

تم تحميل وعرض المادة من



موقع مادتي هو موقع تعليمي يعمل على مساعدة المعلمين والطلاب وأولياء الأمور في تقديم حلول الكتب المدرسية والاختبارات وشرح الدروس والملاحظات والتحضير وتوزيع المنهج لكل المراحل الدراسية بشكل واضح وسهل مجاناً بتصفح وعرض مباشر أونلاين وتحميل على موقع مادتي

حمل تطبيق مادتي ليصلك كل جديد



مراجعة التقنية الرقمية 2-2

الوحدة الأولى

الدرس الاول - التصميم الرسومي

- التصميم الرسومي :** يساعد على بناء وتطوير الشعارات والعلامات التجارية وتصميم الوسائل الإعلانية والمواد التسويقية الفعالة.
- التسويق :** عملية جذب العملاء المحتملين أو العلماء المهتمين بمنتج او خدمه معينه.
- الإعلان :** نوع من التواصل أحادي الاتجاه بين الشخص الذي يرسل المعلومات والشخص الذي يستقبل المعلومات.
- التصميم الرسومي:** استخدام مجموعة عناصر ودمجها لتوصيل الأفكار قد يكون رقمي او غير رقمي.

وسائل الاعلان

- مطبوعة :** يتضمن الصحف والمجلات والمنشورات الورقية.
- عبر الإنترنت :** تلقي الرسالة من خلال رسائل البريد الإلكتروني واعلانات الشبكة الاجتماعيه
- الأجهزة الذكية :** من خلال الرسائل القصيرة والتطبيقات ومجموعات الدردشة على وسائل التواصل الاجتماعي.

مواصفات الإعلان الفعال

- اختيار العنوان الجيد.
- طلب إجراء من المتلقي.
- إظهار مصداقية المنتج التركيز على ما يقدمه المنتج للمستهلك.
- تضمين المعلومات المناسبة البيانية.

انواع التصميم السومي

- الهوية البصرية :** صور واشكال والوان تبرز هوية الشركة.
- تسويق والاعلان :** يستخدم للترويج لمنتج او خدمه معينه.
- تصميم المنشورات :** عملية التصميم من أجل الطباعة.
- أدوات التغليف للمنتجات :** المنتجات المعدة للبيع.
- تصميم الحركة :** يتكون من رسوم تطبق عليها بعد تأثيرات الحركة.
- الويب :** يجمع بين مجموعه متنوعه من العناصر التصميم بهدف إنشاء صفحة سهله الاستخدام.

مبادئ التصميم الرسومي

- التوازن :** تحقيق التوازن البصري بين الأشكال والخطوط والعناصر الأخرى.
- المحاذاة :** يتم محاذاة جميع عناصر التصميم الرسومي الى جميع الاتجاهات وذلك لإنشاء اتصال مرئي بين تلك العناصر.
- التكرار :** عملية تكرار عنصر أو عدة عناصر في التصميم ترتبط معا لتعطي التصميم الاتساق المطلوب.
- القرب :** علاقه سحريه بين عناصر التصميم المختلفة من خلال تقليل المشتتات وزيادة فهم المشاهد للمغزى.
- التباين :** يؤكد على جوانب معينة من التصميم إبراز الاختلافات بين عناصر التصميم.

عناصر التصميم الرسومي

- الخط :** يكون منحنيًا أو مستقيماً أو سميكاً أو رقيقاً أو ثنائياً أو ثلاثي الأبعاد.
- الشكل :** منطقة محددة ثنائية الأبعاد يتم إنشاؤها بواسطة الخطوط.
- اللون :** له ثلاث خصائص أساسية(الصبغة - القيمة - التشبع).
- الطباعة :** فن ترتيب الخطوط.
- البنية :** نوعية السطح الملموسه.
- الحجم :** حجم العناصر في التصميم.
- الفراغ :** مناطق تركت خالية لضمان عدم التداخل العناصر أو التشويش على رسالة المحتوى.

اشكال التصميم الرسومي

تصميم تجربه المستخدم : تحسين تجربة المستخدم والتركيز على هيكلية ومنطقية عناصر التصميم تفاعل المستخدمين معها.
تصميم واجهه المستخدم : يتعلق بالعمل مع العناصر التفاعلية يتطلب فهما جيدا لاحتياجات المستخدمين.

برامج التصميم الرسومي

المدفوعة	المجانية
ادوبي فوتوشوب	جيبيللي
ادوبي ان ديزاين	جمب
كورل دور	جرافيت ديزاينر
ادوبي السيتريتور	فوتوسكيب
افانتي ديزاينر	فكتور
اكسرا ديزاينر برو	انكسكيب

الاختلاف بين الرسومات المتجهة و الرسومات النقطية:

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

الشعار : علامة رسومية او رمز يستخدم للمساعدة في التعريف والترويج لهوية الشركة وتمييزها.

انواع الشعارات

الشعار النصي : يحتوي على نص فقط.

شعار الحروف : فن صياغة الحروف.

الشعار التصميمي : يتكون من صورته متجهة تعمل كشعار للعلامة التجارية.

الشعار المدمج : يجمع بين النص والصور.

الوحدة الثانية

الدرس الأول - مفهوم التسويق الإلكتروني

التسويق الإلكتروني : عملية تسويق منتج أو خدمة باستخدام أشكال مختلفة عبر الوسائط الإلكترونية على رأسها الانترنت من الأسماء الأخرى للتسويق الإلكتروني التسويق عبر الانترنت والتسويق الشبكي والتسويق الرقمي.

مميزات التسويق الإلكتروني:

عائد الاستثمار أفضل بكثير من التسويق التقليدي بسبب زيادة إيرادات المبيعات.
تقليل تكلفة التسويق حيث يتم ذلك عبر الإنترنت. ويعتمد هذا الانخفاض في التكاليف في إلغاء النفقات المتعلقة بالطباعة. 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 تحليل عدد الضغوطات على الإعلان وبيانات العملاء.

تحديات التسويق الإلكتروني:

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.

صا

أنواع التسويق الإلكتروني

التسويق بالمقالات (Article Marketing) هو نوع من الإعلانات تقوم فيه الشركات بكتابة ونشر مقالات قصيرة في الصحف والمجلات الإلكترونية والمنشورات والمدونات ووسائل التواصل الاجتماعي وغيرها.
التسويق بالعمولة (Affiliate Marketing) يقوم على فكرة إرسال الزوار أو العملاء إلى المتجر الإلكتروني من خلال أفراد أو شركات أخرى تتقاضى عمولة عن جهودها في التسويق.
تسويق عن طريق الفيديو (Video Marketing) هو استخدام مقاطع الفيديو للترويج لمنتج أو خدمة وتسويقه؛ وذلك لزيادة التفاعل على القنوات الرقمية والاجتماعية.
التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing) يتم من خلال إرسال رسالة تجارية عادةً إلى مجموعة من الأشخاص باستخدام البريد الإلكتروني.
التسويق عبر المدونات (Blog Marketing) يتم استخدام المدونات في الإعلان عن المتجر أو المنتج أو الخدمة المطلوب تسويقها، ويقوم المدونون من خلال المدونة باستعراض تجربتهم للمنتج ونتائجها، وتركيز المنتج لمتابعيهم.
التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Marketing - SMM) هو استخدام منصات التواصل الاجتماعي للترويج لمنتج أو خدمة أو علامة تجارية، ويمكن للشركات التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي زيادة الوعي بعلامتها التجارية، وزيادة حركة المرور والمبيعات على موقعها الإلكتروني.
التسويق عبر محركات البحث (Search engine marketing - SEM) هو أحد أشكال التسويق الإلكتروني ويتضمن الترويج للمواقع الإلكترونية عن طريق زيادة ظهورها في محركات البحث، وجذب حركة مرور مؤهلة إلى الموقع. ويُعد الاستثمار في التسويق عبر محركات البحث طريقة رائعة لزيادة الوعي بالعلامة التجارية وزيادة المبيعات للشركة.

نصائح التسويق الإلكتروني

- إنشاء وتوفير موقع إلكتروني مستجيب.
- الاستثمار في التسويق عبر محركات البحث.
- استخدام الأدوات لتحديد استراتيجيات التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- إضافة وسائل التواصل الاجتماعي التركيز على تسويق المحتوى.
- التحقق دائما من تحليلات الموقع الإلكتروني.

الدفع عند النقر (PPC): نموذج للإعلان الرقمي حيث يدفع المعلن رسوما في كل مرة يتم فيها الضغط على أحد إعلاناته. **التواجد على الشبكة العنكبوتية:** التمثيل الرقمي للشركة أو العلامة التجارية. **الورد بريس (WordPress):** أحد أنظمة إدارة المحتوى مفتوح المصدر ويمكن مالكي المتاجر من انشاء موقع إلكتروني وتحريره ونشره ثم تحويله الى متجر عبر الإنترنت.

تستخدم غالبية مواقع التسوق الإلكترونية نظام إدارة المحتوى (CMS) وهو تطبيق لإدارة وانشاء وتنسيق وتحرير ونشر المحتوى.

أنواع المحتوى لزيادة حركة المرور والمشاركة

- منشورات المدونة : أكثر اشكال حملات تسويق المحتوى شيوعا في الوقت الحالي.
- ملفات pdf القابلة للتنزيل : محتوى مجاني قابل للمشاركة بشكل كبير.
- مخططات المعلومات الرسومية : عرض رسومي عالي الوضوح خاص بالبيانات، تحتوي (صور- وصف غني بالكلمات المفتاحية).
- الرسائل الإخبارية : أداة تسويق محتوى ممتاز لتقوية العلاقة مع العملاء الحاليين والمحتملين.
- المدونات الصوتية.
- منصات التواصل الاجتماعي : طريقه لبدء التفاعل مع الجمهور.
- قنوات اليوتيوب : من الطرق الشائعة للترويج لمنتج أو خدمه معينه.

خطوات التواجد الفعال على الشبكة العنكبوتية

1. تحديد الأهداف.
 2. انشاء المواقع الإلكترونية المناسبة للشركة.
 3. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
 4. تكوين علاقة مع العملاء.
 5. الاستمرار في تحسين استخدام التحليلات.
- من أجزاء الموقع الإلكتروني ويحتوي على أزرار قائمة الموقع (رأس الصفحة).
 - من أجزاء الموقع الإلكتروني ويحتوي على وصف الموقع (الجزء الرئيسي).
 - من أجزاء الموقع الإلكتروني ويحتوي على المقالات أو الصور (جزء المشاركة)
 - من أجزاء الموقع الإلكتروني ويحتوي على معلومات التواصل وروابط التواصل الاجتماعي الخاصة بالشركة (التذييل).

طرق الترويج لموقع إلكتروني: يعتمد على تحسين محركات البحث (SEO) لجذب المزيد من الزوار من خلال نتائج محركات البحث ويتضمن إجراء تغييرات معينة على تصميم الموقع ومحتواه مما يجعل المحتوى أكثر فعالية مع محرك البحث. **إنستغرام:** تطبيق تم تصميمه لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو من أجهزة الحاسب والهواتف الذكية والايباد ويعتبر نسخه مبسطه من فيسبوك ولكنه يركز على استخدام الهاتف الذكي من الجانب المرئي.

مميزات الحساب الاحترافي

- رؤية إنستغرام : تحليل حول أداء.
- تعزيز المنشورات : استخدام الإعلانات.
- زر الاتصال : اضافة معلومات الاتصال في ملف التعريف.
- التسوق عبر إنستغرام : استخدام أماكن المتاجر القابلة للتسوق.

إن المفتاح الرئيسي للحصول على مزيد من المشاهدات والاعجابات لمنتجك هو وجود أكبر عدد ممكن من المتابعين في القاعده الأساسية هي انه اذا كان لديك العديد من المتابعين يمكنك كسب المزيد من الاعجابات وهكذا يتم الترويج لمنتجك بشكل جيد.

التسويق واسع الانتشار: طريقة التسويق التي يتم من خلالها تشجيع المستهلكين على مشاركة المعلومات حول منتجات شركه او خدماتها عبر الانترنت.

آلية عمل حملات التسويق واسعة الانتشار:

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

يوجد **نوعان** من استراتيجيات النشر الخاصة بمقاطع الفيديو والترويج لمنتج أو علامة تجارية معينة

- 1- الاستراتيجية الظاهرة : يدرك المشاهد من اللحظة الأولى أنه يشاهد اعلانات او محتوى العلامة التجارية
- 2- الاستراتيجية المخفية : لا يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى انه يشاهد اعلانات او محتوى العلامة التجارية

المواطنة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي

- تتبع معظم الشركات سياسة لقواعد السلوك التي تتوقع من موظفيها الالتزام بها
- يجب على الشركة تحديد قوانين حقوق النشر والتأكد من معرفة الموظفين بوجود قيود قانونية كما يجب ان يكون الموظف قادر على استخدام شعار الشركة
- هناك التزامات قانونية يجب مراعاتها في عملية التسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية

الدرس الثاني - التسويق عبر البريد الإلكتروني

التسويق عبر البريد الإلكتروني : وسيلة تسويق مباشره تتيح للشركة مشاركة المنتجات الجديدة والمبيعات والتحديثات مع العملاء من خلال قائمة جهات الاتصال الخاصة بها.

أنواع رسائل البريد الإلكتروني التسويقية

- رسائل ترويجية
- رسائل خاصة بالمعلومات
- رسائل خاصة بالاعلانات
- رسائل خاصة بإعادة المشاركة

أهمية التسويق عبر الانترنت : يساعد في الوصول إلى العملاء المستهدفين والتواصل معهم وزيادة المبيعات بتكلفة مقبولة.

محددات اختيار منصة التسويق المناسبة	منصات التسويق عبر البريد الإلكتروني
الميزانية	سند سند ان بلو
أنواع رسائل البريد الإلكتروني	ميل تشيب
التصميم	كونستانت كونتاكت
رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بالمعاملات	كونفرت كيت
—	ميل جيت
—	ملير لايت
—	هيسبوت

الوحدة الثالثة

الدرس الأول - التصميم المستجيب للمواقع الإلكترونية

الموقع الإلكتروني المستجيب: هو أحد أساليب التصميم والتطوير التي يستخدم فيها الموقع لسلوك المستخدم وخصائص الجهاز الذي يستخدمه في تصفح هذا الموقع، وفق متغيرات عديدة مثل

- حجم الشاشة.
- نظام التشغيل.

مزايا الموقع الإلكتروني المستجيب

- تحسين تجربة المستخدم.
- سهولة التحديث.
- توفير المال.

إطار العرض: المنطقة المرئية للمستخدم من الصفحة الإلكترونية ويتم التحكم فيها باستخدام وسم <Meta>.

العرض: في الصفحة الإلكترونية يضبط وفقاً لعرض الجهاز.

مستوى التكبير: في الصفحة التي يتم تحميلها بواسطة المتصفح هو 100%.

(×-✓)

يمكنك اختبار مظهر الموقع على الاجهزه المختلفه باستخدام محاكاة الجهاز في (Device Emulation) مايكروسوفت إيدج.

استعلام الوسائط: هي خاصية في صفحات التنسيق النمطية (CSS) تستخدم فقط عند استيفاء شرط محدد.

الدرس الثاني - الموقع الإلكتروني التفاعلي

تقوم المواقع باستخدام جافا سكريبت لتطوير واطافة عناصر تفاعلية مثل:

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

☆ وذلك لجذب المستخدمين.

وتستخدم CSS لإعطاء البنية والنمط الصفحات الإلكترونية.

لغة (JS): لغة برمجة عالية المستوى تستخدم لجعل الصفحات أكثر ديناميكية وتفاعلية.

من خلالها نقوم بـ:

- تعديل محتوى الصفحة.
- تغيير خصائص المقطع البرمجي في الصفحة الإلكترونية.
- تغيير المقطع البرمجي (CSS) المستخدم في الصفحة الإلكترونية.

المقطع البرمجي الخاص ب (JS)

يمكنك كتابة مقطع برمجي جافا سكريبت

- داخلي ← قسم <head> و<body>.

- خارجي ← باستخدام امتداد "js" من خلال خاصية src.

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

ملف الجافا سكريبت.

عرض رسالة باستخدام لغة (JS)

1- دالة الكتابة في مستند : تعرض نص محدد في الصفحة الإلكترونية.

```
document.write("الرسالة");
```

2- دالة نافذة التنبيه : تعرض مربع يحتوي على رسالة نصية او للتأكد من ان المعلومات خاصه بالمستخدم.

```
window.alert("الرسالة");
```

3- دالة الحصول على عنصر من المعرف (ID) في مستند : تحديد عنصر نصي من خلال المعرف وتغييره إلى عنصر آخر.

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

4- إنشاء زر : باستخدام وسم <button> يمكننا من خلاله تشغيل وظيفة محددة

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

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

تضاف الدالة هنا.

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

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

قائمة همبرغر: عبارة عن أيقونة من ثلاثة أسطر عند الضغط عليها تفتح مجموعة من الخيارات.

تحسين محركات البحث

هي الإجراءات التي تحتاجها في هيكلية وترتيب المحتوى الإلكتروني من أجل :

- رفع تصنيف الموقع
- زيادة عدد الزائرين

وذلك من خلال استخدام الكلمات المفتاحية المتعلقة بالمحتوى وليس عن طريق الاعلانات المدفوعة.

تقنيات التحسين :

- 1- تحسين العناوين الرئيسية.
- 2- اختيار الصور بأحجام مناسبة.
- 3- تشغيل أدوات تتبع معدل الحركة.

الزحف : عملية الاكتشاف بالاستعانة بفريق الروبوتات للعثور على محتوى جديد وحديث يتم اكتشافه عن طريق الروابط.

الفهرسة : عملية تخزين وتنظيم المحتوى الموجود اثناء عملية الزحف.

الترتيب : عملية الترتيب نتائج البحث من الأكثر صلة على الأقل صلة بموضوع الاستعلامات.

العرض : عليه يجب ان يمر بها الجهاز او متصفح جهاز اخر من اجل جلب الصفحة الالكترونية للمستخدم.

طرق العرض

- 1- من جانب العميل : الخيار الأقل ملائمة لتحسين محركات البحث (CSR) يعرض العميل محتوى الصفحة الالكترونية بدلا من تجميع الصفحه على الخادم.
- 2- العرض من جانب الخادم : الخيار الأفضل يتم فيه عرض الصفحة بأكملها بواسطة الخادم.

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

الدرس الثالث - الرسائل الإخبارية الرقمية

الرسائل الإخبارية الرقمية : إعلام الجمهور من خلال رسالة بريد إلكتروني تعرض داخل عميل البريد الإلكتروني الخاصة به.
البريد الإلكتروني : برنامج الحاسب الذي يستخدمه الجمهور لقراءة رسائل البريد الإلكتروني.

انتهت المراجعة : سوتها بهولة هزاي ادعوا لها