



الوحدة الأولى : (المتاجر الالكترونية)

ضع دائرة حول الإجابة الصحيحة فيما يأتي:

١ . تتمثل أهم فوائد المتجر الإلكتروني في توفير إمكانية التسوق للعملاء	(أ) في أي وقت	(ب) من أي مكان	(ج) أ و ب	(د) لا شيء مما سبق
٢ . من مواصفات المتجر الناجح:	(أ) أن يكون جذاب	(ب) التنقل فيه بسهولة	(ج) يرغب العملاء بالشراء	(د) جميع ما سبق
٣ . يشير مفهوم المتجر الإلكتروني إلى وجود:	(أ) العناوين	(ب) الإعلانات	(ج) إمكانية البحث	(د) جميع ما سبق
٤ . من المهم عدم وجود مشتتات في المتجر الإلكتروني مثل:	(أ) الألوان الزاهية	(ب) النصوص التي لا يمكن قرائتها	(ج) أ و ب	(د) لا شيء مما سبق
٥ . من المراحل الأساسية لإنشاء المتجر الإلكتروني:	(أ) التخطيط	(ب) التصميم	(ج) التنفيذ	(د) جميع ما سبق
٦ . من مراحل إنشاء المتجر الإلكتروني وفيها يتم تحديد الهدف من عملك التجاري:	(أ) التخطيط	(ب) التصميم	(ج) التنفيذ	(د) اختبار الموقع ونشره
٧ . من مراحل إنشاء المتجر الإلكتروني وفيها يتم إنشاء نموذج أولي باستخدام الورقة والقلم:	(أ) التخطيط	(ب) التصميم	(ج) التنفيذ	(د) اختبار الموقع ونشره
٨ . من مراحل إنشاء المتجر الإلكتروني وفيها يتم إنشاء المتجر الإلكتروني باستخدام أداة وورد بريس المحلي:	(أ) التخطيط	(ب) التصميم	(ج) التنفيذ	(د) اختبار الموقع ونشره
٩ . تتكون الصفحة الرئيسية من:	(أ) الترويسة	(ب) المحتوى الرئيس	(ج) التذييل	(د) جميع ما سبق
١٠ . لحفظ التغييرات يتم الضغط على زر:	(أ) معاينة	(ب) تحديث	(ج) تحويل إلى مسودة	(د) تصفية
١١ . من أهمية استخدام التصنيفات:	(أ) فرز المحتوى وتجميعه	(ب) تحسين دقة نتائج البحث	(ج) تسهيل استخدام المتجر	(د) جميع ما سبق
١٢ . توجد خصائص للمنتجات في المتجر مثل:	(أ) الوصف	(ب) السعر	(ج) الصور	(د) جميع ما سبق



١٣ . من النصائح حول التصوير الفوتوغرافي للمنتج:	أ (استخدام كاميرا عالية الجودة ب (الصور بخلفية بيضاء ج (تجنب استخدام الفلاش د (جميع ما سبق
١٤ . من إستراتيجيات تسعير المنتج وفيها يتم تحديد طبيعة العملاء وعاداتهم الشرائية:	أ (تحديد السوق المستهدف ب (تحديد هامش الربح ج (البحث عن المنافسين د (المراقبة والضبط
١٥ . من إستراتيجيات تسعير المنتج وفيها يتم تحديد مستوى الربح الذي تريد كسبه من كل عملية بيع:	أ (تحديد السوق المستهدف ب (تحديد هامش الربح ج (البحث عن المنافسين د (المراقبة والضبط
١٦ . من إستراتيجيات تسعير المنتج وفيها يتم مراقبة استراتيجية التسعير وتعديلها بناء على تغيرات السوق:	أ (تحديد السوق المستهدف ب (تحديد هامش الربح ج (البحث عن المنافسين د (المراقبة والضبط
١٧ . لمعاينة المتجر واختباره عليك التحقق من كون:	أ (الأزرار وروابط ب (معلومات المنتجات ج (الموقع مستجيب مع الهواتف د (جميع ما سبق
١٨ . لنشر نظام ووردبريس عبر الإنترنت وبعد اختيار مزود خدمة الإنترنت وخدمة الاستضافة يجب:	أ (اختبار الموقع الإلكتروني ب (نشر الموقع الإلكتروني ج (إطلاق الموقع الإلكتروني د (جميع ما سبق
١٩ . تتمثل أساسيات جعل الموقع الإلكتروني سهل العثور عليه في محركات البحث	أ (استخدام الكلمات المفتاحية ب (استخدام الأوصاف التعريفية ج (تحسين سرعة موقعك الإلكتروني د (جميع ما سبق
٢٠ . يمكن استعراض طلبات العملاء في المتجر من خلال قسم:	أ (الصفحات ب (ووكومرس ج (الإعدادات د (العملاء
٢١ . من مزودي خدمة الاستضافة المعروفة لنظام وورد برس هي:	أ (Bluehost ب (SiteGround ج (FlyWheel د (جميع ما سبق

ضع علامة (V) أمام العبارة الصحيحة وعلامة (X) أمام العبارة الخاطئة فيما يأتي:

١ . من المهم أن يكون اسم المتجر الإلكتروني سهل التذكر والتهجئة.	()
٢ . ليس من المفيد أن تتوفر خاصية تقييم المنتجات داخل المتجر الإلكتروني.	()
٣ . سهولة البحث عن المنتجات والوصول إليها من مواصفات المتجر الإلكتروني الناجح.	()
٤ . يستخدم اسم المجال لكتابة عنوان بروتوكول الإنترنت بشكل قريب من لغة الإنسان.	()
٥ . اختيار اسم المجال أمر غير مهم بالنسبة للموقع.	()
٦ . يساعد اسم المجال الجيد في جذب المزيد من الزائرين والعملاء المحتملين.	()
٧ . من العوامل المهمة التي تساعدك على اختيار اسم المجال اختيار اسم يسهل تذكره وتجنب الأسماء الصعبة.	()



()	٧. لا يمكن تغيير صورة الصفحة الرئيسية الافتراضية.
()	٨. يمكن تحرير النصوص في المتجر الإلكتروني.
()	١٠. صفحة حول مصممة بحيث تعرض بعض المعلومات الخاصة بالشركة وتقديم معلومات الاتصال بالعملاء
()	١١. من خلال الضغط على زر الإعدادات تظهر بعض الخيارات للصفحة أو اللبنة.
()	١٢. يسمح لك زر المعاينة بمشاهدة موقع المتجر الإلكتروني قبل نشره على الإنترنت.
()	١٣. تشير التصنيفات في المتجر الإلكتروني إلى طريقة تنظيم المنتجات وتجميعها مما يؤدي إلى تحسين تجربة التسوق.
()	١٤. تعد إضافة المنتجات إلى المتجر الإلكتروني مهمة أساسية في إدارة أعمال التجارة الإلكترونية.
()	١٥. تعد الطريقة التي تعرض بها منتجاتك عبر الإنترنت ذات أهمية كبيرة.
()	١٦. تتضمن عملية تسعير منتجات المتجر الإلكتروني عدة معايير يجب مراعاتها.
()	١٧. بعد معاينة المتجر الإلكتروني واختباره يتم تصديره على الخادم المحلي من خلال خيار Export في ووردبريس المحلي.
()	١٨. لتحسين محركات البحث SEO نستخدم المكونات الإضافية لتحسين المحتوى الخاص بك على المحركات
()	١٩. استخدم مزود استضافة آمن وثبت المكونات الإضافية الخاصة بالأمان لحماية الموقع من الاختراق.
()	٢٠. لا نحتاج إلى إنشاء نسخة احتياطية من الموقع الإلكتروني.
()	٢١. يجب مراقبة الموقع الإلكتروني بحثاً عن أي مشكلات أو أخطاء وصححها على الفور.
()	٢٢. تحسين محركات البحث هي العملية التي تنفذها الشركات للتأكد من أن موقعها يحتل مرتبة عالية في نتائج محركات البحث.
()	٢٣. لا يمكن إضافة أيقونات وروابط للدخول إلى وسائل التواصل الاجتماعي.
()	٢٤. عند إضافة النصوص في صفحات الموقع فلا يمكن تغييرها في وقت آخر.
()	٢٥. يمكننا إضافة صورتين محد أقصى لكل منتج.





رتب الخطوات اللازمة لإدراج صورة في صفحة المتجر الإلكتروني:

1

2

3

4

5

6

الترتيب	الخطوات
	اضغط على زر إضافة مكون
	اضغط على زر رفع
	اضغط على خيار صورة
	اضغط على زر فتح
	غير نسبة العرض إلى الارتفاع
	حدد الصورة التي تريدها

عدد اثنين لكل مما يأتي :

- يسهل تذكر اسمه
- سهولة البحث عن المنتجات
- التخطيط
- التصميم
- لا تنتهك العلامات التجارية
- يفضل الامتداد Com
- تحديد الهدف
- تحديد المنتجات
- فرز المحتوى وتجميعه
- تسهيل استخدام المتجر

مواصفات المتجر الناجح	١ .	٢ .
مراحل إنشاء المتجر	١ .	٢ .
بعض العوامل التي تساعدك على اختبار اسم المجال	١ .	٢ .
عملين أثناء مرحلة التخطيط	١ .	٢ .
أهمية استخدام التصنيفات	١ .	٢ .