

مقرر كورس التجارة الإلكترونية
المدة: 30 ساعة

عدد المحاضرات: 12 محاضرة

مدة المحاضرة: ساعتان ونصف

المستوى: من الصفر حتى الاحتراف

المحتوى موجه لبناء متجر إلكتروني وتشغيله وإدارته بشكل
كامل

الوحدة الأولى

مقدمة في التجارة الإلكترونية

المدة الإجمالية: 5 ساعات

المحاضرة 1

مفهوم التجارة الإلكترونية

كيف تعمل التجارة الإلكترونية

أنواع المتاجر الإلكترونية

B2B و B2C و C2C

أهم المنصات الإلكترونية في العالم

مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

تطبيق عملي: تحليل متجر إلكتروني ناجح

المحاضرة 2

أنواع المنتجات وكيفية اختيار منتج مربح
المنتجات الرقمية
المنتجات المادية
المنتجات الموسمية
معايير اختيار منتج ناجح
تحليل المنافسين
أدوات إيجاد منتجات مربحة
تطبيق عملي: دراسة منتج وتجهيز تقرير مصغر عنه

الوحدة الثانية

إنشاء متجر إلكتروني احترافي
المدة الإجمالية: 10 ساعات

المحاضرة 3

منصة شوبيفاي أو ووكوميرس
مميزات كل منصة
اختيار قالب المناسب
إعداد الطرق الأساسية في المتجر
الإعدادات العامة والصفحات القانونية
تطبيق عملي: فتح متجر من الصفر

المحاضرة 4

إضافة المنتجات وكتابتها بطريقة احترافية
شرح صفحة المنتج
كيفية كتابة وصف تسويقي
تحديد السعر الصحيح
إضافة صور احترافية
تحسين المنتج لمحركات البحث
تطبيق عملي: إضافة منتج كامل على المتجر

المحاضرة 5

وسائل الدفع
بوابات الدفع العالمية والعربية
سياسة الاسترجاع والاستبدال
التعامل مع مشاكل الدفع
إضافة طرق الدفع على المتجر
تطبيق عملي

المحاضرة 6

الشحن وإدارة الطلبات
أنواع شركات الشحن
تكاليف الشحن وكيفية حسابها
سياسة الشحن
إعداد الشحن في المتجر
طريقة إدارة الطلبات
تطبيق عملي: إعداد نظام شحن كامل

الوحدة الثالثة

التسويق الرقمي لمتجرك الإلكتروني

المدة الإجمالية: 10 ساعات

المحاضرة 7

أساسيات التسويق الرقمي

القمع التسويقي

استراتيجيات جذب الزوار

أنواع الجمهور

إنشاء خطة حملات تسويقية

المحاضرة 8

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الفيسبوك

الإنستغرام

التيك توك

صناعة محتوى مخصص للمتاجر

طرق صناعة إعلانات فعالة

تطبيق عملي: إنشاء حملة بسيطة

المحاضرة 9

إعلانات فيسبوك وانستغرام
هيكلية الحملة
اختيار الجمهور
كتابة النص الإعلاني
تصميم الإعلان
قياس النتائج وتحسين الأداء
تطبيق عملي: بناء حملة كاملة

المحاضرة 10

التسويق بالمؤثرين والتسويق بالمحتوى
اختيار المؤثر المناسب
صياغة اتفاقيات التعاون
قياس نتائج التعاون
كتابة محتوى يدعم المبيعات
استراتيجيات النشر

الوحدة الرابعة

إدارة المتجر ورفع المبيعات
المدة الإجمالية: 5 ساعات

المحاضرة 11

خدمة العملاء
بناء تجربة عميل ممتازة
التعامل مع المشاكل والمرتجعات
تحويل العملاء إلى عملاء دائمين
استخدام برامج إدارة العملاء

المحاضرة 12

تحليل البيانات والتطوير

استخدام Google Analytics

تحليل سلوك الزوار

معرفة المنتجات الأقوى

تحسين الأسعار والعروض

كتابة خطة تطوير شهرية

تسليم مشروع متجر إلكتروني كامل

مخرجات الكورس النهائية

بعد انتهاء الكورس يكون المتدرب قادرا على

إنشاء متجر إلكتروني احترافي

اختيار منتج مربح وتحليل السوق

إعداد أنظمة الشحن والدفع

تشغيل حملات تسويق فعالة

إدارة الطلبات وخدمة العملاء

تحليل الأداء وتحسين المبيعات

تشغيل مشروع تجارة إلكترونية من الصفر حتى الربح