

ملحق خاص بمشروع تخرج لتخصص التسويق الالكتروني

يتوفر لطلبة التسويق الالكتروني ثلاث مسارات يمكن للطالب/ة اختيار أيا منها: البحث العلمي، انشاء مشروع/موقع الكتروني، و دراسة حالة.

الصفحات التمهيدية (مشترك بين جميع المسارات) و تشمل:

1. الصفحة الأولى: ويكتب فيها ما يلي:
 - شعار الجامعة، اسم الجامعة، واسم الكلية
 - عنوان البحث/الدراسة
 - اسم الباحث
 - اسم المشرف
 - الدرجة التي سيحصل عليها الباحث
 - الشهر والسنة التي قدمت فيها هذه الدراسة
2. الصفحة الثانية: وهي صفحة الشكر والتقدير، حيث يشكر الباحث كل من ساعده على استكمال دراسته دون مبالغة وباختصار
3. الصفحة الثالثة: الإهداء
4. قائمة المحتويات
5. قائمة الجداول
6. قائمة الأشكال والصور
7. المصطلحات الإجرائية
8. الملخص: اعدا ملخص باللغتين العربية والانجليزية، بحيث يحدد فيه الباحث بما لا يزيد عن 300 كلمة هدف الدراسة ومنهجيتها (بايجاز)، و ابراز نتائجها، ويستعرض أهم التوصيات ذات العلاقة .

أولاً: مسار البحث

يخصص هذا المسار للطلبة الذين حققوا معدل **تخصصي وتراكمي بتقدير جيد جداً** على الأقل ويرغبون في استكمال مسيرتهم التعليمية الأكاديمية بالالتحاق ببرنامج ماجستير بعد التخرج مباشرة

تتمحور فكرة هذا المسار حول توفير الفرصة للطلبة لخوض تجربة البحث العلمي الأكاديمي النظري لتأهيلهم وتدريبهم للولوج إلى عالم الدراسات العليا.

في نهاية المشروع (البحث) يكون على الطلبة تسليم بحث متكامل الاجزاء حول مشكلة بحثية ذات علاقة بالتسويق أو التسويق الإلكتروني، ويكون هذا البحث حسب متطلبات النشر في مجلة علمية محكمة يتم الاتفاق عليها مع المشرف، وربما بالتشاور مع اعضاء هيئة تدريسية اخرين. وبهذا يجب ان يلتزم الطالب الباحث بشكل ومحتوى البحث حسب مواصفات المجلة، ويتم تجهيزه بشكل قابل ومناسب لتقديمه للمجلة المختارة لنشره.

يحتوي التقرير النهائي المقدم من الطالب على:

الصفحات التمهيدية

الفصل الاول: يحتوي على

- مقدمة
- سبب اختيار البحث
- مشكلة البحث بصياغتها العلمية الصحيحة
- اهداف البحث
- اسئلة البحث
- فرضيات البحث (ان لزمتم)
- القيود والمحددات
- مساهمة البحث المعرفية Contribution to the body of knowledge
-

الفصل الثاني: يحتوي على متن البحث حسب مواصفات المجلة العلمية المحكمة التي تم اختيارها لتكون نموذجاً

الفصل الثالث: يحتوي ملخصاً لنتائج البحث واستنتاجاته وتوصياته واهم الصعوبات والمشاكل التي واجهت الطالب خلال البحث وأهم الفوائد التي تحصل عليها الطالب خلال هذه التجربة

الملاحق: وتحتوي على أي ملحقات او وثائق استخدمها الطالب او رجع اليها او استعان بها

**** خلال مقدمة المشروع، يتوقع من الطالب ان ينجز الفصل الاول كما هو موضح اعلاه، اضافة الى الانتهاء من الاطار النظري Literature Review ومنهجية البحث العلمي التي سيتم اتباعها Research Methodology**

ثانياً: مسار انشاء مشروع/موقع الكتروني (E-Commerce Site)

الصفحات التمهيدية

الفصل الأول :

و يشمل هذا الفصل:

- مقدمة و نبذة عن الموقع
- لماذا هذا الموقع؟ (ما الحاجة السوقية التي يغطيها)
- مقومات نجاح الموقع
- أهمية المشروع
- هيكلية التقرير

الفصل الثاني :

تخطيط واستراتيجية الموقع الالكتروني

- بناء استراتيجية المشروع المنوي تأسيسه، باستخدام مثلا Canvas Model.
- دراسة سوقية شاملة بحسب الاصول العلمية (تحديد مشكلة الدراسة، المنهجية، الادوات، .. و حتى النتائج)
- تحليل المنافسين
- تحديد ال Target Audience حسب تحليل استراتيجية الموقع
- تفصيل ال Personas المختلفة للموقع ومبررات اختيارها
- تحديد التقنيات والتكنولوجيا المستخدمة في الموقع ومبررات استخدامها
- خطة فحص الموقع بعد التطبيق
- اعتماد تصنيف الموقع " CMS Or Static " مع ذكر الأسباب
- اعداد استراتيجية Social Media الداعمة للموقع
- خطة Content Led Gen

الفصل الثالث:

خطة حجز واستضافة الموقع

- شرح مفصل حول الخطوات المتبعة في التحضير والحجز للموقع بشكل الكتروني
- نوع الموقع المنوي العمل عليه
- مبررات استخدام المساحة " الحجز " الحجم على القرص الصلب , المعالجة .. الخ
- اسم النطاق ومبررات اختياره

الفصل الرابع: بناء وتنظيم عمل المشروع

- أفراد العمل ودور كل فرد منهم ومبررات اختيارهم
- خطة التكلفة والسعر مفصلاً لكل البنود الواردة فيها
- تحضير المقترح الأولي للموقع Proposal بصيغة رسمية
- تحديد النقاط الهامة في فترة عمر المشروع Milestones
- تحديد ال Web Metrics التي سيتم اعتمادها في نهاية تطبيق الموقع

الفصل الخامس : تصميم الموقع

- بناء ال Site Map بشكلها النهائي
- وضع خطة بناء المحتوى وتجهيزه حسب استراتيجية ROT
- خطة ال keywords المستخدمة في مختلف أقسام الموقع
- خطة المستندات والوثائق وكيفية تتبعها
- خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر ال SEO بنوعيه المختلفين On the page +Off The page
- تصميم واجهات الموقع المختلفة "User Experience "UX-Design

الفصل السادس : بناء و تشغيل الموقع

- وصف الاعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الجديد
- وصف خطوات تحميل الموقع
- تنفيذ الخطة الترويجية
- تقييم أداء الموقع: تقرير حول سلوك المستهلك أثناء تصفح الموقع باستخدام احد ادوات تحليل بيانات الشبكة
"Google analytics,Google Suite 360,Adobe Creative Reporting...etc"
- تقرير حول ال Heat Map للموقع بعد التطبيق
- تقرير حول المبيعات، ان وجدت
- أي تعديلات ضرورية حسب التقريرين السابقين

الفصل السابع :

- الاستنتاجات
- التوصيات
- خطط تطويرية للمستقبل

**** خلال مقدمة المشروع، يتوقع من الطالب أن ينجز الفصول الثلاثة الأولى كما هو موضح أعلاه، أما الفصول الأخرى و التطبيق العملي فيتم خلال مشروع التخرج (الفصل التالي).**

ثالثاً: مسار دراسة حالة

الصفحات التمهيدية

الفصل الأول:

- مقدمة
- تحليل القطاع الذي تعمل به الشركة قيد الدراسة (حجم القطاع، نموه، اخر التطورات، الخ).
- وصف الشركة قيد الدراسة (حجمها و صورتها مقارنة بالقطاع، الاسواق التي تستهدفها، سياستها الاحلالية، SWOT analysis، الخ).

الفصل الثاني:

- وصف تحليلي كامل للمزيج التسويقي الخاص بالشركة
- تحليل المنافسين المباشرين و الغير مباشرين (الاسواق المستهدفة، نقاط القوة و الضعف، سياساتهم الاحلالية، خططهم و ميزانيتهم الترويجية)

الفصل الثالث:

- دراسة و تحليل السوق (القيام بدراسة سوقية لتحديد عملية اتخاذ القرار، المعلومات الخاصة بالمستخدمين، وسائل الاعلام التي يستخدمونها، الخ).
- تحديد الاهداف التسويقية

الفصل الرابع:

- تحليل البرامج الترويجية الحالية و السابقة للشركة
- تصميم الحملة الترويجية، و تشمل:
- بناء الرسالة الترويجية (message strategy and appeal)
- تحديد الوسائل و الأدوات الترويجية
- تحديد الميزانية
- تطبيق الحملة او جزء منها
- تقييمها
- الخاتمة و توصيات
- المرفقات
- المراجع

** خلال مقدمة المشروع، يتوقع من الطالب أن ينجز الفصول الثلاثة الأولى كما هو موضح أعلاه، أما الفصل الرابع و التطبيق العملي فيتم خلال مشروع التخرج (الفصل التالي).