



جامعة القدس المفتوحة
كلية العلوم الإدارية والاقتصادية

الدليل العملي لمقرر

التسويق الدولي الالكتروني (4357)

إعداد

م. عبدالله رياض الخضري

2022

جدول المحتويات

جدول المحتويات

- 1..... المقدمة والأهداف
- 2..... القسم الأول: استخدام Facebook للتسويق
- 2..... أولاً: إنشاء صفحة تجارية عبر Facebook
- 5..... ثانياً: ضبط إعدادات الصفحة
- 7..... ثالثاً: تنظيم الإعلانات عبر Facebook Ads Manager
- 13..... رابعاً: إنشاء وربط صفحة Instagram بالصفحة الرئيسية
- 19..... خامساً: تدريب عملي على القسم الأول
- القسم الثاني: حضور واطماف الدورة التدريبية على منصة إدراك بعنوان (التسويق الإلكتروني – إدارة الحملات الرقمية المدفوعة)
- 20.....
- 20..... تقويم الطالب في دورة التسويق الإلكتروني – إدارة الحملات الرقمية المدفوعة:
- 21..... آلية تدريب الملحق العملي (خاص بأعضاء هيئة التدريس)

المقدمة والأهداف

عزيزي الطالب،

لقد صمم هذا الدليل العملي خصيصاً ليصقل معرفتك ومهاراتك الأساسية في مجال التسويق الرقمي عبر القنوات المختلفة، يحتوي هذا الدليل على العديد من المواضيع الهامة والثرية حيث يتناول القسم الأول طريقة استخدام منصتي Facebook و Instagram في التسويق الرقمي، بحيث ستتعلم كيفية إنشاء صفحات تجارية وضبط اعداداتها وتنظيم الإعلانات عبرها، كذلك ستتعلم طريقة ربط صفحة Facebook مع صفحة Instagram لتتمكن من تصميم منصات إعلانية وتفاعلية مميزة مستقبلاً بإذن الله.

القسم الثاني من هذا الدليل العملي هو عبارة عن رابط لدورة (التسويق الإلكتروني – إدارة الحملات الرقمية المدفوعة) والتي تقدمها منصة إدراك بشكل مجاني، حيث نهدف من خلال هذه الدورة لإضافة شهادة مهمة من منصة متميزة إلى سيرتك الذاتية، وكذلك إلى إلمامك بالطرق الرئيسية لإدارة الحملات الرقمية الإعلانية المدفوعة عبر عدة منصات مثل Facebook, Snapchat, Google, Instagram, LinkedIn وغيرها من المنصات، وتتعرف على المصطلحات الرئيسية في عالم التسويق الرقمي من خلالها.

يتوقع من الطالب بعد الإنتهاء من دراسة الجانب العملي وتطبيقه أن يحقق الأهداف التالية:

1. التعرف على كيفية إنشاء صفحات Facebook و Instagram للأعمال.
2. التعرف على الطرق الصحيحة لضبط إعداد الصفحات.
3. طريقة إعداد الإعلانات عبر المنصات المختلفة.
4. الإلمام بتقنيات الاستهداف وكيفية حصر وتكوين جماهير إعلانية.
5. التدريب على إدارة الحملات الرقمية المدفوعة عبر عدة منصات.
6. معرفة وإتقان المصطلحات الأكثر وروداً في عالم التسويق الرقمي.
7. الحصول على شهادة اجتياز دورة التسويق الإلكتروني – إدارة الحملات الرقمية المدفوعة من منصة إدراك.

القسم الأول: استخدام Facebook للتسويق

يعتبر Facebook من منصات التواصل الاجتماعي الأكثر انتشاراً وأهمية على مستوى العالم، والتي تستخدمها الشركات والمؤسسات المختلفة في تسويق منتجاتها وخدماتها، في الشرح التالي سنتعلم عزيزي الطالب كيف يتم:

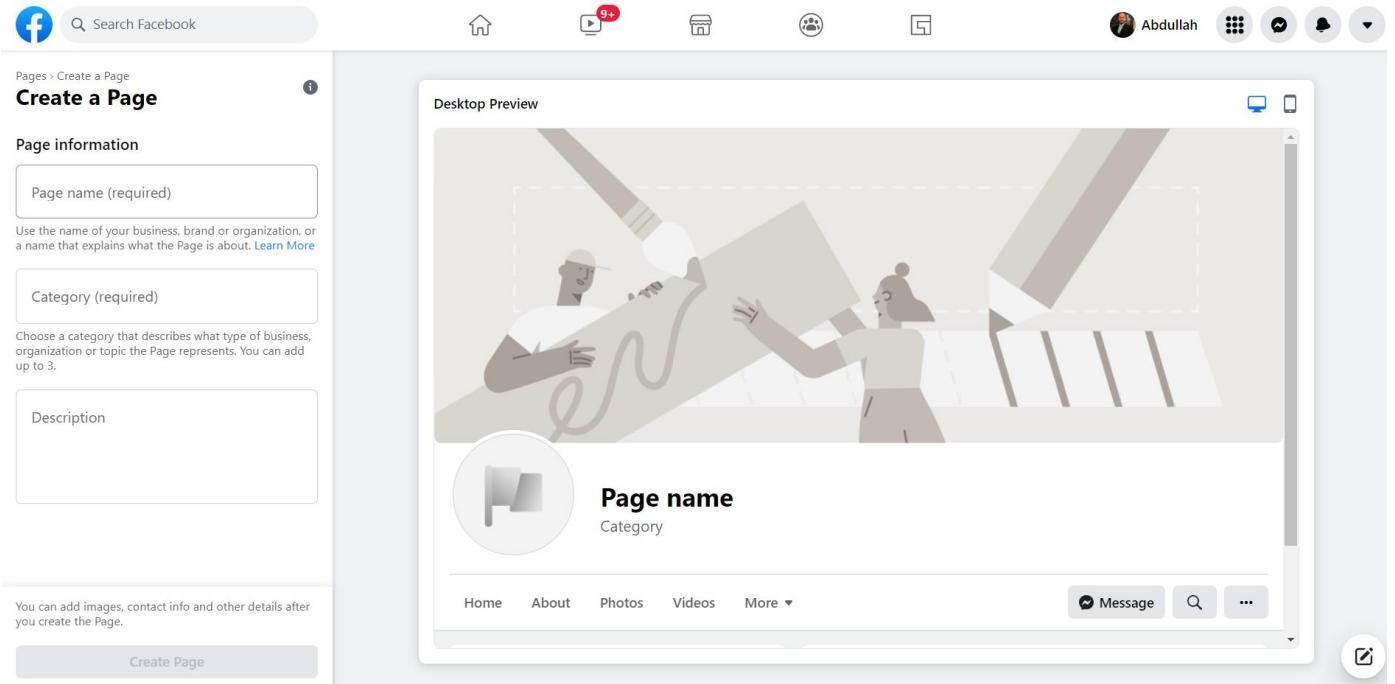
1. إنشاء صفحة تجارية عبر Facebook.
2. ضبط إعدادات الصفحة.
3. تنظيم الإعلانات عبر Facebook Ad Center.

أولاً: إنشاء صفحة تجارية عبر Facebook

لإنشاء الصفحة التجارية، ينبغي في البداية أن تكون مسجلاً للدخول من حسابك في Facebook بشكل عادي ومن ثم عليك الدخول إلى الرابط:

<http://facebook.com/pages/create>

وفور النقر على الرابط ستظهر لك الشاشة التالية:



The screenshot displays the Facebook 'Create a Page' interface. On the left, there is a sidebar with the following sections:

- Pages > Create a Page**
- Create a Page**
- Page information**
- Page name (required)**: A text input field with a note: "Use the name of your business, brand or organization, or a name that explains what the Page is about. [Learn More](#)"
- Category (required)**: A dropdown menu with a note: "Choose a category that describes what type of business, organization or topic the Page represents. You can add up to 3."
- Description**: A text area with a note: "You can add images, contact info and other details after you create the Page."
- Create Page**: A button at the bottom of the sidebar.

The main content area shows a 'Desktop Preview' of a page. It features a cover image with an illustration of two people working on a large board. Below the cover is a profile picture placeholder and the text 'Page name' and 'Category'. At the bottom of the preview, there are navigation links: 'Home', 'About', 'Photos', 'Videos', and 'More'. There is also a 'Message' button and a search icon.

عليك تعبئة البيانات التالية :

1. اسم الصفحة Page name. (الاسم الذي سيظهر للناس والاسم الذي سيبحث عنه الناس)
2. التصنيف Category. (وهو الاهتمام الرئيسي لصفحتك)
3. الوصف Description. (وصف سريع لأغراض الصفحة)

وسيتم البدء بإنشاء صفحة جديدة لشركة مقترحة (اسمها بينجو على سبيل المثال) تقوم ببيع الهواتف الذكية كما في الصورة التالي:

Pages > Create a Page

Create a Page

Page information

Page name (required)
Bingo Store ✓

Use the name of your business, brand, or organization, or a name that explains what the Page is about. [Learn More](#)

Category (required)
Mobile Phone Shop x ✓

Choose a category that describes what type of business, organization or topic the Page represents. You can add up to 3.

Description
متجر بينجو هو متجر متخصص في بيع أحدث الهواتف الذكية وأكسسواراتها وأغراضها المختلفة.

Write about what your business does, the services you provide, or the purpose of the Page.
Character limit: 255

You can add images, contact info and other details after you create the Page.

Create Page

Desktop Preview

Bingo Store
Mobile Phone Shop

Home About Photos Videos More ▾

Message 🔍 ⋮

About

متجر بينجو هو متجر متخصص في بيع أحدث الهواتف الذكية وأكسسواراتها وأغراضها المختلفة.

Create post

Photo/video Tag people Check in

نلاحظ عزيزي الطالب أن كل البيانات التي تقوم بإدخالها في الخانات على اليسار يقوم فيس بوك بإعادة ضبطها في المنطقة اليمنى لكي تتمكن من رؤية كيف ستظهر البيانات لزوار الصفحة، بعد ذلك نقر على إنشاء الصفحة أو Create Page والملونة بالأزرق في أسفل يسار الصفحة.

بعد النقر يظهر خياران جديان هما إضافة صورة شخصية للصفحة (يفضل الشعار) وإضافة صورة غلاف للصفحة وهي الصورة العلوية، وهنا عليك تحميل الصور من جهاز الحاسوب بالنقر على إشارة +.

Images

Profile photo - Optional

Add profile picture
or drag and drop

Use a logo or image that helps people identify this Page in search results.

Cover photo - Optional

Add cover photo
or drag and drop

Use an image that represents what this Page is about.

Save

Desktop Preview

Bingo Store
Mobile Phone Shop

Home About Photos Videos More ▾

Message

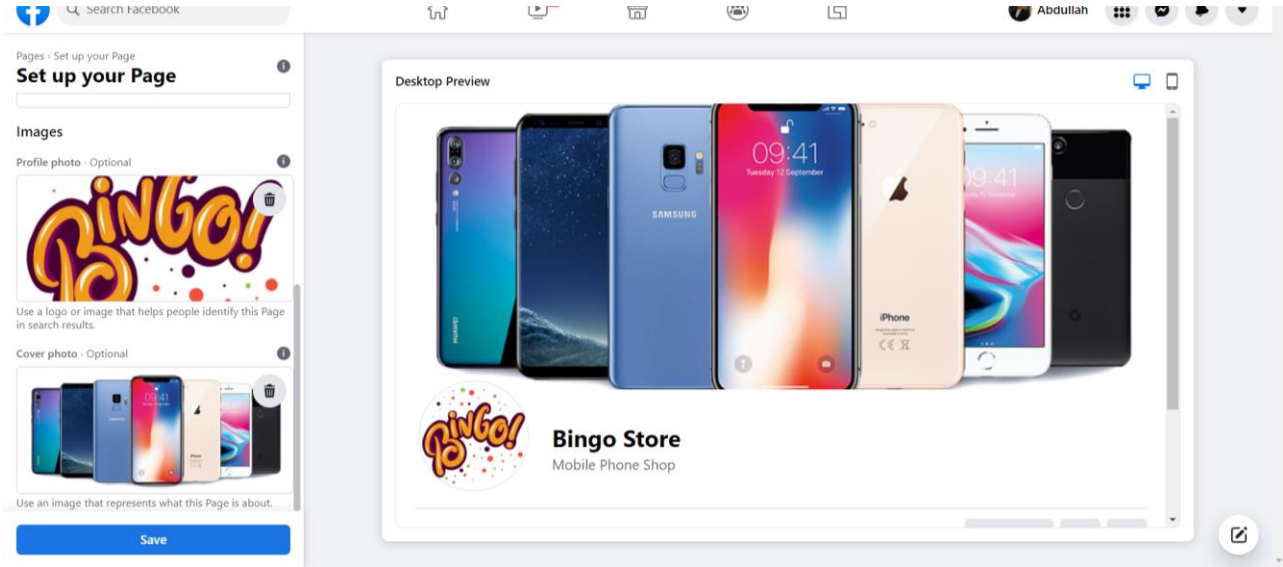
About

متجر بينجو هو متجر متخصص في بيع أحدث الهواتف الذكية وأكسسواراتها وأغراضها المختلفة.

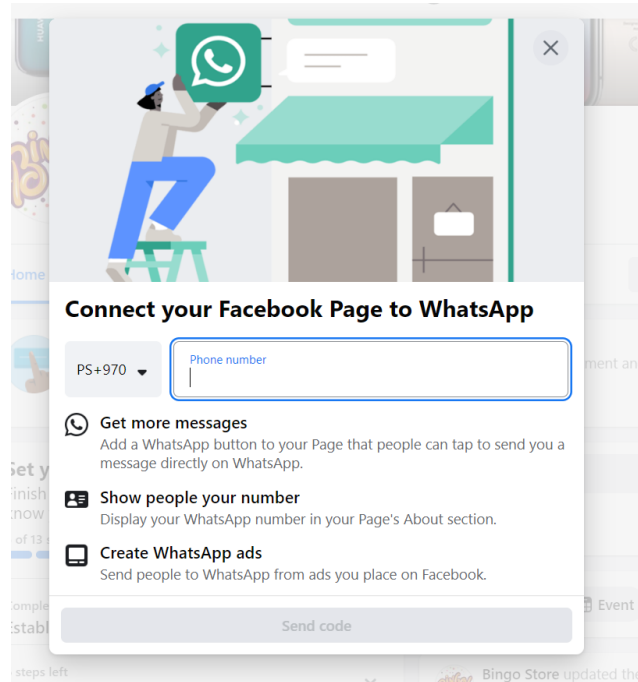
Create post

Photo/video Tag people Check in

وفي الصورة التالية نلاحظ انه تم إضافة صورة شخصية وصورة غلاف وقامت الصفحة بمواءمتها لتظهر كيف سيكون شكل صفحتك لتقوم بأي تعديلات، وفي حال الرغبة بالاستمرار عليك النقر على Save أو حفظ.



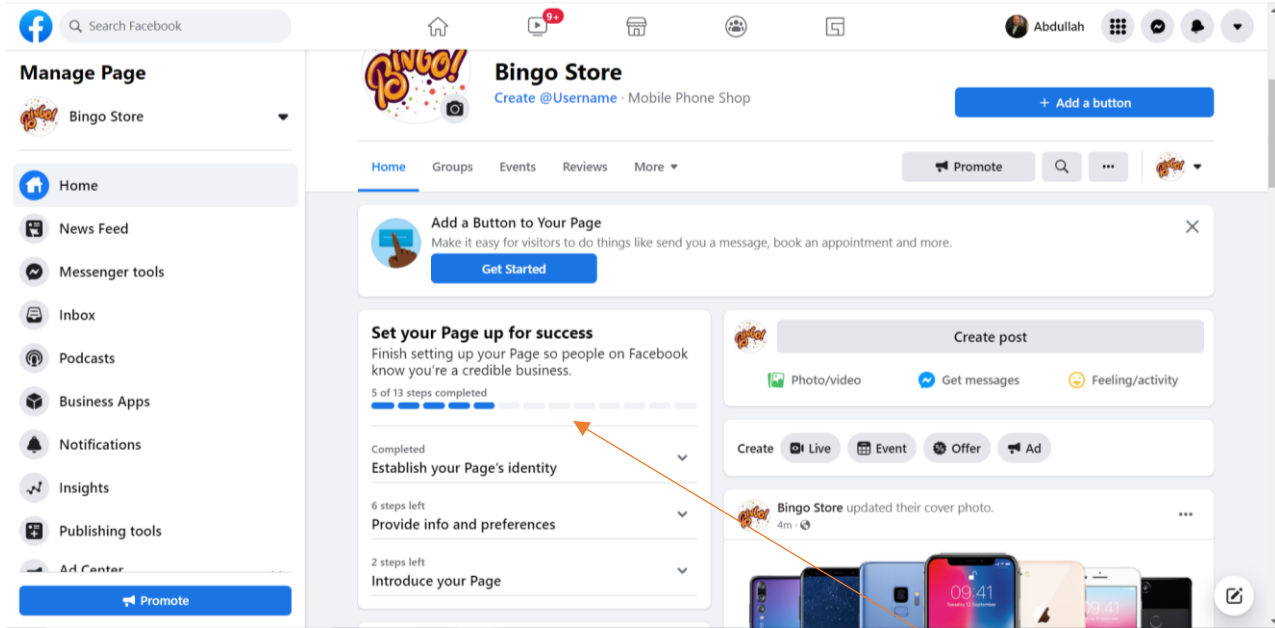
الخطوة التالية سيطلب منك مدير الصفحة ربط صفحتك ب Whatsapp، وهذه الخطوة تعتبر مهمة للشركات الفعلية حيث أن توصيل الزبائن مباشرة ببرنامج Whatsapp يساعد على سرعة التواصل والاستفسار مع الشركة، وكذلك يساعد الشركة على توسيع قاعدة تعاملها مع الزبائن المختلفين، وفي إطار الشرح ففي الصورة التالية..كل ما عليك هو وضع رقم الجوال واستقبال كود وإعادة وضعه في صفحة Facebook ليقوم بعد ذلك بتوصيل كل من ينقر على ايقونة Whatsapp على صفحتك بتوصيله معك عبره.



وبذلك تكون صفحة Facebook قد أنشئت وجاهزة للضبط والانطلاق بأعمالها.

ثانياً: ضبط إعدادات الصفحة

توضح الصورة التالية الصفحة التي تم انشاؤها والتي تحتاج لبعض الإعدادات لتكتمل وتكون بالشكل الأمثل:



يشير السهم الى الاعدادات المختلفة المطلوبة لإتمام إعداد الصفحة.

الاعداد الأول لبناء هوية الصفحة، ولكن تظهر هنا كلمة Completed أو مكتمل أعلى الكلمة فهذا يشير إلى اكتمال الاعداد الأول.

نتقل الى الإعداد الثاني وهو إضافة معلومات وتفضيلات أو Provide info and preferences ونقوم بالنقر عليه فيطلب منا ما في الصورة التالية:

Provide info and preferences

Website
Does your business already have a website?
[Add website](#) [More](#)

Location info
Do you want your Page to display a business address or service area?
[Add location info](#) [More](#)

Business hours
Do you want people to see business hours on your Page?
[Add hours](#) [More](#)

Phone number
Do you want to be contacted by phone?
[Add phone number](#) [More](#)

Set your messaging preferences
Link your WhatsApp account so people can message your Page over WhatsApp.
[Link WhatsApp](#) [More](#)

Add an action button
Make it easy for people to do things like call or book with you. This button appears at the top of your Page.
[Add button](#) [More](#)

1. إضافة موقع الكتروني خاص بالشركة

2. إضافة الموقع الجغرافي للشركة

3. إضافة ساعات العمل

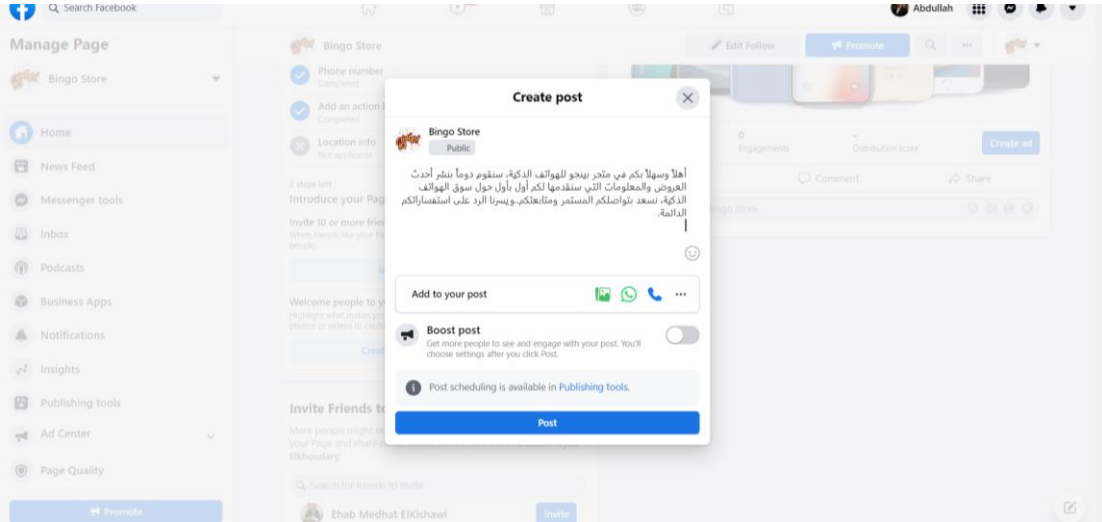
4. إضافة رقم هاتف

5. إضافة رقم Whatsapp

6. إضافة نقرة على رأس الصفحة (وتكون اما ارسال رسالة او الدخول للموقع او التوصيل بالواتساب.. الخ، عليك اختيار الأنسب)

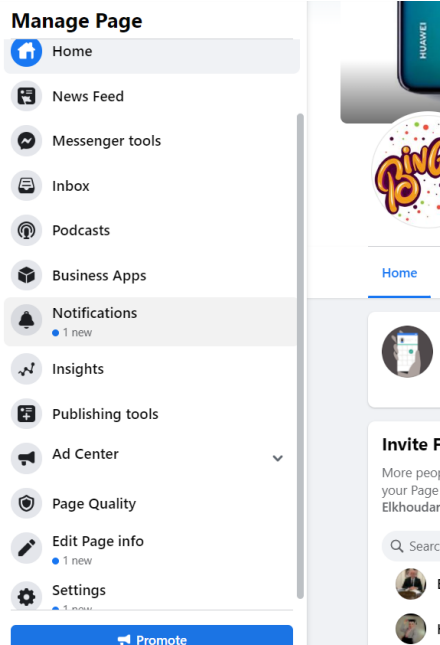
بعد الانتهاء من الاعداد الثاني ننتقل إلى الاعداد الثالث وهو كيف تقدم صفحتك أو Introduce Your Page وهو يشتمل على خيارين فقط، الأول دعوة أصدقاؤك عبر Facebook والثاني إضافة منشور ترحيبي.

نقوم بالنقر على عمل منشور ترحيبي فتظهر الشاشة التالي ونقوم بإدخال أول منشور ترحيبي مثل أي منشور يتم نشره عبر Facebook.



ثم نقوم بالنقر على Post ليتم النشر على الصفحة.

كما يجب ملاحظة الشريط الطولي الموجود على يسار الصفحة والذي يساعد في الوصول إلى الأدوات المختلفة وهي كما يلي:



1. الصفحة الرئيسية.
2. أدوات التراسل عبر الصفحة.
3. صندوق الوارد.
4. نشر Podcast.
5. التطبيقات البرمجية.
6. الاشعارات.
7. الإحصائيات المختلفة.
8. أدوات النشر.
9. مركز الإعلانات.
10. ضبط جودة الصفحة.
11. تعديل معلومات الصفحة.
12. الإعدادات العامة.

و سنقوم في التركيز في الدليل العملي على كيفية نشر الإعلانات من خلال مركز الإعلانات ومتابعة الإحصائيات المختلفة.

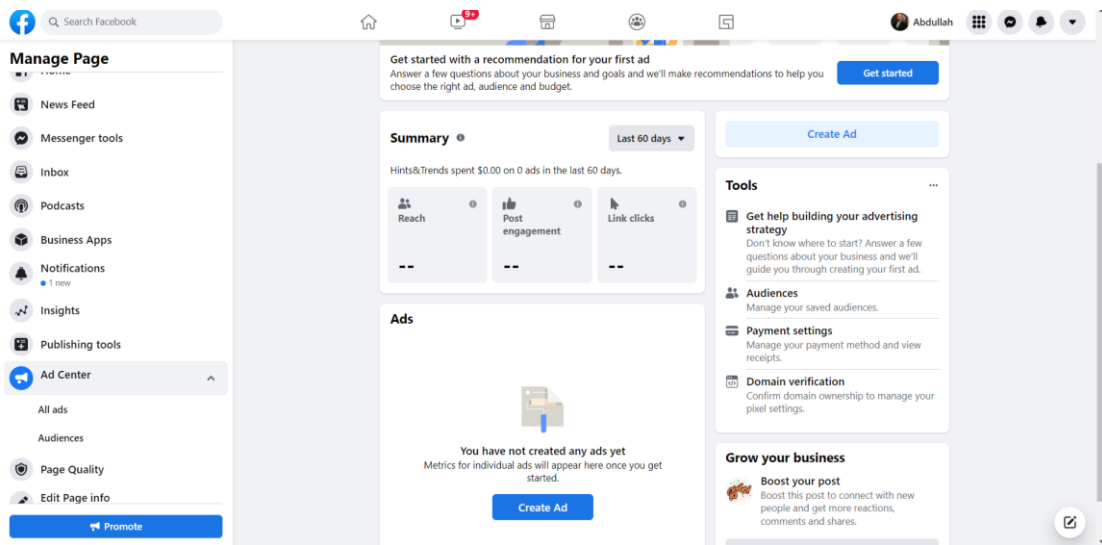
ثالثاً: تنظيم الإعلانات عبر Facebook Ads Manager.

يوفر Facebook إمكانية تنظيم الإعلانات ونشرها وترتيبها وذلك من خلال Ads Manager أو مركز الإعلانات المخصص لهذا الأمر.

هناك نوعين رئيسيين من التسويق عبر Facebook:

1. التسويق للصفحة: وذلك عن طريق اجتذاب متابعين للصفحة ذات نفسها وذلك يكون بنشر اسم الصفحة ومعلوماتها الأولية.
2. التسويق لمنشور معين: وهو تسويق منتج بعينه أو منشور أو خدمة تقدمها الصفحة، ويكون من خلال تمويل نشر منشور بحد ذاته.

نقوم بالنقر على Ad Center على يسار الصفحة، فتظهر الشاشة التالية:

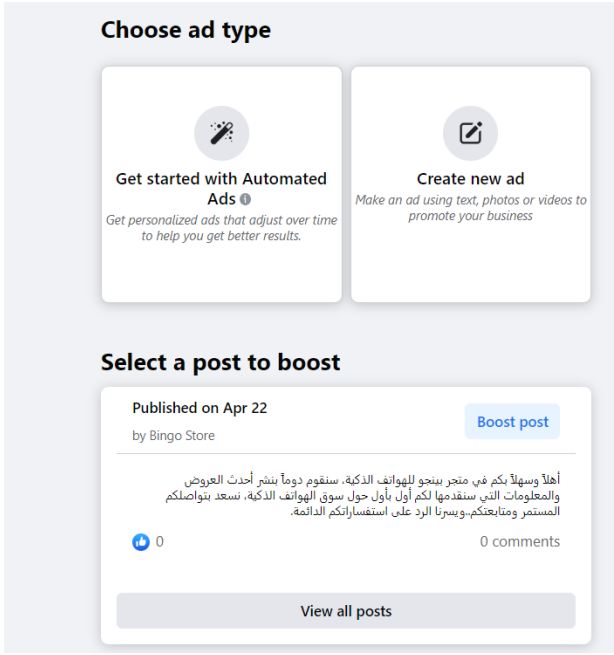


وتظهر الشاشة عدة مفاهيم نتعرف عليها وهي:

ملخص سريع مدته آخر 60 يوم من تاريخ اليوم يظهر Reach وهو عدد من قاموا بمشاهدة إعلانك مرة على الأقل، Post Engagement ويمثل إجمالي عدد من قاموا بالتفاعل مع إعلاناتك، Link Clicks والذي يظهر عدد من قاموا بالنقر على الروابط التي نشرتها في الإعلان في حال قمت بذلك.

نجد على يمين الصفحة عدة أدوات منها الحصول على الاستشارة في الاستراتيجية التسويقية، أو تنظيم الجمهور، أو إضافة طريقة دفع (حيث أن الإعلانات الممولة مدفوعة من طرفك) أو الربط ب Pixel.

وحيث أن الصفحة هي صفحة جديدة فإنه من الملاحظ أن الأرقام لا تزال مصفرة فيها، لذلك سنقوم بالبداية في إجراءات عمل إعلان عبر الصفحة، نقوم بالنقر على Create Ad أو إضافة إعلان والموجودة في وسط أسفل الصفحة باللون الأزرق.

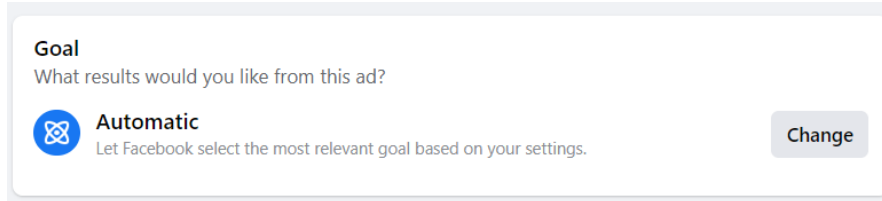


الخيارات العلوية في الشاشة هي:

1. استخدام مساعد Facebook في عمل اعلان لك حيث تقوم بالإجابة عن بعض الاستفسارات ويقوم البرنامج بعمل اعلان على طريقته لك.
2. إضافة إعلان جديد من تصميمك.
3. نشر منشور سابق (نلاحظ أن المنشور الترحيبي الذي قمنا بإضافته موجود وهناك إمكانية لإعادة نشره بشكل موسع).

سنقوم باختيار إضافة اعلان جديد Create new ad بالنقر عليها.

تظهر في الشاشة التي تليها عدة خطوات أولها تحديد الهدف من الإعلان أو Goal كما يلي:



ننقر على Change لنرى ما هي الأهداف المختلفة من الإعلانات كما يلي والتي ستساعد Facebook في نشر اعلانك افضل:

- Automatic
Let Facebook select the most relevant goal based on your settings.
- Get more messages on WhatsApp
Show your ad to people who are likely to send you a message on WhatsApp.
- Get more calls
Show your ad to people who are likely to call your business.
- Get more website visitors
Show your ad to people who are likely to click on a URL in it.
- Get more messages
Show your ad to people who are more likely to send you a message.
- Get more page likes
Create a promotion to help more people find and like your Page.
- Get more leads
Use a form to collect contact information from potential customers.

1. الطريقة الآلية بناءً على اختياراتك.
2. هدف الحصول على تواصل أكبر عبر Whatsapp.
3. هدف الحصول على اتصالات هاتفية أكثر.
4. هدف الحصول على زيارات للموقع الإلكتروني أكثر.
5. هدف الحصول على رسائل أكثر.
6. هدف الحصول على معجبين أكثر بالصفحة.
7. هدف الحصول على بيانات العملاء بشكل أكثر.

الأهداف السبعة السابقة، بناءً عليها وعلى اختيارك لها، سيقوم Facebook بتخصيص نقرة معينة في الإعلان تظهر للمشاهدين وتقوم بجذبهم نحو اتخاذ الاجراء الذي تراه مناسباً.

التالي هو Ad Creative، والذي يظهر كل الخيارات التي ستظهر للمشاهدين في الإعلان وكيف سيبدو شكل اعلانك، وعلى يمينه هناك شاشة افتراضية تظهر كيف سيبدو شكل الإعلان للمشاهد.

Ad creative Use a post

How do you want your ad to look?

Description
متجر بينجو هو متجر متخصص في بيع أحدث الهواتف الذكية واكسسواراتها وأغراضها المختلفة.

Try to use a clear image with a single focal point.

Automatic enhancements

Media 1/5 · Select multiple images or videos to create a carousel. Select media

Headline
Bingo Store
11 / 25 characters

Add WhatsApp number
Connect your WhatsApp number to continue.

WHATSAPP
Bingo Store

Like Comment Share

See all previews

Estimated daily results

People Reached	425 - 1.2K
Link Clicks	70 - 203

Payment summary
Your ad will run for 7 days.

Total budget	\$35.00 USD
\$5.00 a day x 7 days.	

ويطلب منك العمل على وضع 1. وصف للإعلان 2. اختيار صورة معينة 3. اختيار اسم افتراضي للإعلان 4. اختيار ما هي النقطة التي ترغب بإظهارها (اعجاب – اتصال – متابعة – ارسال رسالة ...الخ).

القسم التالي هو القسم الأكثر أهمية أو حساسية، وهو Audience أو الجمهور، يعتبر هذا القسم أكثر الأقسام حساسية والتي تحتاج إلى دراسة معمقة من طرف ممارسي التسويق الرقمي، حيث أن تحديد الجمهور المستهدف يعتبر أمر غاية في الأهمية والحساسية، نظراً لأن Facebook يساعدك بشكل ممتاز في الوصول إلى العينة المستهدفة وبناءً على ذلك يساعدك في بناء جمهورك بشكل كفؤ وفعال.

يمكن إضافة خيارات ديموغرافية وسلوكية ونفسية مختلفة من خلال هذه النافذة ليقوم Facebook باختيار من سيظهر لهم اعلانك بكفاءة عالية، وليساعدك في تحقيق أفضل النتائج لإعلانك.

كما أنه كلما قمت بتوسيع قاعدتك الجماهيرية أكثر، كلما تطلب ذلك مزيداً من الرسوم التي يتقاضاها Facebook لقاء الإعلان الواحد.

نلاحظ الشاشة التالية:

لعمل جمهور جديد خاص بالإعلان سنقوم بالنقر على **Create new** لنقوم بإضافة جمهور جديد، حيث ستظهر الشاشة التالية:

1. في الخيار الأول عليك وضع اسم لجمهورك وهنا نريد تسويق الإعلان للمهتمين بأجهزة Iphone 13 فقمنا بكتابة الاسم على سبيل المثال.

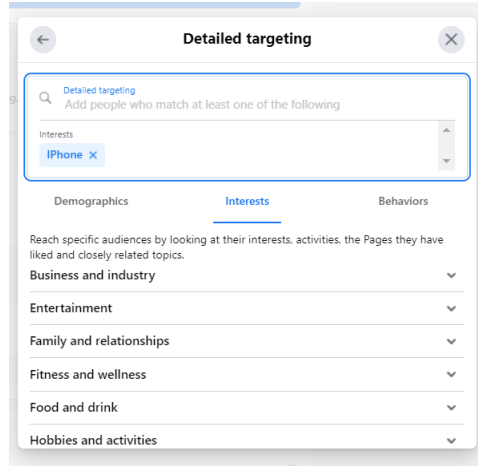
2. في الخيار الثاني يجب ان تختار السن الذي تريد ان يظهر له الإعلان قمنا باختيار من 18 - 44 سنة.

3. في الخيار الثالث وهو الأكثر أهمية اختيار العنوان الجغرافي، عليك كتابة العنوان الخاص بمن تعتبرهم العينة المستهدفة لديك، وهنا على سبيل المثال لو أن الشركة موجودة

في نابلس، قمنا بكتابة اسم المدينة فقام Facebook بتعيينها على الخريطة، بل أنك تستطيع وضع مكانها التفصيلي ليقوم بتكثيف الدعاية للأقرب فالأقرب للمكان.

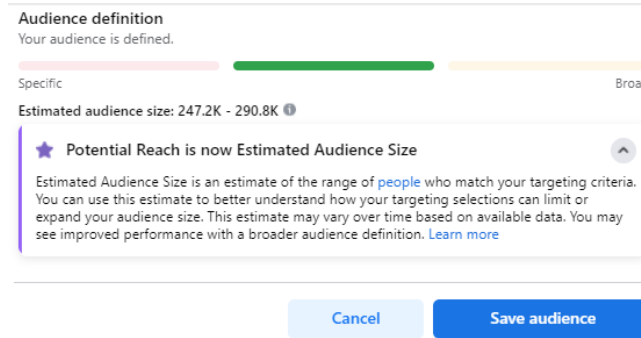
4. الخيار الرابع يسمى Detailed Targeting وهو الاستهداف المخصص وهذا الاستهداف غاية في الحساسية، ننقر على Browse لنلاحظ أنه يمكن استهداف ثلاثة متغيرات رئيسية (متغيرات ديموغرافية - رغبات - سلوكيات) و نجد في داخلها عشرات العوامل التي يمكن تصنيف الجمهور من خلالها، هذه العوامل ستقوم باختصار الجمهور المستهدف لكي يصبح مثلاً بدلاً عن 300 ألف فرد يصبح أقل من 10 الاف فرد، وهنا فإن نشر اعلان لألف فرد من 10 الاف مهتمين افضل بكثير من نشره ل 300 ألف غير متأكدين من اهتمامهم .

في المثال الموجود لدينا، قمنا بالكتابة في مربع البحث iPhone وقمنا باختيارها ليقوم بتخصيص الإعلان للمهتمين في أجهزة iPhone كما هو في الصورة التالية:



كما ويمكن استكشاف الكثير الكثير من المتغيرات الممكن وضعها من اجل تحسين عملية الإعلان واختيار الجمهور المستهدف.

اخر جزئية في اختيار الجمهور هي جزئية تعريف الجمهور، وهي تظهر مدى جودة اختيارك لجمهورك كما يلي:



نلاحظ أن هناك ثلاثة عينات، إما واسعة أو متخصصة جداً أو متوسطة، ويظهر المؤشر هنا ان العينة التي قمنا باختيارها متوسطة وجيدة، وأن الحجم المتوقع للعينة هو بين 247 الف الى 290 الف فرد (ملاحظة : هذا ليس عدد من سيصلهم الإعلان، هذا عدد العينة... عدد من سيصلهم الإعلان يحدد بناءً على الميزانية المدفوعة).

نقوم بالنقر على Save Audience حيث سيتم الاحتفاظ بهذه العينة من الجمهور لاستخدامها هذه المرة أو في مرات أخرى، كما ويمكن اجراء أي تعديلات عليها.

الجزئية الأخيرة هي مدة وتكلفة الإعلان كما في الشاشة التالية:

Duration ⓘ

Run this ad continuously ⓘ

Choose when this ad will end ⓘ

Days
7

Daily budget ⓘ

Actual amount spend daily may vary. ⓘ

Estimated 2.8K - 8K people reached per day

\$ 5.00

\$1.00 \$500.00

وتظهر هذه الشاشة الخيارات التالية:

1. هل تريد ان يعمل هذا الإعلان بشكل مستمر او يعمل لمدة معينة (وينبغي عليك تحديد المدة باليوم)
2. ما هي الميزانية اليومية التي تنوي دفعها، وهنا بحسب الميزانية التي تحددها سيقوم بحساب عدد الأفراد الذين سيظهر لهم الإعلان. مثلاً: في حال قمت بدفع \$5 يومياً فإن اعلانك سيظهر يومياً ل 2800 إلى 8000 فرد وذلك بحسب عدة متغيرات منها مدى جاذبية اعلانك واستخدامك لمزيج تسويقي مميز وجاذب والوان... الخ، ومن الطبيعي أنه كلما زاد الانفاق على الإعلان اليومي زادت إمكانية الوصول الى عدد أكبر من الأفراد.

ونلاحظ على يمين الشاشة وجود الفاتورة النهائية للمبلغ المطلوب دفعه كما يلي:

Estimated daily results	
People Reached ⓘ	3.9K - 11.2K
Link Clicks ⓘ	146 - 422
Payment summary	
Your ad will run for 7 days.	
Total budget	\$49.00 USD
\$7.00 a day x 7 days.	

تظهر الشاشة الاجمالية انك ستقوم بدفع \$49 مقابل وصول اعلانك لمدة 7 أيام لأكثر من 3900 فرد إلى 11200 يومياً، وكذلك عدد نقرات يومي يصل إلى 146 الى 422 . وفي النهاية فعليك تحديد طريقة الدفع، ويتيح Facebook الدفع بالبطاقات المختلفة أو بالدفع عن طريق Paypal أو التحويل البنكي او العديد من الطرق العالمية المتعارف عليها.

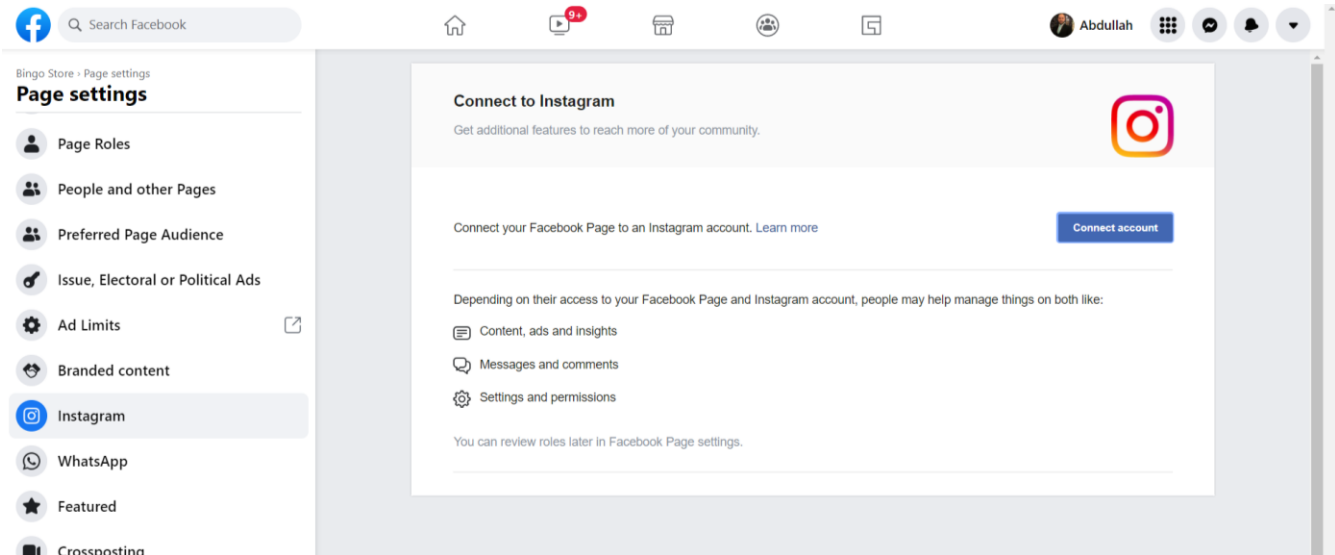
رابعاً: إنشاء وربط صفحة Instagram بالصفحة الرئيسية

تعتبر منصة انستجرام من المنصات الأكثر حيوية وأهمية في عالم التسويق الرقمي، حيث تعتمد المنصة بشكل أساسي على المحتوى المصور سواء بالتصميمات أو الصور الثابتة أو مقاطع الفيديو قصيرة المدة، الأمر الذي يجعل منها منصة تفاعلية قوية تعتمد عليها الكثير من الشركات في أعمالها التسويقية.

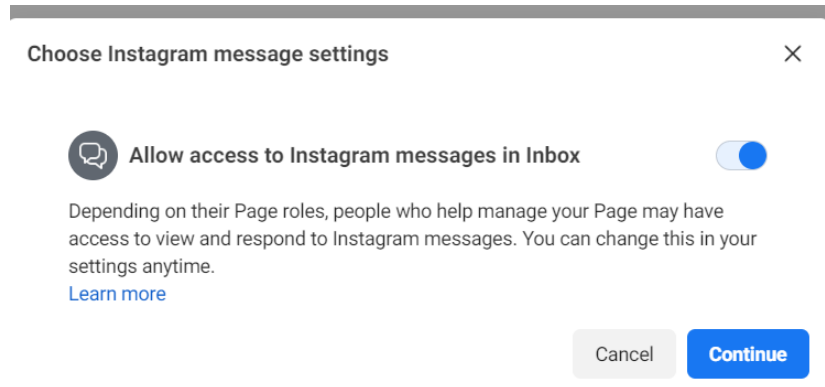
بعد أن تعلمت عزيزي الطالب في القسم الماضي طريقة إنشاء صفحة فيس بوك والتسويق من خلالها، ستتعلم الآن طريقة ربط الصفحة التي قمت بإنشائها بصفحة انستجرام.

أولاً: ربط صفحة Instagram

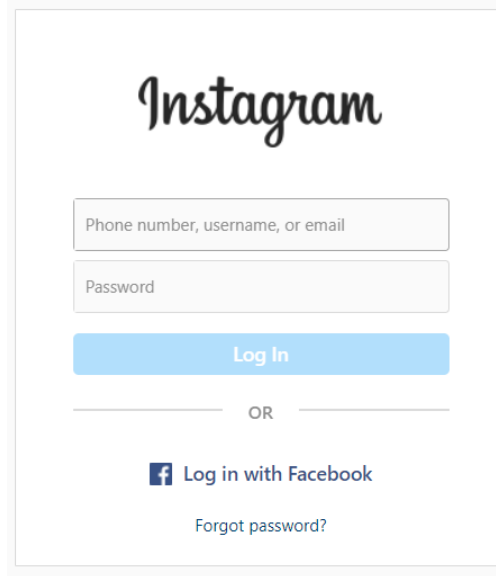
من خلال الشاشة الرئيسية لاعدادات صفحة الـ Facebook، قم باختيار كلمة Instagram كما هو واضح في الصورة التالية



بعد ذلك تظهر لك الشاشة الموجودة على يمين الصورة، قم بالنقر على 'Connect account'، ستظهر الرسالة التالية والتي تطلب السماح بالوصول لرسائل Instagram من الصفحة العامة في Facebook...قم بالنقر على 'Continue'.

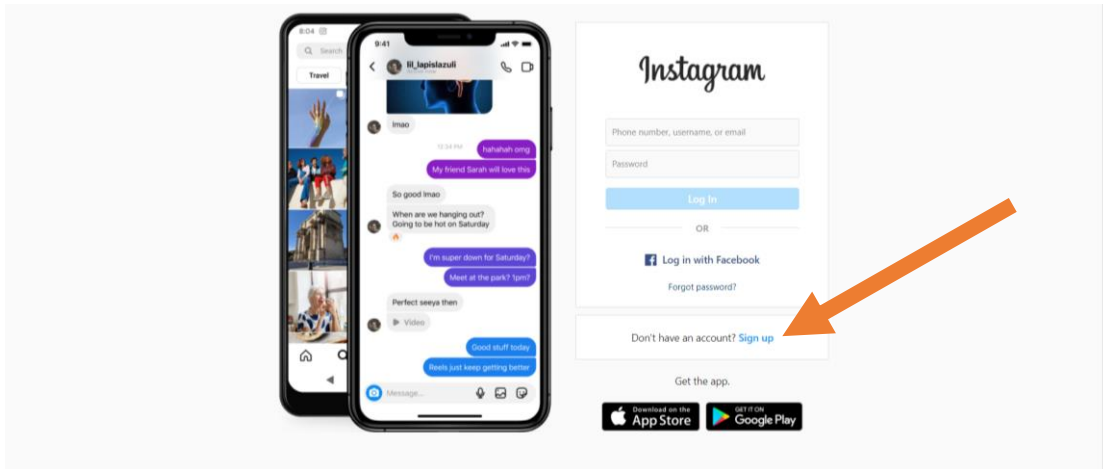


سيتم فتح شاشة خارجية لـ Instagram لتطلب منك تسجيل الدخول، هنا يجب القيام بإنشاء صفحة Instagram جديدة لوضع البيانات في هذه الخانات.

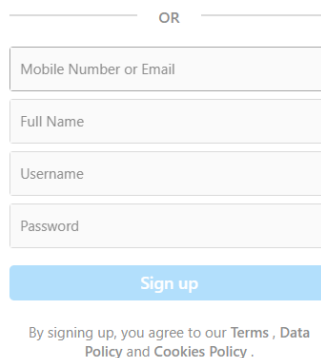


The image shows the Instagram login interface. At the top, the word "Instagram" is written in its signature font. Below it are two input fields: "Phone number, username, or email" and "Password". A blue "Log In" button is positioned below the password field. Underneath the button is the text "OR" flanked by horizontal lines. Below that is a blue button with the Facebook logo and the text "Log in with Facebook". At the bottom, there is a link that says "Forgot password?".

قم بالدخول عبر متصفحك إلى www.instagram.com، وقم بالنقر على [Sign up](#)



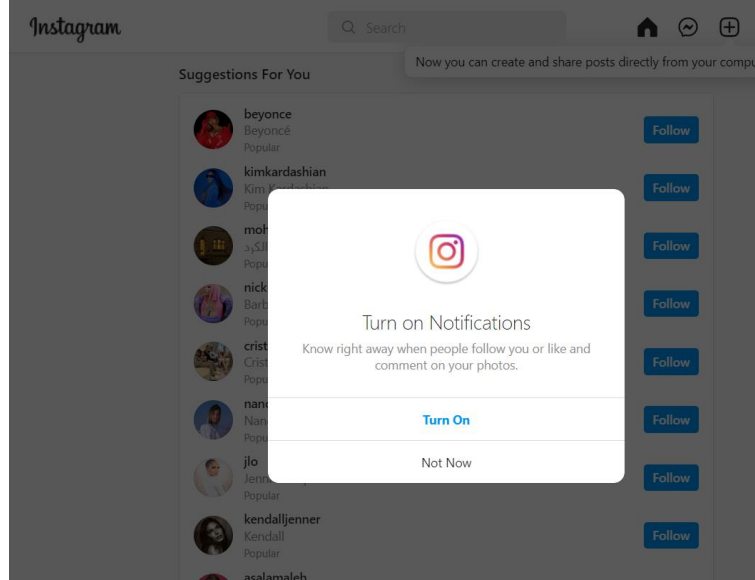
في الشاشة التالية يطلب منك البرنامج ادخال (البريد الالكتروني – اسمك – اسم المستخدم – كلمة المرور المقترحة) ومن ثم النقر على [Sign up](#)



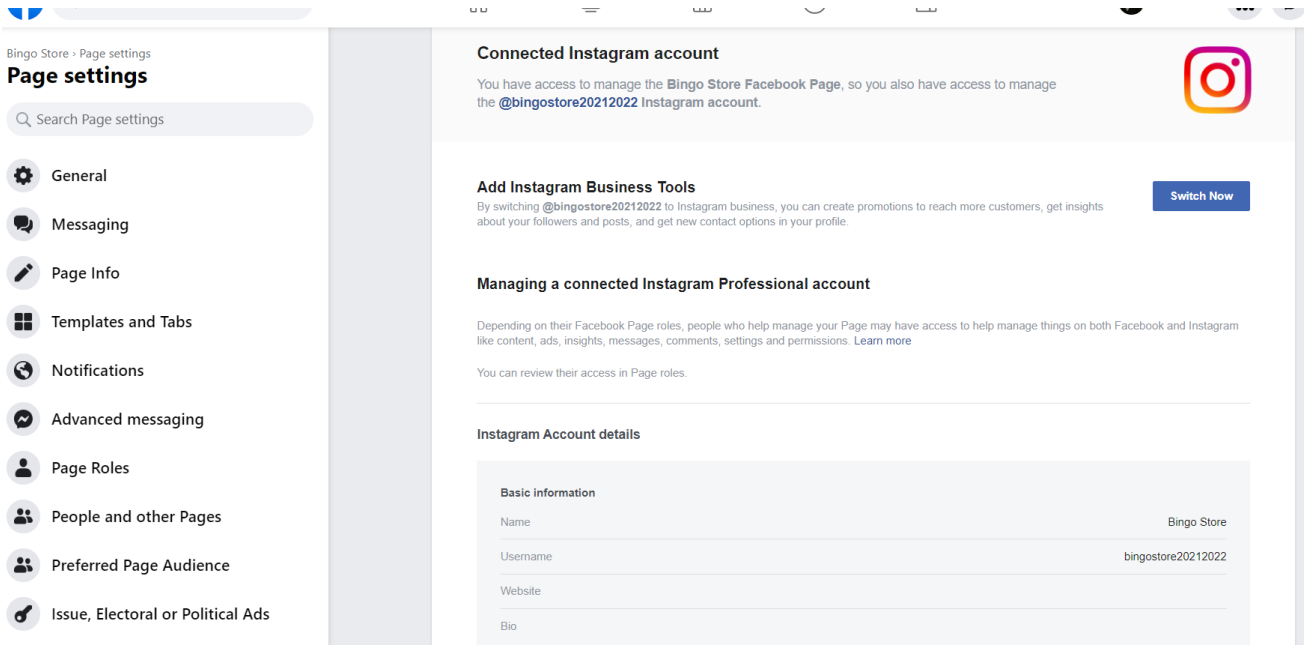
The image shows the Instagram sign-up form. It starts with the text "OR" flanked by horizontal lines. Below that are four input fields: "Mobile Number or Email", "Full Name", "Username", and "Password". A blue "Sign up" button is located below the password field. At the bottom, there is a small text that reads: "By signing up, you agree to our Terms , Data Policy and Cookies Policy ."

بعد ذلك ستطلب المنصة إدخال تاريخ ميلادك، ومن ثم سيتم ارسال بريد الكتروني لك يحتوي على كود لوضعه في شاشة تسجيل الدخول للتأكد من ربط حساب Instagram بالبريد الالكتروني.

- ملاحظة: أحياناً تطلب منصة Instagram تثبيت تسجيلك عبر تأكيد رقم الجوال في الشاشة التالية تظهر الشاشة الرئيسية لمنصة Instagram بعد تسجيل الدخول.

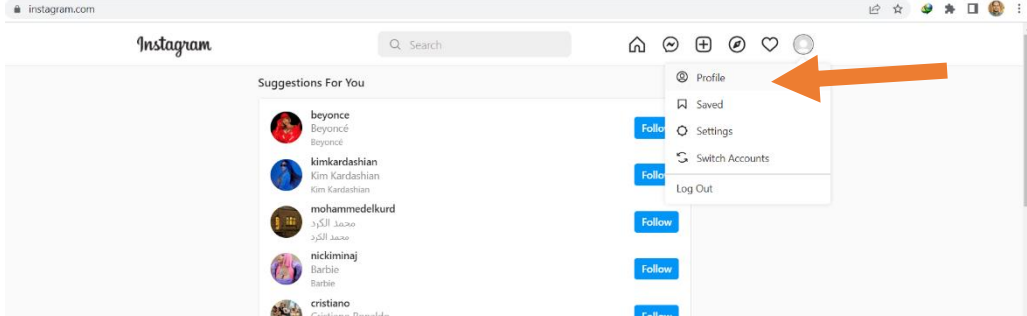


نعود الآن للشاشة الموجودة في Facebook لنقوم بربط الصفحتين معاً، وذلك من خلال ادخال اسم المستخدم وكلمة المرور الذي تم استخدامهما في Instagram. بمجرد ظهور الشاشة التالية، فعندها تكون قد اتممت عملية ربط صفحة Instagram بصفحة Facebook.

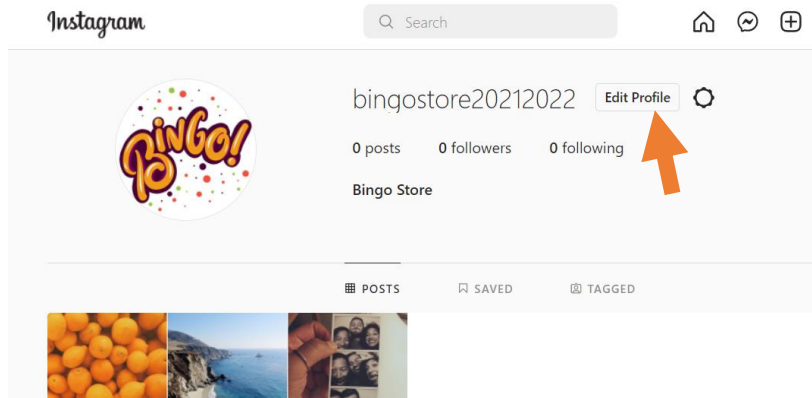


ثانياً: ضبط الاعدادات الرئيسية لصفحة Instagram

نقوم بالدخول إلى : www.instagram.com لتظهر الشاشة الرئيسية للمنصة، ونقوم بالنقر على صورة الملف الشخصي، ثم النقر على profile كما في الصورة التالية:



بعد ذلك تظهر الشاشة التالية، حيث يتوجب عليك تعيين صورة شخصية للصفحة (ينصح أن تكون شعار الشركة) من خلال النقر على الصورة الشخصية لها، نقوم بعدها بالنقر على Edit Profile.



Instagram

Q Search

Name

Help people discover your account by using the name you're known by: either your full name, nickname, or business name. You can only change your name twice within 14 days.

Username

In most cases, you'll be able to change your username back to undefined for another undefined days. [Learn More](#)

Website

Bio

Personal Information

Provide your personal information, even if the account is used for a business, a pet or something else. This won't be a part of your public profile.

Email

Phone Number

Gender

Similar Account Include your account when

في الشاشة التالية يجب التأكد من:

1. اسم الصفحة الذي سيظهر
2. اسم المستخدم الخاص بك
3. وضع الموقع الالكتروني
4. وضع وصف خاص بالشركة
5. البريد الالكتروني
6. رقم الهاتف للتواصل
7. النوع لصاحب الصفحة
8. التأكيد على الخيار الأخير والذي يسألك..هل تريد أن نوصي بصفحتك حين تصفح صفحات مشابهة؟

وننقر Submit.

ثالثاً: تحويل حساب Instagram إلى حساب أعمال

يتم النقر على إعدادات، ومن ثم النقر على عبارة Switch to Professional Account والمكتوبة باللون الأزرق كما هو في الصورة التالية

The screenshot shows the Instagram profile settings page. On the left sidebar, the 'Switch to Professional Account' option is highlighted with a red arrow. The main content area displays the profile information for 'bingostore20212022'. The fields are: Name (Bingo Store), Username (bingostore20212022), Website (Website), Bio (empty), Email (a.elkhoudaryapps@yahoo.com), and Phone Number (Phone Number). There is also a 'Personal Information' section with a note: 'Provide your personal information, even if the account is used for a business, a pet or something else. This won't be a part of your public profile.'

سيعطيك Instagram الخيار في تحويل حسابك إما إلى حساب صانع محتوى أو إلى حساب الأعمال، حساب صانع المحتوى هو حساب للأشخاص الذين يسوقون لأنفسهم أو لمحتوى معين هم ينتجون، أما حساب الأعمال فهو حساب المتجر الرسمي وهو الحساب الذي سنختار التحويل إليه، ننقر عليه ثم next أو التالي.

Which Best Describes You?

The screenshot shows the 'Which Best Describes You?' selection screen. There are two options: 'Creator' and 'Business'. The 'Business' option is selected, indicated by a blue circle and a red arrow pointing to it. The 'Creator' option is unselected, indicated by a white circle. The descriptions are: 'Creator: Best for public figures, content producers, artists and influencers.' and 'Business: Best for retailers, local businesses, brands, organizations and service providers.'

Next

وبعدها يطلب منك Instagram اختيار تصنيف الأعمال لديك، وفي المثال الذي نتناوله فنحن نمتلك متجراً للهواتف الخلوية، لذلك سنختار تصنيف Mobile Phone Shop، ثم ننقر على Done.

Select a Category

Choose a category that best describes what you do. You'll have the option to display or hide this on your profile.

Show category on profile

- Mobile Phone Shop
- Mobile Home Dealer
- Mobile Home Park
- Web Designer
- Telecommunication company
- Software Company
- Housing Assistance Service

BackDone

في الخطوة التالية سيطلب منك Instagram معلومات التواصل، بإمكانك وضعها أو النقر على Don't use my contact info، ثم النقر على Done، وبذلك أصبح حسابك حساباً للأعمال.

رابعاً: عمل منشورات عبر Instagram

تتيح منصة Instagram معظم خصائصها عبر الحاسوب، باستثناء إضافة المنشورات (الصور والفيديو) فتتم عبر تحميل تطبيق الجوال والدخول باسم المستخدم وكلمة المرور ومن ثم إدراج المنشورات من الهاتف الجوال نفسه.

يتوفر تطبيق منصة Instagram على متجرى App Store لأجهزة Apple و Play لأجهزة Android.

خامساً: تدريب عملي على القسم الأول

يتوجب على الطالب القيام بإنشاء صفحة Facebook تجارية باسم وهمي واختيار نوع معين من الأعمال لهذه الصفحة، ويتعين على الطالب القيام بما يلي:

1. ضبط اعدادات الصفحة كما تعلمنا سابقاً.
2. العمل على نشر 5 منشورات على الأقل بأسلوب تسويقي (صور).
3. العمل على نشر 3 منشورات على الأقل بأسلوب تسويقي (نصوص).
4. إنشاء صفحة Instagram متعلقة بالصفحة الرئيسية وربطها بها وضبط اعداداتها، ونشر منشورات متزامنة بين صفحة Facebook و Instagram.
5. على الطالب القيام بتجهيز 3 إعلانات كل اعلان مخصص لجمهور معين وتحديد فئات الاستهداف وتصوير الشاشة ورافقها بالتدريب العملي.

القسم الثاني: حضور و اتمام الدورة التدريبية على منصة إدراك بعنوان (التسويق الإلكتروني – إدارة الحملات الرقمية المدفوعة)

يقوم الطالب بالتسجيل في منصة إدراك للدورات والمهارات المضافة، ومن بعد ذلك يقوم بالتسجيل في الدورة الموسومة بـ (التسويق الإلكتروني – إدارة الحملات الرقمية المدفوعة)، وذلك من خلال الرابط التالي:

<https://www.edraak.org/programs/course-v1:Edraak+DA+2018SP>

حيث يتوجب على الطالب حضور جلسات الدورة وتقديم اختبارها والحصول على شهادة الدورة المجانية.

كيف أنشئ وأفعل حسابي على إدراك؟

<https://youtu.be/MN8QQXX58eA>

كيف أسجل في المساق عبر إدراك؟

<https://youtu.be/GkQI80g7yUQ>

كيف أصل إلى محتويات المساق؟

<https://youtu.be/s1XGgBIZXRA>

كيف أصدر شهادة إتمام المساق من إدراك؟

<https://youtu.be/Ae-4TDvWnqw>

تقويم الطالب في دورة التسويق الإلكتروني – إدارة الحملات الرقمية المدفوعة:
على الطالب اعداد وتجهيز تقرير يتضمن إجابات حول الأسئلة التالية، بحيث تكون الإجابات مبنية على حضوره للدورة أعلاه:

1. ما هي أهم الفروقات بين التسويق الرقمي والتسويق التقليدي؟
2. ما هي ميزات العمل في التسويق الإلكتروني برأيك؟
3. ماذا نعني بأسلوب التسويق بالعمولة؟
4. قم بعمل حساب كما تعلمت في الدورة على Google Ads وعلى فرض أنك شركة لبيع السيارات، قم بعمل حملة إعلانية مبدئية بدون دفع، وقم بتصوير الشاشة ورافق الصور مع حل التقويم، كذلك قم بإنشاء مجموعة إعلانية لإعلانك وحدد كلمات مفتاحية لها.
5. تحدث عن أهمية Google Display Network (GDN) ودورها في التسويق.
6. لماذا قد نحتاج إلى الإعلان عبر Youtube؟
7. يوجد مشروع في آخر الدورة، وهو غير ملزم للطالب، ولكن الطالب الذي يقوم بحل المشروع يحصل على درجات إضافية في نشاط المقرر.

ألية تدريس الملحق العملي (خاص بأعضاء هيئة التدريس)

عزيزي عضو هيئة التدريس،

يتم تدريس الملحق العملي الخالي من خلال ما يلي:

القسم الأول:

يقوم عضو هيئة التدريس بشرح كيفية تكوين صفحة تجارية أو صفحة أعمال عبر Facebook وضبط اعداداتها وتنظيم الإعلانات عبرها للطلبة، حيث يقوم بضرب أكثر من مثال على طريقة الاستهداف وتكوين الجماهير المختلفة، كذلك القيام بإنشاء صفحة Instagram وربطها بصفحة Facebook.

حيث يوم الطلبة بالمتابعة بشكل مستمر مع المحاضرات والعمل على اعداد صفحات بنفس الشكل ولكن بافكار مختلفة من سياق تفكيرهم، وعلى كل طالب تسليم تقرير حول سير العمل مدعم بروابط لعضو هيئة التدريس في نهاية الفصل.

القسم الثاني:

يطلب من عضو هيئة التدريس الاطلاع كاملاً على محتوى الدورة الإلكترونية المقدمة من منصة إدراك، ويطلب من الطلب دراسة الدورة بشكل متزامن منزلياً مع استمرار الفصل الدراسي، حيث يطلب منهم الإجابة على التدريبات الواردة في الدليل العملي وإعداد تقرير بشأنها وبنقاشهم عضو هيئة التدريس فيها في نهاية الفصل، على أن يقوم كل طالب بتسليم نسخة عن الشهادة الرقمية التي تصدرها المنصة باسمه لعضو هيئة التدريس مع التقرير.