



التسويق الإلكتروني

المستوى: ماهر



إنَّ المُسميات المُستخدمة وتمثيل المواد في هذا المنشور/الإصدار لا تستتبع الإعراب عن أي 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."

المقدمة

تم تطوير هذا المنهاج من خلال مشروع ثابري الذي ينفذه الاتحاد اللوثري 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 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 للمتعلمين/ات؛ 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؛ للاسهام في تنمية الاقتصاد والمجتمع مسترشدين بالرسالة التربوية.

تلتعب 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 تنصف 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 الطلبة 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 الطلبة والنساء ذوات 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 الكادر التعليمي عندما يتبنون منهجيات التعلم النشط والتي تركز على الطلبة. فالكادر التعليمي ليسوا مصدرا فريدا للمعرفة، ولكنهم يسهلون عملية التعلم. سابقا، تم إعطاء المعرفة أو المهارات من خلال عرض التعليمات والمعلومات بشكل مباشر على الطلبة. في الوقت الحاضر، توفر بيئة نشطة، حيث يكتسب الطلبة الكفايات عن طريق القيام بأنشطة بأنفسهم.
-
- يجب دمج التطورات التقنية الحديثة من خلال تبني تكييف المواقف التعليمية التفصيلية.
- من أجل تحقيق أفضل علاقة لسوق العمل مع المنهاج؛ يتوجب العمل على الاحتفاظ بتبادل وتعاون منظم ومنهج مع شركات القطاع الخاص؛ لموائمة المواقف التعليمية القياسية وتمكين الطلبة 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 الطلبة 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 للتعلم والنهج البراغماتي في دعم التعلم المتمحور حول الطالب 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 الطلبة (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 والسلامة.
 - يجب أن يكون لجميع عمليات التعلم والأعمال المنفذة علاقة ذات مغزى بخلفية الطلبة 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 والشابات البالغين 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 الطلبة 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 الطلبة 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 الطلبة في التصرف بشكل ذاتي ومسؤول تبعاً 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 جزءاً 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 جزءاً 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 "التسويق الإلكتروني"

2.1 مقدمة

تم تطوير منهاج " التسويق الإلكتروني " وفقا للعملية المعيارية لتطوير المناهج لمؤسسات التعليم والتدريب المهني والتقني. يتم دعم هدف "تحقيق الكفاية المهنية لدى الطلبة " 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. وتقسم الوحدات النمطية إلى وحدات دراسية نموذجية أصغر للتعليم، 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	التسويق الإلكتروني
الأسماء البديلة	
مستوى NQF 2	2
وصف المهنة	من المتوقع من خريج / خريجة هذا البرنامج من: • وضع خطة عمل (Business Plan) دراسة السوق، المنتج المناسب، دراسة الاستراتيجيات التسويقية، الدراسة المالية، الخ.... • تحليل عناصر مزيج التسويق الإلكتروني (7ps) (المنتج Product ، والسعر Price ، المكان Place، الترويج Promotion ، الأشخاص People ، العمليات "الإجراءات" Process ، العناصر أو الدلائل المادية Physical Evidence) • عمل التحليل SWOT (تحليل نقاط القوة والضعف، وكذلك الفرص والتهديدات). • استخدام المزيج التسويقي بشكل تكاملي سواء كان 4PS (المنتج، السعر، المكان، الترويج) لنجاح عملية التسويق التقليدي أو 7ps لنجاح عملية التسويق الإلكتروني. • تحديد موقع المؤسسة في السوق • دراسة ووضع الخطة التسويقية المتكاملة النهائية وفهم ومتابعة رحلة حياة العميل (البيئة للعميل) • وصف سلوك المستهلك النهائي والمشتري الصناعي • تحديد المحددات الفردية والاجتماعية والثقافية التي تؤثر على سلوك المستهلك. • تطبيق عملية اتخاذ القرارات الشرائية لدى كل من المستهلك النهائي والمشتري في إطار النشاط التسويقي • تحديد نماذج البيع الإلكتروني والتدريب على كيفية القيام بمهام البيع الإلكتروني مع العملاء • تطبيق مراحل عملية الاتصال البيعي مع العملاء (أفراد – شركات) وجذب عملاء جدد • متابعة الأنشطة البعيدة لعملية البيع وإتقان مهارات التفاوض التي تعتبر أساسية في البيع • إعداد الميزانية وإعداد التقارير التسويقية • تطبيق العناصر المكونة من الإعلان، البيع الشخصي والدعاية التجارية وتنشيط المبيعات • التصميم الدعائي والإعلاني وصياغة النصوص التسويقية وتصميم إعلانات واستخدامها على مواقع التواصل

• التصوير الفوتوغرافي والفيديو وعمل المونتاج البسيط ومعالجة الصور رقمياً • التقاط الصور الإعلانية للمنتجات ومقاطع الفيديو الإعلانية • التسويق باستخدام الفيس بوك (Facebook marketing) وباستخدام إنستجرام (Instagram marketing) ومن خلال تويتر و linked in و تيك توك (tiktok) و Snap chat ومن خلال YouTube • فهم لمحرك البحث الأمثل من اللوحة الداخلية (SEO) (On Page Search Engine Optimization) • فهم لمحرك البحث الأمثل من اللوحة الخارج (SEO) (Off Page Search Engine Optimization) • دراسة وفهم كيفية الاستخدام من الكلمات المفتاحية Key Words من خلال Google. • فهم لأدوات جوجل المساعدة للمواقع مثل Google Analysis • التسويق من خلال الموبايل (Mobile Marketing) • فهم لمحرك البحث الأمثل للتطبيقات (Search Engine app) • فهم التسويق من خلال جوجل Google Ads ومن خلال Display Ads وبناء وإدارة المواقع مثل WordPress • قياس جودة الخدمة وعرض برامج الولاء على العملاء ومراجعة نتائجها • جمع وتحليل المعلومات الخاصة بالعملاء والمنظمة واقتراح إجراءات تحسين خدمة العملاء وتقييم الخدمة المقدمة	
المسؤولية: يتحمل الخريج / مسؤولية: • استخدام الموارد المتوفرة والتوثيق للأنشطة البيعية والتميز بين المعلومات المهمة والأقل أهمية وكيفية تمريرها للعميل عبر الدعاية وتتبع التعليمات الواردة في دليل المنتج (دورة حياة المنتج) • إتقان القراءة باللغة الإنجليزية ومعرفة المصطلحات المتعلقة بالمهنة • تطبيق التقنية الإلكترونية على جميع عناصر المزيح التسويقي وفهم خوارزميات وطرق عمل منصات التواصل الاجتماعي والقدرة على تحديد المنصة الأفضل لتسويق المنتجات والخدمات • الإلمام بالنشرات الدورة التي تصدر عن شركات منصات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والتحديثات والتقارير والقدرة على عمل الحملات التسويقية بمختلف أنواعها على وسائل التواصل الاجتماعي والتعرف على مزيد من التطبيقات لبناء مواقع ويب Wix, Weebly etc و استخدام سائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، يوتيوب، تويتر، سناب، تيك توك، لينكد ان، بانترست، انستغرام ...) • الإلمام بتقنيات الويب (client / server architecture) وتمييز الواجهات الأمامية (HTML, CSS, JS) • استخدام شبكة الإنترنت للوصول إلى المعلومات ومعرفة امن الشبكات وأرشفة التقارير بملف الزبون واستخدام الإنترنت وتطبيقات الحاسوب الاستقلالية: الالتزام بالجانب الأخلاقي وبقانون الجرائم الإلكترونية والالتزام بحقوق النشر والملكية وتنفيذ الخطط البيعية المرونة: وضع خطة متابعة الزبائن ما بعد البيع واختيار المؤثرات البصرية لملائمة الموضوع ومعرفة شكاوى العملاء وأسبابها ومعالجتها والتعامل مع أمانات العملاء والعمل على إرضاء العميل والرجوع إلى النشرات وإصدارات المنافسين ووضع خطط للعمل والتعامل مع التكنولوجيا النطاق العام: • القدرة على النقد وإبداء الرأي والشعور بالمسؤولية والرغبة في العمل الميداني والإلكتروني • التواصل اللائق مع الزملاء في العمل والدوائر الأخرى ومع دوائر التسويق والإنتاج والمخازن • الإبداع والتفكير غير النمطي القدرة على تحليل سلوك المستهلك والاستماع للآخرين والتواصل	مستوى تعقيد المهنة

- المبادرة في الاستفسار والنقاش والقدرة على الإقناع والتواصل الفعال في السوق ومع العميل - الثقة بالنفس والجرأة وقوة الشخصية وتقبل التوجيه والنصح من الآخرين - فهم الاستراتيجيات التسويقية الإلكترونية من حيث أهميتها والاختلافات بينها - الاستجابة لتعليمات رؤسائه والدقة والموضوعية وتقبل آراء الآخرين والاستفادة من ملاحظاتهم - الحس الفني والإبداع والابتكار والعمل ضمن فريق والتعامل بشكل بناء مع الاعتراضات - دقة المواعيد والصدق في التعامل والأمانة - بناء علاقات طيبة مع الدوائر المختلفة ودقة الملاحظة والاهتمام بالتفاصيل - مظهر لائق وتحمل المسؤولية اتجاه العمل والأخطاء	
- الإلمام وتنفيذ الأعمال الأساسية المتعلقة بمبادئ التسويق - دراسة سلوك المستهلك - مهارات البيع الإلكتروني - استراتيجيات التسويق - أعداد المحتوى التسويقي - استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق (Social media marketing) - التسويق الرقمي (Digital Marketing) - خدمة العملاء - الالتزام بأخلاقيات وقوانين التسويق الإلكتروني	المهام المركبة
العمل الحر، العمل في شركات التسويق، العمل في شركات ومؤسسات مختلفة في قسم التسويق	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	مقدمة في التسويق الإلكتروني	100
2	دراسة سلوك المستهلك	100
3	مهارات البيع الإلكتروني	100
4	استراتيجيات التسويق الإلكتروني	1000
5	استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق (Social media marketing)	200
6	إعداد المحتوى التسويقي	150
7	التسويق الرقمي	250
8	خدمة العملاء	100
9	الالتزام بأخلاقيات وقوانين التسويق الإلكتروني	100

--	--	--

4.1 الوحدة النمطية الأولى: مقدمة في التسويق الإلكتروني

اسم الوحدة النمطية: مقدمة في التسويق الإلكتروني	رقم الوحدة النمطية: 1	الاطار 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 إلكترونية. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: القدرة على النقد وإبداء الرأي، القدرة على التحليل، والعمل ضمن فريق، والتميز 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		

4.2 الوحدة النمطية الثانية: دراسة سلوك المستهلك

اسم الوحدة النمطية: دراسة سلوك المستهلك	رقم الوحدة النمطية: 2	الاطار الزمني: 100
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على شرح وتتبع رحلة حياة العميل (customer's journey)، وصف سلوك المستهلك النهائي والمشتري الصناعي، وتحديد المحددات الفردية والاجتماعية والثقافية التي تؤثر على اتخاذ المستهلك لقراراته الشرائية، وتحليل سلوك المستهلك (Persona) وشخصية وصفات الفئات المستهدفة وتفضيلاتهم وسلوكهم وعاداتهم الشرائية. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: الاستماع للآخرين، التواصل الفعال، رصد وملاحظة سلوك المستهلك، التفسير والتحليل		
المحتويات: • رحلة حياة العميل • تحليل سلوك المستهلك • دراسة حاجة المستهلك المادية والنفسية		

4.3 الوحدة النمطية الثالثة: مهارات البيع الإلكتروني

اسم الوحدة النمطية: مهارات البيع الإلكتروني	رقم الوحدة النمطية: 3	الاطار الزمني: 100
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على توضيح مفهوم المنصات 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: • المنصات الإلكترونية وأنواعها • مراحل عملية الاتصال البيعي • مهارات التفاوض • خدمة ما بعد البيع		

4.4 الوحدة النمطية الرابعة: استراتيجيات التسويق الإلكتروني

اسم الوحدة النمطية: استراتيجيات التسويق الإلكتروني	رقم الوحدة النمطية: 4	الاطار الزمني: 70
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على شرح وتحليل الاستراتيجيات التسويقية الإلكترونية، وتحديد عناصر الحملات الإعلانية الصحيحة، وإعداد الميزانية والتقارير التسويقية، وأعداد الخطط التسويقية، وتطبيق المزيج الترويجي المناسب من: الإعلان، البيع الشخصي، والدعاية التجارية، وتنشيط المبيعات. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: التفكير التحليلي والناقد، العمل ضمن فريق، التعبير كتابيا، الرجوع إلى النشرات وإصدارات المنافسين، الإبداع.		
المحتويات: • الاستراتيجيات التسويقية • عناصر الحملات الإعلانية (المزيج الترويجي) • الميزانية التسويقية • التقارير التسويقية الشهرية والدورية.		

4.5 الوحدة النمطية الخامسة: استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في التسويق (Social media marketing)

اسم الوحدة النمطية: استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في التسويق (Social media marketing)	رقم الوحدة النمطية: 5	الاطار الزمني: 200
وصف الأهداف : تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على عمل وإدارة الحملات الإعلانية باستخدام كل من الفيسبوك (Facebook) والإنستجرام (Instagram)، والسناپ شات (Snapchat)، والتيك توك (TikTok)، ومنصة اللينكد ان (LinkedIn)، واليوتيوب (YouTube)، وشرح خوارزميات وطرق عمل منصات التواصل الاجتماعي، واختيار المنصة الأفضل لتسويق المنتجات والخدمات، وتتبع خطوات إنشاء الحملة الإعلانية واختيار المناسب فنيا وتقنيا، ومتابعة النشرات الدورية التي تصدر عن شركات منصات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك بالإضافة إلى التحديثات والتقارير. 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 الإنستجرام • منصة السناپ شات • منصة التيك توك • منصة اللينكد ان • منصة اليوتيوب		

4.6 الوحدة النمطية السادسة: إعداد المحتوى التسويقي

اسم الوحدة النمطية: أعداد المحتوى التسويقي	رقم الوحدة النمطية: 5	الاطار الزمني: 150
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على تصميم المحتوى الدعائي والإعلاني، وصياغة النصوص المناسبة، والنقاط الصور الفوتوغرافية للمنتجات وغيرها ومعالجتها رقمياً، وتصوير مقاطع الفيديو الإعلانية وعمل المونتاج البسيط، وتصميم إعلانات مبتكرة وجذابة ومناسبة لاستخدامها على مواقع التواصل الاجتماعي والإلكتروني بما يتلاءم مع هدف وطبيعة الحملة الإعلانية. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: التفكير خارج الصندوق، الدقة والموضوعية، الحس الفني، تقبل الانتقاد البناء والتوجيه والنصح من الآخرين، التعامل مع التكنولوجيا والتطبيقات ذات العلاقة، الإبداع والابتكار المحتويات: • التصميم الدعائي والإعلاني • صياغة النصوص التسويقية • التصوير الفوتوغرافي • تصوير الفيديو • عمل المونتاج البسيط		

4.7 الوحدة النمطية السابعة: التسويق الرقمي

الاسم الوحدة النمطية: التسويق الرقمي	رقم الوحدة النمطية: 7	الاطار الزمني: 250
وصف الأهداف: تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة ليكونوا قادرين على استخدام محرك البحث الأمثل من اللوحة الخارجية واللوحة الداخلية SEO Display و Google 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 كما تهدف هذه الوحدة إلى تمكين الطلبة من استخدام منصات التواصل الاجتماعي وتطويعها في الحملات التسويقية الإلكترونية وذلك باستخدام كل من استراتيجيات web Traffic لزيادة أعداد الزائرين للمواقع الإلكترونية، App Install لتحميل التطبيقات على الهواتف الذكية، Lead Generation، والحصول على المعلومات الخاصة بالفئات المستهدفة على كل من منصة الفيسبوك والإنستغرام والسناپ شات والتيك توك واللينكد ان. 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 • Facebook marketing • Instagram marketing • Snapchat marketing • TikTok marketing • LinkedIn Marketing		

4.8 الوحدة النمطية الثامنة: خدمة العملاء

الاطار الزمني: 100	رقم الوحدة النمطية: 8	اسم الوحدة النمطية: خدمة العملاء
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. تنمي هذه الوحدة بعض الكفايات عند الطلبة مثل: الإنصات والاستماع، الفهم والتحليل والاستنتاج لشكاوى واحتياجات العميل، التواصل الفعال مع العميل،		
المحتويات: • خدمة العملاء • أنماط العملاء • برنامج الولاء ومتابعة العميل • الخطط البيعية.		

4.9 الوحدة النمطية التاسعة: الالتزام بأخلاقيات وقوانين التسويق الإلكتروني

الاطار الزمني: 70	رقم الوحدة النمطية: 9	اسم الوحدة النمطية: الالتزام بأخلاقيات وقوانين التسويق الإلكتروني
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		