

التعليم الثانوي
نظام المسارات

السنة الثانية

2

الفصل الدراسي

دليل المعلم

2-2 التقنية الرقمية

قررت وزارة التعليم تدريس
هذا الكتاب وطبعه على نفقتها



المملكة العربية السعودية

التقنية الرقمية 2-2

دليل المعلم

التعليم الثانوي

نظام المسارات

السنة الثانية



٢ وزارة التعليم، ١٤٤٤ هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر
وزارة التعليم

دليل المعلم - التقنية الرقمية ٢ - ٢ - التعليم الثانوي - نظام
المسارات - السنة الثانية - الفصل الدراسي الثاني. / وزارة التعليم. -
الرياض، ١٤٤٤ هـ

١٠٩ ص؛ ٢١ x ٢٥.٥ سم

ردمك: ٤ - ٣٤٣ - ٥١١ - ٦٠٣ - ٩٧٨

١ - الحواسيب - تعليم ٢ - التعليم الثانوي - السعودية - كتب
دراسية أ.العنوان

١٤٤٤ / ٣٧٨٨

ديوي ٠٠٤،٠٧

رقم الإيداع : ١٤٤٤ / ٣٧٨٨

ردمك : ٤ - ٣٤٣ - ٥١١ - ٦٠٣ - ٩٧٨

www.moe.gov.sa

مواد إثنائية وداعمة على " منصة عين الإثنائية "



IEN.EDU.SA

تواصل بمقترحاتك لتطوير الكتاب المدرسي



FB.T4EDU.COM



وزارة التعليم

Ministry of Education

2022 - 1444

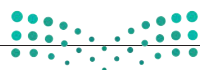
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الوحدة الأولى: التصميم الرسومي (Graphic Design)

8	وصف الوحدة
8	نواتج التعلم
9	المصادر والملفات والأدوات والأجهزة المطلوبة
11	الوحدة الأولى / الدرس الأول
11	التصميم الرسومي (Graphic Design)
11	وصف الدرس
11	نواتج التعلم
12	نقاط مهمة
12	التمهيد
13	خطوات تنفيذ الدرس
17	حل التدريبات
19	الوحدة الأولى / الدرس الثاني
19	تصميم ملصق إعلاني (Design a poster)
19	وصف الدرس
19	نواتج التعلم
20	نقاط مهمة
20	التمهيد
21	خطوات تنفيذ الدرس
24	حل التدريبات
26	الوحدة الأولى / الدرس الثالث
26	الإعلانات المتحركة
26	وصف الدرس
26	نواتج التعلم
26	نقاط مهمة

27	التمهيد
28	خطوات تنفيذ الدرس
31	حل التدريبات
32	الوحدة الثانية: التسويق الإلكتروني
32	وصف الوحدة
32	نواتج التعلم
33	المصادر والملفات والأدوات والأجهزة المطلوبة
34	الوحدة الثانية / الدرس الأول
34	مفهوم التسويق الإلكتروني
34	وصف الدرس
34	نواتج التعلم
35	نقاط مهمة
35	التمهيد
36	خطوات تنفيذ الدرس
39	حل التدريبات
42	الوحدة الثانية / الدرس الثاني
42	التسويق عبر البريد الإلكتروني
42	وصف الدرس
42	نواتج التعلم
43	نقاط مهمة
43	التمهيد
44	خطوات تنفيذ الدرس
47	حل التدريبات
49	الوحدة الثانية / الدرس الثالث
49	حملة التسويق عبر البريد الإلكتروني



84	الوحدة الثالثة / الدرس الثالث
84	الرسائل الإخبارية الرقمية (Digital Newsletter)
84	وصف الدرس
84	نواتج التعلم
84	نقاط مهمّة
85	التمهيد
86	خطوات تنفيذ الدرس
90	حل التدريبات
101	الإجابة عن أسئلة قسم "اختبر نفسك"

49	وصف الدرس
49	نواتج التعلم
50	نقاط مهمّة
50	التمهيد
51	خطوات تنفيذ الدرس
54	حل التدريبات

الوحدة الثالثة: البرمجة المتقدمة باستخدام

56 لغة ترميز النص التشعبي (HTML)

56	وصف الوحدة
57	المصادر والملفات والأدوات والأجهزة المطلوبة
59	الوحدة الثالثة / الدرس الأول
	التصميم المستجيب للمواقع الإلكترونية
59	(Responsive Web Design)
59	وصف الدرس
59	نواتج التعلم
60	نقاط مهمّة
60	التمهيد
61	خطوات تنفيذ الدرس
64	حل التدريبات

70 الوحدة الثالثة / الدرس الثاني

	المواقع الإلكترونية التفاعلية
70	(Interactive website)
70	وصف الدرس
70	نواتج التعلم
71	نقاط مهمّة
71	التمهيد
72	خطوات تنفيذ الدرس
75	حل التدريبات



عدد الساعات الدراسية لكل درس للصف الثاني الثانوي (الفصل الدراسي الثاني)

عدد الحصص الدراسية	الوحدة الأولى: التصميم الرسومي (Graphic Design)
3	الدرس الأول: التصميم الرسومي (Graphic Design)
3	الدرس الثاني: تصميم ملصق إعلاني (Design a poster)
3	الدرس الثالث: الإعلانات المتحركة
3	مشروع الوحدة
12	إجمالي عدد حصص الوحدة الأولى
	الوحدة الثانية: التسويق الإلكتروني
2	الدرس الأول: مفهوم التسويق الإلكتروني
2	الدرس الثاني: التسويق عبر البريد الإلكتروني
3	الدرس الثالث: حملة التسويق عبر البريد الإلكتروني
2	مشروع الوحدة
9	إجمالي عدد حصص الوحدة الثانية
	الوحدة الثالثة: البرمجة المتقدمة باستخدام لغة ترميز النص التشعبي (HTML)
3	الدرس الأول: التصميم المستجيب للمواقع الإلكترونية (Responsive Web Design)
3	الدرس الثاني: الموقع الإلكتروني التفاعلي (Interactive website)
3	الدرس الثالث: الرسائل الإخبارية الرقمية (Digital Newsletter)
2	مشروع الوحدة
11	إجمالي عدد حصص الوحدة الثالثة
1	اختبر نفسك
33	إجمالي عدد حصص جميع الوحدات

الوحدة الأولى

التصميم الرسومي (Graphic Design)



وصف الوحدة

عزيزي المعلم

الهدف العام من الوحدة أن يتعلم الطلبة كيفية إنشاء حملة تسويقية ناجحة لترويج منتج أو خدمة معينة، وتطوير مهاراتهم في التصميم الرسومي باستخدام برامج التصميم، وتصميم شعار لحملة الترويج، وملصق إعلاني، وإعلان متحرك تبرز فيه أهم المعلومات اللازمة للترويج لهذا المنتج أو الخدمة.



نواتج التعلم

< التعرف على المفهوم الأساسي للإعلان.

< تمييز المبادئ الأساسية للتصميم الرسومي.

< تمييز عناصر التصميم الرسومي.

< التمييز بين الرسومات المتجهة والرسومات النقطية.

< إنشاء شعار باستخدام برنامج إنكسكيب.

< إنشاء ملصق باستخدام برنامج إنكسكيب.

< إنشاء الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي (GIF) باستخدام برنامج جمب.



وزارة التعليم

Ministry of Education

2022 - 1444

الدروس	
عدد الحصص الدراسية	الوحدة الأولى: التصميم الرسومي (Graphic Design)
3	الدرس الأول: التصميم الرسومي (Graphic Design)
3	الدرس الثاني: تصميم ملصق إعلاني (Design a poster)
3	الدرس الثالث: الإعلانات المتحركة
3	مشروع الوحدة
12	إجمالي عدد حصص الوحدة الأولى

المصادر والملفات والأدوات والأجهزة المطلوبة

المصادر



كتاب التقنية الرقمية 2-2

نظام المسارات

السنة الثانية



وزارة التعليم

Ministry of Education

2022 - 1444

يمكن للمعلم الوصول لهذه المستندات على منصة "عين" الإثرائية، ويمكن للطلبة الوصول إلى المستندات التي تظهر في كتاب الطالب، باستخدام الكتاب الرقمي الذي تم تحميله في منصة "عين" الإثرائية.

< ai.التمر

< png.التمور

< png.الشعار

< png.الشعار

< jpg.بدون عنوان

< png.صورة الموقع

< svg.الشعار

يمكنك الوصول للحلول أو الملفات النهائية للتدريبات على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

< svg_final.الشعار

< jpg_final.مهرجان التمور

< svg_final.مهرجان التمور

< jpg_final.Extra Large

< jpg_final.Large

< gif.Logo

< jpg_final.Medium

< jpg_final.Small

< svg_final.طبقات

< إنكسكيب (Inkscape)

< جمب (GIMP)

< صور مايكروسوفت (Microsoft Photos)



التصميم الرسومي (Graphic Design)

وصف الدرس

الهدف العام من الدرس هو التعرف على مفاهيم التسويق والإعلان (Advertising)، وكذلك التصميم الرسومي وأنواعه ومبادئه وعناصره وأشكاله وأدواته وبرامجه المختلفة، والتمييز بين الرسومات المتجهة والرسومات النقطية، والتعرف على أهمية وجود الشعار (Logo) في الإعلان.

نواتج التعلم

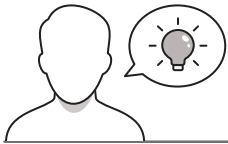
- < معرفة مفهومي التسويق والإعلان.
- < التمييز بين أنواع وسائل الإعلان.
- < توضيح مواصفات الإعلان الفعال.
- < معرفة مفهوم التصميم الرسومي وأنواعه.
- < تحديد مبادئ التصميم الرسومي وعناصره.
- < تمييز الاختلاف بين تصميم تجربة المستخدم، وتصميم واجهة المستخدم.
- < التعرف على برامج التصميم الرسومي المدفوعة والمجانية.
- < تمييز الاختلاف بين الرسومات المتجهة والرسومات النقطية.
- < معرفة أهمية وجود الشعار في الإعلان.
- < تمييز الاختلافات بين أنواع الشعارات.
- < تصميم شعار باستخدام برنامج إنكسكيب.

الدرس الأول



نقاط مهمّة

- < قد يخلط بعض الطلبة بين الرسومات المتجهة والرسومات النقطية. وضح لهم أن الرسومات المتجهة تحافظ على جودتها عند التكبير والتصغير، بخلاف الرسومات النقطية التي لا تحافظ على جودتها عند التكبير.
- < عند التطبيق في برنامج إنكسكيب (Inkscape)، قد يكون الخط العربي (Noto Kufi) الموضح في الشرح غير متوفر في جهاز الطالب، وجّه الطلبة لاختيار خط آخر من قائمة الخطوط.
- < قد يحفظ الطلبة أعمالهم بصيغ غير صيغة png؛ فيظهر الشعار بخلفية بيضاء. وضح لهم أهمية حفظ الصور بصيغة png؛ للحصول على شعار بخلفية شفافة.



التمهيد

- عزيزي المعلم، إليك بعض الاقتراحات التي يمكن أن تساعدك في تحضير الدرس والإعداد له، إضافة إلى بعض النصائح الخاصة بتنفيذ المهارات المطلوبة في الدرس:
- < يمكن للطلاب الوصول لمستندات هذا الدرس من خلال الكتاب الرقمي على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

• ai.التمر

- < يمكنك الوصول للحلول أو الملفات النهائية للتدريبات على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

• final_الشعار.svg

- < اجذب اهتمام الطلبة من خلال طرح الأسئلة التالية:

• ما آخر إعلان شاهدتموه؟ وماذا أعجبكم فيه؟

• ما مواصفات الإعلان الجيد من وجهة نظركم؟

• كيف يمكن تصميم الإعلان؟

• ما الخطوات التي تتبعها عندما ترغب بتسويق منتج أو خدمة؟





< بعد تقديمك للهدف من الدرس، بيّن للطلبة أهمية التصميم الرسومي (Graphic Design) في مجال التسويق، وجذب العملاء للمنتجات والخدمات.

< ناقشهم حول مفهوم التسويق، والعناصر الأساسية التي يجب على الشركات مراعاتها عند إنشاء الحملات التسويقية.

< بيّن لهم بعد ذلك مفهوم الإعلان، وأهميته، ودوره في عملية التسويق، وتأثيره على المستهلكين موضحاً وسائله المختلفة.

< وجّه الطلبة لحل التدريب الأول؛ وذلك لربط مفاهيم
الدرس بواقع حياتهم، والتحقق من فهمهم.

< قسّم الطلبة لمجموعات متكافئة، واطلب من كل مجموعة دراسة مواصفات الإعلان الفعّال، ثم ناقشهم حولها، وقدم التغذية الراجعة.

لنطبق معا

تدريب 1

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

< وضح لهم الخيارات المختلفة لكل عنصر من عناصر التصميم الرسومي، وكيفية توظيفها في التصميم.

[illegible]

٢٠ اطلب منهم المقارنة بين برامج وأدوات التصميم الرسومي، وتقديم فكرة عن كل أداة.

27

< بنفس التوزيع السابق للمجموعات، اطلب من كل مجموعة مناقشة الفرق بين أنواع الشعارات المختلفة وتقديم أمثلة لكل نوع.

18

< اشرح واجهة برنامج إنكسكيب والأشرطة المختلفة في صفحته الرئيسية (شريط الأوامر، وشريط التحكم بالأدوات، وشريط الالتقاط)، وكذلك صندوق الأدوات، ونوافذ الخصائص، ولوح الألوان.

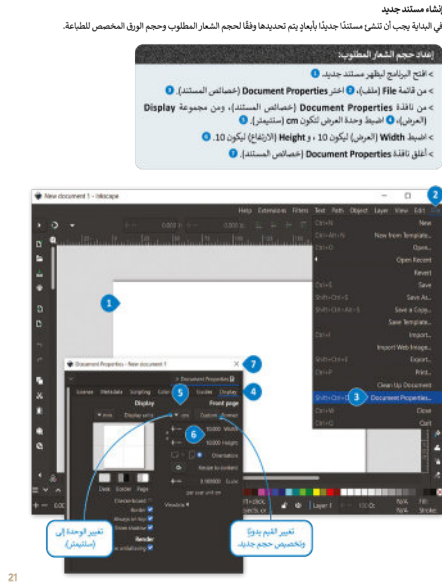
< أضف مستندًا جديدًا، مع تحديد أبعاده وفق الشعار المطلوب وحجم الورق المخصص للطباعة.

< أضف صورة الشعار من قائمة ملف (File)، ثم استيراد (Import)، ثم أضف النص المرتبط بالشعار.

< بعد ذلك، أضف التنسيقات اللازمة للصورة والنص، مع مراعاة أن يكون الشعار من النوع المتجه؛ للحفاظ على جودته عند التكبير والتصدير.

< في النهاية، صَدِّر الشعار كصورة، من قائمة ملف (File) ثم تصدير (Export).

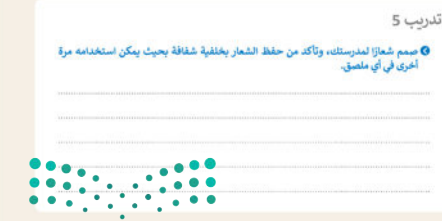
< وجّه الطلبة للبدء بالتطبيق العملي، وتصميم شعار مهرجان التمر، وتطبيق خطوات التصميم، والتنسيقات اللازمة لكل شعار.



< بعد انتهائهم، وجههم لأخذ جولة والاطلاع على تصاميم زملائهم، وتطوير أفكارهم في التصميم.

< وجّه الطلبة بعد ذلك لحل التدريب الثالث؛ لتوسيع التعلّم والتحقق من معرفتهم بالبرامج الأخرى للتصميم، والتدريب الرابع؛ لتمييز الفرق بين الرسومات المتجهة والرسومات النقطية.

< اطلب منهم حل التدريب الخامس في المنزل كمشروع لهذا الدرس.



لنطبق معًا

تدريب 1

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

الإعلانات في الصحف من أمثلة وسائل الإعلام المطبوعة، ومن أمثلة وسائل الإعلام عبر الإنترنت النشرات الإخبارية، ومن أمثلة وسائط الهواتف الذكية الإعلانات التي تظهر عند استخدام التطبيقات على الهاتف.

تدريب 2

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

من المواقع التي تهتم بواجهة المستخدم موقع **Dropbox**، والتي تهتم بتجربة المستخدم موقع **Duolingo**.

تدريب 3

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

يمكن أيضًا إنشاء شعار باستخدام **Adobe Illustrator** و **Vectr** و **Affinity Designer** لأنها تطبيقات مجانية لبرامج التصميم الرسومي مماثلة لبرنامج إنكسكيب.



تدريب 4

🔗 افتح برنامج إنكسكيب وفي مستند جديد، استورد الملفين "png.مهرجان التمور" و"ai.التمر" ثم كبر كلتا الصورتين. هل تلاحظ أي اختلافات؟ علّل إجابتك.

عند تكبير ملف Png (وهو من نوع صورة نقطية) تصبح الصورة منقطة فتفقد جودتها، أما ملف ai فعند تكبيره (وهو عبارة عن صورة متجهة) فإن الصورة لا تفقد جودتها ولا يتم تقطيعها.

تدريب 5

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

تلميح:

لتصميم الشعار، ذكّر الطلبة بالرجوع للخطوات التي تم شرحها بالكتاب عند الحاجة، وذكّرهم بتصدير الشعار كملف png حتى تكون الخلفية شفافة.



تصميم ملصق إعلاني (Design a poster)

وصف الدرس

الهدف العام من الدرس هو تصميم ملصق إعلاني باستخدام مبادئ التصميم الرسومي؛ للترويج لمهرجان التمر الذي سيقام في المملكة العربية السعودية.

نواتج التعلم

- < إدراج الصور في مستند الملصق الإعلاني وتنسيقها.
- < إدراج عنصر في مستند الملصق الإعلاني وتنسيقه.
- < تحويل العناصر إلى مسارات.
- < إنشاء منحنيات بيزير (Bezier Curves).
- < نسخ ولصق العناصر في برنامج إنكسكيب.
- < إضافة النصوص والعناوين في مستند الملصق الإعلاني وتنسيقها.
- < تصدير الملصق كصورة.

الدرس الثاني

عدد الحصص
الدراسية

الوحدة الأولى: التصميم الرسومي (Graphic Design)

3

الدرس الثاني: تصميم ملصق إعلاني (Design a poster)





نقاط مهمّة

- < قد يظن بعض الطلبة أن الملصقات الإعلانية خاصة بمنتج أو خدمة فقط، بيّن لهم استخدامها في الدعاية والتسويق للمهرجانات والفعاليات المختلفة.
- < قد يحاول بعض الطلبة إجراء تعديلات على عناصر التصميم، ولكن لا تظهر هذه التعديلات، بيّن لهم ضرورة تحديد العنصر الذي يرغبون بالتعديل عليه قبل إجراء التعديل.
- < قد يفقد بعض الطلبة عملهم بعد تصدير التصميم، وضح لهم أهمية حفظ ملف إنكسكيب للتعديل على التصميم لاحقًا.



التمهيد

- عزيزي المعلم، إليك بعض الاقتراحات التي يمكن أن تساعدك في تحضير الدرس، والإعداد له، إضافة إلى بعض النصائح الخاصة بتنفيذ المهارات المطلوبة في الدرس:
- < يمكن للطلاب الوصول لمستندات هذا الدرس من خلال الكتاب الرقمي على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

• التمرور.png

• الشعار.png

• بدون عنوان.jpg

• صورة الموقع.png

- < يمكنك الوصول للحلول أو الملفات النهائية للتدريبات على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

• مهرجان التمرور_final.jpg

• مهرجان التمرور_final.svg

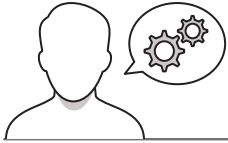


< اجذب اهتمام الطلبة من خلال طرح الأسئلة التالية:

• كيف يمكن التسويق للمهرجانات والفعاليات؟

• أين يمكن أن تجد الملصقات الإعلانية؟

• ما المعلومات التي يجب تضمينها في الملصقات الإعلانية للمهرجانات؟



خطوات تنفيذ الدرس

< بعد تقديمك للهدف من الدرس، ناقش الطلبة حول كيفية معرفتهم عن المهرجانات المختلفة: أين شاهدوا الإعلان، وما محتواه؟

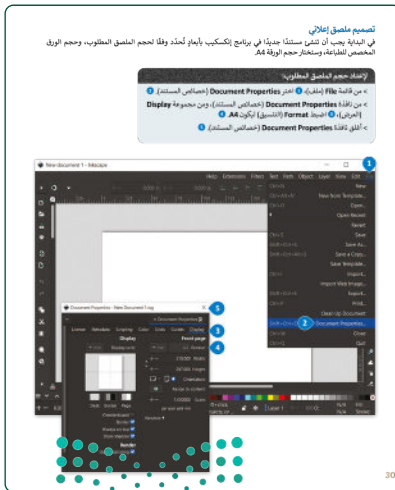
< باستخدام البيان العملي، طبق خطوات تصميم الملصق الإعلاني.

< افتح برنامج إنكسكيب، وأنشئ مستندًا جديدًا، ثم اضبط إعدادات حجم الملصق.

< وضح للطلبة كيفية إدراج صورة لخلفية الملصق من خلال استيرادها للبرنامج، واضبط إعداداتها.

< بعد ذلك، أضف العناصر المختلفة من صندوق الأدوات (Tool Box)، واضغط على (Fill and Stroke) لتعبئة العنصر.

< وضح لهم رمز كود اللون، والتشبع، والإضاءة، ودرجة عتامة اللون؛ لضبط ألوان العناصر.



< وضح للطلبة كيفية تحويل العناصر إلى مسارات، وبيّن لهم أهمية تحويلها لتسهيل عملية التحكم مع الأشكال والمضلعات، وتشكيل العقد (Nodes) في زوايا الشكل لتحريكه وتعديله بسهولة.

< وضح لهم منحنيات بيزير (Bezier Curves) لإنشاء خطوط منحنية حول الصورة.

< وجّه الطلبة لحل التدريب الأول؛ للتحقق من قدرتهم على استخدام منحنيات بيزير.

تحويل العناصر إلى مسارات

لكي تتعامل بسهولة مع الأشكال والمضلعات، يمكنك تحويلها إلى ما يسمى بالمسارات، وهذا من شأنه وضع العقد (Nodes) في كل زاوية من زوايا الشكل الموجود، تيمّ تحريكه وتعديله بسهولة حسب المطلوب، لجعل جانب من المستطيل أكثر مرونة، متحوّلاً إلى قوس.

التحويل العنصر إلى مسار

- 1 استخدم Select Tool (أداة التحديد) لتحديد العنصر.
- 2 من قائمة Path (مسار)، اضغط على Object to Path (العنصر إلى مسار) لتحويل الشكل.
- 3 ستظهر نقاط طريق دائرية في زوايا العنصر الموجود.
- 4 اضغط على النقطة لتغيير مواءم العقد والعنصر شكل العنصر.
- 5 ثم اضغط على أي نقطة Make selected nodes smooth (جعل العقد المحددة مرنة) لجعلها أكثر مرونة.
- 6 اضغط خفيفة متزايدة لإخراج شكل جديد لتزيد من التحكم في شكل العنصر.
- 7 بعد إخراج وتقليل جميع العقد المناسبة لإشادة الشكل المستدير، سيظهر العنصر بهذا الشكل.




34

لتطبيق معاً

تدريب 1

1 افتح مستنداً جديداً في برنامج إنكسكيب، ثم أدرج مستطيلاً وحاول تحويله إلى نصف دائرة عن طريق إضافة العقد.



44

< وضح للطلبة طريقة نسخ ولصق العنصر من خلال تكرار الخطوط المنحنية.

< أضف عنواناً للملصق: من صندوق الأدوات، اختر أداة النص (Text Tool)، واكتب "مهرجان التمور".

< اضبط خصائص النص، واختر حجم الخط ونوعه ولونه، وبيّن للطلبة كيفية تغيير جميع خصائص النص.

< وجّه الطلبة لحل التدريب الثاني؛ للتحقق من تمكنهم من إضافة النص وتعديل خصائصه.

نسخ ولصق العنصر

تكرار الخطوط المنحنية، النسخ وألصق الخط المنحني عدة مرات.

النسخ ولصق العنصر

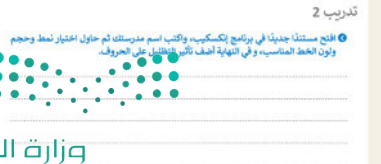
- 1 حدد محتوى الصور التي تريدها، ثم اضغط على زر ألصق (Ctrl + V) في قائمة Copy (نسخ).
- 2 اضغط على زر ألصق (Ctrl + V) في القائمة Paste (إلصق).
- 3 ألصق العنصر ثلاث مرات أخرى، وتربط العنصرات الخمسة حول صورة التمور.
- 4 ستصبح النتيجة النهائية بهذا الشكل.



38

تدريب 2

1 افتح مستنداً جديداً في برنامج إنكسكيب، واكتب اسم مدرستك ثم حاول اختيار نمط وحجم ولون الخط المناسب وفي النهاية أنفث نائس الخط على الحروف.



44

< طبق بعض التأثيرات على النص كالظل، وذلك من قائمة عوامل التصفية (Filter): اختر الظلال واللمعان (Shadows and Glows)، ثم إسقاط الظل (Drop Shadow).

< بعد ذلك، ناقش الطلبة حول البيانات التي من المهم إضافتها في الملصق، وموضعها في الإعلان.

< أضف بيانات التاريخ في الجانب الأيمن من الملصق، وفي الجزء السفلي أضف صورة الموقع والمعلومات المتاحة عنه.



41

< في نهاية التطبيق العملي، ناقشهم حول الفرق بين امتداد الصور png، وامتداد jpeg، وأي الامتدادين يناسب الملصق الإعلاني.

< وضح لهم كيفية تصدير الملصق كصورة بالامتداد jpeg وكيفية حفظ الملف للتعديل عليه لاحقًا.

< وجّه الطلبة لحل التدريب الثالث؛ للتحقق من معرفتهم بالبرامج الأخرى لتصميم الملصقات.

< بعد ذلك، وجههم لتنفيذ المطلوب في التدريب الرابع؛ للتحقق من تمكنهم من تطبيق مهارات التصميم في برنامج إنكسكيب

< كلف الطلبة لتنفيذ التدريب الخامس كواجب منزلي؛ بهدف تطبيق مهارات التصميم التي تعلموها في هذا الدرس.



43



تدريب 1

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

تلميح:

شجع الطلبة على مراجعة الجزء العملي من الدرس الذي يشير إلى كيفية إدخال العقد. سيستخدم الطلبة أداة Bezier Curves ثم يضغطون بزر الفأرة حول الدائرة لإنشاء نقطة نهاية، ثم يسحبون نقاط التحكم لتشكيل المنحنى بالطريقة التي يريدونها.

تدريب 2

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

تلميح:

شجع الطلبة على الرجوع للدرس عند الحاجة من أجل اختيار نمط الخط المناسب وحجمه ولونه وتأثير التظليل على الحروف.



تدريب 3

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

يمكن استخدام برامج مثل: Adobe Illustrator و Vectr و Affinity Designer لإنشاء ملصق؛ لأنها كلها برامج تصميم رسومات.

تدريب 4

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

تلميح:

لإنشاء الخطاب، وجّه الطلبة في البداية لتحديد الأبعاد، ووضع شعار مدرستهم الذي قاموا بإنشائه في التدريب الخامس للدرس الأول، وكتابة اسم مدرستهم أسفل الشعار. يمكن ضبط أبعاد الخطاب في إنكسكيب بالنقر فوق: ملف > خصائص المستند، ثم في خيار التنسيق، اختر: (A4).

تدريب 5

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

تلميح:

شجع الطلبة على إنشاء ملصق لمسابقة مدرستهم باستخدام الأدوات التي تعلموها في هذا الدرس.

الإعلانات المتحركة

وصف الدرس

الهدف العام من الدرس هو أن ينشئ الطلبة إعلانًا متحركًا باستخدام برنامج جمب (GIMP)، ويضيفون بعض التأثيرات الحركية عليه.

نواتج التعلم

- < إنشاء الطبقات في برنامج إنكسكيب.
- < تكرار الطبقات المختلفة عند تكوين الصور الرقمية.
- < إنشاء رسم متحرك باستخدام برنامج جمب (GIMP).
- < تصدير الرسوم المتحركة بتنسيق التبادل الرسومي (GIF).

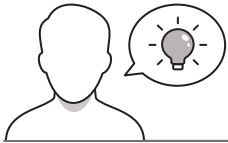
الدرس الثالث	
عدد الحصص الدراسية	الوحدة الأولى: التصميم الرسومي (Graphic Design)
6	الدرس الثالث: الإعلانات المتحركة



نقاط مهمة

< قد لا يرتب بعض الطلبة طبقات الصور في برنامج جمب؛ مما يجعل الحركة تظهر بصورة مشوهة. يبين لهم أهمية الالتزام بترتيبها (صغير-متوسط-كبير-كبير جدًا)؛ لتظهر الحركة بشكل سليم.

- < قد يجد بعض الطلبة صعوبة في فهم فكرة طبقات الصور، اعرض لهم 4 ورقات فوق بعضها بحيث تمثل كل ورقة طبقة، وفي كل ورقة يمكن الرسم والتعديل بما لا يؤثر على الصفحات الأخرى.
- < قد يخطئ بعض الطلبة عند تكرار الطبقات وتعديل اسم وأبعاد كل طبقة، وضح لهم أهمية مراجعة المسميات والأبعاد بعد الانتهاء من تكرار الطبقات.



التمهيد

عزيزي المعلم، إليك بعض الاقتراحات التي يمكن أن تساعدك في تحضير الدرس والإعداد له، إضافة إلى بعض النصائح الخاصة بتنفيذ المهارات المطلوبة في الدرس:

< يمكن للطلاب الوصول لمستندات هذا الدرس من خلال الكتاب الرقمي على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

- SVG.الشعار

< يمكنك الوصول للحلول أو الملفات النهائية للتدريبات على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

- Extra Large_final.jpg

- Large_final.jpg

- Logo.gif

- Medium_final.jpg

- Small_final.jpg

- طبقات_final.svg

< اجذب اهتمام الطلبة من خلال طرح الأسئلة التالية:

- أين يمكن أن تجدوا إعلانات متحركة؟

- هل تفضلون الإعلانات الثابتة أم المتحركة؟ ولماذا؟

- هل تجذبكم سرعة الإعلان، أم بطؤه، ولماذا؟



وزارة التعليم

Ministry of Education

2022 - 1444



خطوات تنفيذ الدرس

< بعد تقديمك للهدف من الدرس، افتح موقعًا يحتوي على دعاية متحركة، وناقش الطلبة في تفاصيل هذه الدعاية وما تحويه من عناصر.

< بين لهم أن الإعلانات المتحركة لها عدة مسميات منها الالفة الإلكترونية المتحركة (Animated Web Banner)، وسيتم استخدامها في هذا الدرس.

< وضح لهم أن فكرة حركة الشعار الذي يكبر تدريجيًا، تعتمد على تكرار الصورة بأربع أحجام مختلفة (صغير-متوسط-كبير-كبير جدًا) من خلال برنامج إنكسكيب وتصديرها، ثم استخدام برنامج جيمب لإنشاء الرسوم المتحركة. وضح لهم أن الأربع أحجام هي مجرد مثال، وقد تكون أكثر أو أقل حسب حاجة الإعلان.

< وجههم لحل التدريب الثالث؛ للتحقق من أنهم فهموا الفرق بين الملصق الإعلاني والشعار.

الفيديو الثالث: الإعلانات المتحركة

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

تصميم الإعلانات المتحركة

في هذا الدرس سنتعلم كيفية إنشاء إعلان متحرك باستخدام برنامج جيمب (GIMP) لتصميم إعلان متحرك. سنتطرق في هذا الدرس إلى كيفية تصميم إعلان متحرك باستخدام برنامج جيمب (GIMP) لتصميم إعلان متحرك. سنتطرق في هذا الدرس إلى كيفية تصميم إعلان متحرك باستخدام برنامج جيمب (GIMP) لتصميم إعلان متحرك.

إنشاء الطبقات في برنامج إنكسكيب

سنعرض الصورة المتحركة الشعار (صورة التمر) الذي يتم تكبيره تدريجيًا. وهذا يعني أن عليك إنشاء أربع صور مختلفة من الشعار تكون فيها صورة التمر بحجم: صغير (Small)، ومتوسط (Medium)، وكبير (Large)، وكبير جدًا (Extra Large). بينما يقل نص الشعار تدريجيًا بنفس الحجم. ويمكن تنفيذ ذلك بواسطة برنامج إنكسكيب، عن طريق إنشاء أربع طبقات مختلفة بما في ذلك الشعار الحالي الذي أنشأه في الدرس السابق.

تكرار الطبقة:

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

2. من علامة التبويب Layers and Objects (الطبقات والعناصر)، اضغط على زر Duplicate Layer (تكرار الطبقة).

3. من علامة التبويب Layers and Objects (الطبقات والعناصر)، اضغط على زر Duplicate Layer (تكرار الطبقة).

4. من علامة التبويب Layers and Objects (الطبقات والعناصر)، اضغط على زر Duplicate Layer (تكرار الطبقة).

46

42

< باستخدام البيان العملي، افتح برنامج إنكسكيب، ثم أضف صورة شعار التمر الذي تم إنشاؤه في الدروس السابقة.

< اشرح لهم ما تعنيه الطبقات وكيفية تكرارها: من قائمة الطبقة (Layer)، ثم الطبقات والعناصر (Layers and Objects).

< كرر طبقة الشعار أربع مرات، وعدّل أحجامها وأسماءها (صغير-متوسط-كبير-كبير جدًا)، واضبط خصائص كل صورة وفق الأبعاد الموضحة بكتاب الطالب.

ترتيب الطبقات المستخدمة في الرسوم المتحركة بتسلسل التباين الرسومي (GIF)

GIF



< تأكد من ترتيب الصور في جمب بحيث تكون الصورة ذات الشعار الصغير بالأعلى، يليها الشعار المتوسط، ثم الشعار الكبير، ثم الشعار الكبير جدًا.



< وجه الطلبة لحل التدريب الرابع كواجب منزلي؛ للتحقق من قدرتهم على تنفيذ المهارات الواردة في الدرس.

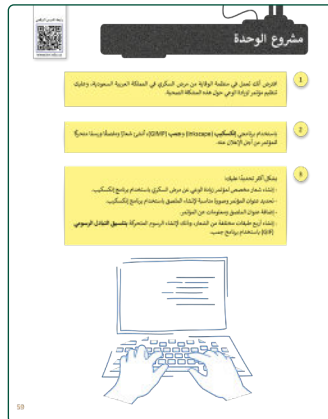


< في نهاية الدرس، وضح للطلبة أن هناك برامج وتقنيات أخرى تُستخدم كبدايل للبرامج التي تم التعرف عليها في الوحدة، استعرضها وناقشها معهم.



مشروع الوحدة

- < حث الطلبة على التخطيط للمشروع قبل البدء فيه، بالتفكير في عنوان المؤتمر، وجمع الصور المناسبة.
- < أكد على الطلبة مراعاة حقوق الملكية الفكرية للصور المستخدمة في الملصق، والرسم المتحرك.
- < وجههم للرجوع إلى الخطوات العملية في الوحدة عند الحاجة.
- < تأكد من فهم جميع الطلبة للتفاصيل التي يجب تضمينها في التصميم.
- < ضع معايير مناسبة لتقييم أعمال الطلبة في المشروع وأطلعهم عليها، وتأكد من فهمهم لمتطلبات المشروع.
- < يمكنك الاسترشاد بمعايير تقييم المشاريع الواردة في الدليل العام.
- < حدد موعدًا لتسليم المشروع ومناقشة أعمال الطلبة.



< في نهاية الوحدة، ألقِ الضوء على ما تعلمه الطلبة في هذه الوحدة، واختبر مدى فهمهم لمصطلحاتها.

< ذكّر الطلبة بمصطلحات الوحدة المهمة التي وردت في فهرس المصطلحات .



تدريب 1

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

تنسيق التبادل الرسومي (GIF) عبارة عن إعلان متحرك يحتوي على مجموعة من الصور المتحركة، يتم استخدامه بشكل شائع لشعارات الويب المتحركة، والتي تُستخدم على نطاق واسع في الحملات الإعلانية وعلى مواقع الويب.

تدريب 2

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

تلميح:

عندما تُعكس ترتيب الطبقات الأربع في إنشاء الرسوم المتحركة بتنسيق GIF، ستبدأ الصورة المتحركة تصغر تدريجيًا، بينما كانت صورة الشعار تكبر تدريجيًا في تطبيق الدرس.

تدريب 3

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

الملصق الإعلاني هو وسيلة إعلانية تشير إلى ما تقوم الشركة بتسويقه ضمن حملاتها الإعلانية وإستراتيجياتها التسويقية، في حين أن الشعار هو علامة بيانية أو رمز يُستخدم للمساعدة في تعريف وتعزيز هوية الشركة وتميزها. يتمثل الاختلاف الأساسي بينهما في أن الملصق يُستخدم كعنصر أساسي لحملة إعلانية أو إستراتيجية تسويقية لشركة، بينما يُعد الشعار عنصرًا أساسيًا لتحديد هوية الشركة.

تدريب 4

❖ صمّم شعارًا متحركًا عن اليوم الوطني السعودي.

تلميح:

شجع الطلبة على تطبيق ما تعلموه في الدرس عند تصميم شعار متحرك لليوم الوطني السعودي وناقشهم في خطوات التصميم.

الوحدة الثانية

التسويق الإلكتروني



وصف الوحدة

عززي المعلم

الهدف العام من الوحدة أن يتعرف الطلبة على مفهوم التسويق الإلكتروني، وأهميته، وتأثيره على المستهلكين والشركات، والتعرف على التقنيات المستخدمة فيه، وكذلك مميزات وعيوب حملات وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق عبر البريد الإلكتروني، وفهم إستراتيجية التسويق من خلاله، وكيفية إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني.



نواتج التعلم

< معرفة مفهوم التسويق الإلكتروني.

< التمييز بين الأنواع الأساسية للتسويق الإلكتروني.

< تحديد الإستراتيجيات التي تعزز جهود التسويق الإلكتروني.

< تحديد خطوات التواجد الفعّال على الشبكة العنكبوتية.

< فهم كيفية زيادة التواجد على الشبكة العنكبوتية.

< التمييز بين الإستراتيجية الظاهرة والإستراتيجية المخفية في التسويق واسع الانتشار.

< معرفة الالتزامات القانونية للتسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.

< معرفة مفهوم التسويق عبر البريد الإلكتروني.

< إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني باستخدام منصة "ميل تشيمب".

< إنشاء حملة تسويقية عبر البريد الإلكتروني.



الدروس	
عدد الحصص الدراسية	الوحدة الثانية: التسويق الإلكتروني
2	الدرس الأول: مفهوم التسويق الإلكتروني
2	الدرس الثاني: التسويق عبر البريد الإلكتروني
3	الدرس الثالث: حملة التسويق عبر البريد الإلكتروني
2	مشروع الوحدة
9	إجمالي عدد حصص الوحدة الثانية

المصادر والملفات والأدوات والأجهزة المطلوبة

المصادر



كتاب التقنية الرقمية 2-2

نظام المسارات

السنة الثانية

الملفات الرقمية

يمكن للمعلم الوصول لهذه المستندات على منصة "عين" الإثرائية، ويمكن للطلبة الوصول إلى المستندات التي تظهر في كتاب الطالب، باستخدام الكتاب الرقمي الذي تم تحميله في منصة "عين" الإثرائية.

< csv.جهات الاتصال

< jpg.مهرجان التمور

< png.مهرجان التمور



وزارة التعليم

Ministry of Education

2022 - 1444

الأدوات والأجهزة

< منصة "ميل تشيمب" (Mailchimp).

الوحدة الثانية / الدرس الأول

مفهوم التسويق الإلكتروني

وصف الدرس

الهدف العام من الدرس هو أن يتعرف الطلبة على مفهوم التسويق الإلكتروني ومميزاته وتحدياته وأنواعه المختلفة، وتأثيره على المستهلكين والشركات، ومعرفة مفهوم التواجد الفعّال على الشبكة العنكبوتية وخطواته، والتمييز بين الإستراتيجية الظاهرة والإستراتيجية المخفية في التسويق، والالتزامات القانونية للتسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.

نواتج التعلم

- < معرفة مفهوم التسويق الإلكتروني.
- < معرفة مميزات التسويق الإلكتروني وتحدياته.
- < التمييز بين الأنواع الأساسية للتسويق الإلكتروني.
- < معرفة مفهوم التواجد الفعّال على الشبكة العنكبوتية.
- < تحديد خطوات التواجد الفعّال على الشبكة العنكبوتية.
- < فهم كيفية زيادة التواجد على الشبكة العنكبوتية.
- < التمييز بين الإستراتيجية الظاهرة والإستراتيجية المخفية في التسويق واسع الانتشار.
- < معرفة الالتزامات القانونية للتسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.

الدرس الأول

عدد الحصص
الدراسية

الوحدة الثانية: التسويق الإلكتروني

2

الدرس الأول: مفهوم التسويق الإلكتروني



وزارة التعليم

Ministry of Education

2022 - 1444



نقاط مهمّة

- < قد يظن بعض الطلبة أن التسويق الإلكتروني (E-Marketing) يقتصر على المواقع الإلكترونية فقط، وضح لهم إمكانية التسويق بطرق عديدة.
- < ربما صادف بعض الطلبة أساليب غير جيدة في التسويق الإلكتروني، وتكوّن لديهم انطباع سلبي عنه، وضح لهم أهمية التسويق الإيجابي والمسؤول، والذي يترك انطباعًا إيجابيًا لدى المتلقي.
- < قد يغفل بعض الطلبة عن القرارات الحكومية لتنظيم الإعلانات، بيّن لهم تصريح "موثوق" من الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع، والذي يتيح تسجيل الأفراد لترخيص تقديم الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي. إذ يُعدّ الترخيص إلزاميًا على الأفراد لمزاولة الإعلانات.



التمهيد

- عزيزي المعلم، إليك بعض الاقتراحات التي يمكن أن تساعدك في تحضير الدرس والإعداد له، إضافة إلى بعض النصائح الخاصة بتنفيذ المهارات المطلوبة في الدرس:
- < اجذب اهتمام الطلبة من خلال طرح الأسئلة التالية:

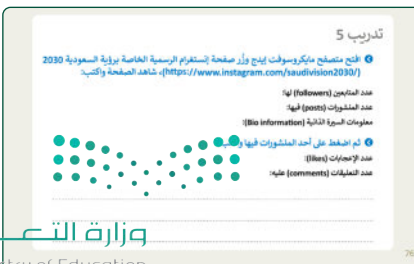
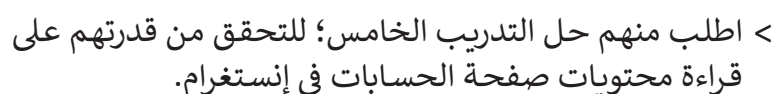
• هل سبق لكم التسويق لمنتج أو خدمة؟

• هل اشترىتم منتجًا أو خدمة بسبب التسويق الجيد لها؟

• ما أنواع التسويق الإلكتروني التي مرت بكم؟



< اطلب منهم بعد ذلك حل التدريب الثالث؛ للتحقق من فهمهم لنظام إدارة المحتوى وكيفية استخدام أداة تحليلات جوجل (Google Analytics).



< بيّن لهم آلية عمل حملات التسويق واسعة الانتشار من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

< اشرح لهم أنواع إستراتيجيات النشر الخاصة بمقاطع الفيديو الترويجية: الإستراتيجية الظاهرة، والإستراتيجية المخفية.

آلية عمل حملات التسويق واسعة الانتشار

1. يتم المؤثر (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الذي لديه الكثير من المتابعين) إنشاء مقطع فيديو أو أي نوع آخر من المحتوى جذاباً للمشاهدة.
2. يشارك المؤثر ذلك المحتوى على الإنترنت ويروج له.
3. يقوم صانعيه وإنتاجه بشراء أو مشاركة على منصات التواصل الاجتماعي.
4. كلما زاد عدد المتابعين وإنتاجه شارك، زاد المحتوى المتداول.

يوجد نوعان من إستراتيجيات النشر الخاصة بمقاطع الفيديو الترويجية لل منتج أو علامة تجارية معينة وهذا الإستراتيجية الظاهرة والإستراتيجية المخفية.

الإستراتيجية الظاهرة

في الإستراتيجية الظاهرة، يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد إعلاناً أو محتوى علامة تجارية. مثلاً: عندما تعلن العلامة التجارية للمياه المعدنية عن منتجها من خلال الكاريكاتير على جودة وتكوين المياه المعدنية ومدى فائتها للصفحة.

الإستراتيجية المخفية

في الإستراتيجية المخفية، لا يدرك المشاهد منذ اللحظة الأولى أنه يشاهد إعلاناً أو محتوى علامة تجارية. حيث يتم إخفاء مشاركة العلامة التجارية ولا يتم الكشف عنها إلا لاحقاً. مثلاً: عندما تعلن العلامة التجارية للمياه المعدنية عن منتجها من خلال عرض كارت كارت قديم الماء بعد مجهود وعناء التدريب. عندما تُشقق تعبئات التسويق المخفية، من المهم أن تحرر لفكرة حتى لا يشعر المستهلكون من الإعلان بالاحراج أو الغش. وبعض الظاهر عن الإستراتيجية التي نلاحظها، إذن الشيء الأكثر أهمية هو عدم عرض "رسائل غير مرغوب بها" أو تعريض المحتوى لأنه مشاركة المحتوى.

المواطنة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي

يتفاعل مليارات الأفراد في جميع أنحاء العالم من خلال استخدام مختلف التقنيات، مما أدى إلى إيجاد مجتمع رقمي يوفر لأعضائه فرصاً للتعليم والتوظيف والترفيه والتفاعل الاجتماعي. وكما هو الحال في أي مجتمع، من المتوقع أن يكون سلوك المواطن الرقمي محمداً وفقاً للقيم والقواعد والقياسات المقبولة، وتطبق نفس الأمر على الشركات أيضاً.

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

لنطبق معاً

تدريب 1

الرابط التالي:

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

وتؤن بعض الالتزامات الأساسية القانونية للتسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.

< وجه الطلبة لحل التدريب الأول، موضحاً لهم الالتزامات القانونية للتسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية، ومبيّناً ارتباطها بالمواطنة الرقمية التي تهتم بالاستخدام المسؤول للتقنية.

تدريب 4

تفترض أنك تمتلك متجر إلكتروني وتبيع قطع غيار أجهزة الحاسوب وألصاق المفاتيح بالترتيب:

المتجر في المملكة العربية السعودية بإنتاج إستراتيجية التسويق الإلكتروني. اكتب بعض الالتزامات القانونية التي يجب أن تأخذها في الاعتبار.

< وجه الطلبة للدخول على موقع وزارة التجارة، والانتقال لصفحة حقوق المستهلك، والاطلاع على أبرز ضوابط الإعلان الإلكتروني.

< بعد اطلاعهم على ضوابط الإعلان الإلكتروني، وجههم لحل التدريب الرابع؛ للتحقق من فهمهم الالتزامات القانونية عند التسويق لمتجر إلكتروني.



لنطبق معًا

تدريب 1

🔗 زُر الرابط التالي:

<https://mc.gov.sa/ar/guides/CustomerGuide/Pages/E-commerce-04.aspx>
ودون بعض الالتزامات الأساسية القانونية للتسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.

تلميح:

شجع الطلبة على زيارة الصفحة وكتابة بعض الالتزامات القانونية الأساسية للتسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.

تدريب 2

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

الخطوة الأولى هي التخطيط لإنشاء موقع ويب، وتحديد الدخل السنوي المطلوب (الهدف على سبيل المثال: تحديد الدخل السنوي الذي تريد تحقيقه هذا العام)، ثم إنشاء الموقع الإلكتروني الصحيح حتى يتمكن العملاء من العثور على المنتجات على الإنترنت.

الخطوة الثانية هي البدء في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتوسع فيها، بالإضافة للموقع الإلكتروني. وأخيرًا بناء علاقات مع العملاء ومواصلة تحسين استخدام التحليلات.



تدريب 3

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

تلميح:

شجع الطلبة على إجراء بحث حول كيفية استخدام برنامج وورد بريس WordPress CMS لإنشاء متجر على الإنترنت. ثم ذكرهم بأن موقع خدمة معروف: <https://maroof.sa>، يوفر قائمة بالمتاجر التي ستساعدكم على رؤية الأنواع المختلفة منها. بعد ذلك، ساعد الطلبة في التعرف على كيفية استخدام أداة تحليلات جوجل للحصول على المعلومات الضرورية حول الموقع.

- ◀ اكتب الخطوات الأساسية التي عليك اتباعها لتثبيت أداة تحليلات جوجل.

تلميح:

شجع الطلبة على البحث في الإنترنت للحصول على معلومات حول أداة تحليلات جوجل حتى يتمكنوا من تدوين الخطوات الأساسية الواجب اتباعها لتثبيت الأداة.



تدريب 4

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

تلميح:

شجع الطلبة على زيارة الصفحة:

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

للعثور على الالتزامات القانونية التي يجب عليهم مراعاتها للترويج لمتجرهم عبر الإنترنت في المملكة العربية السعودية. الهدف من هذا التدريب هو أن يقرأ الطلبة جميع الالتزامات القانونية المذكورة في هذه الصفحة، وأن يكونوا قادرين على تحديد الالتزامات القانونية المتعلقة بالمتجر عبر الإنترنت.

تدريب 5

🔗 افتح متصفح مايكروسوفت إيدج وزر صفحة إنستغرام الرسمية الخاصة برؤية السعودية 2030 (<https://www.instagram.com/sauidivision2030/>)، شاهد الصفحة واكتب:

عدد المتابعين (followers) لها:

عدد المنشورات (posts) فيها:

معلومات السيرة الذاتية (Bio information):

🔗 ثم اضغط على أحد المنشورات فيها واكتب:

عدد الإعجابات (likes):

عدد التعليقات (comments) عليه:

تلميح:

شجع الطلبة على اتباع خطوات هذا التدريب، ثم تدوين المعلومات المطلوبة حول حساب Instagram الرسمي لرؤية السعودية 2030.

التسويق عبر البريد الإلكتروني

وصف الدرس

الهدف العام من الدرس هو أن يتعرف الطلبة على مفهوم التسويق عبر البريد الإلكتروني (Email Marketing) وأهميته، وأنواع رسائل البريد الإلكتروني التسويقية، وكذلك كيفية اختيار منصة التسويق عبر البريد الإلكتروني، وكيفية تصميم بريد إلكتروني تسويقي، بالإضافة لإنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني.

نواتج التعلم

- < معرفة مفهوم التسويق عبر البريد الإلكتروني، وأهميته.
- < تحديد كيفية اختيار منصة التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- < إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني.
- < إضافة جهات الاتصال في البريد الإلكتروني، وتنظيمها.

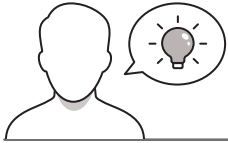
الدرس الثاني	
عدد الحصص الدراسية	الوحدة الثانية: التسويق الإلكتروني
2	الدرس الثاني: التسويق عبر البريد الإلكتروني





نقاط مهمّة

- < قد يبدأ بعض الطلبة بإنشاء حساب على منصة "ميل تشيمب" دون جمع معلومات كافية عن هدف استخدامها في التسويق، بيّن لهم ضرورة تحديد المعلومات سابقًا مثل: نوع الرسائل المرسلّة، والغرض من استخدام المنصة.
- < قد يتساءل بعض الطلبة عن كيفية الحصول على جهات اتصال، بيّن لهم إمكانية جمعها من بيانات العملاء الذين يستخدمون منتجات أو خدمات الشركة، وأضافوا جهات اتصالهم، مع ضرورة إتاحة خيار إلغاء الاشتراك بهذا النوع من الرسائل، وسيتم شرح كيفيةها في الدرس القادم.
- < ربما يبدأ بعض الطلبة تجربة إضافة جهات اتصال عديدة في منصة "ميل تشيمب"، وتجربة الإرسال، بيّن لهم أفضلية البدء بالتجربة بإيميلات خاصة بالشركة، قبل الإرسال للعملاء، تلافياً للأخطاء.



التمهيد

- عزيزي المعلم، إليك بعض الاقتراحات التي يمكن أن تساعدك في تحضير الدرس والإعداد له، إضافة إلى بعض النصائح الخاصة بتنفيذ المهارات المطلوبة في الدرس:
- < يمكن للطلاب الوصول لمستندات هذا الدرس من خلال الكتاب الرقمي على منصة عين الإثرائية، وهي:

• CSV. جهات الاتصال

< اجذب اهتمام الطلبة من خلال طرح الأسئلة التالية:

- هل تلقى أيّ منكم رسالة تسويقية في البريد الإلكتروني؟ ما محتواها؟
- كيف يمكن إرسال رسائل التسويق عبر البريد الإلكتروني؟
- ما المفترض أن تحتويه رسائل التسويق عبر البريد الإلكتروني؟





خطوات تنفيذ الدرس

< بعد تقديمك للهدف من الدرس، ناقش الطلبة حول آليات التسويق المختلفة عبر المواقع الإلكترونية.

< وضح لهم مفهوم التسويق عبر البريد الإلكتروني، وتحول التسويق عبر البريد الجماعي العام (General Mass Mailing) إلى التركيز على المحتوى، والبريد الإلكتروني المخصص (Personalization Email).

< وضح لهم أنواع رسائل البريد الإلكتروني: الرسائل الترويجية، والرسائل الخاصة بالمعلومات، والرسائل الخاصة بالإعلانات، والرسائل الخاصة بإعادة المشاركة.

< وجه الطلبة لحل التدريب الأول؛ للتحقق من قدرتهم على التمييز بين أنواع رسائل البريد الإلكتروني.

الدرس الثاني

التسويق عبر البريد الإلكتروني

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

التسويق عبر البريد الإلكتروني

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

أنواع رسائل البريد الإلكتروني التسويقية:	
رسائل ترويجية (Promotional)	تستخدم لترويج عروض خاصة وأصدارات المنتجات الجديدة وما إلى ذلك. ويمكن أن تكون من 3 رسائل وتصل إلى 10 رسائل على مدار عدة أيام أو أسابيع.
رسائل خاصة بالمعلومات (Informational)	تُعرف أيضًا بالرسائل الإخبارية (Newsletters)، وتشارك الأخبار المتعلقة بالاعمال، وترسل على فترات منتظمة (كل أسبوع أو كل أسبوعين أو كل شهر)، وتساعد في الحفاظ على التواصل مع المشتركين في البريد الإلكتروني (Email Subscribers).
رسائل خاصة بالإعلانات (Announcements)	هي الطريقة الأفضل لإبلاغ العملاء بإعلانات الشركة وإطلاق المنتجات الجديدة والتعريفات في الخدمة وغير ذلك، وتعتبر أداة فورية، وتنبؤ الإعلانات أكثر أهمية ورسمية من غيرها.
رسائل خاصة بإعادة المشاركة (Re-engagement)	تساعد في إعادة الاتصال بالعملاء أو المشتركين الذين لم يكونوا نشطين مؤخرًا، ويكون البريد الإلكتروني التذكير، ويطلب من العميل اتخاذ إجراء يتعلق بالمنتج أو الخدمة المعينة.

أهمية التسويق عبر البريد الإلكتروني

بمساعدة إنشاء إستراتيجية تسويق قوية عبر البريد الإلكتروني في الوصول إلى العملاء المستهدفين، والتواصل معهم بطريقة شخصية، وزيادة المبيعات بأكفء مقبولة، وتتمتع رسائل البريد الإلكتروني بالقدرة على إبقاء العملاء على اطلاع بالتحديثات، وتمكنهم من التحقق من بريدهم الإلكتروني عندما يكون ذلك مناسبًا لهم، مما يمنحهم الشعور بمدى أهميتهم 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 وبسهولة قياس نتائجه، ويسمح بالرسائل المستهدفة، ويزيد من الوعي بالعلامة التجارية، وذلك بناءً على حقيقة أن كل شخص يستخدم البريد الإلكتروني.

لنطبق معًا

تدريب 1

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

< بيّن لهم أهمية التسويق عبر البريد الإلكتروني، وشرح لهم محددات اختيار منصة التسويق المناسبة من حيث الميزانية، وأنواع رسائل البريد الإلكتروني، والتصميم، ورسائل البريد الإلكتروني الخاصة بالمعاملات.

< اطلب منهم بعد ذلك حل التدريب الثالث؛ للتحقق من قدرتهم على تحديد منصة التسويق الأنسب عبر البريد الإلكتروني.

كيفية اختيار منصة التسويق عبر البريد الإلكتروني

توجد العديد من منصات التسويق عبر البريد الإلكتروني مثل: سيند إن بلو (Sendinblue)، وميل تشيمب (Mailchimp)، وكونسالت كوتاك (Constant Contact)، وكولفرت كيت (Convertkit)، وميل جيت (Mailjet)، وميلر لايت (Maillet)، وهبيسوت (HubSpot)، ولكن اختيار المنصة يعتمد على مجموعة من المحددات مثل طبيعة العمل والميزانية.

محددات اختيار منصة التسويق المناسبة:	الميزة
إذا كنت بحاجة للقيام بالعمليات استخدام منصات تقدم أدوات مجانية مثل: ميل تشيمب (Mailchimp) وكونسالت كوتاك (Constant Contact) تكون نقطة البداية.	
تتيح أنواع رسائل البريد الإلكتروني التي تحتاج لإنائها وتكرارها فكرة عن حجم البريد الإلكتروني المطلوب إرسال عدد الرسائل التي يتم إرسالها.	
إذا كنت مبتدئاً، فمبدأ في عملية التصميم، فإن مظهر البريد الإلكتروني والتصميم والإفلات (Drag-and-Drop Email Editor) هو الخيار الأسبب لذلك، وكذلك قوائم البريد الإلكتروني (Email Templates) ستكون مفيدة جداً أيضاً، ومن ناحية أخرى إذا كنت تفضل برمجة الرسائل من البداية فممكن استخدام محرر لغة ترميز النص التشعبي (HTML).	
إذا كان من المتوقع أن ترسل رسائل بريد إلكتروني خاصة بالمنتجات عن الأعمال التجارية، فهناك خياران وهما: إرسال رسائل البريد الإلكتروني واستخدام خدمة متخصصة، واختار إنشاء جميع رسائل البريد الإلكتروني باستخدام أداة مثل منصة سيند إن بلو (Sendinblue).	

كيفية تصميم بريد إلكتروني تسويقي

لا يجب أن يكون تصميم البريد الإلكتروني صعباً أو ثقلاً للغاية، فمن خلال استخدام محرر السحب والإفلات، يمكنك إنشاء حملات تسويقية احترافية وبسهولة ولا توجد حاجة للتركيز على إنشاء رسائل بريد إلكتروني زائدة ومضفة، ولكن الأهم من ذلك هو التركيز على إنشاء بريد إلكتروني يمثل العلامة التجارية، وقد يعني هذا في كثير من الأحيان إبقائها بسيطة، ويمكنك دائماً تحسين التصميم لاحقاً مع تطور مهارتك.

إضافة جهات الاتصال

يمكنك تحميل (Upload) جهات الاتصال الخاصة بك عن طريق استيرادها من ملف باستناد "CSV".

تحميل جهات الاتصال من ملف:

- 1 في الصفحة الرئيسية، اضغط على خيار Audience (الجمهور).
- 2 All Contacts (كل جهات الاتصال).
- 3 Add contacts (إضافة جهات الاتصال). اختر Import contacts (استيراد جهات الاتصال).
- 4 Upload a File (تحميل ملف). ثم اضغط على Continue (متابعة).
- 5 Browse (تصفح). ثم اضغط على Open (افتح).
- 6 Continue to Organize (متابعة للتنظيم).

تدريب 3

أجر بحثاً على الإنترنت حول منصات التسويق عبر البريد الإلكتروني الأكثر استخداماً، وبناءً على ما تعلمته من محددات اختيار المنصة، اشرح أيها تختار؟ ولماذا؟

.....

.....

.....

.....



وزارة التعليم

Ministry of Education

2022 - 1444

< وضح لهم كيفية تصميم بريد إلكتروني تسويقي، بداية بإنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني.

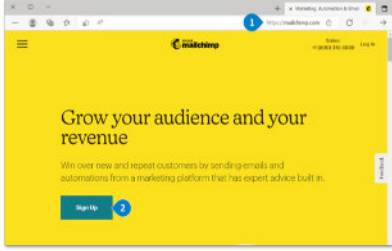
< باستخدام البيان العملي، أنشئ حسابًا على منصة "ميل تشيمب"، واضبط إعدادات الحساب من حيث خطة التسويق، وكتابة البيانات، واسم النشاط التجاري، وكذلك الغرض من استخدام المنصة، وتحديد نوعية الرسائل.

< بعد ذلك، وضح كيفية إضافة جهات الاتصال، وتحميلها من ملف بالامتداد "csv"، ثم وضح كيفية تنظيم جهات الاتصال.

< اطلب منهم بعد ذلك حل التدريب الثاني؛ لتحليل التكامل بين التسويق عبر البريد الإلكتروني، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وحل التدريب الرابع؛ لتحديد المعلومات اللازمة لإنشاء حساب على منصة "ميل تشيمب".

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
أولاً أنشاء حساب على منصة ميل تشيمب.



79

تدريب 2

افترض أنك وكيل تسويق لشركة. أجب بحثاً واكتب كيف يمكن أن يفيد الجمع بين التسويق عبر البريد الإلكتروني والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي حملتك التسويقية، وما إمكانية التداخل بين التسويق عبر البريد الإلكتروني و التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكيف يمكن أن يعمل معاً وذلك للاستفادة منه في حملتك التسويقية التالية.

91

تدريب 4

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

92



تدريب 1

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

على سبيل المثال: شركة تباع أجهزة الحاسب الآلي، سيكون البريد الإلكتروني عبارة عن بريد إلكتروني لإعلام عملائها بإصدار جهاز حاسب جديد، وستكون رسالة البريد الإلكتروني المعلوماتية هي الدعوة لحدث افتتاح متجر الحاسب المحلي الجديد الخاص بهم، سيكون الإعلان عبر البريد الإلكتروني هو الإعلان عن المدير الجديد للشركة، وسيكون البريد الإلكتروني لإعادة المشاركة عبارة عن بطاقة هدايا للعملاء أو المشتركين الذين لم يكونوا نشطين مؤخرًا.

تدريب 2

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

يجذب التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي عملاء محتملين جدد ويعطي تعريفًا لعلامتك التجارية، بينما يركز التسويق عبر البريد الإلكتروني على العملاء النشطين ويقوي تلك العلاقات. تتيح هذه الأدوات للمشاركين فرصًا جديدة للتفاعل مع علامتك التجارية والمحتوى الخاص بك.



تدريب 3

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

تلميح:

ساعد الطلبة على إجراء بحث عبر الإنترنت عن أكثر منصات التسويق استخدامًا عبر البريد الإلكتروني. وبناءً على ما يعرفونه حول كيفية اختيار نظام أساسي للبريد الإلكتروني، شجّعهم على توضيح سبب اختيارهم.

تدريب 4

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

إرسال الرسائل الإخبارية كموظف في شركة لتقنية المعلومات والاتصالات، ستحتاج إلى حساب بريد إلكتروني، وشعار للشركة، وصورة مناسبة لموضوع الرسالة الإخبارية (ملصق على سبيل المثال إذا كانت الرسالة الإخبارية تتعلق بحدث ما)، ورسالة نصية .



حملة التسويق عبر البريد الإلكتروني

وصف الدرس

الهدف العام من الدرس هو إنشاء حملة تسويقية عبر البريد الإلكتروني من خلال منصة ميل تشيمب (Mailchimp).

نواتج التعلم

- < اختيار قالب البريد الإلكتروني.
- < إدراج الشعار والملصق الإعلاني في البريد الإلكتروني.
- < إدراج نص الدعوة في البريد الإلكتروني.
- < تنسيق قالب الحملة التسويقية.
- < إرسال البريد الإلكتروني كاختبار.
- < حفظ قالب البريد الإلكتروني.

الدرس الثالث

عدد الحصص
الدراسية

الوحدة الثانية: التسويق الإلكتروني

5

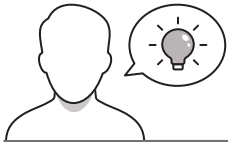
الدرس الثالث: حملة التسويق عبر البريد الإلكتروني





نقاط مهمّة

- < قد يواجه بعض الطلبة صعوبة في تحديد القالب المناسب لحملة التسويق، وضّح لهم أهمية اتساق القالب مع المنتج أو الخدمة التي يتم التسويق لها.
- < قد يفقد بعض الطلبة التصاميم السابقة التي ستستخدم في هذا الدرس (مثل: شعار مهرجان التمور)، شاركهم التصاميم لاستكمال تطبيق مهارات الدرس.
- < قد يبدأ بعض الطلبة بإرسال البريد الإلكتروني قبل حفظ قالب البريد، بيّن لهم مزايا حفظ القالب، وإمكانية التعديل عليه لاحقًا.



التمهيد

- عزيزي المعلم، إليك بعض الاقتراحات التي يمكن أن تساعدك في تحضير الدرس والإعداد له، إضافة إلى بعض النصائح الخاصة بتنفيذ المهارات المطلوبة في الدرس:
- < يمكن للطلاب الوصول لمستندات هذا الدرس من خلال الكتاب الرقمي على منصة عين الإثرائية، وهي:

• مهرجان التمور.jpg

• مهرجان التمور.png

- < اجذب اهتمام الطلبة من خلال طرح الأسئلة التالية:

- هل سبق لأحدكم أن اشترى منتجًا أو اشترك بخدمة بسبب رسالة تسويقية عبر البريد الإلكتروني؟
- لديكم منتج، وترغبون بتسويقه عبر البريد الإلكتروني، ماذا تحتاجون للبدء بالحملة التسويقية؟
- ما الصياغة المناسبة لعبارات التسويق عبر البريد الإلكتروني؟





خطوات تنفيذ الدرس

< بعد تقديمك للهدف من الدرس، ذكّر الطلبة بمنصة ميل تشيمب واستخدامها في إنشاء حملات التسويق عبر البريد الإلكتروني.

< وضّح لهم أن تصميم الحملة التسويقية عبر منصة ميل تشيمب، يبدأ بإنشاء قالب للبريد الإلكتروني خاص بالإعلان (Announcement Email).

< استعرض القوالب المتنوعة في منصة "ميل تشيمب"، ووضح لهم استخداماتها.

< بعد ذلك، بيّن لهم ضرورة تجهيز شعار ونص دعوة الحملة التسويقية، وأنه سيتم استخدام شعار مهرجان التمور بالإضافة لصورة الملصق الإعلاني، اللذان تم تصميمهما في الدرسين السابقين.

المراسل الثالث:

حملة التسويق عبر البريد الإلكتروني

إنشاء حملة تسويقية

بعد أن ألقاها حساباً على منصة ميل تشيمب (Mailchimp)، يمكنك الآن البدء في إنشاء حملة تسويقية عبر البريد الإلكتروني. وبشكل أكثر تحديداً، سننشئ قالباً لبريدك الإلكتروني خاصاً بالإعلان (Announcement Email) عن مهرجان التمور، من أجل إعلام جهات الاتصال الخاصة بك عن الحدث وكذلك الوقت والتاريخ الذي سيتم فيه.

اختيار قالب البريد الإلكتروني

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

لإختيار قالب البريد الإلكتروني:

- 1. انقر على Create (إنشاء).
- 2. انقر على Email (بريد إلكتروني) ومنها انقر على Template (قالب).
- 3. انقر على Get Started (بدء الاستخدام).
- 4. انقر على Sell Products (بيع المنتجات).
- 5. سيظهر القالب لثلاثاً في Canvas (منطقة التصميم).

93

< باستخدام البيان العملي، وضّح للطلبة خطوات اختيار قالب البريد الإلكتروني، في منصة ميل تشيمب.

< بعد ذلك، وضّح طريقة إضافة الشعار المرتبط بالحدث، وبيّن لهم أهمية وجود الشعار في الحملة الإعلانية.

< وضّح لهم كيفية إضافة الملصق الإعلاني من كتلة الصور من القلب، واختيار ملصق مهرجان التمور.

إدراج شعار وملصق إعلان

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

لإدراج شعار:

- 1. اضغط على الجزء العلوي في الموضع والتحديد كتلة logo (الشعار).
- 2. في علامة التبويب Image (صورة)، ومن فئة Content (المحتوى)، اضغط على Replace (استبدال).
- 3. سيظهر مربع صور لاختيار صورة لتحميل.
- 4. اضغط على Upload (تحميل).
- 5. انقر الملف .jpeg مهرجان التمور. ثم اضغط على Open (فتح).
- 6. اضغط على Save & Close (حفظ وإغلاق).

96

لإدراج ملصق إعلان:

- 1. اضغط على كتلة الصور من القلب.
- 2. في علامة التبويب Image Group (مجموعة الصور) ومن فئة Content (المحتوى)، اضغط على Replace (استبدال) في الصورة الأولى.
- 3. من معرض الصور اضغط على Upload (تحميل).
- 4. انقر الملف .jpeg مهرجان التمور. ثم اضغط على Open (فتح).
- 5. عندما يظهر الملصق، اضغط على Save & Close (حفظ وإغلاق).

98

< وجه الطلبة لكيفية تنسيق القالب وحذف العناصر غير الضرورية في القالب.

لنطبق معاً

تدريب ١

❶ افترض أنك تمتلك متجرًا وتُرسل في إنشاء بريد إلكتروني خاص بالإعلان عن بعض منتجاتك. ما اللقب الذي ستختاره من منصة ميلي تشيبيو؟ وضع إجابتك.

يمكنك توجيه الطلبة لحل التدريب الرابع في المنزل؛ لتعزيز مهارات استخدام منصة ميل تشيمب في التسويق عبر البريد الإلكتروني.

The screenshot shows the 'Mehregan-e-Tomato' website. The header contains the site name and a navigation menu. The main content area features a large tomato logo and a text block in Persian. A sidebar on the right contains various navigation links. The 'Preview and Test' button is highlighted with a red circle, indicating the next step in the process.

The screenshot shows the Microsoft Word application window. In the foreground, the 'Save As' dialog box is open. The 'File name' field contains 'template.docx'. The 'Location' is set to 'C:\Users\user\Desktop'. The 'Files of type' dropdown menu is set to 'Word Document (*.docx)'. The 'Save' button is highlighted in blue. In the background, the Word document is visible, featuring a green header with the text 'مهرجان التمور' and a large graphic of dates.

[illegible][illegible]

مشروع الوحدة:

< ناقش الطلبة حول ضرورة توعية المجتمع بمرض السكري وخطورته.

< قسم الطلبة إلى مجموعات متكافئة، ثم اطلب منهم قراءة المشروع ووضع خطة قبل البدء في تنفيذه.

< وجّه المجموعات بالرجوع للخطوات العملية في الوحدة عند الحاجة.

< تأكد من فهم جميع الطلبة للتفاصيل التي يجب تضمينها في الدعوة الموجهة للأشخاص المعنيين بحضور المؤتمر.

< ضع معايير مناسبة لتقييم أعمال الطلبة في المشروع، واطلعهم عليها.

< يمكنك الاسترشاد بمعايير تقييم المشاريع الواردة في الدليل العام.

< حدد موعدًا لتسليم المشروع، ومناقشة أعمال الطلبة.

مشروع الوحدة

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

2. شكي مجموعة، واستخدم منصة ميل تشيبي (Mailchimp) أنشئ بريداً إلكترونيًا خاصاً للإعلان عن المؤتمر وذلك لدعوة الأشخاص لحضور المؤتمر.

3. يشكل أكثر تحدياً هناك:

- اختيار القالب المناسب لبريدك الإلكتروني.
- استخدام شعار المؤتمر والملصق الإعلان الذي أنشأته في مشروع الوحدة الأولى لإضافتهما في البريد الإلكتروني.
- كتابة نص دعوة عن المؤتمر.
- إرسال البريد الإلكتروني كاختبار إلى مستخدم.

< في نهاية الوحدة، ألقِ الضوء على ما تعلمه الطلبة في هذه الوحدة، واختبر مدى فهمهم لمصطلحاتها.

< وفي الختام يمكنك تذكير الطلبة بمصطلحات الوحدة المهمة التي وردت في فهرس المصطلحات.

في الختام

جدول المهارات

المهارة	درجة الإتقان	أنت	أم يظن
1. معرفة مفهوم التسويق الإلكتروني.			
2. التمييز بين الأنواع الأساسية للتسويق الإلكتروني.			
3. تحديد الاستراتيجيات التي تعزز جهود التسويق الإلكتروني.			
4. تحديد خطوات التواجد الفعال على الشبكة العنكبوتية.			
5. فهم كيفية زيادة التواجد على الشبكة العنكبوتية.			
6. التمييز بين الإستراتيجية الظاهرة والإستراتيجية المخفية في التسويق واسع الانتشار.			
7. معرفة الالتزامات القانونية للتسويق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.			
8. معرفة مفهوم التسويق عبر البريد الإلكتروني.			
9. إنشاء منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني باستخدام منصة ميل تشيبي.			
10. إنشاء حملة تسويقية عبر البريد الإلكتروني.			

المصطلحات

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



تدريب 1

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

إذا كنت تمتلك متجرًا وترغب في إنشاء بريد إلكتروني للإعلان عن بعض منتجاتك، فإن القالب الذي ستختاره من منصة MailChimp هو نموذج "بيع المنتجات"؛ لأنه النموذج المناسب للإعلان عن منتج.

تدريب 2

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

في حالة إطلاق منتج جديد وترغب في إنشاء رسالة إخبارية للسماح للآخرين بمعرفة ما قمت به، فإن القالب الذي ستختاره من منصة MailChimp هو نموذج "إصدار إعلان"؛ لأنه النموذج المناسب لمشاركة تفاصيل حول منتج جديد.



تدريب 3

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

< فتح منصة ميل تشيمب ثم إنشاء حساب خاص بك.

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

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

< كتابة نص الدعوة وحذف الكتل غير الضرورية.

< أخيرًا معاينة وإرسال البريد الإلكتروني كاختبار في النهاية.

تلميح:

وجّه الطلبة للرجوع لخطوات الدرس العملية عند الحاجة.

تدريب 4

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

< فتح منصة ميل تشيمب ثم إنشاء حساب خاص بك.

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

< إضافة شعار وملصق إعلاني وصورة متعلقة بالخصومات على المنتج.

< كتابة نص الدعوة للإعلام عن فترة الخصم.

< معاينة وإرسال البريد الإلكتروني كاختبار في النهاية.

تلميح:

وجّه الطلبة للرجوع لخطوات الدرس العملية عند الحاجة.

البرمجة المتقدمة باستخدام لغة ترميز النص التشعبي (HTML)



وصف الوحدة

عزيزي المعلم

الهدف العام من الوحدة أن يتعلم الطلبة كيفية تنسيق الصفحات الإلكترونية لتكون مستجيبة، ويتم عرضها بشكل يتناسب أكثر مع الأجهزة المختلفة، بالإضافة إلى التعرف على تقنيات تحسين محركات البحث (Search Engine Optimization - SEO) وكيفية استخدامها لرفع تصنيف الموقع وزيادة عدد زائريه، وكذلك تصميم قالب الرسائل الإخبارية الرقمية، واستخدام لغة ترميز النص التشعبي (HTML) لبرمجتها.



نواتج التعلم

< إنشاء موقع إلكتروني مستجيب.

< إنشاء موقع إلكتروني تفاعلي باستخدام لغة برمجة جافا سكريبت مع مقطع برمجي HTML.

< إنشاء رسالة إخبارية رقمية.

الدروس	
عدد الحصص الدراسية	الوحدة الثالثة: البرمجة المتقدمة باستخدام لغة ترميز النص التشعبي (HTML)
3	الدرس الأول: التصميم المستجيب للمواقع الإلكترونية (Responsive Web Design)
3	الدرس الثاني: المواقع الإلكترونية التفاعلية (Interactive website)
3	الدرس الثالث: الرسائل الإخبارية الرقمية (Digital Newsletter)
3	مشروع الوحدة
12	إجمالي عدد حصص الوحدة الثالثة

المصادر



كتاب التقنية الرقمية 2-2

نظام المسارات

السنة الثانية

الأدوات والأجهزة

يمكن للمعلم الوصول لهذه المستندات على منصة "عين" الإثرائية، ويمكن للطلبة الوصول إلى المستندات التي تظهر في كتاب الطالب، باستخدام الكتاب الرقمي الذي تم تحميله على منصة "عين" الإثرائية.

< مجلد footballFanPage_G11a

< image.jpg

< picture.png

< مجلد G10_Adventure_website

< football_stadium_r.jpg

< soccer-saudi-arabia-logo.jpg



يمكنك الوصول للحلول أو الملفات النهائية للتدريبات على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

< مجلد Exercises_Solutions

< مجلد footballFanPage_G11 folder

< مجلد Exercises_Solutions

< مجلد FootballFanPage_Greeting

< مجلد FootballFanPage_ResponsiveMenu

< مجلد G11.S2.U3.L2_Adventure_website

< G11_L2_buttonTextChanger.html

< G11_L2_document.ElementById.html

< G11_L2_document.write.html

< G11_L2_window.alert.html

< مجلد Exercises_Solutions

< مجلد G11_newsletter

< table1.html

الأدوات والأجهزة

< محرر فيجوال ستوديو كود (Visual Studio Code Editor).



التصميم المستجيب للمواقع الإلكترونية (Responsive Web Design)

وصف الدرس

الهدف العام من الدرس هو التعرف على مفهوم الموقع الإلكتروني المستجيب (Responsive Website) ومميزاته، والبدء بتصميم الصفحات المستجيبة، واستخدام إطار العرض (Viewport)، ومحاكاة الأجهزة في مايكروسوفت إيدج (Microsoft Edge)، وإظهار المساطر (Rulers)، وكذلك اختيار الأجهزة التي تتم محاكاتها، واستخدام خاصية استعلام الوسائط (Media Query)، وتنسيق الصور وتنسيق قسم القائمة (Menu).

نواتج التعلم

- < معرفة مفهوم الموقع الإلكتروني المستجيب، ومميزاته.
- < تصميم الصفحات المستجيبة.
- < استخدام إطار العرض والتحكم فيه.
- < محاكاة الأجهزة في مايكروسوفت إيدج.
- < إظهار مسطرتي العرض (Width) والطول (Height).

الدرس الأول

عدد الحصص
الدراسية

الوحدة الثالثة: البرمجة المتقدمة باستخدام لغة ترميز النص التشعبي (HTML)

3

الدرس الأول: التصميم المستجيب للمواقع الإلكترونية (Responsive Web Design)



نقاط مهمة

- < قد يظن بعض الطلبة أن المواقع المستجيبة لخصائص الجهاز ونوعه يتم تكرار تصميمها بأكثر من نسخة، وضح لهم أنه تصميم واحد، تضاف فيه بعض الخصائص ليتوافق مع أي جهاز.
- < قد يكون لدى بعض الطلبة فاقد تعليمي لما تم دراسته في الفصل الدراسي الماضي، تأكد من فهمهم لأنواع CSS المختلفة لتنسيق الصفحات الإلكترونية. ذكرهم بها، وأرشدتهم للموارد التعليمية المناسبة مثل مقاطع الفيديو؛ لمتابعتها في المنزل عند الحاجة.
- < قد يجد بعض الطلبة صعوبة في معرفة ما إذا كانت تصميم الصفحة مستجيبة أم لا، بين لهم إمكانية ذلك من خلال تغيير حجم نافذة المتصفح، أو استدارة شاشة الجهاز اللوحي أو الجوال، وملاحظة التغيرات على الصفحة.



التمهيد

- عزيزي المعلم، إليك بعض الاقتراحات التي يمكن أن تساعدك في تحضير الدرس والإعداد له، إضافة إلى بعض النصائح الخاصة بتنفيذ المهارات المطلوبة في الدرس:
- < يمكن للطلاب الوصول لمستندات هذا الدرس من خلال الكتاب الرقمي على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

• مجلد footballFanPage_G11a

• image.jpg

• picture.png

- < يمكنك الوصول للحلول أو الملفات النهائية للتدريبات على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

• مجلد Exercises Solutions

• مجلد footballFanPage_G11



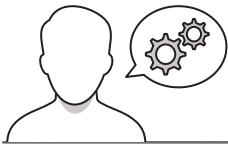
وزارة التعليم

Ministry of Education

2022 - 1444

< اجذب اهتمام الطلبة من خلال طرح الأسئلة التالية:

- كيف يمكن تنسيق الصفحات الإلكترونية في HTML؟
- ما أنواع تنسيقات الصفحة الإلكترونية في CSS؟
- هل يتغير تصميم وأبعاد الصفحات الإلكترونية بحسب نوع الجهاز الذي تستخدمونه؟ لماذا؟
- هل سبق لكم تصفح مواقع إلكترونية، ولم تتغير أبعادها بالرغم من اختلاف الأجهزة المستخدمة لفتحها؟



خطوات تنفيذ الدرس



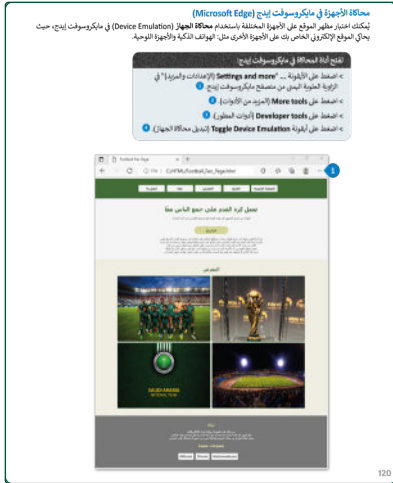
< بعد تقديمك للهدف من الدرس، ناقش الطلبة فيما تعلموه في الفصل الدراسي السابق حول صفحات الأنماط المضمنة (Inline style)، وصفحات الأنماط الداخلية (Internal style sheets)، وصفحات الأنماط الخارجية (External style sheets)، وكذلك محددات Class.

< وضح لهم نموذج الصندوق (Box-Model) والخواص التابعة له: خاصية الإطار (Border)، وخاصية الهامش (Margin)، وخاصية الفراغ (Padding).

< اشرح لهم مفهوم الموقع الإلكتروني المستجيب، ووضح مميزاته من تحسين تجربة المستخدم، وسهولة التحديث، وتوفير المال.

< وضح لهم فكرة تصميم الصفحات الإلكترونية المستجيبة، واستخدامها لإحداثيات X و Y، على شبكة تخطيطية (Schematic Grid).



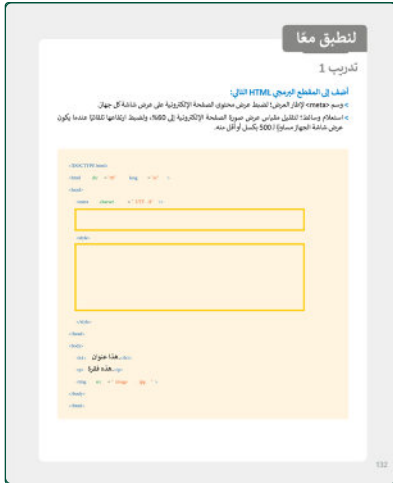


< باستخدام البيان العملي، اشرح لهم إطار العرض (Viewport)، وكيفية التحكم فيه من خلال وسم <Meta>، وبيّن كيفية ضبط عرض الصفحة لتتطابق مع عرض جهاز المستخدم أيًا كان نوعه.

< اعرض لهم صفحة موقع إلكتروني مستخدم فيها وسم إطار العرض ميتا، وصفحة بدون استخدام وسم إطار العرض، وناقشهم في الاختلافات بينهما.

< انتقل بعد ذلك لمحاكاة الأجهزة واختبار مظهر الموقع على الأجهزة المختلفة، وذلك باستخدام خاصية محاكاة الجهاز (Device Emulation) في مايكروسوفت إيدج.

< وجّه الطلبة بعد ذلك لحل التدريب الأول؛ للتحقق من تمكنهم من استخدام وسم <Meta>، وفهم استخداماته.



< بيّن لهم وظيفة المساطر (Rulers)، وشرح كيفية إظهارها وطريقة استخدامها.

< انتقل بعد ذلك لاختيار الأجهزة التي تتم محاكاتها من قائمة الأجهزة، وعرض الصفحة الإلكترونية بعد المحاكاة.

< انتقل لخاصية استعلام الوسائط، ووضح الغرض منها واستخداماتها، وكيفية إضافتها في ملف HTML.

< وضح كيفية إضافة استعلام الوسائط الداخلي، وكذلك استعلام الوسائط الخارجي، واطلب منهم ملاحظة التأثيرات بينهما، واستنباط الفروقات بين الاستعلامين.

< وجههم لحل التدريب الثاني؛ للتحقق من قدرتهم على توظيف استعلام الوسائط في تغيير لون الخلفية.



< بعد انتهائهم، وجههم لحل التدريب الثالث؛ للتحقق من تمكنهم من مهارات ضبط الهوامش والحدود، وتلوين النص، وتوظيف استعلام الوسائط.

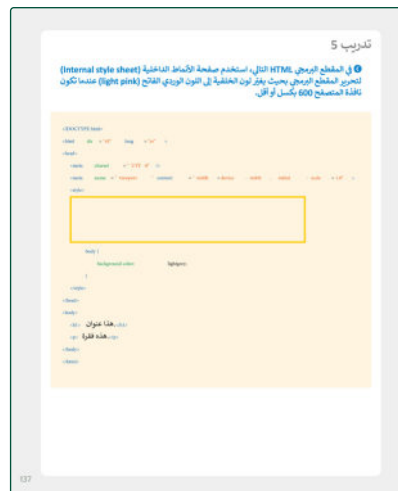
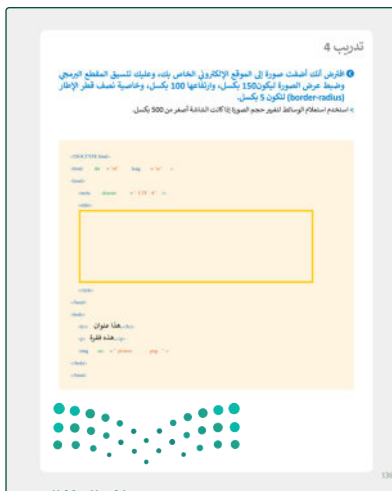
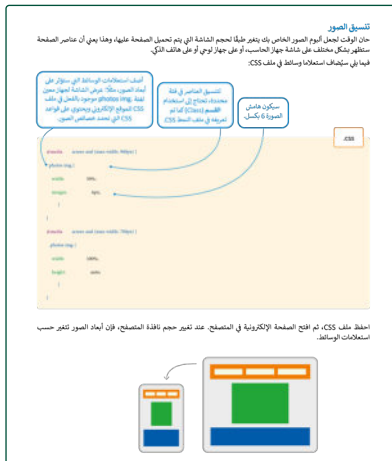


< انتقل بعد ذلك لتنسيق الصور، وبيّن كيفية تغيير ألبوم الصور طبقاً لحجم الشاشة التي يتم تحميل الصفحة عليها، واستخدم بيئة محاكاة مايكروسوفت إيدج لمحاكاة الأجهزة وملاحظة التغييرات على أبعاد الصور.

< وجّه الطلبة لحل التدريب الرابع؛ للتحقق من تمكنهم من تنسيق الصور وتعديل أحجامها.

< وضح لهم كيفية تنسيق قسم القائمة وخياراته المتنوعة في عرض عناصر القائمة بما يلائم نوع الجهاز المستخدم.

< في الختام وجههم لحل التدريب الخامس؛ للتحقق من تمكنهم من تغيير لون الخلفية وفقاً لحجم نافذة المتصفح.



لنطبق معًا

تدريب 1

أضف إلى المقطع البرمجي HTML التالي:

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

```

<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8"/>
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=10.">
  <style>
    @media screen and (max-width: 500px) {
      .photos img {
        width:60%;
        height:auto;
      }
    }
  </style>
</head>
<body>
  <h1>هذا عنوان.</h1>
  <p>هذه فقرة.</p>
  
</body>
</html>

```



< هل هذه صفحة إلكترونية مستجيبة؟

نعم صفحة مستجيبة، لأنها تستخدم وسم <meta> في ضبط عرض صفحة الإنترنت وفقًا لعرض كل شاشة من شاشات الجهاز. وتستخدم أيضًا استعلام الوسائط لضبط عرض الصورة المعروضة، عندما يكون عرض شاشة الجهاز أقل من 500 بكسل.

< ما المزايا التي تقدمها الصفحة الإلكترونية هذه مقارنةً بالصفحة الإلكترونية الخاصة بكود HTML الأولي؟

تتفوق هذه الصفحة على صفحة الإنترنت التقليدية، بأنها تحتوي على بعض الميزات مثل:

- تحسين قابلية الاستخدام: عند زيارة صفحة الإنترنت التقليدية عبر الهواتف المحمولة يحتاج المستخدم إلى تكبير الصفحة حتى يتمكن من تصفح الموقع، بينما يتكيف موقع الإنترنت سريع الاستجابة مع المتصفحات المختلفة على الأجهزة المحمولة بغض النظر عن حجم الشاشة.

-سهولة التحديث: بدلاً من وجود صفحة إنترنت لأجهزة الحاسب وأخرى للهواتف المحمولة، والتي تتطلب التحديث، يمكن للجميع استخدام صفحة إنترنت واحدة سريعة الاستجابة، مما يسهل على مدير الموقع تحديث موقع إنترنت واحد فقط، ويوفر الوقت والجهد.

- زيادة وقت التصفح: يميل مستخدمو الأجهزة المحمولة إلى زيارة صفحات الإنترنت لفترة قصيرة جدًا إذا وجدوا صعوبة في التصفح، ولكن صفحة الإنترنت سريعة الاستجابة توفر تجربة تصفح سهلة وممتعة لجميع الخدمات والمنتجات على الموقع، مما يعني أن المستخدم يقضي وقتًا أطول أثناء زيارة الموقع.

-توفير المال: إنشاء صفحة الإنترنت لمستخدمي الحاسب بالإضافة إلى تطبيق أو صفحة الإنترنت لحاملي الهواتف المحمولة مكلف ماديًا. ويمكن توفير المال عن طريق إنشاء صفحة إنترنت مستجيبة مناسبة لجميع المستخدمين.



تدريب 2

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

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8" />
  <style>
    body {
      background-color: grey;
    }
    @media screen and (max-width: 600px) {
      body {
        background-color: green;
      }
    }
  </style>
</head>
<body>
  <h1>هذا عنوان.</h1>
  <p>هذه فقرة.</p>
</body>
</html>
```



تدريب 3

◀ نسق الجزء التالي من الكود لقسم div عن طريق التالي:

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

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8" />
  <style>
    h1 {
      background-color: lightgrey;
    }
    div {
      margin: 20px;
      color: green;
      border: 3px solid black;
    }
    @media screen and (max-width: 600px) {
      body {
        background-color: pink;
      }
    }
  </style>
</head>
</html>
```



تدريب 4

❖ افترض أنك أضفت صورة إلى الموقع الإلكتروني الخاص بك، وعليك تنسيق الكود وضبط عرض الصورة ليكون 150 بكسل، وارتفاعها 100 بكسل، وخاصية نصف قطر الإطار (border-radius) لتكون 5 بكسل.
< استخدم استعمال الوسائط لتغيير حجم الصورة إذا كانت الشاشة أصغر من 500 بكسل.

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8"/>
  <style>
    img {
      width: 150px;
      height: 100px;
      border-radius: 5px;
    }

    @media screen and (max-width: 500px) {
      img {
        width: 250px;
        height: 200px;
        border-radius: 10px;
      }
    }
  </style>
</head>
<body>
  <h1>هذا عنوان.</h1>
  <p>هذه فقرة.</p>
  
</body>
</html>
```



تدريب 5

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

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8"/>
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=10.">
  <style>
    body {
      background-color: lightgrey;
    }
    @media (max-width: 600px) {
      body {
        background-color: lightpink;
      }
    }
  </style>
</head>
<body>
  <h1>هذا عنوان.</h1>
  <p>هذه فقرة.</p>
</body>
</html>
```



المواقع الإلكترونية التفاعلية (Interactive website)

وصف الدرس

الهدف العام من الدرس هو إنشاء موقع إلكتروني تفاعلي باستخدام لغة برمجة جافا سكريبت (JavaScript) مع مقطع برمجي HTML، بالإضافة إلى التعرف على تقنيات تحسين محركات البحث (Search Engine Optimization - SEO) وكيفية استخدامها لرفع تصنيف الموقع وزيادة عدد زائريه.

نواتج التعلم

- < التعرف على لغة جافا سكريبت.
- < إنشاء موقع إلكتروني تفاعلي باستخدام لغة برمجة جافا سكريبت (JavaScript)، مع مقطع برمجي HTML.
- < تحسين الوصول إلى الموقع الإلكتروني في محركات البحث.

الدرس الثاني

عدد الحصص الدراسية	الوحدة الثالثة: البرمجة المتقدمة باستخدام لغة ترميز النص التشعبي (HTML)
3	الدرس الثاني: المواقع الإلكترونية التفاعلية (Interactive website)





نقاط مهمّة

- < قد يواجه بعض الطلبة صعوبة في فهم الترابط بين لغة جافا سكريبت (JavaScript) ولغة ترميز النص التشعبي HTML، بيّن لهم أنّ لغة جافا سكريبت، تجعل صفحات لغة HTML أكثر ديناميكية وتفاعلية.
- < قد تظهر بعض الأخطاء عند تنفيذ المقطع البرمجي، بيّن للطلبة أهمية الكتابة بدقة مثل بداية الوسم ونهايته `<script> </script>`، حتى لا تظهر أخطاء عند التنفيذ.
- < قد يجد بعض الطلبة صعوبة في فهم وظيفة دالة الحصول على عنصر من المعرّف في مستند، بيّن لهم أنها تحدد العنصر النصي من خلال المعرف id، وتستبدله بعنصر نصي آخر.
`(() document.getElementById)`



التمهيد

- عزيزي المعلم، إليك بعض الاقتراحات التي يمكن أن تساعدك في تحضير الدرس والإعداد له، إضافة إلى بعض النصائح الخاصة بتنفيذ المهارات المطلوبة في الدرس:
- < يمكن للطلاب الوصول لمستندات هذا الدرس من خلال الكتاب الرقمي على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

• مجلد G10_Adventure_website

• image.jpg

- < يمكنك الوصول للحلول أو الملفات النهائية للتدريبات على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

• مجلد Exercises_Solutions

• مجلد FootballFanPage_Greeting

• مجلد FootballFanPage_ResponsiveMenu

• مجلد G11.S2.U3.L2_Adventure_website



G11_L2_buttonTextChanger.html •

G11_L2_document.ElementById.html •

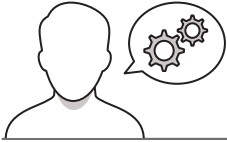
G11_L2_document.write.html •

G11_L2_window.alert.html •

< اجذب اهتمام الطلبة من خلال طرح الأسئلة التالية:

• لماذا تظهر بعض المواقع في أول نتائج البحث بمحركات البحث؟

• كيف يمكن عرض التاريخ والوقت في صفحات HTML؟



خطوات تنفيذ الدرس

< بعد تقديمك للهدف من الدرس، ناقش الطلبة في كيفية إضافة عناصر تفاعلية تجذب مستخدمي الموقع الإلكتروني.

< وضح لهم استخدامات جافا سكربت على الموقع الإلكتروني: عرض التاريخ والوقت، والتحقق من صحة مدخلات المستخدم، وعرض النوافذ المنبثقة ومربعات الحوار والقوائم المنسدلة الديناميكية، وغيرها.

< بين لهم أن الصفحات على المواقع الإلكترونية ستكون ثابتة، غير ديناميكية بنسبة 90 % في حال عدم توظيف لغة جافا سكربت.

< اشرح مفهوم لغة جافا سكربت، وكيف يمكن من خلالها تعديل محتوى الصفحات، وتغيير خصائص المقطع البرمجي HTML، وكذلك المقطع البرمجي CSS.

< وضح لهم موضع كتابة المقطع البرمجي لجافا سكربت في قسми <head> و <body> في صفحة HTML، وكذلك من خلال الملف الخارجي.

الدرس الثاني:
الموقع الإلكتروني التفاعلي
(Interactive website)

يُعتبر الموقع الإلكتروني التفاعلي مدخلات المستخدم ويكتبه لتغيير محتواه وفقًا لذلك. تستخدم المواقع الإلكترونية التفاعلية جافا سكربت لتطويرها، وإضافة عناصر تفاعلية تجذب المستخدمين. بينما تستخدم لغات HTML و CSS لإضافة بنية وتنسيق الصفحات الإلكترونية.

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

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

لغة جافا سكربت (JavaScript)

جافا سكربت (JS) هي لغة برمجة عالية المستوى تستخدم لإجمل صفحات لغة ترميز النص التشعبي (HTML) أكثر ديناميكية ولغائية، والتي لا يمكن إجراؤها باستخدام برمجة HTML العادية وصفحات التنسيق النمطية (CSS).

استخدام لغة جافا سكربت يمكنك:

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

المقطع البرمجي في جافا سكربت

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

يمكن كتابة مقطع برمجي جافا سكربت في:

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

عروض رسالة باستخدام لغة جافا سكربت:

هناك العديد من الطرق المختلفة التي يمكنك استخدامها لعرض المخرجات باستخدام لغة جافا سكربت منها:

- < استخدام دالة الكتابة في مستند (document.write ()) المقطع البرمجي HTML الخاص بك، حيث تعرض هذه الدالة النص المحدد في الصفحة الإلكترونية.
- < استخدام دالة نافذة التنبيه (window.alert ()) لإنشاء مربع للرسالة يحتوي على رسالة.
- < استخدام دالة الحصول على عنصر من المستند (document.getElementById ()) حيث تحدد هذه الدالة العنصر النامي من خلال المعرف وتعيده إلى عنصر آخر.

138



وزارة التعليم

Ministry of Education

2022 - 1444

< بيّن لهم الطرق المختلفة لعرض رسالة باستخدام لغة جافا سكربت، من هذه الطرق: دالة الكتابة في مستند، ودالة نافذة التنبيه، وكذلك دالة الحصول على عنصر من المعرف في مستند.

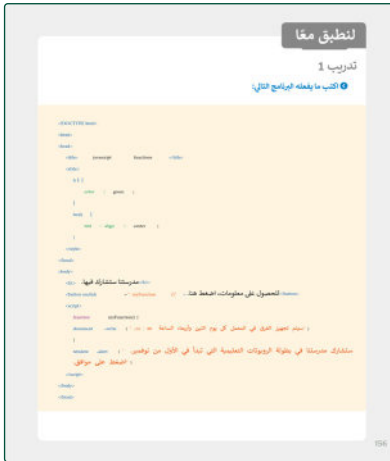
< اشرح لهم استخدامات كل دالة من دوال عرض الرسائل، واعرض لهم الدوال وكيفية إضافتها في المقطع البرمجي.

< وضح لهم كيف يمكن إنشاء زر باستخدام جافاسكريبت، وذلك باستخدام وسم <button>.

< بيّن لهم كيفية إنشاء برنامج نصي (Script) في ملف مختلف وحفظه بامتداد "js"، والرجوع له باستخدام الخاصية src في وسم <script>.

< وجّه الطلبة لحل التدرّيبين الأول والثالث؛ للتحقق من فهمهم للطرق المختلفة لعرض الرسائل.

< بعد انتهائهم، وجههم لحل التدرّيبين الرابع والخامس؛ للتحقق من قدرتهم على عرض الوقت، والتاريخ بطرق مختلفة باستخدام جافا سكربت.



< وضح لهم فئة الأيقونة (Icon class)، ويّين الفرق بينها. (Button class) وفئة الرمز



< اشرح مفهوم كل وظيفة من وظائف محركات البحث، وبين كيف تسهم في دعم انتشار الموقع.

< في الختام اطلب منهم حل التدريب الثاني كتنقيح ختامي؛ للتحقق من معرفتهم المفاهيم الواردة بالدرس.



تدريب 1

🔗 اكتب ما يفعله البرنامج التالي:

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



< 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.



تدريب 2

اختر الإجابة الصحيحة:

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



<input type="radio"/>	call sayHello ();	5. كيف يُمكن استدعاء الدالة (SayHello) في لغة جافا سكريبت؟
<input type="radio"/>	call function sayHello ();	
<input type="radio"/>	sayHello ();	
<input checked="" type="radio"/>	function sayHello ();	
<input type="radio"/>	16	6. ناتج تنفيذ مقطع جافا سكريبت التالي هو:
<input type="radio"/>	خطأ في التحويل البرمجي	
<input checked="" type="radio"/>	88	
<input type="radio"/>	خطأ في وقت التشغيل	
<input type="radio"/>	document.getElementById("p2"). innerHTML="صباح الخير. ";	7. اختر الدالة الصحيحة في لغة جافا سكريبت لتغيير محتوى مقطع HTML التالي:
<input type="radio"/>	document.getElementById(p1). innerHTML="صباح الخير. ";	
<input type="radio"/>	document.getId("p1") ="صباح الخير. ";	
<input checked="" type="radio"/>	document.getElementById("p1"). innerHTML="صباح الخير. ";	



<input type="radio"/>	خطأ في التحويل البرمجي	8. ناتج تنفيذ مقطع برمجي جافا سكريبت التالي:
<input type="radio"/>	لن تتم طباعة أي شيء كناتج	<pre> <script> function student() { if(true) { var a = 5; } document.write(a); } student(); </script> </pre>
<input checked="" type="radio"/>	5	
<input type="radio"/>	خطأ في وقت التشغيل	
<input type="radio"/>	لا شيء	9. ناتج تنفيذ مقطع برمجي جافا سكريبت التالي:
<input type="radio"/>	خطأ في التحويل البرمجي	<pre> <script type="text/javascript"> //document.write("مرحبًا"); </script> </pre>
<input checked="" type="radio"/>	مرحبًا	
<input type="radio"/>	<!--document.write("مرحبًا");//-->	



تدريب 3

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

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

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
  <head>
    <meta charset="UTF-8" />
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=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>
```



تدريب 4

➡ أضف كود جافا سكريبت إلى ملف HTML التالي، وذلك لعرض التاريخ والوقت.

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
  <head>
    <meta charset="UTF-8" />
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=10.">
    <title>Example</title>
  </head>
  <body>
    <h1>احصل على معلومات حول التاريخ والوقت.</h1>
    <script>
      var today = new Date();
      var hourNow = today.getHours();
      document.write(today)
    </script>
  </body>
</html>
```



تدريب 5

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

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8" />
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
  <title>Example</title>
</head>
<body>
  <h1>احصل على معلومات حول التاريخ والوقت.</h1>
  <button onclick="MyFunction()">CLICK ME</button>
  <script>
    function MyFunction() {
      var today = new Date();
      var hourNow = today.getHours()
      document.write(today);
    }
  </script>
</body>
</html>
```



تدريب 6

➤ افتح مجلد Adventure_Site ثم أكمل المخطط على النحو التالي:

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

تلميح:

شجع الطلبة على استخدام كتاب الطالب لإكمال هذه المهمة. يمكنك الاستعانة بمجلد G11.S2.U3.L2_Adventure_website، حيث يوجد مثال على شكل موقع الويب.



الرسائل الإخبارية الرقمية (Digital Newsletter)

وصف الدرس

الهدف العام من الدرس هو تصميم قالب الرسائل الإخبارية الرقمية، واستخدام لغة ترميز النص التشعبي (HTML) لبرمجتها.

نواتج التعلم

- < إنشاء جدول في ملف HTML.
- < إنشاء الرسائل الإخبارية الرقمية.
- < إضافة المحتوى في الرسالة الإخبارية وتنسيقه.

الدرس الأول

عدد الحصص الدراسية	الوحدة الثالثة: البرمجة المتقدمة باستخدام لغة ترميز النص التشعبي (HTML)
5	الدرس الثالث: الرسائل الإخبارية الرقمية (Digital Newsletter)

نقاط مهمة

- < قد يبدأ بعض الطلبة في إنشاء الرسالة الإخبارية الرقمية دون الإعداد المسبق لمحتواها وهيكلها، بين لهم أهمية التخطيط لإنشاء الرسالة الإخبارية الرقمية قبل البدء بالتصميم.
- < ربما يغفل بعض الطلبة عن اختبار مدى استجابة الرسالة الإخبارية على الهواتف الذكية، بين لهم ضرورة اختبارها من خلال المحاكاة في مايكروسوفت إيدج، وتعديل ما يلزم عند الحاجة.

< قد يضيف بعض الطلبة هيكلاً واحدًا للرسالة الإخبارية، وضح لهم أهمية تقسيمها؛ لكي يسهل التعامل معها، وضرورة أن يحتوي كل قسم منها معلومات مرتبطة ببعضها.



التمهيد

عزيزي المعلم، إليك بعض الاقتراحات التي يمكن أن تساعدك في تحضير الدرس والإعداد له، إضافة إلى بعض النصائح الخاصة بتنفيذ المهارات المطلوبة في الدرس:

< يمكن للطلاب الوصول لمستندات هذا الدرس من خلال الكتاب الرقمي على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

• football_stadium_r.jpg

• soccer-saudi-arabia-logo.jpg

< يمكنك الوصول للحلول أو الملفات النهائية للتدريبات على منصة "عين" الإثرائية، وهي:

• مجلد Exercises_Solutions

• مجلد G11_newsletter

• table1.html

< اجذب اهتمام الطلبة من خلال طرح الأسئلة التالية:

• ما خيارات التسويق عبر البريد الإلكتروني؟

• ما أنواع رسائل التسويق التي تصل للبريد الإلكتروني؟

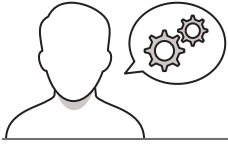
• هل تصلكم رسائل إخبارية في البريد الإلكتروني؟ إذا كان الجواب نعم. ما محتواها؟ وما تقسيمها؟



وزارة التعليم

Ministry of Education

2022 - 1444



خطوات تنفيذ الدرس



< بعد تقديمك للهدف من الدرس، بيّن الهدف من الرسائل الإخبارية الرقمية، والقيود المتعلقة بحجم وتنسيق وشكل التخطيط والتصميم في الرسالة الإخبارية.

< وضح قالب الرسالة الإخبارية العامة، وما تحتويه الأجزاء الرئيسية منها مثل: رأس الصفحة، ومحتوى الرسالة الإخبارية، والتذييل.

< اشرح مكونات جدول HTML، واستخداماته في عرض البيانات بشكل جدولي (Tabular)، وكيفية تعريفه باستخدام الوسمين <table> و </table>، وبيّن لهم أنه لا يتم إنشاء الأعمدة مباشرة، ولكن يتم إنشاؤها من خلال الخلايا.

< باستخدام البيان العملي، أنشئ جدول درجات الطلبة في HTML، وبيّن لهم إمكانية تصميم الجدول باستخدام CSS مثل جميع العناصر في HTML.



< وجّه الطلبة إلى حل التدرّبين الأول والثاني؛ للتحقق من فهمهم للجدول وتنسيقاتها في HTML.

< ورّع الطلبة لمجموعات متكافئة، واطلب منهم أن يتعاونوا في حل التدريب الثالث؛ للتحقق من فهمهم لكيفية إنشاء جدول في HTML.



< انتقل بعد ذلك إلى إنشاء الرسائل الإخبارية الرقمية، ووضح خطوات إنشاء الرسالة الإخبارية.

< اشرح للطلبة الخطوة الأولى وهي تحديد محتوى الرسالة الإخبارية، وبيّن أهمية ربط محتواها بالغرض الذي تخدمه.

< وضح لهم هيكل الرسالة الإخبارية، وكيفية تقسيمها ليسهل التعامل معها بحيث يحتوي كل قسم على نوع مختلف من المعلومات.

< بيّن كيفية إنشاء ملف HTML، ووضع المحتوى الرئيس فيه، وضبط نمط الرسالة.

إنشاء الرسائل الإخبارية الرقمية
لقد تعلمت كيفية إنشاء الجدول 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 استكمالها، وضبط نمط (Style) الرسالة الإخبارية.
- 4 اختيار مدى استجابة الرسالة الإخبارية على الهواتف الذكية.

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

2 هيكل الرسالة الإخبارية
نظراً لأن الرسالة الإخبارية هي صيغة إلكترونية، فالت حاجة إلى تقسيمها إلى أقسام لتسهيل التعامل معها، حيث يحتوي كل قسم على أنواع مختلفة من المعلومات، وكل قسم من هذه الأقسام له أسلوب مختلف.

هيكل الرسالة التي سننشئها الآن كما يلي:

167

< انتقل بعد ذلك إلى كيفية إضافة الصور في الرسالة الإخبارية وأهميتها في زيادة رغبة الشخص في قراءة الرسالة.

< وضح للطلبة كيفية استخدام الجدول كملف CSS الخارجي؛ لتصميم الرسالة الإخبارية بحيث يكون للجدول خلفية ملونة وفراغ من أعلى ومن اليسار ومن اليمين.

< اشرح لهم نمط الصور والجدول إلى ملف CSS الخارجي ثم وضح نمط التغيير إلى خلية الجدول الأخيرة بحيث يحتوي التذييل على روابط وبريد إلكتروني للمراسلة، و رابط لأي شخص يريد إلغاء الاشتراك في الرسائل الإخبارية.

< ذكرهم باختبار مدى استجابة الرسائل الإخبارية عبر جهاز المحاكاة في أدوات المطور في مايكروسوفت إيدج؛ لمعرفة مدى استجابة الرسائل الإخبارية التي أنشأتها.

3 اختبار مدى استجابة الرسالة الإخبارية
يمكنك استخدام جهاز المحاكاة في أدوات المطور في مايكروسوفت إيدج وذلك لمعرفة مدى استجابة الرسالة الإخبارية الرقمية التي أنشأتها. وعند تحديد هواتف ذكية محددة، يمكنك ملاحظة أن عرض الصفحة يتم تكبير أو تصغيره أو عرض (Width) إطار العرض للجهاز المحدد، ويمكن للمستخدم التمرير عمودياً إذا لزم الأمر.

انسخ النسخة من جهاز المحاكاة (Device Emulation)

173



< وجّه الطلبة لحل التدريبين الرابع والخامس؛ للتحقق من قدرتهم على تعديل الرسائل الإخبارية، والتعامل مع الفقرات والجداول.

< بعد انتهائهم، اطلب منهم حل التدريب السادس؛ للتحقق من قدرتهم على إضافة الصور، وضبط خصائصها.

< استخدم التدريبين السابع والثامن كواجب منزلي؛ للتحقق من مهاراتهم التي اكتسبوها في الدرس.

تدريب 4

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

تدريب 5

• أجز التغيير المناسب على ملف CSS الخاص بالرسالة الإخبارية لمشجعي فريق الصقور الخضر لكرة القدم، وذلك لإعادة تلوين العناوين (Header) والتذييل (Footer) لتتطابق بنفس اللون.

تدريب 6

• أضف صورة إلى الرسالة الإخبارية لمشجعي فريق الصقور الخضر لكرة القدم، ويجب أن تكون الصورة بين النص والتذييل في ثلثي الرسالة الإخبارية، ويجب أن تشغل 100% من عرض الصورة (Width) عالية الجودة.

176

تدريب 7

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

تدريب 8

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

177



وزارة التعليم

Ministry of Education

2022 - 1444

مشروع الوحدة:

- < ناقش الطلبة حول أهم الاخبار التي ينبغي على إدارة المدرسة نشرها كرسائل إخبارية.
- < قسم الطلبة لمجموعات متكافئة، ووجههم لقراءة المشروع، والتخطيط لتنفيذه.
- < وجه الطلبة للرجوع للخطوات العملية في الوحدة عند الحاجة.
- < تأكد من فهمهم للتفاصيل التي يجب تضمينها في الرسالة الإخبارية.
- < ضع معايير مناسبة لتقييم أعمال الطلبة في المشروع واطلعهم عليها. وتأكد من فهمهم لمتطلبات المشروع.
- < يمكنك الاسترشاد بمعايير تقييم المشاريع الواردة في الدليل العام.
- < حدد موعدًا لتسليم المشروع، ومناقشة أعمال الطلبة.



مشروع الوحدة

1. أعد الرسائل الإخبارية وسيلة قوية في المدرسة للإعلام والتذكير بالأحداث المهمة في المدرسة، ويجب أن تكون مناسبة للطلبة وأولياء الأمور والمعلمين.
عليك إنشاء رسالة إخبارية إسبوعية حول أحد الموضوعات التالية:
< الأحداث والأنشطة المدرسية الحالية والقادمة مثل: أخبار المدرسة، والرحلات الميدانية، وزيارات المتاحف، والحفلات المدرسية، والبطولات، إلى آخره.
< اللقاءات مع المعلمين والزملاء من الطلبة، حيث يمكنك طرح بعض الأسئلة على المعلمين والزملاء بناءً على موضوع محدد، ثم نشر ردودهم وإجاباتهم.
< معلومات عن فرص المنح الدراسية للطلبة.
2. أنشئ مجلدًا باسم "myProject".
في هذا المجلد أنشئ مجلدين فرعيين: الأول باسم "Articles" والثاني باسم "images"، والذي تصيف فيه جميع الصور التي ستستخدمها في الصفحة.
3. افتح محرر فيجوال ستوديو كود، ثم أنشئ تايبة رسائلتك الإخبارية الرقمية، وضع المحتوى في ملف HTML الخاص بك.
4. اكتب المقطع البرمجي واضبط نمط الرسالة الإخبارية.
5. اختر مدى استجابة الرسالة الإخبارية على الهواتف الذكية.

178

في الختام

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

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

179

- < في نهاية الوحدة، ألقِ الضوء على ما تعلمه الطلبة في هذه الوحدة، واختبر مدى فهمهم لمصطلحاتها.
- < وفي الختام، يمكنك تذكير الطلبة بمصطلحات الوحدة المهمة التي وردت في فهرس المصطلحات.

تدريب 1

اختر الإجابة الصحيحة:

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

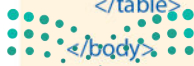


تدريب 2

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

1	خلية
2	خلية
3	خلية
4	خلية
5	خلية

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <style>
    table,
    td {
      border: 1px solid black;
    }
  </style>
</head>
<body>
  <table style="width:100%">
    <tr>
      <td>1 خلية</td>
    </tr>
    <tr>
      <td>2 خلية</td>
    </tr>
    <tr>
      <td>3 خلية</td>
    </tr>
    <tr>
      <td>4 خلية</td>
    </tr>
    <tr>
      <td>5 خلية</td>
    </tr>
  </table>
</body>
</html>
```



⦿ غيّر نمط الجدول الذي أنشأته حسب التعليمات التالية.

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

```
...  
<table style="width:100%; padding-left:25px; padding-right:25px; padding-top:25px;  
padding-bottom:25px;">  
  <tr style="background-color:#d6d599;">  
    <td>1 خلية</td>  
  </tr>  
  <tr style="text-align:center;">  
    <td>2 خلية</td>  
  </tr>  
  <tr style="text-align:left;">  
    <td>3 خلية</td>  
  </tr>  
  <tr style="font-size:25px;">  
    <td>4 خلية</td>  
  </tr>  
  <tr style="font-weight: bold;">  
    <td>5 خلية</td>  
  </tr>  
</table>  
...
```



تدريب 3

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

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

تلميح:

يمكنك العثور على إجابة التدريب المقترحة في ملف باسم G11.S2.U3.L3_ex3.html على منصة عين الإثرائية.

الجمعة	الخميس	الأربعاء	الثلاثاء	الاثنين	الأحد	السبت	
حبوب الشوفان مع الحليب	زبادي بالعسل	توست مع الحليب	حبوب الشوفان مع الحليب	جبنه - توست عصير برتقال	توست مع حليب	حبوب الشوفان مع الحبوب	الإفطار
خوخ	كمثرى	بطيخ	كرز	موز	برتقال	تفاح	وجبة خفيفة
سمك - سلطة	لوبيا	سباجيتي	فول	بطاطس بيف	شورية خضار	رز - دجاج	الغداء
زبادي	فاكهة	زبادي	فاكهة	لبن	فاكهة	زبادي	وجبة خفيفة
سلطة كرات اللحم	شورية فطر	لحم ضأن أرز	مكرونه	بيتزا	سلطة - توست	سلطة خضراء بيض	العشاء



تدريب 4

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

...

</p>.لاثنين منهم كل شهر فرصة الحصول على تذكرة مجانية لمباراة واحدة لفريقهم المفضل

</td>

</tr>

<!--Create to more table rows with one table cell each one-->

<tr style="background-color:#eeeeee7;">

<td class="text1">

<h3>نص الفقرة الثانية</h3>

<p>.....</p>

<td>

</tr>

<tr style="background-color:#eeeeee7;">

<td class="text1">

<h3>نص الفقرة الثالثة</h3>

<p>.....</p>

<td>

</tr>

<tr style="background-color:#eeeeee7;">

...

.html



تدريب 5

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

يوجد العديد من الطرق ومنها:

1- إعطاء لون للجدول كنمط مضمّن في ملف HTML، وإعطاء نفس لون النمط المضمّن لصف التذييل في ملف HTML. تحتوي صفوف الجدول الأخرى أيضًا على ألوان خلفية أخرى، كنمط مضمّن، لذا فهي تحافظ على نمط لون الخلفية الخاص بها.

```
...
<!--Create the table.-->
<table style="background-color: lightgray;">
...
<!--Create the footer.-->
<tr style="background-color: lightgray;">
  <td class="thefooter">
....
```

.html

2- أعط نفس لون الخلفية للجدول والتذييل في ملف CSS خارجي.

```
...
table {
  background-color: lightgray;
...
}
...
.thefooter {
  background-color: lightgray;
...
}
```

.CSS



3- أعط نفس اللون للجدول والتذييل كنمط داخلي داخل علامات النمط في قسم <head> من ملف .HTML

```
...  
<head>  
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">  
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="new_style_newsletter.css">  
<style>  
  table {  
    background-color: lightgrey;  
  }  
  .tfooter {  
    background-color: lightgray;  
  }  
</style>  
</head>  
....
```

.html



تدريب 6

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

```
...  
<tr>  
  <td class="photos">  
      
  </td>  
</tr>  
...
```

.html

تدريب 7

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

بالنسبة للصورة التي تحمل شعار المنتخب السعودي في الجزء العلوي الأيمن من النشرة الإخبارية، يتم تحديد العرض والارتفاع بالبكسل:

العرض = "200" الارتفاع = "125"، وإذا تم ضبط الارتفاع والعرض، يتم حجز المساحة المطلوبة للصورة عند تحميل الصفحة وتكون ثابتة حيث يُلاحظ تغيير حجم الشاشة. على العكس من ذلك، يتم تغيير حجم الصورة المضمنة في خلية جدول وتعيينها لتحتل نسبة مئوية من عرض الخلية، بعد تغيير حجم الجدول، تمامًا مثل العناصر الأخرى في الجدول.



تدريب 8

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

```
...
/*Style headlines*/
...
.headline2 {
padding-right: 10px;
text-align: right;
font-size: 25px;
font-family: Arial, Helvetica, sans-serif;
font-weight: bold;
font-style: italic;
}
.headline3 {
padding-right: 10px;
text-align: right;
font-family: 'Gill Sans', 'Gill Sans MT', sans-serif;
font-weight: bold;
font-size: 24px;
}
...
```

.css



```

...
/*Style texts*/
...
.text2 {
padding-right: 10px;
padding-bottom: 30px;
text-align: right;
font-family: Arial, Helvetica, sans-serif;
font-size: 16px;
font-weight: normal;
}
.text3 {
padding-right: 10px;
padding-bottom: 30px;
text-align: right;
font-family: 'Gill Sans', 'Gill Sans MT', sans-serif;
font-size: 17px;
font-weight: normal;
}...

```

.css



.....

```
<tr style="background-color:#d6d599;">
```

```
<td class="headline2">
```

```
<p>تتبع أخبار المسار الناجح لفريق الصقور الخضر</p>
```

```
</td>
```

```
</tr>
```

```
<tr style="background-color:#eeeeee7;">
```

```
<td class="text2">
```

عزيزي مشجع كرة القدم، المملكة العربية السعودية لديها أحد أفضل الفرق في آسيا، لذلك إذا كنت مشجعا كبريا لهذا الفريق، فستبقيك هذه النشرة الإخبارية على اطلاع بمواعيد المباريات وأوقات البدء، كما أنها ستبقيك على اطلاع دائم بالقنوات التلفزيونية التي تعرض جدول المباريات الدولية. إضافة إلى ذلك، سيتم إخطارك بترتيب الفرق وتفاصيل أخرى حول المباريات. سيحصل مشتركو النشرة الإخبارية على جميع المعلومات التي يحتاجون إليها لمشاهدة المباريات مباشرة وستتاح لثلاثين منهم كل شهر فرصة الحصول على تذكرة مجانية لمباراة واحدة لفريقهم المفضل.

```
</td>
```

```
</tr>
```

.....



الإجابة عن أسئلة قسم "اختبر نفسك"

السؤال الأول

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



السؤال الثاني

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



السؤال الثالث

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



السؤال الرابع

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



السؤال الخامس

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

يُضبط الصفحة الإلكترونية
المعرضة حسب عرض
الجهاز.

5

1

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

المُخرج: مرحبًا

6

2

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

المُخرج: انتبه!

4

3

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

يُخرج مربع تنبيه يحتوي
على رسالة "انتبه!"

3

4

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

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

2

5

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

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

1

6

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

السؤال السادس

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

15.00-13.00	التنس
17.00-15.00	كرة القدم
19.00-17.00	السياسة
23.00-19.00	كرة الطائرة

أكمل المقطع البرمجي الخاص بالصفحة الإلكترونية للقناة الرياضية بما يلي:
< meta> لضبط عرض محتوى الصفحة الإلكترونية على عرض شاشة كل جهاز.
< صفوف وبيانات الجدول من الساعة 15:00 إلى الساعة 23:00.

```
<!DOCTYPE html>
<html dir="rtl" lang="ar">
<head>
  <meta charset="UTF-8" />
  <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>
```



السؤال السابع

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

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



التقنية الرقمية هي سلسلة من كتب الحوسبة وتقنية المعلومات تعتمد مقاربة مبتكرة قائمة على المشاريع. يتعلم الطلبة مفاهيم الحوسبة ويطورون مهاراتهم في تقنية المعلومات والاتصالات عبر أنشطة مميزة وسيناريوهات ممتعة من العالم الحقيقي.

ISBN: 978-603-511-343-4



9 786035 113434
Ministry of Education
2022 - 1444

التعليمية
TALEMIA



binarylogic
binarylogic.net