



التجارة الإلكترونية

المستوى: ماهر



إنَّ المُسميات المُستخدمة وتمثيل المواد في هذا المنشور/الإصدار لا تستتبع الإعراب عن رأي على الإطلاق من قبل حكومة كندا

"The designations employed and the representation of material in this publication do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Government of Canada."

آخر تحديث تشرين ثاني 2023

المقدمة

تم تطوير هذا المنهاج من خلال مشروع ثابري الذي ينفذه الاتحاد اللوثيري العالمي في القدس، بالشراكة مع الإغاثة اللوثرية الكندية وبتمويل من حكومة كندا.

يهدف مشروع ثابري إلى المساهمة في الحد من الفقر في الضفة الغربية والقدس الشرقية من خلال دعم النساء بما في ذلك النساء ذوات الإعاقة للمشاركة في فرض التعليم والتدريب المهني والتقني والتي تقودهن إلى التوظيف أو العمل الحر.

صمم مشروع ثابري للاستجابة للتحديات المتمثلة في ارتفاع معدلات البطالة المتزايدة بين النساء التي نتجت من المعوقات الاجتماعية والثقافية والقانونية والسياسية، بالإضافة إلى محدودية الوصول إلى التعليم والتدريب المهني والتقني. كما وعمل المشروع إلى زيادة تمكين النساء للوصول إلى برامج التدريب المهنية المختلفة والتي تمّ تطويرها من خلال المشروع لتتلاءم مع احتياجات السوق، هذا بالإضافة إلى تأهيل نظام تعليم وتدريب مهني وتقني لتلبية احتياجات النساء والنساء ذوات الإعاقة بشكل أفضل.

تم تطوير خيارات متعددة من خلال المشروع لمهن مرتبطة بسوق العمل تأخذ بعين الاعتبار استجابة النوع الاجتماعي والشمولية لكل من النساء والنساء ذوات الإعاقة، في مراكز التعليم والتدريب المهني والتقني المستهدفة في الضفة الغربية، بما في ذلك القدس الشرقية. مهنة الطباعة والتصميم هي إحدى هذه المهن التي تم تطويرها من خلال هذا المشروع

أسماء خبراء وخبيرات المهنة المشاركين/ات في سوق العمل لتحديد الكفايات

الاسم الرباعي	اسم المؤسسة التي يعمل بها	
1	إيهاب فرح المراجعة	صاحب مصنع إيهاب
2	عيسى الياس بطرس اليتيم	طاليتا قومي
3	هيلين ماجد الياس قمصيه	ODEH OLIVE WOOD FACTORIES
4	سوسن فرج	صاحبة مشروع حقائب جلدية علياء
5	رامي الخطيب	شركة Buzz
6	طارق البكري	Edu station
7	محمد إبراهيم عقابنة	Online mail
8	حمزة يوسف	optimus
9	عبد الفتاح حاتم الننتشة	optimus
10	خضر يوسف	التدريب المجتمعي بيت جالا
11	الهام سعيد حنا	كلية مجتمع طاليتا قومي
12	بهاء محمود رشيد فروخ	لحظة للإنتاج الإعلامي وخدمات التسويق والتدريب
13	عماد يوسف عبد الجواد	مدرب معتمد
14	ايمن حسين	غرفة تجارة رام الله

1 التعليم والتدريب القائم على الكفاية في التعليم والتدريب المهني والتقني

1.1 مقدمة

تشكل رؤية وأهداف الاستراتيجية الوطنية للتعليم والتدريب المهني والتقني الركيزة الأساسية لتحديث وتحسين نظام التعليم والتدريب المهني والتقني في فلسطين، ولتحقيق الأهداف الإجمالية المتمثلة في:

- استكمال متطلبات سوق العمل الوظيفية، وتحقيق المؤهلات اللازمة له، كما هي موضحة في التصنيف المهني الفلسطيني، والإطار الوطني للمؤهلات.
 - استخدام المنحى الشمولي، وتنمية جميع الكفايات اللازمة للطلبة؛ للمشاركة بشكل فاعل في التشغيل والأداء الحسن في مهنتهم المختارة.
 - دعم كل الطلبة في عملية التعلم المستمر على مدى الحياة، وفي التقدم في التنمية الذاتية والمهنية، وفي التحول لأعضاء لديهم/ن مسؤولية والتزام وقدرة في المجتمع؛ بحيث يسهم في تنمية الاقتصاد والمجتمع مسترشدين بالرسالة التربوية.
- تلعب المؤسسات المتخصصة (مراكز التدريب المهني والمدارس الثانوية الصناعية والكليات التقنية) في إطار نظام التدريب والتعليم المهني والتقني، دوراً جوهرياً في تنفيذ القضايا المركزية لاستراتيجية التعليم والتدريب المهني والتقني، بما في ذلك تطوير وتحديث وتحقيق المناهج المنقادة لسوق العمل.

1.2 الرسالة والاختصاص التعليمي

تكون كل وزارة (العمل، التربية والتعليم، التعليم العالي) في إطار إشرافها على النوع الخاص بها من مؤسسات التعليم والتدريب المهني والتقني، مسؤولة عن تطوير واعتماد المناهج وضمان جودة تنفيذ المناهج؛ تبعاً لأهداف استراتيجية التعليم والتدريب المهني والتقني.

تتركز رسالة واختصاص مراكز التعليم والتدريب المهني والتقني بنقل المعرفة المهنية، والتعليم العام كنظرية وتطبيق إلى الشباب الفلسطيني. يجب أن يضمن النهج التدريسي التنمية الشمولية للكفايات المهنية، وهي العنصر الأساسي للتعليم والتدريب المهني. تتطلب تنمية وتحقيق الكفايات المهنية كفاية احترافية منقادة لسوق العمل، يتم مزاجتها مع كفاية بشرية واجتماعية. تعرف الكفاية المهنية بأنها "الرغبة والقدرة على اتخاذ الفعل الملائم"، أي؛ نقل وتطبيق المعرفة والمهارات بشكل ملائم إلى مواقف العمل والحياة، بينما يتم التصرف بمسؤولية فردية واجتماعية. يتضمن هذا: القدرات على التفاعل بشكل ملائم مع الآخرين في سياقات متنوعة، وكذلك امتلاك خبرة وطرق للتصرف في سبيل تحقيق الهدف، وتلبية المتطلبات المركبة وحل المشكلات.

وبهذا فإن تحقيق الكفاية المهنية، هو هدف رئيسي يقود تطوير وتحديث جميع المناهج المهنية وإخراجها لحيز الوجود، بما في ذلك تقييم المخرجات التعليمية. وتنعكس نتيجة التقييم الإيجابي للكفاية المهنية للطالب من خلال الحصول على المؤهلات المتوافقة مع الإطار الوطني للكفايات، والذي يحدد معايير جميع الكفايات في نطاق النظام التعليمي الوطني.

1.3 أهداف التعليم والتدريب المهني والتقني

يهدف التعليم والتدريب المهني والتقني إلى نقل المعرفة وتطويرها وتعزيزها:

- التعليم المهني والتدريب الأساسي والمتقدم للطلاب من الذكور والإناث مع تعزيز تعليمهم السابق وإعطاء اهتمام خاص لاحتياجاتهم ودمج الشباب والشابات في البيئات والمناطق التي تتصف بصعوبة الحياة بالأخص التحديات التي تواجهها النساء والنساء ذوات الإعاقة.
 - التعليم والتدريب المهني الأساسي والمتقدم للطلاب، وتحسين تعليمهم العام السابق.
 - الكفاية المهنية، التي تجمع ما بين الكفاية الفنية مع الكفاية الشخصية والاجتماعية.
 - المرونة المهنية في التعامل مع المتطلبات المتغيرة لسوق العمل والمجتمع، أخذاً بالاعتبار الوضع السياسي في فلسطين.
 - الرغبة والقدرة لدى الأفراد على الانخراط في تنمية شخصية ومهنية مستقبلاً (التعلم مدى الحياة).
 - الرغبة والقدرة لدى الأفراد على التصرف كأعضاء مسؤولين في المجتمع والمساهمة في تنمية المجتمع.
- وللوصول إلى هذه الأهداف، على مؤسسات التعليم والتدريب المهني والتقني أن:
- تتبع نهجاً تدريسياً يدعم تطوير الكفاية المهنية لأخذ زمام الفعل
 - ترفد الكفاية المطلوبة للتخصص المهني بكفايات أخرى تتصل بالمجال المهني الأوسع.
 - توفر برامج متنوعة ومرنة، تأخذ بالاعتبار القدرات والمواهب المختلفة للطلاب، وكذلك تغير متطلبات سوق العمل والمجتمع.
 - تمكن الطلاب من التحول إلى أشخاص مسؤولين ذاتياً، وقادرين على التعامل بشكل مستقل مع التحديات الجديدة: الشخصية منها، وتلك المتعلقة بالعمل، والانخراط في التعلم على مدى الحياة.
 - تدعم الطلاب ذوي الإعاقة والمحرومين بقدر الإمكان.
 - تقدم المشورة للطلبة حول قضايا الصحة والسلامة، وكذلك قضايا حماية البيئة المتصلة بمهنتهم المختارة وسلوكهم في الحياة اليومية.

وكجزء من اختصاصها المهني والتعليمي العام، على مؤسسات التعليم والتدريب المهني والتقني أن تتطرق إلى قضايا أساسية تتعلق بالجانب المهني والاجتماعي، وتشمل:

- تحديات التشغيل والبطالة.
 - التعايش السلمي للأفراد والشعوب والثقافات في عالم واحد، وفي الوقت نفسه الحرص على حماية الهوية الثقافية والدينية والوطنية.
 - ضمان حقوق الإنسان.
 - المحافظة على الطبيعة والموارد الطبيعية.
- يتطلب تبني التعليم والتدريب على أساس الكفاية وعمليات التعلم المعتمد على الفعل في مؤسسات التدريب المهني والتقني التزاما من الإدارة والموظفين/ات واعتماد المبادئ الرئيسية التالية:
- إن المهمة الأساسية للتعليم والتدريب المهني والتقني هي تطبيق الكفاية المهنية الشمولية.
 - على مؤسسات التعليم والتدريب المهني والتقني استغلال مواردها وإمكانياتها وقدراتها التدريسية بأفضل شكل ممكن لتطبيق المواقف التعليمية، وكذلك من خلال استخدام فرص التعاون مع مؤسسات التعليم والتدريب المهني والتقني الأخرى ومع القطاع الخاص.
 - يتغير دور المعلمين/ات والمدرسين/ات عندما يتبنون منهجيات التعلم النشط والتي تركز على المتعلم/ة. المدرسون/ات والمدرّبون/ات ليسوا مصدرا فريدا للمعرفة، ولكنهم يسهلون عملية التعلم. سابقا، أعطى المعلمون المعرفة أو المهارات من خلال عرض التعليمات والمعلومات بشكل مباشر على الطلاب. في الوقت الحاضر، يوفر الميسرون بيئة نشطة، حيث يكتسب الطلاب الكفايات عن طريق القيام بأنشطة بأنفسهم.
 - يجب دمج التطورات التقنية الحديثة من خلال تبني تكيف المواقف التعليمية التفصيلية.
 - من أجل تحقيق أفضل علاقة لسوق العمل مع المنهاج؛ يتوجب العمل على الاحتفاظ بتبادل وتعاون منتظم ومنهج مع شركات القطاع الخاص؛ لموائمة المواقف التعليمية القياسية وتمكين المتعلمين/ات من الممارسة العملية في بيئات عمل حقيقية.

1.4 المبادئ التدريسية

يتطلب هدف التعليم والتدريب المهني والتقني موازنة المنظور التربوي مع تنمية الكفايات المهنية ذات الصلة بسوق العمل. ولهذا فإن التعلم في مؤسسات التعليم والتدريب المهني والتقني مرتبطة بشكل جوهري لتعكس وتحل المهام المركبة المادية النموذجية لمهنة معينة. النهج التدريسي-المنهجي شمولي ويكامل بين النظرية والتطبيق

ضمن مراحل إنجاز المهمة، والتي تكون مشابهة للمراحل في مواقف العمل الحقيقية. والهدف هو تمكين الطلاب من تخطيط وأداء وتقييم وتقدير نتائج هذه المهام بشكل مستقل ذاتيا. ويتم وصف الكفايات بطريقة يتم فيها تقييم أدائهم والتأكد من امتلاكهم لها ومنح شهادات لهم.

ومن هنا؛ فإن وصف أهداف الوحدات النمطية المنهجية يحدد ويصف المخرجات التعليمية على شكل كفايات يجب تحقيقها من طرف المتعلم. تتبع المبادئ التدريسية النظريات الحديثة للتعليم والنهج البراغماتي في دعم التعلم المتمحور حول الطلبة والمنقاد نحو الفريق والفعل:

- يبني المنهاج على وحدات نمطية، يتم تفصيلها بدورها إلى وحدات دراسية أصغر، وهي المواقف التعليمية. وهذه هي المواقف الأساسية النموذجية والمعممة للمهنة، بمعنى، متطلبات الزبائن (التعلم من أجل الفعل).
- تتبع المواقف التعليمية مراحل جمع المعلومات والتخطيط والأداء والتقييم والتقدير وتوثيق النتائج وعرضها.
- وحيث أمكن، يجب أن يتم تنفيذ جميع الأنشطة المطلوبة بشكل مستقل ذاتيا من طرف الطلاب (التعلم من خلال الفعل).
- يجب أن تدعم جميع عمليات التعلم والأعمال المنفذة الفهم الشمولي للحقيقة في العمل والمجتمع، ويجب أن تتضمن الأوجه التقنية والاقتصادية والقانونية والبيئية وإجراءات الأمان.
- يجب أن يكون لجميع عمليات التعلم والأعمال المنفذة علاقة ذات مغزى بخلفية الطلاب وخبراتهم. يجب أن يتم النظر لجميع الأفعال من باب تبعاتها على المجتمع.
- يجب أن تتضمن جميع عمليات التعلم والأعمال المنفذة عمليات اجتماعية، مثلاً؛ العمل ضمن فريق، التواصل واستيعاب وجهات نظر مختلفة وحل الخلافات.
- التعلم المنقاد نحو الفعل هو مفهوم تدريسي يدعم إنجاز الكفاية المهنية، ومركب بحيث يجمع بين التعلم النظري والعمل باستخدام طرق متنوعة للتعلم المتمحور حول الطالب.

إن برامج مؤسسات التعليم والتدريب المهني والتقني موجهة نحو الشباب والبالغين ذوي التعليم السابق والخلفيات الثقافية والخبرات العملية المتباينة. تستطيع مؤسسات التعليم والتدريب المهني والتقني تنفيذ اختصاصاتها فقط من خلال أخذ هذه التباينات في الاعتبار ودعم جميع المتعلمين، بمن فيهم المحرومين أو الطلاب الموهوبين بشكل كبير، تبعاً لقدراتهم الفردية.

1.5 تنمية الكفايات

يتطلب تحقيق هدف التعليم والتدريب المهني والتقني في تطوير وترقية الكفايات المهنية، تنمية مترابطة للكفايات الفنية والبشرية والاجتماعية والمنهجية.

يمكن وصف الكفاية الفنية (التقنية) على أنها الرغبة والقدرة لدى المتعلمين على الحصول واستخدام المعرفة والمهارات لحل المهام. يتضمن هذا: البحث النشط عن المعلومات والتخطيط واتخاذ القرار حول أفضل الاتجاهات، وتنفيذ المهام تبعاً لمعايير الأداء اللازمة في سياق معين، وتقييم وتقدير النتائج والقدرة على نقل المعرفة والمهارات لنطاق واسع من المؤسسات ضمن المجال المهني أو خارجه.

يمكن وصف الكفاية البشرية (الشخصية) على أنها القدرة والرغبة لدى المتعلمين/ات في التصرف بشكل ذاتي ومسؤول تبعا للقيم الأخلاقية. ويتضمن هذا تقييم الفرص، والمتطلبات والقيود بما يتعلق بالشخص ذاته، وعمله ودوره ومشاركته في الحياة الاجتماعية والعامة. تمتاز الكفاية البشرية بالاعتماد على الذات والثقة بالنفس، والقدرة على طرح النقد وتقبله، والثبات والحس بالمسؤولية والواجب، بما في ذلك المسؤولية عن الآخرين وكذلك عن التجهيزات والمواد. ويعتبر تطوير القدرات والمواهب الذاتية والالتزام الذاتي المرتبط بالقيم الأخلاقية كذلك جزءا من الكفاية البشرية.

يمكن وصف الكفاية الاجتماعية على أنها القدرة والرغبة في تطوير علاقات اجتماعية إيجابية، قائمة على المسؤولية والتضامن. وتتضمن الكفاية الاجتماعية فهم وحل الصراعات بشكل عقلاني ومسؤول. ويعد كذلك فهم القوانين والعمل ضمن فريق والتواصل الملائم مع الرؤساء في العمل والزملاء والشركاء والأصدقاء جزءا من الكفاية الاجتماعية.

يمكن وصف الكفاية المنهجية على أنها امتلاك الوسائل والطرق اللازمة لتقييم وحل المشكلات والمهام. وتبرز الحاجة للكفاية المنهجية في الحصول على المعلومات من خلال استخدام اللغة والتقنية الحديثة للمعلومات والاتصالات، والتخطيط واتخاذ القرار حول التدابير الملائمة للعمل، وإنجاز المهام المحددة، وضمان الجودة وتقييم النتائج وعرضها. ويتطلب كذلك تطوير المواقف التعليمية والقدرة على الانخراط في التعلم على مدى الحياة، في التطوير الذاتي والمهني كفاية منهجية.

2 منهاج "التجارة الإلكترونية"

2.1 مقدمة

تم تطوير منهاج " التجارة الإلكترونية " وفقا للعملية المعيارية لتطوير المناهج لمؤسسات التعليم والتدريب المهني والتقني. يتم دعم هدف "تحقيق الكفاية المهنية لدى المتعلمين/ات" من خلال المنحى الممنهج لتحديد جميع المهام المركبة النموذجية للمهنة، والكفايات اللازمة كما يتطلبها سوق العمل. يتبع الوحدات النمطية للمنهاج المهام المركبة المحددة، ويقدم وصف الأهداف لكل وحدة نمطية توصيفا معمما لأفعال ملموسة وكفايات مطلوبة يجب أن يتم تحقيقها من طرف المتعلمين/ات. وتقسم الوحدات النمطية إلى وحدات دراسية نموذجية أصغر للتعلم، وهي المواقف التعليمية، التي تقدم وصفا مفصلا للكفايات الواجب تحقيقها.

تبنى الكفايات التي يتوجب تحقيقها من خلال كل وحدة نمطية وكل موقف تعليمي في أربعة تصنيفات للكفايات الفنية والبشرية والاجتماعية والمنهجية.

2.2 الوصف المهني

الاسم الأسماء البديلة	
مستوى NQF	2
وصف المهنة	من المتوقع من خريج / خريجة هذا البرنامج من: • تعريف التجارة الإلكترونية والتعريف بالتطور التاريخي للتجارة الإلكترونية والتعريف بالبنية التحتية للتجارة الإلكترونية • التعريف بحوافز التجارة الإلكترونية والتعريف بفوائد التجارة الإلكترونية والتعريف بمحددات ومعوقات التجارة الإلكترونية • إدارة موقع WordPress والتعرف على مزيد من التطبيقات لبناء مواقع ويب Wix, Weebly etc واستخدام سائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، تويتر، سناب، تيك توك، لينكد أن، بانترست، انستغرام ...) والإلمام بتقنيات الويب (client / server architecture) • تمييز الواجهات الأمامية (HTML, CSS, JS) • استخدام شبكة الأنترنت للوصول إلى المعلومات ومعرفة أمن الشبكات و CRM System والوصول إلى مواقع إلكترونية لقوالب التصميم بشكل ذاتي والقيام ببناء متجر إلكتروني وتحديد أنواع Domain & host و تمييز أفضل المواقع المساعدة في بناء متجر إلكتروني مثل الـ Shopify، WordPress • تحديد أنواع لغات البرمجة لمواقع التجارة الإلكترونية وتطبيق استراتيجيات البيع في التجارة الإلكترونية (شركة – لشركة) (مستهلك – لمستهلك) B to B or b to c والتدريب على كيفية القيام بمهام البيع الإلكتروني مع العملاء وتطبيق مراحل عملية الاتصال البيعي مع العملاء (أفراد – شركات) وجذب عملاء جدد • إتقان مهارات التفاوض التي تعتبر أساسية في البيع وإتقان كتابة الرسائل التحفيزية المرفقة مع المنتج والتصميم الدعائي والإعلاني وصياغة النصوص التسويقية والتصوير الفوتوغرافي والفيديو وعمل المونتاج البسيط ومعالجة الصور رقمياً والتقاط الصور الإعلانية للمنتجات ومقاطع الفيديو الإعلانية وتصميم إعلانات واستخدامها على مواقع التواصل وكتابة المحتوى واستخدام الأسلوب الأمثل واستخدام محرك البحث الأمثل (web design SEO) (دراسة ال قائمة الكلمات الرئيسية key words) واستخدام تحليلات جوجل واستخدام الخلي في التسويق (mobile marketing) (فحص محرك البحث APP، تحليلات جوجل موبايل • Online AD واستخدام google ads والتسويق باستخدام الفيس بوك (Facebook marketing) والتسويق باستخدام إنستغرام ((Instagram marketing) والتسويق من خلال تويتر والتسويق من خلال linked in ومن خلال تيك توك (tiktok) ومن خلال الواتس والتيليجرام و Snapchat و YouTube وإتقان مهارات الدارة التمويل على googl Ads وباقي المنصات وإتقان أساسيات التصوير الفوتوغرافي ومعرفة شكاوي العملاء وأسبابها ومعالجتها والتعامل مع أنماط العملاء وإدراك أهمية رضا العميل وقياس جودة الخدمة وعرض برامج الولاء على العملاء ومراجعة نتائجها • جمع وتحليل المعلومات الخاصة بالعملاء والمنظمة واقتراح إجراءات تحسين خدمة العملاء وتقييم الخدمة المقدمة وإتقان أساليب الرد على التساؤلات وبناء الرد الآلي (chat bot) ومتابعة رحلة حياة العميل (البيئة للعميل) وصف سلوك المستهلك النهائي والمشتري الصناعي وتحديد المحددات الفردية والاجتماعية والثقافية التي تؤثر على سلوك المستهلك وتطبيق عملية اتخاذ القرارات الشرائية لدى كل من المستهلك النهائي والمشتري في إطار النشاط التسويقي وتمييز التنوع الثقافي وطرق التعبير اللغوي بما يتلاءم مع المجتمعات المختلفة واستخدام أدوات التحليل الجزئي والكلية لتحديد مناطق التسويق المحلية والعالمية وتحليل محددات الطلب وعكس اثر المحددات القانونية في السوق المستهدف وتسعير بضاعة التجارة الإلكترونية وتحليل انخفاض المبيعات وتحديد وسائل التأثير في الزبائن وتحليل احتياجاتهم والالتزام بالجانب الأخلاقي وبقانون الجرائم الإلكترونية والالتزام بحقوق النشر والملكية ووضع خطة عمل (business plan) السوق، المنتج المناسب الخ.... • تحليل عناصر مزيج التسوق الإلكتروني (7ps) وعمل التحليل SWOT واستخدام المزيج التسويقي بشكل تكاملي (المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج) لنجاح عملية التسويق وتحديد موقع المؤسسة في السوق وإدراك البنية الأساسية والأبعاد التكنولوجية للتسويق الإلكتروني ودراسة السوق وإدارة

البنوك الإلكترونية مثل نظم الدفع الإلكترونية والصرافة وكسب ثقة الآخرين مرووسين وزبائن و إدارة الشراء والتخزين وإدارة الذات وتقدير وقت الأنشطة البيعية بدقة والإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن وإدارة المبيعات الإلكترونية مثل إدارة جهود البيع وتنظيم إدارة المبيعات والرقابة على البيع وعمل إجراءات الترخيص لموقع التجارة الإلكترونية التعامل مع بوالص التحصيل و الاعتمادات المستندية وتجنب المخاطر بأنواعها مثل امن المعلومات وغيرها و تمييز العملات وبيعها وشراؤها و تمييز أنواع المصارف واتباع القوانين والتعليمات المصرفية و إعداد القوائم مثل قائمة الدخل وقائمة المركز المالي والميزانية ومناقشة الأخطاء المحاسبية ومعالجتها و توضيح مفهوم الجرد والتسويات الجردية على القوائم والتحليل المالي و إعداد ومناقشة تبويب القوائم المالية و التركيز على الرقابة الداخلية عند تصميم نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية	
المسؤولية: يتحمل الخريج/ة المسؤولية عن: - الرجوع إلى النشرات وإصدارات المنافسين/ات ووضع خطط للعمل والقدرة على فهم واختيار أفضل مواقع لبناء متاجر إلكترونية واستخدام الفوتوشوب والاستيتر وتصوير المنتجات والتعامل مع التكنولوجيا وتطبيق التقنية الإلكترونية على جميع عناصر المزيج التسويقي وإتقان القراءة باللغة الإنجليزية ومعرفة المصطلحات المتعلقة بالمهنة - التدرب على تركيب واستخدام المنتج بالشكل الصحيح وتمييز فروقات المنصات على السوشيال ميديا والالتزام بتنفيذ الخطط البيعية وتتبع التعليمات الواردة في دليل المنتج وتحليل انخفاض المبيعات والتوثيق للأنشطة البيعية وأرشفة التقارير بملف الزبون واستخدام الإنترنت وتطبيقات الحاسوب الاستقلالية: متابعة الأنشطة البعدية لعملية البيع بالطريقة المناسبة والتميز بين المعلومات المهمة والأقل أهمية الموارد تمريرها للعميل عبر الدعاية وأرشفة التقارير بملف الزبون وإتقان خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي والاستجابة لتعليمات رؤسائه المرونة: وضع خطة متابعة الزبائن ما بعد البيع وإتقان استراتيجيات التسويق والتعامل مع التكنولوجيا وتطبيق التقنية الإلكترونية على جميع عناصر المزيج التسويقي النطاق العام: يتميز صاحب/ة هذه المهنة بالثقة بالنفس والجرأة وقوة الشخصية والإبداع والابتكار والعمل ضمن فريق والحس الفني والدقة والموضوعية وتقبل التوجيه والنصح من الآخرين والقدرة على الإقناع والمبادرة في الاستفسار والنقاش والتواصل الفعال مع السوق يمتلك صاحب/ة هذه المهنة الحس الفني والتعامل بشكل بناء مع الاعتراضات وبناء علاقات طيبة مع الدوائر المختلفة والعمل ضمن فريق والتواصل الفعال مع الزبائن والتفاعل معهم والإبداع والتفكير غير النمطي والاستماع للآخرين والتواصل ودقة الملاحظة والاهتمام بالتفاصيل والأمانة والتواصل مع دوائر التسويق والإنتاج والمخازن والقدرة على النقد وإبداء الرأي والتواصل اللائق مع زملائه وزميلاته في العمل والدوائر الأخرى وتحمل المسؤولية اتجاه العمل والأخطاء.	مستوى تعقيد المهنة
- مدخل إلى التجارة الإلكترونية - أدوات التجارة الإلكترونية - ممارسة أساسيات التجارة الإلكترونية - ممارسة مهارات البيع في التجارة الإلكترونية - أعداد المحتوى التسويقي - التسويق الرقمي (digital marketing) - استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في التسويق (Social media marketing)	المهام المركبة

• خدمة العملاء إلكترونياً • دراسة سلوك المستهلك العالمي " خارج الدولة" • عمل التحليل الاقتصادي الجزئي والكلّي • تطبيق القانون التجاري وقوانين التجارة الإلكترونية • الإلمام وتنفيذ الأعمال الأساسية المتعلقة بمبادئ التسويق • الإدارة الإلكترونية والتعامل مع البنوك • القيام بعمليات المحاسبة المالية	
العمل بشركات خاصة وعامة و كمستشار/ة مستقل/ة بالإضافة إلى إمكانية توظيفه/ها في شركات إلكترونية تقوم بتقديم الاستشارات إلى الشركات بخصوص التجارة الإلكترونية	سيناريوهات (مجالات العمل)

3 هيكل المنهاج

المستوى المهني	المدة الزمنية	الموقع
(ماهر)	سنة واحدة	مراكز التدريب وسوق العمل

4 الوحدات النمطية

جدول الوحدات النمطية والمواقف التعليمية

الرقم	عنوان الوحدة النمطية	الساعات الإجمالية
1	مدخل إلى التجارة الإلكترونية.	50
2	أدوات التجارة الإلكترونية.	150
3	ممارسة مهارات البيع في التجارة الإلكترونية.	50
4	أعداد المحتوى التسويقي للتجارة الإلكترونية.	100
5	التسويق الإلكتروني (Digital marketing) في التجارة الإلكترونية	250
6	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي Social Media Marketing في التسويق لمواقع التجارة الإلكترونية.	150
7	خدمة العملاء الكترونياً.	70
8	دراسة سلوك المستهلك العالمي " خارج الدولة"	50
9	عمل التحليل الاقتصادي الجزئي والكلّي.	60
10	تطبيق القانون التجاري وقوانين التجارة الإلكترونية.	50
11	مبادئ التسويق	100

12	إدارة المتجر الإلكتروني وحساباته في البنوك.	60
13	عمليات المحاسبة المالية.	60

4.1 الوحدة النمطية الأولى: مدخل إلى التجارة الإلكترونية

اسم الوحدة النمطية مدخل إلى التجارة الإلكترونية.	رقم الوحدة النمطية: 1	الاطار الزمني: 50
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على التمييز بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، وتتبع التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية، وتحديد متطلبات التجارة الإلكترونية من البنية التحتية، وشرح أهم مميزات وفوائد التجارة الإلكترونية، وتوضيح المحددات والمعيقات التي تواجه التجارة الإلكترونية. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: مهارة البحث والاطلاع، العمل ضمن فريق، تبادل المعرفة والخبرات، والرجوع إلى النشرات والتقارير المتعلقة بالتجارة الإلكترونية المحتويات: • التجارة التقليدية • التجارة الإلكترونية • فوائد التجارة الإلكترونية • معيقات ومحددات التجارة الإلكترونية		

4.2 الوحدة النمطية الثانية: أدوات التجارة الإلكترونية

اسم الوحدة النمطية: أدوات التجارة الإلكترونية.	رقم الوحدة النمطية: 2	الاطار الزمني: 150
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين/ات على تحديد متطلبات التجارة الإلكترونية، والتفريق ما بين الدومين Domain والهوست Host، وتحديد أهم المصادر لبناء مواقع التجارة الإلكترونية، واستخدام أدوات بناء مواقع الويب المشهورة مثل		

WordPress وShopify، والاطلاع على مزيد من التطبيقات المساعدة في بناء مواقع ويب مثل Wix ,Weebly، وكيفية استخدام قوالب التصميم المجانية في بناء المواقع.

تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: الإبداع والابتكار، الدقة والموضوعية، العمل ضمن فريق، القدرة على اختيار أفضل مواقع لبناء متاجر الإلكترونية، التعامل مع التكنولوجيا والتقنية الإلكترونية

المحتويات:

- متطلبات التجارة الإلكترونية
- الدومين والهوست
- أدوات بناء المواقع
- التطبيقات المساعدة في بناء المواقع
- قوالب التصميم المجانية.

4.3 الوحدة النمطية الثالثة: ممارسة مهارات البيع في التجارة الإلكترونية

اسم الوحدة النمطية: ممارسة مهارات البيع في التجارة الإلكترونية.	رقم الوحدة النمطية: 3	الاطار الزمني: 50
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على توضيح مفهوم التجارة الإلكترونية وأنواعها، وشرح طرق عملها ومدى ملاءمتها للمشروع والفئات المستهدفة، وتطبيق مراحل عملية الاتصال البيعي الإلكتروني مع العملاء (أفرادا وشركات)، وإتقان مهارة التفاوض كونها أحد أهم العناصر في عملية البيع، وشرح وتحليل متطلبات العميل، والمبادرة في الاستفسار والنقاش، وتطبيق خدمة ما بعد البيع للزبون، والقدرة على الإقناع. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: ملاحظة ورصد التغيرات التي تطرأ على سوق العمل، معرفة المصطلحات المتعلقة بالمهنة، التواصل الفعال المحتويات: • أنواع التجارة الإلكترونية • مراحل عملية الاتصال البيعي • مهارات التفاوض • خدمة ما بعد البيع		

4.4 الوحدة النمطية الرابعة: إعداد المحتوى التسويقي للتجارة الإلكترونية

اسم الوحدة النمطية: إعداد المحتوى التسويقي للتجارة الإلكترونية.	رقم الوحدة النمطية: 4	الاطار الزمني: 100
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على عمل التصميم الدعائي والإعلاني، وكتابة المحتوى وصياغة النصوص التسويقية، واستخدام الأسلوب الأمثل في التصوير الفوتوغرافي والفيديو، وعمل المونتاج البسيط والتقاط ومعالجة الصور الإعلانية رقمياً للمنتجات بما يتناسب مع متطلبات مواقع التجارة الإلكترونية من ناحية الجودة والمقاسات، ومراعاة متطلبات النشر على		

المنصات التسويقية الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، وكيفية تصميم وعمل الواجهة الرئيسية على مواقع التجارة الإلكترونية (Look and Feel).

تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: الحس الفني، الدقة والموضوعية، تقبل التوجيه والنصح من الآخرين، والتعامل مع التكنولوجيا والبرامج المختلفة.

المحتويات:

- التصميم الدعائية والإعلانية
- كتابة المحتوى
- التصوير الفوتوغرافي والفيديو
- تحرير ومعالجة الصور والمونتاج
- القياسات والجودة على مواقع التجارة الإلكترونية
- الواجهة الرئيسية للموقع

4.5 الوحدة النمطية الخامسة: التسويق الإلكتروني في التجارة الإلكترونية

اسم الوحدة النمطية: التسويق الإلكتروني (Digital marketing) في التجارة الإلكترونية	رقم الوحدة النمطية: 5	الاطار الزمني: 250
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على استخدام محرك البحث الأمثل من اللوحة الخارجية واللوحة الداخلية SEO (Off Page Search Engine Optimization / On Page)، وعمل الحملات الإعلانية باستخدام Google Ads و Display Ads، وكيفية استخدام الكلمات المفتاحية Key Words من خلال Google، واستخدام أدوات جوجل المساعدة للمواقع وتوضيح أهميتها مثل Google Analysis، واستخدام الدفع لكل نقره PPC Marketing في الحملات الإعلانية، بالإضافة إلى استخدام التسويق من خلال البريد الإلكتروني Email Marketing باستخدام Mailchimp. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: العمل ضمن فريق، الإبداع والابتكار، تتبع خطوات الحملة الإعلانية، اتباع التعليمات، تحديد واختيار ما يناسب الحملة التسويقية من الناحية التقنية والفنية، القدرة على اتخاذ القرار، الثقة بالنفس.		
المحتويات: • محرك البحث الأمثل SEO • إعلانات جوجل Google Ads • Display Ads • PPC • Google Analysis • Google key words • Email marketing • Mailchimp		

4.6 الوحدة النمطية السادسة: استخدام وسائط التواصل الاجتماعي Social Media Marketing في التسويق لمواقع التجارة الإلكترونية.

الاسم الوحدة النمطية: استخدام وسائط التواصل الاجتماعي Social Media Marketing في التسويق لمواقع التجارة الإلكترونية.	رقم الوحدة النمطية: 6	الاطار الزمني: 150
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على استخدام منصات التواصل الاجتماعي في الحملات التسويقية الإلكترونية على مواقع التجارة الإلكترونية واستخدام الاستراتيجيات الخاصة بذلك مثل web Traffic لزيادة إعداد الزائرين للمواقع الإلكترونية، App Install لتحميل التطبيقات على الهواتف الذكية، Lead Generation ، والحصول على المعلومات الخاصة بالفئات المستهدفة على كل من منصة الفيسبوك والانستجرام والسناپ شات والتيك توك واللينكد ان، وكذلك عمل Conversions، Store traffic، Catalog sales على منصة الفيسبوك. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: العمل ضمن فريق، الإبداع والابتكار، القدرة على اتخاذ القرار، الثقة بالنفس، قراءة الأدلة الإرشادية والتحديثات		
المحتويات: • منصة الفيسبوك • منصة الانستجرام • منصة السناپ شات • منصة التيك توك • منصة اللينكد ان • منصة اليوتيوب		

4.7 الوحدة النمطية السابعة: خدمة العملاء إلكترونياً

اسم الوحدة النمطية: خدمة العملاء إلكترونياً.	رقم الوحدة النمطية: 7	الاطار الزمني: 70
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على توضيح أهمية معالجة شكاوى العملاء وأسبابها، والتعامل مع أنماط العملاء بشكل لائق، وشرح أهمية وكيفية إرضاء العميل، وقياس جودة الخدمة، وعرض برامج الولاء على العملاء وتقييم نتائجها، وجمع وتحليل المعلومات الخاصة بالعملاء والمشروع واقتراح إجراءات تحسين خدمة العملاء، وضع خطة متابعة الزبائن ما بعد البيع، وتقييم الخدمة المقدمة، وتقييم الالتزام بتنفيذ الخطط متابعة الزبائن وإتقان أساليب الرد على التساؤلات وبناء الرد الآلي (Chatbot). تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: الإنصات والاستماع، الفهم والتحليل والاستنتاج لشكاوى واحتياجات العميل، التواصل الفعال مع العميل،		
المحتويات: • أنماط العملاء • جودة الخدمة • الرد الآلي		

4.8 الوحدة النمطية الثامنة: دراسة سلوك المستهلك العالمي (خارج الدولة)

اسم الوحدة النمطية: دراسة سلوك المستهلك العالمي " خارج الدولة"	رقم الوحدة النمطية: 8	الاطار الزمني: 50
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على شرح وتتبع رحلة حياة العميل، وصف سلوك المستهلك النهائي والمشتري الصناعي، وتحديد المحددات الفردية والاجتماعية والثقافية التي تؤثر على سلوك المستهلك وقراراته، وتطبيق عملية اتخاذ القرارات الشرائية لدى كل من المستهلك النهائي والمشتري في إطار نشاط التجارة الإلكترونية في الأسواق الخارجية. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: تمييز التنوع الثقافي، التعبير اللغوي بما يتلاءم مع المجتمعات المختلفة، الإبداع والتفكير غير النمطي، التواصل والاستماع للآخرين، الملاحظة والتفسير والتحليل		
المحتويات: • رحلة حياة العميل • سلوك المستهلك • البيئة الثقافية والاجتماعية للعالم الخارجي		

4.9 الوحدة النمطية التاسعة: عمل التحليل الاقتصادي الجزئي والكلي

اسم الوحدة النمطية: عمل التحليل الاقتصادي الجزئي والكلي.	رقم الوحدة النمطية: 9	الاطار الزمني: 60
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على استخدام أدوات التحليل الجزئي والكلي المتاحة إلكترونياً، وتحديد مناطق التسويق المحلية والعالمية المتوافقة مع المنتجات والخدمات المقدمة، وتحليل محددات الطلب وأثر المحددات القانونية في السوق المستهدف. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: دقة الملاحظة والاهتمام بالتفاصيل، تقبل آراء الآخرين والاستفادة من ملاحظاتهم، تحليل وتفسير انخفاض المبيعات، الرجوع للإحصائيات والمؤشرات العالمية المحتويات: • أدوات التحليل الكلي الإلكترونية • أدوات التحليل الجزئي الإلكترونية • تحديد مناطق التسويق المحلية والعالمية • محددات الطلب		

4.10 الوحدة النمطية العاشرة: تطبيق القانون التجاري وقوانين التجارة الإلكترونية

اسم الوحدة النمطية: تطبيق القانون التجاري وقوانين التجارة الإلكترونية.	رقم الوحدة النمطية: 10	الاطار الزمني: 50
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على توضيح الجانب الأخلاقي في جميع أنشطة التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية في البلدان المستهدفة والالتزام به، شرح قانون الجرائم الإلكترونية المعتمد ومراعاته، الاطلاع على قوانين النشر المعتمدة في البلدان المختلفة والالتزام بها، والتعرف على أخلاقيات المهنة في التجارة الإلكترونية والتخلق بها. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: البحث عن القوانين والأنظمة والتعليمات المعتمدة ذات العلاقة، تقدير الالتزام بالميثاق الأخلاقي وقواعد السلوك السائدة في المشروع، تحمل المسؤولية اتجاه العمل والأخطاء، تقبل النقد البناء، التأمل الفردي والجماعي بممارسة العمل والتعلم للتحسين، العمل بروح الفريق المحتويات: • قانون الجرائم الإلكترونية • حقوق النشر والملكية • الميثاق الأخلاقي وقواعد السلوك		

4.11 الوحدة النمطية الحادية عشر: مبادئ التسويق في التجارة الإلكترونية

اسم الوحدة النمطية: مبادئ التسويق	رقم الوحدة النمطية: 11	الإطار الزمني: 100
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على شرح مفهوم التسويق الإلكتروني، وتوضيح أنواع منصات التواصل الاجتماعي والتسويق الإلكتروني وبيان الفروقات فيما بينها، وتحليل عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني (7P's): المنتج Product، والسعر Price، المكان Place، الترويج Promotion، الأشخاص People، العمليات "الإجراءات" Process، العناصر أو الدلائل المادية (Physical Evidence)، وعمل التحليل الرباعي SWOT (تحليل نقاط القوة والضعف، وكذلك نقاط الفرص والتهديدات)، بالإضافة إلى تحديد موقع المؤسسة في السوق الإلكترونية وإعداد خطة تسويقية وخطة عمل إلكترونية. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: القدرة على النقد وإبداء الرأي، القدرة على التحليل، والعمل ضمن فريق، والتمييز بين المعلومات المهمة والأقل أهمية وكيفية تمريرها للعميل عبر الدعاية		
المحتويات: • التسويق الإلكتروني • المزيج التسويقي (7Ps) • SWOT Analysis • أنواع منصات التواصل الاجتماعي والتسويق الإلكتروني • الخطة التسويقية الإلكترونية • خطة عمل إلكترونية		

الوحدة النمطية الثانية عشر: إدارة المتجر الإلكتروني وحساباته في البنوك.

اسم الوحدة النمطية إدارة المتجر الإلكتروني وحساباته في البنوك.	رقم الوحدة النمطية: 12	الإطار الزمني: 60

وصف الأهداف:

تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على عمل إجراءات الترخيص لموقع التجارة الإلكترونية، وفتح وإدارة الحسابات البنكية بما يخدم مواقع التجارة الإلكترونية مثل نظم الدفع الإلكترونية وتحويل العملات، والتعامل مع بواصل التحصيل والاعتمادات المستندة، وإدارة المحفظة المالية، وشرح نماذج المتاجر الإلكترونية وكيفية عملها، وتوضيح استراتيجيات وظائفها في الشراء والتخزين وإدارة ومراقبة العملية البيعية وإدارة العلاقات مع الزبائن، وتحديد وتجنب المخاطر بأنواعها ذات العلاقة بالمتجر الإلكتروني كأمين المعلومات.

تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: التعامل مع البنوك وكيفية إدارة الحسابات، فهم أنواع المحافظ المالية وتبادل العملات وتحويلها، ومهارة تتبع الإجراءات، اتباع القوانين والتعليمات المصرفية، التواصل اللائق مع زملائه في العمل والدوائر الأخرى في المتجر.

المحتويات:

- إدارة المحفظة المالية في البنك
- ترخيص المواقع الإلكترونية
- المخاطر وأنواعها
- نموذج عمل المتجر الإلكتروني

4.12 الوحدة النمطية الثالثة عشر: عمليات المحاسبة المالية

اسم الوحدة النمطية عمليات المحاسبة المالية.	رقم الوحدة النمطية: 13	الإطار الزمني: 60
وصف الأهداف:		
تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على إعداد القوائم المالية مثل قائمة الدخل وقائمة المركز المالي والميزانية، ومناقشة الأخطاء المحاسبية ومعالجتها، وتوضيح مفهوم الجرد والتسويات الجردية على القوائم والتحليل المالي، وإعداد ومناقشة تبويب القوائم المالية، والتركيز على الرقابة الداخلية عند تصميم نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية.		
تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: تحمل المسؤولية اتجاه العمل والأخطاء، استخدام الإنترنت وتطبيقات الحاسوب، الدقة والأمانة		
المحتويات:		
• القوائم المالية • قائمة الدخل • الميزانية • الإجراءات المحاسبية • الرقابة المالية الداخلية		