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

GET IT ON Google Play
Download on the App Store

حمل التطبيق من هنا







وزارة التعـــليم
Ministry of Education

أوراق العمل

تقنية رقمية 2-2

اسـم الطالب : .....

رقـم الشعبة : .....

ثانوية أبو عريش الأولى

معلم المادة : علي معشي

توزيع الدرجات لمقرر تقنية رقمية 2-2

المهام الأدائية		المشاركة والتفاعل		الاختبارات القصيرة		المجموع	الاختبار النهائي		الدرجة النهائية
٢٠ درجة		٢٠ درجة		٢٠ درجة		٦٠ درجة	٤٠ درجة		١٠٠ درجة
واجبات	بحوث أو مشروعات أو تقارير	نشاطات وتطبيقات صفية	المشاركة	تطبيق عملي	تحريري		عملي	تحريري	
١٠ درجات	١٠ درجات	١٠ درجات	١٠ درجات	١٠ درجات	١٠ درجات		٢٥ درجة	١٥ درجة	

استمارة متابعة أوراق العمل الطالب

الجزء	الدرجة		توقيع المعلم
الأول	1	½	
الثاني	1	½	
الثالث	1	½	
الرابع	1	½	
الخامس	1	½	
السادس	1	½	
السابع	1	½	
الثامن	1	½	
التاسع	1	½	
العاشر	1	½	

الملف هذا لا يغني عن الكتاب المدرسي

الوحدة الأولى: التصميم الرسومي

الدرس الأول : التصميم الرسومي

يساعد التصميم الرسومي على بناء وتطوير الشعارات والعلامات التجارية، وتصميم الوسائل الإعلانية والمواد التسويقية الفعالة

مثل - ..... - ..... - ..... - .....

التصميم الرسومي الجيد يؤدي إلى .....المبيعات في الأعمال التجارية.

التسويق

هو عملية .....العملاء المحتملين أو العملاء ..... بمنتج أو خدمة معينة

ويتضمن التسويق جوانب مختلفة من العمل مثل ....

وهناك عناصر أساسية يجب على الشركات مراعاتها عند إنشاء الحملات التسويقية مثل

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

الإعلان

وهو وسيلة مهمة من وسائل .....مع .....ويعبر عنها بأشكال عديدة

- .....
- .....
- .....
- .....

بهدف .....أو .....المستهلكين المحتملين .....أو .....منتج أو .....معينة ذات مواصفات معينة.

إن الغرض الأساسي من الإعلان هو .....مبيعات المنتج أو الخدمة من خلال لفت النظر إلى عناصرها الإيجابية، وفي الوقت نفسه، إحاطة الجمهور بمعلومات تتعلق بسعرها وتوافرها وأحيانا توعية المستهلكين بمخاطر الاستخدام الخاطئ لبعض المنتجات.

الإعلان هو نوع من التواصل .....الاتجاه بين الشخص الذي يرسل المعلومات ويطلق عليه "....."، والشخص الذي يستقبل المعلومات ويطلق عليه ".....". أو ".....".

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.



وسائل الإعلان

إن اختيار طريقة الإعلان يخضع للعديد من المعايير مثل

الميزانية المتوفرة، وإمكانية الوصول للزبائن وتفضيلاتهم المختلفة،

كما يمكن للشركات اختيار الوسائل الإعلانية المناسبة التي ستساعد في تعزيز علامتها التجارية.

من أهم أنواع وسائل الإعلان التجارية:

- .....
- .....
- .....

• الوسائل المطبوعة

أصبحت الطباعة حديثا أداة شائعة جدا للإعلان؛ وذلك لقدرتها على الوصول لجمهور ..... وبلغات 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

يعد الإعلان عبر الإنترنت أحد أشكال نشر العروض الترويجية بغرض إيصال الرسائل التسويقية لجذب المستهلكين.

فعند استخدام الأشخاص وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، يتلقون الرسائل التسويقية من خلال نتائج محركات .....

والمساحات ..... في المواقع، وكذلك من خلال رسائل .... و ..... الشبكات الاجتماعية وغيرها.

• الأجهزة الذكية

مع تزايد استخدام الأجهزة الذكية كالهواتف الذكية وغيرها، أصبح الإعلان عبرها يشكل جانبا مهما لكل الأعمال، وتمكن وسائط الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والرسائل الترويجية من الوصول إلى الجمهور المستهدف من خلال .... و ..... ومجموعات ..... 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.

✓ ✗

1	إن الغرض الأساسي من الإعلان هو زيادة مبيعات المنتج أو الخدمة من خلال لفت النظر إلى عناصرها الإيجابية	
2	إن اختيار طريقة الإعلان يخضع للعديد من المعايير منها الميزانية المتوفرة	
3	الوسائل المطبوعة أصبحت الطباعة حديثا أداة شائعة جدا للإعلان؛ وذلك لقدرتها على الوصول لجمهور لامحدود وبلغات متعددة	
4	توجد في المملكة العربية السعودية قواعد محددة لتنظيم لوحات الدعاية والإعلان.	
5	إن اختيار طريقة الإعلان يخضع للعديد من المعايير منها إمكانية الوصول للزبائن وتفضيلاتهم المختلفة	
6	الإعلان هو نوع من التواصل أحادي الاتجاه	
7	الإعلان وهو وسيلة مهمة من وسائل التواصل مع المستهلكين ويعبر عنها بأشكال عديدة	
8	التسويق هو عملية جذب العملاء المحتملين أو العملاء المهتمين بمنتج أو خدمة معينة	
9	التصميم الرسومي الجيد يؤدي إلى قلة المبيعات في الأعمال التجارية.	
10	الإعلان يهدف لإقناع أو تشجيع المستهلكين المحتملين لشراء أو استهلاك منتج أو خدمة معينة ذات مواصفات معينة.	

مواصفات الإعلان الفعالة

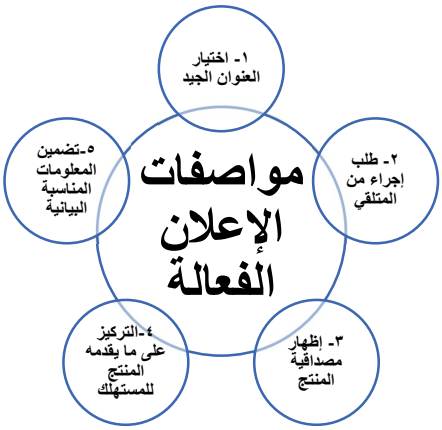
التصميم الرسومي

1- اختيار العنوان الجيد

تعد كلمات العنوان من ..... مكونات أي إعلان، ويجب اختيار تلك الكلمات ....

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؛ ..... الإعلان قيمته.



العنوان الجيد يجب أن

- يركز على ..... المنتج أو الخدمة.
- يركز على المسائل التي ..... الجمهور.
- يثير ..... ويدعو ..... المزيد من المعلومات بخصوص المنتج أو الخدمة.

2- طلب إجراء من المتلقي

إحدى الطرق الجيدة لجذب انتباه المتلقي في أن يطلب منه القيام بعمل ما

ويطلق على هذا المصطلح التسويقي تسمية .....

على سبيل المثال في التسويق عبر البريد الإلكتروني يكون اتخاذ الإجراء بالضغط على تير أو سطر نصي لارتباط تشعبي يوجه المستخدم إلى موقع إلكتروني العلامة تجارية.

3- إظهار مصداقية المنتج

يتعين على المعلن دائما إثبات المصداقية بالاستعانة .... ، إن استخدام الاعتماد الرسمي أو التصديقات الرسمية المناسبة أو أي نوع آخر من الطرق الموثوقة من شأنه أن يوفر مصداقية لما يقدم للجمهور، ويمكن أيضا الاستعانة بتقييمات وآراء أفراد أو جمهور يبدون رضاهم عن المنتج أو الخدمة.

4-التركيز على ما يقدمه المنتج للمستهلك

عندما يتعلق الأمر بشراء منتج جديد، فإن جميع المستهلكين المحتملين يركزون بوعي أو دون وعي على ..... 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 جذاب اهتمام العميل، فالمستهلك يشتري ..... وليس .....

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) مفيدا للجمهور المستهدف.

5-تضمين المعلومات المناسبة البيانية

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 منتج فيجب الإشارة إلى ..... الذي سيباع فيه.

-إذا كان لديك عيادة طبية مختصة، فيجب أن تتضمن الإعلانات ..... هذه العيادة.

-إذا كنت تريد من العملاء الاتصال بك، فيجب عليك تضمين طرق ..... المكنة وتنويعها.

✓ ✖

1	يتعين على المعلن دائما إثبات المصداقية بالاستعانة بطرف ثالث	
2	طلب إجراء من المتلقي يطلق عليه التسويقي تسمية اتخاذ إجراء	
3	كلمات العنوان ليست مهمة في الإعلان يتم اختيار أي الكلمات	

التصميم الرسومي

هو استخدام ....

وقد يكون التصميم ..... أو .....

أنواع التصميم الرسومي

1. تصميم الهوية البصرية

يستخدم في التسويق للعلامة التجارية وتعزيز قيمها، من خلال استخدام الصور والأشكال والألوان التي .....نشاط و ..... الشركة.

2. تصميم التسويق والإعلانات

يستخدم ..... لمنتج أو الخدمة معينة.

3. تصميم المنشورات

هي عملية التصميم من أجل ..... في الوقت الحاضر ومع ظهور النشر الرقمي، أصبح مصممو المنشورات يعملون جنبا إلى جنب مع المحررين والناشرين لتحقيق أفضل أداء في التخطيط والطباعة و إنشاء الرسوم التوضيحية

4. تصميم أدوات التغليف للمنتجات

تتطلب المنتجات المعدة للبيع أشكالا عديدة من التغليف والتعبئة والعناصر المرئية الأخرى، مثل .... ويتم إنشاء هذه العناصر من خلال عمليات تصميم ..... و .....

5. تصميم الحركة

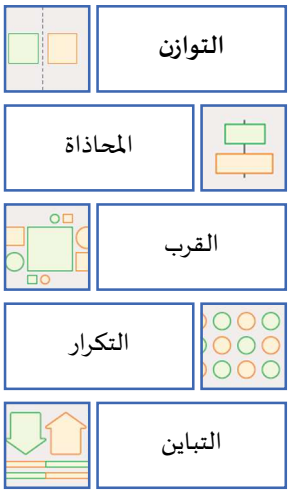
هو فرع من فروع التصميم الرسومي ويتكون من رسوم تطبيق عليها بعض تأثيرات الحركة، وتشمل هذه التصميمات ألعاب الفيديو، والرسوم المتحركة، والتطبيقات، وصور GIF، ومتطلبات المو اقع الإلكترونية وغيرها.

6. تصميم الويب

يجمع بين مجموعة متنوعة من عناصر التصميم مثل ..... و ..... و ..... ؛ وذلك بهدف .... سهلة الاستخدام وممتعة في التقديم.

مبادئ التصميم الرسومي

تشير مبادئ التصميم الرسومي إلى ..... قيام المصمم ..... و .... باستخدام أفضل الأساليب الممكنة لضمان ..... جميع المكونات ببعضها البعض وصولا لهدف تحقيق غاية الإعلان، وتشمل هذه المبادئ



التوازن تحقيق التوازن ..... بين الأشكال والخطوط والعناصر الأخرى بطريقة تماثلية أو غير تماثلية، تبرز أهمية التوازن بأنه يوفر بنية وثباتا للتصميم.

المحاذاة يتم محاذاة جميع عناصر التصميم الرسومي إلى .....أو .....أو .....أو .....، وذلك لإنشاء اتصال مرئي بين تلك العناصر.

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

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

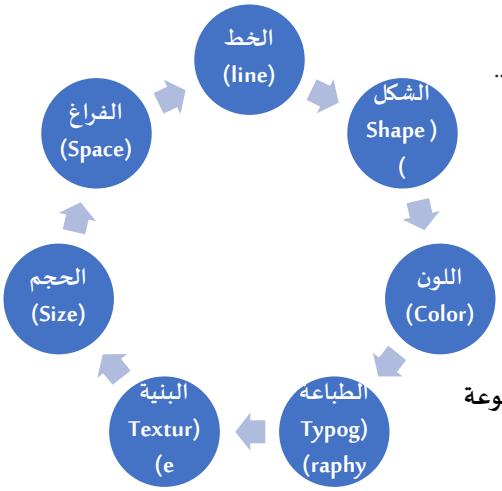
التباين يؤكد التباين على جوانب معينة من التصميم لإبراز.....بين عناصر التصميم.

✓ ✖

1	التوازن تحقيق التوازن البصري بين الأشكال والخطوط والعناصر الأخرى بطريقة تماثلية أو غير تماثلية	
2	التصميم الرسومي قد يكون التصميم رقميا أو غير رقمي	
3	تصميم الهوية البصرية تستخدم فيه الصور فقط التي تبرز نشاط وهوية الشركة.	

عناصر التصميم الرسومي

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



الخط (line)

يمكن أن يكون .....أو.....أو.....أو .....أو.....أو.....

الشكل (Shape)

منطقة محددة ..... يتم إنشاؤها بخطوط، ويمكن أن يكون الشكل .....، أو.....

اللون (Color)

عنصر مهم خصوصا في جذب الانتباه، وله .....خصائص أساسية وهي: hue..... (مجموعة الألوان)، و value..... (شدة الإضاءة) و saturation..... (درجة نقاء اللون)

الطباعة (Typography)

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

البنية (Texture)

تشير بنية التصميم إلى .....السطح الملموسة والتي من الممكن أن تكون .....، أو.....، أو.....، أو.....، أو.....، أو غير ذلك.

الحجم (Size)

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

الفراغ (Space)

يرمز إلى مناطق التصميم التي تركت خالية لضمان عدم تداخل العناصر أو التشويش على رسالة المحتوى، وتتضمن .....و.....بين عناصر التصميم الأخرى، أو.....، أو.....، أو.....منها.

أشكال التصميم الرسومي

في العصر الحديث تقدم التصميم الرسومي تقدما كبيرا، و أصبح هناك العديد من أشكال التصميم، ومن أهمها:

- تصميم تجربة المستخدم

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

- تصميم واجهة المستخدم

يتعلق بالعمل مع العناصر التفاعلية الخاصة بالتصميم، وهذا يتطلب فهما جيدا لاحتياجات المستخدمين لأنه يركز على توقع ما يجب على المستخدمين فعله عند استخدامهم لموقع إلكتروني ، والتأكد من أن الواجهة تحتوي على العناصر التي تجعل استخدام وظائف الموقع الإلكتروني ممكنة. تستخدم الألوان المتجاوبة بشكل كبير في تصميم واجهة المستخدم، وتقوم المتاجر الإلكترونية باستخدامها بشكل تدريجي. فبدلا من استخدام لون رمزي واحد في شعار العلامة التجارية، تمكن الألوان المتجاوبة العلامات التجارية من اكتساب ألوان متعددة محددة سابقا 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.

أدوات التصميم الرسومي

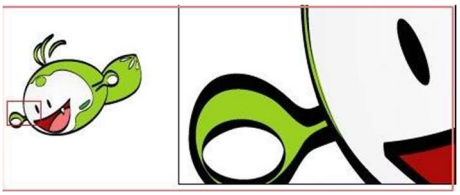
تطورت عملية التصميم على مدار العقود الماضية نظرا لاستمرار التحول الرقمي في العالم الذي تعيش فيه، ما أدى إلى وجود عملية معقدة تشمل الدمج بين التقنيات .....و .....، حيث يستهل المصممون عملهم في بداية عملية التصميم برسم المفاهيم ووضع النماذج الأولية باستخدام أدوات التصميم الرسومي التقليدية قبل اللجوء إلى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

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

برامج التصميم الرسومي- **المدفوعة**	برامج التصميم الرسومي- **مجانية**
ادوبى فوتوشوب Adobe Photoshop	جينيللي Genially
ادوبي ان ديز اين InDesign	جمب GIMP
گوريل درو CorelDraw	حر افيت ديز اينر Gravit Designer
أدوبي اليستريتور Adobe Illustrator	فوتوسكيب Photoscape
أفينتي ديز اينر Affinity Designer	فكتور Vectr
اكسترا ديز اينر بروX Xara Designer Pro X	انكسكيب Inkscape

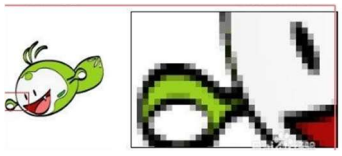
الاختلاف بين الرسومات المتجهة والرسومات النقطية

الرسومات المتجهة Vector-Based Graphics



- تحافظ على .....مع التكبير أو التصغير
- تعد .....ويمكن تغيير حجمها بسهولة دون فقدان جودتها.
- نسبأ عادة بلون .....أو .....لوني.
- حجم الملفات للرسومات ذات الأبعاد الكبيرة .....
- .....تحويلها بسهولة إلى رسومات نقطية.
- انواع امتدادات الرسومات المتجهة الشائعة: cdr ai .pdf .eps .svg

الرسومات النقطية Raster-Based Graphics



- **تعد أفضل طريقة لإنشاء صورة .....و.....**
- **..... .....تغيير الحجم بشكل يحافظ على جودتها.**
- **تعد .....من حيث إمكانية تحرير و إنشاء الصور بتأثيراتها المختلفة ومزج الألوان بسلاسة.**
- **حجم الملفات التي تحتوي على رسومات نقطية .....نسبيا.**
- **وفقا لتعقيد الصورة، فإن عملية التحويل إلى رسومات متجهة .....**
- **الصور النقطية هي ..... تنسيقات الصور..... و من امتداداتها الشائعة: bmp tif png gif jpg sd**

✓ ✖

1	الشكل (Shape)منطقة محددة ثلاثية الأبعاد يتم إنشاؤها بخطوط، ويمكن أن يكون الشكل هندسيا أو مجرد	
2	اللون (Color) له ثلاث خصائص أساسية وهي: الصبغة و القيمة والتشبع	
3	تشير بنية التصميم إلى نوعية السطح الملموسة	
4	تصميم تجربة المستخدم تحسين تجربته مع التركيز على هيكلية ومنطقية عناصر التصميم وتفاعل المستخدمين معها	

أهمية وجود الشعار في الإعلان

الشعار Logo هو علامة رسومية أو رمز يستخدم للمساعدة في التعريف والترويج لهوية الشركة وتميزها، وقد يكون التصميم .....أو قد يتضمن .....الشركة أو .....المميزة.

إذا أردت أن تبدأ نشاطا تجاريا جديدا فإن نوع الشعار الذي تختاره سيؤثر على الإعلان عن منتجاتك، كما سيؤثر على كيفية تلقي العملاء لعلامتك التجارية، يعد اختيار نوع الشعار أحد الخطوات الأولى لإنشاء شعار ناجح لعملاك

وهناك أربعة أنواع أساسية من تصميمات الشعارات، ويعتمد اختيار نوع الشعار المناسب لعملك على الجمهور المستهدف ونوع المنتج والمنافسة وغيرها.

أنواع الشعارات

الشعار..... 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..... Lettermark Logo	هو شعار يعتمد على فن صياغة الحروف، ويتشكل من الحروف الأولى من اسم العلامة التجارية، ولذلك يعد مناسبا للمؤسسات التي لديها أسماء طويلة أو أسماء صعبة النطق	
الشعار..... Image Logo	يتكون من صورة متجهة تعمل كشعار للعلامة التجارية، ويعد جيدا للشركات التي تستهدف العائلات أو الأطفال، كما يعد لون الصورة ونمطها مهمين للغاية لذا يجب أن يكونا ملفتين للنظر.	
الشعار..... Combination Logo	هو شعار يجمع بين النص والصور، ومن السهل تذكره ولكنه بشكل عام أكثر تعقيدا ويتطلب مصمما محترفا لإنشائه، كما يعد مناسبا للأعمال التجارية الجديدة.	العلامة التجارية

من المهم جدا أن تستخدم الشركة أو المؤسسة أو المنظمة شعارا تم تصميمه بشكل احترافي لأنه يستخدم للتعريف بهوية الشركة، حيث يلعب الشعار دورا حاسما كحلقة الوصل بين الشركة وعملائها؛ فهو يدعم رمزية الشركة للمستهلك وذلك بشكل بصري.

تصميم الشعار Logo

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

في الجزء العملي

- إنشاء مستند جديد
- إدراج صورة
- إدراج نص
- تصدير الشعار كصورة

مهرجان التمور

✓ ✗

1	الشعار الحروف هو شعار يحتوي على النص فقط	
2	شعار النصي هو شعار يعتمد على فن صياغة الحروف	
3	الشعار المدمج يتكون من صورة متجهة تعمل كشعار للعلامة التجارية	
4	الشعار التصويري هو شعار يجمع بين النص والصور	

الدرس الثاني : تصميم ملصق إعلاني

تستخدم الملصقات الإعلانية Advertising Posters بشكل أساسي في المعارض، وتنبع أهميتها باعتبارها وسيلة .....تبرز الأعمال الخاصة في المعارض والمؤتمرات

ويعد خيار استخدام الملصقات الإعلانية إضافة جيدة يمكن استخدامها في الإشارة إلى ما تسوق له الشركة وذلك ضمن حملاتها الإعلانية وإستراتيجياتها التسويقية.

تصنف الملصقات الإعلانية إلى أنواع مختلفة حسب .....المرجو من الإعلان، فمنها الملصقات .....التي تستخدم لتسويق منتجات أو خدمات، وهناك الملصقات .....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 ..... - Scalable Vector Graphics رسومات متجهة قابلة لتغيير الحجم ويعتبر "".svgملف رسومات نصي يوضح الصور مع النص والأشكال المتجهة والرسومات النقطية المضمنة.

يمكن أيضًا فتحه باستخدام متصفح المو اقع الإلكترونية مثل: مايكروسوفت إيدج Microsoft Edge .

في الجزء العملي 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 .



- إدراج صورة
- إدراج عنصر
- تحويل العناصر إلى مسارات لتحويل العنصر إلى مسار:
- منحنيات بيزير Bezier Curves لإنشاء منحنيات بيزير
- نسخ ولصق العنصر
- إضافة عنوان الملصق لتطبيق تأثير التظليل في العنوان - إضافة بيانات للملصق
- تصدير الملصق كصورة

الدرس الثالث : الإعلانات المتحركة

تستخدم اللافتة الإلكترونية المتحركة Animated Web Banner في الحملات الإعلانية وبكثرة في مو اقع الإنترنت حيث أصبحت جزءًا من تصميمها؛ لإضافة لمسات جمالية للمو اقع. ويمكن تعريفها على أنها عبارة عن .....

.....

تصميم الإعلانات 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، ومتوسط Medium، وكبير Large، وكبير 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.

<u>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.</u>

في الجزء العملي

لتكرار الطبقة:

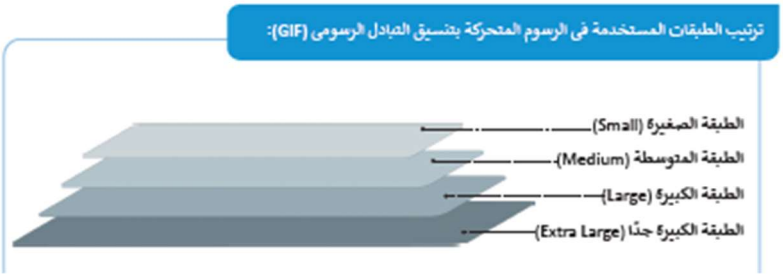
لتغيير حجم الصورة:

للحصول على الأربع صور من الطبقات:

لفتح صور الشعار كطبقات في برنامج جمب:

لإنشاء الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي) :)GIF

لتصدير الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي)



الوحدة الثانية: التسويق الإلكتروني

الدرس الأول: مفهوم التسويق الإلكتروني

التسويق الإلكتروني

هو عملية .....

ومن الأسماء الأخرى لهذا النوع من التسويق

- .....
- .....
- .....

مميزات التسويق الإلكترونية

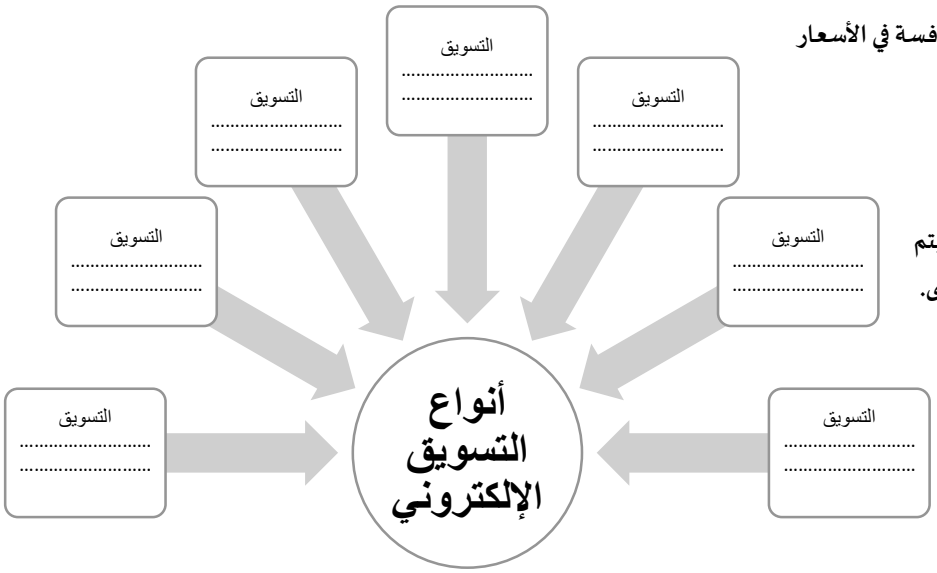
- عائد الاستثمار أفضل بكثير من التسويق التقليدي بسبب .....
- .....التسويق حيث يتم ذلك عبر الإنترنت. ويعتمد هذا الانخفاض في التكاليف إلى إلغاء النفقات المتعلقة بالسفر والطباعة، علاوة على ذلك، يشمل التسويق التقليدي الإعلان عن طريق التلفزيون والصحف وما إلى ذلك، مما يتطلب المزيد من النفقات
- يمكن الحصول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

تحديات التسويق الإلكترونية

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

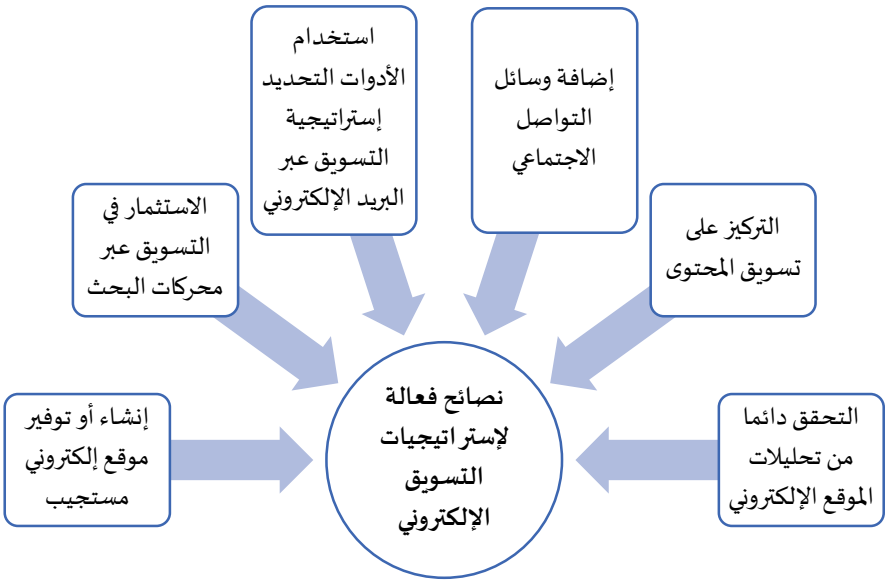
أنواع التسويق الإلكتروني

- لا يقتصر الأمر على التسويق عبر المواقع الإلكترونية فحسب بل يشمل التسويق الذي يتم عبر البريد الإلكتروني والوسائط الرقمية الأخرى. وتوجد عدة طرق يمكن للشركات من خلالها استخدام الإنترنت للتسويق الإلكتروني من هذه الطرق:



نصائح فعالة لإستراتيجيات التسويق الإلكتروني

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



التواجد على الشبكة العنكبوتية Web Presence

التواجد على الشبكة العنكبوتية هو ..... ، ويتكون من نصوص وصور ومقاطع فيديو ومقاطع صوتية توضح هوية العلامة التجارية.

وعادة ما يكون ذلك على المو اقع الإلكترونية أو وسائل التواصل الاجتماعي، أو المنتديات، أو المدونات.

أهم تواجد على الشبكة العنكبوتية هو التواجد على الموقع الإلكتروني المستخدم في الأعمال التجارية.

حيث يساعد الموقع الإلكتروني المصمم جيدا على نجاح الأعمال التجارية وصناعتها، ويوفر تجربة سهلة الاستخدام للعملاء المحتملين، كما يجب كتابة الموقع الإلكتروني بطريقة تمكن 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 الز ائرين، وتصنيفات الكلمات الرئيسة، ومدى الوصول على وسائل التواصل الاجتماعي.

تستخدم غالبية مو اقع التسوق الإلكترونية نظام ..... Content Management System - CMS وهو تطبيق رقمي .....

.....

الوورد بريس WordPress هو احد أنظمة إدارة المحتوى CMS ..... ويمكن مالكي المتاجر من إنشاء موقع إلكتروني وتحريره ونشره ثم تحويله إلى متجر غير الإنترنت.

✓ ✗

1	التسويق الإلكتروني هو عملية تسويق منتج أو خدمة باستخدام أشكال مختلفة عبر الوسائط الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت	
2	ومن الأسماء الأخرى للتسويق الإلكتروني / التسويق عبر الإنترنت و التسويق الشبكي والتسويق الرقمي	
3	عائد الاستثمار في التسويق الإلكتروني أفضل بكثير من التسويق التقليدي بسبب زيادة إيرادات المبيعات.	
4	في التسويق الإلكتروني تزداد المشكلات المتعلقة بقضايا الأمن والخصوصية كسرقة البيانات والاحتيال الإلكتروني.	
5	التواجد على الشبكة العنكبوتية هو التمثيل الرقمي الشركة أو العلامة تجارية،	
6	أهم تواجد على الشبكة العنكبوتية هو التواجد على الموقع الإلكتروني المستخدم في الأعمال التجارية.	

أنواع المحتوى لزيادة حركة المرور والمشاركة

- **منشورات المدونة**

يعد تشغيل مدونة تجارية أحد أكثر.....حملات تسويق المحتوى شيوعا 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 PDFالقابلة للتزيل**

تعد ملفات PDFمحتوى مجاني قابل للمشاركة بشكل كبير، وتستخدم على نطاق واسع لترسيخ .....المنشأة في الصناعة، كما يفضل استخدامها في الصناعات عالية الخطورة والأكثر احتر افا.

- **مخططات المعلومات الرسومية**

مخططات المعلومات الرسومية في عروض رسومية عالية الوضوح خاصة بالبيانات. تحتاج إلى إضافة الصور مع وصف في بالكلمات المفتاحية؛ لأنه من الشائع نشرها على .....المرئية مثل بنترست Pinterest أو إنستغرام Instagram

- **الرسائل الإخبارية**

الرسائل الإخبارية عبر البريد الإلكتروني هي أداة تسويق محتوى ممتازة .....، مع العملاء الحاليين والمحتملين، كما إنها تحافظ على تفاعل العملاء وإطلاعهم على أخبار الشركة والتحديثات الخاصة بالصناعة والخدمات والمنتجات التي تقدمها

- **المدونات الصوتية**

يفضل وجود المدونات الصوتية .....، وأصبح الاستماع إليها أمرا شائعا عند الحديث عن منتجات أو خدمات المنشأة، وتتجاوز قيمة المدونات الصوتية مجرد إعطاء القراء طريقة أخرى للتفاعل مع العلامة التجارية، لأن نظام مقابلات المدونات الصوتية تتيح الفرصة للالتقاء والتفاعل مع أفضل المتخصصين في نفس المجال.

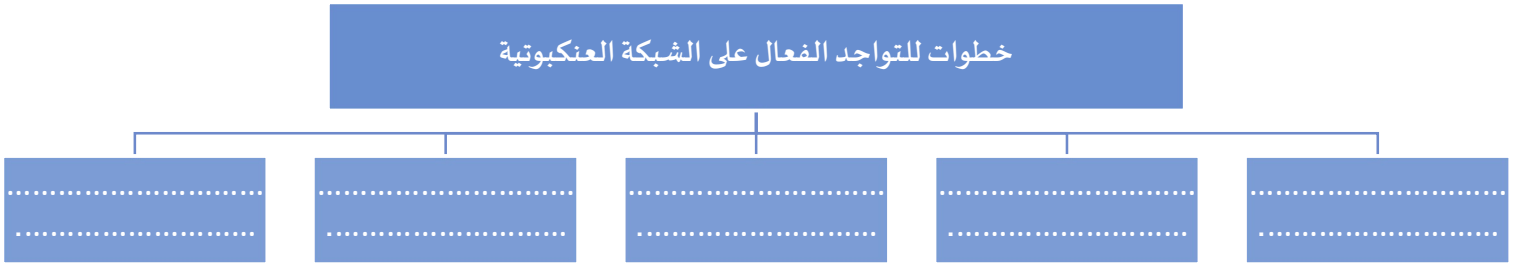
- **منصبات التواصل الاجتماعي**

يعد استخدام منصات التواصل الاجتماعي طريقة لبدء التفاعل مع .....، ويجب إعداد ملف تعريف الشركة على كل نظام أساسي حتى يوفر للجمهور تفاصيل حول المنتج أو الخدمة المعينة، ومن منصات التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعا التي يجب مراعاتها نستغرام وتويتر Twitter

- **قنوات اليوتيوب**

قنوات اليوتيوب من الطرق .....، للترويج لمنتج أو خدمة معينة، ويعد التسويق عبرها إستراتيجية تساعد الشركات على .....، حركة المرور وزيادة قاعدة .....، والوصول إلى .....،



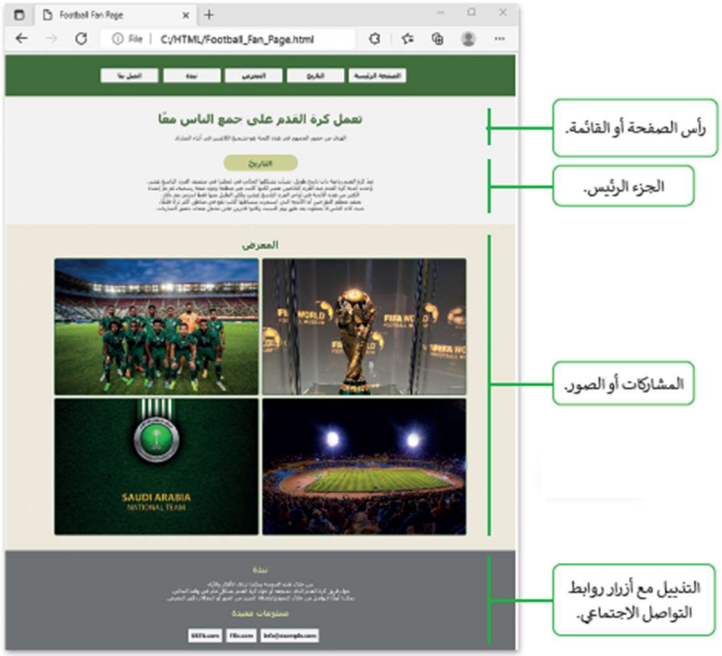


تحليلات جوجل: هي أداة لتحليل البيانات يمكنك استخدامها الضبع وتحليل أداء الموقع الإلكتروني الخاص بكه وهي منصة متاحة لأي شخص لديه حساب جوجل -(Googleوليد العمل باستخدام هذه الأداة استخدم الرابط: https://analytics.google.com

زيادة التواجد على الشبكة العنكبوتية

التواجد على الشبكة العنكبوتية هو عامل حاسم في عالم التسويق، وتتمثل إحدى طرق زيادة التواجد على الشبكة العنكبوتية في استخدام المو اقع 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 رو ابط 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 المستخدم User Experience الإجمالية

طرق الترويج لموقع إلكتروني

يعتمد الترويج لموقع الكتروني على تحسين .....لجذب المزيد من الزوار من خلال نتائج محركات البحث

يمكن تحسين الموقع الخاص بالنشاط التجاري باستخدام تحسين محركات البحث بإتباع بعض النصائح، من أمثلة ذلك:

النظر في .....بحث العملاء عن المنتجات أو الخدمات المعينة، واستخدام الكلمات .....على الموقع الإلكتروني، و .....محتوى الموقع الإلكتروني بانتظام

زيادة التواجد عبر وسائل التواصل الاجتماعي

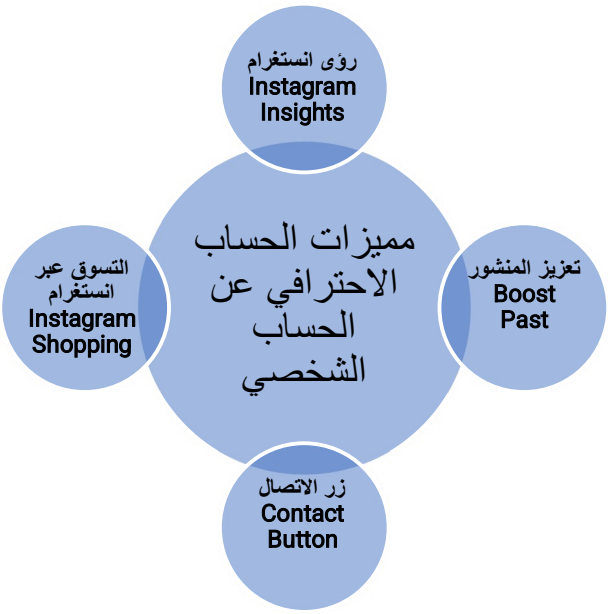
تعد وسائل التواصل الاجتماعي أداة قوية للتسويق الإلكتروني؛ لأنها تسهل على الشركات .....من خلال الشبكات والمجتمعات الافتراضية

إنستغرام Instagram

هو تطبيق للتواصل الاجتماعي تم تصميمه لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو من أجهزة الحاسب والهو اتف الذكية والايباد، وعلى غرار تويتر فإن كل شخص ينهى حساب إنستغرام يمتلك ملفا شخصيا وتغذية أخبار News Feed داخل التطبيق

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 جهانك مشاركاتك، حيث تكون المشاركات الحديثة في الأعلى بينما يمكن مشاهدة المشاركات الأقدم أثناء التمرير الأسفل، وبالمثل، مشترى مشاركات المستخدمين الأتعرين الذين تختار متابعتهم.

مميزات الحساب الاحترافي عن الحساب الشخصي



- **رؤى انستغرام**

توفر الحسابات الاحتر افية .....حول أداء مشاركاتك مع الجمهور

- **تعزيز المنشور**

يمكنك تعزيز منشورات الأعمال باستخدام إعلانات إنستغرام Instagram ads .....، ويقوم انستغرام بعد ذلك بالترويج لمنشورك ويعرض نتائج الوصول إلى إعلانات في علامة تبويب الرؤى Insights

- **زر الاتصال**

يمكنك إضافة معلومات .....إلى ملف تعريف إنستغرام الخاص بك ويمكن للعملاء الحاليين والمحتملين زيارة ملف التعريف الخاص بك واستخدام هذا الزر للوصول إليك

- **التسوق عبر انستغرام**

يمكن لمستخدمي إنستغرام الذين لديهم حسابات احتر افية استخدام إمكانات المتاجر عبر الإنترنت والمنشورات القابلة للتسوق في إنستغرام، وهذا يجعلها مثالية لمو اقع التجارة الإلكترونية وتجار التجزئة.

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

التسويق واسع الانتشار Viral Marketing

يطلق مصطلح التسويق واسع الانتشار على طريقة التسويق التي يتم من خلالها .....المستهلكين على مشاركة معلومات حول منتجات شركة أو خدماتها عبر الإنترنت.

تعتمد طريقة التسويق هذه على إستر اتيجية 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، و إثارة 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 الهو اتف الذكية

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

آلية عمل حملات التسويق واسعة الانتشار:

1. يقوم المؤثر بإنشاء .....أو أي نوع آخر من المحتوى يجذب المجموعة المستهدفة.
2. يشارك المؤثر ذلك المحتوى على .....و.....له.
3. يقوم متابعيه .....نشره أو.....على منصات التواصل الاجتماعي.
4. كلما زاد عدد المشاركات وإعادة النشر، زاد المحتوى .....

يوجد نوعان من إستراتيجيات النشر الخاصة بمقاطع الفيديو الترويجية لمنتج أو العلامة تجارية معينة وهما

الإستراتيجية	الإستراتيجية .....

- الإستراتيجية الظاهرة

يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد .....أو.....العلامة تجارية.

مثال: عندما تعلن العلامة التجارية للمياه المعدنية عن منتجاتها من خلال التأكيد على جودة وتكوين المياه المعدنية ومدى فائدتها للصحة.

- الإستراتيجية المخفية

لا يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد إعلانات أو محتوى العلامة تجارية ،حيث يتم .....مشاركة العلامة التجارية ولا يتم الكشف عنها إلا .....

مثال: عندما تعلن العلامة التجارية للمياه المعدنية عن منتجاتها من خلال عرض لاعب كرة قدم يشرب الماء بعد مجهود وعناء التدريب، عندما تطبق تقنيات التسويق المخفية، من المهم أن تحذرللغاية 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

المواطنة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي

هناك التزامات قانونية يجب مراعاتها في عملية التسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية. وبشكل أكثر تحديدا

حددت وزارة التجارة ضوابط إلزامية ونشرتها على موقعها الإلكتروني الرسمي تنظم آليات الإعلانات التجارية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي يجب أن تكون متوافقة مع قواعد التجارة الإلكترونية

وتنص هذه الضوابط على أن يقدم المعلن المواد الإعلانية، ويذكر اسم المنتج والخدمة المعلن عنها واسم موفر الخدمة.

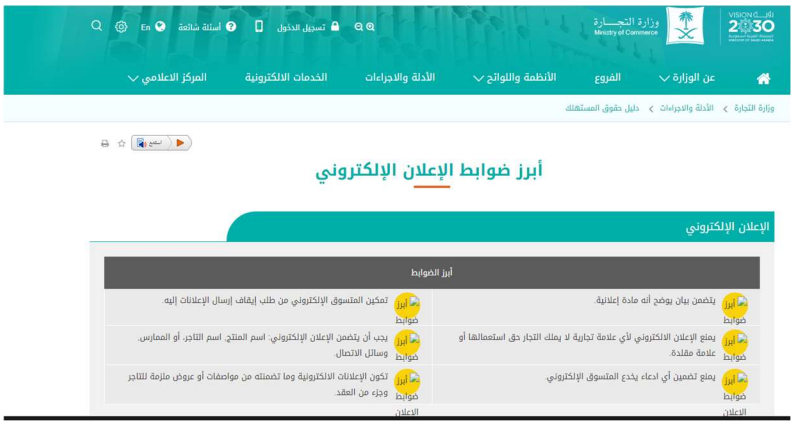
وتتحقق هذه الفحوصات أيضا من أن الإعلان لا يقدم ادعاءات كاذبة أو مظللة للمستهلك

ولا يعلن عن أي منتج أو علامة تجارية مقلدة

يمكنك زيارة:

https://mc.gov.sa/ar/guides/CustomerGuide/Pages/E-commerce-04.aspx

للتعرف على الالتزامات القانونية للتسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية

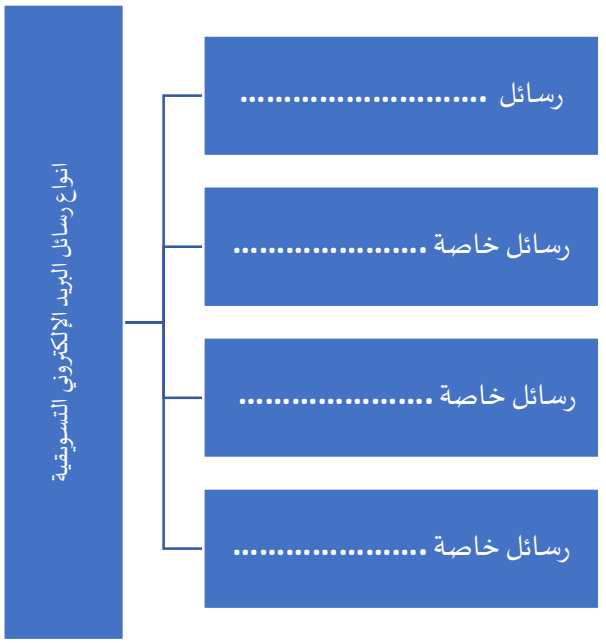


الدرس الثاني: التسويق عبر البريد الإلكتروني

التسويق عبر البريد الإلكتروني

هي وسيلة تسويق .....تتيح للشركات مشاركة المنتجات الجديدة، والمبيعات، والتحديثات مع العملاء من خلال قائمة جهات الاتصال الخاصة بها.

انواع رسائل البريد الإلكتروني التسويقية



رسائل ترويجية

تستخدم للترويج لعروض خاصة وإصدارات المنتجات الجديدة وما إلى ذلك. ويمكن أن تتكون من ..... رسائل وتصل إلى .....، وترسل على مدار عدة أيام أو أسابيع.

رسائل خاصة بالمعلومات

تعرف أيضا بالرسائل الإخبارية ، وتشارك الأخبار المتعلقة بالأعمال، وترسل على فترات منتظمة (كل .....أو كل .....أو كل .....)، وتساعد في الحفاظ على .....مع المشتركين في البريد الإلكتروني

رسائل خاصة بالإعلانات

هي الطريقة الأفضل لإبلاغ العملاء بإعلانات الشركة، وإطلاق المنتجات .....، والتغييرات في الخدمة وغير ذلك، وتعتبر آمنة وفورية، وتبدو الإعلانات أكثر أهمية ورسمية من خلالها.

رسائل خاصة بإعادة المشاركة

تساعد في إعادة الاتصال بالعملاء أو المشتركين الذين لم يكونوا .....مؤخرا، 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 ..... والتواصل معهم بطريقة ..... ، وزيادة المبيعات بتكلفة ..... ، وتتمتع رسائل البريد الإلكتروني بالقدرة على إبقاء العملاء على اطلاع ..... ، وتمكنهم من التحقق من بريدهم الإلكتروني عندما يكون ذلك مناسبا لهم، مما يمنحهم الشعور بمدى أهميتهم بالنسبة للشركة.

وبشكل عام يستخدم العملاء بريدهم الإلكتروني بشكل متكرر، مما يمكنك من الوصول إليهم في وقت أسرع. ومن مميزات التسويق عبر البريد الإلكتروني أن تكلفته ..... ويسهل قياس نتائجه، ويسمح بالرسائل المستهدفة، ويزيد من الوعي بالعلامة التجارية

كيفية اختيار منصة التسويق عبر البريد الإلكتروني

توجد العديد من منصات التسويق عبر البريد الإلكتروني مثل:

سيند ان بلو Sendinblue	وميل تشيمب Mailchimp	كونستانت كونتاكت Constant Contact
كونفرت كيت Convertkit	ميل جيت Mailjet	ميلر لايت Mailerlite
هبسيوت HubSpot		

ولكن اختيار المنصة يعتمد على مجموعة من المحددات مثل طبيعة ..... و .....

محددات اختيار منصة التسويق المناسبة:

- الميزانية

إذا كانت محدودة للغاية، فعليك استخدام منصات تقدم أسعاررخيصة مثل: منصتي ميل تشيمب وكونستانت كونتاكت لتكون نقطة البداية.

- أنواع وسائل 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 مبتدئا تماما في عملية التصميم، فإن محرر البريد الإلكتروني بالسحب والإفلات Drag-and-Drop Email Editorهو الخيار الأنسب لك، وكذلك قوالب البريد الإلكتروني Email Templates ستكون مفيدة جدا أيضا. ومن ناحية أخرى إذا كنت تفضل برمجة الرسائل من البداية، فيمكنك استخدام محررلغة ترميز النص التشعبي HTML

- رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بالمعاملات

إذا كان من المتوقع أن ترسل رسائل بريد إلكتروني خاصة بالمعاملات عن الأعمال التجارية، فهناك خيارات وهما: إدارة رسائل البريد الإلكتروني استخدام خدمة منفصلة، واختيارإنشاء جميع رسائل البريد الإلكتروني باستخدام أداة مثل منصة سيند إن بلوSendinblue

كيفية تصميم بريد إلكتروني تسويقي

لا يجب أن يكون تصميم البريد الإلكتروني صعبا أو تقنيا للغاية، فمن خلال استخدام محرر السحب والإفلات، يمكنك إنشاء حملات تسويقية احتر افية ومذهلة بسهولة، ولا توجد حاجة للتركيزعلى إنشاء رسائل بريد الكتروني رائعة ومتقنة، ولكن الأهم من ذلك هو التركيزعلى إنشاء بريد إلكتروني يمثل العلامة التجارية، وقد يعني هذا في كثيرمن الأحيان إبقائها بسيطة، ويمكنك دائما تحسين التصميم لاحقا مع تطورمهاراتك.

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 تشيب

في الجزء العملي

- التسجيل في منصة ميل تشيمب Mailchimp
- اعدادات الحساب الخاص بك
- إضافة جهات الاتصال – تحميل جهات الاتصال من ملف
- تنظيم جهات الاتصال

الدرس الثالث: حملة التسويق عبر البريد الإلكتروني

إنشاء حملة تسويقية

بعد أن أنشأت حسابا على منصة ميل تشيمب Mailchimp، يمكنك الآن البدء في إنشاء حملة تسويقية عبر البريد الإلكتروني. وبشكل أكثرتحديدا، ستنشئ قالبا لبريدك الإلكتروني خاصا بالإعلان Announcement Email عن مهرجان التمور، من أجل إعلام جهات الاتصال الخاصة بك عن الحدث وكذلك الوقت والتاريخ الذي سيقام فيه.

اختيار قالب البريد الإلكتروني

إذا كنت تريد إرسال بريد إلكتروني لدعوة جهات الاتصال الخاصة بك لحضور الحدث، عليك اختيارقالبا مناسبا لهذا الحدث.

في الجزء العملي

- اختبارقالب البريد الإلكتروني
- ادراج الشعار
- ادراج ملصق إعلاني
- إدراج نص
- تنسيق القالب
- المعاينة البريد الإلكتروني
- إرسال البريد الإلكتروني
- حفظ قالب البريد الإلكتروني



تعلمت سابقا كيفية استخدام CSS

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>
```

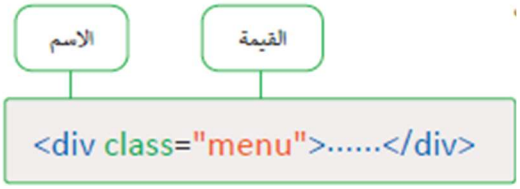
صفحات الأنماط الداخلية (Internal style sheets)

```
<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>
```

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 الكود التالي لون الخلفية فقط في قسم menu class.

.css

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

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

الدرس الأول: التصميم المستجيب للمو اقع الإلكترونية

المواقع الإلكتروني المستجيب Responsive Website

هو أحد أساليب التصميم والتطوير التي يستجيب فيها الموقع ..... المستخدم و ..... الجهاز الذي يستخدمه في تصفح هذا الموقع وذلك وفق متغيرات عديدة مثل: ..... الشاشة و ..... التشغيل، و ..... الشاشة، وذلك باستخدام مخططات وصور مرنة في الموقع بهدف ..... تجربة المستخدم

مزايا الموقع الإلكتروني المستجيب

	أ		ب
1	سهولة التحديث		إن تكلفة إنشاء موقع إلكتروني لمستخدمي أجهزة الحاسب وتطبيقاته، أو موقع خاص لحاملي الهو اتف الذكية يعد مكلفاء ولهذا يمكن توفير المال من خلال إنشاء الموقع الإلكتروني المستجيب بحيث يناسب جميع المستخدمين.
2	تحسين تجربة المستخدم		يسهل على مدير الموقع تحديث موقع واحد فقط، مما يوفر الكثير من الوقت والجهد.
3	توفير المال		يوفر تجربة تصفح سهلة وممتعة لجميع الخدمات والمنتجات على الموقع، مما يعني أن يقضي المستخدم المزيد من الوقت أثناء زيارته للموقع.

التصميم المستجيب

عند تصميم الصفحات الإلكترونية المستجيبة، فإنك تستخدم ..... YoX على شبكة تخطيطية ويمكنك أيضا استخدام ..... المكونة للصورة بدلا من متغيرات العرض الثابتة.

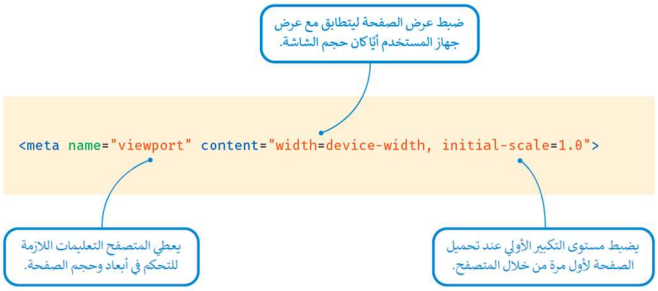
تمنحك هذه الإعدادات تخطيطا مرنا للصفحة يمكن تغيير حجمها ليناسب حجم ..... العرض

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

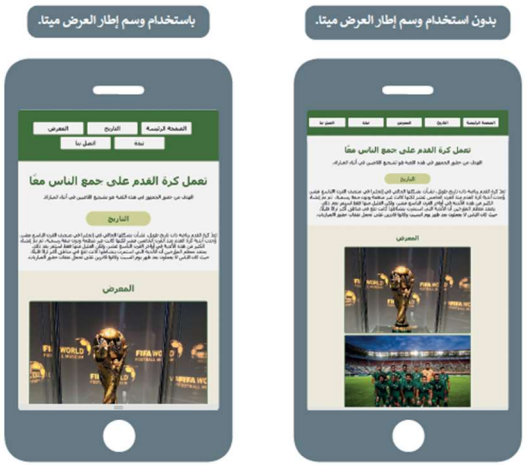
إطار العرض Viewport

إن إطار العرض هو المنطقة المرئية للمستخدم 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 لضبط وفقا لعرض الجهاز
- في حين أن مستوى التكبير Zoom Level للصفحة التي يتم تحميلها أولا بواسطة المتصفح هو 100%.



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



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.

محاكاة الأجهزة في مايكروسوفت إيدج (Microsoft Edge)

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.

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).

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.

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

استعلام الوسائط (Media Query)

استعلام الوسائط 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.

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

استعلام الوسائط في ملف CSS خارجي

يمكنك أيضا إضافة استعلام الوسائط في ملف CSS خارجي الذي يُصمم الصفحة الإلكترونية في نهاية ملف.CSS.

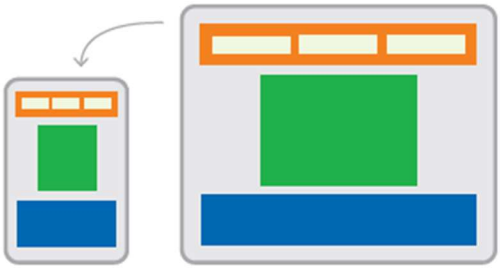
.css

```
@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.



تنسيق الصور



حان الوقت لجعل البوم الصور الخاص بك يتغير طبقا 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 سيضاف استعلاما وسائط في ملف CSS

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

أضف استعلامات الوسائط التي ستؤثر على أبعاد الصور، مثلاً: 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;
```

تنسيق قسم القائمة(Menu)

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

```
}
.menu li {
   display: inline-block;
   text-align: center;
}
.menu li a {
   display: inline-block;
   height: auto;
```

توضع عناصر القائمة أفقيا في سطر واحد.

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:

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

ستوضع عناصر القائمة عموديا.

.css

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

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

الدرس الثاني: الموقع الإلكتروني التفاعلي

يقبل الموقع الإلكتروني التفاعلي مدخلات المستخدم ويمكنه تغيير محتواه وفقا لذلك، تستخدم المو اقع الإلكترونية التفاعلية جافاسكريبت لتطويرها، وإضافة عناصر تفاعلية تجذب المستخدمين. بينما تستخدم لغات HTMLو CSSلإعطاء بنية ونمط للصفحات الإلكترونية.

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

- عرض التاريخ والوقت.
- التحقق من صحة مدخلات المستخدم.
- عرض النو افذ المنبثقة ومربعات الحوار
- القو ائم المنسدلة الديناميكية ، إلخ.

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

لغة جافا سكريبت JavaScript

جافا سكريبت (JS) هي لغة برمجة عالية المستوى تستخدم لجمل صفحات لغة ترميز النص التشعبي HTML أكثر ديناميكية وتفاعلية، والتي لا يمكن إجراؤها باستخدام برمجة HTMLالمادية وصفحات التنسيق النمطية CSS

باستخدام لغة جافا سكريبت يمكنك:

- تعديل ..... الصفحة التي تم إنشاؤها باستخدام .HTML
- تغيير..... المقطع البرمجي HTMLالمستخدم في الصفحة الإلكترونية.
- تغيير..... البرمجي CSSالمستخدم 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 الطرق المختلفة التي يمكنك استخدامها لعرض المخرج باستخدام لغة جافا سكريبت منها:

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

دالة الكتابة في مستند (( ) document.write)

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

```
document.write("الرسالة");
```

مثال :

```
    <script>
      document.write("ولكن هذا النص تم إنشاؤه باستخدام لغة جافا سكريبت.")
    </script>
  </body>
</html>
```

النص الذي سيعرض على الشاشة.

صفحتي الإلكترونية

النص المعروض تم إنشاؤه باستخدام لغة ترميز النص التشعبي.

ولكن هذا النص تم إنشاؤه باستخدام لغة جافا سكريبت.

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");
```

```
    <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.



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".

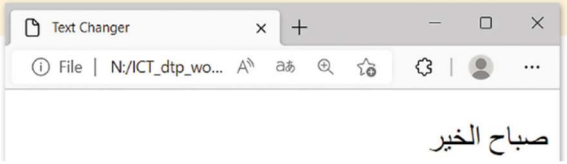
```
document.GetElementById(text element id)
```

```
  </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.



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>
```

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 برنامجًا 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 متغير 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 تحية (greeting) يخزن رسالة الترحيب التي تتغير حسب الساعة.

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>.

قائمة همبرغر (Hamburger)



قائمة همبرغر 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.

```
<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.

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>.

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

الزر عند الضغط (on click) يُفعل الدالة.

.html

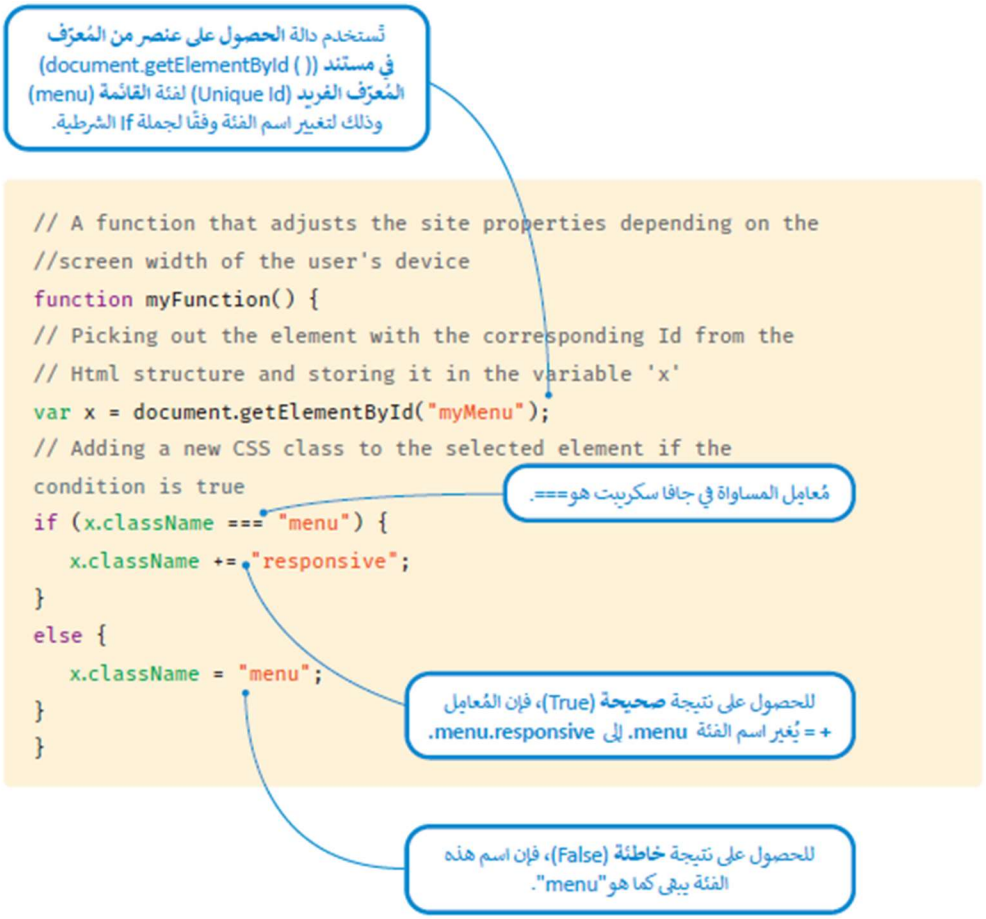
```
<body>
<div class="menu" id="myMenu">
    <div>
      <button class="icon" onclick="myFunction()">
        <i class="fa fa-bars"></i>
        <script src="function myFunction().js"></script>
    </div>
```

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

إنشاء مقطع برمجي جافا سكريبت

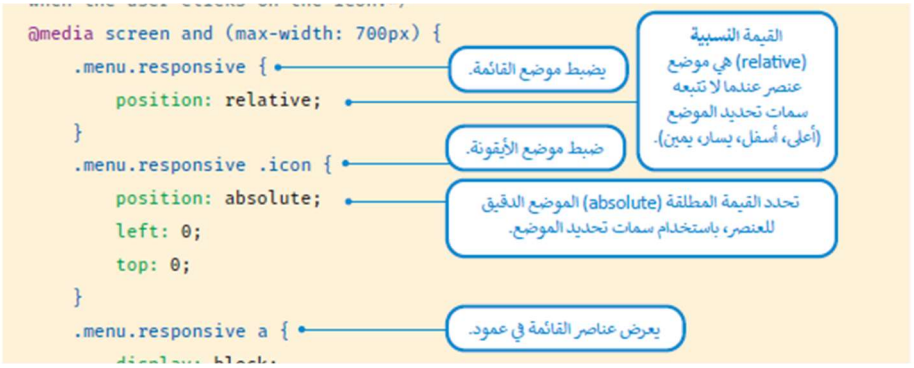
أنت الآن بصدد إنشاء ملف جافا سكريبت الذي يجعل القائمة تُبدل بين إضافة وإزالة فئة الاستجابة.(responsive) يتيح برنامج جافا سكريبت عرض الأيقونة عندما يكون عرض الشاشة صغيرًا نسبيا. في هذا المثال، عندما يكون العرض أقل من 700 بكسل، فإن عناصر القائمة تختفي وتظهر الأيقونة. عندما يضغط المستخدم على الأيقونة، يتم عرض عناصر القائمة في عمود. وتُستخدم هذه الوظيفة في متصفح الهو اتف الذكية حيث تكون الشاشة صغيرة

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



لكي يعمل الموقع الإلكتروني بشكل صحيح ويستجيب لشاشات الأجهزة المختلفة

يجب عليك إضافة المقطع البرمجي التالي إلى ملف CSSالخارجي ثم حفظ الملف.



تحسين محركات البحثSearch Engine Optimization-SEO

يقصد بمصطلح تحسين محركات البحث 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 ..... المتعلقة بمحتواه وليس عن طريق ..... المدفوعة.

تقنيات تحسين محركات البحث

توجد العديد من التقنيات التي يسهل تنفيذها وعادة ما تأتي بنتائج جيدة لزيادة معدل الحركة على الموقعWebsite Traffic ونظرا لأن تقنيات تحسين محركات البحث تتغير باستمرار، فإليك بعضا 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 المستخدم ووقتا أطول لتحميلها. إن الصور التي تستغرق وقتا طويلًا لتحميلها تؤثر بشكل سلبي على تصنيف الموقع.
- تشغيل أدوات تتبع معدل الحركة على الموقع حيث يُعد التتبع مصطلحًا مهما 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:

1. الزحف(Crawling)

الزحف هو عملية ..... التي ترسل فيها محركات البحث فريقا 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.

فمثلا، يبدأ جوجل بوت (bot) Google 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

2. الفهرسة(Indexing)

الفهرسة هي عملية ..... و ..... المحتوى الموجود أثناء عملية الزحف

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

3. الترتيب(Ranking)

الترتيب هو عملية .... 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.

عرض صفحة إلكترونية

العرض هو العملية التي يجب أن يمر بها الهاتف أو الحاسب أو الجهاز اللوحي أو متصفح جهاز آخر من أجل ..... صفحة إلكترونية للمستخدم.
يمكن أن تستغرق عملية العرض وقتا طويلًا، اعتمادًا على ..... 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 أن العميل جهاز المستخدم الذي يقوم بالبحث (يعرض محتوى الصفحة الإلكترونية. بدلا من تجميع الصفحة على الخادم ثم إرسالها إلى متصفحك يتم إرسال الصفحة إلى المستعرض الخاص بك ..... ، تاركا المتصفح يعمل على تحميل وجمع كل المحتوى. هذا يعني أنه يتم استرداد البيانات من الخادم، ومعالجتها في المتصفح لعرضها على المستخدم.

- ### العرض من جانب الخادم الخيار المفضل لكبار المسؤولين الاقتصاديين لتحسين محركات البحث

العرض من جانب الخادم هو في الأساس الأسلوب الذي يتم فيه عرض الصفحة ..... بواسطة .....
سيطلب العميل المعلومات من الخادم، وسيسلم الخادم الصفحة المحملة بالكامل إلى العميل.

مزايا وعيوب الطريقتين

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

العرض من جانب العميل	العرض من جانب الخادم
المزايا	
تفاعلات الموقع	يمكن المحركات البحث ..... إلى الموقع لتحسين محركات البحث
عرض ..... للموقع بعد التحميل الأولى	تحميل الصفحة الأولية .....
مناسب ..... الويب	مناسب للمواقع .....
اختيار قوي من ..... جافا سكريبت	
العيوب	
..... تحسين محركات البحث بشكل عام.	..... طلبات الخادم.
قد يتطلب التحميل الأولي مزيد من	عرض ..... للصفحة بشكل عام.
..... مكتبة خارجية في معظم الحالات.	إعادة تحميل الصفحة .....
	تفاعلات الموقع .....

الدرس الثالث: الرسائل الإخبارية الرقمية

الهدف من الرسائل الإخبارية الرقمية هو .... من خلال رسالة بريد إلكتروني تعرض داخل عميل البريد الإلكتروني الخاص بهم

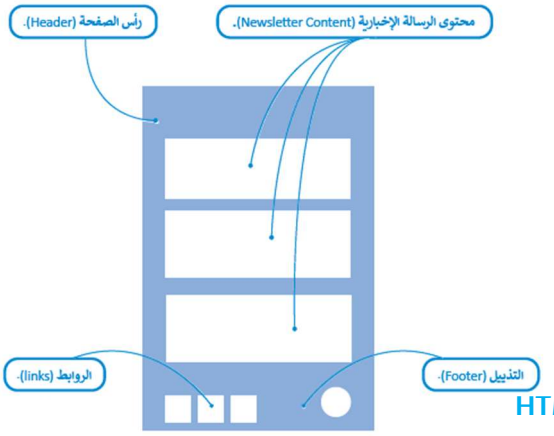
ويقصد بعميل البريد الإلكتروني: .....

وهذا يعني أن هناك قيودا تتعلق بحجم وتنسيق وشكل التخطيط والتصميم في الرسالة الإخبارية، وإذا لم تراع فلن تكون الرسالة التي تريد إرسالها فعالة.

هنا يمكنك رؤية قالب الرسالة الإخبارية العامة

الأجزاء الرئيسة هي:

- ..... الصفحة (حيث يجب أن يكون المحتوى مرتبطا بمرسل البريد الإلكتروني).
- ..... الرسالة الإخبارية (العنوان، النص، الصورة).
- ..... (الذي يحتوي عادة على رو ابط).



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

جدول HTML

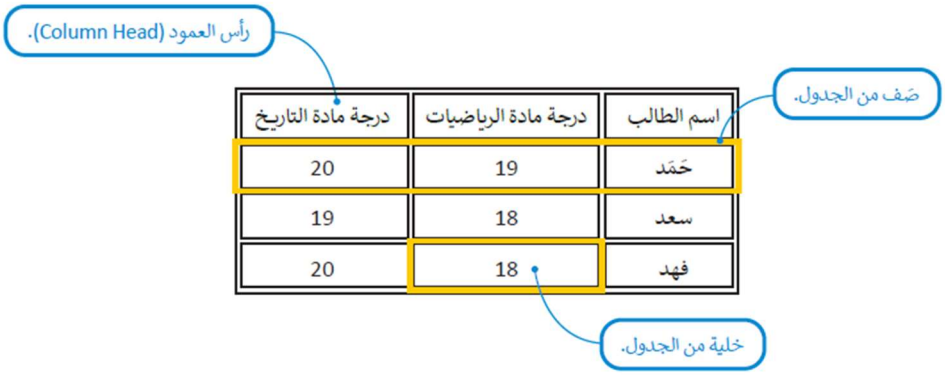
يتكون الجدول من صفوف وأعمدة، ويمكنك استخدامه في ملف HTML لعرض البيانات بشكل جدولي (Tabular) مثل جدول البيانات.

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.



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



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

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

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

أنشئ الآن جدول درجات الطلبة في HTML.

```
<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>خَمَد</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>
```

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
خَمَد	19	20
سعد	18	19
فهد	18	20

إنشاء الرسائل الإخبارية الرقمية

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

خطوات إنشاء الرسالة الإخبارية:

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

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.

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

تشغل الصورة 95% من عرض الخلية في النمط المضمّن.

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

نمط الجدول

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

ملف CSS الخارجي للرسالة الإخبارية

```
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>

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;
```

يضيف شريط التمرير (Scroll Bar) عند الحاجة.

ألوان الخطوط.

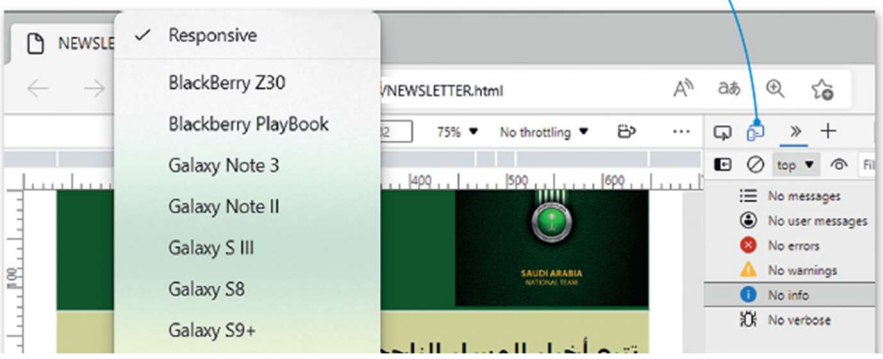
ستكون الرسالة الإخبارية التي أنشأتها كما في النموذج التالي:



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.

اضغط لفتح جهاز المحاكاة (Device Emulation).







وزارة التعـــليم
Ministry of Education

أوراق العمل

تقنية رقمية 2-2

اسـم الطالب : .....

رقـم الشعبة : .....

ثانوية أبو عريش الأولى

معلم المادة : علي معشي

توزيع الدرجات لمقرر تقنية رقمية 2-2

المهام الأدائية		المشاركة والتفاعل		الاختبارات القصيرة		المجموع	الاختبار النهائي		الدرجة النهائية
٢٠ درجة		٢٠ درجة		٢٠ درجة		٦٠ درجة	٤٠ درجة		١٠٠ درجة
واجبات	بحوث أو مشروعات أو تقارير	نشاطات وتطبيقات صفية	المشاركة	تطبيق عملي	تحريري		عملي	تحريري	
١٠ درجات	١٠ درجات	١٠ درجات	١٠ درجات	١٠ درجات	١٠ درجات		٢٥ درجة	١٥ درجة	

استمارة متابعة أوراق العمل الطالب

الجزء	الدرجة		توقيع المعلم
الأول	1	½	
الثاني	1	½	
الثالث	1	½	
الرابع	1	½	
الخامس	1	½	
السادس	1	½	
السابع	1	½	
الثامن	1	½	
التاسع	1	½	
العاشر	1	½	

الملف هذا لا يغني عن الكتاب المدرسي

الوحدة الأولى: التصميم الرسومي

الدرس الأول : التصميم الرسومي

يساعد التصميم الرسومي على بناء وتطوير الشعارات والعلامات التجارية، وتصميم الوسائل الإعلانية والمواد التسويقية الفعالة

مثل - المنشورات - بطاقات العمل - المنشورات الإعلانية - اللافتات .

التصميم الرسومي الجيد يؤدي إلى زيادة المبيعات في الأعمال التجارية.

التسويق

هو عملية جذب العملاء المحتملين أو العملاء المهتمين بمنتج أو خدمة معينة

ويتضمن التسويق جوانب مختلفة من العمل مثل تطوير المنتجات الإعلان المبيعات طرق التوزيع

وهناك عناصر أساسية يجب على الشركات مراعاتها عند إنشاء الحملات التسويقية مثل

- المنتج
- السعر
- الموقع
- الدعاية
- المستهلكين.

الإعلان

وهو وسيلة مهمة من وسائل التواصل مع المستهلكين ويعبر عنها بأشكال عديدة

- نصية
- مسموعة
- مرئية من خلال الصور
- مقاطع الفيديو

بهدف إقناع أو تشجيع المستهلكين المحتملين لشراء أو استهلاك منتج أو خدمة معينة ذات مواصفات 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 وأحيانا 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.



وسائل الإعلان

من أهم أنواع وسائل الإعلان التجارية:

- الوسائل المطبوعة
- وسائل الإعلان عبر الإنترنت
- الأجهزة الذكية

إن اختيار طريقة الإعلان يخضع للعديد من المعايير مثل
الميزانية المتوفرة، وإمكانية الوصول للزبائن وتفضيلاتهم المختلفة،
كما يمكن للشركات اختيار الوسائل الإعلانية المناسبة التي ستساعد في تعزيز علامتها التجارية.

الوسائل المطبوعة

أصبحت الطباعة حديثا أداة شائعة جدا للإعلان؛ وذلك لقدرتها على الوصول لجمهور محدد وبلغات 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

يعد الإعلان عبر الإنترنت أحد أشكال نشر العروض الترويجية بغرض إيصال الرسائل التسويقية لجذب المستهلكين.
فعند استخدام الأشخاص وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، يتلقون الرسائل التسويقية من خلال نتائج محركات البحث والمساحات الإعلانية في المواقع، وكذلك من خلال رسائل البريد الإلكتروني وإعلانات الشبكات الاجتماعية وغيرها.

الأجهزة الذكية

مع تزايد استخدام الأجهزة الذكية كالهواتف الذكية وغيرها، أصبح الإعلان عبرها يشكل جانبا مهما لكل الأعمال، وتمكن 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.

✓ ✘

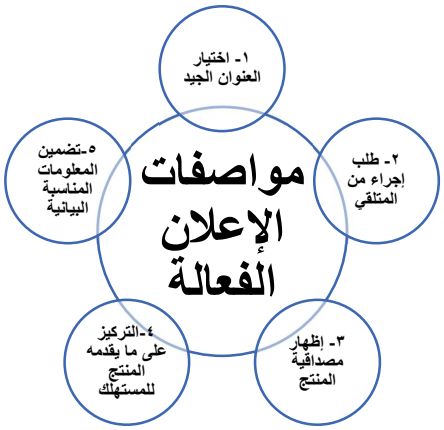
1	إن الغرض الأساسي من الإعلان هو زيادة مبيعات المنتج أو الخدمة من خلال لفت النظر إلى عناصرها الإيجابية	✓
2	إن اختيار طريقة الإعلان يخضع للعديد من المعايير منها الميزانية المتوفرة	✓
3	الوسائل المطبوعة أصبحت الطباعة حديثا أداة شائعة جدا للإعلان؛ وذلك لقدرتها على الوصول لجمهور لامحدود وبلغات متعددة	✘
4	توجد في المملكة العربية السعودية قواعد محددة لتنظيم لوحات الدعاية والإعلان.	✓
5	إن اختيار طريقة الإعلان يخضع للعديد من المعايير منها إمكانية الوصول للزبائن وتفضيلاتهم المختلفة	✓
6	الإعلان هو نوع من التواصل أحادي الاتجاه	✓
7	الإعلان وهو وسيلة مهمة من وسائل التواصل مع المستهلكين ويعبر عنها بأشكال عديدة	✓
8	التسويق هو عملية جذب العملاء المحتملين أو العملاء المهتمين بمنتج أو خدمة معينة	✓
9	التصميم الرسومي الجيد يؤدي إلى قلة المبيعات في الأعمال التجارية.	✘
10	الإعلان يهدف لإقناع أو تشجيع المستهلكين المحتملين لشراء أو استهلاك منتج أو خدمة معينة ذات مواصفات معينة.	✓

مواصفات الإعلان الفعالة



1- اختيار العنوان الجيد

تعد 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؛ فقد الإعلان قيمته.



العنوان الجيد يجب أن
- يركز على ميزات المنتج أو الخدمة.
- يركز على المسائل التي تعني الجمهور.
- يثير الفضول ويدعو لاستكشاف المزيد من المعلومات بخصوص المنتج أو الخدمة.

2- طلب إجراء من المتلقي



إحدى الطرق الجيدة لجذب انتباه المتلقي في أن يطلب منه القيام بعمل ما
ويطلق على هذا المصطلح التسويقي تسمية اتخاذ إجراء

على سبيل المثال في التسويق عبر البريد الإلكتروني يكون اتخاذ الإجراء بالضغط على تير أو سطر نصي لارتباط تشعبي يوجه المستخدم إلى موقع إلكتروني العلامة تجارية.

3- إظهار مصداقية المنتج



يتعين على المعلن دائما إثبات المصداقية بالاستعانة بطرف ثالث، إن استخدام الاعتماد الرسمي أو التصديقات الرسمية المناسبة أو أي نوع آخر من الطرق الموثوقة من شأنه أن يوفر مصداقية لما يقدم للجمهور، ويمكن أيضا الاستعانة بتقييمات وآراء أفراد أو جمهور يبدون رضاهم عن المنتج أو الخدمة.

4-التركيز على ما يقدمه المنتج للمستهلك

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 جذاب 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) مفيدا للجمهور المستهدف.

5-تضمين المعلومات المناسبة البيانية

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 منتج 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 المكنة وتنويعها.

✓ ✖

1	يتعين على المعلن دائما إثبات المصداقية بالاستعانة بطرف ثالث	✓
2	طلب إجراء من المتلقي يطلق عليه التسويقي تسمية اتخاذ إجراء	✓
3	كلمات العنوان ليست مهمة في الإعلان يتم اختيار أي الكلمات	✖

التصميم الرسومي

هو استخدام مجموعة عناصر كالصور والرسومات والرموز والنصوص، ودمجها التوصيل المعلومات أو الأفكار بطريقة بصرية مؤثرة وقد يكون التصميم رقميا أو غير رقمي

أنواع التصميم الرسومي

1. تصميم الهوية البصرية

يستخدم في التسويق للعلامة التجارية وتعزيز قيمها، من خلال استخدام الصور والأشكال والألوان التي تبرز نشاط وهوية الشركة.

2. تصميم التسويق والإعلانات

يستخدم للترويج لمنتج أو الخدمة معينة.

3. تصميم المنشورات

هي عملية التصميم من أجل الطباعة. في الوقت الحاضر ومع ظهور النشر الرقمي، أصبح مصممو المنشورات يعملون جنبا إلى جنب مع المحررين والناشرين لتحقيق أفضل أداء في التخطيط والطباعة و إنشاء الرسوم التوضيحية

4. تصميم أدوات التغليف للمنتجات

تتطلب المنتجات المعدة للبيع أشكالا عديدة من التغليف والتعبئة والعناصر المرئية الأخرى، مثل الملصقات المغلفات، ويتم إنشاء هذه العناصر من خلال عمليات تصميم العبوات و المغلفات.

5. تصميم الحركة

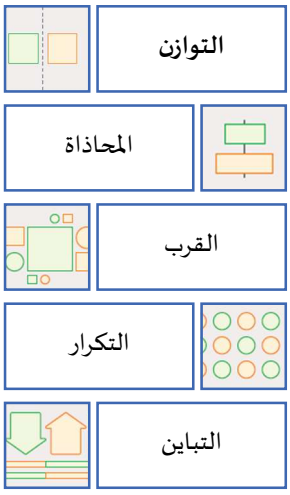
هو فرع من فروع التصميم الرسومي ويتكون من رسوم تطبيق عليها بعض تأثيرات الحركة، وتشمل هذه التصميمات ألعاب الفيديو، والرسوم المتحركة، والتطبيقات، وصور GIF، ومتطلبات المو اقع الإلكترونية وغيرها.

6. تصميم الويب

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

مبادئ التصميم الرسومي

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



التوازن تحقيق التوازن البصري بين الأشكال والخطوط والعناصر الأخرى بطريقة تماثلية أو غير تماثلية، تبرز أهمية التوازن بأنه يوفر بنية وثباتا للتصميم.

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

القرب يوجد 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 معا لتعطي التصميم الاتساق المطلوب.

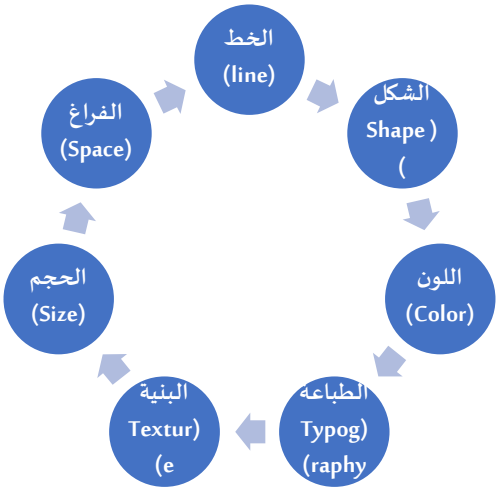
التباين يؤكد التباين على جوانب معينة من التصميم لإبراز الاختلافات بين عناصر التصميم.

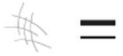
✓ ✖

1	التوازن تحقيق التوازن البصري بين الأشكال والخطوط والعناصر الأخرى بطريقة تماثلية أو غير تماثلية	✓
2	التصميم الرسومي قد يكون التصميم رقميا أو غير رقمي	✓
3	تصميم الهوية البصرية تستخدم فيه الصور فقط التي تبرز نشاط وهوية الشركة.	✖

عناصر التصميم الرسومي

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



الخط (line) 

يمكن أن يكون منحنيا أو مستقيما أو سميكا أو رقيقا أو ثنائيا أو ثلاثي الأبعاد

الشكل (Shape) 

منطقة محددة ثنائية الأبعاد يتم إنشاؤها بخطوط، ويمكن أن يكون الشكل هندسيا أو مجرد.

اللون (Color) 

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

الطباعة (Typography) 

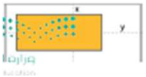
فن ترتيب الخطوط المختلفة التي تدمج بأحجام وألوان وتباعدات من شأنها التأثير بشكل كبير على الرسالة التي يريد المصمم إيصالها.

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 احجام متباينة يمكن أن يوفر عنصر الجذب البصري إلى التصميم.

الفراغ (Space) 

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

أشكال التصميم الرسومي

في العصر الحديث تقدم التصميم الرسومي تقدما كبيرا، و أصبح هناك العديد من أشكال التصميم، ومن أهمها:

- تصميم تجربة المستخدم

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

- تصميم واجهة المستخدم

يتعلق بالعمل مع العناصر التفاعلية الخاصة بالتصميم، وهذا يتطلب فهما جيدا لاحتياجات المستخدمين لأنه يركز على توقع ما يجب على المستخدمين فعله عند استخدامهم لموقع إلكتروني ، والتأكد من أن الواجهة تحتوي على العناصر التي تجعل استخدام وظائف الموقع الإلكتروني ممكنة. تستخدم الألوان المتجاوبة بشكل كبير في تصميم واجهة المستخدم، وتقوم المتاجر الإلكترونية باستخدامها بشكل تدريجي. فبدلا من استخدام لون رمزي واحد في شعار العلامة التجارية، تمكن الألوان المتجاوبة العلامات التجارية من اكتساب ألوان متعددة محددة سابقا 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.

أدوات التصميم الرسومي

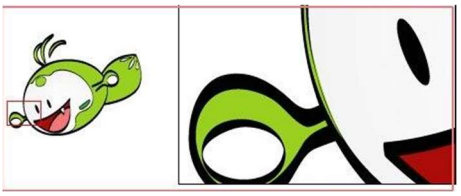
تطورت عملية التصميم على مدار العقود الماضية نظرا لاستمرار التحول الرقمي في العالم الذي تعيش فيه، ما أدى إلى وجود عملية معقدة تشمل الدمج بين التقنيات التقليدية و الرقمية، حيث يستهل المصممون عملهم في بداية عملية التصميم برسم المفاهيم ووضع النماذج الأولية باستخدام أدوات التصميم الرسومي التقليدية قبل اللجوء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

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

برامج التصميم الرسومي- **المدفوعة**	برامج التصميم الرسومي- **مجانية**
ادوبى فوتوشوب Adobe Photoshop	جينيليلي Genially
ادوبي ان ديز اين InDesign	جمب GIMP
گوريل درو CorelDraw	حر افيت ديز اينر Gravit Designer
أدوبي اليستريتور Adobe Illustrator	فوتوسكيب Photoscape
أفينتي ديز اينر Affinity Designer	فكتور Vectr
اكسترا ديز اينر بروX Xara Designer Pro X	انكسكيب Inkscape

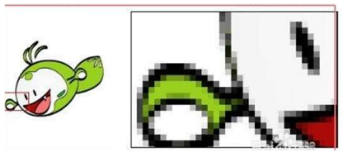
الاختلاف بين الرسومات المتجهة والرسومات النقطية

الرسومات المتجهة Vector-Based Graphics



- تحافظ على جودتها مع التكبير أو التصغير
- تعد أكثر مرونة ويمكن تغيير حجمها بسهولة دون فقدان جودتها.
- تعبأ عادة بلون واحد أو بتدرج لوني.
- حجم الملفات للرسومات ذات الأبعاد الكبيرة صغير
- يمكن تحويلها بسهولة إلى رسومات نقطية.
- انواع امتدادات الرسومات المتجهة الشائعة: cdr ai .pdf .eps .svg

الرسومات النقطية Raster-Based Graphics



- تعد أفضل طريقة لإنشاء صورة غنية و مفصلة.
- لا يمكن تغيير الحجم بشكل يحافظ على جودتها.
- تعد أفضل من حيث إمكانية تحرير و إنشاء الصور بتأثيراتها المختلفة ومزج الألوان بسلاسة.
- حجم الملفات التي تحتوي على رسومات نقطية كبير نسبيا.
- وفقا لتعقيد الصورة، فإن عملية التحويل إلى رسومات متجهة تستغرق وقتا
- الصور النقطية هي أكثر تنسيقات الصور شيوعا، و من امتداداتها الشائعة: bmp tif png gif jpg sd

✓ ✗

1	الشكل (Shape)منطقة محددة ثلاثية الأبعاد يتم إنشاؤها بخطوط، ويمكن أن يكون الشكل هندسيا أو مجرد	✗
2	اللون (Color) له ثلاث خصائص أساسية وهي: الصبغة و القيمة والتشبع	✓
3	تشير بنية التصميم إلى نوعية السطح الملموسة	✓
4	تصميم تجربة المستخدم تحسين تجربته مع التركيز على هيكلية ومنطقية عناصر التصميم وتفاعل المستخدمين معها	✓

أهمية وجود الشعار في الإعلان

الشعار Logo هو علامة رسومية أو رمز يستخدم للمساعدة في التعريف والترويج لهوية الشركة وتميزها، وقد يكون التصميم مجردا أو قد يتضمن اسم الشركة أو علامتها المميزة.

إذا أردت أن تبدأ نشاطا تجاريا جديدا فإن نوع الشعار الذي تختاره سيؤثر على الإعلان عن منتجاتك، كما سيؤثر على كيفية تلقي العملاء لعلامتك التجارية، يعد اختيار نوع الشعار أحد الخطوات الأولى لإنشاء شعار ناجح لعملاك،
وهناك أربعة أنواع أساسية من تصميمات الشعارات، ويعتمد اختيار نوع الشعار المناسب لعملك على الجمهور المستهدف ونوع المنتج والمنافسة وغيرها.

أنواع الشعارات

الشعار النصي 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، ويتشكل من الحروف الأولى من اسم العلامة التجارية، ولذلك يعد مناسبا للمؤسسات التي لديها أسماء طويلة أو أسماء صعبة النطق	
الشعار التصويري Image Logo	يتكون من صورة متجهة تعمل كشعار للعلامة التجارية، ويعد جيدا للشركات التي تستهدف العائلات أو الأطفال، كما يعد لون الصورة ونمطها مهمين للغاية لذا يجب أن يكونا ملفتين للنظر.	
الشعار المدمج Combination Logo	هو شعار يجمع بين النص والصور، ومن السهل تذكره ولكنه بشكل عام أكثر تعقيدا ويتطلب مصمما محترفا لإنشائه، كما يعد مناسبا للأعمال التجارية الجديدة.	العلامة التجارية

من المهم جدا أن تستخدم الشركة أو المؤسسة أو المنظمة شعارا تم تصميمه بشكل احترافي لأنه يستخدم للتعريف بهوية الشركة، حيث يلعب الشعار دورا حاسما كحلقة الوصل بين الشركة وعملائها؛ فهو يدعم رمزية الشركة للمستهلك وذلك بشكل بصري.

تصميم الشعار Logo

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

في الجزء العملي

- إنشاء مستند جديد
- إدراج صورة
- إدراج نص
- تصدير الشعار كصورة

مهرجان التمور

✓ ✘

1	الشعار الحروف هو شعار يحتوي على النص فقط	✘
2	شعار النصي هو شعار يعتمد على فن صياغة الحروف	✘
3	الشعار المدمج يتكون من صورة متجهة تعمل كشعار للعلامة التجارية	✘
4	الشعار التصويري هو شعار يجمع بين النص والصور	✘

الدرس الثاني : تصميم ملصق إعلاني

تستخدم الملصقات الإعلانية Advertising Posters بشكل أساسي في المعارض، وتنبع أهميتها باعتبارها وسيلة إعلانية تبرز الأعمال الخاصة في المعارض والمؤتمرات

ويعد خيار استخدام الملصقات الإعلانية إضافة جيدة يمكن استخدامها في الإشارة إلى ما تسوق له الشركة وذلك ضمن حملاتها الإعلانية وإستراتيجياتها التسويقية.

تصنف الملصقات الإعلانية إلى أنواع مختلفة حسب الغرض المرجو من الإعلان، فمنها الملصقات الترويجية التي تستخدم 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 "".svgملف رسومات نصي يوضح الصور مع النص والأشكال المتجهة والرسومات النقطية المضمنة.

يمكن أيضًا فتحه باستخدام متصفح المو اقع الإلكترونية مثل: مايكروسوفت إيدج Microsoft Edge .

في الجزء العملي 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 .
- إدراج صورة
- إدراج عنصر
- تحويل العناصر إلى مسارات لتحويل العنصر إلى مسار:
- منحنيات بيزير Bezier Curves لإنشاء منحنيات بيزير
- نسخ ولصق العنصر
- إضافة عنوان الملصق لتطبيق تأثير التظليل في العنوان - إضافة بيانات للملصق
- تصدير الملصق كصورة



الدرس الثالث : الإعلانات المتحركة

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

تصميم الإعلانات 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، ومتوسط Medium، وكبير Large، وكبير 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.

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.

في الجزء العملي

لتكرار الطبقة:

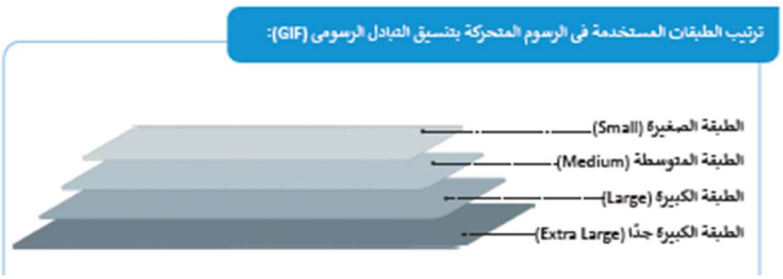
لتغيير حجم الصورة:

للحصول على الأربع صور من الطبقات:

لفتح صور الشعار كطبقات في برنامج جمب:

لإنشاء الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي) :)GIF

لتصدير الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي)



الوحدة الثانية: التسويق الإلكتروني

الدرس الأول: مفهوم التسويق الإلكتروني

التسويق الإلكتروني

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
- التسويق الشبكي
- التسويق الرقمي

مميزات التسويق الإلكترونية

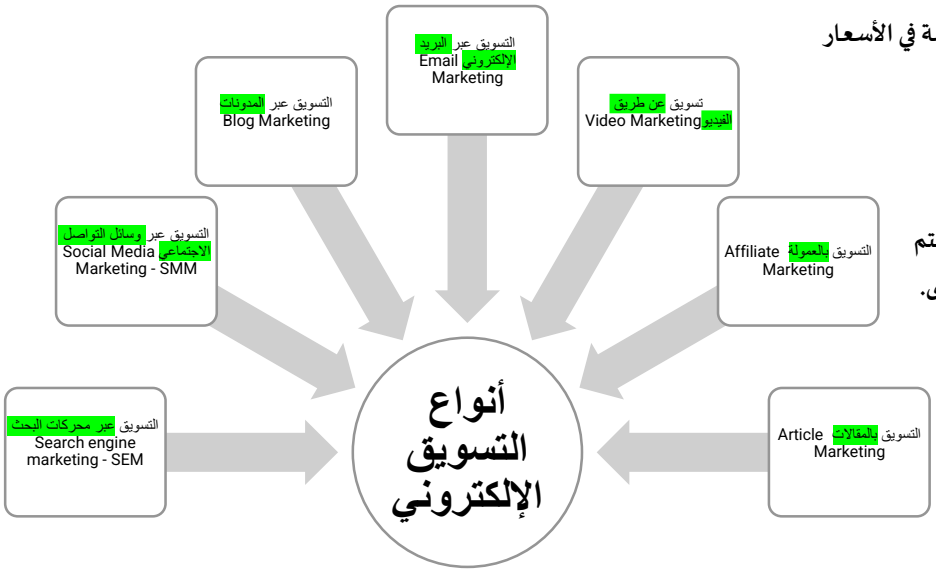
- عائد الاستثمار أفضل بكثير من التسويق التقليدي بسبب زيادة إيرادات المبيعات.
- تقليل تكلفة التسويق حيث يتم ذلك عبر الإنترنت. ويعتمد هذا الانخفاض في التكاليف إلى إلغاء النفقات المتعلقة بالسفر والطباعة، علاوة على ذلك، يشمل التسويق التقليدي الإعلان عن طريق التلفزيون والصحف وما إلى ذلك، مما يتطلب المزيد 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

تحديات التسويق الإلكترونية

- يعتمد التسويق الإلكتروني بشكل كامل على التكنولوجيا والإنترنت. يمكن أن يؤدي انقطاع الاتصال الطفيف إلى تعريض عملك 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

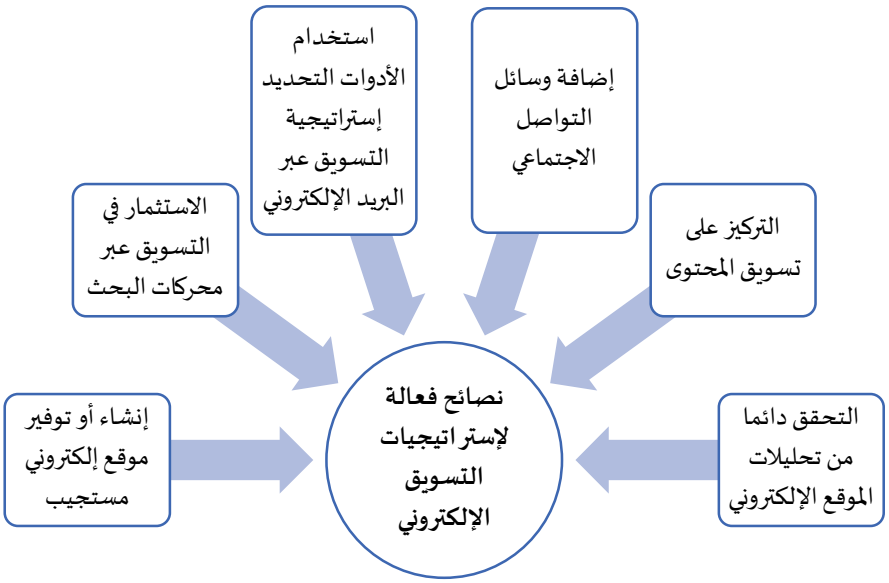
أنواع التسويق الإلكتروني

- لا يقتصر الأمر على التسويق عبر المواقع الإلكترونية فحسب بل يشمل التسويق الذي يتم عبر البريد الإلكتروني والوسائط الرقمية الأخرى. وتوجد عدة طرق يمكن للشركات من خلالها استخدام الإنترنت للتسويق الإلكتروني من هذه الطرق:



نصائح فعالة لإستراتيجيات التسويق الإلكتروني

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



التواجد على الشبكة العنكبوتية Web Presence

التواجد على الشبكة العنكبوتية هو التمثيل الرقمي الشركة أو العلامة تجارية، ويتكون من نصوص وصوروومقاطع فيديو ومقاطع صوتية توضح هوية العلامة التجارية.
وعادة ما يكون ذلك على المو اقع الإلكترونية أووسائل التواصل الاجتماعي، أو المنتديات، أو المدونات.

أهم تواجد على الشبكة العنكبوتية هو التواجد على الموقع الإلكتروني المستخدم في الأعمال التجارية.
حيث يساعد الموقع الإلكتروني المصمم جيدا على نجاح الأعمال التجارية وصناعتها، ويوفر تجربة سهلة الاستخدام للعملاء المحتملين، كما يجب كتابة الموقع الإلكتروني بطريقة تمكن الأشخاص من العثورعليه عن طريق محركات البحث بسهولة.

ويقاس التواجد على الشبكة العنكبوتية بدرجة ظهور الموقع الإلكتروني على محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي من خلال عدد الز ائرين، وتصنيفات الكلمات الرئيسة، ومدى الوصول على وسائل التواصل الاجتماعي.

تستخدم غالبية مو اقع التسوق الإلكترونية نظام إدارة المحتوى Content Management System - CMS وهو تطبيق رقمي لإدارة و إنشاء وتنسيق وتحرير ونشر المحتوى على الإنترنت.

الوورد بريس WordPressهو احد أنظمة إدارة المحتوى CMS مفتوحة المصدر، ويمكن مالكي المتاجر من إنشاء موقع إلكتروني وتحريره ونشره ثم تحويله إلى متجر غير الإنترنت.

✓ ✗

1	التسويق الإلكتروني هو عملية تسويق منتج أو خدمة باستخدام أشكال مختلفة عبر الوسائط الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت	✓
2	ومن الأسماء الأخرى للتسويق الإلكتروني / التسويق عبر الإنترنت و التسويق الشبكي والتسويق الرقمي	✓
3	عائد الاستثمار في التسويق الإلكتروني أفضل بكثير من التسويق التقليدي بسبب زيادة إيرادات المبيعات.	✓
4	في التسويق الإلكتروني تزداد المشكلات المتعلقة بقضايا الأمن والخصوصية كسرقة البيانات والاحتيال الإلكتروني.	✓
5	التواجد على الشبكة العنكبوتية هو التمثيل الرقمي الشركة أو العلامة تجارية،	✓
6	أهم تواجد على الشبكة العنكبوتية هو التواجد على الموقع الإلكتروني المستخدم في الأعمال التجارية.	✓

أنواع المحتوى لزيادة حركة المرور والمشاركة

- منشورات المدونة

يعد تشغيل مدونة تجارية أحد أكثر أشكال حملات تسويق المحتوى شيوعا 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 PDFالقابلة للتزيل

تعد ملفات PDFمحتوى مجاني قابل للمشاركة بشكل كبير، وتستخدم على نطاق واسع لترسيخ مكانة المنشأة في الصناعة، كما يفضل استخدامها في الصناعات عالية الخطورة والأكثر احترافا.

- مخططات المعلومات الرسومية

مخططات المعلومات الرسومية في عروض رسومية عالية الوضوح خاصة بالبيانات. تحتاج إلى إضافة الصور مع وصف في بالكلمات المفتاحية؛ لأنه من الشائع نشرها على منصات التواصل الاجتماعي المرئية مثل بنترست Pinterest أو إنستغرام Instagram

- الرسائل الإخبارية

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

يفضل وجود المدونات الصوتية حسب الطلب، وأصبح الاستماع إليها أمرا شائعا عند الحديث عن منتجات أو خدمات المنشأة، وتتجاوز قيمة المدونات الصوتية مجرد إعطاء القراء طريقة أخرى للتفاعل مع العلامة التجارية، لأن نظام مقابلات المدونات الصوتية تتيح الفرصة للالتقاء والتفاعل مع أفضل المتخصصين في نفس المجال.

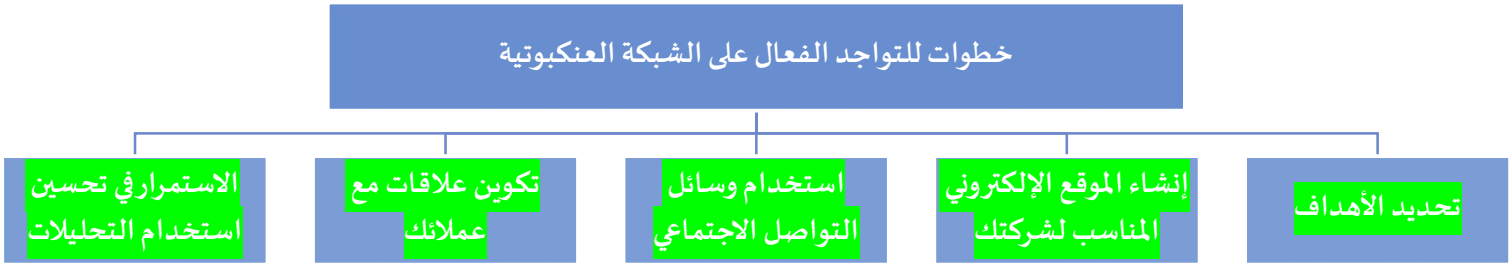
- منصبات التواصل الاجتماعي

يعد 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 شيوعا التي يجب مراعاتها نستغرام وتويتر Twitter

- قنوات اليوتيوب

قنوات اليوتيوب من الطرق الشائعة للترويج لمنتج أو خدمة معينة، ويعد التسويق عبرها إستراتيجية تساعد الشركات على زيادة حركة المرور وزيادة قاعدة عملائها والوصول إلى جمهور جديد



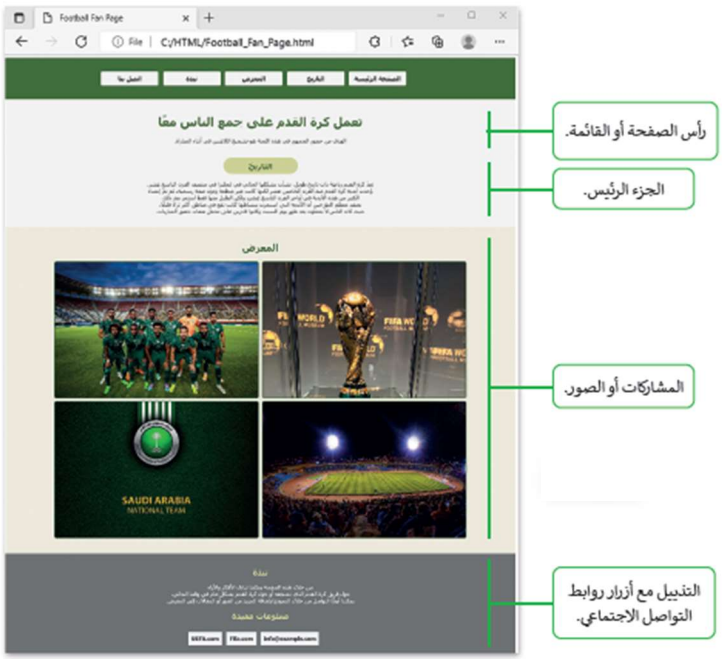


تحليلات جوجل: هي أداة لتحليل البيانات يمكنك استخدامها الضبع وتحليل أداء الموقع الإلكتروني الخاص بكه وهي منصة متاحة لأي شخص لديه حساب جوجل -(Googleوليد العمل باستخدام هذه الأداة استخدم الرابط: https://analytics.google.com

زيادة التواجد على الشبكة العنكبوتية

التواجد على الشبكة العنكبوتية هو عامل حاسم في عالم التسويق، وتتمثل إحدى طرق زيادة التواجد على الشبكة العنكبوتية في استخدام المو اقع 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 رو ابط 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 المستخدم User Experience الإجمالية

طرق الترويج لموقع إلكتروني

يعتمد الترويج لموقع الكتروني على تحسين محركات البحث لجذب المزيد من الزوار من خلال نتائج محركات البحث

يمكن تحسين الموقع الخاص بالنشاط التجاري باستخدام تحسين محركات البحث بإتباع بعض النصائح، من أمثلة ذلك:

النظر في كيفية بحث العملاء عن المنتجات أو الخدمات المعينة، واستخدام الكلمات الرئيسة على الموقع الإلكتروني، و تحديث محتوى الموقع الإلكتروني بانتظام

زيادة التواجد عبر وسائل التواصل الاجتماعي

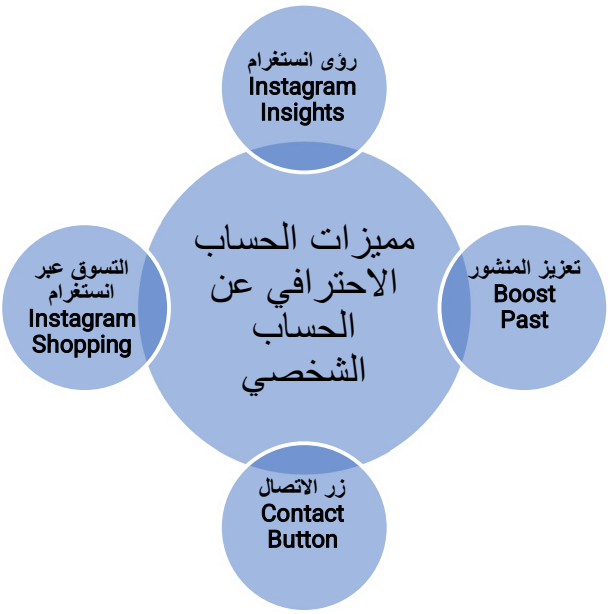
تعد وسائل التواصل الاجتماعي أداة قوية للتسويق الإلكتروني؛ لأنها تسهل على الشركات مشاركة الأفكار والمعلومات من خلال الشبكات والمجتمعات الافتراضية

إنستغرام Instagram

هو تطبيق للتواصل الاجتماعي تم تصميمه لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو من أجهزة الحاسب والهو اتف الذكية والايباد، وعلى غرار تويتر فإن كل شخص ينهى حساب إنستغرام يمتلك ملفا شخصيا وتغذية أخبار News Feed داخل التطبيق

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 جهانك مشاركاتك، حيث تكون المشاركات الحديثة في الأعلى بينما يمكن مشاهدة المشاركات الأقدم أثناء التمرير الأسفل، وبالمثل، مشترى مشاركات المستخدمين الأتعرين الذين تختار متابعتهم.

مميزات الحساب الاحترافي عن الحساب الشخصي



- رؤى انستغرام

توفر الحسابات الاحتر افية تحليلات حول أداء مشاركاتك مع الجمهور

- تعزيز المنشور

يمكنك تعزيز منشورات الأعمال باستخدام إعلانات إنستغرام Instagram ads لتحديد الجمهور المستهدف، ويقوم انستغرام بعد ذلك بالترويج لمنشورك ويعرض نتائج الوصول إلى إعلانات في علامة تبويب الرؤى Insights

- زر الاتصال

يمكنك إضافة معلومات الاتصال الخاصة بك إلى ملف تعريف إنستغرام الخاص بك ويمكن للعملاء الحاليين والمحتملين زيارة ملف التعريف الخاص بك واستخدام هذا الزر للوصول إليك

- التسوق عبر انستغرام

يمكن لمستخدمي إنستغرام الذين لديهم حسابات احتر افية استخدام إمكانات المتاجر عبر الإنترنت والمنشورات القابلة للتسوق في إنستغرام، وهذا يجعلها مثالية لمو اقع التجارة الإلكترونية وتجار التجزئة.

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 Viral Marketing

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

تعتمد طريقة التسويق هذه على إستر اتيجية 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، و إثارة 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 الهو اتف الذكية

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

آلية عمل حملات التسويق واسعة الانتشار:

1. يقوم المؤثر بإنشاء مقطع فيديو أو أي نوع آخر من المحتوى يجذب المجموعة المستهدفة.
2. يشارك المؤثر ذلك المحتوى على الإنترنت و يروج له.
3. يقوم متابعيه بإعادة نشره أو مشاركته على منصات التواصل الاجتماعي.
4. كلما زاد عدد المشاركات وإعادة النشر، زاد المحتوي انتشارا.

يوجد نوعان من إستراتيجيات النشر الخاصة بمقاطع الفيديو الترويجية لمنتج أو العلامة تجارية معينة وهما

الإستراتيجية الظاهرة	الإستراتيجية المخفية.

- الإستراتيجية الظاهرة

يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد إعلانات أو محتوى العلامة تجارية.

مثال: عندما تعلن العلامة التجارية للمياه المعدنية عن منتجاتها من خلال التأكيد على جودة وتكوين المياه المعدنية ومدى فائدتها للصحة.

- الإستراتيجية المخفية

لا يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد إعلانات أو محتوى العلامة تجارية ،حيث يتم إخفاء مشاركة العلامة التجارية ولا يتم الكشف عنها إلا لاحقا.

مثال: عندما تعلن العلامة التجارية للمياه المعدنية عن منتجاتها من خلال عرض لاعب كرة قدم يشرب الماء بعد مجهود وعناء التدريب، عندما تطبق 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

المواطنة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي

هناك التزامات قانونية يجب مراعاتها في عملية التسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية. وبشكل أكثر تحديدا

حددت وزارة التجارة ضوابط إلزامية ونشرتها على موقعها الإلكتروني الرسمي تنظم آليات الإعلانات التجارية الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي يجب أن تكون متوافقة مع قواعد التجارة الإلكترونية

وتنص هذه الضوابط على أن يقدم المعلن المواد الإعلانية، ويذكر اسم المنتج والخدمة المعلن عنها واسم موفر الخدمة.

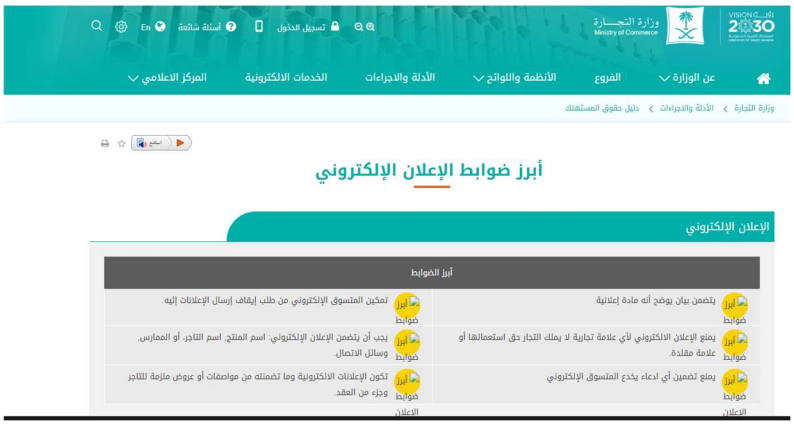
وتتحقق هذه الفحوصات أيضا من أن الإعلان لا يقدم ادعاءات كاذبة أو مظللة للمستهلك

ولا يعلن عن أي منتج أو علامة تجارية مقلدة.

يمكنك زيارة:

https://mc.gov.sa/ar/guides/CustomerGuide/Pages/E-commerce-04.aspx

للتعرف على الالتزامات القانونية للتسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية

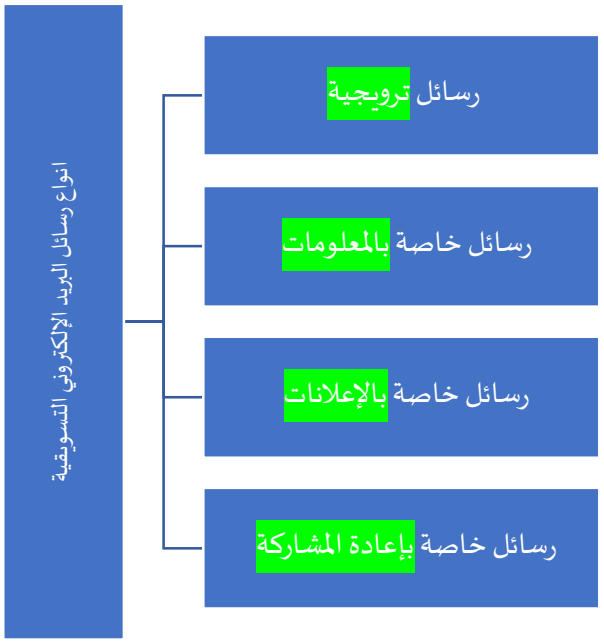


الدرس الثاني: التسويق عبر البريد الإلكتروني

التسويق عبر البريد الإلكتروني

هي وسيلة تسويق مباشرة تتيح للشركات مشاركة المنتجات الجديدة، والمبيعات، والتحديثات مع العملاء من خلال قائمة جهات الاتصال الخاصة بها.

انواع رسائل البريد الإلكتروني التسويقية



رسائل ترويجية

تستخدم للترويج لعروض خاصة وإصدارات المنتجات الجديدة وما إلى ذلك. ويمكن أن تتكون من 3 رسائل وتصل إلى 10، وترسل على مدار عدة أيام أو أسابيع.

رسائل خاصة بالمعلومات

تعرف أيضا بالرسائل الإخبارية وتشارك الأخبار المتعلقة بالأعمال، وترسل على فترات منتظمة (كل أسبوع أو كل أسبوعين أو كل شهر)، وتساعد في الحفاظ على التواصل مع المشتركين في البريد الإلكتروني

رسائل خاصة بالإعلانات

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

تساعد في إعادة الاتصال بالعملاء أو المشتركين الذين لم يكونوا نشطين مؤخرا، 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 مناسبا لهم، مما يمنحهم الشعور بمدى أهميتهم بالنسبة للشركة.

وبشكل عام يستخدم العملاء بريدهم الإلكتروني بشكل متكرر، مما يمكنك 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.

كيفية اختيار منصة التسويق عبر البريد الإلكتروني

توجد العديد من منصات التسويق عبر البريد الإلكتروني مثل:

سيند ان بلو Sendinblue	وميل تشيمب Mailchimp	كونستانت كونتاكت Constant Contact
كونفرت كيت Convertkit	ميل جيت Mailjet	ميلر لايت Mailerlite
هبسيوت 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 أسعاررخيصة مثل: منصتي ميل تشيعب وكونستانت كنتاكت لتكون نقطة البداية.

- أنواع وسائل 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 مبتدئا تماما في عملية التصميم، فإن محرر البريد الإلكتروني بالسحب والإفلات Drag-and-Drop Email Editorهو الخيار الأنسب لك، وكذلك قوالب البريد الإلكتروني Email Templates ستكون مفيدة جدا أيضا. ومن ناحية أخرى إذا كنت تفضل برمجة الرسائل من البداية، فيمكنك استخدام محررلغة ترميز النص التشعبي HTML

- رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بالمعاملات

إذا كان من المتوقع أن ترسل رسائل بريد إلكتروني خاصة بالمعاملات عن الأعمال التجارية، فهناك خيارات وهما: إدارة رسائل البريد الإلكتروني استخدام خدمة منفصلة، واختيارإنشاء جميع رسائل البريد الإلكتروني باستخدام أداة مثل منصة سيند إن بلوSendinblue

كيفية تصميم بريد إلكتروني تسويقي

لا يجب أن يكون تصميم البريد الإلكتروني صعبا أو تقنيا للغاية، فمن خلال استخدام محررالسحب والإفلات، يمكنك إنشاء حملات تسويقية احتر افية ومذهلة بسهولة، ولا توجد حاجة للتركيزعلى إنشاء رسائل بريد الكتروني رائعة ومتقنة، ولكن الأهم من ذلك هو التركيزعلى إنشاء بريد إلكتروني يمثل العلامة التجارية، وقد يعني هذا في كثيرمن الأحيان إبقائها بسيطة، ويمكنك دائما تحسين التصميم لاحقا مع تطورمهاراتك.

إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني

ستستخدم منصة ميل تشيمب Mailchimp من أجل إنشاء حساب خاص بك وذلك لاستخدامه في التسويق عبرالبريد الإلكتروني.

إنشاء حساب ابدأ بإنشاء حساب على منصة ميل تشيب

في الجزء العملي

- التسجيل في منصة ميل تشيمب Mailchimp
- اعدادات الحساب الخاص بك
- إضافة جهات الاتصال – تحميل جهات الاتصال من ملف
- تنظيم جهات الاتصال

الدرس الثالث: حملة التسويق عبرالبريد الإلكتروني

إنشاء حملة تسويقية

بعد أن أنشأت حسابا على منصة ميل تشيمب Mailchimp، يمكنك الآن البدء في إنشاء حملة تسويقية عبرالبريد الإلكتروني. وبشكل أكثرتحديدا، ستنشئ قالبا لبريدك الإلكتروني خاصا بالإعلان Announcement Email عن مهرجان التمور، من أجل إعلام جهات الاتصال الخاصة بك عن الحدث وكذلك الوقت والتاريخ الذي سيقام فيه.

اختيارقالب البريد الإلكتروني

إذا كنت تريد إرسال بريد إلكتروني لدعوة جهات الاتصال الخاصة بك لحضورالحدث، عليك اختيارقالبا مناسبا لهذا الحدث.

في الجزء العملي

- اختبارقالب البريد الإلكتروني
- ادراج الشعار
- ادراج ملصق إعلاني
- إدراج نص
- تنسيق القالب
- المعاينة البريد الإلكتروني
- إرسال البريد الإلكتروني
- حفظ قالب البريد الإلكتروني



تعلمت سابقا كيفية استخدام CSS

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>
```

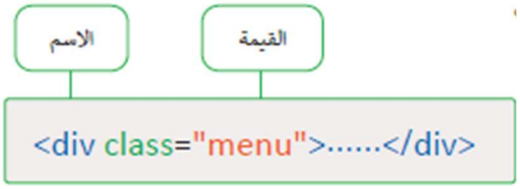
صفحات الأنماط الداخلية (Internal style sheets)

```
<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>
```

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 الكود التالي لون الخلفية فقط في قسم menu class.

.css

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

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

الدرس الأول: التصميم المستجيب للمو اقع الإلكترونية

المواقع الإلكتروني المستجيب Responsive Website

هو أحد أساليب التصميم والتطوير التي يستجيب فيها الموقع لسلوك المستخدم و خصائص الجهاز الذي يستخدمه في تصفح هذا الموقع وذلك وفق متغيرات عديدة مثل: حجم الشاشة و نظام التشغيل، و اتجاه الشاشة، وذلك باستخدام مخططات وصور مرنة في الموقع بهدف تحسين تجربة المستخدم

مزايا الموقع الإلكتروني المستجيب

	أ		ب
1	سهولة التحديث		إن تكلفة إنشاء موقع إلكتروني لمستخدمي أجهزة الحاسب وتطبيقاته، أو موقع خاص لحاملي الهو اتف الذكية يعد مكلفاء ولهذا يمكن توفير المال من خلال إنشاء الموقع الإلكتروني المستجيب بحيث يناسب جميع المستخدمين.
2	تحسين تجربة المستخدم		يسهل على مدير الموقع تحديث موقع واحد فقط، مما يوفر الكثير من الوقت والجهد.
3	توفير المال		يوفر تجربة تصفح سهلة وممتعة لجميع الخدمات والمنتجات على الموقع، مما يعني أن يقضي المستخدم المزيد من الوقت أثناء زيارته للموقع.

التصميم المستجيب

عند تصميم الصفحات الإلكترونية المستجيبة، فإنك تستخدم إحداثيات XوY على شبكة تخطيطية ويمكنك أيضا استخدام النسب المكونة للصورة بدلا من متغيرات العرض الثابتة.

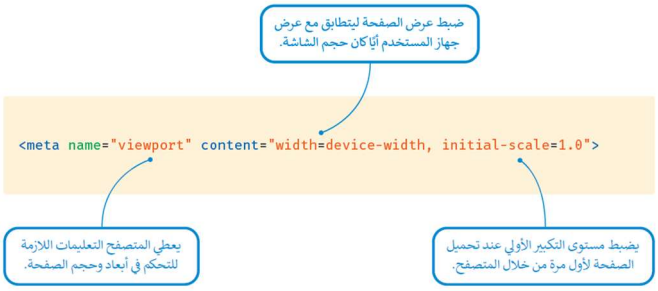
تمنحك هذه الإعدادات تخطيطا مرنا للصفحة يمكن تغيير حجمها ليناسب حجم جهاز العرض

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

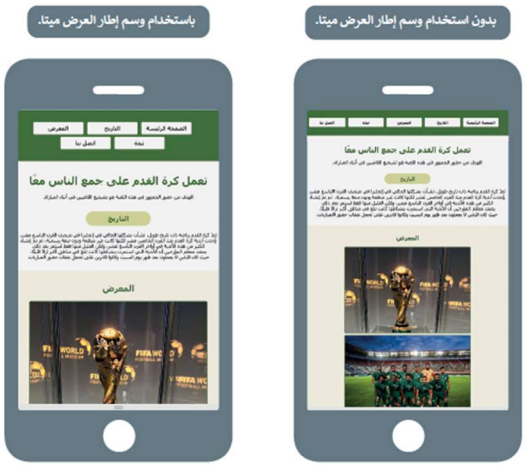
إطار العرض Viewport

إن إطار العرض هو المنطقة المرئية للمستخدم 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 لضبط وفقا لعرض الجهاز
- في حين أن مستوى التكبير Zoom Level للصفحة التي يتم تحميلها أولا بواسطة المتصفح هو 100%.



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



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.

محاكاة الأجهزة في مايكروسوفت إيدج (Microsoft Edge)

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.

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).

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.

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

استعلام الوسائط (Media Query)

استعلام الوسائط 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.

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

استعلام الوسائط في ملف CSS خارجي

يمكنك أيضا إضافة استعلام الوسائط في ملف CSS خارجي الذي يُصمم الصفحة الإلكترونية في نهاية ملف.CSS.

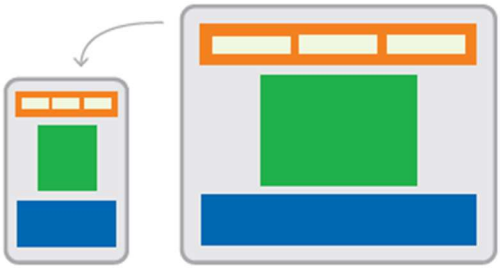
.css

```
@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.



تنسيق الصور



حان الوقت لجعل البوم الصور الخاص بك يتغير طبقا 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 سيضاف استعلاما وسائط في ملف CSS

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

أضف استعلامات الوسائط التي ستؤثر على أبعاد الصور، مثلاً: 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;
```

تنسيق قسم القائمة(Menu)

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

```
}
.menu li {
   display: inline-block;
   text-align: center;
}
.menu li a {
   display: inline-block;
   height: auto;
```

توضع عناصر القائمة أفقيًا في سطر واحد.

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:

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;
   }
}
```

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

الدرس الثاني: الموقع الإلكتروني التفاعلي

يقبل الموقع الإلكتروني التفاعلي مدخلات المستخدم ويمكنه تغيير محتواه وفقا لذلك، تستخدم المو اقع الإلكترونية التفاعلية جافاسكريبت لتطويرها، وإضافة عناصر تفاعلية تجذب المستخدمين. بينما تستخدم لغات HTMLو CSSلإعطاء بنية ونمط للصفحات الإلكترونية.

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

- عرض التاريخ والوقت.
- التحقق من صحة مدخلات المستخدم.
- عرض النو افذ المنبثقة ومربعات الحوار
- القو ائم المنسدلة الديناميكية ، إلخ.

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

لغة جافا سكريبت JavaScript

جافا سكريبت (JS) هي لغة برمجة عالية المستوى تستخدم لجمل صفحات لغة ترميز النص التشعبي HTML أكثر ديناميكية وتفاعلية، والتي لا يمكن إجراؤها باستخدام برمجة HTMLالمادية وصفحات التنسيق النمطية CSS

باستخدام لغة جافا سكريبت يمكنك:

- تعديل محتوى الصفحة التي تم إنشاؤها باستخدام .HTML
- تغيير خصائص المقطع البرمجي HTMLالمستخدم في الصفحة الإلكترونية.
- تغيير المقطع البرمجي CSSالمستخدم 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 الطرق المختلفة التي يمكنك استخدامها لعرض المخرج باستخدام لغة جافا سكريبت منها:

- استخدام دالة الكتابة في مستند (( ) document.write)في المقطع البرمجي HTMLالخاص 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 المعرف في مستند (() document.getElementById)، حيث تحدد هذه الدالة العنصر النصي من خلال المعرف وتغييره إلى عنصر آخر.

دالة الكتابة في مستند (( ) document.write)

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

```
document.write("الرسالة");
```

مثال :

```
    <script>
      document.write("ولكن هذا النص تم إنشاؤه باستخدام لغة جافا سكريبت.")
    </script>
  </body>
</html>
```

النص الذي سيعرض على الشاشة.

صفحتي الإلكترونية

النص المعروض تم إنشاؤه باستخدام لغة ترميز النص التشعبي.
ولكن هذا النص تم إنشاؤه باستخدام لغة جافا سكريبت.

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");
```

```
    <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.



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".

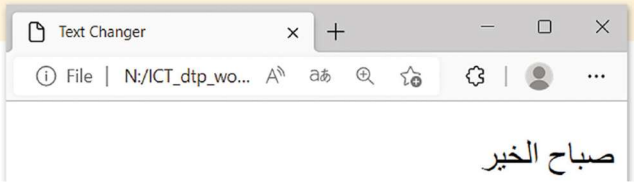
```
document.GetElementById(text element id)
```

```
  </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.



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>
```

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 برنامجًا 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 متغير 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 تحية (greeting) يخزن رسالة الترحيب التي تتغير حسب الساعة.

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>.

قائمة همبرغر (Hamburger)



قائمة همبرغر 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.

```
<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.

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>.

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

الزر عند الضغط (on click) يُفعل الدالة.

.html

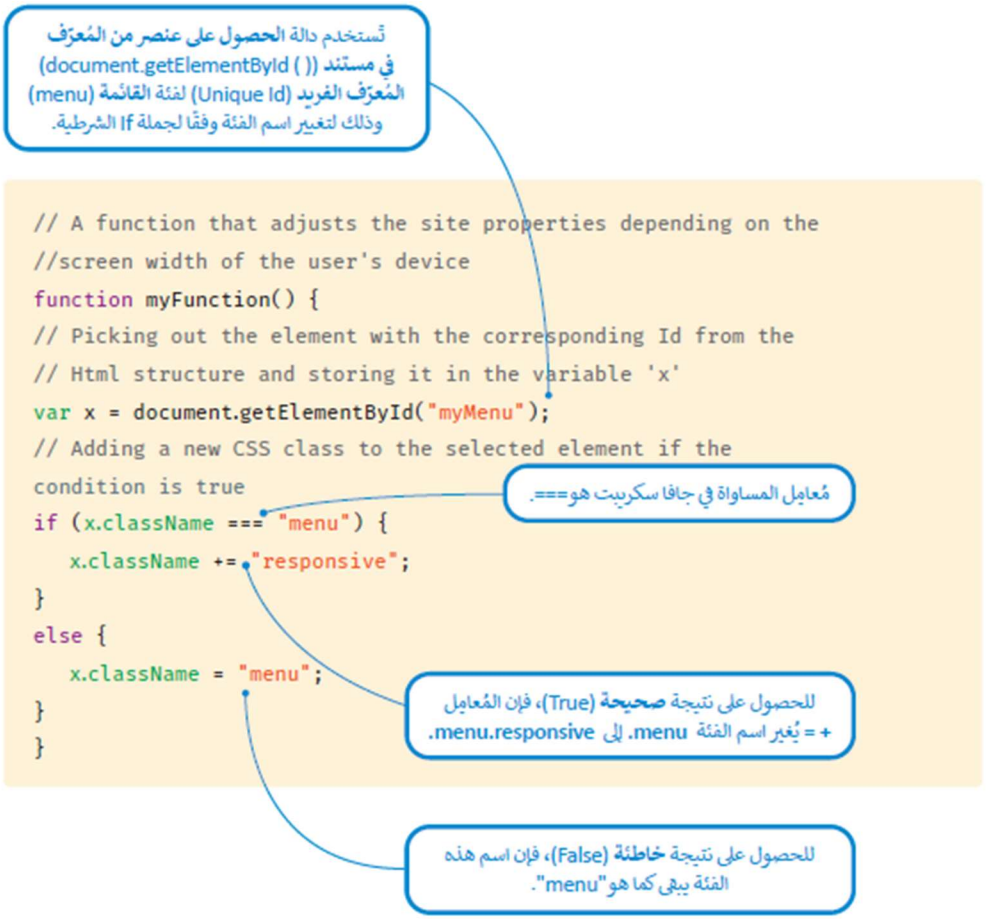
```
<body>
<div class="menu" id="myMenu">
    <div>
      <button class="icon" onclick="myFunction()">
        <i class="fa fa-bars"></i>
        <script src="function myFunction().js"></script>
    </div>
```

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

إنشاء مقطع برمجي جافا سكريبت

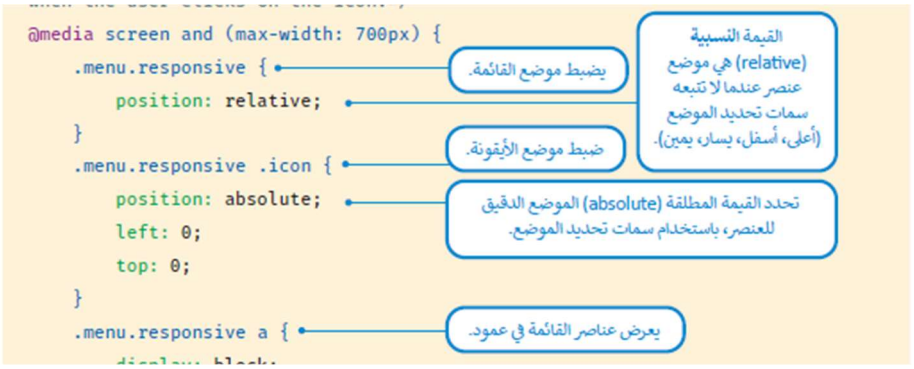
أنت الآن بصدد إنشاء ملف جافا سكريبت الذي يجعل القائمة تُبدل بين إضافة وإزالة فئة الاستجابة.(responsive) يتيح برنامج جافا سكريبت عرض الأيقونة عندما يكون عرض الشاشة صغيرًا نسبيا. في هذا المثال، عندما يكون العرض أقل من 700 بكسل، فإن عناصر القائمة تختفي وتظهر الأيقونة. عندما يضغط المستخدم على الأيقونة، يتم 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.



لكي يعمل الموقع الإلكتروني بشكل صحيح ويستجيب لشاشات الأجهزة المختلفة

يجب عليك إضافة المقطع البرمجي التالي إلى ملف CSSالخارجي ثم حفظ الملف.



تحسين محركات البحثSearch Engine Optimization-SEO

يقصد بمصطلح تحسين محركات البحث 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 وعادة ما تأتي بنتائج جيدة لزيادة معدل الحركة على الموقع .(Website Traffic ونظرا الأن تقنيات تحسين محركات البحث تتغير باستمرار، فإليك بعضا 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 المستخدم ووقتا أطول لتحميلها. إن الصور التي تستغرق وقتا طويلًا لتحميلها تؤثر بشكل سلبي على تصنيف الموقع.
- تشغيل أدوات تتبع معدل الحركة على الموقع حيث يُعد التتبع مصطلحًا مهما للغاية في تحسين محركات البحث لتتبع نتائج المو اقع غير المدفوعة، ويخبرك بمدى التقدم في جذب المزيد من الزائرين للموقع.

كيفية عمل محركات البحث؟

تعمل محركات البحث من خلال ثلاث وظائف أساسية:

1. الزحف(Crawling)

الزحف هو عملية الاكتشاف التي ترسل فيها محركات البحث فريقا 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.

فمثلا، يبدأ جوجل بوت (bot) Google 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

2. الفهرسة(Indexing)

الفهرسة هي عملية تخزين وتنظيم المحتوى الموجود أثناء عملية الزحف

الفهرس هو قاعدة بيانات ضخمة لعناوين URL المكتشفة، والتي سيتم استردادها لاحقا عندما يبحث المستخدم عن معلومات.

بمجرد إدراج الصفحة في الفهرس سيتم عرضها كنتيجة للاستعلامات ذات الصلة.

3. 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.

عرض صفحة إلكترونية

العرض هو العملية التي يجب أن يمر بها الهاتف أو الحاسب أو الجهاز اللوحي أو متصفح جهاز آخر من أجل جلب صفحة إلكترونية للمستخدم.
يمكن أن تستغرق عملية العرض وقتا 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 أن العميل جهاز المستخدم الذي يقوم بالبحث يعرض محتوى الصفحة الإلكترونية. بدلا من تجميع الصفحة على الخادم ثم إرسالها إلى متصفحك يتم إرسال الصفحة إلى المستعرض الخاص بك مفككة، تاركا المتصفح يعمل على تحميل وجمع كل المحتوى.
هذا يعني أنه يتم استرداد البيانات من الخادم، ومعالجتها في المتصفح لعرضها على المستخدم.

- ### العرض من جانب الخادم الخيار المفضل لكبار المسؤولين الاقتصاديين لتحسين محركات البحث

العرض من جانب الخادم هو في الأساس الأسلوب الذي يتم فيه عرض الصفحة بأكملها بواسطة الخادم.
سيطلب العميل المعلومات من الخادم، وسيسلم الخادم الصفحة المحملة بالكامل إلى العميل.

مزايا وعيوب الطريقتين

بعد العرض من جانب الخادم مفيدا لكبار المسؤولين الاقتصاديين؛ 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.

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

الدرس الثالث: الرسائل الإخبارية الرقمية

الهدف من الرسائل الإخبارية الرقمية هو إعلام الجمهور من خلال رسالة بريد إلكتروني تعرض داخل عميل البريد الإلكتروني الخاص بهم

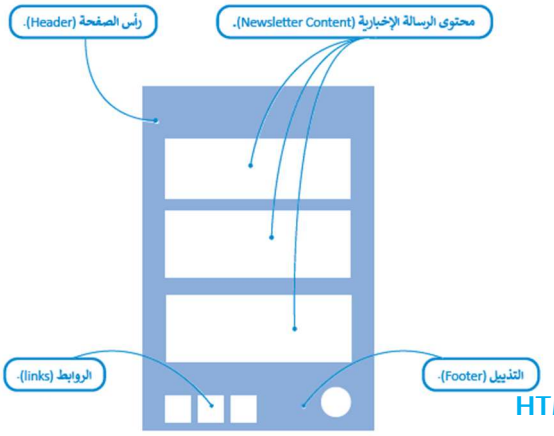
ويقصد بعميل البريد الإلكتروني: برنامج الحاسب الذي يستخدمه الجمهور لقراءة رسائل البريد الإلكتروني وإرسالها وما إلى ذلك.

وهذا يعني أن هناك قيودا تتعلق بحجم وتنسيق وشكل التخطيط والتصميم في الرسالة الإخبارية، وإذا لم تراع فلن تكون الرسالة التي تريد إرسالها فعالة.

هنا يمكنك رؤية قالب الرسالة الإخبارية العامة

الأجزاء الرئيسة هي:

- رأس الصفحة (حيث يجب أن يكون المحتوى مرتبطا بمرسل البريد الإلكتروني).
- محتوى الرسالة الإخبارية (العنوان، النص، الصورة).
- التذييل (الذي يحتوي عادة على رو ابط).



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

جدول HTML

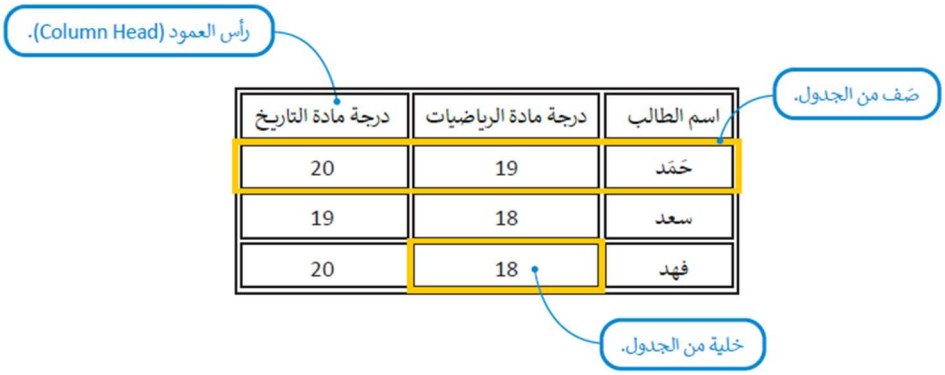
يتكون الجدول من صفوف وأعمدة، ويمكنك استخدامه في ملف HTML لعرض البيانات بشكل جدولي (Tabular) مثل جدول البيانات.

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.



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



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

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

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

أنشئ الآن جدول درجات الطلبة في HTML.

```
<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>خَمَد</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>
```

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.





إنشاء الرسائل الإخبارية الرقمية

لقد تعلمت كيفية إنشاء الجداول في HTML ، ويمكنك 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.

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.

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

تشغل الصورة 95% من عرض الخلية في النمط المضمّن.

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

نمط الجدول

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

ملف CSS الخارجي للرسالة الإخبارية

```
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>

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;
```

يضيف شريط التمرير (Scroll Bar) عند الحاجة.

ألوان الخطوط.

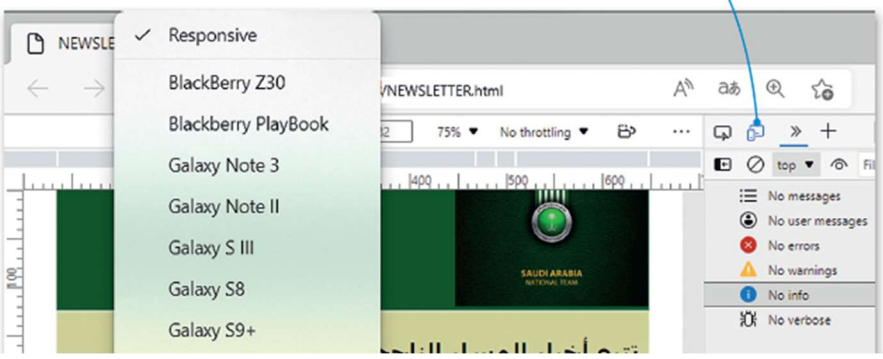
ستكون الرسالة الإخبارية التي أنشأتها كما في النموذج التالي:



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.

اضغط لفتح جهاز المحاكاة (Device Emulation).

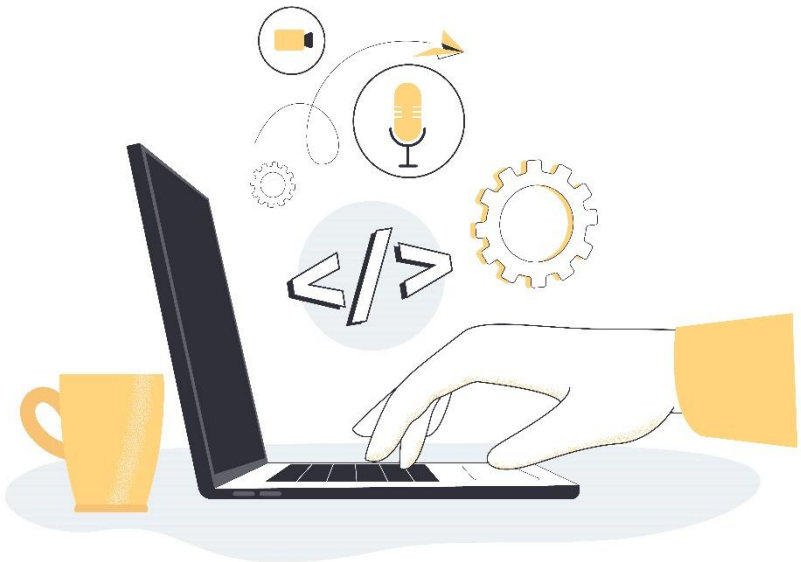


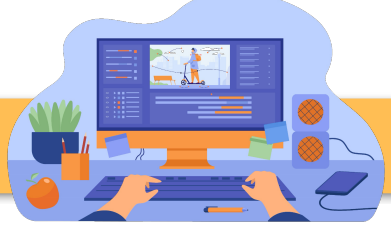
أوراق عمل
تقنية رقمية ٢ـ ٢

الاسم :.... نسخة محلولة .....

الصف :.....

معلمة المادة : أ. آمنة الرشيدي





الدرس الأول : التصميم الرسومي Grapic Design

أكتبي المصطلح المناسب أمام العبارة المناسبة

- .... : هو عملية جذب العملاء المحتملين أو العملاء المهتمين بمنتج أو خدمة معينة .
- .... : نوع من أنواع التواصل أحادي الاتجاه بين الشخص الذي يرسل المعلومات ويطلق عليه المرسل , والشخص الذي يستقبل المعلومات ويطلق عليه المستلم أو المستهلك.
- .... : هو استخدام مجموعة عناصر كالصور والرسومات والنصوص ودمجها لتوصيل المعلومات أو الأفكار بطريقة بصرية مؤثرة وقد يكون التصميم رقمياً أو غير رقمي
- .... : هو علامة رسومية أو رمز يُستخدم للمساعدة في التعريف أو الترويج لهوية الشركة وتميزها .

وسائل الإعلان



١- .....
تتضمن هذه الوسائل المجلات والصحف والمنشورات الورقية وكذلك الكتيبات واللوحات الإعلانية واللافتات المنشورة



٢- .....
من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية و رسائل البريد الالكتروني وإعلانات الشبكات



٣- .....
من خلال الرسائل القصيرة والتطبيقات ومجموعات الدردشات على وسائل التواصل الاجتماعي

مواصفات الإعلان الفعّال

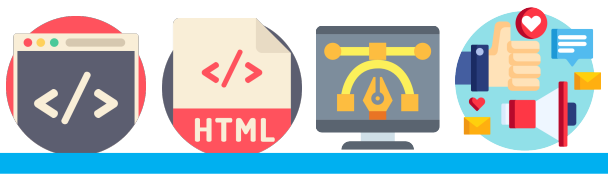
من أهم مكونات أي إعلان إن فضل في جذب انتباه الجمهور , فقد الإعلان قيمته .	إحدى الطرق الجيدة لجذب انتباه المتلقى هي أن يُطلب منه القيام بعمل ما	كاستخدام الاعتماد الرسمي أو التصديقات الرسمية المناسبة أو الاستعانة بتقييمات وآراء أفراد أو	كيف لهذا المنتج أو الخدمة أن تكون مفيدة في حياتي اليومية ؟	كتضمين طرق الاتصال بالشركة للحصول على المزيد من المعلومات .

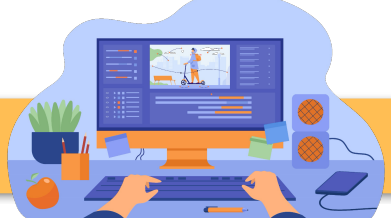
أنواع التصميم الرسومي

	يُستخدم في التسويق للعلامة التجارية وتعزيز قيمها من خلال استخدام الصور والأشكال والألوان التي تبرز نشاط
	يُستخدم للترويج لمنتج أو لخدمة كاللوحات الاعلانية والكتيبات وقوالب التسويق عبر البريد الالكتروني وتسويق
	يشير هذا المفهوم بشكل تقليدي إلى عملية التصميم من أجل الطباعة , كالكتب ولصحف والنشرات الإخبارية .
	تتطلب المنتجات المعدة للبيع أشكالا عديدة من التغليف والتعبئة والعناصر المرئية الأخرى كملصقات المغلفات .
	تشمل هذه التصميمات ألعاب الفيديو والرسوم المتحركة والتطبيقات وصور GIF ومتطلبات المواقع الإلكترونية
	يجمع بين مجموعة متنوعة من عناصر التصميم وذلك بهدف إنشاء صفحة إلكترونية سهلة الاستخدام وممتعة في

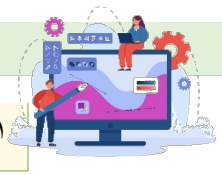
عناصر التصميم الرسومي







الدرس الأول : التصميم الرسومي Grapic Design



أشكال التصميم الرسومي



١- ..... يركز على كيفية عمل الأشياء والعناصر معاً وكيف يتفاعل

٢- ..... تركز على الشكل والتخطيط الخاص بالعناصر .

برامج التصميم الرسومي

برامج التصميم المدفوعة						
برامج التصميم						

أنواع الشعارات

١- العلامة التجارية	٢-	٣-	٤- العلامة التجارية

اختاري الإجابة الصحيحة فيما يلي :

اختيار عنوان جيد للإعلان الفعال يجب :

• أن يشجع المتلقي على الرد على الرسالة	• تضمينه في إعلاناتك مما يسمح لعملائك باستكشاف الشركة والحصول على المزيد من التفاصيل حول منتجاتها	• أن يثير الفضول ويدعو لاستكشاف المزيد من المعلومات بخصوص المنتج أو الخدمة .

تصميم تغليف المنتج :

• يستخدم 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

التباين كمبدأ في التصميم الرسومي

• يؤكد على جوانب معينة من التصميم الرسومي لتسليط الضوء على الاختلافات بين عناصر التصميم	يقوم بمحاذاة جميع عناصر التصميم إلى الأعلى أو الأسفل أو المنتصف وذلك لإنشاء اتصال مرئي بين العناصر	• يحقق التوازن البصري بين الأشكال والخطوط والعناصر الأخرى بطريقة تماثلية أو غير تماثلية

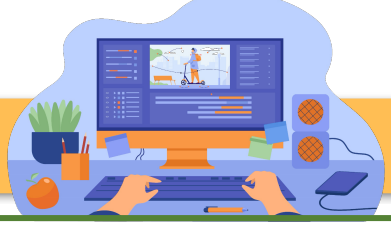
أحد امتدادات الرسومات المتجهة الشائعة

• Ai	• Jpg	• Gif	• png

حدد الجملة الصحيحة والجملة الخطأ فيما يلي :	صحيحة	خاطئة
• يعد التصميم الرسومي ابتكارا احترافيا للتسويق	○	○
• باستخدام أدوات التصميم الرسومي , يمكن إنشاء شعارات فقط .	○	○
• التسويق هو عملية تطوير المنتجات والإعلانات , من أجل جذب العملاء المحتملين .	○	○
• يعد الإعلان اتصال ثنائي الاتجاه بين المرسل والعميل ويتم التعبير عنه فقط بالوسائل الرقمية	○	○
• الهدف من الإعلان هو إقناع المستهلكين المحتملين بشراء منتج معين .	○	○
• أدى التطور في عملية التصميم على مدار العقود الماضية إلى وجود عملية معقدة تشمل الدمج بين التقنيات التقليدية والرقمية .	○	○
• يستخدم الشعار بشكل أساسي في المعارض , وتتبع أهميته باعتباره وسيلة إعلانية تبرز الأعمال الخاصة في المعارض والمؤتمرات.	○	○
• تحافظ الرسومات النقطية على جودتها مع التكبير أو التصغير	○	○







الدرس الثاني : تصميم ملصق إعلاني Design a poster

- ❖ تستخدم الملصقات الإعلانية بشكل أساسي في المعارض , وتنبع أهميتها باعتبارها وسيلة إعلانية تبرز الأعمال الخاصة في المعارض والمؤتمرات .
- ❖ تصنف الملصقات الإعلانية إلى أنواع مختلفة حسب الغرض المرجو من الإعلان فمنها:
  - ..... التي تستخدم لتسويق منتجات أو خدمات .
  - الدعاية والإعلان والتي تختلف وما شابهها



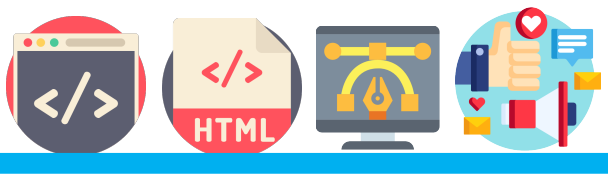
- امتداد ملفات إنكسكيب هو .....
- يعتبر ".svg" ملف رسومات نصي يوضح الصور مع النص والأشكال المتجهة والرسومات النقطيه

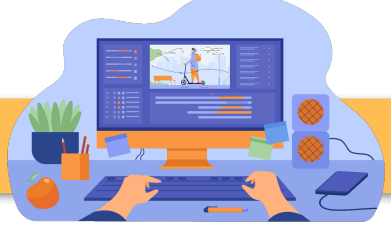
التدريب العملي

المطلوب تصميم ملصق إعلاني باستخدام مبادئ التصميم الرسومي بغرض الترويج لمهرجان التمور الذي سيقام في المملكة العربية السعودية

المطلوب	الخطوات	أتقن	لم يتقن
• إعداد حجم الملصق المطلوب (A4)		○	○
• إدراج صورة كخلفية للملصق		○	○
• إدراج عنصر لتحسين مظهر الصفحة		○	○
• تحويل العنصر إلى مسار		○	○
• إضافة صورة التمور		○	○
• إنشاء خطوط منحنية بلون أبيض من خلال استخدام منحنيات بيزير		○	○
• تكرار الخطوط المنحنية		○	○
• إدراج عنوان الملصق (مهرجان التمور) وتنسيقه		○	○
• إضافة بيانات الملصق تاريخ المهرجان		○	○
• تصدير الملصق كصورة		○	○







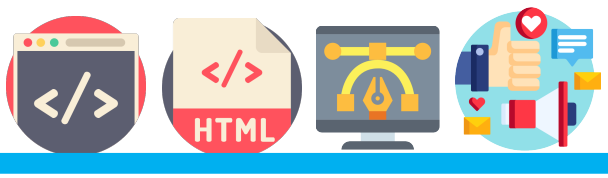
- ..... عبارة عن إعلان يتم إيصاله من خلال خادم إعلانات عبر الشبكة العنكبوتية العالمية ويحتوي على مجموعة من الصور المتحركة



التدريب العملي

المطلوب إنشاء إعلان متحرك باستخدام برنامج GIMP

المطلوب	الخطوات	أتقن	لم يتقن
• إنشاء أربع طبقات في إنكسكيب تكون فيها صورة التمور بحجم صغير و متوسط وكبير وكبير جداً		○	○
• تغيير حجم الصور في الطبقات الأربع		○	○
• تصدير صور الشعار الأربع من برنامج انكسكيب		○	○
• في برنامج GIMP		○	○
• إدراج صور الشعار الأربع كطبقات		○	○
• أنشئي الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي GIF		○	○
• تصدير الرسوم المتحركة بتنسيق GIF		○	○







التسويق الإلكتروني E-Marketing :

.....

.....

مميزات التسويق الإلكتروني	تحديات التسويق الإلكتروني

أنواع التسويق الإلكتروني

تقوم فيه الشركات بكتابة ونشر مقالات قصيرة في لصحف والمجلات الالكترونية	
يتم استخدام المدونات في الإعلان عن المتجر أو المنتج أو الخدمة المطلوب	
يقوم على فكرة إرسال العملاء إلى المتجر الإلكتروني من خلال أفراد أو شركات تتقاضى عمولة	
من خلال إرسال رسالة تجارية عادة إلى مجموعة من الأشخاص باستخدام البريد	
هو استخدام منصات التواصل الاجتماعي للترويج لمنتج أو خدمة أو علامة	
هو استخدام مقاطع الفيديو للترويج لمنتج أو خدمة وتسويقها وذلك لزيادة التفاعل على القنوات	
يتضمن الترويج للمواقع الإلكترونية عن طريق زيادة ظهورها في محركات البحث وجذب حركة	

نصائح فعالة لاستراتيجيات التسويق الإلكتروني

.....

.....

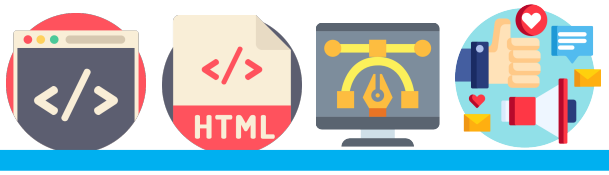
.....

.....

.....

.....







التواجد على الشبكة العنكبوتية

.....

.....

أنواع المحتوى لزيادة حركة المرور والمشاركة

خطوات التواجد الفعال على الشبكة العنكبوتية

1 2 3 4 5

زيادة التواجد عبر وسائل التواصل الاجتماعي

تعد وسائل التواصل الاجتماعي أداة قوية للتسويق الإلكتروني ؛ لأنها

.....

أكثر وسائل التواصل الاجتماعي شيوعاً :

إنستغرام Instgram مميزات الحساب الاحترافي عن الحساب الشخصي

التسويق واسع الانتشار

يطلق هذا المصطلح على .....

.....

استيراتيجيات النشر الخاصة بمقاطع الفيديو الترويجية لمنتج أو لعلامة تجارية معينة

يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد إعلانات أو محتوى لعلامة تجارية	لا يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد إعلانات لأو محتوى لعلامة تجارية ولا يتم الكشف عنها







أكتب المصطلح المناسب أمام كل عبارة مما يلي

١- ..... : عملية تسويق منتج أو خدمة باستخدام أشكال مختلفة عبر الوسائط الإلكترونية

٢- ..... : هو نموذج للإعلان الرقمي حيث يدفع المُعلن رسوماً في كل مرة يتم فيها الضغط على أحد إعلاناته .

٣- ..... : تطبيق رقمي لإدارة وإنشاء وتنسيق وتحرير ونشر المحتوى على الإنترنت .

٤- ..... : أداة لتحليل البيانات يمكنك استخدامها لتتبع وتحليل أداء الموقع الإلكتروني الخاص بك وهي منصة متاحة لأي شخص لديه حساب جوجل.

حدد الجملة الصحيحة والجملة الخطأ فيما يلي :	صحيحة	خاطئة
• التسويق الإلكتروني هو عملية تسويق مُنتج باستخدام الإنترنت عبر الوسائط الإلكترونية	○	○
• يتضمن التواجد على المواقع الإلكتروني تطبيق قواعد للمسؤولين الاقتصاديين من أجل جعل الموقع أكثر سهولة للعملاء	○	○
• يُساعد التواجد على الشبكة العنكبوتية الشركات و المؤسسات للتأكد من أن موقعها يحتل مرتبة عالية في محركات البحث	○	○
• لا يجب على الشركات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأن بعض المعلومات الحساسة يُمكن سرقتها	○	○
• يُتيح فيسبوك وانستغرام للمُستخدمين اتصالاً إلكترونياً لعرض المحتوى كالمعلومات الشخصية والمستندات والفيديو والصور	○	○
• في الاستراتيجية المخفية يُدرك المشاهد منذ البداية أنه يُشاهد إعلانات أو محتوى لعلامة تجارية لكنه لا يستطيع فهمها	○	○
• تتّبع معظم الشركات سياسة لقواعد السلوك لموظفيها الالتزام بها وينطبق الأمر على وسائل التواصل الاجتماعي كذلك	○	○
• يستخدم بعض المؤثرين منصة انستغرام للتمكّن من إقناع الآخرين بحكم مصداقيتها و الثقة الممنوحة لهم	○	○
• هناك التزامات قانونية يجب مراعاتها في عملية التسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية	○	○
• التسويق الإلكتروني من خلال تطبيق انستغرام مناسب جداً للشركات الصغيرة و لكنه غير مناسب للشركات الكبيرة	○	○
• يعد المحتوى وسهولة الاستخدام والشكل الجمالي ووضوح الرؤية والتفاعل , العناصر الخمس الأساسية لتصميم الموقع الإلكتروني ويسهم كل منها بطريقته الخاصة في تجربة المستخدم الاجمالية .	○	○

اختر الإجابة الصحيحة فيما يلي :

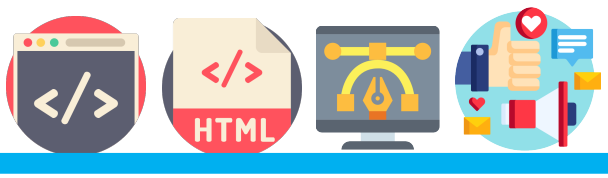
١. أداة تسويق محتوى ممتازة لتقوية العلاقات مع العملاء يتم من خلالها اطلاعهم على منتجات الشركة والخدمات التي تُقدمها :

• قنوات اليوتيوب	• الرسائل الإخبارية	• المدونات الصوتية	• مخططات المعلومات الرسومية

٢- عروض رسومية عالية الوضوح خاصة بالبيانات ، من الشائع نشرها على منصات التواصل الاجتماعي مثل بنترست و انستغرام :

• قنوات اليوتيوب	• الرسائل الإخبارية	• المدونات الصوتية	• مخططات المعلومات الرسومية







الدرس الثاني : التسويق عبر البريد الإلكتروني



التسويق عبر البريد الإلكتروني Email Marketing :

.....

.....

أنواع رسائل البريد الإلكتروني التسويقية

1	2	3	4
تستخدم للترويج لعروض خاصة وإصدارات المنتجات الجديدة وترسل على مدار عدة أعمال	تشارك الأخبار المتعلقة بالأعمال وترسل على فترات منتظمة وتساعد على التواصل مع	هي الطريقة الأفضل لإبلاغ العملاء بإعلانات الشركة وإطلاق المنتجات الجديدة	تساعد في إعادة الاتصال بالعملاء أو المشتركين الذين لم يكونوا نشيطين مؤخراً

مميزات التسويق عبر البريد الإلكتروني



1.
2.
3.
4.

توجد العديد من منصات التسويق عبر البريد الإلكتروني مثل :



.....

.....

.....

.....

محددات اختيار منصة التسويق المناسبة :

إذا كانت محدودة للغالية فعليك استخدام منصات تقدم أسعاراً رخيصة مثل ..... و..... لتكون نقطة البداية

تمنح أنواع رسائل البريد الالكتروني التي تخطط لإرسالها وتكرارها فكرة عن حجم البريد الإلكتروني المطلوب

إذا كنت مبتدئا تماما في عملية التصميم فإن ..... و كذلك .....ستكون مفيدة جداً

إذا كان من المتوقع أن ترسل بريد إلكتروني خاصة بالمعاملات فهناك خيارات وهما:

- .....
- .....





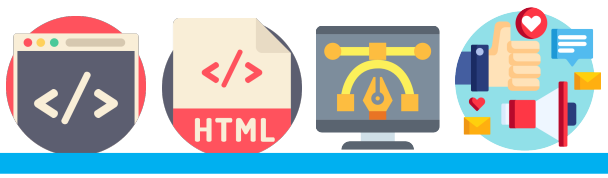


إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني

سنستخدم منصة ميل تشيمب (MailChimp) من أجل إنشاء حساب خاص بك
وذلك لاستخدامه في التسويق عبر البريد الالكتروني

الخطوات	اتقنت	لم تتقن
• التسجيل في منصة ميل تشمب ١- في متصفح Microsoft Edge نكتب mailchimp.com ٢- الضغط على sign Up ٣- نكتب البريد الالكتروني الخاص لك ٤- كتابة اسم المستخدم و كلمة المرور ٥- حدد الخيار الخاص بعد تلقي رسائل بريد الكتروني من منصة mail chimp ٦- الضغط على تسجيل Sign Up ٧- الدخول إلى الايميل لتفعيل الحساب	○	○
• إعدادات الحساب الخاص بك : ١- اختيار الخطة المجانية ٢- ادخال بياناتك: الاسم الأول واسم العائلة ٣- في مربع اسم النشاط التجاري Business name أكتب اسم النشاط التجاري ٤- تحديد الغرض نم استخدام منصة التسويق عبر البريد الالكتروني عن طريق تحديد الخيار build a website to market my business or sell stuff ٥- حدد عدد المشتركين في البريد الإلكتروني عن طريق تحديد الخيار None yet , Im just getting started ٦- حدد نوع الرسائل التي ستتلقاها من منصة ميل تشمب E-commerce Newsletter ٧- عند الانتهاء تختار Lets Go	○	○
• إضافة جهات الاتصال : ١- من الصفحة الرئيسة ⇦ Audience الجمهور ٢- من Add contacts اختر import contacts ٣- اختر upload a File ثم اضغط على continue نحدد الملف ثم open ٤- اضغط على continue to Organize متابعة للتنظيم	○	○







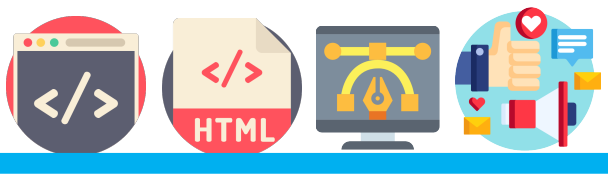
إنشاء حملة تسويقية

قبل البدء بالحملة التسويقية عليك تجهيز التالي:

- صورة من شعار الحملة.
- صورة الملصق الإعلاني للحملة
- نص دعوة الحملة

الخطوات	اتقنت	لم تتقن
• اختيار قالب البريد الالكتروني ١- في منصة Mailchimp نختار Create(إنشاء) ٢- نضغط على Email (بريد إلكتروني) ومنها Template(قالب) ٣- Get Started (بدء الاستخدام) ٤- سيظهر القالب تلقائياً في canvas(منطقة التصميم)	○	○
• إدراج شعار وملصق إعلاني : ١- لإدراج الشعار من الجزء العلوي في النموذج وبالتحديد كتلة Logo في علامة تبويب Image ⇦ Replace نحدد الصورة ثم نختار Open سيتم إضافة الشعار ثم نختار Save & Close ٢- لإدراج الملصق من كتلة الصور من القالب في علامة تبويب Image Group ⇦ Replace نحدد الصورة ثم نختار Open سيتم إضافة الملصق ثم نختار Save & Close	○	○
• إدراج نص : ١- من كتلة النص من القالب في علامة تبويب text ومن فئة Content حدد النص الحالي ⇦ نكتب نص الدعوة ⇦ ننسق النص ⇦ نختار Save & Close	○	○
• تنسيق القالب ١- حذف العناصر الغير ضرورية في القوالب الجاهزة عن طريق تحديدها بالضغط عليها ثم نضغط على delet	○	○
• لمعاينة البريد الالكتروني ١- من الصفحة الرئيسة للقالب اضغط على Preview and Test ⇦ Enter Preview Mode	○	○
• لإرسال البريد الالكتروني كاختبار ١- من الصفحة الرئيسة للقالب اضغط على Preview and Test ⇦ Send a test email ٢- أدخل البريد الالكتروني للمُستلم ٣- اضغط على Send test	○	○
• لحفظ قالب البريد الالكتروني ١- من الصفحة الرئيسة للقالب اضغط على Save and Exit ⇦ نكتب اسم القالب ⇦ save	○	○

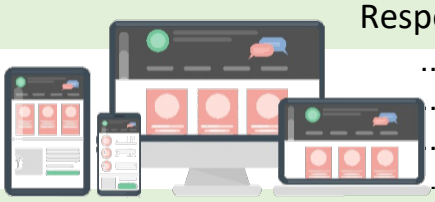






الدرس الأول : التصميم المستجيب للمواقع الإلكترونية

الموقع الإلكتروني المستجيب Responsive Website



.....

.....

.....

.....

مزايا الموقع الإلكتروني المستجيب

❶

❷

❸

التصميم المستجيب

لإنشاء مخطط ديناميكي أو مستجيب عليك إضافة ..... مع ..... في وسم <Meta> داخل مقطع HTML.

إطار العرض Viewport

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

استعلام الوسائط (Media Query)

استعلام الوسائط هي خاصية في صفحات التنسيق النمطية CSS تستخدم فقط عند استيفاء شرط محدد ويمكن وضعها في :

<..... يجب وضع استعلام الوسائط داخل قسم الوسم <head>بين وسمي <style>في ملف <HTML>.

.....

.....

.....

.....

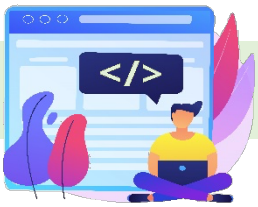
```
@media screen and (max-width : 800){
    img{
        width : 70%;
            height : auto;
    }
}
```

حدد الجملة الصحيحة والجملة الخاطئة فيما يلي :	صحيحة	خاطئة
• يتكيف الموقع الإلكتروني التقليدي مع المتصفحات المختلفة في الأجهزة الذكية بغض النظر عن حجم شاشة الجهاز	○	○
• عند تصميم الصفحات الإلكترونية المستجيبة يمكننا استخدام النسب المئوية للصورة بدلاً من متغيرات العرض الثابتة	○	○
• لتحقيق الاستجابة في تصميم الموقع الإلكتروني يُضبط العرض Widthفي الصفحة الإلكترونية المعروضة بنسبة 100%	○	○









أمامك مجموعة من المقاطع البرمجية ..ما نتيجة كل مقطع برمجي؟

.CSS

1

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

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

2

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

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

3

```
.menu li {
        display: inline-block;
            text-align: center;
        }
```

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

4

```
@media screen and (max-width : 900){
  .menu li {
            display: inline-block;
                text-align: center;
          }
}
```

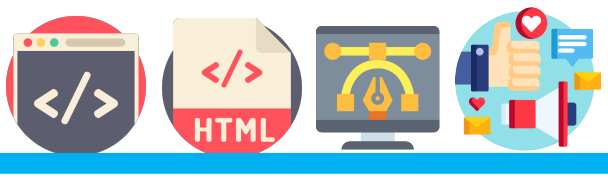
.....
.....
.....
.....
.....

5

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

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







الدرس الثاني : الموقع الالكتروني التفاعلي Interactive

هي لغة برمجة عالية المستوى تستخدم لجعل صفحات لغة ترميز النص التشعبي HTML أكثر ديناميكية وتفاعلية

باستخدام لغة جافا سكريبت يمكنك :

- .....
- .....
- .....

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

المقطع البرمجي في جافا سكريبت

يكتب المقطع البرمجي في جافا سكريبت بين الوسمين .....

يمكنك كتابة مقطع برمجي جافا سكريبت في :

- .....
- .....

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

ملف جافا سكريبت

هناك العديد من الطرق المختلفة التي يمكنك استخدامها لعرض المخرج باستخدام لغة جافا سكريبت منها :

❶ استخدام دالة الكتابة في

```
<script>
.....
</script>
```

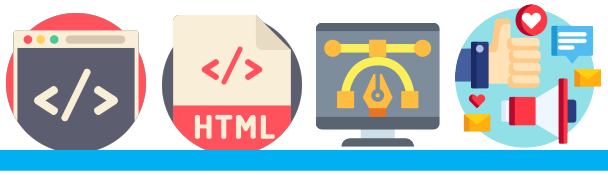
❷ استخدام دالة نافذة التنبيه

```
<script>
.....
</script>
```

❸ استخدام دالة الحصول على عنصر من المعرف في المستند

```
.....
<script>
.....
</script>
```







إنشاء زر باستخدام جافا سكريبت

يمكنك استخدام لغة HTML لإنشاء زر يمكن الضغط عليه , حيث يستخدم وسم ..... 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

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

تضاف الدالة هنا

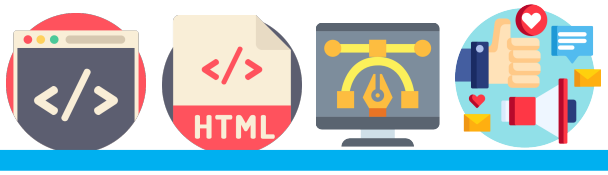
التدريب العملي

أضف مقطع برمجي لإنشاء زر عند الضغط عليه يتم تغيير الرسالة (مرحبا) إلى (صباح الخير)

```
<DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
    <meta charset="UTF-8"/>
    <title> My Page </title>
</head>
 <body>
        .....
        .....
        .....
        .....
        .....
        .....
        .....
        .....
        .....
        .....
        .....
 </body>
</html>
```









قائمة همبرغر Hamburger



قائمة همبرغر عبارة عن .....
.....

تحسين محركات البحث Search Engine Optimization -SEO



يقصد بتحسين محركات البحث
.....

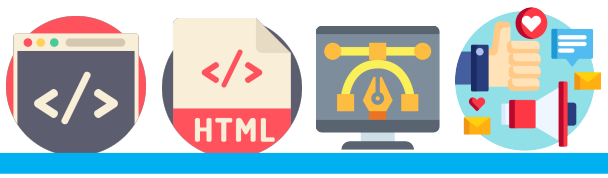
تقنيات تحسين محركات البحث	تعمل محركات البحث من خلال وظائف أساسية
<	< .....
<	< .....
<	< .....

عرض صفحة إلكترونية

العرض من جانب العميل Client Side Rendering- CSR	العرض من جانب الخادم Server Side Rendering- SSR
الخيار الأقل ملاءمة لتحسين محركات البحث ويقصد به أن جهاز المستخدم يعرض محتوى الصفحة الإلكترونية حيث يتم إرسال الصفحة مفككة إلى المستعرض , بحيث يقوم المتصفح بتحميل وجمع كل	الخيار المفضل لكبار المسؤولين الاقتصاديين لتحسين محركات البحث العرض من جانب الخادم SSR هو الأسلوب الذي يتم فيه عرض الصفحة بأكملها بواسطة الخادم

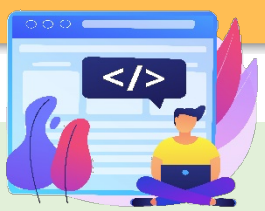
المزايـــا

العيـــوب









نفذ البرنامج التالي ثم أكتب ما يفعله

```
<!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(".14:00 سيتم تجهيز الفرق في المعمل كل يوم اثنين وأربعاء الساعة")
    }
    window.alert(" ستشارك مدرستنا في بطولة الروبوتات التعليمية التي تبدأ في الأول من نوفمبر.
    اضغط على موافق.")
  </script>
</body>
</html>
```

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

```
<body>
  <h1> احصل على معلومات حول التاريخ والوقت.</h1>

</body>
</html>
```

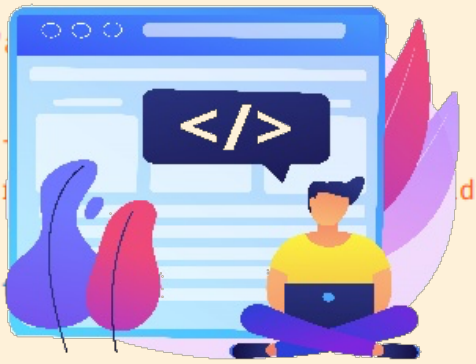




أضف مقطع برمجي جافا سكريبت إلى ملف HTML التالي وذلك لعرض مربع تنبيه لزائري الصفحة الإلكترونية بحيث يحتوي مربع التنبيه على الرسالة (انتبه ! معلومات الصفحة قديمة)

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

  </body>
</html>
```





اختر الإجابة الصحيحة

١- ما الوسم الصحيح في HTML الذي يمكنك من كتابة مقطع جافا سكريبت ؟

<javascript>	<scripted>	<script>	<js>

٢- ما الصيغة الصحيحة للرجوع إلى برنامج نصي (Script) خارجي باسم example.js

<script scr="example.js">	<script href="example.js">	<script ref="example.js">	<script name="example.js">

٣- أي من التالي يعد الصيغة الصحيحة لعرض جملة (هذا مثال) في مربع التنبيه باستخدام لغة برمجة جافا سكريبت

alretbox(" هذا مثال ");	msgbox(" هذا مثال ");	msg(" هذا مثال ");	window.alret(" هذا مثال ");

٤- ما الوسم الصحيح لإنشاء دالة في لغة جافا سكريبت باسم sayHello( )

Function=sayHello()	Function sayHello( )	Function:= sayHello( )	Function :sayHello( )

٥- كيف يمكن استدعاء الدالة sayHello( ) في لغة جافا سكريبت

Call sayHello( );	Call Function sayHello( );	sayHello( );	Function sayHello( );

٦- 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

٧- اختر الدالة الصحيحة في لغة جافا سكريبت لتغيير محتوى مقطع HTML التالي :

```
<p id="p1"> مرحباً بالعالم</p>
```

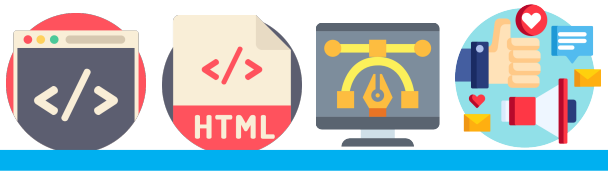
document.getElement("p2").innerHtml="صباح الخير";	document.getElementById(p1).innerHtml="صباح الخير";
document.getId("p1").innerHtml="صباح الخير";	document.getElementById("p1").innerHtml="صباح الخير";

8- ناتج تنفيذ مقطع برمجي جافا سكريبت التالي:

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

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







الهدف من الرسائل الإخبارية الرقمية : .....

لإنشاء رسالة إخبارية في HTML من الأفضل استخدام جدول HTML

جدول HTML

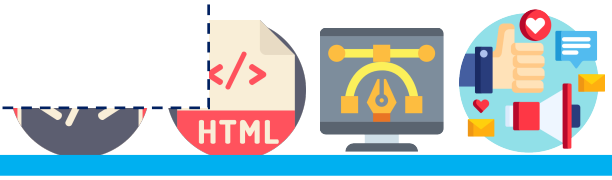
لتعريف جدول HTML نستخدم الوسمين :.....

لإنشاء الصف نستخدم ..... , ولإنشاء الخلية نستخدم .....

أنشيء جدول درجات الطلاب في HTML

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

```
<DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
    <meta charset="UTF-8"/>
    <title> My Page </title>
    <style>
      .....
    .....
    .....
    </style>
</head>
 <body>
      .....
      .....
      .....
      .....
      .....
      .....
      .....
      .....
      .....
      .....
      .....
 </body>
</html>
```





إنشاء الرسائل الإخبارية الرقمية

خطوات إنشاء الرسالة الإخبارية

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....

مستعينا بالكتاب صفحة 168 أنشئ الرسالة الإخبارية التالية



أكمل المقطع البرمجي الخاص بالصفحة الإلكترونية لقناة الرياضية بما يلي :

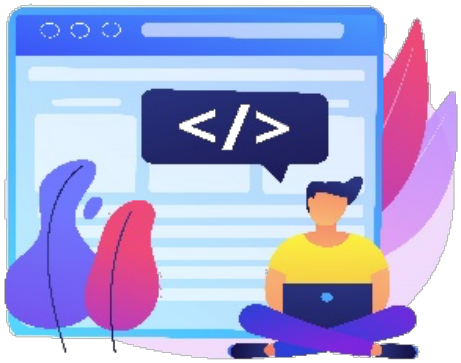
وسم <meta> لضبط عرض محتوى الصفحة الإلكترونية على عرض شاشة كل جهاز.

صفوف وبيانات الجدول من الساعة 15:00 إلى الساعة 23:00

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

```
<!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>
```

اختر الإجابة الصحيحة		
١. ما الوسم المستخدم في HTML لتعريف الجدول	<tb>	○
	<tl>	○
	<tab>	○
	<table>	○
٢. ما الوسم المستخدم في HTML لإنشاء صف في الجدول	<row>	○
	<table-row>	○
	<tablerow>	○
	<tr>	○
٣. حدد للجملة 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	○



بين أيديكم (21) مجموعة وقناة لخدمة معلمي/ات ومشرفي/ات الحاسب الآلي:

- 3 قنوات (المرحلة الإبتدائية)
- 3 قنوات (المرحلة المتوسطة)
- 3 قنوات (المرحلة الثانوية)
- 3 قنوات (مسار علوم الحاسب)
- قناتين (المجال الاختياري) و (مشروع التخرج)
- قناتين (الدورات والمسابقات)
- قناة للبرامج والبدائل التعليمية
- قناتين للرخصة (التربوي) و (الحاسب)
- قناتين تربوية

رابط المجموعات والقنوات:

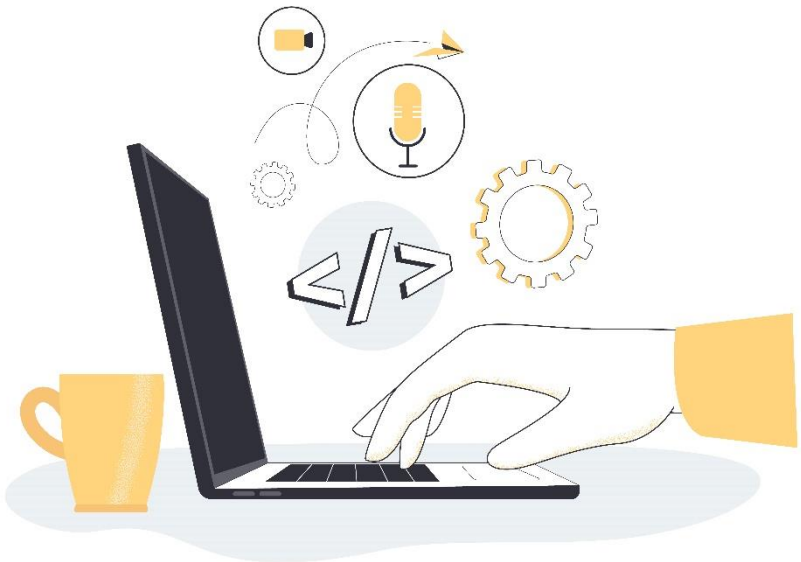
https://t.me/addlist/NU1AbXiY8Gs3Mjk0

أوراق عمل
تقنية رقمية ٢ـ ٢

الاسم :.... نسخة محلولة .....

الصف :.....

معلمة المادة : أ. آمنة الرشيدي





الدرس الأول : التصميم الرسومي Grapic Design

أكتبي المصطلح المناسب أمام العبارة المناسبة

- التسويق ..... : هو عملية جذب العملاء المحتملين أو العملاء المهتمين بمنتج أو خدمة معينة .
- الاعلان..... ..... : نوع من أنواع التواصل أحادي الاتجاه بين الشخص الذي يرسل المعلومات ويطلق عليه المرسل , والشخص الذي يستقبل المعلومات ويطلق عليه المستلم أو المستهلك.
- التصميم الرسومي .... : هو استخدام مجموعة عناصر كالصور والرسومات والنصوص ودمجها لتوصيل المعلومات أو الأفكار بطريقة بصرية مؤثرة وقد يكون التصميم رقمياً أو غير رقمي
- الشعار..... ..... : هو علامة رسومية أو رمز يُستخدم للمساعدة في التعريف أو الترويج لهوية الشركة وتميزها .

وسائل الإعلان



١ـ الوسائل المطبوعة

تتضمن هذه الوسائل المجلات والصحف والمنشورات الورقية وكذلك الكتيبات واللوحات الإعلانية واللافتات المنشورة



٢ـ وسائل الإعلان عبر الانترنت

من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية و رسائل البريد الالكتروني وإعلانات الشبكات الاجتماعية وغيرها



٣ـ الأجهزة الذكية

من خلال الرسائل القصيرة والتطبيقات ومجموعات الدردشات على وسائل التواصل الاجتماعى

مواصفات الإعلان الفعّال

اختيار عنوان جيد	طلب اجراء من المتلقي	ظهار مصداقية المنتج	التركيز على ما يقدمه المستهلك	تضمين المعلومات المناسبة
من أهم مكونات أي إعلان إن فضل في جذب انتباه الجمهور , فقد الإعلان قيمته .	إحدى الطرق الجيدة لجذب انتباه المتلقى هي أن يُطلب منه القيام بعمل ما	كاستخدام الاعتماد الرسمي أو التصديقات الرسمية المناسبة أو الاستعانة بتقييمات وآراء أفراد أو جمهور	كيف لهذا المنتج أو الخدمة أن تكون مفيدة في حياتي اليومية ؟	كتضمين طرق الاتصال بالشركة للحصول على المزيد من المعلومات .

أنواع التصميم الرسومي

تصميم الهوية البصرية	يُستخدم في التسويق للعلامة التجارية وتعزيز قيمها من خلال استخدام الصور والأشكال والألوان التي تبرز نشاط وهوية الشركة
تصميم التسويق والاعلانات	يُستخدم للترويج لمنتج أو لخدمة كاللوحات الاعلانية والكتيبات وقوالب التسويق عبر البريد الالكتروني وتسويق المحتوى .
تصميم المنشورات	يشير هذا المفهوم بشكل تقليدي إلى عملية التصميم من أجل الطباعة , كالكتب ولصحف والنشرات الإخبارية .
تصميم أدوات التغليف للمنتجات	تتطلب المنتجات المعدة للبيع أشكالا عديدة من التغليف والتعبئة والعناصر المرئية الأخرى كملصقات المغلفات .
تصميم الحركة	تشمل هذه التصميمات ألعاب الفيديو والرسوم المتحركة والتطبيقات وصور GIF ومتطلبات المواقع الإلكترونية وغيرها .
تصميم الويب	يجمع بين مجموعة متنوعة من عناصر التصميم وذلك بهدف إنشاء صفحة إلكترونية سهلة الاستخدام وممتعة في التقديم.

عناصر التصميم الرسومي

الخط	الشكل	اللون	الطباعة	البنية	الحجم	الفراغ







الدرس الأول : التصميم الرسومي Grapic Design



أشكال التصميم الرسومي



١- تجربة المستخدم UX يركز على كيفية عمل الأشياء والعناصر معاً وكيف يتفاعل الأشخاص معها

٢- واجهة المستخدم UI تركز على الشكل والتخطيط الخاص بالعناصر .

برامج التصميم الرسومي

برامج التصميم المدفوعة	Adobe Photoshop	Adobe InDesign	CorelDraw	Adobe Illustrator	Affinity Designer	Xara Designer Pro X
برامج التصميم المجانية	Genially	GIMP	Gravit Designer	Photoscape	Vectr	Inkscape

أنواع الشعارات

١- الشعار النصي

٢- الحروف

٣-الشعار التصويري

٤- الشعار المدمج

اختاري الإجابة الصحيحة فيما يلي :

اختيار عنوان جيد للإعلان الفعال يجب :

- أن يشجع المتلقي على الرد على الرسالة
- تضمينه في إعلاناتك مما يسمح لعملائك باستكشاف الشركة والحصول على المزيد من التفاصيل حول منتجاتها
- أن يثير الفضول ويدعو لاستكشاف المزيد من المعلومات بخصوص المنتج أو الخدمة .

تصميم تغليف المنتج :

- يستخدم 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

التباين كمبدأ في التصميم الرسومي

- يؤكد على جوانب معينة من التصميم الرسومي لتسليط الضوء على الاختلافات بين عناصر التصميم
- يقوم بمحاذاة جميع عناصر التصميم إلى الأعلى أو الأسفل أو المنتصف وذلك لإنشاء اتصال مرئي بين العناصر
- يحقق التوازن البصري بين الأشكال والخطوط والعناصر الأخرى بطريقة تماثلية أو غير تماثلية

أحد امتدادات الرسومات المتجهة الشائعة

- Ai
- Jpg
- Gif
- png

حدد الجملة الصحيحة والجملة الخطأ فيما يلي :	صحيحة	خاطئة
• يعد التصميم الرسومي ابتكارا احترافيا للتسويق	☑	○
• باستخدام أدوات التصميم الرسومي , يمكن إنشاء شعارات فقط .	○	☑
• التسويق هو عملية تطوير المنتجات والإعلانات , من أجل جذب العملاء المحتملين .	○	☑
• يعد الإعلان اتصال ثنائي الاتجاه بين المرسل والعميل ويتم التعبير عنه فقط بالوسائل الرقمية	○	☑
• الهدف من الإعلان هو إقناع المستهلكين المحتملين بشراء منتج معين .	☑	○
• أدى التطور في عملية التصميم على مدار العقود الماضية إلى وجود عملية معقدة تشمل الدمج بين التقنيات التقليدية والرقمية .	☑	○
• يستخدم الشعار بشكل أساسي في المعارض , وتنبع أهميته باعتباره وسيلة إعلانية تبرز الأعمال الخاصة في المعارض والمؤتمرات.	☑	○
• تحافظ الرسومات النقطية على جودتها مع التكبير أو التصغير	○	☑







الدرس الثاني : تصميم ملصق إعلاني Design a poster

- تستخدم الملصقات الإعلانية بشكل أساسي في المعارض , وتنبع أهميتها باعتبارها وسيلة إعلانية تبرز الأعمال الخاصة في المعارض والمؤتمرات .
- تصنف الملصقات الإعلانية إلى أنواع مختلفة حسب الغرض المرجو من الإعلان فمنها:
  - **الملصقات الترويجية** التي تستخدم لتسويق منتجات أو خدمات .
  - **الملصقات الاعلانية** الخاصة بالمناسبات المختلفة وما شابهها.



- امتداد ملفات إنكسكيب هو svg
- يعتبر ".svg" ملف رسومات نصي يوضح الصور مع النص والأشكال المتجهة والرسومات النقطية المضمنة .

التدريب العملي

المطلوب تصميم ملصق إعلاني باستخدام مبادئ التصميم الرسومي بغرض الترويج لمهرجان التمور الذي سيقام في المملكة العربية السعودية

المطلوب	الخطوات	أتقن	لم يتقن
• إعداد حجم الملصق المطلوب (A4)	من قائمة ملف File>> document Properties ثم من مجموعة العرض display >> التنسيق Format>>A4		
• إدراج صورة كخلفية للملصق	من File >> import >> نحدد الصورة ثم open		
• إدراج عنصر لتحسين مظهر الصفحة	من صندوق الأدوات toolbox نحدد العنصر (شكل مستطيل) ثم نبدأ برسمها في منطقة الرسم >> نحدد اللون المناسب		
• تحويل العنصر إلى مسار	نحدد العنصر أولا ثم من قائمة path >> object to path>> تظهر عقد حول العنصر نضغط على العقد ونحوكها حتى نصل للشكل المناسب .		
• إضافة صورة التمور	من File >> import >> نحدد الصورة ثم open نغير حجمها بما يتناسب		
• إنشاء خطوط منحنية بلون أبيض من خلال استخدام منحنيات بيزير	نحدد صورة التمر ثم من صندوق الأدوات نختار الأداة prezier curves>> تظهر مقابض بالضغط على النقاط لتغيير الشكل بحيث يصبح منحنى يتناسب مع شكل الصورة		
• تكرار الخطوط المنحنية	نحدد االمنحنى ثم بزر الفأرة الأيمن copy ثم Paste		
• إدراج عنوان الملصق (مهرجان التمور) وتنسيقه	من صندوق الأدوات نختار أداة النص A نضغط على لوحة الرسم ثم نبدأ بالكتابة		
• إضافة بيانات الملصق تاريخ المهرجان	من صندوق الأدوات نختار أداة النص A نضغط على لوحة الرسم ثم نبدأ بالكتابة		
• تصدير الملصق كصورة	من file >> export>> نحدد الامتداد jpeg و اسم الصورة ثم Export		







- **اللافتة الالكترونية المتحركة** عبارة عن إعلان يتم إيصاله من خلال خادم إعلانات عبر الشبكة العنكبوتية العالمية ويحتوي على مجموعة من الصور المتحركة



التدريب العملي

المطلوب إنشاء إعلان متحرك باستخدام برنامج GIMP

المطلوب	الخطوات	أتقن	لم يتقن
• إنشاء أربع طبقات في إنكسكيب تكون فيها صورة التمور بحجم صغير و متوسط وكبير وكبير جداً	من قائمة layer <<layer and obeject(الطبقات والعناصر) نغير اسم الطبقة إلى كبيرة جدا ثم بالضغط على الطبقة بزر الفأرة الأيمن نختار الامر duplicate لتكرار الطبقة حتى يصبح لدينا اربع طبقات نغيراسم كل طبقة..		
• تغيير حجم الصور في الطبقات الأربع	بزر الفأرة الأيمن على الطبقة نختار 'image properties نغير الابعاد لكل طبقة		
• تصدير صور الشعار الأربع من برنامج انكسكيب	نحدد الطبقة أولا ثم من Export option <<Export selected only لتصدير الأربع طبقات		
• في برنامج GIMP	نفتح برنامج gimp		
• إدراج صور الشعار الأربع كطبقات	من فتح file<< open as layer >> نحدد الصور الأربع ثم Open		
• أنشئي الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي GIF	من قائمة filters<<Animation <<play back 1 00y , 10 fps , 1x << Cumulative layer		
• تصدير الرسوم المتحركة بتنسيق GIF	من ملف file<< Export As <<نكتب اسم الصورة logo.png من نافذة Export image as gif >> نحدد As Anamation		







التسويق الإلكتروني E-Marketing :

هو عملية تسويق منتج أو خدمة باستخدام أشكال مختلفة عبر الوسائط الالكترونية وعلى رأسها الانترنت .

مميزات التسويق الإلكتروني	تحديات التسويق الإلكتروني
عائد استثمار أفضل	يعتمد بشكل كامل على التكنولوجيا والانترنت
تقليل التكلفة	زيادة المشكلات المتعلقة بقضايا الامن والخصوصية
يمكن الحصول على نتيجة سريعة للحملة التسويقية	اضطرار البائع على الدخول في منافسة عالمية مع خدمات حول العالم
إمكانية مراقبة وإدارة الحملة التسويقية	شفافية لأعلى في الأسعار

أنواع التسويق الإلكتروني

التسويق بالمقالات	تقوم فيه الشركات بكتابة ونشر مقالات قصيرة في لصحف والمجلات الالكترونية وغيرها
التسويق عبر المدونات	يتم استخدام المدونات في الإعلان عن المتجر أو المنتج أو الخدمة المطلوب تسويقها
التسويق بالعمولة	يقوم على فكرة إرسال العملاء إلى المتجر الإلكتروني من خلال أفراد أو شركات تتقاضى عمولة عن جهودها .
التسويق عبر البريد الالكتروني	من خلال إرسال رسالة تجارية عادة إلى مجموعة من الأشخاص باستخدام البريد الالكتروني
التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي	هو استخدام منصات التواصل الاجتماعي للترويج لمنتج أو خدمة أو علامة تجارية.
التسويق عن طريق الفيديو	هو استخدام مقاطع الفيديو للترويج لمنتج أو خدمة وتسويقها وذلك لزيادة التفاعل على القنوات الرقمية.
التسويق عبر محركات البحث	يتضمن الترويج للمواقع الإلكترونية عن طريق زيادة ظهورها في محركات البحث وجذب حركة مرور للموقع.

نصائح فعالة لاستراتيجيات التسويق الإلكتروني

إنشاء أو توفير موقع إلكتروني مستجيب

الاستثمار في التسويق عبر محركات البحث

استخدام الأدوات لتحديد إستراتيجية التسويق عبر البريد الالكتروني

إضافة وسائل التواصل الاجتماعي

التركيز على تسويق المحتوى

التحقق دائماً من تحليلات الموقع الالكتروني







التواجد على الشبكة العنكبوتية

هو التمثيل الرقمي لشركة أو لعلامة تجارية ويتكون من نصوص وصور ومقاطع فيديو ومقاطع صوتية توضح هوية العلامة التجارية

أنواع المحتوى لزيادة حركة المرور والمشاركة

منشورات المدونة	ملفات PDF القابلة للتنزيل	مخططات المعلومات الرسومية
الرسائل الإخبارية	المدونات الصوتية	منصات التواصل الاجتماعي
	قنوات اليوتيوب	

خطوات التواجد الفعال على الشبكة العنكبوتية

1. تحديد الأهداف
2. إنشاء الموقع الالكتروني المناسب لشركتك
3. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
4. تكوين علاقات مع عملائك
5. الاستمرار في تحسين استخدام التحليلات

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

أكثر وسائل التواصل الاجتماعي شيوعاً تويتر Twitter و انستغرام instgram و فيسبوك Facebook

إنستغرام Instgram مميزات الحساب الاحترافي عن الحساب الشخصي

رؤى انستغرام	تعزيز المنشورات
زر الاتصال	زر التوق عبر انستغرام

التسويق واسع الانتشار

يطلق هذا المصطلح على طريقة التسويق التي يتم من خلالها تشجيع المستهلكين على مشاركة معلومات حول منتجات شركة أو خدماتها على الانترنت

استيراتيجيات النشر الخاصة بمقاطع الفيديو الترويجية لمنتج أو لعلامة تجارية معينة

الاستيراتيجية الظاهرة	الاستيراتيجية المخفية
يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد إعلانات أو محتوى لعلامة تجارية	لا يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد إعلانات أو محتوى لعلامة تجارية ولا يتم الكشف عنها إلا لاحقاً







أكتب المصطلح المناسب أمام كل عبارة مما يلي

١- التسويق الالكتروني : عملية تسويق منتج أو خدمة باستخدام أشكال مختلفة عبر الوسائط الإلكترونية

٢- الدفع عند النقر PPC: هو نموذج للإعلان الرقمي حيث يدفع المُعلن رسوماً في كل مرة يتم فيها الضغط على أحد إعلاناته .

٣- نظام إدارة المحتوى CMS: تطبيق رقمي لإدارة وإنشاء وتنسيق وتحرير ونشر المحتوى على الإنترنت .

٤- تحليلات جوجل : أداة لتحليل البيانات يمكنك استخدامها لتتبع وتحليل أداء الموقع الإلكتروني الخاص بك وهي منصة متاحة لأي شخص لديه حساب جوجل.

حدد الجملة الصحيحة والجملة الخطأ فيما يلي :	صحيحة	خاطئة
• التسويق الإلكتروني هو عملية تسويق مُنتج باستخدام الإنترنت عبر الوسائط الإلكترونية	☑	○
• يتضمن التواجد على المواقع الإلكتروني تطبيق قواعد للمسؤولين الاقتصاديين من أجل جعل الموقع أكثر سهولة للعملاء	○	☑
• يُساعد التواجد على الشبكة العنكبوتية الشركات و المؤسسات للتأكد من أن موقعها يحتل مرتبة عالية في محركات البحث	○	☑
• لا يجب على الشركات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأن بعض المعلومات الحساسة يُمكن سرقتها	○	☑
• يُتيح فيسبوك وانستغرام للمُستخدمين اتصالاً إلكترونياً لعرض المحتوى كالمعلومات الشخصية والمستندات والفيديو والصور	☑	○
• في الاستراتيجية المخفية يُدرك المشاهد منذ البداية أنه يُشاهد إعلانات أو محتوى لعلامة تجارية لكنه لا يستطيع فهمها	○	☑
• تتّبع معظم الشركات سياسة لقواعد السلوك لموظفيها الالتزام بها وينطبق الأمر على وسائل التواصل الاجتماعي كذلك	☑	○
• يستخدم بعض المؤثرين منصة انستغرام للتمكّن من إقناع الآخرين بحكم مصداقيتها و الثقة الممنوحة لهم	☑	○
• هناك التزامات قانونية يجب مراعاتها في عملية التسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية	☑	○
• التسويق الإلكتروني من خلال تطبيق انستغرام مناسب جداً للشركات الصغيرة و لكنه غير مناسب للشركات الكبيرة	○	☑
• يعد المحتوى وسهولة الاستخدام والشكل الجمالي ووضوح الرؤية والتفاعل , العناصر الخمس الأساسية لتصميم الموقع الإلكتروني ويسهم كل منها بطريقته الخاصة في تجربة المستخدم الاجمالية .	☑	○

اختر الإجابة الصحيحة فيما يلي :

١. أداة تسويق محتوى ممتازة لتقوية العلاقات مع العملاء يتم من خلالها اطلاعهم على منتجات الشركة والخدمات التي تُقدمها :

• قنوات اليوتيوب	• الرسائل الإخبارية	• المدونات الصوتية	• مخططات المعلومات الرسومية

٢- عروض رسومية عالية الوضوح خاصة بالبيانات ، من الشائع نشرها على منصات التواصل الاجتماعي مثل بنترست و انستغرام :

• قنوات اليوتيوب	• الرسائل الإخبارية	• المدونات الصوتية	• مخططات المعلومات الرسومية

٣- عملية تسويق منتج أو خدمة باستخدام أشكال مختلفة عبر الوسائط الإلكترونية

• التسويق	• التسويق الهرمي	• التسويق الإلكتروني	• الإعلان الإلكتروني

٤- من مميزات الحسابات الاحترافية على منصة انستغرام

• تعزيز المنشورات	• التسويق عبر إنستغرام	• زيادة عدد المتابعين	• الخيار الأول والثاني معاً









التسويق عبر البريد الإلكتروني Email Marketing :

هو وسيلة تسويق مباشرة تتيح للشركات مشاركة المنتجات الجديدة والمبيعات والتحديثات مع العملاء من خلال قـ الاتصال الخاصة بها

أنواع رسائل البريد الإلكتروني التسويقية

1	2	3	4
رسائل ترويجية	رسائل خاصة بالمعلومات	رسائل خاصة بالاعلانات	رسائل خاصة بإعادة المشاركة
تستخدم للترويج لعروض خاصة وإصدارات المنتجات الجديدة وترسل على مدار عدة أعمال	تشارك الأخبار المتعلقة بالأعمال وترسل على فترات منتظمة وتساعد على التواصل مع المشتركين فى البريد	هي الطريقة الأفضل لإبلاغ العملاء بإعلانات الشركة وإطلاق المنتجات الجديدة	تساعد في إعادة الاتصال بالعملاء أو المشتركين الذين لم يكونوا نشيطين مؤخراً

مميزات التسويق عبر البريد الإلكتروني



1 تكلفته مقبولة	2 يسهل قياسه
3 يسمح بالرسائل المستهدفة	4 يزيد من الوعي بالعلامة التجارية

توجد العديد من منصات التسويق عبر البريد الإلكتروني مثل :



MailChimp ميل تشيمب - Mail jetميل جيت - Sendinblue سيند ان بلو -

هبسوت Hubspot – constant contact كونستانت كونتاكت

محددات اختيار منصة التسويق المناسبة :

الميزانية

إذا كانت محدودة للغالية فعليك استخدام منصات تقدم أسعاراً رخيصة مثل ميل تشيمب وكونستانت كونتاكت لتكون نقطة البداية

أنواع رسائل البريد الالكتروني

تمنح أنواع رسائل البريد الالكتروني التي تخطط لإرسالها وتكرارها فكرة عن حجم البريد الإلكتروني المطلوب

التصميم

إذا كنت مبتدئا تماما في عملية التصميم فإن محرر البريد الالكتروني بالسحب والافلات هو الخيار الأنسب لك و كذلك قوالب البريد الالكتروني ستكون مفيدة جداً

رسائل البريد الالكتروني الخاصة بالمعاملات

إذا كان من المتوقع أن ترسل بريد إلكتروني خاصة بالمعاملات فهناك خيارات وهما:

- إدارة رسائل البريد باستخدام خدمة منفصلة
- اختيار إنشاء جميع رسائل البريد الالكتروني باستخدام أداة مثل منصة سيند إن بلو







إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني

سنستخدم منصة ميل تشيمب (MailChimp) من أجل إنشاء حساب خاص بك
وذلك لاستخدامه في التسويق عبر البريد الالكتروني

الخطوات	اتقنت	لم تتقن
• **التسجيل في منصة ميل تشمب** ١- **في متصفح** Microsoft Edge **نكتب** mailchimp.com ٢- **الضغط على** sign Up ٣- **نكتب البريد الالكتروني الخاص لك** ٤- **كتابة اسم المستخدم و كلمة المرور** ٥- **حدد الخيار الخاص بعد تلقي رسائل بريد الكتروني من منصة** mail chimp ٦- **الضغط على تسجيل** Sign Up ٧- **الدخول إلى الايميل لتفعيل الحساب**	○	○
• **إعدادات الحساب الخاص بك** : ١- **اختيار الخطة المجانية** ٢- **ادخال بياناتك: الاسم الأول واسم العائلة** ٣- **في مربع اسم النشاط التجاري** Business name **أكتب اسم النشاط التجاري** ٤- **تحديد الغرض نم استخدام منصة التسويق عبر البريد الالكتروني عن طريق تحديد الخيار** build a website to market my business or sell stuff ٥- **حدد عدد المشتركين في البريد الإلكتروني عن طريق تحديد الخيار** None yet , Im just getting started ٦- **حدد نوع الرسائل التي ستتلقاها من منصة ميل تشمب** E-commerce Newsletter ٧- **عند الانتهاء تختار** Lets Go	○	○
• **إضافة جهات الاتصال** : ١- **من الصفحة الرئيسة** ⇦ Audience **الجمهور** ٢- **من** Add contacts **اختر** import contacts ٣- **اختر** upload a File **ثم اضغط على** continue **نحدد الملف ثم** open ٤- **اضغط على** continue to Organize **متابعة للتنظيم**	○	○







إنشاء حملة تسويقية

قبل البدء بالحملة التسويقية عليك تجهيز التالي:

- **صورة من شعار الحملة.**
- **صورة الملصق الإعلاني للحملة**
- **نص دعوة الحملة**

الخطوات	اتقنت	لم تتقن
• **اختيار قالب البريد الالكتروني** ١. **في منصة** Mailchimp **نختار** Create(**إنشاء**) ٢. **نضغط على** Email (**بريد إلكتروني**) **ومنها** Template(**قالب**) ٣. Get Started (**بدء الاستخدام**) ٤. **سيظهر القالب تلقائياً في** canvas(**منطقة التصميم**)	○	○
• **إدراج شعار وملصق إعلاني** : ١. **لإدراج الشعار من الجزء العلوي في النموذج وبالتحديد كتلة** Logo **في علامة تبويب** Image ⇦ Replace **نحدد الصورة ثم نختار** Open **سيتم إضافة الشعار ثم نختار** Save & Close ٢. **لإدراج الملصق من كتلة الصور من القالب في علامة تبويب** Image Group ⇦ Replace **نحدد الصورة ثم نختار** Open **سيتم إضافة الملصق ثم نختار** Save & Close	○	○
• **إدراج نص** : ١. **من كتلة النص من القالب في علامة تبويب** text **ومن فئة** Content **حدد النص الحالي ⇦ نكتب نص الدعوة ⇦ ننسق النص ⇦ نختار** Save & Close	○	○
• **تنسيق القالب** ١. **حذف العناصر الغير ضرورية في القوالب الجاهزة عن طريق تحديدها بالضغط عليها ثم نضغط على** delet	○	○
• **لمعاينة البريد الالكتروني** ١. **من الصفحة الرئيسة للقالب اضغط على** Preview and Test ⇦ Enter Preview Mode	○	○
• **لإرسال البريد الالكتروني كاختبار** ١. **من الصفحة الرئيسة للقالب اضغط على** Preview and Test ⇦ Send a test email ٢. **أدخل البريد الالكتروني للمُستلم** ٣. **اضغط على** Send test	○	○
• **لحفظ قالب البريد الالكتروني** ١. **من الصفحة الرئيسة للقالب اضغط على** Save and Exit ⇦ **نكتب اسم القالب** ⇦ save	○	○







الدرس الأول : التصميم المستجيب للمواقع الإلكترونية

الموقع الإلكتروني المستجيب Responsive Website



هو احد اساليب التصميم والتطوير التي يستجيب فيها الموقع لسلوك المستخدم وخصائص الجهاز الذي يستخدمه في تصفح هذا الموقع

مزايا الموقع الإلكتروني المستجيب

❶ تحسين تجربة المستخدم	❷ سهولة التحديث	❸ توفير المال

التصميم المستجيب

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

إطار العرض Viewport

ضبط عرض الصفحة ليتطابق مع عرض جهاز المستخدم

```
<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

استعلام الوسائط (Media Query)

استعلام الوسائط هي خاصية في صفحات التنسيق النمطية CSS تستخدم فقط عند استيفاء شرط محدد ويمكن وضعها في :

- داخل ملف HTML مثل نمط CSS داخلي : يجب وضع استعلام الوسائط داخل قسم الوسم <head> بين وسمي <style> في ملف <HTML>.
- داخل ملف CSS خارجي : يمكنك إضافة استعلام الوسائط في ملف Css خارجي الذي يصمم الصفحة الإلكترونية في نهاية ملف CSS.

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

.....يتم تصغير عرض الصورة إلى 70% إذا كان عرض الشاشة أقل من 800 بيكسل ....
.....
.....

حدد الجملة الصحيحة والجملة الخاطئة فيما يلي :	صحيحة	خاطئة
• يتكيف الموقع الإلكتروني التقليدي مع المتصفحات المختلفة في الأجهزة الذكية بغض النظر عن حجم شاشة الجهاز	○	☑
• عند تصميم الصفحات الإلكترونية المستجيبة يمكننا استخدام النسب المئوية للصورة بدلاً من متغيرات العرض الثابتة	☑	○
• لتحقيق الاستجابة في تصميم الموقع الإلكتروني يُضبط العرض Widthفي الصفحة الإلكترونية المعروضة بنسبة 100 ٪	○	☑









أمامك مجموعة من المقاطع البرمجية ..ما نتيجة كل مقطع برمجي؟

.CSS

1

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

سيتم تغيير عرض الصورة إلى 70% إذا كان عرض الشاشة 800 بيكسل أو أقل

2

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

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

3

```
.menu li {
      display: inline-block;
      text-align: center;
      }
```

..... توضع عناصر القائمة أفقياً في سطر واحد

.....

4

```
@media screen and (max-width : 900){
  .menu li {
          display: inline-block;
          text-align: center;
        }
   }
```

إذا كان عرض الشاشة أقل من ٩٠٠ بكسل فستظهر القائمة أفقيا في سطر واحد

5

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

يضبط العرض في الصفحة الالكترونية المعروضة وفقاً لعرض الجهاز







جافا سكريبت

هي لغة برمجة عالية المستوى تستخدم لجعل صفحات لغة ترميز النص التشعبي HTML أكثر ديناميكية وتفاعلية

باستخدام لغة جافا سكريبت يمكنك :

- تعديل محتوى الصفحة التي تم انشاؤها باستخدام HTML
- تغيير خصائص المقطع البرمجي HTML المستخدم في الصفحة الالكترونية
- تغيير المقطع البرمجي CSS المستخدم في الصفحة

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

المقطع البرمجي في جافا سكريبت

يكتب المقطع البرمجي في جافا سكريبت بين الوسمين <script> </script>

يمكنك كتابة مقطع برمجي جافا سكريبت في :

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

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

ملف جافا سكريبت

هناك العديد من الطرق المختلفة التي يمكنك استخدامها لعرض المخرج باستخدام لغة جافا سكريبت منها :

❶ استخدام دالة الكتابة في المستند

```
<script>
 Document.write(" هذا النص تم إنشاؤه باستخدام جافا سكريبت ")
</script>
```

❷ استخدام دالة نافذة التنبيه

```
<script>
Window.alert(" الرسالة");
</script>
```

❸ استخدام دالة الحصول على عنصر من المعرف في المستند

```
<p id="p_id"> مرحباً </p>
<script>
 Document.getElementById("p_id").innerHTML="صباح الخير";
</script>
```







إنشاء زر باستخدام جافا سكريبت

يمكنك استخدام لغة HTML لإنشاء زر يمكن الضغط عليه , حيث يستخدم وسم ..<button> 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

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

تضاف الدالة هنا

التدريب العملي

أضف مقطع برمجي لإنشاء زر عند الضغط عليه يتم تغيير الرسالة (مرحبا) إلى (صباح الخير)

```
<DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
    <meta charset="UTF-8"/>
    <title> My Page </title>
</head>
 <body>
<p id="p_id"> مرحباً </p>
<button onclick="myFunction()"> اضغط هنا </button>
<script>
Fumction myFunction()
{
 Document.getElementById("p_id").innerHTML="صباح الخير";
}
</script>
 </body>
</html>
```





قائمة همبرغر Hamburger

قائمة همبرغر عبارة عن أيقونة من ثلاثة أسطر أعلى الزاوية اليسرى أو اليمنى من الموقع الالكتروني. عند الضغط عليها يمكنك فتح قائمة بها مجموعة من الخيارات الإضافية .

تحسين محركات البحث Search Engine Optimization -SEO

يقصد بتحسين محركات البحث جميع الإجراءات التي تحتاجها في هيكلية وتركيب محتوى الموقع الإلكتروني، وذلك لرفع تصنيف الموقع وزيادة عدد الزائرين له



تقنيات تحسين محركات البحث	تعمل محركات البحث من خلال وظائف أساسية
< تحسين العناوين الرئيسية	< الزحـف
< إختيار صور بأحجام مناسبة	< الفهرسـة
< تشغيل أدوات تتبع معدل الحركة على الموقع	< الترتيـب

عرض صفحة إلكترونية

العرض من جانب العميل Client Side Rendering- CSR	العرض من جانب الخادم Server Side Rendering- SSR
الخيار الأقل ملاءمة لتحسين محركات البحث ويقصد به أن جهاز المستخدم يعرض محتوى الصفحة الإلكترونية حيث يتم إرسال الصفحة مفككة إلى المستعرض , بحيث يقوم المتصفح بتحميل وجمع كل المحتوى	**الخيار المفضل لكبار المسؤولين الاقتصاديين لتحسين محركات البحث** العرض من جانب الخادم SSR هو الأسلوب الذي يتم فيه عرض الصفحة بأكملها بواسطة الخادم

المزايـــا

تفاعلات الموقع كثيرة عرض سريع للموقع بعد التحميل الأولي مناسب لتطبيقات الويب اختيار قوي من مكتبات جافا سكريبت	يمكن لمحركات البحث الزحف إلى الموقع لتحسين محركات البحث تحميل الصفحة الأولية أسرع مناسب للمواقع الثابتة

العيـــــوب

انخفاض تحسين محركات البحث بشكل عام قد يتطلب التحميل الأولي مزيداً من الوقت يتطلب مكتبة خارجية في معظم الحالات	كثرة طلبات الخادم عرض بطيء للصفحة بشكل عام إعادة تحميل الصفحة كاملة تفاعلات الموقع قليلة







نفذ البرنامج التالي ثم أكتب ما يفعله

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
  <title>javascript functions</t
  <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(".14:00 سيتم تجهيز الفرق في المعمل كل يوم اثنين وأربعاء الساعة ")
    }
    window.alert(" ستشارك مدرستنا في بطولة الروبوتات التعليمية التي تبدأ في الأول من نوفمبر.
    اضغط على موافق.")
  </script>
</body>
</html>
```

> عند تنفيذ البرنامج، ستظهر نافذة وفيها رسالة التنبيه:

ستشارك مدرستنا في بطولة الروبوتات التعليمية التي تبدأ في الأول من نوفمبر. اضغط على موافق.

وذلك بسبب استخدام وظيفة javascript window.alert() ويجب على المستخدم النقر فوق الزر "موافق" في هذه النافذة.

> ثم يتم عرض النص: مدرستنا ستشارك فيها، الوارد في h1 ضمن قسم <body> ويتم أيضًا عرض زر أسفل هذا النص، وهو زر للحصول على معلومات، اضغط هنا. وتم إنشاء الزر باستخدام:

<button onclick=myFunction()> للحصول على معلومات، اضغط هنا.</button>

> عند نقر المستخدم على الزر، تظهر رسالة جديدة:

سيتم تجهيز الفرق في المعمل كل يوم اثنين وأربعاء الساعة 14:00

وسبب ظهورها استخدام وظيفة document.write() في جافا سكربت والتي تعرض النص ويتم تفعيله عند النقر عليه.

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

```
<body>
    <h1>احصل على معلومات حول التاريخ والوقت.</h1>
    <button onclick="MyFunction()">CLICK ME</button>
    <script>
      function MyFunction() {
      var today = new Date();
      var hourNow = today.getHours()
      document.write(today);
      }
    </script>
</body>
</html>
```



أضف مقطع برمجي جافا سكريبت إلى ملف HTML التالي وذلك لعرض مربع تنبيه لزائري الصفحة الإلكترونية بحيث 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=10.">
    <title>Example</title>
   </head>
   <body>
    <h1>تبدأ بطولة كرة القدم المدرسية في الأول من نوفمبر.</h1>
    <script>
      window.alert("تنبيه! معلومات الصفحة قديمة.")
    </script>
   </body>
</html>
```





اختر الإجابة الصحيحة

١ـ ما الوسم الصحيح في HTMLالذي يمكنك من كتابة مقطع جافا سكريبت ؟

<javascript>	<scripted>	<script>	<js>

٢ـ ما الصيغة الصحيحة للرجوع إلى برنامج نصي (Script) خارجي باسم example.js

<script scr="example.js">	<script href="example.js">	<script ref="example.js">	<script name="example.js">

٣ـ أي من التالي يعد الصيغة الصحيحة لعرض جملة (هذا مثال) في مربع التنبيه باستخدام لغة برمجة جافا سكريبت

alretbox(" هذا مثال");	msgbox(" هذا مثال");	msg(" هذا مثال");	window.alret(" هذا مثال");

٤ـ ما الوسم الصحيح لإنشاء دالة في لغة جافا سكريبت باسم ( )sayHello

Function=sayHello()	Function sayHello( )	Function:= sayHello( )	Function :sayHello( )

٥ـ كيف يمكن استدعاء الدالة ( )sayHello في لغة جافا سكريبت

Call sayHello( );	Call Function sayHello( );	sayHello( );	Function sayHello( );

٦ـ 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

٧ـ اختر الدالة الصحيحة في لغة جافا سكريبت لتغيير محتوى مقطع HTML التالي :

```
<p id="p1">مرحباً بالعالم</p>
```

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

8- ناتج تنفيذ مقطع برمجي جافا سكريبت التالي:

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

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





الهدف من الرسائل الإخبارية الرقمية : إعلام الجمهور من خلال رسالة بريد إلكتروني تعرض داخل عميل البريد الإلكتروني الخاص بهم

لإنشاء رسالة إخبارية في HTML من الأفضل استخدام جدول HTML

جدول HTML

لتعريف جدول HTML نستخدم الوسمين <table> </table>

لإنشاء الصف نستخدم <tr> , ولإنشاء الخلية نستخدم <td>

أنشيء جدول درجات الطلاب 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.



tableAr.html

File | C:/HTML/tableAr.html

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



إنشاء الرسائل 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 الاخبارية
4. اختبار مدى استجابة الرسالة الإخبارية علة الهواتف الذكية .

مستعينا بالكتاب صفحة 168 أنشئ الرسالة الإخبارية التالية



أكمل المقطع البرمجي الخاص بالصفحة الإلكترونية لقناة 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

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

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8" />
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=10.">
</head>
<body>
  <table style="width:100%; padding-left:25px; padding-right:25px; padding-top:25px; padding-
  bottom:25px;">
    <tr style="background-color:yellow;">
      <td>1300.15-00.</td>
      <td>tennis</td>
    </tr>
    <tr style="background-color:lightblue">
      <td>1500.17-00.</td>
      <td>football</td>
    </tr>
    <tr style="background-color: lightgreen;">
      <td>1700.19-00.</td>
      <td>swimming</td>
    </tr>
    <tr style="background-color: red;">
      <td>1900.23-00.</td>
      <td>volleyball</td>
    </tr>
</table>
</body>
</html>
```

اختر الإجابة الصحيحة		
١. ما الوسم المستخدم في HTML لتعريف الجدول	<tb>	○
	<tl>	○
	<tab>	○
	<table>	✓

٢. ما الوسم المستخدم في HTML لإنشاء صف في الجدول	<row>	○
	<table-row>	○
	<tablerow>	○
	<tr>	✓

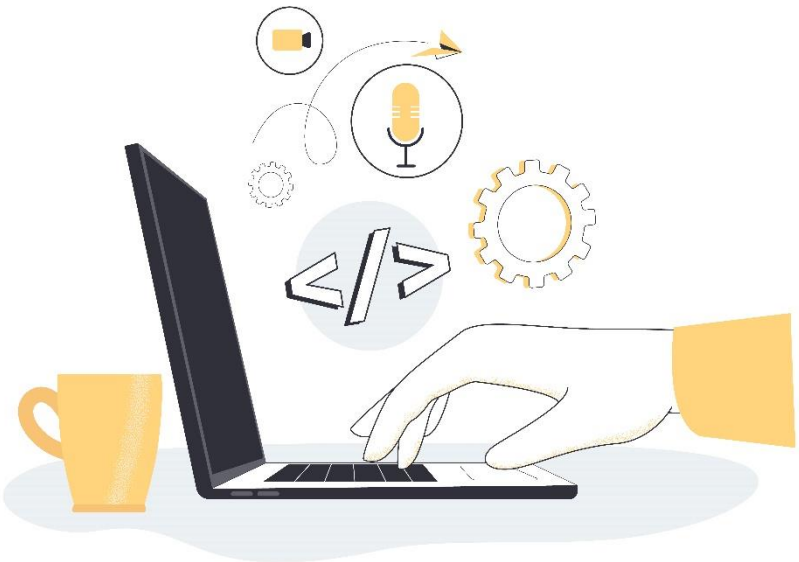
٣. حدد للجملة الصحيحة للوسم <th>	<th> لتعريف خلية في الجدول	○
	بشكل افتراضي تكون المحتويات المكتوبة بين الوسم <th> والوسم </th> غامقة ويتم توسيطها	✓
	بشكل افتراضي تكون المحتويات المكتوبة بين الوسم <th> والوسم </th> عادية ومتمركزة	○
	يحدد <th> صفوف الجدول	○



تم بحمد الله

اذكروني ووالديّ بدعوة

آمنة الرشيدي



ورقة عمل للدرس الأول : التصميم الرسومي Graphic Design لمادة : تقنية رقمية ٢-٢

اسم الطالب : ..... الصف : ثاني ثانوي ( )

السؤال الأول : اكتب رقم التصميم الرسومي من العمود (أ) أمام العبارة المناسبة من العمود (ب) فيما يأتي :

العمود (أ)		العمود (ب)
١. تصميم الحركة	(٥)	يجمع بين مجموعة من عناصر التصميم بهدف إنشاء صفحة إلكترونية ممتعة و سهلة الاستخدام
٢. تصميم المنشورات	(٤)	من أنواع التصميم الرسومي يُستخدم في التسويق للعلامة التجارية وتعزيز قيمتها من خلال الصور
٣. التسويق والإعلانات	(٣)	من أنواع التصميم الرسومي يُستخدم للترويج لمنتج أو خدمة معينة
٤. الهوية البصرية	(٢)	من أنواع التصميم الرسومي يُشير إلى عملية التصميم من أجل الطباعة
٥. تصميم الويب	(١)	فرع من فروع التصميم الرسومي يتكون من رسوم تُطبّق عليها بعض تأثيرات الحركة

السؤال الثاني : ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة ، و علامة (✗) أمام العلامة الخاطئة فيما يأتي :

١. يؤدي التصميم الرسومي الجيد إلى زيادة المبيعات في الأعمال التجارية (✓)

٢. يُعد الإعلان نوع من التواصل ثنائي الاتجاه بين الشخص الذي يُرسل المعلومات و الشخص الذي يستقبل المعلومات (✗)

٣. الغرض الأساسي من الإعلان هو زيادة مبيعات المنتج أو الخدمة (✓)

٤. لا يُمكن لبرنامج إنكسكيب استيراد ملفات الصور المتجهة (✗)

السؤال الثالث : أكمل الفراغات التالية :

١. الإعلان هو : وسيلة من وسائل التواصل مع المُستهلكين بهدف إقناع أو تشجيع المستهلكين لشراء مُنتج أو خدمة مُعينة .

٢. أهم أنواع وسائل الإعلان التجارية هي: الوسائل المطبوعة و وسائل الإعلان عبر الانترنت و الأجهزة الذكية .

٣. تشمل مبادئ التصميم الرسومي : التوازن و المحاذاة و القُرب و التكرار و التباين .

٤. من أهم أشكال التصميم الرسومي تصميم : تجربة المُستخدم و واجهة المُستخدم .

السؤال الرابع : عدّد مواصفات الإعلان الفعّال ؟

١. اختيار العنوان الجيد .	٢. طلب إجراء من المُتلقي .
٣. إظهار مصداقية المُنتج .	٤. التركيز على ما يُقدمه المُنتج للمُستهلك .
٥. تضمين المعلومات المناسبة البيانية .	

ملاحظة هامة : ورقة العمل هذه لا تغني عن الكتاب الإلكتروني و يمكن الاطلاع على صفحات الدرس من خلال المسح على رمز الاستجابة السريع التالي

السؤال الخامس : اختر الإجابة الصحيحة من بين العبارات فيما يأتي :

١. عملية جذب العملاء المحتملين أو العملاء المهتمين بمنتج أو خدمة معينة :

أ- الإعلان　　ب- التسويق　　ج- التصميم

٢. نوع من أنواع ملفات الصور ، لا يسمح بوجود لون للخلفية ، مما يعني خلفية شفافة تسمح بظهور ما وراءها :

أ- Gif　　ب-jpg　　ج-png

٣. هو علامة رسومية أو رمز يُستخدم للمساعدة في التعريف و الترويج لهوية الشركة و تميزها يتضمن اسم الشركة أو علامتها المميزة :

أ- الشعار Logo　　ب-التصميم Design　　ج-الهوية Identification

السؤال السادس : اكتب رقم عنصر التصميم الرسومي من العمود (أ) أمام العبارة المناسبة من العمود (ب) :

العمود (أ)		العمود (ب)
١. الخط	(٣)	عنصر مهم في جذب الانتباه له ثلاث خصائص أساسية : (الصبغة – القيمة – التشبّع)
٢. الشكل	(٤)	فن ترتيب الخطوط المختلفة التي تُدمج بأحجام و ألوان للتأثير على الرسالة التي يريد المصمّم إيصالها
٣. اللون	(٧)	مناطق التصميم التي تُركت خالية لضمان عدم تداخل العناصر أو التشويش على رسالة المحتوى
٤. الطباعة	(١)	يُمكن أن يكون منحنياً أو مستقيماً أو سمكياً أو رقيقاً أو ثلاثي الأبعاد
٥. البُنية	(٢)	هو منطقة محددة ثنائية الأبعاد يتم إنشاؤها بواسطة الخطوط يمكن أن تكون هندسية أو مُجردة
٦. الحجم	(٥)	نوعية السطح الملموسة ، قد تكون خشنة أو ناعمة أو لامعة أو معتدلة أو صلبة
٧. الفراغ	(٦)	يُشير إلى حجم العناصر ، حيث أن استخدام أحجام متباينة يوفر عنصر جذب بصري للتصميم

السؤال السابع : اذكر ثلاثة أمثلة على أشهر برامج التصميم الرسومي المدفوعة وبرامج التصميم الرسومي المجانية ؟

برامج التصميم الرسومي المدفوعة	برامج التصميم الرسومي المجانية
١. أدوبي فوتوشوب Adobe Photoshop .	١. جينيللي Genially .
٢. أدوبي إن ديزاين Adobe InDesign .	٢. جيمب Gimp .
٣. كوريل درو CorelDraw .	٣. إنكسكيب Inkscape .

السؤال الثامن : قارن بين الرسومات النقطية و الرسومات المتجهة ؟

الرسومات النقطية	الرسومات المتجهة
١. أفضل طريقة لإنشاء صورة غنية و مُفصلة .	١. تحافظ على جودتها مع التكبير أو التصغير .
٢. لا يُمكن تغيير الحجم مع الحفاظ على الجودة .	٢. أكثر مرونة و يمكن تغيير حجمها بسهولة .
٣. إمكانية إنشاء الصور بتأثيرات مختلفة مع مزج الألوان .	٣. تعبأ بلون واحد أو بتدرّج لوني .
٤. حجم الملفات كبير نسبياً .	٤. حجم الملفات ذات الأبعاد الكبيرة صغير .
٥. عملية تحويلها إلى رسومات متجهة يستغرق وقتاً طويلاً .	٥. يمكن تحويلها إلى رسومات نقطية بسهولة .
٦. امتداد الملفات: (jpg – png – tif – bmp – sd)	٦. امتداد الملفات : (ai – cdr – svg – esp – pdf)

ورقة عمل للدرس الثاني : تصميم ملصق إعلاني Design a poster لمادة : تقنية رقمية ٢-٢

اسم الطالب : ..... الصف : ثاني ثانوي ( )

السؤال الأول : ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة ، و علامة (✗) أمام العلامة الخاطئة فيما يأتي :

١. تُستخدم الملصقات بشكل أساسي في المعارض و المؤتمرات (✓)

٢. في برنامج إنكسكيب عند حفظ الملف فإن البرنامج يقوم بإنشاء ملف غير قابل للتعديل (✗)

٣. يُمكننا فتح الملفات بامتداد SVG باستخدام المتصفحات مثل : مايكروسوفت ايدج أو قوقل كروم (✓)

السؤال الثاني : اختر الإجابة الصحيحة من بين العبارات فيما يأتي :

١. ملف رسومات نصي يوضّح الصور مع النص و الأشكال المتجهة و الرسومات النقطية المُضمنة :

أ- svg ب- jpg ج- png

٢. سلسلة من منحنيات بيزيز يتم تحديدها بأربع نقاط اثنتان للنقاط الطرفية و اثنتان لنقاط التحكّم :

أ- الممرات ب- المسارات ج- الزوايا

السؤال الثالث : أكمل الفراغات التالية :

١. تُصنف الملصقات الإعلانية إلى ملصقات ترويجية و ملصقات إعلانية .

٢. امتداد ملفات برنامج إنكسكيب هو SVG و يعني رسومات متجهة قابلة لتغيير الحجم .

٣. لكي نتعامل بسهولة مع الأشكال و المضلعات يتم تحويلها إلى مسارات .

ورقة عمل للدرس الثالث : الإعلانات المتحركة — لمادة : تقنية رقمية ٢-٢

اسم الطالب : ..... الصف : ثاني ثانوي ( )

السؤال الأول : ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة ، و علامة (✗) أمام العلامة الخاطئة فيما يأتي :

١. أصبحت اللافتة الإلكترونية المتحركة في الحملات الإعلانية في مواقع الإنترنت حتى أصبحت جزءاً من تصميمها (✓)

٢. تم إصدار برنامج إن ديزاين InDesign في عام ١٩٩٩م عبر شركة مايكروسوفت (✗)

السؤال الثاني : اختر الإجابة الصحيحة من بين العبارات فيما يأتي :

١. عبارة عن إعلان يتم إيصاله من خلال خادم إعلانات عبر الشبكة العنكبوتية العالمية و يحتوي على مجموعة من الصور المتحركة :

أ- اللافتة المطبوعة ب- اللافتة الإلكترونية المتحركة ج- اللافتة الرقمية

٢. برنامج لإنشاء رسوم متحركة باستخدام مميزات مختلفة تُتيح عمل كل ما يمكن أن تخيله من الرسومات المتحركة :

أ- جيمب ب- أدوبي فوتوشوب ج- أنيمي استوديو

السؤال الثالث : أكمل الفراغات التالية :

١. في تصميم الرسومات تُعتبر الطبقات هي المستويات المختلفة التي يُمكن فيها وضع عنصر أو ملف صورة .

٢. عند إنشاء الرسوم المتحركة لا يجب أن يتحرك الشعار بسرعة فيجب ضبط التأخير عند التصدير النهائي للعمل .

السؤال الرابع : اذكر ترتيب الطبقات المُستخدمة في الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي GIF ؟

١. الطبقة الصغيرة Small .

٢. الطبقة المتوسطة Medium .

٣. الطبقة الكبيرة Large .

٤. الطبقة الكبيرة جداً Extra Large .

ورقة عمل لأسئلة الوحدة الأولى (التصميم الرسومي) : اختبر نفسك لمادة : تقنية رقمية ٢-٢

اسم الطالب : ..... الصف : ثاني ثانوي ( )

السؤال الأول : ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة ، و علامة (✗) أمام العلامة الخاطئة فيما يأتي :

١. يُعد التصميم الرسومي ابتكاراً احترافياً للتسويق (✓)
٢. باستخدام أدوات التصميم الرسومي ، يُمكن إنشاء شعارات فقط (✗)
٣. التسويق هو عملية تطوير المنتجات و الإعلانات ، من أجل جذب العملاء المحتملين (✓)
٤. يُعد الإعلان اتصال ثنائي الاتجاه بين المُرسل و العميل ، و يتم التعبير عنه فقط بالوسائل الرقمية (✗)
٥. الهدف من الإعلان هو إقناع المستهلكين المحتملين بشراء منتج معين (✓)
٦. أدى التطور في عملية التصميم إلى وجود عملية معقدة تشمل الدمج بين التقنيات التقليدية و الرقمية (✓)
٧. يُستخدم الشعار بشكل أساسي في المعارض وتنبع أهميته لإبرازه الأعمال الخاصة في المعارض و المؤتمرات (✗)
٨. الملصق الإعلاني هو علامة رسومية أو رمز يُستخدم للمساعدة في التعريف و الترويج لهوية الشركة و تميّزها (✗)
٩. امتداد SVG يعتبر ملف رسومات نصي يُوضح الصور مع النص والأشكال المتجهة والرسومات النقطية المضمنة (✓)
١٠. في الرسومات المُستندة إلى المتجهات ، يتم مزج ألوان الصورة بسلاسة (✗)
١١. تستخدم الرسومات المُستندة إلى البيانات النقطية لوناً واحداً أو تدرجاً واحداً فقط (✗)

السؤال الثاني : اختر الإجابة الصحيحة من بين العبارات فيما يأتي :

١. اختيار عنوان جيد للإعلان الفعّال يجب :	أن يُشجع المتلقي على الرد على الرسالة	○
	تضمينه في إعلاناتك مما يسمح لعملائك باستكشاف الشركة والحصول على التفاصيل حول منتجاتها	○
	أن يُثير الفضول ويدعو لاستكشاف المزيد من المعلومات بخصوص المُنتج او الخدمة	○
٢. تتضمن وسائل الإعلان المطبوعة :	الصحف والمجلات والمنشورات الورقية والكتيبات واللوحات الإعلانية واللافتات المنشورة و غيرها	○
	رسائل البريد الإلكتروني و إعلانات الشبكات الاجتماعية و المواقع الإلكترونية و المدونات	○
	الرسائل القصيرة و التطبيقات و مجموعات الدردشة على وسائل التواصل الاجتماعي و غيرها	○
٣. تصميم تغليف المُنتج :	يُستخدم في التسويق من خلال استخدام الصور و الأشكال والألوان التي تُبرز هوية الشركة	○
	يتطلب عناصر مثل الملصقات و المغلفات التي يتم إنشاؤها من خلال عمليات التصميم	○
	يجمع بين مجموعة متنوعة من عناصر التصميم مثل : التخطيط و الصور و الطباعة	○
٤. التباين كمبدأ في التصميم الرسومي :	يُؤكد على جوانب معينة من التصميم لتسليط الضوء على الاختلافات بين عناصر التصميم	○
	يقوم بمحاذاة عناصر التصميم الرسومي إلى الأعلى أو الأسفل أو المنتصف لإنشاء اتصال مرئي بينها	○
	يُحقق التوازن البصري بين الأشكال والخطوط و العناصر الأخرى بطريقة تماثلية أو غير تماثلية	○
٥. تصميم تجربة المُستخدم :	يُركز على توقع ما يجب على المستخدمين فعله عن استخدامهم لموقع إلكتروني ، والتأكد من أن الواجهة تحتوي على العناصر التي تجعل استخدام وظائف الموقع الإلكتروني مُمكنة	○
	يتعلق بالتعامل مع العناصر التفاعلية للتصميم الأمر الذي يتطلب فهماً جيداً لاحتياجات المستخدمين	○
	يتضمن أمثلة منها متجر إلكتروني ذو تصميم هيكلي سهل الاستخدام يستطيع العملاء قضاء وقت طويل في التصفّح بسبب تحقيق التوازن و التسلسل البصري	○

ملاحظة هامة : ورقة العمل هذه لا تغني عن الكتاب الإلكتروني و يمكن الاطلاع على صفحات الدرس من خلال المسح على رمز الاستجابة السريع التالي

ورقة عمل للدرس الأول : مفهوم التسويق الإلكتروني — لمادة : تقنية رقمية ٢-٢

اسم الطالب : ..... الصف : ثاني ثانوي ( )

السؤال الأول : اكتب رقم نوع التسويق الإلكتروني من العمود (أ) أمام العبارة المناسبة من العمود (ب) فيما يأتي :

العمود (أ)		العمود (ب)
١. التسويق بالمقالات	(٥)	استخدام المدونات في الإعلان عن المتجر أو الخدمة المطلوب تسويقها
٢. التسويق بالعمولة	(٧)	يتضمن الترويج عن طريق زيادة الظهور في محركات البحث وجذب حركة مرورية مؤهلة للموقع
٣. التسويق عن طريق الفيديو	(١)	نوع من الإعلانات تقوم فيه الشركات بكتابة و نشر مقالات قصيرة في الصحف والمجلات و غيرها
٤. التسويق بالبريد الإلكتروني	(٦)	استخدام منصات التواصل الاجتماعي للترويج لمنتج أو خدمة أو علامة تجارية
٥. التسويق عبر المدونات	(٢)	يقوم على إرسال الزوار أو العملاء إلى المتجر الإلكتروني من خلال أفراد أو شركات تتقاضى عمولة
٦. التسويق بالتواصل الاجتماعي	(٤)	يتم من خلال إرسال رسالة تجارية إلى مجموعة من الأشخاص باستخدام البريد الإلكتروني
٧. التسويق عبر محركات البحث	(٣)	استخدام مقاطع الفيديو للترويج لمنتج أو خدمة لزيادة التفاعل على القنوات الرقمية والاجتماعية

السؤال الثاني : ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة ، و علامة (✗) أمام العلامة الخاطئة فيما يأتي :

١. تُعد وسائل التواصل الاجتماعي أداة قوية للتسويق الإلكتروني (✓)
٢. التسويق الإلكتروني من خلال تطبيق انستغرام مناسب جداً للشركات الصغيرة و لكنه غير مناسب للشركات الكبيرة (✗)
٣. في الاستراتيجية المخفيّة يُدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يُشاهد إعلانات أو محتوى لعلامة تجارية (✗)
٤. يُحظر على أصحاب العمل نشر أي معلومات سرية للشركة على وسائل التواصل الاجتماعي (✓)
٥. الالتزامات القانونية خاصة بالتسويق التقليدي ، و ما يُميز التسويق الإلكتروني أنه لا يوجد ما يجب الالتزام به (✗)

السؤال الثالث : بيّن أهم المميزات و التحديات التي يواجهها التسويق الإلكتروني ؟

مميزات التسويق الإلكتروني	تحديات التسويق الإلكتروني
١. عائد الاستثمار أفضل من التقليدي بسبب زيادة المبيعات .	١. اعتماده بشكل كامل على التكنولوجيا و الانترنت .
٢. تقليل تكلفة التسويق ، حيث يتم ذلك من خلال الانترنت .	٢. قضايا الأمن و الخصوصية و الاحتيال الإلكتروني .
٣. الحصول على نتيجة سريعة للحملة التسويقية .	٣. الدخول في منافسة عالمية مع مقدمي المنتجات أو الخدمات .
٤. مراقبة وإدارة الحملة التسويقية باستخدام أدوات خاصة .	٤. زيادة المنافسة في الأسعار بسبب الشفافية العالية .

ملاحظة هامة : ورقة العمل هذه لا تغني عن الكتاب الإلكتروني و يمكن الاطلاع على صفحات الدرس من خلال المسح على رمز الاستجابة السريع التالي

السؤال الرابع : اختر الإجابة الصحيحة من بين العبارات فيما يأتي :

١. أداة تسويق محتوى ممتازة لتقوية العلاقات مع العملاء يتم من خلالها اطلاعهم على منتجات الشركة والخدمات التي تُقدمها :

أ- قنوات اليوتيوب | ب- الرسائل الإخبارية | ج- المدونات الصوتية

٢. عروض رسومية عالية الوضوح خاصة بالبيانات ، من الشائع نشرها على منصات التواصل الاجتماعي مثل بنترست و انستغرام :

أ- مخططات المعلومات الرسومية | ب- منصات التواصل الاجتماعي | ج- منشورات المدونة

السؤال الخامس : أكمل الفراغات التالية :

١. التسويق الإلكتروني هو : عملية تسويق مُنتج أو خدمة باستخدام أشكال مُختلفة عبر الوسائط الإلكترونية على رأسها الانترنت .

٢. من الأسماء الأخرى للتسويق الإلكتروني : التسويق عبر الانترنت أو التسويق الشبكي أو التسويق الرقمي .

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

٤. تُعد تحليلات جوجل Google Analytics و أليكسا Alexa الأداتان الأكثر شيوعاً للتحقّق من تحليلات الموقع الإلكتروني .

٥. وورد بريس WordPress أحد أنظمة إدارة المحتوى مفتوحة المصدر يُمكّن مالكي المتاجر من إنشاء موقع ثم تحويله إلى متجر عبر الانترنت .

٦. يوجد نوعان من استراتيجيات النشر بمقاطع الفيديو لمنتج هما : الاستراتيجية الظاهرة و الاستراتيجية المخفيّة.

السؤال السادس : عدّد خطوات التواجد الفعّال على الشبكة العنكبوتية ؟

١. تحديد الأهداف	٢. إنشاء الموقع الإلكتروني المُناسب
٣. استخدام وسائل التواصل الإجتماعي	٤. تكوين علاقات مع عملائك
٥. الاستمرار في تحسين استخدام التحليلات	

السؤال السابع : ما هي العناصر الخمس الأساسية لتصميم الموقع الإلكتروني ؟

١. المحتوى	٢. سهولة الاستخدام
٣. الشكل الجمالي	٤. وضوح الرؤية
٥. التفاعل	

السؤال الثامن : يتميّز الحساب الاحترافي في انستغرام عن الحساب الشخصي بعدة مزايا ، اذكرها ؟

١. رؤى انستغرام Instagram Insights	٢. تعزيز المنشور Boost Post
٣. زر الاتصال Contact Button	٤. التسوّق عبر انستغرام Instagram Shopping

ورقة عمل للدرس الثاني : التسويق عبر البريد الإلكتروني

لمادة : تقنية رقمية ٢-٢

اسم الطالب : ..... الصف : ثاني ثانوي ( )

السؤال الأول : ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة ، و علامة (✗) أمام العلامة الخاطئة فيما يأتي :

١. تُساعد استراتيجية التسويق عبر البريد الإلكتروني في زيادة المبيعات و بناء مجتمع حول العلامة التجارية (✓)

٢. إذا كنت مبتدئاً في عملية التصميم فيمكنك استخدام مُحرّر لغة ترميز النص التشعبي HTML (✗)

٣. يُمكن من خلال استخدام مُحرّر السحب و الإفلات إنشاء حملات تسويقية احترافية بسهولة (✓)

السؤال الثاني : اختر الإجابة الصحيحة من بين العبارات فيما يأتي :

١. وسيلة تسويق مباشرة تُتيح للشركات مشاركة المنتجات الجديدة والمبيعات والتحديثات من خلال قائمة اتصال خاصة بها :

أ- التسويق عبر البريد الإلكتروني ب- التسويق عبر الواتساب ج- التسويق عبر المنشورات

٢. تطبيق رقمي لإدارة و إنشاء و تنسيق و تحرير و نشر المحتوى على الانترنت :

أ- نظام إدارة الموقع ب- نظام إدارة التسويق ج- نظام إدارة المُحتوى

٣. إذا كانت ميزانيتك محدودة فعليك استخدام منصات تسويق تقدم أسعاراً رخيصة مثل منصة :

أ- ميل جيت ب- سيند إن بلو ج- كونستانت كونتاكت

السؤال الثالث : أكمل الفراغات التالية :

١. من مميزات التسويق عبر البريد الإلكتروني أن تكلفته مقبولة و يسهل قياس نتائجه .

٢. يُمكن استخدام تطبيق جداول بيانات جوجل Google Sheets لإدخال جهات الاتصال الخاصة ثم تصديرها كملف بصيغة CSV .

٣. توجد العديد من منصات التسويق عبر البريد الإلكتروني مثل : سيند إن بلو و ميل تشيمب و ميل جيت .

السؤال الرابع : عدّد أنواع رسائل البريد الإلكتروني التسويقية ؟

١. رسائل ترويجية Promotional	٢. رسائل خاصة بالمعلومات Informational
٣. رسائل خاصة بالإعلانات Announcements	٤. رسائل خاصة بإعادة المُشاركة Re-engagement

السؤال الخامس : ما هي محددات اختيار منصة التسويق المناسبة ؟

١. الميزانية	٢. أنواع رسائل البريد الإلكتروني
٣. التصميم	٤. رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بالمعاملات

ملاحظة هامة : ورقة العمل هذه لا تغني عن الكتاب الإلكتروني و يمكن الاطلاع على صفحات الدرس من خلال المسح على رمز الاستجابة السريع التالي

ورقة عمل لأسئلة الوحدة الثانية (التسويق الإلكتروني) : اختبر نفسك مادة : تقنية رقمية ٢-٢

اسم الطالب : ..... الصف : ثاني ثانوي ( )

السؤال الأول : ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة ، و علامة (✗) أمام العلامة الخاطئة فيما يأتي :

١. التسويق الإلكتروني هو عملية تسويق مُنتج باستخدام الإنترنت عبر الوسائط الإلكترونية (✓)

٢. يتضمن التواجد على المواقع الإلكتروني تطبيق قواعد للمسؤولين الاقتصاديين من أجل جعل الموقع أكثر سهولة للعملاء (✓)

٣. يُساعد التواجد على الشبكة العنكبوتية الشركات و المؤسسات للتأكد من أن موقعها يحتل مرتبة عالية في محركات البحث (✓)

٤. لا يجب على الشركات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأن بعض المعلومات الحساسة يُمكن سرقتها (✗)

٥. يُتيح فيسبوك وانستغرام للمُستخدمين اتصالاً إلكترونياً لعرض المحتوى كالمعلومات الشخصية والمستندات والفيديو والصور (✓)

٦. في الاستراتيجية المخفية يُدرك المشاهد منذ البداية أنه يُشاهد إعلانات أو محتوى لعلامة تجارية لكنه لا يستطيع فهمها (✗)

٧. تتّبع معظم الشركات سياسة لقواعد السلوك لموظفيها الالتزام بها وينطبق الأمر على وسائل التواصل الاجتماعي كذلك (✓)

٨. يُستخدم بعض المؤثرين منصة انستغرام للتمكّن من إقناع الآخرين بحكم مصداقيتها و الثقة الممنوحة لهم (✓)

٩. هناك التزامات قانونية يجب مراعاتها في عملية التسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية (✓)

١٠. التسويق عبر البريد الإلكتروني وسيلة تسويق مباشرة تُتيح للشركات مشاركة المنتجات الجديدة والمبيعات والتحديث مع العملاء (✓)

السؤال الثاني : اختر الإجابة الصحيحة من بين العبارات فيما يأتي :

١. يُمكنك من خلال البريد الإلكتروني الخاص بالمعاملات استخدام المنصة الأفضل :	ميل تشيمب (Mailchimp)	○
	سينديبلو (Sendinblue)	○
	اتش تي ام ال (HTML)	○
٢. تتمثل تحديات التسويق الإلكتروني في :	كلما ارتفعت المبيعات ، ارتفع عائد الاستثمار	○
	استهداف العملاء المناسبين يُمكن أن يُؤثر على الحملة التسويقية	○
	قطع الاتصال بالانترنت يجعل خطتك التسويقية في حالة راحة	○
٣. تتمثل مميزات التسويق الإلكتروني في :	أن الشفافية الأعلى في الأسعار تؤدي إلى زيادة المنافسة السعرية	○
	إمكانية مراقبة الحملة التسويقية من خلال أدوات تُحلل عدد الضغطات على الإعلان وبيانات العملاء	○
	حدوث منافسة عالمية بين البائع و مزودي المنتجات أو الخدمات في جميع أنحاء العالم	○
٤. التسويق بالعمولة :	يعتمد على فكرة الاقتراح على العملاء لزيارة متجر إلكتروني مُعيّن و يتم الدفع مقابل اقتراحاتك	○
	يُستخدم لترويج المواقع الإلكترونية بزيادة ظهورها في محركات البحث وجذب حركة مرور إلى الموقع	○
	يُستخدم للإعلان عن المُنتج من خلال مراجعة مدونة	○
٥. تُساعد 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 و تمييزها عن غيرها في مجال الصناعة	○

ملاحظة هامة : ورقة العمل هذه لا تغني عن الكتاب الإلكتروني و يمكن الاطلاع على صفحات الدرس من خلال المسح على رمز الاستجابة السريع التالي

ورقة عمل للدرس الأول : التصميم المُستجيب للمواقع الإلكترونية لمادة : تقنية رقمية ٢-٢

اسم الطالب : ..... الصف : ثاني ثانوي ( )

السؤال الأول : اكتب رقم العبارة من العمود (أ) أمام ما يناسبه من العمود (ب) فيما يأتي :

العمود (أ)		العمود (ب)
١. الموقع الإلكتروني المُستجيب	(٤)	وظيفة إضافية تُتيح لك قياس المسافات في الصفحة الإلكترونية بالبيكسل
٢. المُحددات	(٣)	خاصية في صفحات التنسيق النمطية CSS تُستخدم فقط عند استيفاء شرط مُحدد
٣. استعلام الوسائط	(١)	من أساليب التصميم و التطوير التي يستجيب فيها الموقع لسلوك المُستخدم وخصائص جهازه
٤. المساطر Rulers		

السؤال الثاني : ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة ، و علامة (✗) أمام العلامة الخاطئة فيما يأتي :

١. عند تصميم الصفحات الإلكترونية المُستجيبة يمكننا استخدام النسب المئوية للصورة بدلاً من متغيرات العرض الثابتة (✓)

٢. يتكيف الموقع الإلكتروني التقليدي مع المتصفحات المختلفة في الأجهزة الذكية بغض النظر عن حجم شاشة الجهاز (✗)

٣. لتحقيق الاستجابة في تصميم الموقع الإلكتروني يُضبط العرض Width في الصفحة الإلكترونية المعروضة بنسبة 100% (✗)

السؤال الثالث : أكمل الفراغات التالية :

١. عند تصميم الصفحات الإلكترونية المُستجيبة فإنك تستخدم إحداثيات X و Y على شبكة تخطيطية .

٢. لإنشاء مخطط ديناميكي أو مُستجيب يجب عليك إضافة إطار العرض ميتا مع استعلامات الوسائط في وسم <Meta> .

٣. بدون إطار العرض ميتا ، تعرض متصفحات الهواتف الذكية الصفحات الإلكترونية بعرض قياسي لشاشة الحاسب المكتبي .

٤. يُمكن اختبار مظهر الموقع على الأجهزة المُختلفة باستخدام محاكاة الجهاز في مايكروسوفت إيدج .

السؤال الرابع : ما هي مزايا الموقع الإلكتروني المُستجيب Responsive Website ؟

١. تحسين تجربة المُستخدم	٢. سهولة التحديث
٣. توفير المال	



ملاحظة هامة : ورقة العمل هذه لا تغني عن الكتاب الإلكتروني و يمكن الاطلاع على صفحات الدرس من خلال المسح على رمز الاستجابة السريع التالي

ورقة عمل للدرس الثاني : الموقع الإلكتروني التفاعلي — لمادة : تقنية رقمية ٢-٢

اسم الطالب : ..... الصف : ثاني ثانوي ( )

السؤال الأول : اكتب رقم الدالة من العمود (أ) أمام العمل الذي تقوم به من العمود (ب) فيما يأتي :

العمود (أ)		العمود (ب)
١. document.getElementByld	(٣)	تُستخدم لعرض مربع تنبيه يحتوي على رسالة نصية
٢. document.alert	(١)	تُستخدم لتحديد عنصر نصي مُحدد باستخدام المُعرف ID و تغييره
٣. windows.alert	(٤)	تُستخدم لعرض نص مُحدد في الصفحة الإلكترونية
٤. document.write		

السؤال الثاني : ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة ، و علامة (✗) أمام العلامة الخاطئة فيما يأتي :

١. بدون جافا سكريبت ستكون ٩٠٪ من الصفحات الإلكترونية ثابتة على الانترنت (✓)

٢. يمكننا جعل الصفحات الإلكترونية ديناميكية و تفاعلية باستخدام صفحات التنسيق النمطية CSS (✗)

٣. عند إنشاء برنامج نصي بلغة جافا سكريبت و حفظه ، يتم حفظ الملف بالامتداد HTML (✗)

السؤال الثالث : أكمل الفراغات التالية :

١. لغة جافا سكريبت هي : لغة برمجة عالية المُستوى تُستخدم لجعل صفحات لغة ترميز النص التشعبي HTML أكثر ديناميكية و تفاعلية .

٢. في جافا سكريبت يُكتب المقطع البرمجي بين الوسمين <script> و </script> .

٣. يُمكن استخدام لغة HTML لإنشاء زر يُمكن الضغط عليه باستخدام الوسم <button> .

٤. القيمة النسبية relative هي : موضع عنصر عندما لا تتبعه سمات تحديد الموضع (أعلى – أسفل – يسار – يمين) .

٥. تعمل محركات البحث من خلال ثلاث وظائف رئيسية هي : الزحف Crawling و الفهرسة Indexing و الترتيب Ranking .

٦. يُعد العرض من جانب الخادم هو الخيار المُفضل لكبار المسؤولين الاقتصاديين لتحسين محركات البحث .

السؤال الرابع : لماذا نستخدم لغة جافا سكريبت JavaScript في تصميم الصفحات الإلكترونية ؟

١. عرض التاريخ و الوقت	٢. التحقّق من صحة مُدخلات المُستخدم
٣. عرض النوافذ المُنبثقة و مربعات الحوار	٤. القوائم المُنسدلة الديناميكية

ملاحظة هامة : ورقة العمل هذه لا تغني عن الكتاب الإلكتروني و يمكن الاطلاع على صفحات الدرس من خلال المسح على رمز الاستجابة السريع التالي

ورقة عمل للدرس الثالث : الرسائل الإخبارية الرقمية — لمادة : تقنية رقمية ٢-٢

اسم الطالب : ..... الصف : ثاني ثانوي ( )

السؤال الأول : ضع علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة ، و علامة (✗) أمام العلامة الخاطئة فيما يأتي :

١. الهدف من الرسائل الإخبارية الرقمية هو إعلام الجمهور من خلال رسالة البريد الإلكتروني الخاص بهم (✓)

٢. يُمكننا استخدام الجدول في لغة HTML لعرض البيانات بشكل تخطيطي مثل جدول البيانات (✗)

٣. من الممكن تصميم الجدول باستخدام لغة التصميم النمطية CSS (✓)

السؤال الثاني : أكمل الفراغات التالية :

١. عميل البريد الإلكتروني هو برنامج الحاسب الذي يستخدمه الجمهور لقراءة رسائل البريد الإلكتروني و إرسالها .

٢. يُعرّف جدول HTML باستخدام الوسمين <table> و </table>.

٣. في جدول HTML لإنشاء صف نستخدم الوسم <tr> ولإنشاء خلية نستخدم الوسم <td> .

السؤال الثالث : ما هي خطوات إنشاء الرسائل الإخبارية الرقمية ؟

١. تحديد محتوى الرسالة الإخبارية	٢. ضبط هيكل الرسالة الإخبارية
٣. إنشاء ملف HTML ووضع المحتوى الرئيس فيه	٤. اختبار مدى استجابة الرسالة الإخبارية على الهواتف الذكية

ورقة عمل لأسئلة الوحدة الثالثة (البرمجة المُتقدمة) : اختبر نفسك لمادة : تقنية رقمية ٢-٢

اسم الطالب : ..... الصف : ثاني ثانوي ( )

السؤال الأول : صل المقطع البرمجي في العمود الأول بالنتيجة المقابلة له في العمود الثاني :

العمود الأول		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 : مرحباً

`<script>`
`windows.alert ("انتبه!")`
`</script>`
		المُخرج : انتبه

`<p id="greeting_id">مرحباً</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" >`
		يُغير لون الخلفية إلى اللون الأزرق الفاتح عندما يكون عرض الجهاز 600 بكسل أو أقل

`<script>`
`document.write ("مرحباً")`
`</script>`
		يُغير عرض الصورة إلى 50% عندما يكون عرض الجهاز 700 بكسل أو أقل



ملاحظة هامة : ورقة العمل هذه لا تغني عن الكتاب الإلكتروني و يمكن الاطلاع على صفحات الدرس من خلال المسح على رمز الاستجابة السريع التالي

السؤال الثاني : هذا هو البرنامج اليومي لقناة رياضية ، حيث يُبث من الساعة 13:00 و حتى الساعة 23:00

التنس	13:00 – 15:00
كرة القدم	15:00 – 17:00
السباحة	17:00 – 19:00
الكرة الطائرة	19:00 – 23:00

أكمل المقطع البرمجي الخاص بالصفحة الإلكترونية للقناة الرياضية بما يلي :

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

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
<meta charset="UTF-8"/>
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
</head>
<body>
    <table>
    <tr style="background-color:yellow"; >
        <td>13.00-15.00</td>
        <td>التنس</td>
    </tr>
    <tr style="background-color:lightblue";>
            <td>15.00-17.00</td>
            <td>كرة القدم</td>
        </tr>
        <tr style="background-color:green";>
            <td>17.00-19.00</td>
            <td>السباحة</td>
        </tr>
        <tr style="background-color:red";>
            <td>19.00-23.00</td>
            <td>الكرة الطائرة</td>
        </tr>
    </table>
</body>
</html>
```

السؤال الثالث : أضف نمط CSS الداخلي الذي سيُغير أبعاد الصورة ليكون عرضها ٣٠٠ بكسل و ارتفاعها ٢٠٠ بكسل عندما يكون عرض الجهاز ٥٠٠ بكسل أو أقل .

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
<meta charset="UTF-8"/>
    <style>
    img {
        width: 150px;
        height: 100px;
    }
    @media screen and (max-width: 500px) {
    img {
        width: 300px;
        height: 200px;
    }
    </style>
</head>
<body>
    <h1>مرحباً بك في الصفحة الإلكترونية الخاصة بي.</h1>
    <p>هذه صفحة إلكترونية عن عدة هوايات.</p>
    <img src="picture.jpg">
</body>
</html>
```