

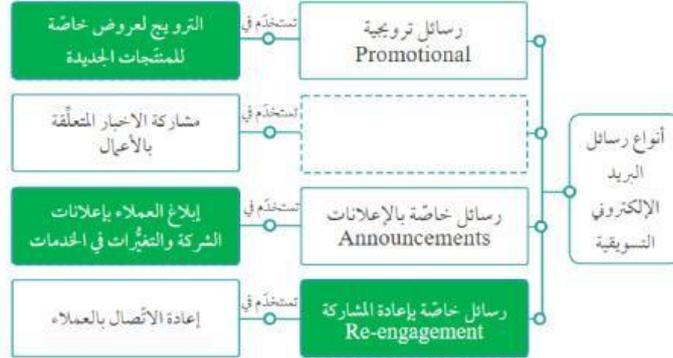
## الوحدة الثانية: التسويق الإلكتروني الدرس الأول: مفهوم التسويق الإلكتروني



١	أحد أشكال التسويق الإلكتروني، ويتضمن الترويج للمواقع الإلكترونية عن طريق زيادة ظهورها في محركات البحث	<p>Ⓐ التسويق بالعمولة. Ⓑ التسويق عبر المدونات</p> <p>Ⓒ التسويق عبر محركات البحث</p> <p>Ⓓ التسويق عبر البريد الإلكتروني</p>
٢	التمثيل الرقمي للشركة، أو العلامة التجارية، ويتكون من نصوص، وصور، ومقاطع فيديو، ومقاطع صوتية توضح هوية العلامة التجارية:	<p>Ⓐ التسويق الإلكتروني.</p> <p>Ⓑ العلامة</p> <p>Ⓒ استراتيجية التسويق الإلكتروني</p> <p>Ⓓ التواجد على الشبكة العنكبوتية</p>
٣	يتضمن تحسين محركات البحث إجراء تغييرات معينة على تصميم الموقع، ومحتواه، مما يجعل الموقع أكثر فاعلية مع محرك البحث.	<p>Ⓐ صح</p> <p>Ⓑ خطأ</p> <p>Ⓒ</p> <p>Ⓓ</p>
٤	يمكنك إضافة معلومات الاتصال الخاصة بك إلى ملف تعريف إنستغرام الخاص بك، ويمكن للعملاء الحاليين، والمحتملين زيارة ملف التعريف الخاص بك، والوصول إليك عن طريق:	<p>Ⓐ رؤية إنستغرام</p> <p>Ⓑ تعزيز المنشور.</p> <p>Ⓒ التسوق عبر إنستغرام</p> <p>Ⓓ اتصال</p>
٥	طريقة التسويق التي يتم من خلالها تشجيع المستهلكين على مشاركة معلومات حول منتجات شركة، أو خدماتها عبر الإنترنت:	<p>Ⓐ الحساب الاحترافي</p> <p>Ⓑ تحسين محركات البحث</p> <p>Ⓒ التسويق الإلكتروني واسع الانتشار</p> <p>Ⓓ تعزيز المنشور</p>
٦	من النصائح الفعالة لاستراتيجيات التسويق الإلكتروني:	<p>Ⓐ توفير موقع إلكتروني</p> <p>Ⓑ إضافة وسائل التواصل الاجتماعي</p> <p>Ⓒ التركيز على تسويق المحتوى</p> <p>Ⓓ جميع ما سبق</p>

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.

## الوحدة الثانية : التسويق الإلكتروني الدرس الثاني : التسويق عبر البريد الإلكتروني



السؤال الأول : اختر الإجابة الصحيحة في كل مما يأتي:

١	تعرف أيضاً بالرسائل الإخبارية، وتشارك الأخبار المتعلقة بالأعمال :	<p>Ⓐ رسائل خاصة بالمعلومات</p> <p>Ⓑ رسائل خاصة بإعادة المشاركة.</p> <p>Ⓒ رسائل خاصة بالمعلومات</p> <p>Ⓓ رسائل ترويجية.</p>
٢	وسيلة التسويق المباشرة التي تتيح للشركات مشاركة المنتجات الجديدة، والمبيعات، والتحديثات مع العملاء من خلال قائمة جهات الاتصال الخاصة بها:	<p>Ⓐ التسويق الإلكتروني.</p> <p>Ⓑ الشعار</p> <p>Ⓒ التسويق عبر البريد الإلكتروني</p> <p>Ⓓ التسويق بالمقالات</p>
٣	إذا كنت مبتدئاً تماماً في عملية التصميم فالخيار الأنسب لك هو استخدام محرر لغة ترميز النص التشعبي html	<p>Ⓐ صح</p> <p>Ⓑ خطأ</p> <p>Ⓒ ج</p> <p>Ⓓ د</p>
٤	تستخدم للترويج لعروض خاصة، وإصدارات المنتجات الجديدة، وما إلى ذلك، ويمكن أن تتكون من ٣ رسائل، وتصل إلى ١٠، وترسل على مدار عدة أيام، أو أسابيع	<p>Ⓐ رسائل خاصة بالمعلومات</p> <p>Ⓑ رسائل خاصة بإعادة المشاركة</p> <p>Ⓒ رسائل خاصة بالإعلانات</p> <p>Ⓓ رسائل ترويجية</p>
٥	الميزانية إذا كانت محدودة للغاية، فعليك استخدام منصات تقدم أسعار رخيصة مثل:	<p>Ⓐ ميل تشيمب.</p> <p>Ⓑ قوالب البريد الإلكتروني</p> <p>Ⓒ سيند إن بلو.</p> <p>Ⓓ محرر البريد الإلكتروني بالسحب، والإفلات</p>

٦	في منصة Mailchimp يمكنك تحميل جهات الاتصال الخاصة بك عن طريق استيرادها من ملف امتداد "csv".	صح (٢)	خطأ (ب)	ج (ج)	د (د)
٧	في منصة Mailchimp يمكنك تنظيم جهات الاتصال الخاصة بك عن طريق الخيار Subscribed.	صح (٢)	خطأ (ب)	ج (ج)	د (د)

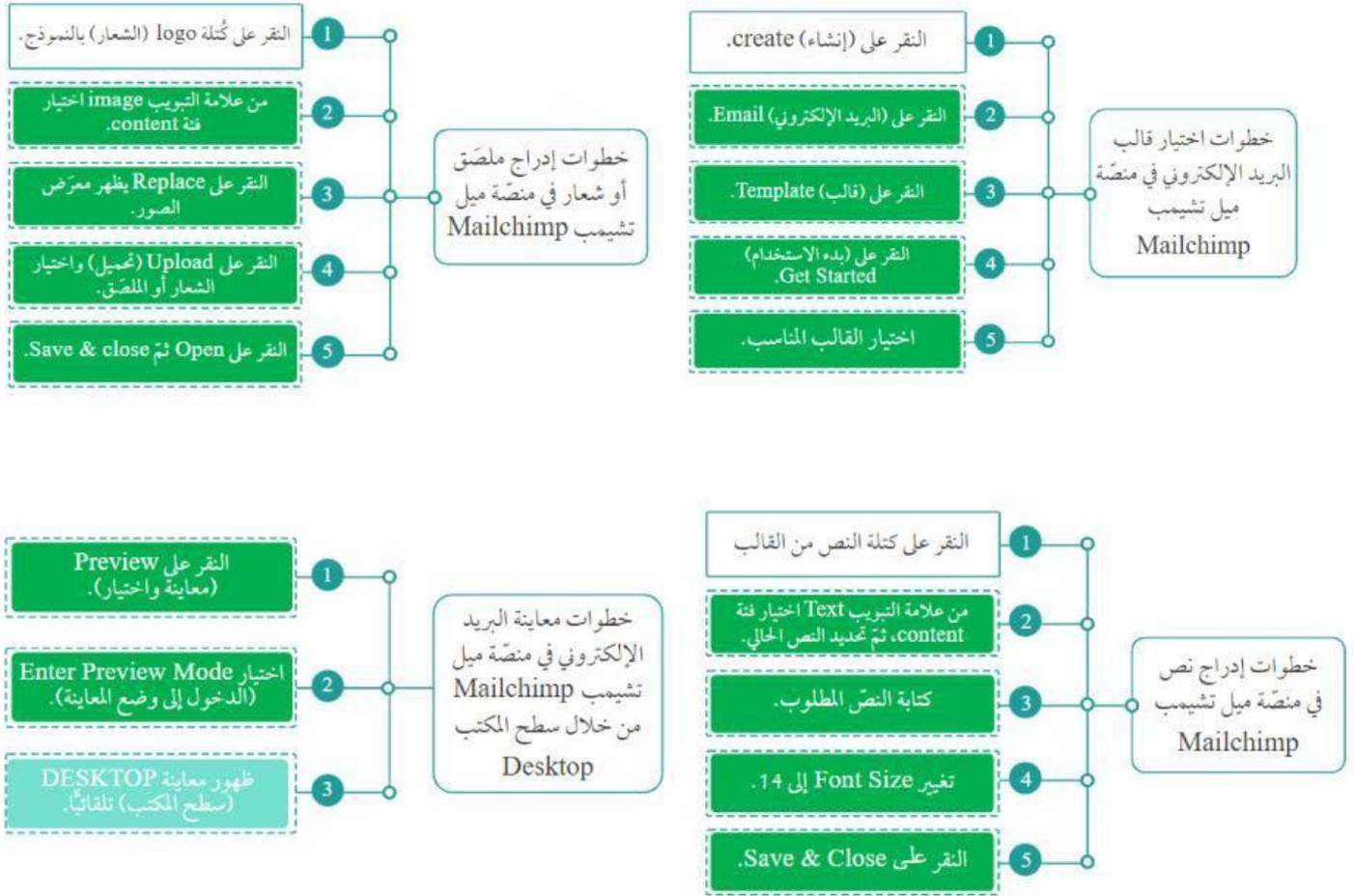
السؤال الثاني: اختر الإجابة الصحيحة في كل مما يأتي:

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



## الوحدة الثانية : التسويق الإلكتروني

### الدرس الثالث : حملة التسويق عبر البريد الإلكتروني [/ https://mailchimp.com/](https://mailchimp.com/)



أن ينشئ الطالب بريدا إلكترونيا باستخدام منصة ميل تشيمب Mailchimp.

[/https://mailchimp.com/](https://mailchimp.com/)

السؤال الأول: اختر الإجابة الصحيحة في كل مما يأتي:

١	قبل البدء بالحملة التسويقية، عليك تجهيز الشعار، والملصق الإعلاني، وأثناء الحملة يتم تجهيز نص الدعوة للحملة.	(أ) صح	(ب) خطأ	(ج)	(د)
٢	في منصة ميل تشيمب Mailchimp الخيار Template لاختيار	(أ) قالب	(ب) شعار	(ج) ملصق	(د) نص
٣	يجب أن تتضمن رسالة الدعوة بالبريد الإلكتروني الشعار، والملصق الإعلاني المرتبطين بالحدث، لذلك ندرجها كصورتين	(أ) صح	(ب) خطأ	(ج)	(د)
٤	في منصة ميل تشيمب Mailchimp عند الضغط على الجزء العلوي في النموذج، وبالتحديد كتلة Logo، يمكن إدراج:	(أ) النص	(ب) الشعار	(ج) الملصق الإعلاني	(د) القالب
٥	في منصة ميل تشيمب Mailchimp عند تحديد كتلة، والضغط على bin، يمكن:	(أ) الحذف	(ب) المعاينة	(ج) الحفظ	(د) الإرسال
٦	في منصة ميل تشيمب Mailchimp عند الضغط على Preview and test، يمكن معاينة البريد الإلكتروني قبل إرساله.	(أ) صح	(ب) خطأ	(ج)	(د)
٧	في منصة ميل تشيمب Mailchimp يمكن معاينة البريد الإلكتروني بنسخة سطح المكتب فقط	(أ) صح	(ب) خطأ	(ج)	(د)
٨	بعد إنشاء حساب على منصة ميل تشيمب يمكن البدء في إنشاء حملة تسويقية عبر البريد الإلكتروني:	(أ) صح	(ب) خطأ	(ج)	(د)
٩	يمكن إنشاء حملة تسويقية بإنشاء قالب خاص بالإعلان من أجل إعلام جهات الاتصال عن:	(أ) الحدث	(ب) الوقت	(ج) التاريخ	(د) جميع ما سبق