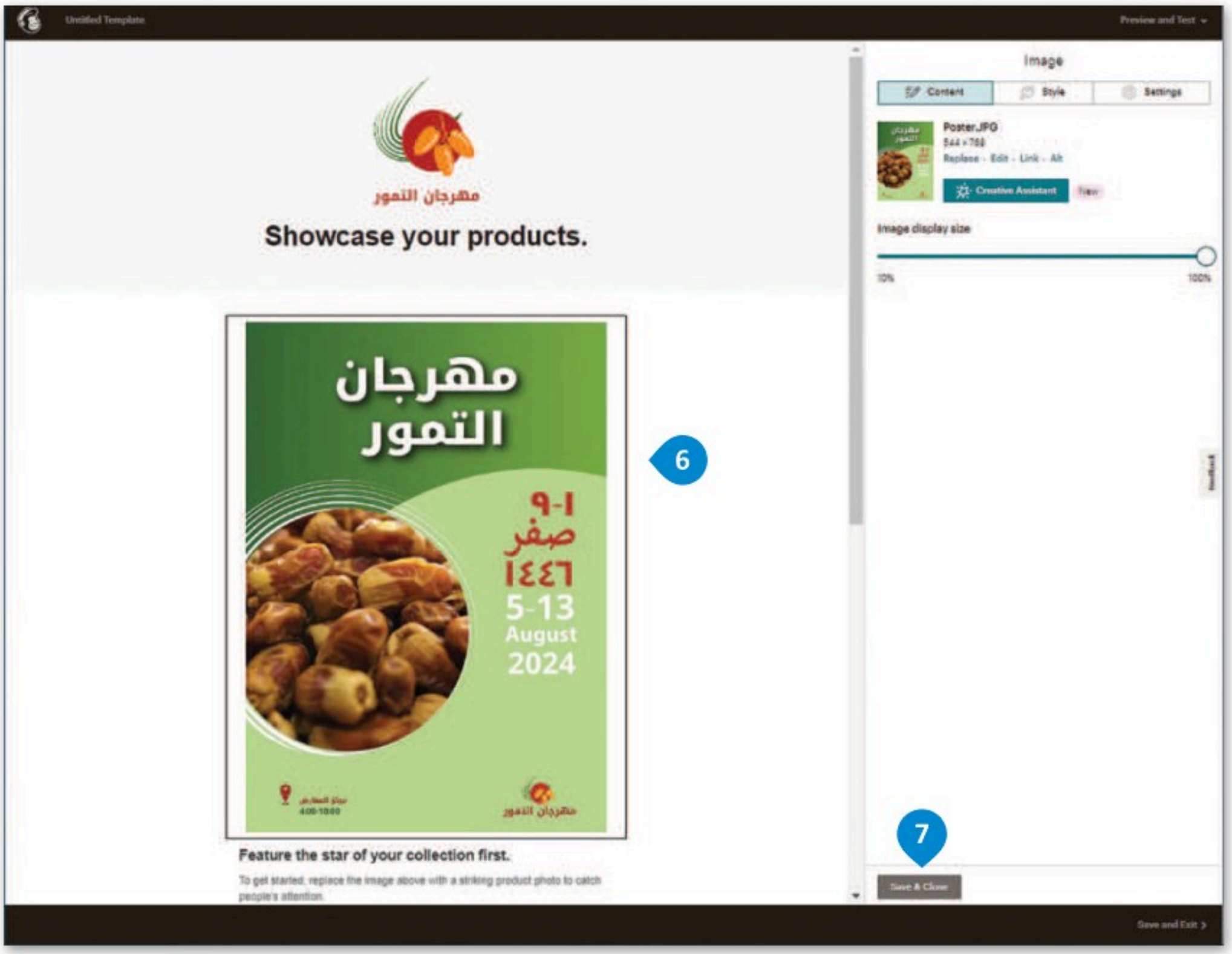
> عندما يظهر الملصق، 6 اضغط على **Save & Close** (حفظ وإغلاق). 7





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إدراج نص الدعوة

الآن بعد إضافة الشعار والملصق الإعلاني إلى الحدث، عليك كتابة نص الدعوة، وستدعو جهات الاتصال الخاصة بك إلى مهرجان التمور. وبشكل أكثر تحديدًا، سيكون النص:

انطلاقًا من أهداف برنامج جودة الحياة، أحد برامج رؤية المملكة العربية السعودية 2030، "المحافظة على تراث المملكة الإسلامي والعربي والوطني والتعريف به"، ندعوكم إلى حضور مهرجان التمور الذي سيقام في مركز المعارض من الساعة 4.00 مساءً إلى الساعة 10.00 مساءً وذلك من 1 إلى 9 صفر 1446هـ.

لإدراج نص:

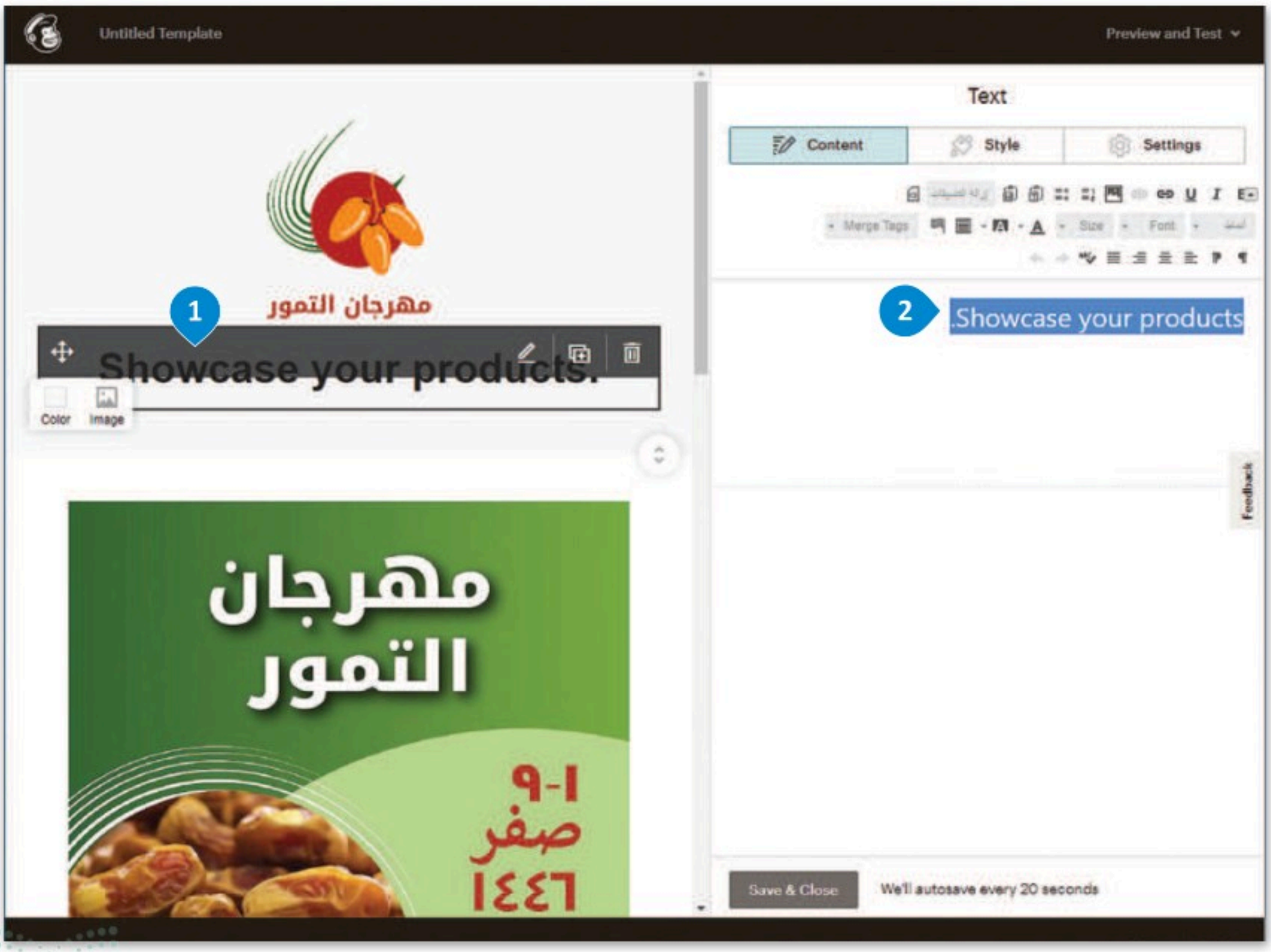
> اضغط على كتلة النص من القالب. 1

> في علامة التبويب **Text** (نص) ومن فئة **Content** (المحتوى)، حدد النص الحالي. 2

> اكتب النص المطلوب. 3

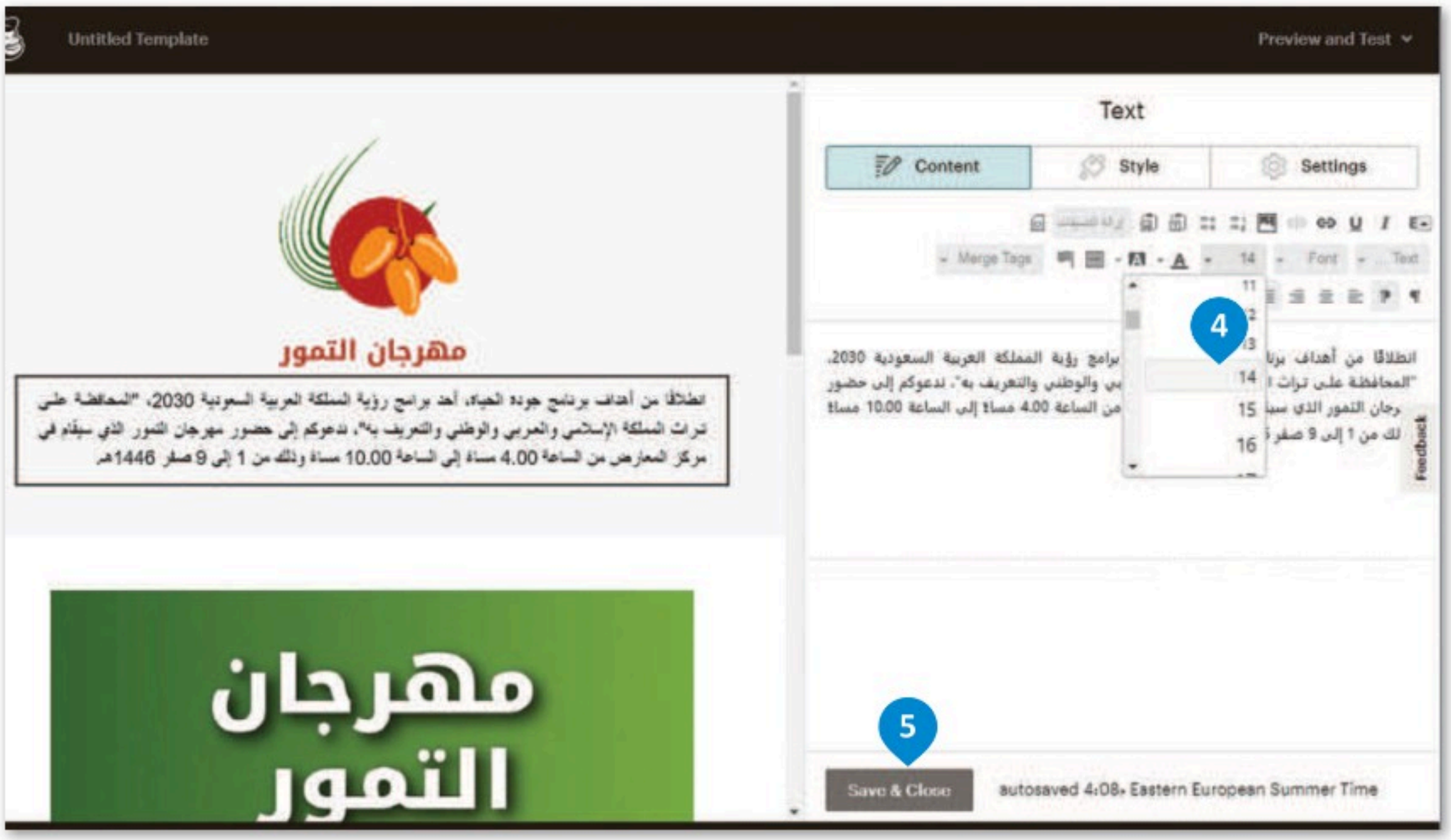
> غيِّر **Font Size** (حجم الخط) إلى **14**. 4

> اضغط على **Save & Close** (حفظ وإغلاق). 5



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446


Untitled Template
Preview and Test
مهرجان التمور
انطلاقًا من أهداف برنامج جودة الحياة، أحد برامج رؤية المملكة العربية السعودية 2030، "المحافظة على تراث المملكة الإسلامي والعربي والوطني والتعريف به"، ندعوكم إلى حضور مهرجان التمور الذي سيقام في مركز المعارض من الساعة 4.00 مساءً إلى الساعة 10.00 مساءً وذلك من 1 إلى 9 صفر 1446هـ.
Text
Content
Style
Settings
3
Save & Close
autosaved 2:52 Eastern European Summer Time
Save and Exit


Untitled Template
Preview and Test
مهرجان التمور
انطلاقًا من أهداف برنامج جودة الحياة، أحد برامج رؤية المملكة العربية السعودية 2030، "المحافظة على تراث المملكة الإسلامي والعربي والوطني والتعريف به"، ندعوكم إلى حضور مهرجان التمور الذي سيقام في مركز المعارض من الساعة 4.00 مساءً إلى الساعة 10.00 مساءً وذلك من 1 إلى 9 صفر 1446هـ
مهرجان التمور
Text
Content
Style
Settings
4
5
Save & Close
autosaved 4:08 Eastern European Summer Time

تنسيق القالب

توجد العديد من العناصر غير الضرورية في القوالب الجاهزة عادةً، وفي النموذج المحدد تمت إضافة العناصر الأساسية التي يجب أن يحتوي عليها البريد الإلكتروني الخاص بالإعلان (الشعار، ونص الدعوة، والملصق الإعلاني)، ولكن توجد **كتلة** (Block) غير ضرورية في الجزء السفلي منه ولا توجد حاجة لاستخدامها، ولذلك يُمكنك تحديدها وحذفها.

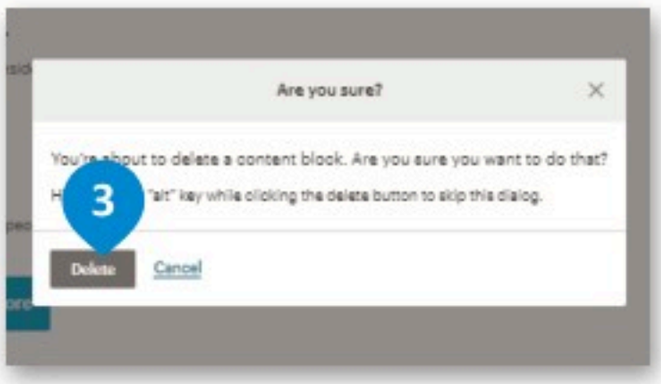
لحذف الكتلة غير الضرورية:

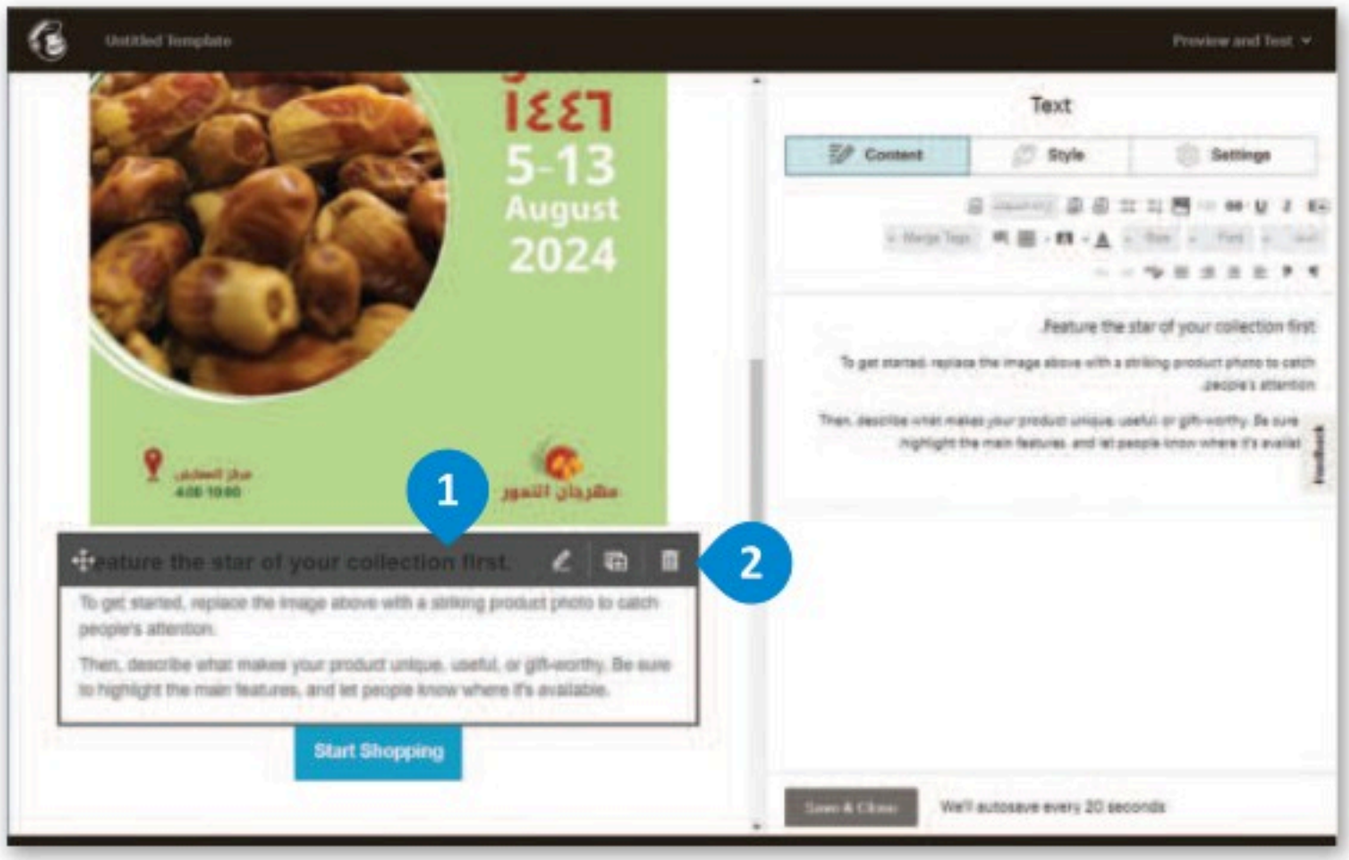
> حدِّد الكتلة في الجزء السفلي من القالب. 1

> اضغط على أيقونة **bin** (السلة). 2

> من النافذة التي ستظهر، اضغط على **Delete** (حذف). 3

> تم حذف الكتلة الآن. 4







وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إرسال البريد الإلكتروني

أصبح البريد الإلكتروني جاهزًا تقريبًا، وستعاينه أولًا للتأكد من مناسبته وخلوه من الأخطاء، ثم سترسله إلى **مُستلِم** (Recipient) كاختبار.

لمعاينة البريد الإلكتروني:

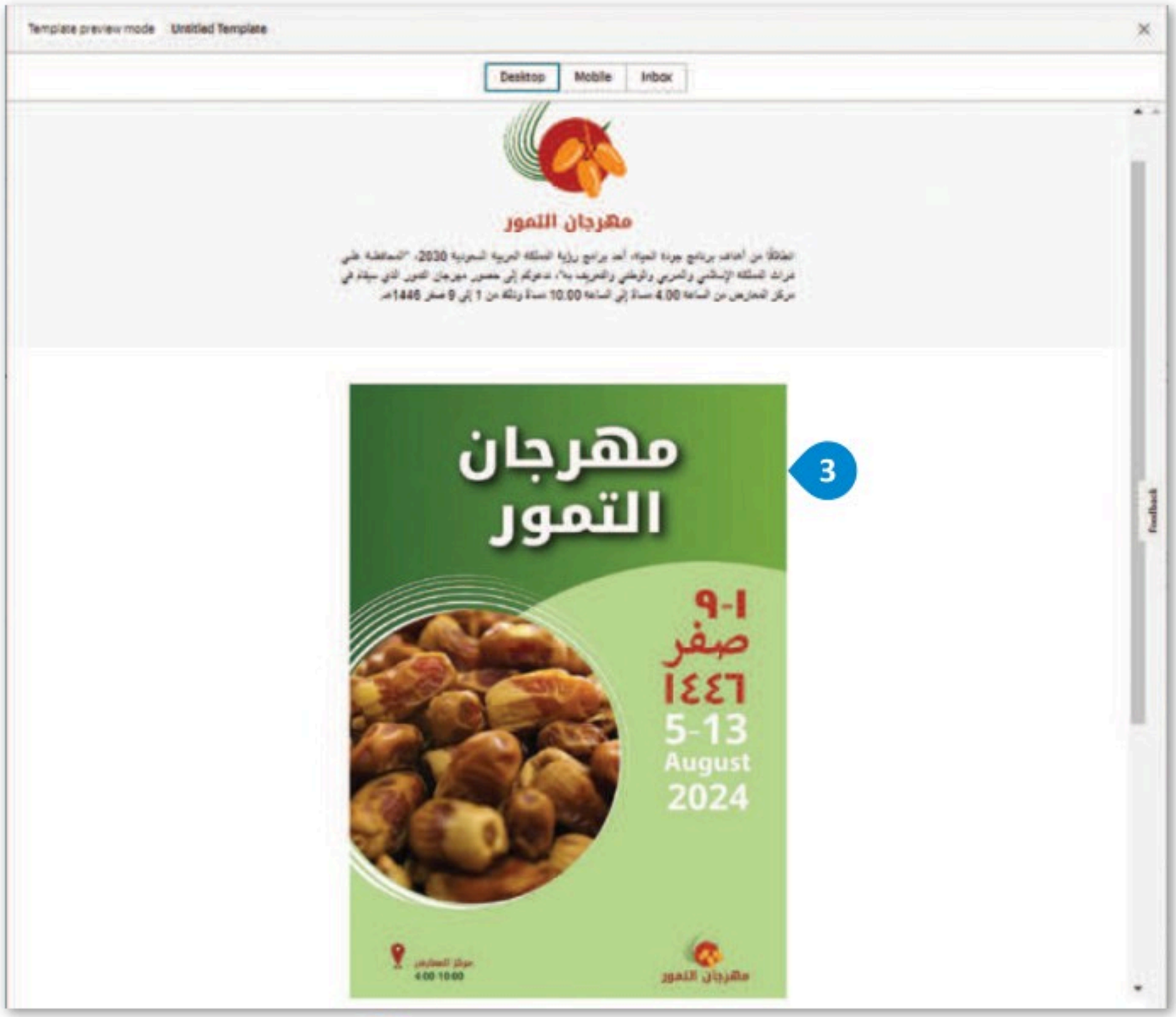
> من الصفحة الرئيسة للقالب، اضغط على **Preview and Test** (معاينة واختبار)، 1 ثم اختر **Enter Preview Mode** (الدخول إلى وضع المعاينة). 2

> ستظهر معاينة **Desktop** (سطح المكتب) تلقائيًا. 3

> اضغط على زر **Mobile** (الهاتف الذكي) لمشاهدة المعاينة على الهاتف الذكي. 4



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





لمعاينة وضع **Inbox** (البريد الوارد) تحتاج إلى استخدام حساب **Premium** (مميز) وهو غير مجاني.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

لإرسال البريد الإلكتروني كاختبار:

> من الصفحة الرئيسة للقالب، اضغط على **Preview and Test** (معاينة واختبار)، 1 ثم اختر **Send a test email** (إرسال البريد الإلكتروني كاختبار). 2

> في النافذة التي ستظهر، أدخل البريد الإلكتروني للمُستلِم. 3

> اضغط على **Send test** (إرسال الاختبار). 4

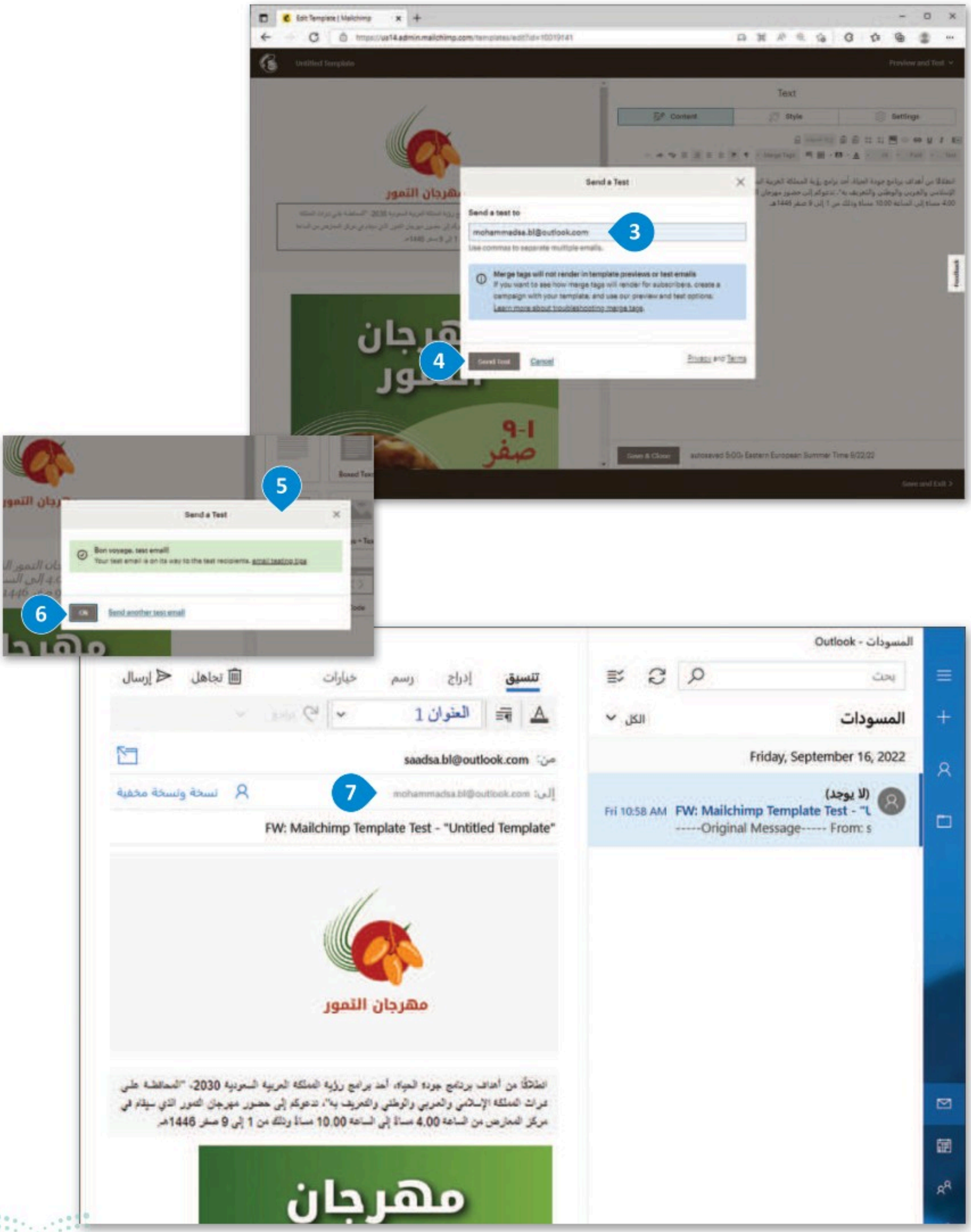
> تم إرسال البريد الإلكتروني التجريبي بنجاح. 5

> اضغط على **OK** (موافق). 6

> تم إرسال البريد الإلكتروني إلى صندوق البريد الوارد للمُستلِم. 7



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

حفظ قالب البريد الإلكتروني

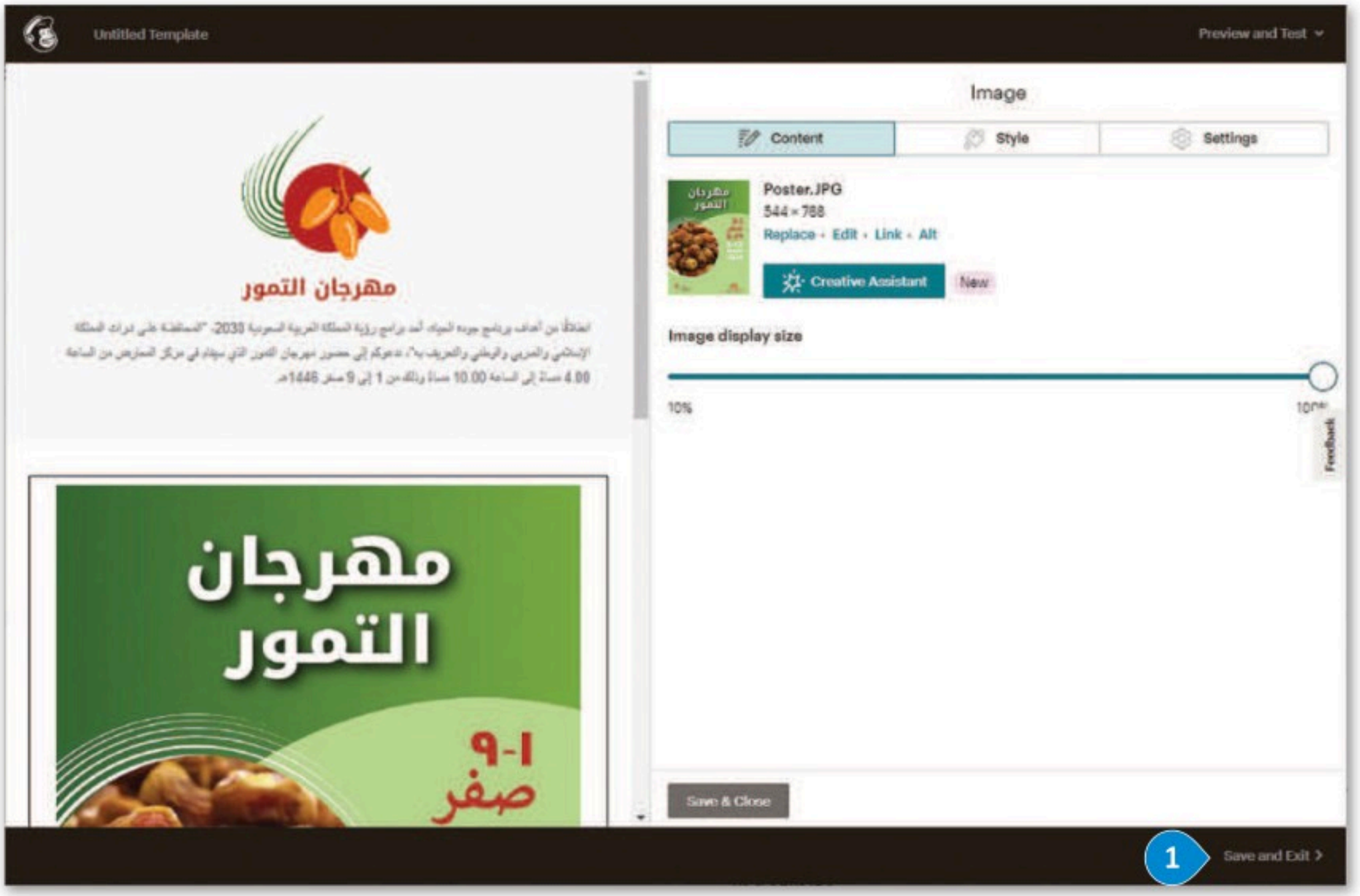
الآن بعد أن انتهيت من إنشاء القالب، يُمكنك حفظه.

لحفظ قالب البريد الإلكتروني:

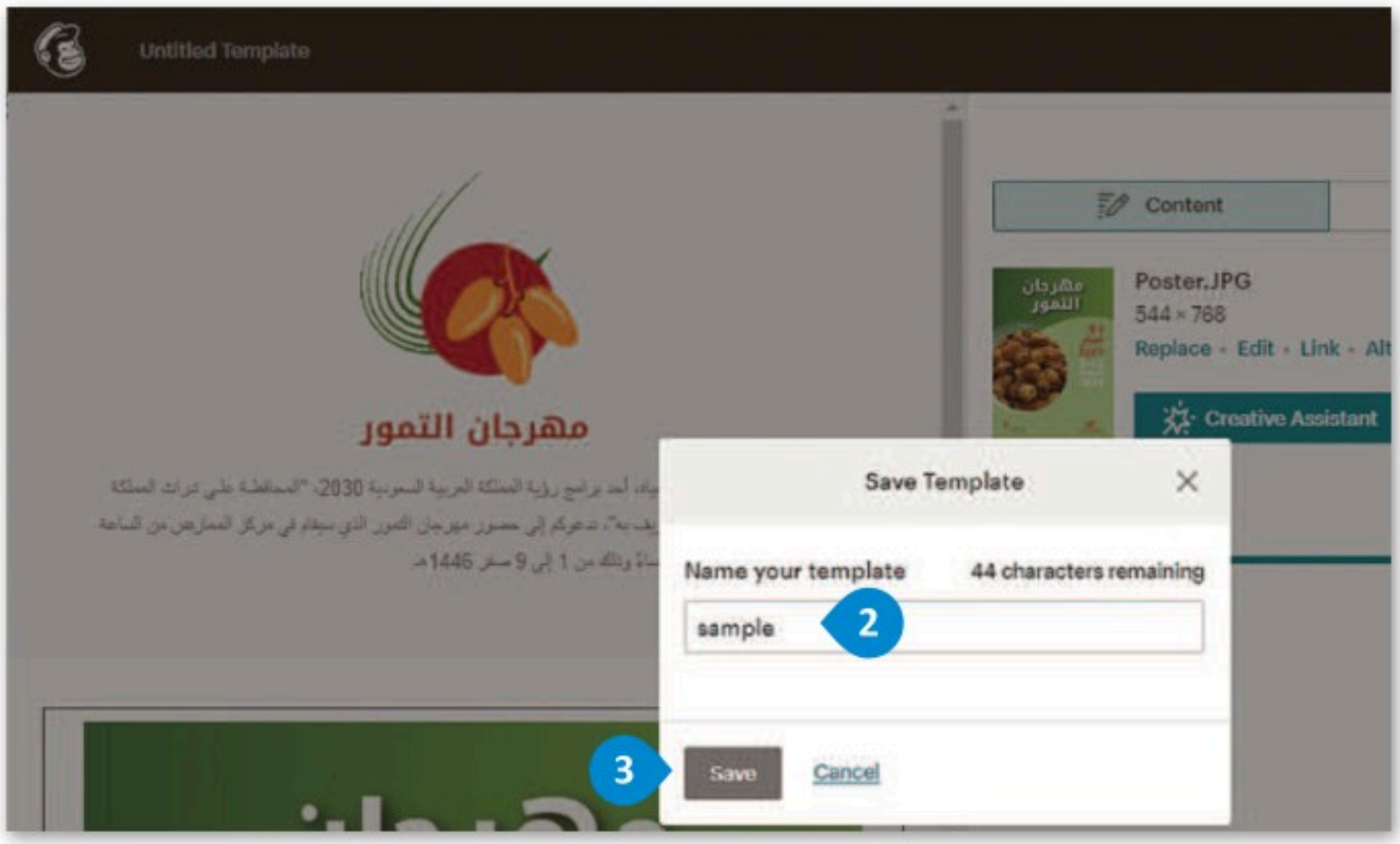
> من الصفحة الرئيسة للقالب، اضغط على **Save and Exit** (حفظ وخروج). 1

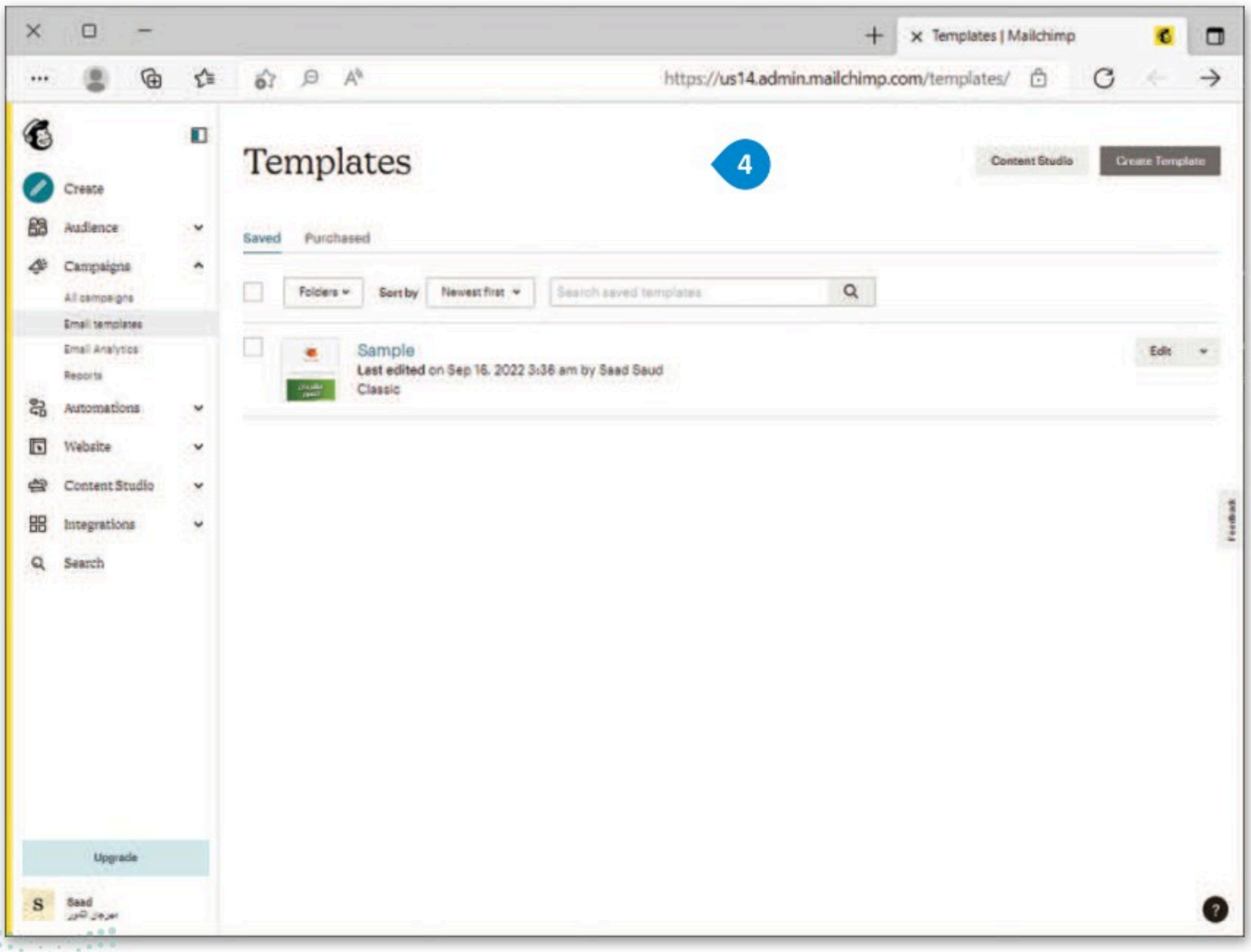
> من نافذة **Save Templete** (حفظ القالب) التي ستظهر اكتب "Sample"، 2 ثم اضغط على **Save** (حفظ). 3

> سيظهر قالب البريد الإلكتروني الذي حفظته في **Email templates** (قوالب البريد الإلكتروني). 4



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

لنطبق معًا

تدريب 1

افترض أنك تمتلك متجرًا وترغب في إنشاء بريد إلكتروني خاص بالإعلان عن بعض منتجاتك. ما القالب الذي ستختاره من منصة ميل تشيمب؟ وضح إجابتك.

تدريب 2

افترض أنك تريد إرسال رسالة إخبارية لتسمح للآخرين بمعرفة ما قمت به بشأن إطلاق منتج جديد، فما القالب الذي ستختاره من منصة ميل تشيمب؟ وضح إجابتك.

تدريب 3

افترض أنك صاحب متجر إلكتروني يبيع أجزاء أجهزة الحاسب، أنشئ حملة تسويقية عبر البريد الإلكتروني من خلال منصة ميل تشيمب، وبشكل أكثر تحديدًا عليك:

> فتح منصة ميل تشيمب ثم إنشاء حساب خاص بك.

> إنشاء قالب لبريدك الإلكتروني خاصًا بالإعلان من القوالب الجاهزة، ويفضل اختيار القالب المتعلق بشراء مجموعة منتجات أو الترويج لعناصر موسمية.

> إضافة شعار إلى البريد الإلكتروني الخاص بالدعوة، ثم إضافة ملصق إعلاني مرتبطًا بمنتجات متجرك الإلكتروني.

> كتابة نص الدعوة وحذف الكُتل غير الضرورية.

> أخيرًا معاينة وإرسال البريد الإلكتروني كاختبار في النهاية.

تدريب 4

افترض أن لديك خصومات في المتجر الإلكتروني الخاص ببيع أجزاء أجهزة الحاسب، أنشئ حملة تسويقية عبر البريد الإلكتروني لإعلام العملاء بذلك من خلال منصة ميل تشيمب، وبشكل أكثر تحديدًا عليك:

> فتح منصة ميل تشيمب ثم إنشاء حساب خاص بك.

> إنشاء قالب لبريدك الإلكتروني خاصٌ بالإعلان من القوالب الجاهزة، ويفضل اختيار القالب المتعلق بإنشاء إعلان.

> إضافة شعار وملصق إعلاني وصورة متعلقة بالخصومات على المنتج.

> كتابة نص الدعوة للإعلام عن فترة الخصم.

> معاينة وإرسال البريد الإلكتروني كاختبار في النهاية.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

مشروع الوحدة

1 افترض أنك تعمل في منظمة الوقاية من مرض السكري في المملكة العربية السعودية، وعليك تنظيم مؤتمر لزيادة الوعي حول هذه المشكلة الصحية.

2 شكِّل مجموعة، وباستخدام منصة **ميل تشيمب** (Mailchimp) أنشئ بريدًا إلكترونيًا خاصًا للإعلان عن المؤتمر وذلك لدعوة الأشخاص لحضور المؤتمر.

3 بشكل أكثر تحديدًا عليك:

-اختيار القالب المناسب لبريدك الإلكتروني.

- استخدام شعار المؤتمر والملصق الإعلاني الذي أنشأته في مشروع الوحدة الأولى لإضافتهما في البريد الإلكتروني.

- كتابة نص دعوة عن المؤتمر.

- إرسال البريد الإلكتروني كاختبار إلى مُستلِم.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

في الختام

جدول المهارات

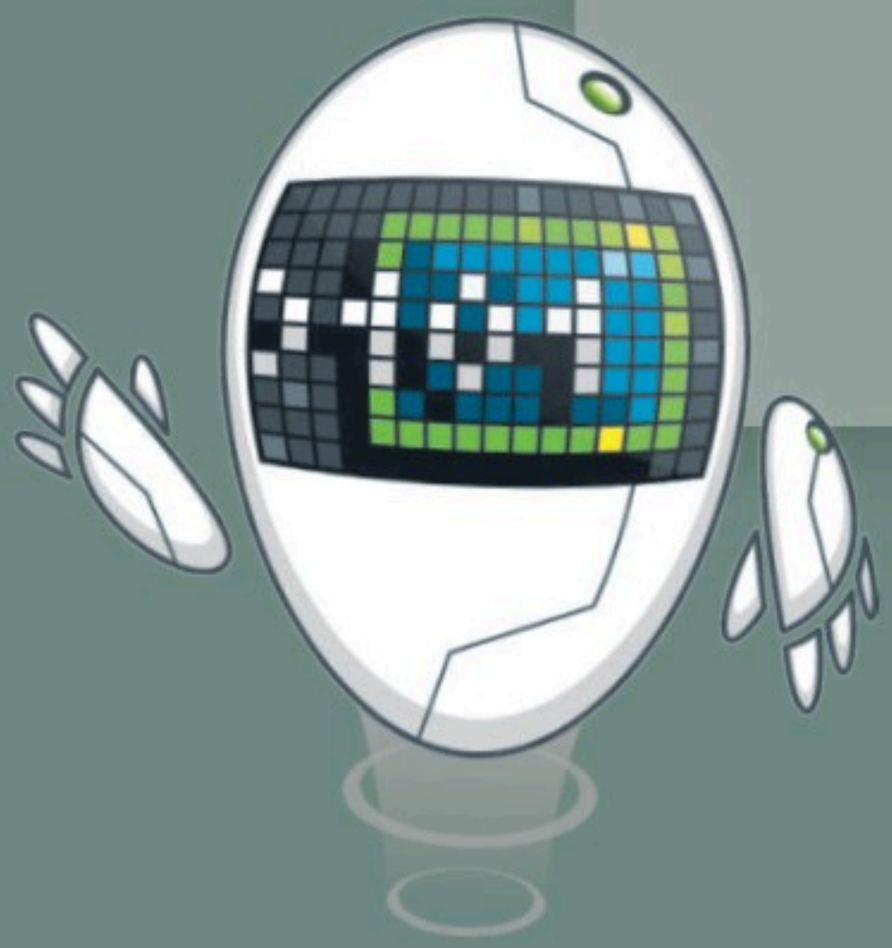
المهارة	درجة الإتقان	
	أتقن	لم يتقن
1. توضيح مفهوم التسويق الإلكتروني.		
2. التمييز بين الأنواع الأساسية للتسويق الإلكتروني.		
3. تحديد الاستراتيجيات التي تعزز جهود التسويق الإلكتروني.		
4. تحديد خطوات التواجد الفعال على الشبكة العنكبوتية.		
5. توضيح كيفية زيادة التواجد على الشبكة العنكبوتية.		
6. التمييز بين الإستراتيجية الظاهرة والإستراتيجية المخفية في التسويق واسع الانتشار.		
7. توضيح ضوابط التسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.		
8. توضيح مفهوم التسويق عبر البريد الإلكتروني.		
9. إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني باستخدام منصة **ميل تشيمب**.		
10. إنشاء حملة تسويقية عبر البريد الإلكتروني.		

المصطلحات

التسويق عبر البريد الإلكتروني	Email Marketing
حملة تسويقية عبر البريد الإلكتروني	Email Marketing Campaign
منصات البريد الإلكتروني	Email Platforms
التسويق الإلكتروني	E-Marketing
إستراتيجية التسويق الإلكتروني	E-Marketing Strategy
إنستغرام	Instagram
حساب شخصي	Personal Account
حساب احترافي	Professional Account
وسائل التواصل الاجتماعي	Social Media
قالب	Template
التسويق واسع الانتشار	Viral Marketing
التواجد على الشبكة العنكبوتية	Web Presence
موقع إلكتروني	Website

الوحدة الثالثة:
البرمجة المتقدمة باستخدام لغة ترميز النص التشعبي

ستتعلم في هذه الوحدة طريقة تنسيق الصفحات الإلكترونية لتكون مستجيبة، بحيث يتم عرضها بشكل يتناسب مع الأجهزة المختلفة. وستتعرف على تقنيات تحسين محركات البحث (Search Engine Optimization - SEO) وكيفية استخدامها لرفع تصنيف الموقع وزيادة عدد الزائرين له. وأخيرًا ستتعلم طريقة تصميم قالب الرسائل الإخبارية الرقمية واستخدام لغة ترميز النص التشعبي (HTML) لبرمجتها.



أهداف التعلم

ستتعلّم في هذه الوحدة:

> ماهية الموقع الإلكتروني المستجيب ومزاياه.
> إنشاء موقع إلكتروني مستجيب.
> ماهية الموقع الإلكتروني التفاعلي.
> إنشاء موقع إلكتروني تفاعلي باستخدام لغة جافا سكربت.
> تقنيات تحسين محركات البحث (SEO) لرفع تصنيف الموقع.
> ماهية الرسائل الإخبارية الرقمية والهدف منها.
> إنشاء الرسائل الإخبارية الرقمية.

الأدوات

> محرر فيجوال ستوديو كود
(Visual Studio Code Editor)

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

الدرس الأول:

التصميم المستجيب للمواقع الإلكترونية

تعلمت في الفصل الدراسي السابق كيفية استخدام أنواع CSS المختلفة لتنسيق الصفحة الإلكترونية الخاصة بك.

صفحات الأنماط المضمنة (Inline style)

```
<h1> تعمل كرة القدم على جمع الناس معًا </h1>
<p style="color:green;">
الهدف من حضور الجمهور في هذه اللعبة هو تشجيع اللاعبين أثناء المباراة. </p>
```

صفحات الأنماط الداخلية (Internal style sheets)

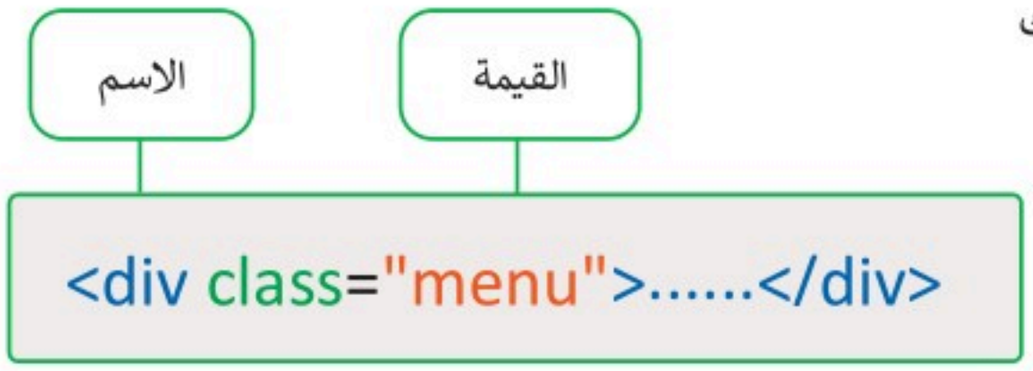
```
<head>
  <title> Football Fan Page</title>
  <meta charset="UTF-8" />
  <style>
    p {
    color: green;
    font-weight:bold;
    background-color:rgb(161, 161, 161);
    }
  </style>
</head>
```

صفحات الأنماط الخارجية (External style sheets)

```
<head>
  <link rel="stylesheet" type="text/css" href="myCSSfile.css">
</head>
```


وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تعلمت أيضًا كيفية تنظيم مقطع HTML البرمجي الخاص بك باستخدام وسم ودالة class.



.html

```
<body>
  <div class="menu">
    <ul>
      <li><a href="#top">الصفحة الرئيسة</a></li>
      <li><a href="#history">التاريخ</a></li>
      <li><a href="#gallery">المعرض</a></li>
      <li><a href="#about">نبذة</a></li>
      <li><a href="contact-form.html" target="_blank">اتصل بنا</a></li>
    </ul>
  </div>
```

مُحدد Class

لتنسيق العناصر في class معين تحتاج إلى استخدام النقطة (.) قبل اسم class. على سبيل المثال سيغير المقطع البرمجي التالي لون الخلفية فقط في قسم menu class.

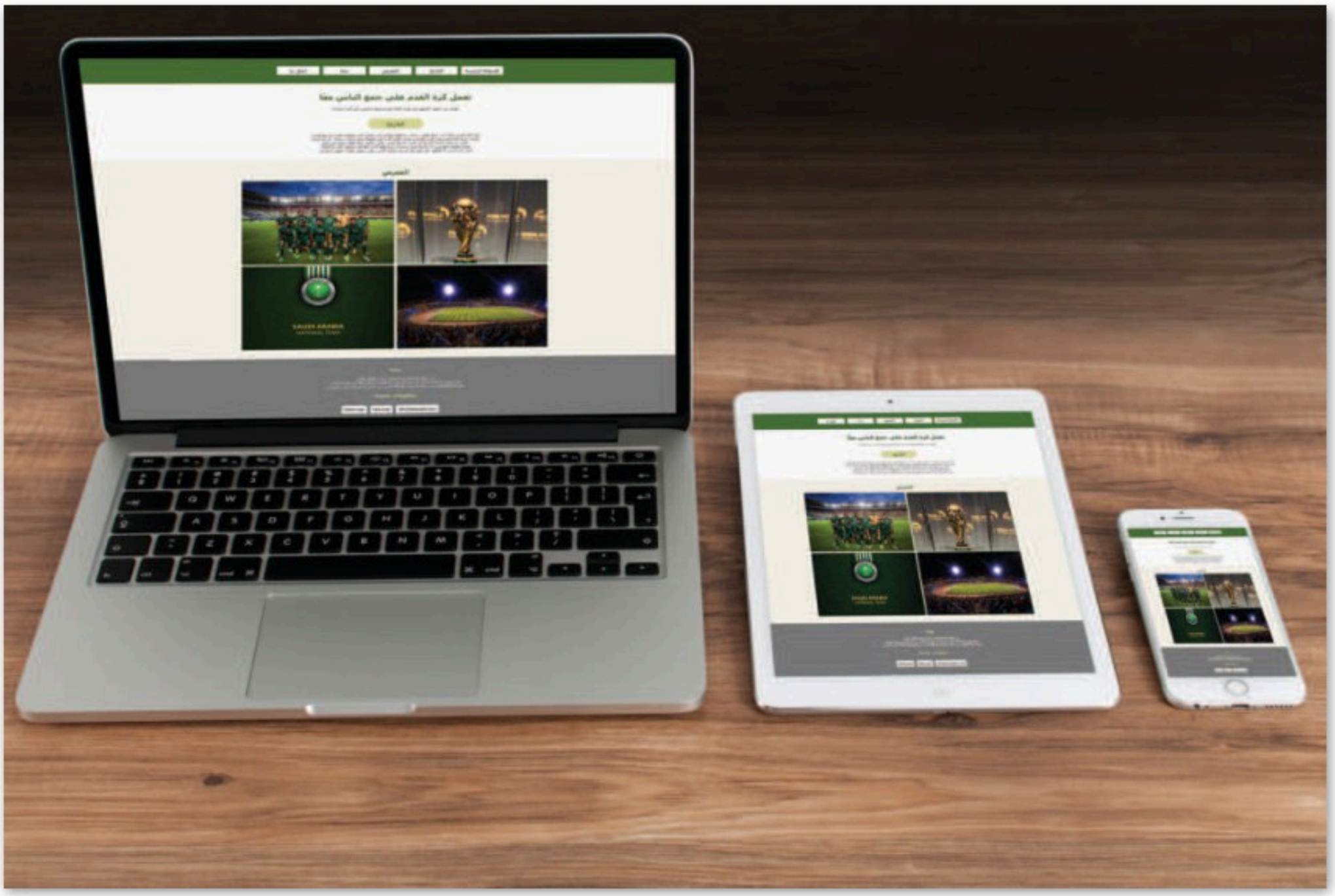
.css

```
.menu {
      background-color: #426C35; }
```

خصائص نموذج الصندوق (Box-Model)

الخاصية	الوصف	مثال
الإطار (Border)	لكل صندوق حدود سواء كان مرئيًا أم لا، بحيث يفصل هذا الإطار بين حافة كل صندوق عن الآخر.	النص
الهامش (Margin)	تأتي الهوامش خارج حدود الإطار.	النص
الفراغ (Padding)	الفراغ هو المسافة ما بين الإطار والمحتوى.	النص

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446



الموقع الإلكتروني المستجيب

التصميم المستجيب للمواقع الإلكترونية هو أحد أساليب التصميم والتطوير التي يستجيب فيها الموقع لسلوك المُستخدم وخصائص الجهاز الذي يستخدمه في تصفح هذا الموقع، وذلك وفق مُتغيرات عديدة مثل: حجم الشاشة ونظام التشغيل، واتجاه الشاشة، وذلك باستخدام مخططات وصور مرنة في الموقع؛ بهدف تحسين تجربة المستخدم.

مزايا الموقع الإلكتروني المستجيب

- **تحسين تجربة المستخدم:** عند زيارة المواقع الإلكترونية التقليدية من خلال الهواتف الذكية، قد يحتاج المستخدم إلى تكبير الصفحة ليتمكن من تصفح الموقع، بينما يتكيف **الموقع الإلكتروني المستجيب** (Responsive Website) مع المتصفحات المختلفة على الأجهزة الذكية أيًا كان حجم شاشتها. ويوفر تجربة تصفح سهلة وممتعة لجميع الخدمات والمنتجات على الموقع، مما يعني أن يقضي المُستخدم المزيد من الوقت أثناء زيارته للموقع.
- **سهولة التحديث:** بدلًا من الحاجة إلى وجود موقع إلكتروني خاص بأجهزة الحاسب، وآخر خاص بالهواتف الذكية مما يستدعي التحديث في عدة أماكن، فإنه يمكن استخدام الموقع الإلكتروني المستجيب من قِبل الجميع، وذلك ليسهُل على مدير الموقع تحديث موقع واحد فقط، مما يوفر الكثير من الوقت والجهد.
- **توفير المال:** إن تكلفة إنشاء موقع إلكتروني لمستخدمي أجهزة الحاسب وتطبيقاته، أو موقع خاص لحاملي الهواتف الذكية يُعدُّ مكلفًا، ولهذا يمكن توفير المال من خلال إنشاء الموقع الإلكتروني المستجيب بحيث يناسب جميع المُستخدمين.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

التصميم المستجيب

عند تصميم الصفحات الإلكترونية المستجيبة، فإنك تستخدم إحداثيات X وY على **شبكة تخطيطية** (Schematic Grid)، ويمكنك أيضًا استخدام النسب المئوية للصورة بدلًا من متغيرات العرض الثابتة. تمنحك هذه الإعدادات تخطيطًا مرنًا للصفحة يمكن تغيير حجمها ليناسب حجم جهاز العرض.

ولإنشاء مخطط ديناميكي أو مستجيب، عليك إضافة **إطار العرض ميتا** (Meta Viewport) مع **استعلامات الوسائط** (Media Queries) في وسم <Meta> داخل مقطع HTML.

إطار العرض

إن **إطار العرض** (Viewport) هو المنطقة المرئية للمُستخدم من الصفحة الإلكترونية، ويتم التحكم فيه بواسطة وسم <Meta>. ولتحقيق الاستجابة في تصميم الموقع الإلكتروني، يكون التنفيذ القياسي لإطار العرض كالأتي:

العرض (Width) في الصفحة الإلكترونية المعروضة يُضبط وفقًا لعرض الجهاز، في حين أن **مستوى التكبير** (Zoom Level) للصفحة التي يتم تحميلها أولًا بواسطة المتصفح هو 100%.

ضبط عرض الصفحة ليتطابق مع عرض جهاز المستخدم أيًا كان حجم الشاشة.

```
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
```

يعطي المتصفح التعليمات اللازمة للتحكم في أبعاد وحجم الصفحة.

يضبط مستوى التكبير الأولي عند تحميل الصفحة لأول مرة من خلال المتصفح.

بدون وسم إطار العرض ميتا، تعرض متصفحات الهواتف الذكية الصفحات الإلكترونية بعرض قياسي لشاشة جهاز الحاسب المكتبي، ثم يُصغرها المتصفح لتلائم شاشة الهاتف الذكي. نتيجة لذلك يحتاج المُستخدم إلى تكبير الصفحة ليتمكن من تصفحها، بينما يتكيف الموقع الإلكتروني المستجيب مع المتصفحات المختلفة في الأجهزة الذكية بغض النظر عن حجم الشاشة.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

يُمكنك الآن استخدام عنصر إطار العرض في صفحة مشجعي كرة القدم التي أنشأتها سابقًا.

.html

```
<head>
  <title> Football Fan Page</title>
  <meta charset="UTF-8"/>
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
  <link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css">
</head>
<body>...
```

عنصر إطار العرض.

بدون استخدام وسم إطار العرض ميتا.



باستخدام وسم إطار العرض ميتا.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

محاكاة الأجهزة في مايكروسوفت إيدج

يُمكنك اختبار مظهر الموقع على الأجهزة المختلفة باستخدام **محاكاة الجهاز** (Device Emulation) في مايكروسوفت إيدج، حيث يحاكي الموقع الإلكتروني الخاص بك على الأجهزة الأخرى مثل: الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية.

لفتح أداة المحاكاة في مايكروسوفت إيدج:

> اضغط على الأيقونة ... "**Settings and more** (الإعدادات والمزيد)" في الزاوية العلوية اليمنى من متصفح مايكروسوفت إيدج. 1

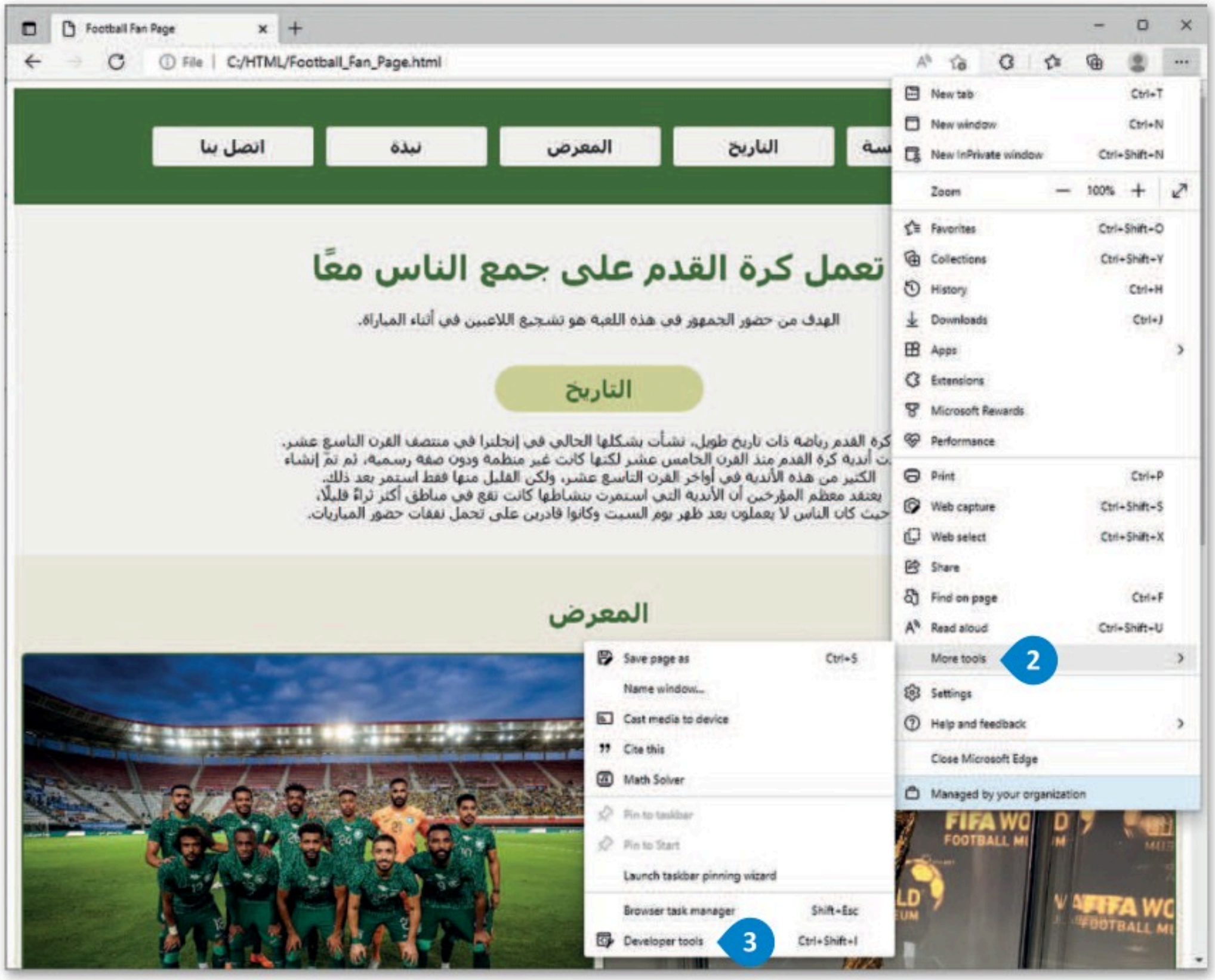
> اضغط على **More tools** (المزيد من الأدوات). 2

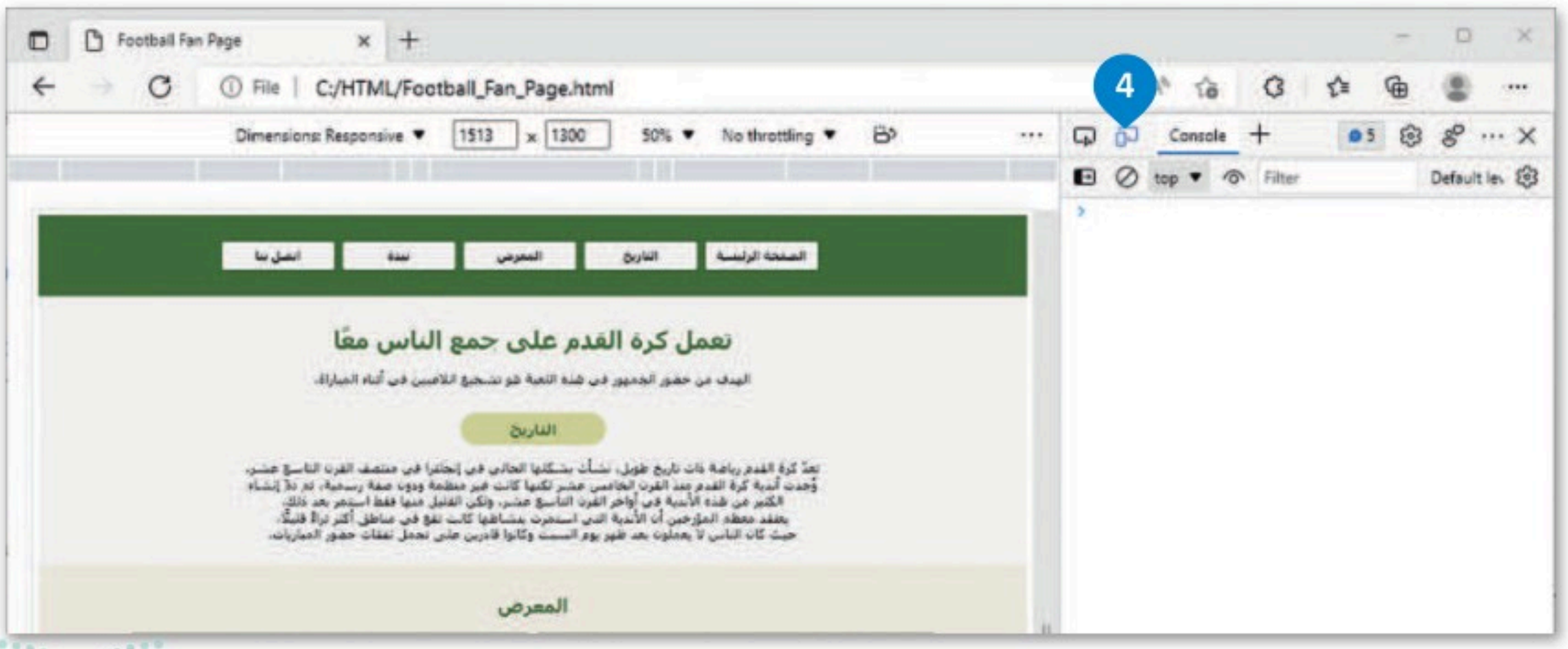
> اضغط على **Developer tools** (أدوات المطور). 3

> اضغط على أيقونة **Toggle Device Emulation** (تبديل محاكاة الجهاز). 4



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

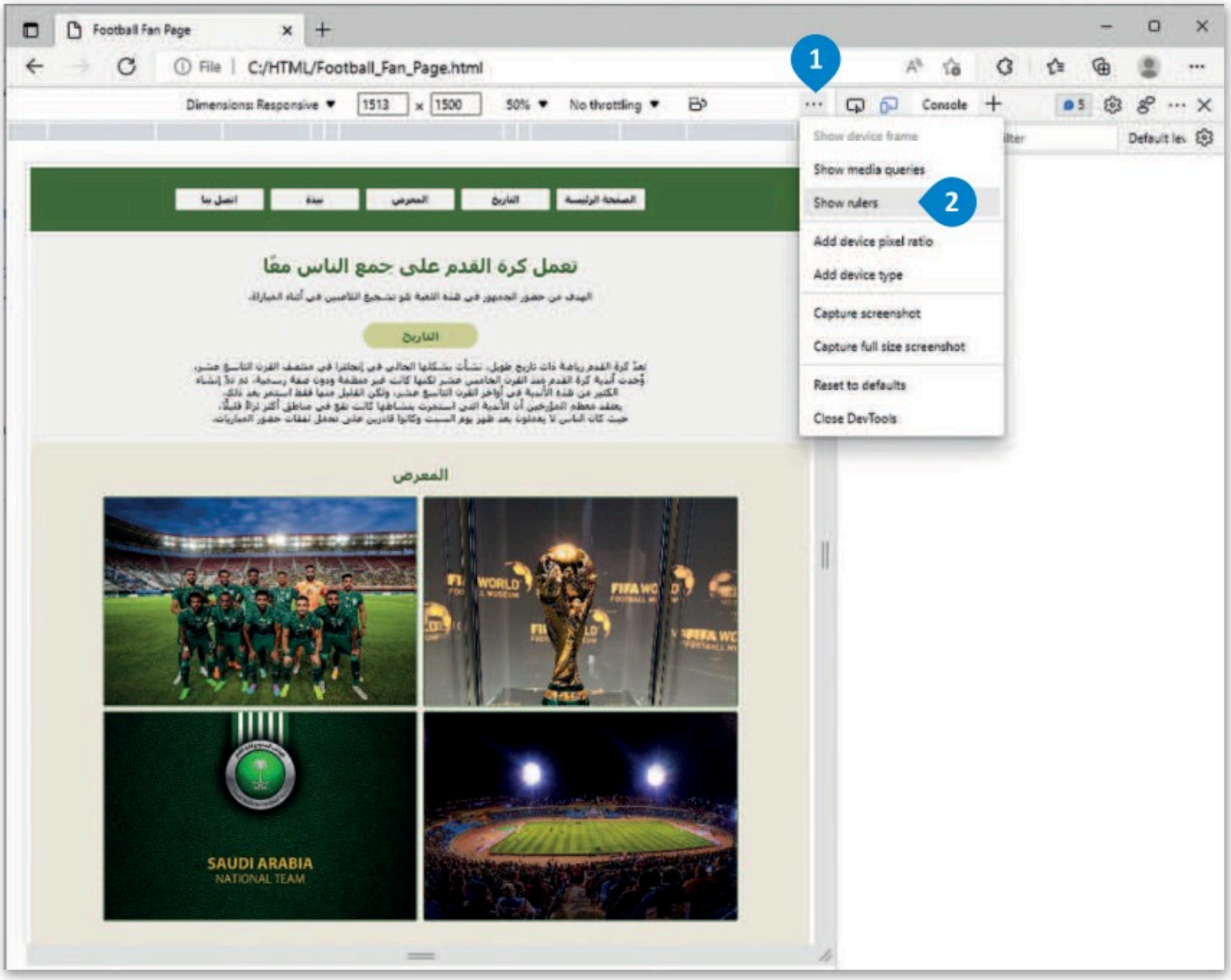
إظهار المساطر (Rulers)

مساطر الصفحة وظيفة إضافية تتيح لك قياس المسافات في الصفحة الإلكترونية **بالبكسل** (Pixel)، وتوجد مسطرتان للصفحة إحداهما **للعرض** (Width) والأخرى **للارتفاع** (Height).

لإظهار المساطر:

> اضغط على الأيقونة ... "**More options** (المزيد من الخيارات)". 1

> اضغط على **Show rulers** (إظهار المساطر). 2



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

اختيار الأجهزة التي تتم محاكاتها

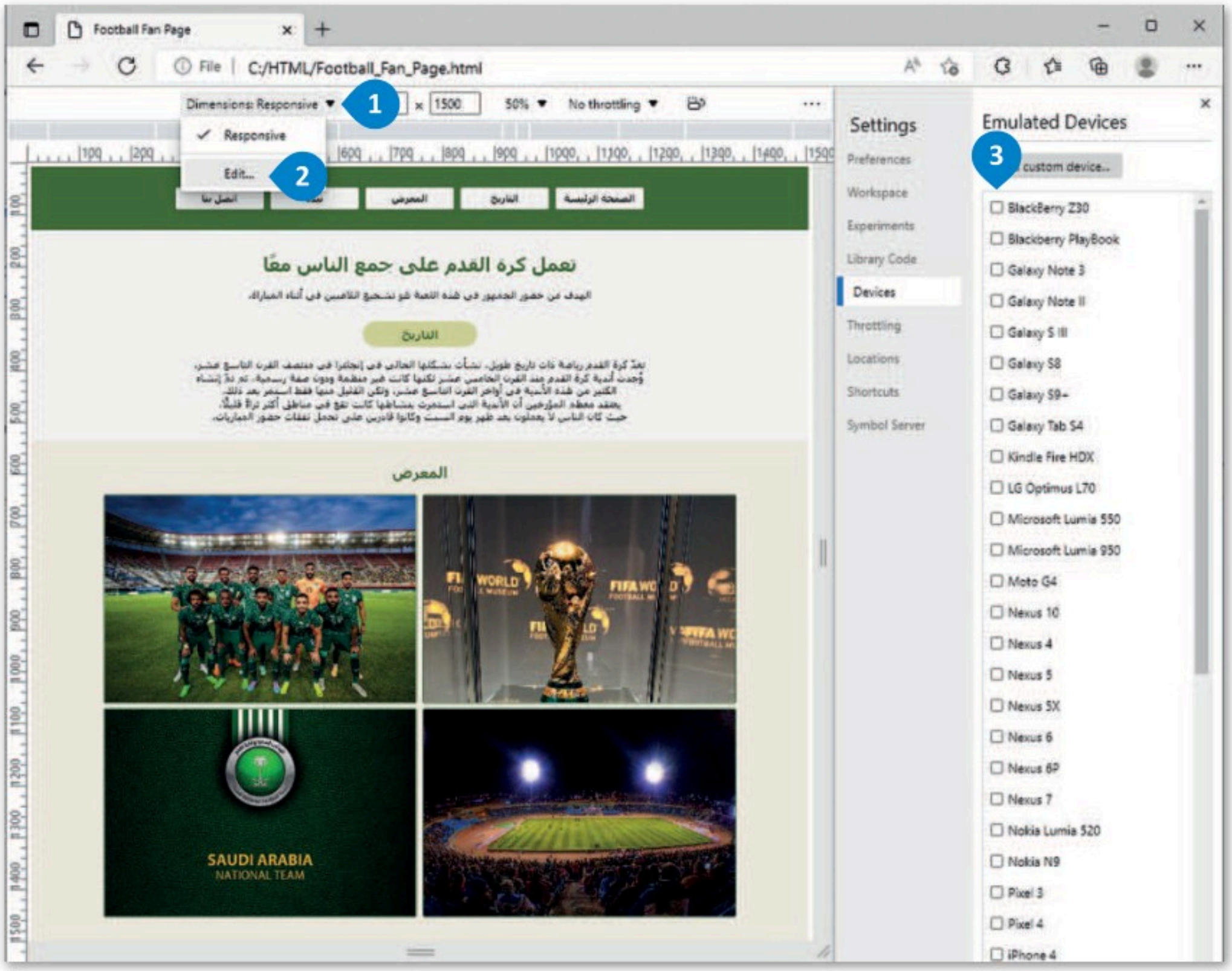
يمكنك تحديد جهاز محدد في بيئة المحاكاة من قائمة معينة ومشاهدة طريقة عرض الصفحة الإلكترونية في إطار العرض الخاص به.

لتحديد جهاز محدد من القائمة:

> اضغط على القائمة المنسدلة **Dimension: Responsive** (البعد: الاستجابة). 1

> اضغط على **Edit** (تحرير). 2

> من القائمة المعروضة **Emulated Devices** (الأجهزة التي تتمّ محاكاتها) حدِّد الجهاز. 3



يمكنك تغيير حجم عرض النافذة يدويًا مع ملاحظة كيف تتغير طريقة عرض محتوى الشاشة.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

استعلام الوسائط

استعلام الوسائط (Media Query) هي خاصية في **صفحات التنسيق النمطية** (CSS) تُستخدم فقط عند استيفاء شرط محدد، ويمكن وضعها في:

- داخل ملف HTML مثل نمط CSS الداخلي.
- داخل ملف CSS خارجي.

```
@media screen and (max-width: 800px) {
    img {
        width:300px;
        height:auto;
    }
}
```

استعلام الوسائط الداخلي في ملف HTML

يُمكنك إضافة استعلام الوسائط الداخلي في ملف HTML، حيث يجب وضع استعلام الوسائط داخل قسم الوسم <head> بين وسمي <style> في ملف HTML.

في المثال التالي، سيتم تصغير عرض الصورة إلى 70%، إذا كان إطار عرض الشاشة أقل من 800 بكسل.

.html

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <title> Football Fan Page</title>
  <meta charset="UTF-8"/>
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
  <link rel="stylesheet" type="text/css" href="style.css">
  <style>
        @media screen and (max-width: 800px) {
            img {
                width:70%;
                height:auto;
            }
        }
  </style>
</head>
...
```

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

استعلام الوسائط في ملف CSS خارجي

يُمكنك أيضًا إضافة استعلام الوسائط في ملف CSS خارجي الذي يُصمم الصفحة الإلكترونية في نهاية ملف CSS.

.css

```css
@media screen and (max-width: 800px) {
    img {
        width:70%;
        height:auto;
    }
}
```

ستعمل الأجهزة التي يصل عرضها إلى 800 بكسل على ضبط الصور المعروضة على الشاشة على النمط المحدد لاستعلام الوسائط.

إذا تم تطبيق استعلام الوسائط على صفحة مشجعي كرة القدم، فسيؤثر ذلك في أبعاد الصور على الأجهزة التي يقل عرضها لإطار العرض عن 800 بكسل.

عرض إطار العرض (Viewport Width) أكبر من 800 بكسل.



عرض إطار العرض (Viewport Width) أقل من 800 بكسل.



يتم تصغير **عرض** (width) الصورة إلى 70%، إذا تغير ارتفاع الصورة تلقائيًا.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تنسيق الصور

حان الوقت لجعل ألبوم الصور الخاص بك يتغير طبقًا لحجم الشاشة التي يتم تحميل الصفحة عليها، وهذا يعني أن عناصر الصفحة ستظهر بشكل مختلف على شاشة جهاز الحاسب، أو على جهاز لوحي أو على هاتف الذكي.

فيما يلي سيُضاف استعلاما وسائط في ملف CSS:

أضف استعلامات الوسائط التي ستؤثر على أبعاد الصور، مثلًا: عرض الشاشة لجهاز معين لفئة .photos img موجود بالفعل في ملف CSS للموقع الإلكتروني ويحتوي على قواعد CSS التي تحدد خصائص الصور.

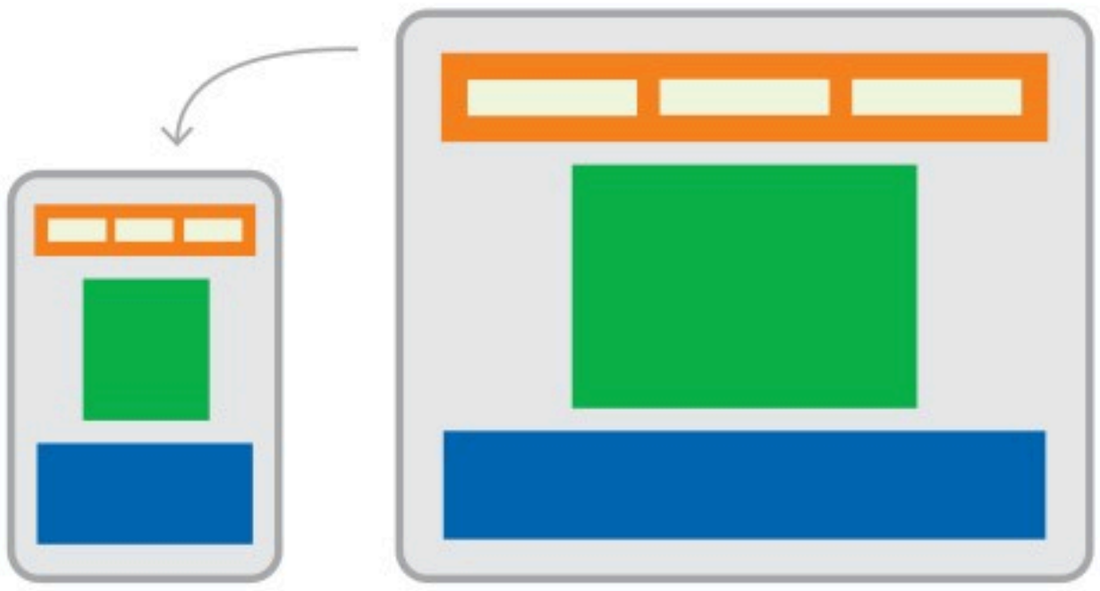
لتنسيق العناصر في فئة محددة، تحتاج إلى استخدام **القسم** (Class) كما تم تعريفه في ملف النمط CSS.

سيكون هامش الصورة 6 بكسل.

.css

```
@media screen and (max-width: 900px) {
  .photos img {
    width:50%;
    margin: 6px;
   }
}
@media screen and (max-width: 700px) {
  .photos img {
    width:100%;
    height:auto;
   }
}
```

احفظ ملف CSS، ثم افتح الصفحة الإلكترونية في المتصفح. عند تغيير حجم نافذة المتصفح، فإن أبعاد الصور تتغير حسب استعلامات الوسائط.

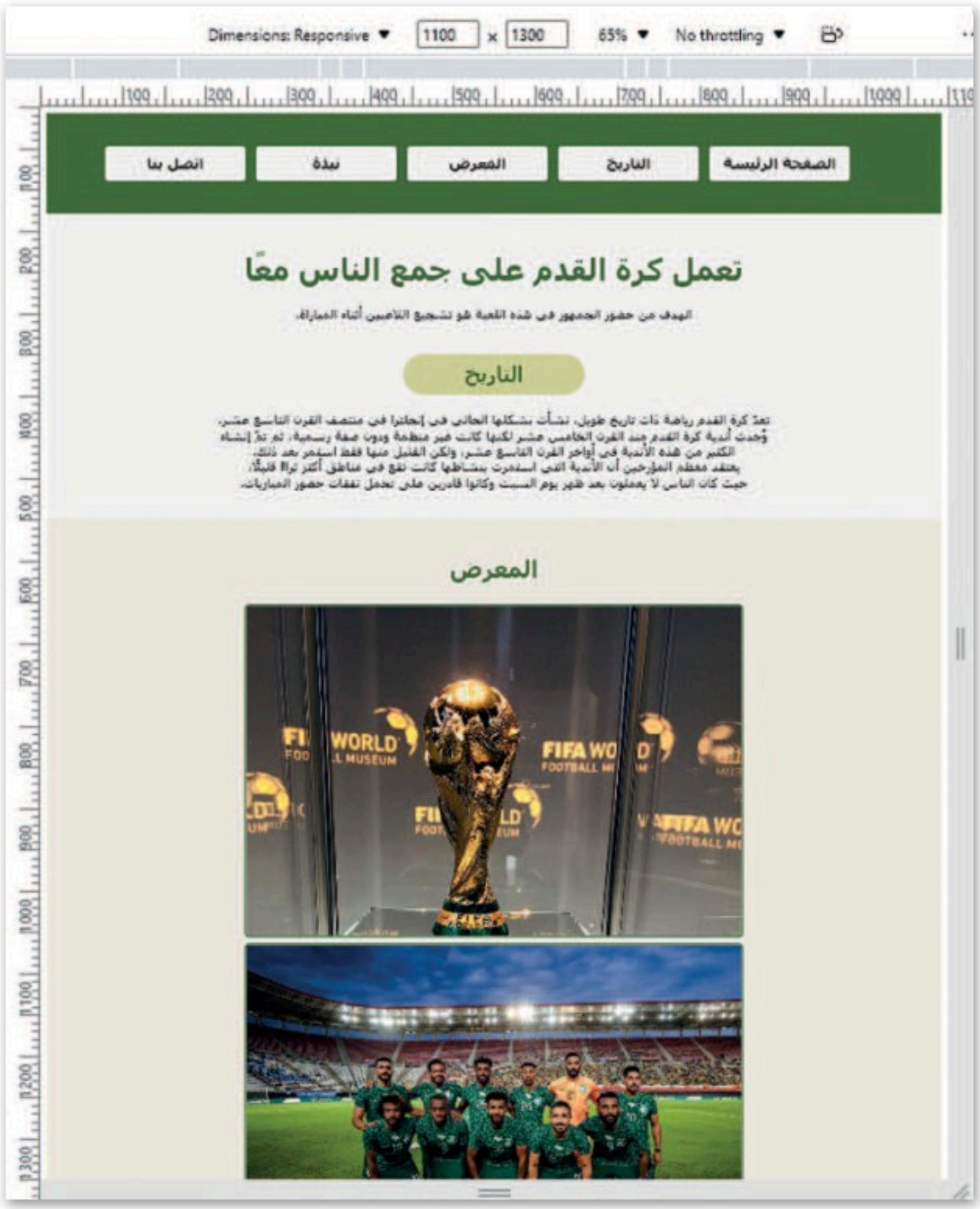


وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

استخدم بيئة محاكاة مايكروسوفت إيدج لمحاكاة الأجهزة ذات عرض الشاشة المختلف ومعرفة كيف تتغير أبعاد الصور.

في نافذة متصفح ذات عرض واسع، على سبيل المثال: 1100 بكسل، لا تتأثر الصور باستعلامي الوسائط لأنهما يؤثران على أبعاد الصور لعرض الشاشة الذي يساوي أو يقل عن 900 بكسل.

إطار عرض واسع
(Wide Viewport).



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

عرض إطار العرض
(Viewport Width)
900 بكسل.

تصغير نافذة المتصفح بعرض 900 بكسل، يكون لاستعلام الوسائط الأول تأثير على صور الموقع الإلكتروني. ويكون التغيير مرئيًا بوضوح، حيث يقل مقياس عرض الصور إلى 50%. يتم تطبيق استعلام الوسائط هذا على الأجهزة ذات عرض شاشة 900 بكسل وأقل (حتى 701 بكسل). تحاكي نافذة المتصفح في هذا النطاق تنسيق الصور للأجهزة ذات عرض الشاشة المقابل، وفقًا لاستعلام الوسائط المحدد.

عرض إطار العرض
(Viewport Width)
700 بكسل.

تصغير نافذة المتصفح حتى عرض 700 بكسل، يكون لاستعلام الوسائط الثاني تأثير على صور الموقع الإلكتروني. ويكون التغيير مرئيًا بوضوح حيث يرتفع مقياس عرض الصور إلى 100%. يتم تطبيق استعلام الوسائط هذا على الأجهزة ذات عرض شاشة 700 بكسل وأقل. تحاكي نافذة المتصفح في هذا النطاق تنسيق الصور للأجهزة ذات عرض الشاشة المقابل، وفقًا لاستعلام الوسائط المحدد.





وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تنسيق قسم القائمة

القائمة (Menu) هي قسم يحتوي على عناصر يجب عرضها بشكل مختلف في الأجهزة المختلفة، ويمكنك استخدام استعلام الوسائط لتنسيق عناصر القائمة. يجب إضافة المقطع البرمجي الذي يشكل تخطيط القائمة في الفئة المقابلة لملف CSS.

.css

```
...
.menu {
   background-color: #426C35;
   overflow: auto;
}
.menu ul {
   text-align: center;
   padding-top: 20px;
   padding-bottom: 20px;
   text-decoration: none;
}
.menu li {
   display: inline-block;
   text-align: center;
}
.menu li a {
   display: inline-block;
   height: auto;
   width: 150px;
   color: #333333;
   background-color: #f5f5f5;
   padding: 10px;
   margin: 4px;
   text-align: center;
   font-size: 18px;
   font-weight: bold;
   text-decoration: none;
   border-radius: 4px;
}
.menu li a:hover {
    background-color: #d6d599;
}
...
```

توضع عناصر القائمة أفقيًا في سطر واحد.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

لذلك، من أجل إنشاء تنسيق مستجيب لعناصر القائمة، لموقع إلكتروني مشجعي كرة القدم، يجب عليك إضافة استعلام وسائط في ملف CSS الخارجي وحفظ الملف مرة أخرى. يمكن أن يحتوي استعلام الوسائط على النتيجة التالية:

إذا كان عرض الشاشة أقل من 700 بكسل، فستظهر عناصر القائمة عمودية.

سيطبق استعلام الوسائط إذا كان عرض شاشة الجهاز أقل من 700 بكسل.

ستوضع عناصر القائمة عموديًا.

.css

```
@media screen and (max-width: 700px) {
 .menu li {
   display: block;
   text-align: center;
   }
}
```

استخدم بيئة محاكاة مايكروسوفت إيدج حيث عند تصغير نافذة المتصفح، يجب أن يتغير شكل القائمة.



إطار عرض واسع (Wide Viewport).

في البداية، مع وجود إطار عرض واسع، على سبيل المثال: 1100 بكسل، لمحاكاة شاشة جهاز واسعة، تم وضع عناصر القائمة في سطر، كما تم تحديدها بواسطة ملف CSS الأول. بالنسبة للأجهزة التي يزيد عرض شاشتها عن 700 بكسل، فإن استعلام الوسائط أعلاه ليس له أي تأثير.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

عرض إطار العرض (Viewport Width) أكبر من 700 بكسل.

عند تصغير عرض نافذة المتصفح من قيمة عالية مثل 1100 بكسل إلى 701 بكسل، فإن وسم <meta> لإطار العرض هو الذي يؤثر على تنسيق قائمة الموقع الإلكتروني؛ ونتيجة لذلك يمكنك رؤية العناصر التي سيتم نقلها في القائمة.



عرض إطار العرض (Viewport Width) أقل من 700 بكسل.

تصغير نافذة المتصفح بعرض 700 بكسل بالضبط، يكون لاستعلام الوسائط تأثير على عناصر القائمة. يكون التغيير مرئيًا بوضوح حيث يتم وضع عناصر القائمة في قائمة عمودية ومركزية. يتم تطبيق هذا التنسيق على الأجهزة التي يبلغ عرض شاشتها 700 بكسل وأقل.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

لنطبق معًا

تدريب 1

أضف إلى المقطع البرمجي HTML التالي:

- وسم <meta> لإطار العرض؛ لضبط عرض محتوى الصفحة الإلكترونية على عرض شاشة كل جهاز.
- استعلام وسائط؛ لتقليل مقياس عرض صورة الصفحة الإلكترونية إلى 60%، ولضبط ارتفاعها تلقائيًا عندما يكون عرض شاشة الجهاز مساويًا لـ 500 بكسل أو أقل منه.

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8"/>
  
  <style>
  
  </style>
</head>
<body>
  <h1>هذا عنوان.</h1>
  <p>هذه فقرة.</p>
  <img src="image.jpg">
</body>
</html>
```

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

> هل هذه صفحة إلكترونية مستجيبة؟

> ما المزايا التي تقدمها الصفحة الإلكترونية هذه مقارنةً بالصفحة الإلكترونية الخاصة بالمقطع البرمجي الخاص بعنوان HTML الأولي؟

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تدريب 2

أضف إلى الجزء التالي من المقطع البرمجي استعلام الوسائط لتغيير لون الخلفية إذا كانت الشاشة أصغر من 600 بكسل:

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8"/>
  <style>
      body {
         background-color: grey;
      }
```

```
  </style>
</head>
<body>

  <h1>هذا عنوان.</h1>
  <p>هذه فقرة.</p>
</body>
</html>
```

تدريب 3

نسّق الجزء التالي من المقطع البرمجي لقسم div عن طريق التالي:

- ضبط الهامش (Margin) ليكون 20 بكسل.
- تلوين النص ليكون أخضر.
- ضبط الحدود (Border) لتكون 3 بكسل و يكون لونها أسود (Black) وثابت (Solid).
- إضافة استعلام الوسائط لتغيير لون الخلفية إذا كانت الشاشة أصغر من 600 بكسل.

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8"/>
  <style>
      h1 {
         background-color: lightgrey;
      }
  
  
  
  </style>
</head>
<body>

  <h1>هذا عنوان.</h1>
  <p>هذه فقرة.</p>
  <div class="paragraph_2">
    <p>هذه الفقرة الثانية.</p>
    <p>هذه الفقرة الثالثة.</p>
  <div>
</body>
</html>
```


وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تدريب 4

افترض أنك أضفت صورة إلى الموقع الإلكتروني الخاص بك، وعليك تنسيق المقطع البرمجي وضبط عرض الصورة ليكون150 بكسل، وارتفاعها 100 بكسل، وخاصية نصف قطر الإطار (border-radius) لتكون 5 بكسل.

> استخدم استعلام الوسائط لتغيير حجم الصورة إذا كانت الشاشة أصغر من 500 بكسل.

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8"/>
  <style>
    
  </style>
</head>
<body>
  <h1>هذا عنوان.</h1>
  <p>هذه فقرة.</p>
  <img src="picture.png">
</body>
</html>
```


وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تدريب 5

في المقطع البرمجي HTML التالي، استخدم صفحة الأنماط الداخلية (Internal style sheet) لتحرير المقطع البرمجي بحيث يغيّر لون الخلفية إلى اللون الوردي الفاتح (light pink) عندما تكون نافذة المتصفح 600 بكسل أو أقل.

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8"/>
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
  <style>
     body {
        background-color: lightgrey;
     }
  </style>
</head>
<body>
  <h1>هذا عنوان.</h1>
  <p>هذه فقرة.</p>
</body>
</html>
```


وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

الدرس الثاني:

الموقع الإلكتروني التفاعلي

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

يقبل **الموقع الإلكتروني التفاعلي** (Interactive website) مدخلات المستخدم ويمكنه تغيير محتواه وفقًا لذلك. تستخدم المواقع الإلكترونية التفاعلية جافا سكريبت لتطويرها، وإضافة عناصر تفاعلية تجذب المستخدمين. بينما تُستخدم لغات HTML و CSS لإعطاء بنية ونمط للصفحات الإلكترونية.

يمكنك استخدام جافا سكريبت على الموقع الإلكتروني الخاص بك من أجل:

- عرض التاريخ والوقت.
- عرض النوافذ المنبثقة ومربعات الحوار.
- التحقق من صحة مدخلات المستخدم.
- القوائم المنسدلة الديناميكية ، إلخ.

بدون جافا سكريبت، ستكون 90% من الصفحات الإلكترونية ثابتة على الإنترنت.

لغة جافا سكريبت

جافا سكريبت (JavaScript - JS) هي لغة برمجة عالية المستوى تُستخدم لجعل صفحات **لغة ترميز النص التشعبي** (HTML) أكثر ديناميكية وتفاعلية، والتي لا يمكن إجراؤها باستخدام برمجة HTML العادية **وصفحات التنسيق النمطية** (CSS).

باستخدام لغة جافا سكريبت يمكنك:

- تعديل محتوى الصفحة التي تم إنشاؤها باستخدام HTML.
- تغيير خصائص المقطع البرمجي HTML المُستخدم في الصفحة الإلكترونية.
- تغيير المقطع البرمجي CSS المُستخدم في الصفحة الإلكترونية.

المقطع البرمجي في جافا سكريبت

يُكتب المقطع البرمجي في جافا سكريبت بين الوسمين <script> </script>. ويحتوي الوسم <script> على مقطع برمجي جافا سكريبت، أو يمكن أن يشير إلى ملف جافا سكريبت خارجي من خلال الخاصية src.

```
<script src="first_script.js"> </script>
```

ملف الجافا سكريبت.

يمكنك كتابة مقطع برمجي جافا سكريبت في:

- قسمي <head> و <body> في صفحة HTML.
- ملف خارجي.

عرض رسالة باستخدام لغة جافا سكريبت

هناك العديد من الطُرق المختلفة التي يمكنك استخدامها لعرض المُخرج باستخدام لغة جافا سكريبت منها:

- استخدام دالة **الكتابة في مستند** (document.write ()) في المقطع البرمجي HTML الخاص بك، حيث تعرض هذه الدالة النص المحدد في الصفحة الإلكترونية.
- استخدام دالة **نافذة التنبيه** (window.alert ()) لإنشاء مربع تنبيه يحتوي على رسالة.
- استخدام دالة **الحصول على عنصر من المُعرَّف في مستند** (document.getElementById ())، حيث تحدد هذه الدالة العنصر النصي من خلال المُعرَّف وتغييره إلى عنصر آخر.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

دالة الكتابة في مستند (( ) document.write)

تُستخدم **دالة الكتابة في مستند** (( )document.write) لعرض نص محدد في الصفحة الإلكترونية.

```
document.write("الرسالة");
```

في المثال التالي، ستستخدم الدالة ( )document.write لإضافة مُخرج إلى مستند HTML.

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
  <head>
    <meta charset="UTF-8"/>
    <title>example</title>
  </head>
  <body>
    <h1> صفحتي الإلكترونية</h1>
    <p> النص المعروض تم إنشاؤه باستخدام لغة ترميز النص التشعبي. </p>

    <!--We add the JavaScript in the html file-->
    <script>
      document.write("ولكن هذا النص تم إنشاؤه باستخدام لغة جافا سكريبت.")
    </script>
  </body>
</html>
```

النص الذي سيعرض على الشاشة.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

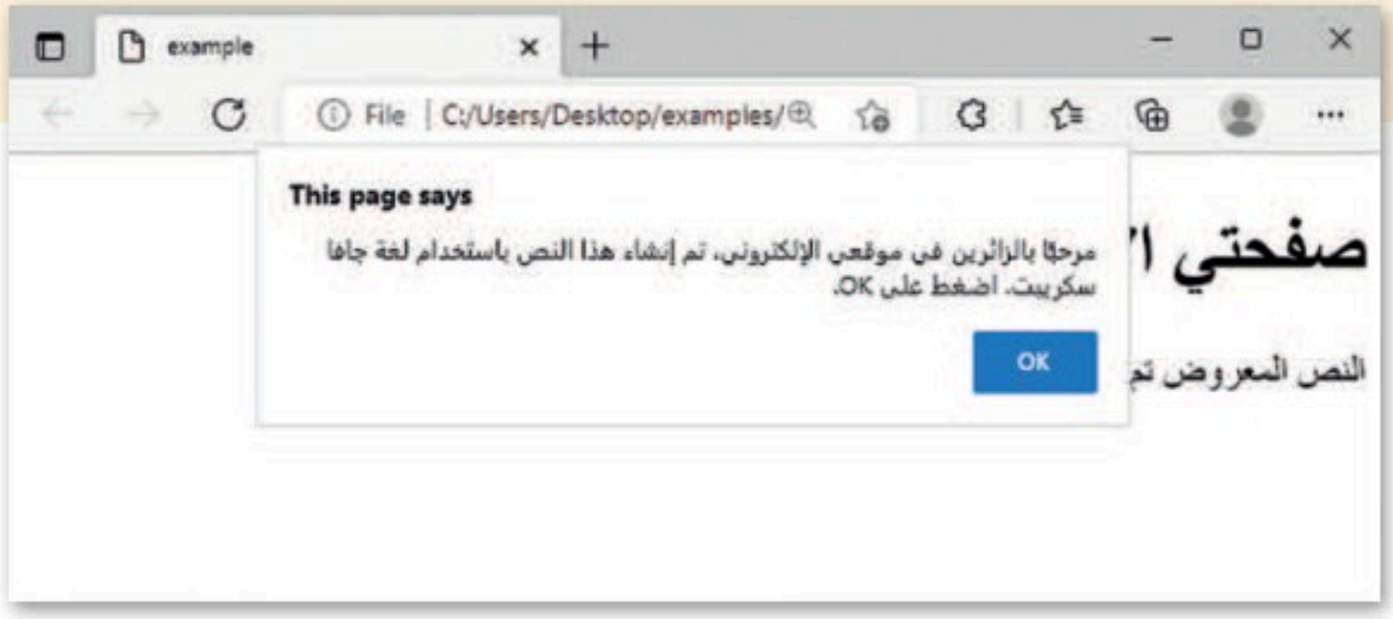
دالة نافذة التنبيه (( ) window.alert)

تُستخدم دالة **نافذة التنبيه** (( ) window.alert) لعرض مربع تنبيه يحتوي على رسالة نصية، ويتعين على المُستخدم الضغط على زر "موافق" لإغلاق هذا المربع. وتُستخدم أيضًا للتأكد من أن المعلومات خاصة بالمُستخدم.

```
window.alert("الرسالة");
```

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
  <head>
    <meta charset="UTF-8"/>
    <title>example</title>
  </head>
  <body>
    <h1> صفحتي الإلكترونية </h1>
    <p> النص المعروض تم إنشاؤه باستخدام لغة ترميز النص التشعبي. </p>
    <!--We add the JavaScript in the html file-->
    <script>
      window.alert("مرحبًا بالزائرين في موقعي الإلكتروني، تم إنشاء هذا النص باستخدام لغة جافا
      سكريبت. اضغط على OK")
    </script>
  </body>
</html>
```

نص مربع التنبيه.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

دالة الحصول على عنصر من المُعرِّف في مستند (( ) document.getElementById)

تُستخدم دالة **الحصول على عنصر من المُعرِّف في مستند** (( ) document.getElementById) لتحديد عنصر نصي محدد في HTML باستخدام **المُعرِّف** (id) وتغييره إلى عنصر آخر.

في المثال التالي، تأخذ الدالة مُعرِف الوسم <p> الذي يحتوي على النص "مرحبًا" وتغيره إلى النص المحدد "صباح الخير".

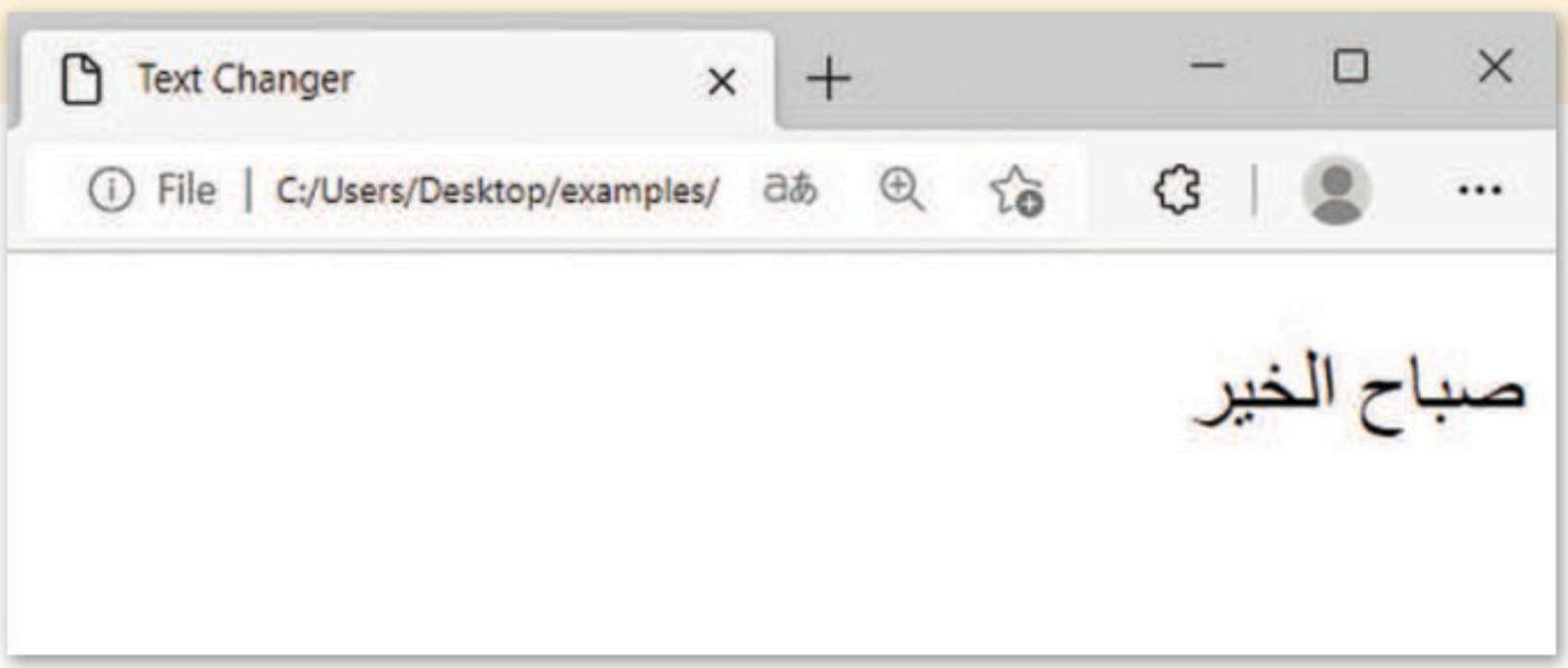
```
document.GetElementById(text element id)
```

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
  <head>
    <meta charset="UTF-8"/>
    <title> Text Changer </title>
  </head>
  <body>
    <p id="p_id"> مرحبًا</p>
    <!--We add the JavaScript in the html file-->
    <script>
      document.getElementById("p_id").innerHTML = "صباح الخير";
    </script>
  </body>
</html>
```

سيتم تغيير هذا المحتوى.

المُخرج (Output).

مُعرِف العنصر الذي سيتم تغيير محتواه.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إنشاء زر باستخدام جافا سكريبت

يمكنك استخدام لغة HTML لإنشاء زر يمكن الضغط عليه، حيث يُستخدم وسم <button> في لغة HTML لإنشاء الزر، ومن خلال الضغط عليه ، يمكنك تشغيل وظيفة محددة.

```
<button onclick="myFunction()">اضغط هنا </button>
```

يمكنك إنشاء الدالة بين وسوم البرنامج النصي، ويتم الإعلان عن الدالة داخل الأقواس المتعرجة لجافا سكريبت.

تضاف الدالة هنا.

```
<script> function myFunction(){ }</script>
```

من خلال الضغط على الزر، سيتم تشغيل دالة **الحصول على عنصر من المُعرِّف في مستند** (document.getElementById ( )) وستتغير رسالة "مرحبًا" إلى "صباح الخير".

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
  <head>
    <meta charset="UTF-8"/>
    <title> Text Changer on click of a button </title>
  </head>
  <body>
    <p id="p_id">مرحبًا</p>
    <button onclick="myFunction()">اضغط هنا</button>
    <!--We add the JavaScript in the html file-->
    <script>
      function myFunction()
      {
      document.getElementById("p_id").innerHTML = "صباح الخير";
      }
    </script>
  </body>
</html>
```



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

ملف جافا سكريبت الخارجي

يمكنك إنشاء **برنامج نصي** (Script) في ملف مختلف وحفظه بامتداد ".js"، ثم يمكنك الرجوع إليه باستخدام الخاصية src في وسم <script>. ويمكن استخدام ملف جافا سكريبت الخارجي في عدة صفحات من الموقع الإلكتروني، بدلًا من كتابة نفس البرنامج النصي عدة مرات.

ستنشئ مقطعًا برمجيًا في جافا سكريبت يعرض رسالة ترحيب تتغير وفقًا للوقت الذي يزور فيه المُستخدم الموقع. ستنشئ ملفًا خارجيًا يحتوي على مقطع برمجي جافا سكريبت بنفس الطريقة التي أنشأت بها ملف HTML وملف CSS، ولكن يُحفظ بالامتداد ".js".

لتعريف متغيّر في جافا سكريبت يُستخدم var قبل اسم المتغير.

دالة **التاريخ الجديد** (new Date ( )) في جافا سكريبت تُرجع التاريخ والوقت.

.js

```
// This block gets the time to use in the following code
var today = new Date();
var hourNow = today.getHours();
// Declaring the greeting
var greeting;
// Changing the content of the greeting message depending on
// the time that was given by the Date() block
if (hourNow < 12) {
   greeting="صباح الخير";
   }
   else if ( hourNow > 18) {
   greeting="مساء الخير";
   }
   else {
   greeting="مرحبًا";
}
// A built-in function that writes the greeting on the webpage
document.write(greeting);
```

دالة **الحصول على الساعات** (getHours ( )) في جافا سكريبت تُرجع الوقت كعدد صحيح من 0 إلى 23.

المتغير **تحيَّة** (greeting) يخزن رسالة الترحيب التي تتغير حسب الساعة.

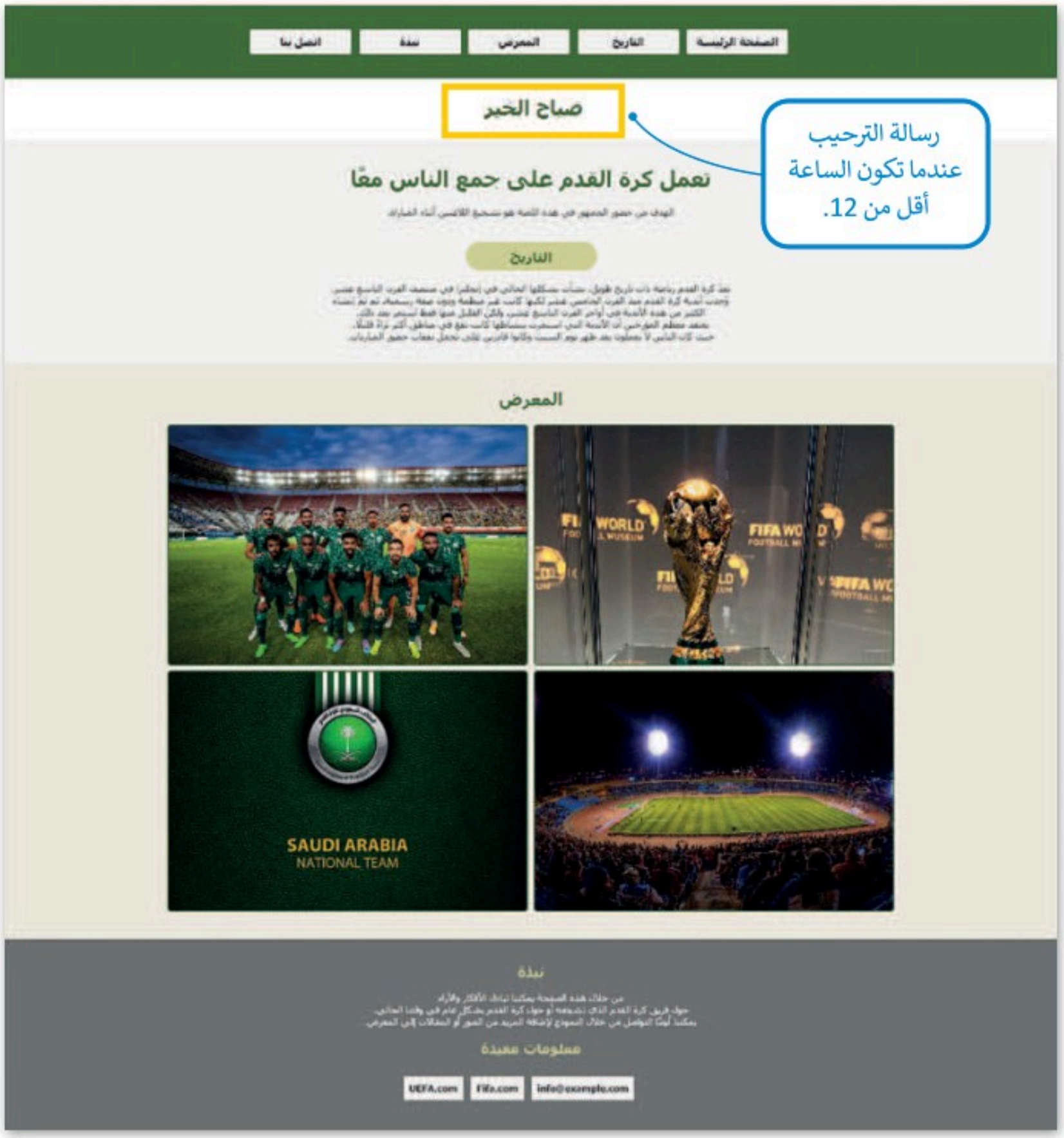
وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

الآن بعد أن أنشأت البرنامج النصي، ستربطه بصفحة معجبي كرة القدم لجعل الصفحة أكثر جاذبية للمُستخدمين.

ستضيف البرنامج النصي في قسم الجديد الذي ستنشئه.

```
<div class="welcome">
  <h1 style="text-align:center; color:#426C35; text-shadow:rgb(94, 9, 9); font-
  size: 40px;">
  <script src="Welcome_greeting.js"></script> </h1>
</div>
```

يُشار إلى ملف جافا سكريبت الخارجي باستخدام الخاصية scr في وسم <script>.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

قائمة همبرغر



قائمة **همبرغر** (Hamburger) عبارة عن أيقونة من ثلاثة أسطر أعلى الزاوية اليسرى أو اليمنى من الموقع الإلكتروني. عند الضغط عليها، يمكنك فتح قائمة بها مجموعة من الخيارات الإضافية. (تتكون من ثلاثة خطوط متوازية حيث تشبه البرجر التقليدي).

باستخدام ملف جافا سكريبت، سيتم عرض أيقونة قائمة همبرغر عندما يكون عرض الشاشة صغيرًا نسبيًا. وفي نفس الوقت، سيتم عرض عناصر القائمة في عمود فقط إذا ضغط المستخدم على الأيقونة.

خطوات إنشاء قائمة همبرغر:

> حمّل مكتبة الأيقونات (Icons Library) إلى ملف HTML الخاص بك، واربطها بعنوان URL الخاص بها، إلى القسم الرئيس للملف.

> أضف في ملف HTML، داخل وأعلى قسم div في القائمة، قسم div منفصل يحتوي على:

- **فئة الأيقونة** (Button class): التي عند الضغط عليها، تؤدي إلى تشغيل المقطع البرمجي لجافا سكريبت.
- **فئة الرمز** (Icon class) (بين وسم <i>).

> أنشئ مقطعًا برمجيًا لجافا سكريبت يجعل القائمة تبدّل بين إضافة وإزالة الفئة المستجيبة عندما يضغط المستخدم على الرمز.

> أضف النمط المناسب إلى قسم القائمة والقائمة المستجيبة.

تحميل مكتبة الأيقونات:

تحتاج أولًا إلى إضافة **مكتبة الأيقونات** (Icons Library) للحصول على أيقونة القائمة التي ستستخدمها، ولإضافتها إلى ملف html الخاص بك، عليك إضافة الرابط التالي إلى المقطع البرمجي الخاص بك:

https://cdnjs.cloudflare.com/ajax/libs/font-awesome/4.7.0/css/font-awesome.min.css

يؤدي هذا الرابط إلى ملف CSS يحتوي على الأيقونة التي تحتاج إلى استخدامها لقائمة هامبرغر.

.html

```
<head>
  <title> Football Fan Page</title>
  <meta charset="UTF-8" />
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
  <link rel="stylesheet" type="text/css" href="style_with_responsive_menu.
  css">
  <!-- Load an icon library to show a hamburger menu (bars) on small screens -->
  <link rel="stylesheet" href="https://cdnjs.cloudflare.com/ajax/libs/font-
  awesome/4.7.0/css/font-awesome.min.css">
</head>
```

أضف المكتبة لإظهار الأيقونات في ملف HTML.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إنشاء قسم div جديد:

أيقونة القائمة (Menu Icon) هو زر يُستخدم لفتح وإغلاق القائمة في الشاشات الصغيرة، وللقيام بذلك تحتاج إلى إنشاء قسم div للزر مثل **الفئة** (class) وتعيينه أولًا في نفس القسم مع القائمة.

يمكنك استخدام الوسم <i> لإدراج الأيقونة، حيث يُستخدم لإضافة الأيقونات في ملف HTML. ويجب عليك أيضًا إضافة اسم إلى **فئة الأيقونة** (icon class).

أيضًا اربط الملف الخارجي داخل وسوم <script>.

الزر **عند الضغط** (on click) يُفعل الدالة.

تحدد السمة (src) في وسم <script> موقع ملف جافا سكريبت الخارجي.

.html

```
<body>
<div class="menu" id="myMenu">
    <div>
      <button class="icon" onclick="myFunction()">
        <i class="fa fa-bars"></i>
        <script src="function myFunction().js"></script>
    </div>

    <ul>
      <li><a href="#top">الصفحة الرئيسة</a></li>
      <li><a href="#history">التاريخ</a></li>
      <li><a href="#gallery">المعرض</a></li>
      <li><a href="#about">نبذة</a></li>
      <li><a href="contact-form.html" target="_blank">اتصل بنا</a></li>
    </ul>
</div>
```

يمكنك إنشاء مجلد يسمى "Scripts" واستخدامه لحفظ برامج جافا سكريبت النصية الخاصة بك.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إنشاء مقطع برمجي جافا سكريبت:

أنت الآن بصدد إنشاء ملف جافا سكريبت الذي يجعل القائمة تُبدل بين إضافة وإزالة فئة **الاستجابة** (responsive).

يتيح برنامج جافا سكريبت عرض الأيقونة عندما يكون عرض الشاشة صغيرًا نسبيًا. في هذا المثال، عندما يكون العرض أقل من 700 بكسل، فإن عناصر القائمة تختفي وتظهر الأيقونة.

عندما يضغط المُستخدم على الأيقونة، يتم عرض عناصر القائمة في عمود. وتُستخدم هذه الوظيفة في متصفح الهواتف الذكية حيث تكون الشاشة صغيرة.

يكون ملف جافا سكريبت بامتداد "js." وهو خارجي ومرتبط بملف HTML.

تَستخدم دالة **الحصول على عنصر من المُعرَّف في مستند** (document.getElementById ( )) **المُعرِّف الفريد** (Unique Id) لفئة **القائمة** (menu) وذلك لتغيير اسم الفئة وفقًا لجملة If الشرطية.

```
// A function that adjusts the site properties depending on the
//screen width of the user's device
function myFunction() {
// Picking out the element with the corresponding Id from the
// Html structure and storing it in the variable 'x'
var x = document.getElementById("myMenu");
// Adding a new CSS class to the selected element if the
condition is true
if (x.className === "menu") {
   x.className += "responsive";
}
else {
   x.className = "menu";
}
}
```

مُعامِل المساواة في جافا سكريبت هو===.

للحصول على نتيجة **صحيحة** (True)، فإن المُعامِل += يُغير اسم الفئة **menu.** إلى **menu.responsive.**

للحصول على نتيجة **خاطئة** (False)، فإن اسم هذه الفئة يبقى كما هو"menu".

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

لكي يعمل الموقع الإلكتروني بشكل صحيح ويستجيب لشاشات الأجهزة المختلفة، يجب عليك إضافة المقطع البرمجي التالي إلى ملف CSS الخارجي ثم حفظ الملف.

.css

```
/* Hide the icon that should open and close the menu bar on small screens */
.menu .icon {
    display: none;
}
/* When the screen is equal or less to 700 pixels wide, hide all menu links.
  Show at left the icon that opens and closes the menu bar */
@media screen and (max-width: 700px) {
    .menu li a {
        display: none;
        text-align: center;
    }
    .menu .icon {
        float: left;
        display: block;
    }
}
/* The "responsive" class is added to the menu with JavaScript
when the user clicks on the icon.*/
@media screen and (max-width: 700px) {
    .menu.responsive {
        position: relative;
    }
    .menu.responsive .icon {
        position: absolute;
        left: 0;
        top: 0;
    }
    .menu.responsive a {
        display: block;
        text-align: center;
    }
}
```

يضبط موضع القائمة.

القيمة **النسبية** (relative) هي موضع عنصر عندما لا تتبعه سمات تحديد الموضع (أعلى، أسفل، يسار، يمين).

ضبط موضع الأيقونة.

تحدد القيمة المطلقة (absolute) الموضع الدقيق للعنصر، باستخدام سمات تحديد الموضع.

يعرض عناصر القائمة في عمود.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تُعرض القائمة عندما يكون **عرض** (Width) الشاشة أكبر من 700 بكسل.



إذا كان عرض الشاشة أقل من 700 بكسل، فإن عناصر القائمة تختفي وتُعرض أيقونة هامبرغر.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

عند الضغط على الأيقونة، فإنه يتم عرض القائمة كعمود.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تحسين محركات البحث

يقصد بمصطلح **تحسين محركات البحث** (Search Engine Optimization-SEO) جميع الإجراءات التي تحتاجها في هيكلية وتركيب محتوى الموقع الإلكتروني، وذلك لرفع **تصنيف** (Ranking) الموقع وزيادة عدد الزائرين له، من خلال الوصول إلى الموقع عن طريق نتائج البحث باستخدام الكلمات المفتاحية المتعلقة بمحتواه وليس عن طريق الإعلانات المدفوعة.

تقنيات تحسين محركات البحث

توجد العديد من التقنيات التي يسهل تنفيذها وعادةً ما تأتي بنتائج جيدة لزيادة **معدل الحركة على الموقع** (Website Traffic). ونظرًا لأن تقنيات تحسين محركات البحث تتغير باستمرار، فإليك بعضًا منها:

> تحسين العناوين الرئيسة: حيث إن وسم العنوان <title> له وزنه الخاص في محرك البحث. ويجب أن تكون الكلمة المفتاحية المهمة في البداية، مع إضافة الكلمات المفتاحية المناسبة إلى **رأس الصفحة** (Header) قدر الإمكان.

> اختيار صور بأحجام مناسبة: حيث تتطلب الصور مساحة تخزينية أكبر على الخادم، مما يعني أنها ستتطلب مساحة تخزينية أكبر على جهاز المُستخدم ووقتًا أطول لتحميلها. إن الصور التي تستغرق وقتًا طويلًا لتحميلها تؤثر بشكل سلبي على تصنيف الموقع.

> تشغيل أدوات تتبع معدل الحركة على الموقع: حيث يُعدُّ التتبع مصطلحًا مهمًا للغاية في تحسين محركات البحث لتتبع نتائج المواقع غير المدفوعة، ويخبرك بمدى التقدم في جذب المزيد من الزائرين للموقع.

كيفية عمل محركات البحث؟

تعمل محركات البحث من خلال ثلاث وظائف أساسية:

> **الزحف** (Crawling)

الزحف هو عملية الاكتشاف التي ترسل فيها محركات البحث فريقًا من الروبوتات (المعروفة باسم برامج الزحف أو العناكب) للعثور على محتوى جديد وحديث. يمكن أن يختلف المحتوى فقد يكون صفحة إلكترونية، أو صورة، أو مقطع فيديو، أو ملف PDF ، وما إلى ذلك، ولكن بغض النظر عن المحتوى، يتم اكتشاف المحتوى عن طريق الروابط.

فمثلًا، يبدأ **جوجل بوت** (Google bot) بجلب بعض الصفحات الإلكترونية، ثم يتبع الروابط الموجودة على هذه الصفحات للعثور على عناوين URL جديدة. من خلال التنقل على طول مسار الروابط هذا، يكون الزاحف قادرًا على العثور على محتوى جديد وإضافته إلى فهرس محرك البحث جوجل.

> **الفهرسة** (Indexing)

الفهرسة هي عملية تخزين وتنظيم المحتوى الموجود أثناء عملية الزحف.

الفهرس هو قاعدة بيانات ضخمة لعناوين URL المكتشفة، والتي سيتم استردادها لاحقًا عندما يبحث المستخدم عن معلومات. بمجرد إدراج الصفحة في الفهرس، سيتم عرضها كنتيجة للاستعلامات ذات الصلة.

> **الترتيب** (Ranking)

الترتيب هو عملية ترتيب نتائج البحث حسب الصلة بالاستعلامات، من الأكثر صلة إلى الأقل صلة بالموضوع. بشكل عام، يمكنك افتراض أنه كلما تم تصنيف موقع إلكتروني بأعلى صلة، كلما كان محرك البحث يعتقد أن الموقع مرتبط بالاستعلام.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

عرض صفحة إلكترونية

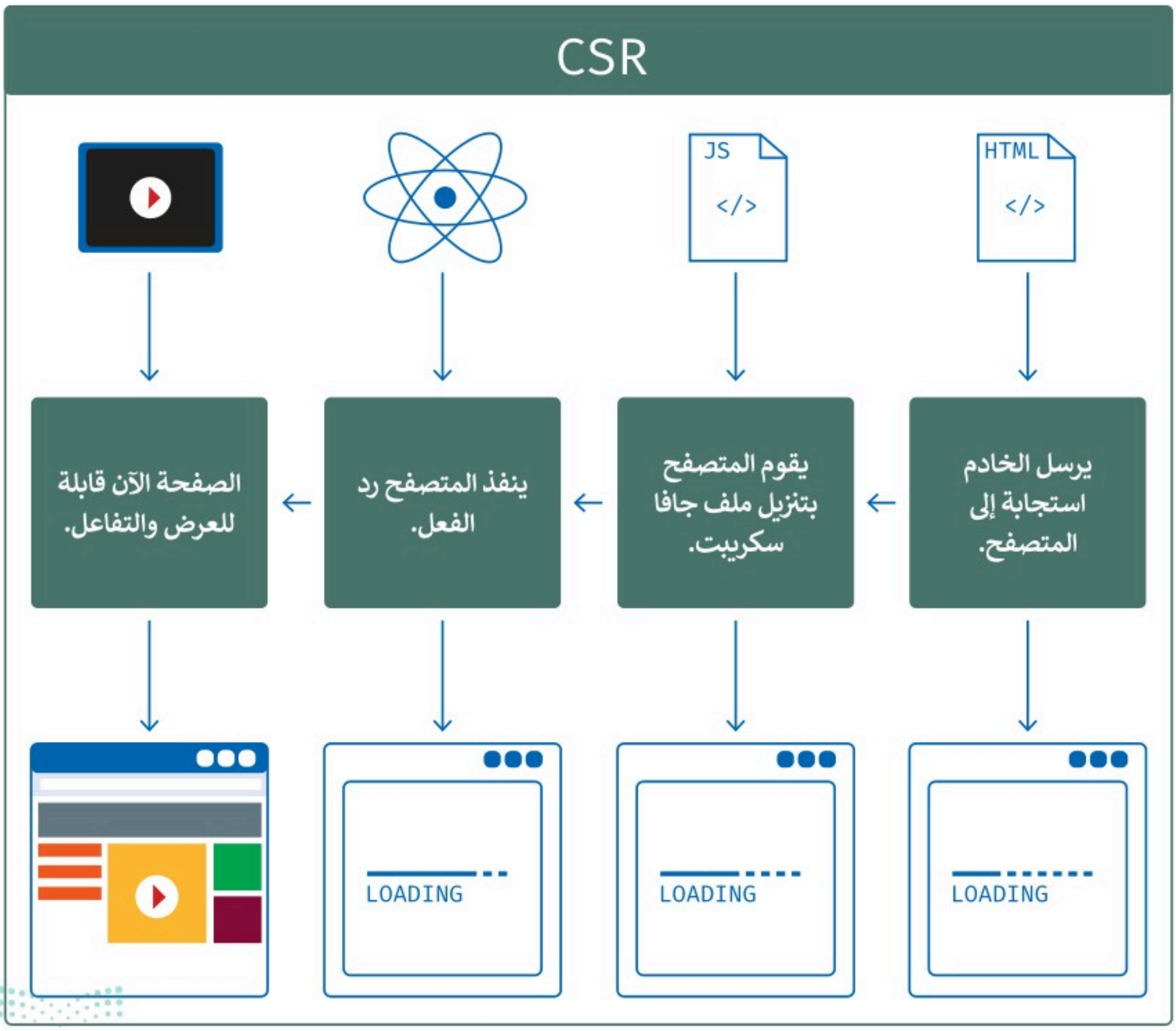
العرض هو العملية التي يجب أن يمر بها الهاتف أو جهاز الحاسب أو الجهاز اللوحي أو متصفح جهاز آخر من أجل جلب صفحة إلكترونية للمستخدم.

في معظم الأحيان، يتطلب هذا أن يحصل جهاز الحاسب على عدة موارد مختلفة (جافا سكريبت، CSS ،HTML) لجعل الصفحة تعمل بالطريقة التي تريدها.

يمكن أن تستغرق عملية العرض وقتًا طويلًا، اعتمادًا على حجم وكمية تلك الموارد المختلفة التي يجب على متصفحك الذهاب إليها وجلبها.

> العرض من جانب العميل: الخيار الأقل ملاءمة لتحسين محركات البحث

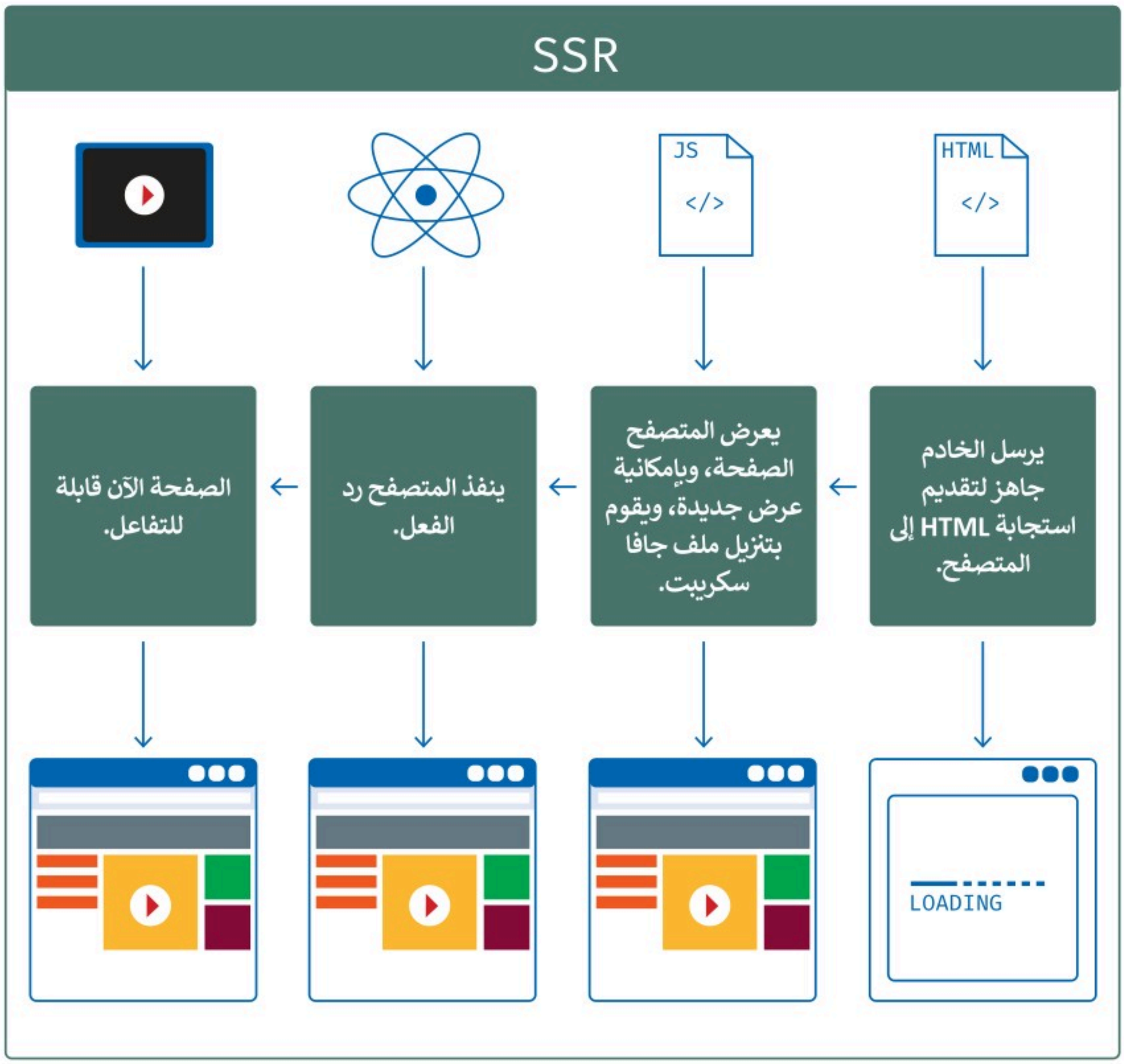
يُقصد **بالعرض من جانب العميل** (Client Side Rendering - CSR) أن العميل (جهاز المستخدم الذي يقوم بالبحث) يعرض محتوى الصفحة الإلكترونية. بدلًا من تجميع الصفحة على الخادم ثم إرسالها إلى متصفحك، يتم إرسال الصفحة إلى المستعرض الخاص بك مفككة، تاركًا المتصفح يعمل على تحميل وجمع كل المحتوى. هذا يعني أنه يتم استرداد البيانات من الخادم، ومعالجتها في المتصفح لعرضها على المستخدم.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

> العرض من جانب الخادم: الخيار المفضل لكبار المسؤولين الاقتصاديين لتحسين محركات البحث

العرض من جانب الخادم (Server Side Rendering - SSR) هو في الأساس الأسلوب الذي يتم فيه عرض الصفحة بأكملها بواسطة الخادم. سيطلب العميل المعلومات من الخادم، وسيسلم الخادم الصفحة المحملة بالكامل إلى العميل.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

مزايا وعيوب الطريقتين

يعد العرض من جانب الخادم مفيدًا لكبار المسؤولين الاقتصاديي؛ لأن المحتوى موجود على الخادم قبل أن يحصل عليه العميل، لذلك يمكن لمحركات البحث الزحف إليه وفهرسته، مما يؤدي إلى ترتيب أفضل وحركة مرور أكبر على الصفحة الإلكترونية. ولكن بأداء أقل عند عرض الخادم صفحة جديدة بالكامل في كل مرة، وليس المحتوى الجديد فقط.

من ناحية أخرى، يكتسب العرض من جانب العميل مزيدًا من القوة في الوقت الحاضر، حيث تحتوي المواقع الإلكترونية الحديثة على مئات الأسطر من التعليمات البرمجية والعديد منها يشبه التطبيقات؛ نظرًا لأنه يتجنب الطلبات المتكررة إلى الخادم. الخادم مسؤول عن تحميل جزء من صفحة إلكترونية HTML فقط ويتم التعامل مع كل شيء آخر بواسطة مكتبات جافا سكريبت من جانب العميل، ومقطع جافا سكريبت البرمجي مخصص لربط ملفات HTML به. ومع ذلك، فإن العرض من جانب العميل له عيوب أيضًا.

تحسين محركات البحث (SEO) للمواقع الإلكترونية ستتأثر سلبًا، حيث لا يُعرض المحتوى حتى يتم تحميل الصفحة على المتصفح، ولن يتمكن الموقع من التحميل حتى يتم تنزيل جافا سكريبت بالكامل على المتصفح، حيث إنه يحتوي على جميع المحتوى الذي ستحتاج إليه، مما قد يجعل وقت التحميل الأولي طويلًا بعض الشيء.

العرض من جانب العميل	العرض من جانب الخادم
المزايا	
تفاعلات الموقع كثيرة.	يمكن لمحركات البحث الزحف إلى الموقع لتحسين محركات البحث.
عرض سريع للموقع بعد التحميل الأولي.	تحميل الصفحة الأولية أسرع.
مناسب للتطبيقات عبر الإنترنت.	مناسب للمواقع الثابتة.
اختيار قوي من مكتبات جافا سكريبت.	
العيوب	
انخفاض تحسين محركات البحث بشكل عام.	كثرة طلبات الخادم.
قد يتطلب التحميل الأولي مزيدًا من الوقت.	عرض بطيء للصفحة بشكل عام.
يتطلب مكتبة خارجية في معظم الحالات.	إعادة تحميل الصفحة كاملة.
	تفاعلات الموقع قليلة.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

لنطبق معًا

تدريب 1

اكتب ما يفعله المقطع البرمجي التالي:

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
  <title>javascript functions</title>
  <style>
    h1 {
       color: green;
    }
    body {
       text-align: center;
    }
  </style>
</head>
<body>
  <h1>مدرستنا ستشارك فيها.</h1>
  <button onclick="myFunction()">للحصول على معلومات، اضغط هنا.</button>
  <script>
    function myFunction() {
    document.write("سيتم تجهيز الفرق في المعمل كل يوم اثنين وأربعاء الساعة 14:00.")
    }
    window.alert("ستشارك مدرستنا في بطولة الروبوتات التعليمية التي تبدأ في الأول من نوفمبر. اضغط على موافق.")
  </script>
</body>
</html>
```

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تدريب 2

اختر الإجابة الصحيحة	
1. ما الوسم الصحيح في HTML الذي يُمكنك من كتابة مقطع جافا سكريبت؟	<javascript>
	<scripted>
	<script>
	<js>
2. ما الصيغة الصحيحة للرجوع إلى برنامج نصي (Script) خارجي باسم example.js؟	<script src = "example.js">
	<script href = "example.js">
	<script ref = "example.js">
	<script name = "example.js">
3. أي من التالي يُعدُّ الصيغة الصحيحة لعرض جملة "هذا مثال" في مربع التنبيه باستخدام لغة جافا سكريبت؟	alertbox("هذا مثال");
	msg("هذا مثال");
	msgbox("هذا مثال");
	window.alert("هذا مثال")
4. ما الصيغة الصحيحة لإنشاء دالة في لغة جافا سكريبت باسم SayHello( )؟	function = sayHello()
	function sayHello()
	function := sayHello()
	function : sayHello()

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

5. كيف يُمكن استدعاء الدالة ( )SayHello في لغة جافا سكريبت؟

- call sayHello( );
- call function sayHello( );
- sayHello( );
- function sayHello( );

6. ناتج تنفيذ مقطع جافا سكريبت التالي هو:

```
<script type="text/
javascript">
   a = 8 + "8";
   document.write(a);
</script>
```

- 16
- خطأ في التحويل البرمجي
- 88
- خطأ في وقت التشغيل

7. اختر الدالة الصحيحة في لغة جافا سكريبت لتغيير محتوى مقطع HTML التالي:

```
<p id="p1">مرحبًا بالعالم.</p>
```

- `document.getElement("p2").innerHtml=".صباح الخير";`
- `document.getElementById(p1).innerHTML=".صباح الخير";`
- `document.getId("p1") =".صباح الخير";`
- `document.getElementById("p1").innerHTML=".صباح الخير";`

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

8. ناتج تنفيذ مقطع برمجي جافا سكريبت التالي:

```
<script>
   function student() {
      if(true) {
      var a = 5;
      }
      document.write(a);
   } student();
</script>
```

- خطأ في التحويل البرمجي
- لن تتم طباعة أي شيء كناتج
- 5
- خطأ في وقت التشغيل

9. ناتج تنفيذ مقطع برمجي جافا سكريبت التالي:

```
<script type="text/javascript">
//document.write("مرحبًا");
</script>
```

- لا شيء
- خطأ في التحويل البرمجي
- مرحبًا
- <!–document.write("مرحبًا");//–>

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تدريب 3

أضف مقطع برمجي جافا سكريبت إلى ملف HTML التالي، وذلك لعرض مربع تنبيه لزائري الصفحة الصفحة الإلكترونية.

> يجب أن يحتوي مربع التنبيه على الرسالة "انتبه! معلومات الصفحة قديمة."

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
  <head>
    <meta charset="UTF-8" />
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-
    scale=1.0">
    <title>Example</title>
  </head>
  <body>
    <h1>تبدأ بطولة كرة القدم المدرسية في الأول من نوفمبر.</h1>

  </body>
</html>
```

تدريب 4

أضف مقطع برمجي جافا سكريبت إلى ملف HTML التالي، وذلك لعرض التاريخ والوقت.

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
  <head>
    <meta charset="UTF-8" />
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-
    scale=1.0">
    <title>Example</title>
  </head>
  <body>
    <h1>احصل على معلومات حول التاريخ والوقت.</h1>
    
  </body>
</html>
```


وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تدريب 5

أضف مقطع برمجي جافا سكريبت إلى ملف HTML التالي، وذلك لعرض التاريخ والوقت بالضغط على الزر.

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
  <head>
    <meta charset="UTF-8" />
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-
    scale=1.0">
    <title>Example</title>
  </head>
  <body>
    <h1> احصل على معلومات حول التاريخ والوقت.</h1>

  </body>
</html>
```

تدريب 6

افتح مجلد Adventure_Site ثم أكمل المُخطط على النحو التالي:

- افتح ملف HTML الرئيس وأنشئ رسالة للترحيب بالزائرين.
- لقد أنشأت سابقًا شريط تنقل، ويمكنك الآن إضافة أيقونة القائمة لتتناسب مع متصفح الهاتف الذكي. ولتحقيق ذلك، أضف برنامجًا نصيًا في HTML ثم أجر التغييرات المناسبة على استعلام الوسائط في ملف CSS الخاص بك.
- احفظ التغييرات.

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

الدرس الثالث:

الرسائل الإخبارية الرقمية

الهدف من **الرسائل الإخبارية الرقمية** (Digital Newsletter) هو إعلام الجمهور من خلال رسالة بريد إلكتروني تعرض داخل **عميل البريد الإلكتروني** (Email Client) الخاص بهم، ويقصد بعميل البريد الإلكتروني: برنامج الحاسب الذي يستخدمه الجمهور لقراءة رسائل البريد الإلكتروني وإرسالها وما إلى ذلك. وهذا يعني أن هناك قيودًا تتعلق بحجم وتنسيق وشكل التخطيط والتصميم في الرسالة الإخبارية، وإذا لم تراعَ فلن تكون الرسالة التي تريد إرسالها فعّالة.

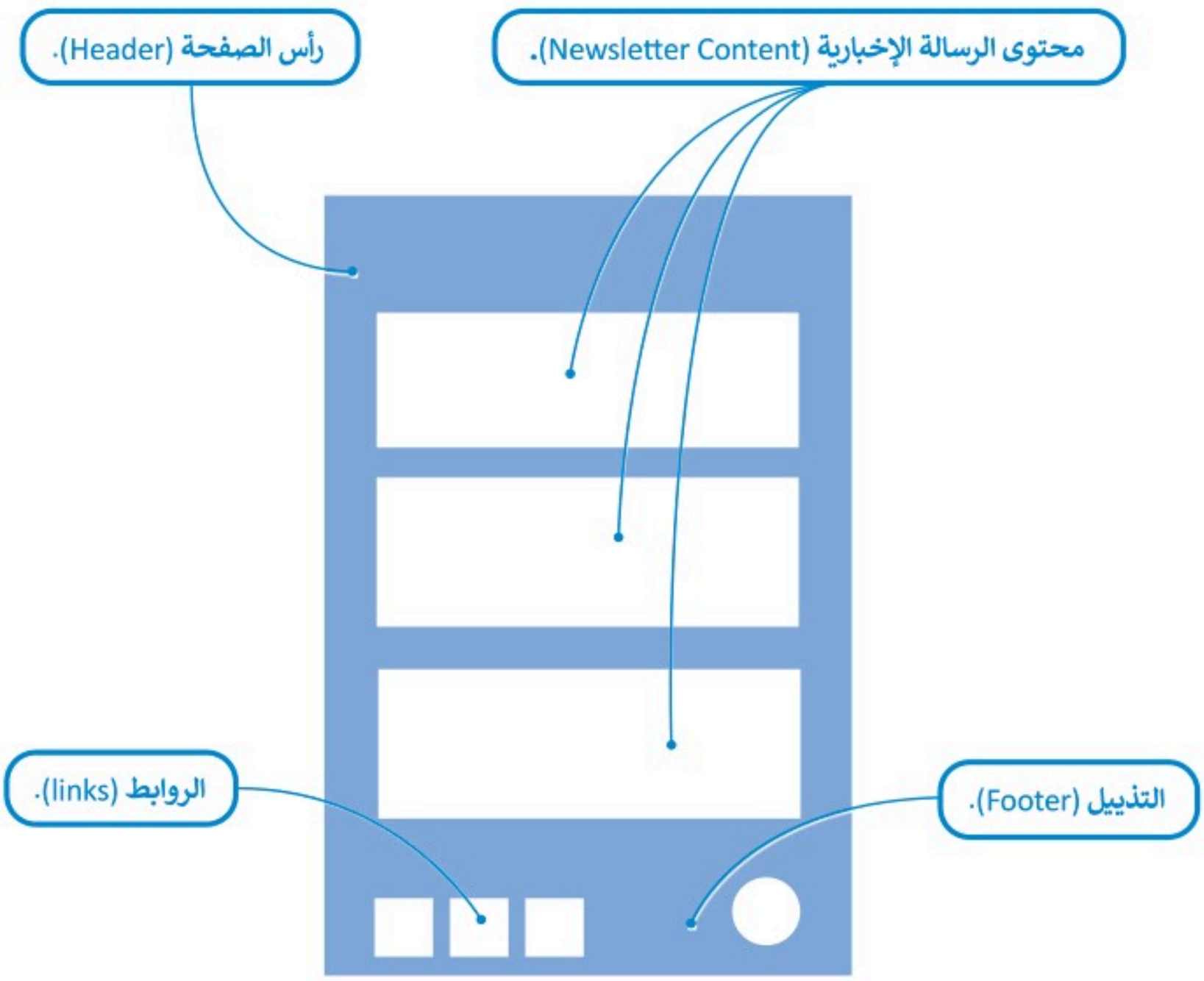
هنا يمكنك رؤية قالب الرسالة الإخبارية العامة

الأجزاء الرئيسة هي:

> رأس الصفحة (حيث يجب أن يكون المحتوى مرتبطًا بمرسل البريد الإلكتروني).

> محتوى الرسالة الإخبارية (العنوان، النص، الصورة).

> التذييل (الذي يحتوي عادة على روابط).



لإنشاء رسالة إخبارية بهذه البنية في HTML، من الأفضل استخدام جدول HTML.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

جدول HTML

يتكون الجدول من صفوف وأعمدة، ويمكنك استخدامه في ملف HTML لعرض البيانات بشكل **جدولي** (Tabular) مثل جدول البيانات.

ويُعرّف جدول HTML باستخدام الوسمين <table> </table>، وداخل الوسم <table> تقوم بإنشاء الصفوف والخلايا. ويمكنك استخدام الوسم <tr> لإنشاء صف، والوسم <td> لإنشاء خلية.

لتشاهد المُخطط العام للجدول في HTML.

```
<table>
  <tr>
    <td>....</td>
  </tr>
  <tr>
    ....
  </tr>
</table>
```



لتشاهد مثالًا على الجدول في HTML، يحتوي الجدول على أسماء ودرجات الطلبة في مادة الرياضيات ومادة تاريخ.

رأس العمود (Column Head).

صَف من الجدول.

اسم الطالب	درجة مادة الرياضيات	درجة مادة التاريخ
حَمَد	19	20
سعد	18	19
فهد	18	20

خلية من الجدول.

يُعدُّ اسم الوسم<tr> اختصارًا لكلمتي "table row" بينما اسم الوسم <td> هو اختصار لكلمتي "table data".

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

أنشئ الآن جدول درجات الطلبة في HTML.

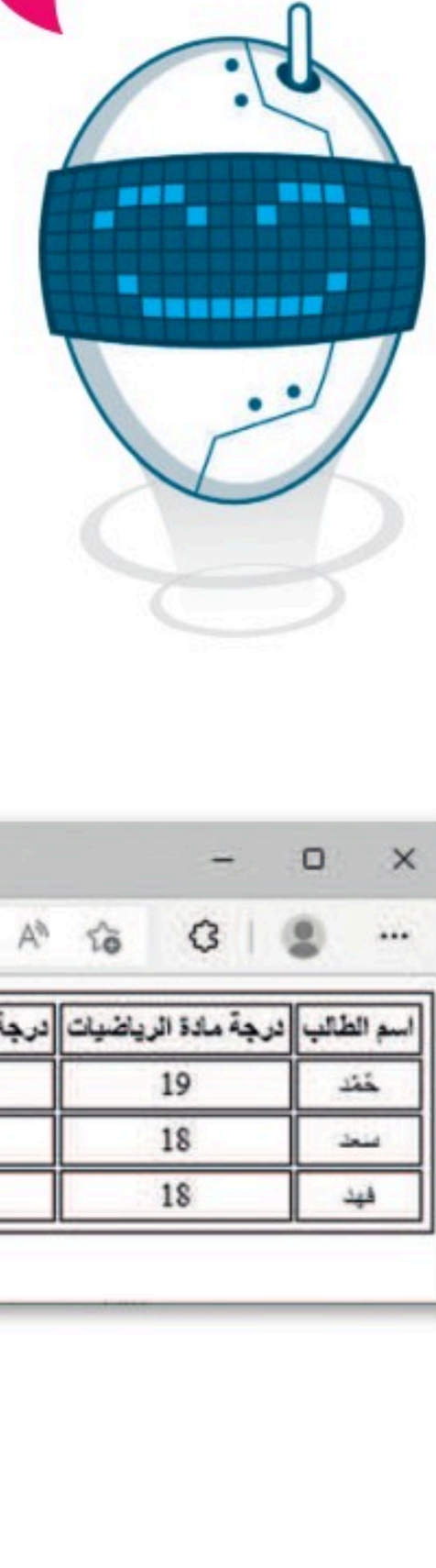
```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
  <head>
    <meta charset="UTF-8" />
    <style>
        table, th, td {
        border: 1px solid;
        padding: 3px;
        text-align: center;
    </style>
  </head>
  <body>
    <table>
      <tr>
        <th>اسم الطالب</th>
        <th>درجة مادة الرياضيات</th>
        <th>درجة مادة التاريخ</th>
      </tr>
      <tr>
        <td>حَمَد</td>
        <td>19</td>
        <td>20</td>
      </tr>
      <tr>
        <td>سعد</td>
        <td>18</td>
        <td>19</td>
      </tr>
      <tr>
        <td>فهد</td>
        <td>18</td>
        <td>20</td>
      </tr>
    </table>
  </body>
</html>
```

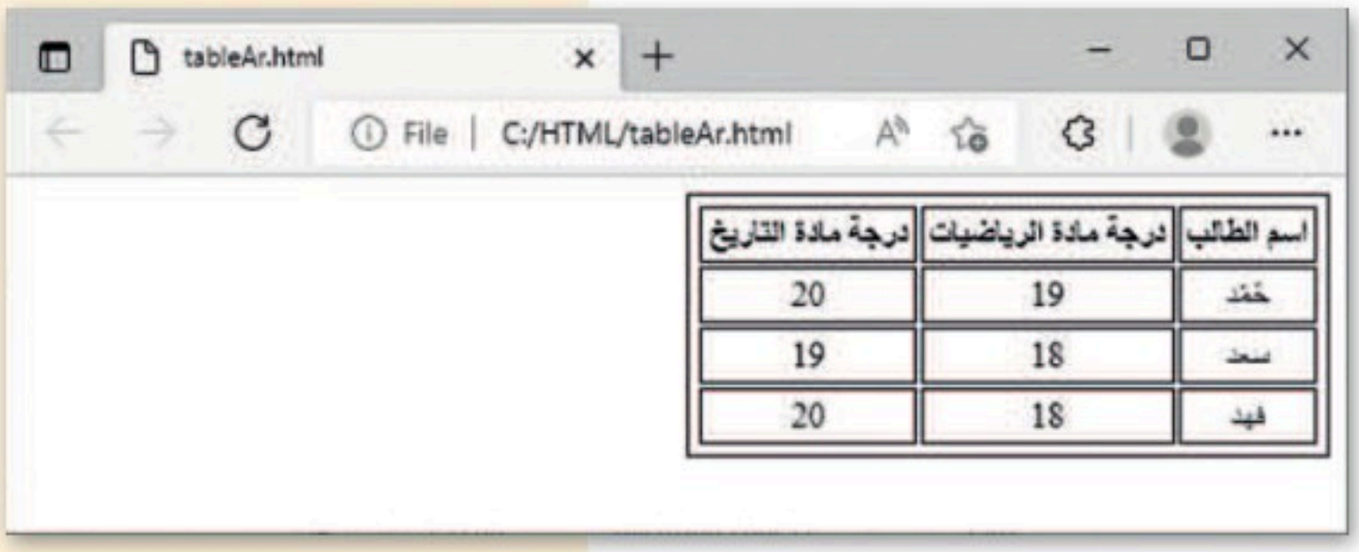
يُمكنك استخدام CSS لتصميم جدولك.

يُستخدم الوسم <th> لإضافة رأس إلى العمود.

يُستخدم الوسم <tr> لإنشاء صف.

يُمكن أيضًا تصميم الجدول باستخدام CSS مثل جميع العناصر في HTML.





اسم الطالب	درجة مادة الرياضيات	درجة مادة التاريخ
حَمَد	19	20
سعد	18	19
فهد	18	20

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

إنشاء الرسائل الإخبارية الرقمية

لقد تعلمت كيفية إنشاء الجداول في HTML، ويُمكنك استخدامها لإنشاء الرسالة الإخبارية الرقمية.

خطوات إنشاء الرسالة الإخبارية:

1. تحديد محتوى الرسالة الإخبارية.
2. ضبط هيكل الرسالة الإخبارية
3. إنشاء ملف HTML ووضع المحتوى الرئيس فيه، ثم استكماله، وضبط **نمط** (Style) الرسالة الإخبارية.
4. اختبار مدى استجابة الرسالة الإخبارية على الهواتف الذكية.

1 تحديد محتوى الرسالة الإخبارية

عليك أن تربط محتوى الرسالة الإخبارية بالغرض الذي تخدمه. يجب عليك إنشاء العنوان والنص الرئيسان، وتحديد ما إذا كانت الرسالة الإخبارية ستحتوي على صور، وتحديد الروابط التي يجب تضمينها.

2 هيكل الرسالة الإخبارية

نظرًا لأن الرسالة الإخبارية هي صفحة إلكترونية، فأنت بحاجة إلى تقسيمها إلى أقسام لسهولة التعامل معها، حيث يحتوي كل قسم على أنواع مختلفة من المعلومات، وكل قسم من هذه الأقسام له أسلوب مختلف.

هيكل الرسالة التي ستنشئها الآن كما يلي:



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

3 إنشاء ملف HTML ووضع المحتوى الرئيس فيه، وضبط نمط الرسالة

أنشئ ملف HTML. أضف أولًا المحتوى الرئيس (رأس الصفحة، العنوان والنص، التذييل)، ثم أضف المحتوى التكميلي إلى الملف الذي يمكن أن يكون صورة، وأخيرا اضبط نمط كل قسم.

.html

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
  <link rel="stylesheet" type="text/css" href="style_newsletter.css">
</head>
<body>
<!--Create the table.-->
  <table>
    <tr style="background-color:#0b5525;">
      <td>
        <img src="soccer-saudi-arabia-logo.jpg" width="200" height="125"
        alt="National team logo">
      </td>
    </tr>
    <tr style="background-color:#d6d599;">
      <td class="headline1">
        <p>تتبع أخبار المسار الناجح لفريق الصقور الخضر</p>
      </td>
    </tr>
    <tr style="background-color:#eeeee7;">
      <td class="text1">
        <p>عزيزي مشجع كرة القدم، المملكة العربية السعودية لديها أحد أفضل الفرق في آسيا، لذلك إذا
        كنت مشجعًا كبيرًا لهذا الفريق، فستبقيك هذه النشرة الإخبارية على اطلاع بمواعيد المباريات وأوقات
        البدء، كما أنها ستبقيك على اطلاع دائم بالقنوات التلفزيونية التي تعرض جدول المباريات الدولية.
        إضافةً إلى ذلك، سيتم إخطارك بترتيب الفرق وتفاصيل أخرى حول المباريات.
        سيحصل مشتركو النشرة الإخبارية على جميع المعلومات التي يحتاجون إليها لمشاهدة المباريات مباشرة
        وستتاح لاثنين منهم كل شهر فرصة الحصول على تذكرة مجانية لمباراة واحدة لفريقهم المفضل.
        </p>
      </td>
    </tr>
```

نمط CSS المضمّن لصف الجدول

يتم تنسيق نمط الوسم <td> وفقًا لنمط **فئة العنوان الأول** (class .headline1) المُعرفة في ملف CSS الخارجي.

يتم تنسيق نمط الوسم <td> وفقًا لنمط **فئة النص الأول** (class .text1) المُعرفة في ملف CSS الخارجي.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

.html

```
<tr style="background-color:#eeeee7;">
  <td class="photos">
    <img src="football_stadium_r.jpg" alt=stadium style="width:95%;">
  </td>
</tr>
<tr style="background-color: #777777;">
  <td class="thefooter">
    <ul>
    <li><a href="mailto:info@example.com">info@example.com</a></li>
    <li><a href="https://www.fifa.com/" target="_blank">Fifa.com </a></li>
    <li><a href="https://www.uefa.com/" target="_blank">UEFA.com </a></li>
    </ul>
    <p>لإلغاء الاشتراك في الرسائل الإخبارية <a href="https://unsubscribe" target="_
    blank">اضغط هنا </a>
  </td>
 </tr>
</table>
</body>
</html>
```

الصور في الرسالة الإخبارية

تزيد الوسائل المرئية من رغبة الشخص في قراءة الرسائل الإخبارية.

بعد تحديد الصور التي تريد استخدامها، يمكنك إضافتها في خلايا الجدول، كما يمكنك استخدام النمط المضمّن وتحديد أبعاد الصورة، أو تعيين الصورة لتشغل نسبة مئوية من عرض خلية الجدول.

ولإضافة نمط إلى الصور وخلية الجدول التي تحتوي على الصورة، يمكنك استخدام النمط المضمّن وإضافة **الفئات** (Classes) المحددة في ملف CSS الخارجي.

تشغل الصورة 95% من عرض الخلية في النمط المضمّن.

يتم تنسيق نمط الوسم <td> وفقًا لنمط **فئة الصور** (class .photos) المُعرفة في ملف CSS الخارجي.

```
<tr style="background-color:#eeeee7;">
  <td class="photos">
    <img src="football_stadium_r.jpg" alt=stadium style="width:95%;">
  </td>
</tr>
```


وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

نمط الجدول

ستستخدم ملف CSS الخارجي لتصميم الرسالة الإخبارية. وبشكل أكثر تحديدًا، سيكون للجدول **خلفية** (Background) ملونة و**فراغ** (Padding) من أعلى ومن اليسار ومن اليمين، ثم يتم تطبيق لون الخلفية على الفراغ مما يعطي شكلًا مُنسقًا للجدول.

ملف CSS الخارجي للرسالة الإخبارية

.css

```css
/*The CSS file of the newsletter*/
body {
  font-family: 'tahoma', 'Open Sans', sans-serif;
}
/* Add some padding and background color to the table.*/
table {
  background-color: white;
  padding-top: 25px;
  padding-left: 25px;
  padding-right: 25px;
}
/*Style texts*/
.headline1 {
  padding-right: 10px;
  text-align: right;
  font-size: 25px;
  font-weight: bold;
}
.text1 {
  padding-right: 10px;
  padding-bottom: 30px;
  text-align: right;
  font-size: 18px;
  font-weight: normal;
}
```

Class .headline1
يؤثر على نمط خلية الجدول <td class = "headline1">

Class .text1
يؤثر على نمط خلية الجدول <td class = "text1">

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

أضف نمط الصور والجدول إلى ملف CSS الخارجي

.css

```
/*Style the images*/

.photos {
text-align: center;
overflow: auto;
padding-top: 20px;
padding-bottom: 20px;
}

.photos img {
border-style: solid;
border-width: 2px;
border-color: #426C35;
border-radius: 6px;
}
```

Class .photos

يؤثر على نمط خلية الجدول <td class = "photos">

تعمل هذه الخاصية على **توسيط** (Center) الصورة في الخلية.

Class .photos img

يؤثر على نمط **حدود** (Border) الصورة.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

أضف نمط التذييل إلى خلية الجدول الأخيرة

يمكن أن يحتوي التذييل على روابط وبريد إلكتروني للمراسلة، ورابط لأي شخص يريد إلغاء الاشتراك في الرسائل الإخبارية.

.css

```
.thefooter {
   overflow: auto;
   padding-top: 20px;
   padding-bottom: 20px;
   text-align: center;
   }
.thefooter p {
   color: #f5f5f5;
   text-align: center;}
.thefooter ul {
   text-align: center;
   padding-top: 5px;
   padding-bottom: 5px;
   text-decoration: none;}
.thefooter li {
   display: inline-block;
   text-align: center;}
.thefooter li a {
   display: inline-block;
   height: auto;
   width: auto;
   color: #333333;
   background-color: #f5f5f5;
   padding: 10px;
   margin: 4px;
   text-align: center;
   font-size: 16px;
   font-weight: bold;
   text-decoration: none;}
.thefooter li a:hover {
   background-color: #d6d599;
}
```

يضيف **شريط التمرير** (Scroll Bar) عند الحاجة.

ألوان الخطوط.

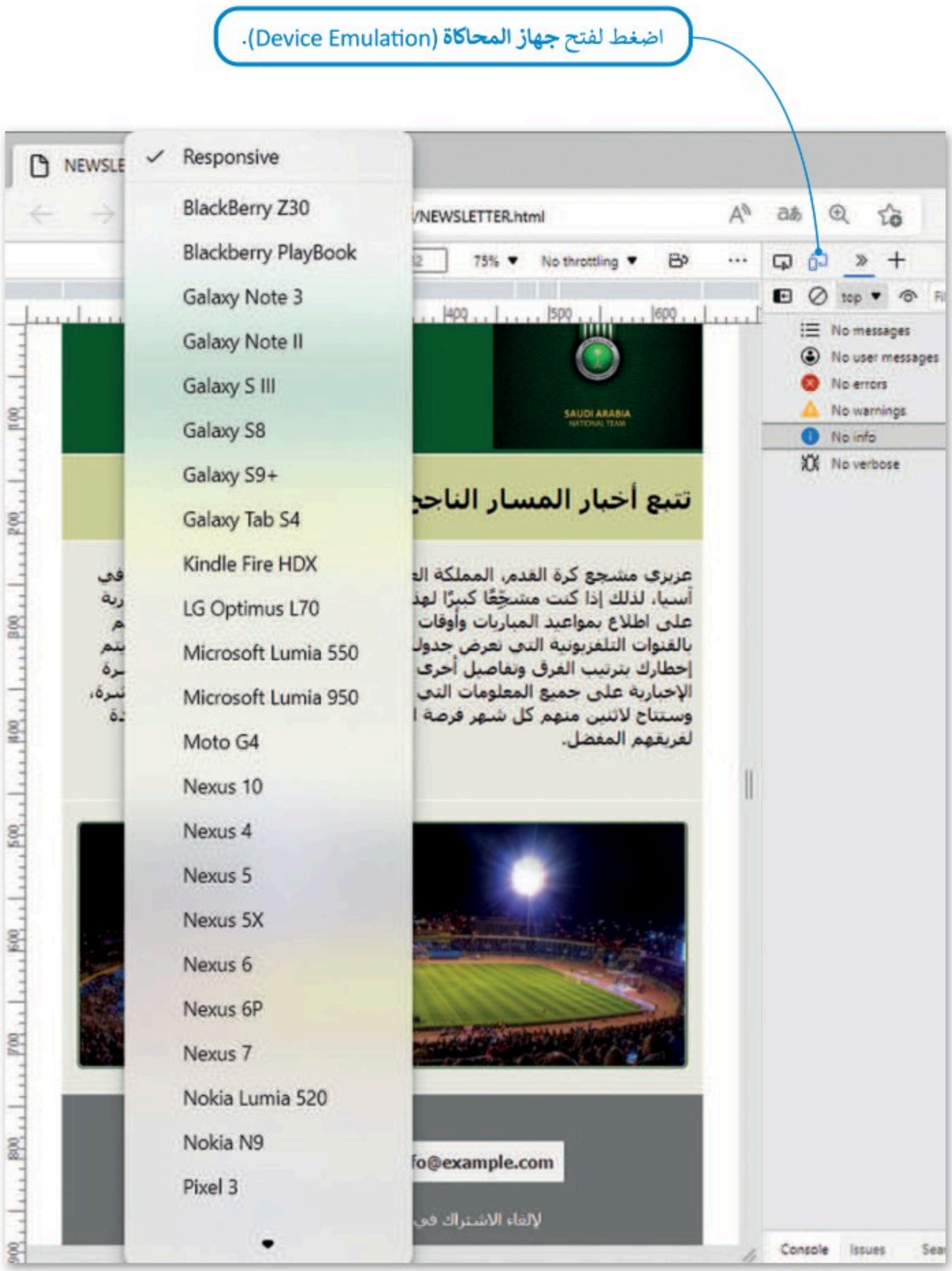
ستكون الرسالة الإخبارية التي أنشأتها كما في النموذج التالي:



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

4 اختبار مدى استجابة الرسالة الإخبارية

يُمكنك استخدام جهاز المحاكاة في أدوات المطور في مايكروسوفت إيدج وذلك لمعرفة مدى استجابة الرسالة الإخبارية الرقمية التي أنشأتها. وعند تحديد هواتف ذكية محددة، يُمكنك ملاحظة أن عرض الصفحة يتم تكبيره أو تصغيره إلى **عرض** (Width) إطار العرض للجهاز المُحدد، ويمكن للمُستخدم التمرير عموديًا إذا لزم الأمر.



وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

لنطبق معًا

تدريب 1

اختر الإجابة الصحيحة	
1. ما الوسم المُستخدم في HTML لتعريف الجدول؟	<tb>
	<tl>
	<tab>
	<table>
2. ما الوسم المُستخدم في HTML لإنشاء صف في الجدول؟	<row>
	<table-row>
	<tablerow>
	<tr>
3. حدِّد الجملة الصحيحة للوسم <th>:	<th> لتعريف خلية في الجدول
	بشكل افتراضي، تكون المحتويات المكتوبة بين الوسم <th> والوسم </th> غامقة ويتم توسيطها
	بشكل افتراضي، تكون المحتويات المكتوبة بين الوسم <th> والوسم </th> عادية ومتمركزة.
	يحدد <th> صفوف الجدول.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تدريب 2

أنشئ جدول HTML الذي يحتوي على خمس خلايا بعرض 100%، ثم استخدم خاصية CSS لإضافة حدود إلى الجدول.

خلية 1
خلية 2
خلية 3
خلية 4
خلية 5

غيّر نمط الجدول الذي أنشأته حسب التعليمات التالية.

- إضافة **فراغ** (Padding) إلى الجدول من اليسار واليمين والأعلى والأسفل بقيمة تساوي 25 بكسل.
- إعطاء لون لخلفية الصف الأول في الجدول.
- توسيط النص للصف الثاني في الجدول.
- محاذاة النص لليسار للصف الثالث في الجدول.
- ضبط **حجم الخط** (Font Size) للنص على 25 بكسل للصف الرابع في الجدول.
- ضبط **عرض الخط** (Font Weight) للنص على غامق للصف الخامس في الجدول.

تدريب 3

أنشئ جدول HTML الذي يحتوي على الخطة الأسبوعية لنظام غذائي صحي وفق السعرات الحرارية التي يحتاجها جسمك للوجبات الخمس المختلفة في اليوم وهي: الإفطار، والوجبة الخفيفة قبل الغداء، والغداء، والوجبات الخفيفة المسائية، والعَشاء.

أضف إلى الجدول الخطوط والأعمدة المطلوبة، واضبط المحتوى ونمط الجدول الذي أنشأته بالفعل.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تدريب 4

- أجرِ التغييرات المناسبة على ملف HTML الخاص بالرسالة الإخبارية لمشجعي فريق الصقور الخضر لكرة القدم، وذلك لإنشاء مساحة مناسبة لإضافة فقرتين نصيتين أعلى الصورة.

تدريب 5

- أجرِ التغيير المناسب على ملف CSS الخاص بالرسالة الإخبارية لمشجعي فريق الصقور الخضر لكرة القدم، وذلك لإعادة تلوين الفراغات (Paddings) والتذييل (Footer) للجدول بنفس اللون.

تدريب 6

- أضف صورة إلى الرسالة الإخبارية لمشجعي فريق الصقور الخضر لكرة القدم، ويجب أن تكون الصورة بين النص والتذييل في بُنية الرسالة الإخبارية، ويجب أن تشغل 100% من عرض (Width) خلية الجدول.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

تدريب 7

استخدم محاكاة الأجهزة في متصفح مايكروسوفت إيدج، ثم اختر عدة هواتف ذكية، واكتشف إذا كانت الصورة التي أضفتها إلى الرسالة الإخبارية لمشجعي فريق الصقور الخضر لكرة القدم في التدريب السابع مستجيبة، ثم اختبر قدرة العنصر على ضبط حجمه وفقًا لحجم إطار العرض. وقارن بين الصورة الموجودة أعلى الرسالة الإخبارية والعناصر الأخرى في الرسالة الإخبارية، ثم اكتب استنتاجاتك.

تدريب 8

أضف فئتين (Classes) مختلفتين للعناوين الرئيسة وفئتين مختلفتين للنصوص، وذلك لإنشاء رسالة إخبارية بنمط مختلف وأكثر كفاءة، وذلك في ملف CSS الخارجي للرسالة الإخبارية لمشجعي فريق الصقور الخضر لكرة القدم. وقد تتضمن الفئات عائلة خطوط (Font-Family) مختلفة أو يكون حجم الخط (Font-Size) أو عرضه (Font-Weight) أو نمطه (Font-Style) مختلف. استخدم ما سبق لإعادة كتابة نفس الرسالة الإخبارية بنمط عنوان ونص مختلفين.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

مشروع الوحدة

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

1

تُعدُّ الرسائل الإخبارية وسيلة قوية في المَدرسة للإعلام والتذكير بالأحداث المهمة في المدرسة، ويجب أن تكون مناسبة للطلبة وأولياء الأمور والمعلمين.

عليك إنشاء رسالة إخبارية إسبوعية حول أحد الموضوعات التالية:

> الأحداث والأنشطة المدرسية الحالية والقادمة مثل: أخبار المدرسة، والرحلات الميدانية، وزيارات المتاحف، والحفلات المدرسية، والبطولات، إلى آخره.

> اللقاءات مع المعلمين والزملاء من الطلبة، حيث يُمكنك طرح بعض الأسئلة على المعلمين والزملاء بناءً على موضوع محدد، ثم نشر ردودهم وإجاباتهم.

> معلومات عن فرص المنح الدراسية للطلبة.

2

أنشئ مجلدًا باسم "myProject".

في هذا المجلد أنشئ مجلدين فرعيين: الأول باسم "Articles" والثاني باسم "images"، والذي تضيف فيه جميع الصور التي ستستخدمها في الصفحة.

3

افتح محرر فيجوال ستوديو كود، ثم أنشئ بُنية رسالتك الإخبارية الرقمية، وضع المحتوى في ملف HTML الخاص بك.

4

اكتب المقطع البرمجي واضبط نمط الرسالة الإخبارية.

5

اختبر مدى استجابة الرسالة الإخبارية على الهواتف الذكية.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

في الختام

جدول المهارات

المهارة	درجة الإتقان	
	أتقن	لم يتقن
1. إنشاء صفحة إلكترونية مستجيبة.		
2. إنشاء موقع إلكتروني تفاعلي باستخدام لغة برمجة جافا سكريبت مع مقطع برمجي HTML.		
3. إنشاء رسالة إخبارية رقمية.		

المصطلحات

خلية	Cell	استعلام الوسائط	Media Query
أدوات المطور	Developer Tools	صفحة إلكترونية مستجيبة	Responsive Webpage
محاكاة الجهاز	Device Emulator	تحسين محركات البحث	Search Engine Optimization
رسالة إخبارية رقمية	Digital Newsletter	جدول	Table
جافا سكريبت	JavaScript	إطار العرض	Viewport

Ministry of Education
2024 - 1446

رابط الدرس الرقمي

www.ien.edu.sa

اختبر نفسك

السؤال الأول

حدد الجملة الصحيحة والجملة الخطأ فيما يلي:	صحيحة	خطأ
1. يعدّ التصميم الرسومي ابتكارًا احترافيًا للتسويق.		
2. باستخدام أدوات التصميم الرسومي، يمكن إنشاء شعارات فقط.		
3. التسويق هو عملية تطوير المنتجات والإعلانات، من أجل جذب العملاء المحتملين.		
4. يعدّ الإعلان اتصال ثنائي الاتجاه بين المرسل والعميل، ويتم التعبير عنه فقط بالوسائل الرقمية.		
5. الهدف من الإعلان هو إقناع المستهلكين المحتملين بشراء منتج معين.		
6. أدّى التطور في عملية التصميم على مدار العقود الماضية إلى وجود عملية معقدة تشمل الدمج بين التقنيات التقليدية والرقمية.		
7. يستخدم الشعار بشكل أساسي في المعارض، وتنبع أهميته باعتباره وسيلةٌ إعلانية تُبرز الأعمال الخاصة في المعارض و المؤتمرات.		
8. الملصق الإعلاني هو علامة رسومية أو رمز يُستخدم للمساعدة في التعريف والترويج لهوية الشركة وتميّزها.		
9. نوع امتداد ملفات برنامج إنكسكيب هو Scalable Vector Graphics – SVG (رسومات متجهة قابلة لتغيير الحجم)، ويعتبر ملف رسومات نصي يوضح الصور مع النص والأشكال المتجهة والرسومات النقطية المضمنة.		
10. في الرسومات المستندة إلى المتجهات، يتم مزج ألوان الصورة بسلاسة.		
11. تستخدم الرسومات المستندة إلى البيانات النقطية لونًا واحدًا أو تدرجًا واحدًا فقط.		

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

السؤال الثاني

اختر الإجابة الصحيحة:		
1. اختيار عنوان جيد للإعلان الفعّال يجب:	أن يشجع المتلقي على الرد على الرسالة.	○
	تضمينه في إعلاناتك مما يسمح لعملائك باستكشاف الشركة، والحصول على مزيد من التفاصيل حول منتجاتها.	○
	أن يثير الفضول ويدعو لاستكشاف المزيد من المعلومات بخصوص المنتج أو الخدمة.	○
2. تتضمن وسائل الإعلان المطبوعة:	الصحف والمجلات والمنشورات الورقية، وكذلك الكتيبات واللوحات الإعلانية واللافتات المنشورة وغيرها من المطبوعات.	○
	رسائل البريد الإلكتروني وإعلانات الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية والمدونات.	○
	الرسائل القصيرة والتطبيقات ومجموعات الدردشة على وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها.	○
3. تصميم تغليف المنتج:	يُستخدم في التسويق من خلال استخدام الصور والأشكال والألوان التي تبرز هوية الشركة.	○
	يتطلب عناصر مثل الملصقات والمغلفات التي يتم إنشاؤها من خلال عمليات التصميم.	○
	يجمع بين مجموعة متنوعة من عناصر التصميم مثل التخطيط والصور والطباعة.	○
4. التباين كمبدأ في التصميم الرسومي:	يؤكد على جوانب معينة من التصميم لتسليط الضوء على الاختلافات بين عناصر التصميم.	○
	يقوم بمحاذاة جميع عناصر التصميم الرسومي إلى الأعلى أو الأسفل أو المنتصف، وذلك لإنشاء اتصال مرئي بين تلك العناصر.	○
	يحقق التوازن البصري بين الأشكال والخطوط والعناصر الأخرى بطريقة تماثلية أو غير تماثلية.	○
5. تصميم تجربة المستخدم:	يركز على توقع ما يجب على المُستخدِمين فعله عند استخدامهم لموقع إلكتروني، والتأكد من أن الواجهة تحتوي على العناصر التي تجعل استخدام وظائف الموقع الإلكتروني ممكنة.	○
	يتعلق بالتعامل مع العناصر التفاعلية للتصميم، الأمر الذي يتطلب فهمًا جيدًا لاحتياجات المستخدمين.	○
	يتضمن أمثلة منها متجر إلكتروني ذو تصميم هيكلي سهل الاستخدام، بحيث يستطيع العملاء قضاء ساعات طويلة في التصفّح، بسبب تحقيق التوازن والتسلسل البصري.	○

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

السؤال الثالث

حدد الجملة الصحيحة والجملة الخطأ فيما يلي:	صحيحة	خطأ
1. التسويق الإلكتروني هو عملية تسويق منتج باستخدام الإنترنت عبر الوسائط الإلكترونية.		
2. يتضمن التواجد على الموقع الإلكتروني تطبيق قواعد معينة لكبار المسؤولين الاقتصاديين، من أجل جعل موقعك أكثر سهولة للعملاء.		
3. التواجد على الشبكة العنكبوتية يساعد الشركات والمؤسسات للتأكد من أن موقعها يحتل مرتبة عالية في نتائج محركات البحث عند البحث عن عبارات معينة أو بعض الكلمات المفتاحية.		
4. لا يجب على الشركات استخدام وسائل التواصل الإجتماعي؛ لأن بعض المعلومات الحساسة يمكن سرقتها.		
5. يتيح فيسبوك وإنستغرام للمُستخدِمين اتصالًا إلكترونيًا سريعًا لعرض المحتوى مثل: المعلومات الشخصية، والمستندات، ومقاطع الفيديو، والصور.		
6. في الإستراتيجية المخفية، يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد إعلانات أو محتوى لعلامة تجارية، لكنه لا يستطيع فهم الإستراتيجية المستخدمة وراء هذا النوع من الإعلانات.		
7. تتبع معظم الشركات سياسة لقواعد السلوك التي تتوقع من موظفيها الالتزام بها، وينطبق نفس الأمر كذلك على وسائل التواصل الاجتماعي التي تعتمد إرشادات محددة.		
8. يستخدم بعض المؤثّرين منصة إنستغرام للتمكن من إقناع الآخرين بحكم مصداقيتهم والثقة الممنوحة لهم.		
9. هناك التزامات قانونية يجب مراعاتها في عملية التسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.		
10. التسويق عبر البريد الإلكتروني هو وسيلة تسويق مباشرة تتيح للشركات مشاركة المنتجات الجديدة، والمبيعات، والتحديثات مع العملاء من خلال قائمة جهات الاتصال الخاصة بها.		

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

السؤال الرابع

اختر الإجابة الصحيحة:		
1. يمكنك من خلال البريد الإلكتروني الخاص بالمعاملات استخدام المنصة الأفضل:	ميل تشيمب (Mailchimp).	○
	سيندينبلو (Sendinblue).	○
	اتش تي ام ال (HTML).	○
2. تتمثل تحديات التسويق الإلكتروني:	كلما ارتفعت المبيعات، ارتفع عائد الاستثمار.	○
	استهداف العملاء المناسبين يمكن أن يؤثر على الحملة التسويقية.	○
	قطع الاتصال بالإنترنت يجعل خطتك التسويقية في حالة راحة.	○
3. تتمثل مميزات التسويق الإلكتروني في:	أن الشفافية الأعلى في الأسعار تؤدي إلى زيادة المنافسة السعرية.	○
	إمكانية مراقبة وإدارة الحملة التسويقية من خلال أدوات تحلل عدد الضغطات على الإعلان وبيانات العملاء.	○
	حدوث منافسة عالمية بين البائع ومزودي المنتجات أو الخدمات في جميع أنحاء العالم.	○
4. التسويق بالعمولة:	يعتمد على فكرة الاقتراح على العملاء لزيارة متجر إلكتروني معين ويتم الدفع مقابل اقتراحك.	○
	يُستخدم لترويج المواقع الإلكترونية عن طريق زيادة ظهورها في محركات البحث، وجذب حركة مرور مؤهلة إلى الموقع.	○
	يُستخدم للإعلان عن المنتج من خلال مراجعة مدونة.	○
5. تساعد تحليلات الموقع الإلكتروني:	العملاء إلى طلب المزيد من المعلومات عن منتجات الشركة أو خدماتها.	○
	على قياس فعالية الموقع من خلال تحديد الأجزاء التي تعمل بشكل جيد، وما الذي يجب تغييره.	○
	في معرفة العلامة التجارية وتمييز ها عن غيرها في مجال الصناعة.	○

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

السؤال الخامس

صل المقطع البرمجي في العمود الأول بالنتيجة المقابلة له في العمود الثاني.

```
@media screen and (max-width: 700px) {
img {
   width:50%;
   height:auto;
  }
}
```

يضبط الصفحة الإلكترونية المعروضة حسب عرض الجهاز.

```
@media screen and (max-width: 600px) {
   body {
      background-color:lightblue;
   }
}
```

المُخرج: مرحبًا

```
<script>
   window.alert("!انتبه")
</script>
```

المُخرج: انتبه!

```
<p id="greeting_id">مرحبًا</p>
<script>
   document.
   getElementById("greeting_id").
   innerHTML = "!انتبه";
</script>
```

يُخرج مربع تنبيه يحتوي على رسالة "انتبه!"

```
<meta name="viewport"
content="width=device-width,
initial-scale=1.0">
```

يغيّر لون الخلفية إلى اللون الأزرق الفاتح عندما يكون عرض الجهاز 600 بكسل أو أقل.

```
<script>
   document.write("مرحبًا")
</script>
```

يغيّر عرض الصورة إلى 50% عندما يكون عرض الجهاز 700 بكسل أو أقل.

وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

السؤال السادس

هذا هو البرنامج اليومي لقناة رياضية حيث يُبثّ من الساعة 13:00 وحتى الساعة 23:00.

التنس	15.00-13.00
كرة القدم	17.00-15.00
السباحة	19.00-17.00
الكرة الطائرة	23.00-19.00

أكمل المقطع البرمجي الخاص بالصفحة الإلكترونية للقناة الرياضية بما يلي:

- وسم <meta> لضبط عرض محتوى الصفحة الإلكترونية على عرض شاشة كل جهاز.
- صفوف وبيانات الجدول من الساعة 15:00 إلى الساعة 23:00.

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
<meta charset="UTF-8" />
</head>
<body>
   <table>
    <tr style="background-color:yellow;">
      <td>15.00-13.00</td>
      <td>التنس</td>
    </tr>
</table>
</body>
</html>
```


وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446

السؤال السابع

أضف نمط CSS الداخلي الذي سيغير أبعاد الصورة ليكون عرضها 300 بكسل وارتفاعها 200 بكسل عندما يكون عرض الجهاز 500 بكسل أو أقل.

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
   <meta charset="UTF-8"/>
   <style>
   img {
      width: 150px;
      height: 100px;
   }
   
   </style>
</head>
<body>
   <h1>مرحبًا بك في الصفحة الإلكترونية الخاصة بي.</h1>
   <p>هذه صفحة إلكترونية عن عدة هوايات.</p>
   <img src="picture.jpg">
</body>
</html>
```


وزارة التعليم
Ministry of Education
2024 - 1446