

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

مشروع تخرج بعنوان

حملة ترويجية لاستخدام الواقع المعزز في التعليم

إعداد :

رند عرفة هبة عيسى

إشراف:

د. موسى ارفاعية.

قدم هذا المشروع استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصص التسويق الإلكتروني

٢٠٢١\٢٠٢٠

الإهداء

نهدي هذا العمل المتواضع لكل من كانت كلماته تضيء ظلام طرقاتنا، لمن كانت حروفه تغرس فينا أملاً بأن القادم أجمل وأنا سنحقق ما حلمنا به، نهديه لأصحاب الفضل علينا من بعد الله تعالى، والدينا الكرام، لأيديهم التي عملت ليلاً نهاراً من أجلنا ولأعينهم التي سهرت علينا منذ صغرنا ترقب تميزنا والوقت الذي نجني فيه ثمرة تعبنا، لقلوبهم الداعية لنا تحرسنا عند كل شدة تصيبنا، ونهديه لأساتذتنا ولكل من علمنا

حرفاً أزهر فينا حتى وصولنا لهذه اللحظة.

ونسأل الله أن يبارك لنا في علمنا هذا وأن يرزقنا استكمال مسيرتنا التعليمية لما فيه النفع والخير لنا ولأمتنا ومجتمعنا.

شكر وتقدير

وقبل كل شكر، نشكر الله تعالى كريم العطاء والمنة الذي أكرمنا وأعاننا ومنَّ علينا باستكمال متطلبات درجة البكالوريوس، نشكر الدكتور موسى ارفاعية لإشرافه ومساعدته لنا في إتمام هذا المشروع.

والشكر الجزيل لقدوتنا الدكتورة ديانا حسونة على ما قدمته لنا خلال سنوات دراستنا لتخصص التسويق الإلكتروني، والشكر الجزيل أيضاً لصاحب الضحكة الدائمة أستاذنا الغالي عبد الناصر دعنا، لكل ما قدمه لنا خلال مسيرتنا ودراستنا لتخصص التسويق الإلكتروني

والشكر الجزيل لأستاذنا الغالي رامي الدراويش، رمز المعرفة والخبرة التكنولوجية في جامعتنا وعلى كل ما قدمه لنا خلال مسيرتنا التعليمية.

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان	الرقم
ب	الاهداء	
ت	الشكر والتقدير	
ث	فهرس المحتويات	
ح	قائمة الصور والجداول	
ذ	الملخص باللغة العربية	
ز	الملخص باللغة الإنجليزية	
س	المصطلحات الاجرائية	
٣	الفصل الأول	١
٣	المقدمة	١,١
٤	تحليل القطاع	١,٢
٩	وصف المنتج قيد الدراسة	١,٣
١٣	الفصل الثاني	٢
١٣	تحليل المزيج التسويقي للشركة	٢,١
١٦	تحليل المنافسين	٢,٢
١٦	تحليل المنافسين المباشرين	٢,٢,١

١٦	تحليل المنافسين غير المباشرين	٢,٢,٢
٢٦	تحليل المنافسين الإلكترونيين	٢,٢,٣
٢٩	التخطيط	٢,٣
٢٩	تفصيل المشروع	٢,٣,١
٣١	الإبداع في المشروع	٢,٣,٢
٣٣	الفصل الثالث	٣
٣٣	تحليل السوق	٣,١
٣٣	معلومات خاصة بالزبانن(النتائج)	٣,١,١
٣٥	معلومات خاصة في اتخاذ القرار	٣,١,٢
٣٩	الأهداف التسويقية	٣,٢
٤٠	خطة الحملة الترويجية	٣,٣
٤١	الفصل الرابع	٤
٤١	تحليل متطلبات واحتياجات المشروع	٤,١
٤١	متطلبات المشروع التطويرية	٤,١,١
٤٢	المتطلبات البرمجية التطويرية	٤,١,٢
٤٢	المتطلبات البشرية	٤,١,٣
٤٢	الفصل الخامس	٥
٤٢	التصميم	٥,١
٤٢	العناصر الأساسية في التصميم	٥,١,١
٥٢	الفصل السادس	٦
٥٢	تحليل البرامج الحالية والسابقة للتطبيق	٦,١

٥٢	تصميم الحملة الترويجية	٦,٢
٥٣	وضع أهداف الحملة الترويجية	٦,٢,١
٥٣	بناء الرسالة الترويجية	٦,٢,٢
٥٣	تحديد الوسائل والأدوات الترويجية	٦,٢,٣
٥٧	تحديد الميزانية	٦,٢,٤
٥٧	تطبيق الحملة	٦,٢,٥
	الخاتمة والتوصيات	٦,٢,٦
	المرفقات	
ر	المصادر والمراجع	

قائمة الجداول والصور

الصفحة	قائمة الجداول	الرقم
٥	مقارنة عامة بين التعليم التقليدي والتعليم باستخدام تقنيات الواقع المعزز	٢,١,١
٢٤	المنافسين غير المباشرين	٢,١,٢
٣١	المرحلة الأولى تنفيذ المشروع	٢,٣,٣
٣٢	المرحلة الثانية تطبيق المشروع وتنفيذه	٢,٣,٤
٤١	متطلبات المشروع التطويرية	٤,١,١
٤٢	المتطلبات البرمجية التطويرية	٤,١,٢
٤٢	المتطلبات البشرية	٤,١,٣
٥٧	تحديد الميزانية	٦,٢,٤

الصفحة	قائمة الصور	الرقم
١٨	صورة من بطاقة الطفل	٢,٢,٢,١
١٨	صورة من كتابي الأول	٢,٢,٢,٢
١٩	تعلم الحروف العربية	٢,٢,٢,٣
٢٠	حروفي الجميلة	٢,٢,٢,٤
٢١	حروفنا الجميلة	٢,٢,٢,٥
٢٢	حديقة الحيوانات	٢,٢,٢,٦
٢٣	تعلم مع طارق	٢,٢,٢,٧
٢٤	بطاقات تعليمية	٢,٢,٢,٨
٢٧	نتائج بحث عن منافسين الكترونيين باستخدام (تعلم الحروف بتقنية الواقع المعزز)	٢,٢,٣,١
٢٨	نتائج بحث عن منافسين الكترونيين باستخدام (تعليم الحروف العربية للأطفال)	٢,٢,٣,٢
٣٤	المعلومات الخاصة بالفئات المستهدفة	٣,١,١
٣٥	المعلومات الخاصة بعملية الشراء للكتب التعليمية وعملية الشراء	٣,١,٢
٣٦	معلومات خاصة بالقيمة الشرائية للمنتج	٣,١,٣
٣٨	معلومات خاصة بالفيديو المرفق للاستبيان	٣,١,٤
٤٣	الشعار المعتمد	٥,١,١,٢
٤٥	نماذج مقترحة للشعار	٥,١,١,٣
٤٦	غلاف الكتاب الامامي	٥,١,١,٤
٤٧	غلاف الكتاب الخلفي	٥,١,١,٥

٤٨	الفلاير	٥,١,١,٦
٥٥	فعالياتنا مع أطفال روضة النخبة	٦,١
٥٥	فعالياتنا مع طلاب روضة النخبة	٦,٢
٥٦	فعالياتنا مع طلاب الصف الأول لمدرسة الازهار الخاصة	٦,٣
٥٦	استخدام التطبيق من أحد طلاب مدرسة الازهار الخاصة	٦,٤
٥٧	اجتماعنا مع مجلس إدارة مدرسة دار المعرفة	٦,٥
٥٩	تطبيق الحملة	٦,٢,٥,١
٥٩	(Landing page)	٦,٦
٥٩	صورة تظهر كيفية ظهور الصفحة على أجهزة اللاب توب	٦,٧
٦٠	انشاء صفحة فيسبوك وانستجرام	٦,٨
٦١	ربط رسائل الصفحة بخدمة الشات بوت	٦,٩
٦١	انشاء قناة على اليوتيوب تحمل اسم التطبيق	٦,١٠
٦٢	انشاء صفحة تحمل اسم الكتاب والتطبيق على الفيس بوك والانستجرام	٦,١١
٦٣	اعلان ممول ١ لمواقع التواصل الاجتماعي	٦,١٢
٦٣	اعلان ممول ٢ لمواقع التواصل الاجتماعي	٦,١٣
٦٤	اعلان ممول ٣ لمواقع التواصل الاجتماعي	٦,١٤
٦٤	اعلان ممول ٤ لمواقع التواصل الاجتماعي	٦,١٥

المخلص

يقدم هذا المشروع احدى المتطلبات والأساسيات التي يقوم عليها تخصص التسويق الإلكتروني ، وهي الحملة الترويجية ، حيث قمنا باستخدام ركائزها في الترويج واستقطاب وعي المجتمع والفئات المستهدفة لهذا المنتج من خلال مجموعة من التطبيقات والمهام التي توفرها لنا الحملات الترويجية والتي مكنتنا من استخدام وسائلها في الترويج ومعرفة الفئات المستهدفة الصحيحة ليتم تحديد الرسالة المناسبة لإيصالها للفئة المستهدفة ، فهذه الحملة مهمة لإيصال فكرة المنتج للجمهور المستهدف وبناء الوعي والمعرفة لوجود مثل هذه المنتجات التي تعزز من استخدام التكنولوجيا في التعليم ، وحث المجتمع والفئات على شراءه وخاصة أن هذا الإجراء منبعه ومؤسسه أيدي فلسطينية تستحق الدعم وأن يتواجد في كل بيت ولاسيما الفلسطيني ، هذا المشروع يسلط الضوء على الأساليب المتنوعة للترويج وذلك بناء على تواجد الفئات المستهدفة في قنوات معينة تحتم علينا استهدافهم من خلالها لتؤكد من وصول رسالتنا للفئات الصحيحة ، وبحاجة لمثل هذه المنتجات للتحسين من أداء الأفراد ، ويظهر استخدامنا للقنوات والوسائل المختلفة لإيصال الفكرة ، اضافة لإجراء الدراسة السوقية للتعرف على مواصفات ورغبات المستهلكين وذلك بمجموعة من الأسئلة المتنوعة والتي تحقق الهدف في معرفة اراء الجمهور بوجود مثل هذه التقنيات ، اضافة لإنشاء الهوية البصرية الخاصة بالمنتج والتي تمثل هوية المنتج والوسيلة التي تشكل رمز يدل الجمهور على المنتج ، ودعم الأجيال المواكبة للتطور التكنولوجي بوجود مثل هذه المنتجات التي ترتقي من المستوى التعليمي للأفراد ولاسيما الفئات العمرية الصغيرة .

Abstract

We present to you through this project the result of what we learned during the four years of studying e-marketing, where we chose one of the pillars of marketing, which is the promotional campaign, through which we were able to apply what we learned in our years of study to build awareness of the brand and draw the attention of the community around us to this product Which we have chosen, starting with identifying the target groups, where we prepared a market study to know the trends and desires of the target groups for such products, and we used social media such as Facebook, Instagram, and YouTube so that the product was present on these channels and the target group would be aware of everything new about the product and know more about it. This is in addition to using some programs to complete what the product needs to reach the target groups .

المصطلحات الإجرائية

- **الحملة الترويجية:** هي سلسلة ومجموعة من الإجراءات والانشطة المخطط لها بناء على الهدف من انشائها والأدوات التي تمكن المؤسسات من بناء الوعي لسلعة أو خدمة تقدمها لحثهم على الشراء، وذلك بتحديد القنوات التي سيتم استهدافهم عن طريقها بناءً على تواجدهم عليها.
- **الواقع المعزز:** هي إحدى التقنيات التكنولوجية الحديثة، حيث تقوم على أساس دمج العناصر في البيئة المحيطة بعناصر أخرى ليست موجودة في الوسط البيئي للمستخدم مما يعزز ويضيف جمالية ويصبح الاستخدام أكثر متعة.
- **الواقع الافتراضي:** تقنية حاسوبية تتضمن محاكاة بيئة حقيقية أو ثلاثية الأبعاد تعمل على نقل الوعي الإنساني إلى تلك البيئة ليشعر بأنه يعيش فيها، وقد تسمح له أحياناً بالتفاعل معها.
- **الوسائط المتعددة:** هي عبارة عن مزيج من الملفات المختلفة، النص، والصورة والصوت، ووجودها يحدث فرقاً في الأداء ويضيف عليه جمالية واتقان أكبر.
- **تطبيقات الأجهزة المحمولة:** هي أنظمة وبرامج إلكترونية مصممة لتناسب الأجهزة المحمولة كالهواتف الذكية والأجهزة المحمولة الأخرى كالأيباد والتابلت وغيرها.
- **المنتج:** هو العنصر الذي يتم عرضه للبيع، يمكن أن يكون على شكل منتج ملموس أو خدمة أو معلومة أو فكرة ما.
- **الفئة المستهدفة:** هي مجموعة من الأشخاص باختلاف أعدادهم وصفاتهم، يشكلون هدفاً لمنتج وشركة ما وذلك لوجود علاقة تربطهم بالمنتج أو الخدمة لشركة ما.
- **المزيج التسويقي:** هو مجموعة من العناصر التي يحقق وجودهم ودمجهم في الوصول للهدف الذي تريد شركة ما تحقيقه.

- **المنافسين المباشرين:** هم الأشخاص أو الشركات أو المؤسسات التي تقدم المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الشركة ذاتها للفئة المستهدفة ذاتها.
- **المنافسين الغير مباشرين:** هم الشركات التي تقدم نفس الخدمة أو المنتج كجزء من عرض أوسع من الخدمات أو المنتجات، كالمكتبات.
- **اسم النطاق (Domain Name):** هو اسم النطاق الذي يتم عن طريقه الوصول لموقع الويب ، مثل www.domain.com
- **الأهداف التسويقية:** هي الأهداف التي يتم تحديدها من الشركات لتحقيق أهدافها وغاياتها خلال فترة ما فيما يتوافق مع استراتيجيتها.
- **الشات بوت (chat bot):** برامج يتم ربطها بحساب الفيس بوك تقوم بمهام بديلة عن الأشخاص كالرد على الزبائن عبر صفحة الفيس بوك من خلال بوت يتيح اضافة بلوكات تتيح للزبائن التعرف على ما تقدمه الصفحة أو الشركة بشكل آلي الى حين أن يتم الرد من قبل المسؤولين عن الصفحة

➤ أهداف المشروع:

- تحقيق الجانب التنفيذي من دراسة تخصص التسويق الإلكتروني.
- إيصال الرسالة الخاصة بالمنتج للفئة المستهدفة للحصول على النتائج المرجوة والمراد الحصول عليها.
- تحقيق الإبداع في الأفكار وفي تنفيذ الأفكار للتصاميم على أرض الواقع.
- استخدام الطرق الحديثة في التسويق الإلكتروني واستغلال كل ما هو جديد لإيصال الرسالة للفئة المستهدفة.
- ترسيخ فكرة التعلم من خلال اللعب وضرورة تواجدها واستخدامها في التعليم لفوائدها العائدة على الطفل والعائلة حاضراً ومستقبلاً.
- ترسيخ فكرة التعليم التفاعلي وتوضيح فكرته وإيصالها بالشكل الصحيح للمجتمع ليكون أقرب لفهم ومعرفة آلية عمله وكيفية استخدامه.
- دراسة القنوات التي يمكن الوصول من خلالها للفئات المستهدفة وعرض الإعلانات عليها بأوقات معينة ومحددة.

■ الأهداف التسويقية:

من الضروري أن يكون هناك تكامل بين الخطة الاستراتيجية للشركة صاحبة المنتج والأهداف التسويقية، التي من الضروري أن تكون هذه الأهداف قابلة للتحقيق وتطبيقها على أرض الواقع ويمكن قياسها ومحددة خلال فترة معينة حتى تكون أقرب وذات قدرة أكبر على تحقيقها وإنجازها.

■ ومن هذه الأهداف:

- تشكيل صورة في أذهان الفئات المستهدفة عن المنتج من خلال الإعلانات التي سنقوم بتصميمها وعرضها والتي ستوصل الرسالة المطلوبة ومن خلالها ستتشكل صورة عن المنتج والشركة في أذهان الفئات المستهدفة بداية من سنة ٢٠٢٠ ولغاية استمرار عملنا لسنة ٢٠٢١.
- بناء علامة تجارية خلال سنة ٢٠٢١ بناء على دراسة السوق التي قمنا بها خلال الفصل السابق من عام ٢٠٢٠.
- إحداث درجة من النمو في المنتج بحيث يكون في الأسواق ويكون هناك مبيعات خلال سنة ٢٠٢١ وتم توزيعه بشكل جزئي على الأماكن المطلوبة.
- توصيل الرسالة الإعلانية للمنتج للفئات المستهدفة من خلال القنوات التي سيتم تحديدها بناء على تواجد الفئات المستهدفة، خلال هذا العام ٢٠٢٠ ويشمل ذلك إنشاء صفحة فيسبوك وانستجرام نتيجة التواجد الكبير لفتتنا المستهدفة على هذه القنوات بالإضافة لإنشاء موقع ويب يشمل معلومات إضافية عن المنتج من خلال صفحة واحدة Landing Page توفر من خلالها معرفة بسيطة عن المنتج وفكرته.
- توزيع المنتج في الأماكن التي تشتري منها الفئات المستهدفة كما أظهرت نتائج الاستبيان. (في المكتبات المنتشرة في المدن والقريبة من أماكن السكن والمدارس والروضات).
- إنشاء غلاف للكتاب يتناسب مع الهدف ومحتواه والفئة المستهدفة خلال سنة ٢٠٢١.

١. الفصل الأول

١,١ المقدمة

شهد القرن الواحد والعشرين تطوراً كبيراً في شتى مجالات الحياة ولاسيما التطور التكنولوجي، مما أدى الى الانفتاح الكبير في العالم وسيطرة الإنترنت على الكثير من مجالات الحياة ، حيث سهولة وسرعة انتشار التقنيات التكنولوجية حول العالم ، واستثمار هذه التقنيات فيما يعود على البشرية بالفائدة وتحقيق ما هو أفضل في خلق أجيال ذات مهارات وقدرات تجعلهم قادرين على مجاراة هذا التطور السريع ومواكبة التكنولوجيا والتكيف مع تغيراتها ، والقطاع التعليمي من المجالات التي من المهم توجيه هذه التقنيات و إيجاد سبل وطرق جديدة أكثر تفاعلية وتأثيراً على أذهان الطلاب في مختلف الفئات العمرية والصفوف الدراسية ، و تقنيات الواقع المعزز من التقنيات التي لها مكانها وتأثيرها الفعال في خدمة العملية التعليمية وذلك يعود للإمكانيات المتطورة في هذه التقنيات التي تجعل من العملية التعليمية أكثر متعة وتفاعلاً بفضل المؤثرات التي تضيفها إلى جانب الوسائل التقليدية في التعليم والتي تجعل من استخدام الأجهزة الإلكترونية في التعليم أكثر فائدة ونفع على الأشخاص والطلاب خلال المراحل التعليمية المختلفة ، فعناصر التأثير الثلاثة التي تعتمد عليها تقنية الواقع المعزز وهي الصوت ، الصورة ، النص ، قادرة على تغيير الصورة النمطية والتقليدية للوسائل التعليمية فالألوان الموجودة في الصور عادة ما تشكل قدرة عالية في التأثير على المستقبل الحسي للإنسان فتكون قادرة على ترسيخها وتثبيتها في ذهن الأطفال والأشخاص عامة ، وكذلك الصوت والنصوص المكملة لعمل الصورة ، وفي ظل اهتمام وزارة التربية والتعليم في فلسطين بتطوير استراتيجيتها التعليمية بتبني الوسائل والأساليب والتقنيات التكنولوجية في التعليم ، هناك ضرورة لتكثيف الجهود في إيجاد الأساليب الفعالة والتي لها تأثيرها على فاعلية وكفاءة التعليم في فلسطين ولمختلف المراحل التعليمية ولا سيما للمراحل الأساسية منها .

تقنيات الواقع المعزز (Augmented Reality)

تعد تقنيات الواقع المعزز من التقنيات التي تعمل على دمج الواقع المحيط من حولنا بواقع آخر يسمى بالافتراضي أي بإضافة عناصر ومكونات أخرى ليست موجودة فعلياً في البيئة أو المكان من حولنا بحيث ينتج من هذا الدمج بيئة متكاملة قادرة على إحداث فرق واضح وتأثير فعال لمختلف الفئات العمرية

من خلال مجموعة من العناصر تعطي معنى أكثر واقعية وشمولية وتفاعلية بين الشخص والمادة والجهاز المستخدم وذلك يتم باستخدام أنظمة وبرامج برمجية وتطويرية

تعددت وتنوعت تقنيات الواقع المعزز وكل منها له استخدام مختلف فمنها ما هو مستخدم للترفيه كالألعاب التي تكون على شكل تطبيقات يمكن تحميلها على الموبايل مثل لعبة البكيمن التي ظهرت شعبيتها قبل سنوات، ومنها ما يستخدم لأغراض طبية وعلمية وعسكرية.

"بدأت التطبيقات النقالة للواقع المعزز ظهورها في عام ٢٠٠٨، وكان مجال الخرائط والتواصل الاجتماعي أول المستفيدين من هذه التقنية، كما أن استخدامها للتدريب في مجال الطب والمجال العسكري هو الأكثر تقدماً، في حين أن تطبيق تقنية الواقع المعزز في التعليم مازال في بدايته."^١

يتمحور عمل تقنيات الواقع المعزز على ربط عناصر ليست موجودة بالبيئة المحيطة وبالواقع الحقيقي للأشخاص، بحيث تعزز هذه العناصر وتجعل من الفكرة أو العمل أكثر إثارة وتميزاً وتفاعلاً وسهولةً، ويتم ذلك من خلال تقنيات برمجية يتم استخدامها من خلال الأجهزة التكنولوجية كالموبايل والأيباد والتابلت وغيرها من الأجهزة وتعتمد بشكل أساسي على أداة الكاميرا في الأجهزة المحمولة.

٢,١ تحليل القطاع التعليمي

يقود القطاع التعليم في فلسطين وزارة التربية والتعليم العالي _كونها المؤسسة الرسمية المسؤولة عن تنظيم وإدارة وتطوير النظام التعليمي (إما بإدارة مباشرة أو من خلال الإشراف عليه) بكافة قطاعاته، مرحلة رياض الأطفال والتعليم المدرسي (١_١٢)، والتعليم المهني والتقني والغير نظامي، والتعليم العالي. وكذلك تتولى سياسة التخطيط الاستراتيجي لقطاع التعليم الفلسطيني.

○ التعليم قبل المدرسي (رياض الأطفال):

يمتد من عمر ثلاث سنوات وسبع شهور إلى سن القبول في المدرسة، وتهدف هذه المرحلة إلى توفير بيئة تساهم في تنمية شخصية الطفل (الجسمية والعقلية والوجدانية الاجتماعية) وتهيئته للالتحاق بالمرحلة الأساسية. بما توفره له من فرص كافية لتنمية قدراته إلى الحد الأمثل عن طريق اللعب والقيام ببعض الأنشطة مثل الرسومات البسيطة والقيام بالنزهات وسرد القصص والحوارات والأنشيد بما يتناسب وعمره وبيئته. وتشرف وزارة التربية والتعليم العالي بشكل غير مباشر على هذا النوع من التعليم بمنح التراخيص اللازمة لرياض الأطفال وفق

¹ تقنيات الواقع المعزز، موقع تعلم جديد (٢٠٢٠)

مواصفات محددة تشترط توفرها، إضافة إلى توفير بعض الشروط المتعلقة بالكادر البشري الذي يدير التعليم قبل المدرسي ونوعية المناهج والبرامج المقررة، إلا أنها في المرحلة الأخيرة وجهت سياساتها نحو إدماج رياض الأطفال في التعليم النظامي في جميع محافظات الوطن، وتبني منهاج موحد لرياض الأطفال. وتشير البيانات إلى أن غالبية رياض الأطفال تتبع إلى القطاع الخاص، وتعتبر هذه المرحلة مرحلة غير إلزامية - لحين اقرار قانون التربية والتعليم - الجديد الذي يعتبر صفا واحدا قبل التعليم الأساسي إلزاميا. ومدة الدراسة في مرحلة رياض الأطفال تتكون من سنتان (البستان والتمهيدي).

○ **مرحلة التعليم الأساسي: وتبدأ هذه المرحلة من الصف الأول حتى نهاية الصف التاسع، وتقسم إلى قسمين:**

■ **المرحلة الأساسية الدنيا للصفوف (١_٤) / مرحلة التأسيس: يعد التعليم في هذه المرحلة قاعدة أساسية للتعليم والبناء والتنمية لضمان التنشئة الشاملة والمتوازنة عقلياً وانفعالياً وجسدياً وتمكين الأطفال من إتقان المهارات الأساسية في اللغة العربية والحساب وتوظيفها في الحياة اليومية وتعزيز القيم الوطنية والفكرية وتعميق الحس البيئي لديهم ورعاية صحة الطفل البدنية.**

■ **المرحلة الأساسية العليا (التمكين): وتشمل هذه المرحلة الصفوف (٥_٦) وتهدف إلى تمكين الطلبة من المعارف والعلوم المختلفة.**

٢,١,١ مقارنة عامة بين التعليم التقليدي والتعليم باستخدام تقنيات الواقع المعزز:

وجه المقارنة	التعليم التقليدي	التعليم المعزز بتقنية الواقع الافتراضي
الاسلوب المستخدم	يعتمد على الكتب المدرسية أو المقررات الوزارية فقط ووفي بعض الاحيان يتم استخدام الوسائل التكنولوجية في بعض الاحيان وليس بشكل كامل .	يعتمد على أنظمة المعلومات والتكنولوجيا وتطوراتها وكذلك يستخدم الأشكال والألوان والأصوات واستخدام خاصية الواقع الافتراضي بربط البيئة المحيطة للمستخدم بالتطبيق أو بالمادة التعليمية .
التفاعل	لا يعتمد على التفاعل ، حيث أنه يقتصر على المعلم والمتعلم ، لكنه لا يتم دائما بين المتعلم والكتاب ، باعتباره وسيلة تقليدية لا تجذب الانتباه.	يقوم على التفاعلية، حيث يتيح استخدام الوسائط المتعددة للمتعلم الإبحار في العروض الإلكترونية وذلك لأنه يحتوى على العناصر الثلاث الصوت والصورة والألوان الجاذبة .
امكانية التحديث	عملية التحديث هنا غير متاحة لأنك عند طبع الكتاب لا يمكنك جمعه والتعديل عليه الا من خلال اصدار جديد للكتاب	يمكن تحديثه في حال كانت التحديثات غير جوهرية ، وغير مكلف عند النشر على الويب كالتقنيات التقليدية، حيث انه يمكن أن يتم بعد النشر.
الإتاحة	له وقت محدد في الجدول، وأماكن مصممة، كما أن فرص التعليم فيه مقتصرة علي الموجود في إقليم أو منطقة التعليم.	متاح في أي وقت، لذا يتمتع بالمرونة متاح في أي مكان، حيث يمكن الدخول على الإنترنت من أي مكان، لذا فرص التعليم له متاحة عبر العالم.

<p>يعتمد على التعليم الذاتي، حيث يتعلم المتعلم وفقاً لقدراته واهتماماته، وحسب سرعته والوقت الذي يناسبه، و المكان الذي يلائمه.</p>	<p>يعتمد على المعلم، لذا فهو غير متاح في أي وقت، ولا يمكن التعامل معه إلا في الفصل الدراسي فقط.</p>	<p>مسؤولية التعلم</p>
<p>يتم تصميم العملية التعليمية بناء على خبرات تعليمية يمكن اكتسابها من خلال التعليم.</p>	<p>يتم تصميم العملية التعليمية من خلال وضع هيكل محدد مسبقاً، على نظام واحد يناسب الجميع (One Size Fits All)</p>	<p>تصميم التعليم</p>
<p>يتم في نظام مفتوح مرن وموزع، حيث يسمح للمتعلم بالتعلم وفقاً لسرعته وفي مكانه، أي يحقق الإجابة على متى؟ كيف؟ أين؟ كما أن التوزيع يعني كل من المعلم والمتعلم والمحتوى في أماكن مختلفة.</p>	<p>يحدث في نظام مغلق، حيث يجب التحديد للمكان والزمان أي الإجابة على أين؟ ومتى؟</p>	<p>نظام التعليم</p>

➤ العوامل الخارجية المؤثرة في القطاع

• العوامل السياسية

تأثر القطاع التعليمي مثله كأي قطاع آخر في فلسطين بالوضع السياسي الموجود في البلاد ، ففي احيانا كثيرة يتعطل التعليم بسبب سوء الأوضاع السياسية ، حيث أن الوضع السياسي في فلسطين غير مستقر ، فكثيرا ما يطرأ تعطيل في سير التعليم بسبب سياسات الاحتلال العنصرية المتمثلة بالمضايقات والتعطيلات المتعمدة سواء على الطلاب والمعلمين ، بفرض الحواجز والاعلاقات للطرق والبلدات والمدن بشكل مفاجئ وفي أحيانا كثيرة في حالات الحرب ، فهذا يشكل فرصة للتفكير بطرق يمكن التغلب عليها في مثل هذه الحالات لمواصلة المسيرة التعليمية للطلاب بحيث انه يمكن للمعلمين التواصل مع طلابهم وهم في بيوتهم عن طريق التطبيقات التي تسمح بوجودها التعليم الافتراضي وكذلك تسمح للأمهات وعائلات الأطفال ذات الأعمار الصغيرة (٣_٧ سنوات) بمتابعة تعليمهم في مثل هذه الظروف

العصبيّة والتي يمكن من خلالها إشغال الأطفال بما يفيدهم وفي نفس الوقت يحقق لهم التسلية واللعب من خلال تقنيات الواقع المعزز الذي سمح بوجود التعلم من خلال اللعب والذي بدوره يبعد الأطفال أيضاً عن ما يحدث من عدم الاستقرار في بلده ومحيطه كي لا يؤثر على تعليمه ونفسيته في ذات الوقت .

● العوامل الاقتصادية

يعد التأثير الاقتصادي من العوامل التي تؤثر بشكل كبير على القطاع التعليمي في فلسطين خصوصاً، حيث انها ناتجة عن الوضع السياسي الغير مستقر في البلاد، ففي ظل الكساد الاقتصادي والركود في الاقتصاد الفلسطيني هناك تحديات تواجه القطاع التعليمي من ناحية أن هناك الكثير من الفئات المتمثلة بالطلاب او العائلات لا تفكر في التعليم وانما في العمل حتى تتمكن من العيش، وبذلك يكون التعليم بمعزل وبعيدا عن الفكر المجتمعي.

● العوامل الاجتماعية

تلعب ثقافة المجتمع دورا كبيرا في الطريقة المتبعة في التعليم، فاذا كانت الثقافة للمجتمع قابلة للتغيير ومرنة وتتكيف مع التطور الذي يحصل حولها، وهناك انفتاح على ثقافات اخرى فينعكس ذلك على التعليم بشكل كبير وتزيد القابلية على التعلم حيث انه إذا كان المجتمع في هذه الحالة يعطي مكانة عالية للمتعلم فذلك يشجع على قابلية الأفراد للتعلم ، بينما في فلسطين فتقافة المجتمع من الصعب تغييرها في بعض النواحي الا أنه في التعليم فهناك إقبال كبير واهتمام بالتعليم يختلف من سنة لأخرى وتزايد كبير في المتعلمين ولا تعد منفتحة على غيرها من الثقافات ، وأحيانا يشكل عدد أفراد الأسرة الكبير عائق أمام الأسرة في الشراء وفي التعليم في ظل الظروف الاقتصادية والسياسية .

● العوامل القانونية

تأثر القطاع التعليمي بشكل طبيعي بالقوانين السائدة في جميع البلاد وعلى اي قطاع أن يكون على علم كامل بالقوانين والتشريعات التي تلزمه في القطاع الذي يعمل به بالإضافة، الى القوانين السائدة في البلاد التي يتم انشاء التطبيقات والمواقع فيها ،وقوانين الملكية الفردية وحماية المستهلك وقوانين مكافحة الاحتكار وأمن المعلومات والخصوصية والأمان ، وهذا عامل مهم في أن يكون التعليم محمي بقوانين لا يمكن لأحد التعدي عليها يعطي نقطة قوة وحماية للأفراد العاملين فيه والمستقبلين للخدمة .

• العوامل التكنولوجية

يتأثر القطاع التعليمي بالعوامل التكنولوجية والانفتاح التكنولوجي والتطور، في عصرنا الحالي وخصوصاً بعد ظهور الانترنت والانتشار الواسع في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وفي ظل الازمة التي نمر بها(كورونا)فقد زاد استخدام القطاع التعليمي التكنولوجي في معظم دول العالم ولم يقتصر على فلسطين وحدها، فالتطور التكنولوجي يحتم علينا استغلاله والتكيف معه لنتماشى مع التطور.

• العوامل البيئية

للعوامل البيئية تأثير على القطاع التعليمي من خلال الحفاظ على البيئة وادارة المخلفات من الكتب والدفاتر والاوراق التي تؤثر صناعتها على البيئة وأحياناً يتم التخلص منها بطرق غير سليمة وملوثة للبيئة.

٣,١ وصف المنتج قيد الدراسة:

➤ **الكتاب التعليمي للأطفال:** عبارة عن مجموعة من الأوراق التي تحتوي على الحروف العربية بشكل مكتوب بالإضافة للحيوانات كمثال على الحرف في تهجنته، ويعطي للأطفال امكانية تلوين الرسومات فيه سواء للحرف وللحيوان المرسوم.

➤ التطبيق الإلكتروني للأجهزة المحمولة

تطبيق حروفي: تطبيق للحروف العربية مضاف للكتاب التعليمي، يستخدم تقنية الواقع المدمج من خلال كاميرا الهاتف المحمول سواء ايفون أو اندرويد أو الأجهزة اللوحية.

ويتميز التطبيق بقدرته على تحويل الصور الموجودة بالكتب عن طريق الرموز الموجودة في الكتاب التعليمي الى رسوم تفاعلية ثلاثية الأبعاد وذلك من خلال كود يكون متواجد على الكتاب يمكن المستخدم من خلاله بتحويل المكتوب على الورق الى عنصر متواجد في البيئة المحيطة للمستخدم بشكل افتراضي.

❖ تحليل SWOT للتطبيق

يعتبر تحليل SWOT وهو اختصار للكلمات التالية (Strength، Threats، Opportunities، Weaknesses) من الأدوات المهمة التي على الشركات استخدامها في التطبيقات والمواقع التي تحدد مصدر قوتها وضعفها، بالتالي اقتناص الفرص المتاحة لها من نقاط قوتها، وتجنب التهديدات التي من الممكن أن تواجهها وإصلاحها؛ من خلال البحث عن المعلومات الخاصة بالتطبيق، توضح لنا نقاط القوة والضعف وما هي الفرص المتاحة لها والتهديدات التي قد تواجهها.

➤ Strength (القوة)

١. تكلفة الشراء للمستخدم قليلة بالمقارنة مع القيمة المقدمة وفي ظل وجود الإنترنت فتحميله من الأندرويد أو اب ستور يكون بشكل مجاني إضافة للكتاب التعليمي الذي يعتمد عليه التطبيق بشكل أساسي.
٢. اعتماد مثل هذه التطبيقات والتقنيات من قبل بعض المؤسسات (كالمدارس والروضات والمراكز التعليمية) أو المستخدمين يمنحهم طابع التميز والتفرد في المحتوى التعليمي وطريقة تقديمه وعرضه للأطفال إضافة لأنه يعطي معنى الريادة في استخدام تقنيات تعليمية جديدة تثري العملية التعليمية من شأنها أن ترفع من قيمة المؤسسة وسمعتها وتفردتها عن غيرها.
٣. سهولة الاستخدام حيث يتطلب فقط تحميله على الهاتف المحمول وتفعيله ليكون جاهزاً للاستخدام
٤. يوفر جواً تعليمياً أكثر تفاعلاً وغرابة وجاذبية أكبر لذهن الأطفال حيث يوفر التطبيق عناصر الجذب الثلاثة الألوان والأصوات والأشكال.

٥. يضيف نوعاً من التفاعل واللعب أثناء التعلم مما يجعل الطفل أكثر استمتاعاً أثناء التعلم فلا يحدث الملل الذي نجده في التعليم بالطرق التقليدية.
٦. يمكن استخدامه دون الحاجة للاتصال بالإنترنت حيث يمكن استخدامه في كل وقت ومكان.
٧. الكود المستخدم في التطبيق ثابت ولا يشمل التحديث على التطبيق وبذلك يضمن المستخدم الثبات في عمل النظام للتطبيق.

➤ Weaknesses (نقاط الضعف)

١. نقص وافتقار في بعض مؤسسات التعليم لبنية تحتية إلكترونية تسهل من وجود مثل هذه التطبيقات (من ناحية نقص الأجهزة كالأيباد والتابلت وشبكات الإنترنت وغيرها) في الكثير من المدارس والمراكز التعليمية.
٢. لا يوجد حقوق ملكية تحمي فكرة هذا التطبيق.
٣. يقتصر وجوده على نظام التشغيل أندرويد فقط فلا يمكن لمستخدمي نظام الـIOS تحميل التطبيق على هواتفهم.
٤. يتوفر التطبيق لحروف اللغة العربية فقط.
٥. لا يتوفر حالياً على متجر جوجل وابل ستور.
٦. لا يوجد محاولات تسويق وحملات ترويجية سابقة للمنتج.

➤ Opportunities (الفرص)

١. تقدم الأنظمة التكنولوجية.
٢. التوجه العالمي لاستخدام التقنيات التفاعلية في التعليم وغيرها من مجالات الحياة.

٣. الاهتمام المحلي والعالمي بكل ما هو جديد وخصوصاً في مجال التعليم فوزارة التربية والتعليم تهتم بكل ما هو جديد لإثراء عملية التعلم واستغلال التكنولوجيا في التعليم.

٤. التنافس الكبير بين المؤسسات التعليمية والمراكز يشكل فرصة لاعتماد مثل هذه التطبيقات التي تمنحهم ميزة في التعليم تجعلهم متفردين في خدماتهم وكذلك الأمر بالنسبة للأهالي والأمهات حيث يشكل امتلاك ووجود مثل هذه التطبيقات على هواتفهم يمنحهم ثقة واطمئنان على مسيرة أطفالهم التعليمية ومستقبلهم.

٥. أزمة فايروس كوفيد ١٩ تشكل لنا فرصة لوجود مثل هذه التطبيقات بسبب تبعات هذه الجائحة التي أدت لتعطيل المدارس والحجر المنزلي الذي سمح للأمهات للتفرغ لأطفالهم والاهتمام بمتابعة أمورهم الدراسية فقد زادت الحاجة والطلب على الوسائل التعليمية من خلال اللعب في هذه الفترة لتعويض الأطفال وتخلصهم من مللهم وكذلك الاهتمام بالتعليم في ذات الوقت واستخدام مثل هذه التطبيقات والكتب التعليمية يسد الحاجة في مثل هذه الظروف وخصوصاً لأعمار الفئة المستهدفة فغالبا يكون الاهتمام بالفئات العمرية الصغيرة بشكل أكبر لأنه يحدد نجاحهم بالمراحل المتقدمة لدراساتهم فالتطبيق والكتاب التعليمي فرصة لتعزيز تعامل الأطفال مع الحروف العربية.

➤ Threats (التحديات)

١. وجود الكثير من المنظمات التي تدعو لعزل التكنولوجيا وابعادها عن التعليم والأطفال لأضرارها الصحية عليهم.

٢. عدد أفراد الأسرة الكبير يشكل عائق أمام قدرة العائلة على الشراء والاهتمام بالتعليم في ظل الوضع الاقتصادي الحالي وفي ظل أزمة كورونا وتبعاتها الاقتصادية.

٣. صعوبة تقبل الكثير من الأشخاص كل ما هو جديد وتفضيلهم الوسائل التقليدية في التعليم.

٤. رغم سياسة التربية والتعليم بتزويد المناهج الدراسية بالوسائل التكنولوجية الا انها لم تتبنى تقنيات الواقع المعزز في التعليم.

٢. الفصل الثاني:

هذا الفصل يوضح التحليل الكامل للمزيج التسويقي للتعليم باستخدام الواقع المعزز والمنافسين المباشرين وغير المباشرين.

٢,١ تحليل المزيج التسويقي 4Ps:

المزيج التسويقي (Marketing Mix): هو مجموعة من الأدوات المتكاملة التي تهدف من خلالها الشركة إلى تحقيق أهدافها التسويقية ضمن السوق المستهدف، وتهدف عملياته إلى توفير المنتج المناسب في المكان والوقت المناسبين بالسعر المناسب والترويج بالوسائل الفعالة.

ويتألف المزيج التسويقي من أربعة عناصر (**4p**): المنتج product، السعر price، المكان place، التوزيع promotion.

بالإضافة لعناصر المزيج للخدمات وهي: التواجد الفيزيائي physical evidence، الأشخاص people، العملية process.

(١) **المنتج:** يتمثل بالمنتج المحسوس والملموس الذي تقدمه الشركة لفتحها المستهدفة، حيث يشمل المنتج بمفهومه الضيق والواسع، المادي والمعنوي إذ انه ليس فقط العناصر الملموسة كالوزن والتصميم والمغلف وإنما يشمل القيم والمشاعر التي تصل للمشتري والوظيفة التي يؤديها.

❖ مستويات المنتج product level:

✓ **المنفعة الأساسية Core Product:** تتمثل بالمنفعة الحقيقية التي سيحصل عليها المشتري والسبب الحقيقي وراء شراء المنتج وتمثل المنفعة في حالة التعليم باستخدام الواقع المعزز (الافتراضي) الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في التعليم وخوض تجربة جديدة تجذب بها أذهان الصغار لإيصال المعرفة والمعلومات في كل وقت ومكان، وتتمثل بالتعلم من خلال اللعب.

✓ **المنتج الحقيقي actual product**: يتم تحويل المنفعة الى منتج حقيقي للاستفادة منه ويتمثل المنتج في هذه الحالة بالكتاب التعليمي للحروف سواء الورق الأبيض أو الملون

وكذلك يشمل التغليف للكتاب حيث يكون مغلف بطريقة محكمة بغلاف كرتوني سميك يحتوي على اسمه وعلى اسم التطبيق المرافق له لتحميله على الجهاز وطريقة الاستخدام كلاً حسب استخدامه وحسب المحتوى للكتاب والفئة العمرية.
التطبيق الإلكتروني هو بمثابة إضافة للمنتج الحقيقي الكتاب كتعزيز لعملية التعلم وتكون بشكل جديد أكثر جاذبية وتقبل.

○ **المنتج المعزز: Augmented Reality** يتضمن المنتج المعزز كل ما يضاف للمنتج للمساهمة في إحداث تجربة أفضل وأكثر تميزاً وأكثر سهولة للمنتج الحقيقي وفي منتجنا قيد الدراسة يمثل التطبيق لإلكتروني المضاف للكتاب التعليمي وهو بمثابة المنتج المعزز الذي يجعل من هذا المنتج أكثر قابلية للتطبيق والاختلاف فمن خلال التطبيق الإلكتروني يتيح للأُم أثناء تعليمها الحروف لطفلها جعل هذه الحروف وكأنها موجودة في البيئة الموجود فيها الطفل مما يؤثر في تفاعل الطفل وحبه للتعلم ويزيد بقدرته على التركيز وحب التعلم.

(٢) **السعر (price)**: يتم تحديد السعر وفقاً لاعتبارات مختلفة تتعلق بالتكلفة، ومن هذه الاعتبارات دورة حياة المنتج لكونها محدداً رئيسياً في الاستراتيجية التسعيرية المتبعة.
والسعر في هذه الحالة يكون بحسب المادة المستخدمة في الكتاب فالورق الملون له سعر يختلف عن الورق الأبيض وكذلك بحسب السعر للمنافسين سيتم تحديده.

(٣) **التوزيع (place)**: بما أن المنتج حديث الوصول لفلسطين ولم يطرح في الأسواق سيتم توزيع الكتاب التعليمي في المحلات التي ترداد عليها الأمهات ومتخصصة ببيع الكتب التعليمية سيتم توزيعه بمكتبة

دنديس في منطقة الحرس ومكتبة دار العماد بجانب الهبيرون (دوار الصحة) وذلك لأنه يباع فيها كتب للأطفال بمختلف الموضوعات ومن ناحية موقعهم فيعد موقعهم استراتيجي ويمكن الوصول له من الجميع بسهولة ومن كافة المناطق الفلسطينية من القرى والمدن ، والمدارس الخاصة والحكومية حيث يمكن للمدارس الاستعانة به كمادة إثرائية اضافية لتعليم الأطفال الحروف ويمكن عرضه على أهالي الأطفال لشرائه لهم وذلك بعد الحصول على موافقة من الجهات المختصة ، بالإضافة للروضات والمراكز التعليمية . تقتصر عملية التوزيع في البداية على المدارس الخاصة:

- مدرسة النخبة النموذجية _ نمره
- مدرسة سيد كتاب
- مدرسة دار المعرفة
- مدرسة وروضة الازهار الخاصة

٤) الترويج (Promotion):

- بروشورات (flyer) يتم توزيعها على المكتبات وبدورهم يقوموا بتوزيعها على الزبائن وكذلك في المدارس.
- إنشاء صفحة على الفيس بوك والانستغرام وذلك لأنها الأكثر استخداماً من قبل الأمهات يتم من خلالها عرض فيديوهات لاستخدامات الكتاب.
- وإنشاء قناة على اليوتيوب لشرح طريقة الاستخدام من خلال الفيديوهات وعرضها للجميع.
- الاستعانة بصفحات المدارس والروضات والمراكز التعليمية ومراكز الأنشطة الصيفية مثل بيت الطفل وإسعاد الطفولة بالإضافة للمكتبات.

ينبغي الإشارة إلى أن المنتج في بداية ظهوره وبما أنه لم يطرح في السوق حتى هذا الوقت فيجب التركيز على الإعلانات بشكل كبير حتى نضمن وصول المنتج وفكرته للفئات المستهدفة ويكون هناك معرفة به وبأماكن تواجده قبل طرحه في السوق.

٢,٢ تحليل المنافسين:

المنافسين:

تم اختيار المنافسين بناءً على وجودهم في نفس القطاع وفي نفس السوق واستهدافهم نفس الفئات المستهدفة من خلال تقديمهم خدمات مشابهة من كتب تعليمية لتعزيز الواقع الافتراضي حيث تم ظهور العديد من المنافسين في قطاعات مختلفة وفي مستويات تنافسية مختلفة.

٢,٢,١ المنافسين المباشرين:

هي الكتب والبرامج المتواجدة في نفس القطاع التعليمي الافتراضي تمتلك منتجات أو خدمات مشابهة، وتنافس على الحصة السوقية الأكبر لنفس الفئة المستهدفة ولا يوجد منافس مباشر يستخدم هذه الميزة في التعليم.

٢,٢,٢ المنافسين غير المباشرين:

هم المنافسون الذين يجذبون نفس الزبائن ولكن يقدمون منتج أو خدمة مختلفة، أو نفس المنتج والخدمة لكن بجودة وقيمة مختلفة.

- ومن خلال البحث في المكتبات تم تصنيف المنافسين غير المباشرين كما يأتي:

➤ حروف الهجاء العربية

بطاقات حروف مصممة بشكل جذاب للطفل، ويمكن استخدامها في أنشطة تعليمية ممتعة للطفل في الصف، رياض الأطفال، ويمكن استخدام بطاقات الحروف العربية في تعليم الأطفال الحروف في المنزل. حيث تحتوي بطاقات الحروف مع الكلمات بالصور الملونة لكل حرف. يحتوي الكتيب على صنفين منها:

- الحجم الكبير من مادة الكرتون المقوى وسعره ٢٥ شيكل.
- الحجم الصغير ومن مادة الكرتون الخفيف وسعره ٦ شيكل.

➤ بطاقة الطفل

تحتوي على مستويات متعددة وبحسب الفئة المستهدفة لدينا فهي تحتوي بطاقات متوسطة الحجم تحتوي على ٢٨ بطاقة تعليمية من الامام والخلف تعتبر جيدة في جذب الانتباه وممتعة للأطفال لأنها ملونة بصرياً، حيث تساعد الأطفال على تسخير قدراتهم التعليمية المدهشة حتى يتمكنوا من اكتساب المهارات التي تمكنهم من التفوق في المستقبل.

تحتوي البطاقة على عدة أصناف منها:

الحرف في الصورة الأمامية للبطاقة وبخلف الصورة صورة للحيوان على نفس الحرف وسعره ٥ شيكل.
الحروف في الصورة الامامية للبطاقة وبخلف الصورة كلمة تحتوي على الحرف في أول ووسط وآخر الكلمة وسعره ٥ شيكل.

١,٢,٢,٢ صورة (١) من بطاقة الطفل



➤ **كتابي الأول**
عبارة عن بطاقات تحتوي على أسماء المركبات والكلمات والألوان والحروف والأرقام والحيوانات والأشكال والأدوات والفواكه والحروف باللغة الإنجليزية وسعره ١٠ شيكل.

٢,٢,٢,٢ صورة (٢) من كتابي الأول



➤ تعلم الحروف العربية

كُتِيب يحتوي على رسومات للمساعدة في الشرح مع الحروف وإمكانية الطفل كتابة الحرف وتلوين الصورة المرسومة للحرف ويساعد الطفل في تعلم كتابة الحرف في بداية الكلمة ووسطها وآخرها. يحتوي الكُتِيب على صنفين منهما:

- كُتِيب من مادة الكرتون المقوى وسعره ٦ شيكل.
- كُتِيب من الاسفنج بحجم متوسط وسعره ٤ شيكل.

٢,٢,٢,٣ صورة (٣) من تعلم الحروف العربية



➤ حروفي الجميلة

كُتِيب يحتوي على رسومات للمساعدة في الشرح مع الحروف وإمكانية الطفل كتابة الحرف وتلوين الصورة المرسومة للحرف ويساعد الطفل في تعلم كتابة الحرف في بداية الكلمة ووسطها وآخرها وسعره ٣ شيكل.

٢,٢,٢,٤ صورة (٤) حروفي الجميلة



➤ حروفنا العربية الجميلة

كُتِبَ من الكرتون المقوى الملون يحتوي على مادة السويتش لفتح الكُتِيب وسحبه لرؤية الحرف مع الكلمة بحسب موقعه التشكيلي في الكلمة وإمكانية كتابة الطفل للحرف ونسخه وسعره ٢٠ شيكل.

٢,٢,٢,٥ صورة (٥) حروفنا الجميلة



➤ حديقة الحيوانات

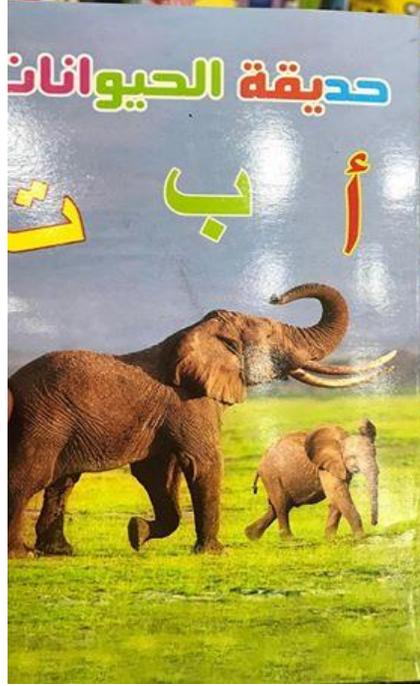
كُتِب من مادة الورق المقوى الملون يحتوي على أحرف اللغة العربية وكلمة على كل حرف وإمكانية نسخ الحروف.

يحتوي على صنفين (حسب الحجم): _

○ الحجم الصغير وسعر ٢ شيكل.

○ الحجم الأكبر وسعره ٤ شيكل.

٢,٢,٢,٦ صورة (٦) حديقة الحيوانات



➤ صندوق الحروف المغناطيسي

صندوق يحتوي على حروف من مادة الفلين وبداخلها مغناطيس يمكن تكوين الجمل والكلمات على اللوح المضاف اليها. تحتوي على بطاقات من الامام الحرف ومن الخلف الكلمة على كل حرف وبآخر البطاقة تشكيلة الحرف في (اول ووسط وآخر الكلمة) وسعره ٣٠ شيكل.

➤ تعلم مع طارق

مجموعة تعليمية من مادة الفلين والكرتون المقوى ذات الحجم الصغير تحتوي على ١٠ كُتيبات منها (عن الرياضة، الاعداد، الخضار والفواكه، حديقة الحيوانات، الحروف الهجائية، في البيت، عن المستقبل، وسائل المواصلات، في المزرعة، فصول السنة). الحروف الهجائية تحتوي على كيفية التعلم والتدريب على كتابة الحروف الهجائية وسعره ٢٠ شيكل.

٢,٢,٢,٧ صورة (٧) تعلم مع طارق



➤ **كتابي الأول**
كُتِب من مادة الورق الخفيف، ملون ويحتوي على الحروف الهجائية حيث يمكن للطفل نسخ الحرف وتلوين الصورة المضافة للحرف. سعره ٢٠ شيكل.

➤ **قاموسي الأول**
كُتِب من مادة الكرتون الخفيف يحتوي على الحروف الهجائية مع الكلمة وإمكانية نسخ وكتابة الحرف وتشكيله في الكلمة. سعره ٥ شيكل.

➤ **بطاقات تعليمية**
بطاقات صغيرة الحجم من نوع الكرتون تحتوي على الحرف واسم الحيوان وتشكيله في أول الكلمة. سعره ٢ شيكل.

٢,٢,٢,٨ صورة (٨) بطاقات تعليمية



➤ حروفنا العربية الجميلة

كُتِبَ يحتوي على عبارة اكتب وتعلم وجاوب. يحتوي على قلم وممحاة مع اللوح الأبيض الذي يمكن الطفل من الكتابة والرسم عليه، حيث يساعد الطفل في تجميع الحرف مع الكلمة والكتابة بالقلم. سعره ١٠ شيكل .

توضيح نقاط القوة والضعف للمنافسين غير المباشرين حيث أن مقارنة المنتجات للمنافسين غير المباشرين جميعها تدرج وفق عدم استخدامهم للتكنولوجيا الحديثة وتطبيقهم للوسائل التفاعلية التي تساعد الطفل على التعلم بسهولة وفعالية.

٢,٢,٢ تحليل المنافسين غير المباشرين

نقاط الضعف	نقاط القوة	الاسم
وجود نوعين من المواد المستخدم في تصنيع البطاقات وهو: الكرتون المقوى وسعره اعلى والكرتون الخفيف وسعره قليل لا يوجد استخدام للتكنولوجيا	احتواء كل بطاقات الحروف مع الكلمات بالصور الملونة لكل حرف	حروف الهجاء العربية

لا يوجد استخدام للتكنولوجيا	يحتوي على مستويات وفئات متعددة للطفل بحسب الفئة العمرية	بطاقة الطفل
لا يوجد استخدام للتكنولوجيا	يحتوي على مستويات وفئات متعددة للطفل بحسب الفئة العمرية	كتابي الأول
يوجد نوعين من المواد المستخدمة في التصنيع وهي : ١. كرتون مقوى بسعر اعلى ٢. اسفنج بسعر اقل لا يوجد استخدام للتكنولوجيا	إمكانية كتابة الطفل للحرف وتلوين الصورة المرسومة للحرف	تعلم الحروف العربية
لا يوجد استخدام للتكنولوجيا	تصميم الكتيب جميل وجذاب و إمكانية كتابة الحرف بأكثر من مرة من بداية ووسط ونهاية الكلمة يساعد الطفل على التعلم بشكل أسرع وأفضل إمكانية تلوين الصورة المرسومة مع الحرف	حروفي الجميلة
لا يوجد استخدام للتكنولوجيا	تصميم الغلاف جذاب لاحتوائه على مادة الكرتون والسويتش إمكانية كتابة الطفل للحرف ونسخه له تزيد من تعليمه للحرف بشكل أسرع	حروفنا العربية الجميلة
احتوائه على الورق المقوى لا يوجد استخدام للتكنولوجيا	إمكانية نسخ الطفل للحرف احتواءه على صنفين (حسب الحجم)	حديقة الحيوانات
السعر مرتفع ٣٠ شيكل لا يوجد استخدام للتكنولوجيا	جودة المادة المستخدمة في التصنيع وهي الفلين والكرتون المقوى إضافة الى اللوح المضاف اليها	صندوق الحروف المغناطيسي
حجم الكتيبات المضاف فيها صغير مكان تدريب وكتابة الطفل للحرف محدود لا يوجد استخدام للتكنولوجيا وطرق تفاعلية أخرى	احتوائها على مادة الفلين والكرتون المقوى المستخدمة في التصنيع احتوائها على ١٠ كتيبات للتعلم بطريقة فعالة	تعلم مع طارق
استخدام الورق الخفيف في التصنيع لا يوجد استخدام للتكنولوجيا	إمكانية الطفل من نسخ وتلوين الصورة المرسومة مع الحرف	كتابي الاول

استخدام مادة الكرتون الخفيف في التصنيع لا يوجد استخدام للتكنولوجيا	نسخ وكتابة الحرف وتشكيله في كلمة	قاموسي الأول
الحجم الصغير لا يوجد استخدام للتكنولوجيا	احتواء البطاقة على حرف واسم حيوان	بطاقات تعليمية
لا يوجد استخدام للتكنولوجيا	احتواءه على قلم وممحاة تمكن الطفل من التعلم عليه مساعدة الطفل على تجميع الحرف مع الكلمة	حروفنا العربية الجميلة

٢,٢,٣ المنافسين الالكترونيين:

هم الذين تظهر نتائجهم في الصفحة الأولى من نتائج بحث جوجل عند البحث عن الكلمات المفتاحية التي تخص كل من كلمة تعلم الحروف العربية، كُتب تعليمية للأطفال، كُتب تستخدم الواقع المعزز، وقد تكون موقعاً إلكترونياً أو صفحات فيسبوك تتحدث عن الذي يقدمونه وأماكن تواجدهم، ولتحديد المنافسين الالكترونيين، تم استخدام محرك البحث جوجل وكتابة كلمات بحثية. حيث انه لا يوجد منافسين الالكترونيين.

• الكلمات المستخدمة:

✓ تعلم الحروف بتقنية الواقع المعزز

نتائج البحث

٢,٢,٣,١ نتائج بحث عن منافسين الالكترونيين باستخدام (تعلم الحروف بتقنية الواقع المعزز)



AR Kids ... العربية المعزز للأطفال - الحروف تطبيق حقيقية الواقع

YouTube · IGY
Apr 13, 2018



الاختراص والكلمات بتقنية الواقع بلا تعلم اولادنا الحروف

YouTube · PLkids
Aug 31, 2018



Kids Kit ... AR-2020-2020 تطبيق حقيقية الواقع

YouTube · IGY
Jan 1, 2020



الحروف العربي مستوى أول الواقع المعزز لكتاب

YouTube · أكاديمية الطفل
Feb 24, 2017

www.mestore.co > product > Translate this page

تطبيق الحروف والكلمات العربية بتقنية الواقع المعزز

يُعد تطبيق الحروف والكلمات العربية بتقنيات الواقع المعزز والمجسمات الذكية ... الذكي للحروف والكلمات العربية - "فلاش كارد"، والذي يتيح تعلم كتابة الحروف والكلمات ...

www.igy-apps.com > main > archives >

AUGMENTED REALITY (AR) KIT 4D – igy-apps.com

تطبيقات الأطفال، تطبيقات الأطفال، تعليم العربية 4D، using two fingers on the phone screen. TAGS ... الواقع المعزز، الحروف العربية، الحروف الإنجليزية ...

play.google.com > apps > details > Translate this page

... AR_Arabic Alphabet & Numbers تطبيق الواقع المعزز

Mar 11, 2020 — a safety warning ----- Always ask a grown-up before using the AR_Arabic Alphabet & Numbers app. Watch out for other ...

play.google.com > apps > details > Translate this page

حقيقية الواقع المعزز 4D - للأطفال - التطبيقات على Google Play التنشيط Windows.

Mar 11, 2020 — a safety warning ----- Always ask a grown-up before using the AR_Arabic Alphabet & Numbers app. Watch out out for other ...

play.google.com › apps › details ▾ Translate this page

حقيبة الواقع المعزز 4D - للأطفال - التطبيقات على Google Play

حقيبة الواقع المعزز: محتويات البرنامج: 1 - الحروف (العربية والإنجليزية والفرنسية): تظهر المجسمات ثلاثية الأبعاد 3D كأنها معك بعد وضع الكارت المخصص امام ...
★★★★★ Rating: 3.3 · 215 votes · Free · Android · Educational

www.facebook.com › posts ▾ Translate this page

IGY - تطبيق حقيبة الواقع المعزز 🤖 أول تطبيق بتقنية الواقع ...

Feb 14, 2019 — 24 الحروف الفرنسية 🇫🇷 10 الأرقام + تعليم خاصية الجمع بتقنية الواقع المعزز. 14 المجموعة الشمسية. ...

Images for تعلم الحروف بتقنية الواقع المعزز

اللغة الإنجليزية augmented reality apk أسد كيف نكون قهوة تطبيقات alphabet ▾



٢,٢,٣,٢ نتائج بحث عن المنافسين باستخدام (تعليم الحروف العربية للأطفال)

كلمة البحث: تعليم الحروف العربية للأطفال

About 2,220,000 results (0.45 seconds)

Videos

-  نطقها بطريقة سهلة للعربية للأطفال وكيفية تعليم كتابة الحروف
YouTube - Osratouna tv
Oct 12, 2019
 -  العربية المستوى الأول لتعليم الأطفال الحروف
YouTube - تلم ولسكيد
Aug 2, 2017
 -  مع انشودة... العربية بالصوت والصورة تعليم الأطفال نطق الحروف
YouTube - تلم ولسكيد
Oct 20, 2017
 -  Teaching... الرئيس بالصوت والصورة | الحروف الهجائية مع الطفل
YouTube - Learn - تلم
Sep 4, 2019
- View all

play.google.com › apps › details › id... ▾ Translate this page

تعليم اللغة العربية للأطفال الحروف والأرقام - التطبيقات على ...

برنامج تعليمي تفاعلي يهدف الى تعليم الحروف العربية وتعليم الحروف الانجليزية والاسبانية وتعليم كتابة الحروف العربية والحروف الانجليزية والاسبانية وتعليم ...
★★★★★ Rating: 4.2 · 10,186 votes · Free · Android · Educational

play.google.com › apps › details ▾ Translate this page

براعم - تعلم الحروف والأرقام العربية للأطفال الجيد

الآن تنزيل 100% على سعر البرنامج لمدة يومين بسعر التوزيع **** أول برنامج في العالم العربي يمكن أطفالنا من تعلم أساسيات اللغة العربية والحروف الهجائية والأرقام ...

play.google.com › apps › details › id... ‹ Translate this page

تعليم اللغة العربية للأطفال الحروف والأرقام - التطبيقات على ...

برنامج تعليمي تفاعلي يهدف إلى تعليم الحروف العربية وتعليم الحروف الانجليزية والاسبانية و تعليم كتابة الحروف العربية والحروف الانجليزية والاسبانية و تعليم ...

★★★★★ Rating: 4.2 · 10,186 votes · Free · Android · Educational

play.google.com › apps › details ‹ Translate this page

براعم - تعلم الحروف والأرقام العربية للأطفال الصغار - Google Play

الآن تنزيل 100% على سعر البرنامج لمدة يومين، سارعوا للتنزيل! *** أول برنامج في العالم العربي يمكن أطفالنا من تعلم أساسيات اللغة من حروف الهجاء والأرقام واسماء ...

★★★★★ Rating: 4.5 · 18,362 votes · Free · Android · Educational

www.pinterest.com › pin ‹ Translate this page

تعليم الطفل الحروف العربية وتعليم الأطفال حروف الهجاء ...

حروف الهجاء - تعليم حروف الهجاء العربية للأطفال الصغار - Learn Arabic Alphabet . تعليم الأطفال الحروف العربية وتعليم الأطفال حروف الهجاء العربية بالصوت والصورة هو ...

www.pinterest.com › pin ‹ Translate this page

تعليم الأطفال حروف العربية الهجائية كاملة تعلم الطفل كل حرف مع ...

تعليم الأطفال حروف العربية الهجائية كاملة تعلم الطفل كل حرف مع الكتابة والرسوم المتحركة يساعد في تعليم الأطفال الحروف و النطق والكتابة وقريبا ...

zh-hk.facebook.com › posts ‹ Translate this page

كيفية تعليم الحروف العربية للأطفال... - أ/رامي رشاد - أخصائي ...

كيفية تعليم الحروف العربية للأطفال تعلم الأم عادةً بأن يصيح ابنها دليق وقاسر على قراءة الأحرف والكلمات بالشكل الصحيح تعليم الطفل الحروف العربية يحتاج ...

٢,٣ التخطيط:

يساعدنا التخطيط في معرفة المراحل التي سيمر بها أنجاز هذا المشروع وإعطاء لمحة أولية عن مسار المشروع في المراحل القادمة.

٢,٣,١ تفصيل المشروع:

بما أن المنتج غير متواجد في السوق فسيكون التركيز بشكل كبير على الإعلانات والترويج لضمان وصول الفكرة للمنتج للفتات المستهدفة وذلك باستخدام مجموعة من الأدوات التي ستساعدنا في تحقيق الهدف من بعض وسائل الوسائط المتعددة والعمل على التحسينات على الغلاف ليكون أكثر جاذبية وتوافق مع المنتج وميزاته.

❖ سيمر المشروع خلال إنجازه بالمراحل التالية:

١. تم العمل على أدوات ومنتجات Adobe في تصميم الغلاف للكتاب المتخصص بالأحرف العربية حيث كان بحاجة لتصميم غلاف مناسب وجذاب ويتناسب مع السعر باستخدام أدوات بسيطة من برامج أدوبي، بالإضافة لتصميم شعار خاص بالتطبيق يراعى في تصميمه الألوان والأشكال لتكون مناسبة للأطفال وتتناسب مع فكرة التطبيق وذلك باستخدام البرامج التالية:

○ Adobe Photoshop

○ Adobe illustrator

ومعاينة القياسات والتنسيقات للغلاف قبل إرسالها للطباعة

٢. تصميم إعلانات مرئية كالفديو وتصويره وتعديله باستخدام برامج أدوبي:

○ Adobe premier

○ Adobe audition

- إنشاء صفحة تحمل اسم المنتج على وسائل التواصل الاجتماعي على فيسبوك وانستغرام لأنه مستخدم بشكل كبير من الفئة المستهدفة (الأمهات) سيتم نشر فيديوهات تتعلق بالمنتج وكيفية استخدامه وعرض تجارب المستخدمين وتقييماتهم للمنتج.
- إنشاء موقع الكتروني خاص بالمنتج عبارة عن صفحة واحدة Landing Page توضح معلومات عن التطبيق وكيفية استخدامه وتوضيح أكبر لتقنية الواقع المعزز.
- إنشاء قناة على اليوتيوب تحمل اسم التطبيق.
- زيارة مجموعة من المدارس الخاصة في مدينة الخليل، سيكون تركيزنا بداية على المدارس والروضات الخاصة لأن لديها تركيز أكبر على استخدام أساليب جديدة في التعليم ولديها طابع تنافسي كبير. ومن المدارس التي يتم زيارتها:
روضه سيد كتاب
مدرسة وروضه الأزهار الخاصة.
مدرسة وروضه النخبة النموذجية.
مدرسة وروضه دار المعرفة.

٢,٣,٢ الإبداع في المشروع:

يقتصر الإبداع في هذا المشروع على قدرتنا في إيصال الفكرة بالمستوى المطلوب من خلال الأدوات الترويجية من الإعلانات والوسائل الأخرى التي تمكننا من إنتاج وخلق أفكار إبداعية مناسبة تساعد في إيصال الفكرة لأذهان الفئات المستهدفة وتساعد في إقناعهم بهذه المنتجات من خلال القدرة على استخدام الألوان المناسبة في التصميم للإعلانات الثابتة والمتحركة والمناسبة مع المنتج والفئة المستهدفة.

- مراعاة الفروقات الفكرية والإدراكية للمتلقين لرسالة الإعلان لضمان إيصال الفكرة والهدف من الرسالة بالشكل الصحيح.
- التنوع والشمولية في الأفكار والتصاميم وطريقة العرض للإعلانات وأوقاتها وأماكن عرضها والقنوات التي سنستخدمها لعرض الفيديوهات والإعلانات.
- توزيع المهام بشكل متساوي بين الفريق وإنجاز المهام المطلوبة على فترات محددة والالتزام بها حيث أن توزيع المهام من أهم محققات الإبداع في المشروع.

٢,٣,٣ المرحلة الأولى تنفيذ المشروع

الأسبوع	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١	١٢	١٣	١٤	العمل
إيجاد الفكرة															
دراسة الفكرة وتحليلها															
تحديد التكلفة المالية															

													تحديد متطلبات المشروع
													تحديد المنافسين وتحليلهم
													دراسة وتحليل السوق
													زيارة المكتبات والمدارس
													تصميم الشعار
													إنشاء صفحة على الفيس بوك
													تصميم الغلاف

جدول (٣) المرحلة الأولى لتنفيذ المشروع

٢، ٣، ٤ المرحلة الثانية تطبيق المشروع وتنفيذه

١١٤	١٣	١٢	١١	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	الاسبوع
														حجز الدومين
														إنشاء صفحة ويب
														تصوير الفيديو

جدول (٤) المرحلة الثانية تطبيق المشروع وتنفيذه

٣. الفصل الثالث

هذا الفصل يوضح تحليل السوق والدراسة التي أجريناها لتحديد عملية اتخاذ القرار، والوصول للمعلومات التي نحتاجها عن المستخدمين وفئاتنا المستهدفة ووسائل الإعلام التي يستخدمونها وكذلك تحديد الأهداف التسويقية.

٣,١ تحليل السوق:

اعتمدنا في تحليلنا للسوق على دراسة السوق من خلال جمع البيانات والمعلومات التي نحتاجها باستخدام إحدى وسائل جمع المعلومات والبحوث التسويقية وهي الاستبيان الإلكتروني بسبب الظروف السائدة حالياً في ظل جائحة كورونا ونشرها على صفحة هيبرون سوبر ما ميز وعلى صفحة لمدرسة خاصة وهي الأكاديمية العربية الرياضية في رام الله، وبيت لحم و صفحة نابلس الآن و صفحة نابلس شارع القدس، سنعمل في الأيام القادمة على أن تكون في مناطق أوسع من فلسطين ولكن بسبب قلة معرفتنا بالصفحات للمناطق الفلسطينية وعدم موافقة بعض الصفحات على طلبنا في نشر الاستبيان على صفحاتهم وعدم الرد اقتصر توزيع الاستبيان في الصفحات المذكورة على فيسبوك .

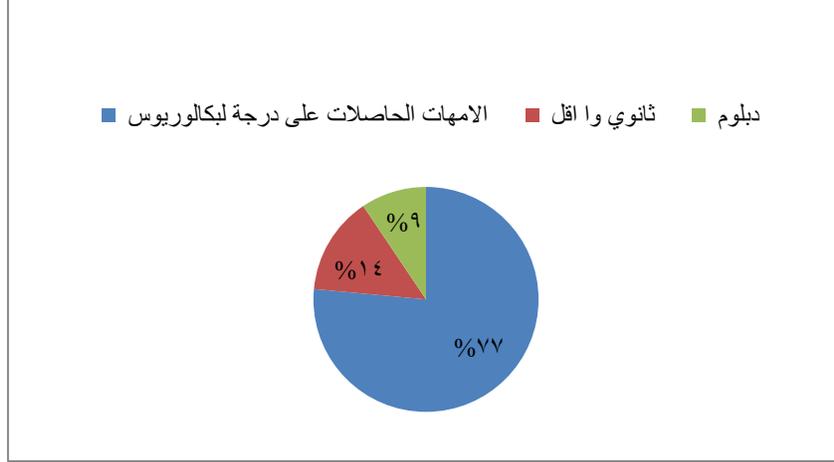
يحتوي الاستبيان على ٢٦ سؤال تتنوع الأسئلة بين عامة وخاصة بالمنتج، وتم إرفاق فيديو يحتوي على شرح بسيط عن الكتاب والتطبيق يوضح كيفية استخدامه وميزاته، وبلغ مجموع الردود والإجابات ٩٢ اجابة

عينة الدراسة: الأمهات اللواتي أعمار أطفالهن بين ٤ _ ٨ سنوات

❖ النتائج

● المعلومات الخاصة بالفئة المستهدفة

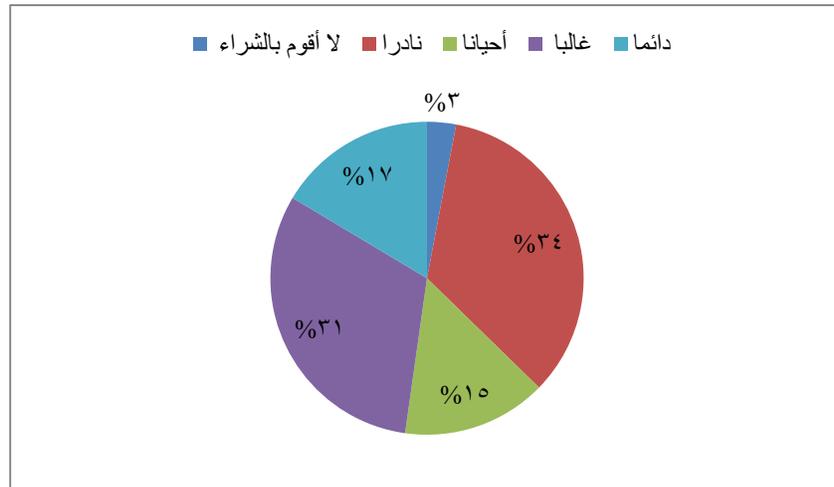
فيما يتعلق بالمستوى التعليمي للأمهات، نسبة الأمهات الحاصلات على درجة البكالوريوس من كل ال عينة ٧٧%، بينما المستوى الثانوي فأقل نسبتهم ١٤%، بينما عدد الأطفال يتراوح بين ٣ _ ٤ أطفال، وتتراوح أعمارهم بين ٣ _ ٨ سنوات.



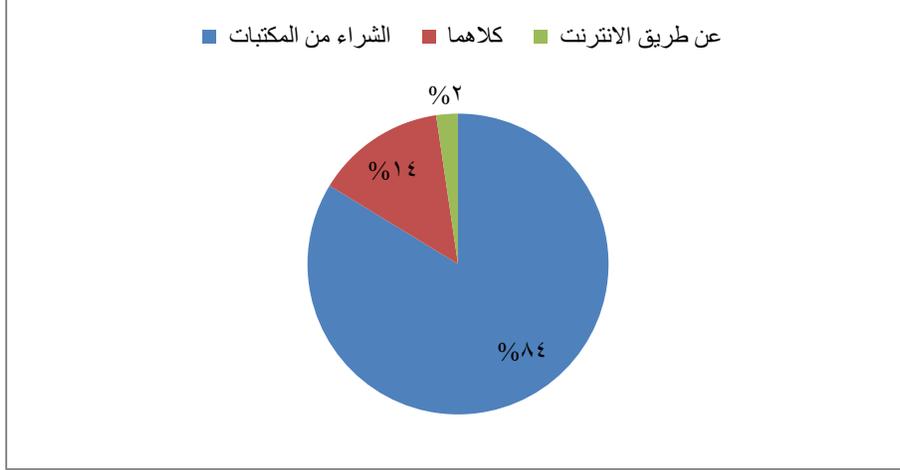
٣,١,١ معلومات خاصة بالفئات المستهدفة

- المعلومات الخاصة بعملية الشراء للكتب التعليمية وقرار الشراء.

فيما يخص شراء الكتب التعليمية وما اذا كان هناك إقبال على شراء الكتب، هناك ما نسبته ١٧% من الأمهات دائما ما تقوم بشراء الكتب .



وهناك ما نسبته ٨٤% من الأمهات تفضلن الشراء من المكتبات الموجودة في المدينة، و ١٤% تفضلن الشراء أونلاين ومن المكتبات (كلاهما)، لذلك هناك ضرورة لتوزيع الكتاب على المكتبات الموجودة في المدينة والتعاون مع هذه المكتبات للترويج للكتاب على صفحاتهم على مواقع التواصل.

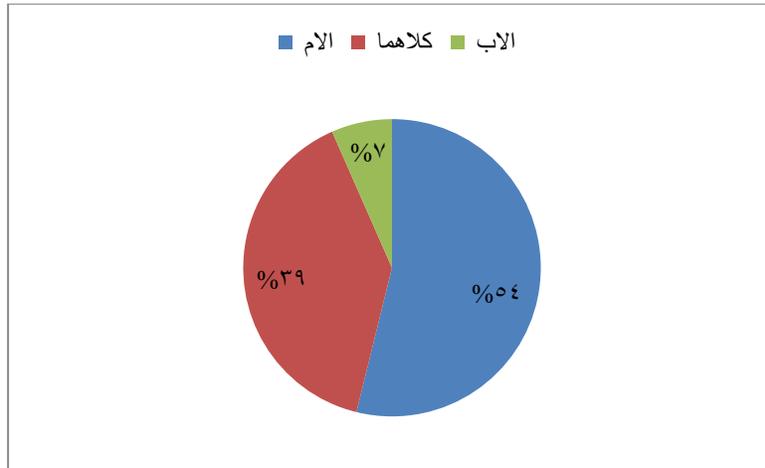


٣,١,٢ معلومات خاصة بعملية الشراء للمكتبة التعليمية

فيما يتعلق بمن يقوم بعملية الشراء فكانت ٥٤% بأن الأم من تقوم بالشراء و ٣٩% الأب والأم معاً (كلاهما)، لذلك يلزم التركيز في الإعلانات على الأم وتوجيه الرسالة للأم.

وعند السؤال عن مكان الشراء لآخر كتاب تعليمي كانت جميع الإجابات من المكتبات.

(مكتبة دار العمار، دنديس، الوسيط، تنوين، الديار المقدسة، دار الإذاعة _رام الله ، عالم الكتب ، مكتبة فانوس ، القلم ، الاتحاد ، مكتبة الشرياتي) لذلك يلزم التركيز على توزيع الكتاب في هذه المكتبات وغيرها من مكتبات المدينة لأنها مكان معتمد للأمهات أثناء الشراء لأطفالهم

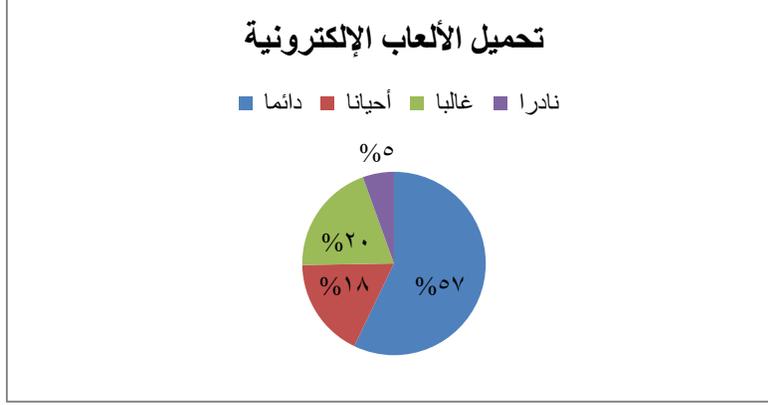


و فيما اذا كان يتم البحث وجمع معلومات قبل عملية الشراء فقد كانت الاجابة بنسبة ٣٦% أحيانا ما يتم البحث قبل الشراء و ٢٩% من جميع الإجابات دائماً ما يتم البحث قبل الشراء، بينما كانت الاجابة على نادراً ما يتم البحث وجمع المعلومات قبل الشراء بنسبة ٢٧% من مجموع الإجابات لذلك هناك ضرورة لتوفير معلومات عن التطبيق والكتاب في الوسائل التي يمكن ان يستخدمها الأمهات منها انشاء صفحة على الفيس بوك وموقع الكتروني يحتوي صفحة واحدة تعريفية عن التطبيق والتقنية .



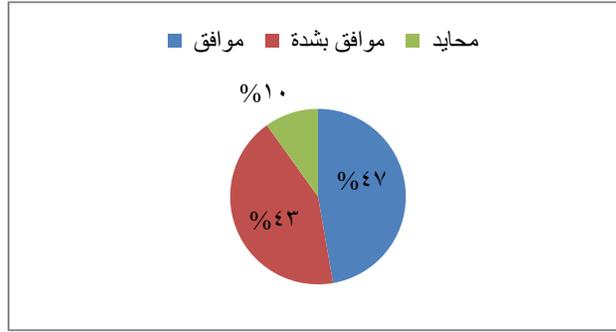
● معلومات خاصة بالقيمة الشرائية للمنتج.

٥٧% من الاجابات توافق على أن الاطفال يحبون الأجهزة الالكترونية، و ٢٨% من الأمهات تقوم بتحميل الألعاب التفاعلية على الموبايل أو الاجهزة المحمولة الأخرى لتعليم طفلها، و ٣٣% منهم أحياناً ما يتم تحميل الألعاب التفاعلية على الأجهزة المحمولة.

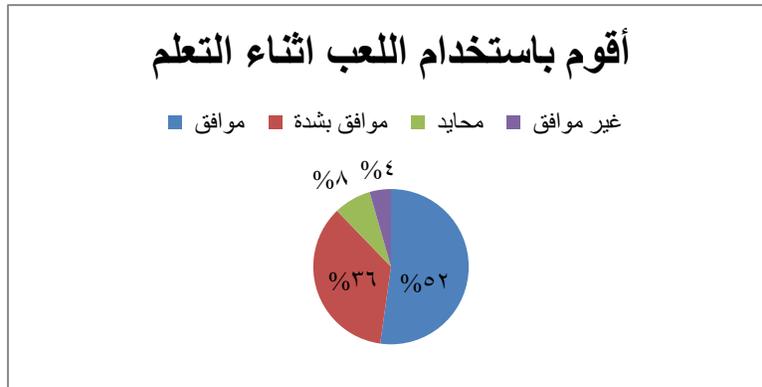


وعند السؤال عن التطبيقات التي تستخدمها الامهات: تركزت الإجابات على يوتيوب وتطبيق لمسة.

90% من الأمهات تفضلن استخدام اللعب في التعليم.

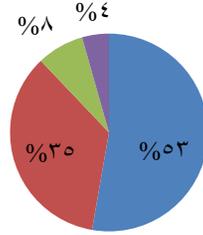


88% من الأمهات تقوم باستخدام اللعب أثناء تعليم طفلها.



اجد فرقا في استيعاب طفلي عند استخدام اللعب

غير موافق موافق محايد موافق بشدة موافق



• معلومات خاصة بالفيديو المرفق للاستبيان

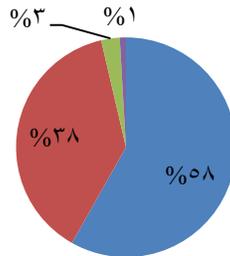
المعلومات الخاصة بالفيديو الذي تم ارفاقه بالاستبيان والذي يوضح آلية عمل التطبيق.

حيث أظهرت الإجابات أن هناك 96% يرغبون بشراء مثل هذا المنتج إذا توفر في السوق.

وكانت الإجابات على السعر الذي يستحقه هذا المنتج من وجهة نظرهم كانت ما نسبته 50% من الاجابات أن المنتج يستحق أن يكون سعره 15 شيكل.

إذا توفر المنتج سأقوم بالشراء

غير موافق موافق محايد موافق بشدة موافق



٣,٢ الأهداف التسويقية

من الضروري أن يكون هناك تكامل بين الخطة الاستراتيجية للشركة صاحبة المنتج والأهداف التسويقية، التي من الضروري أن تكون هذه الأهداف قابلة للتحقيق وتطبيقها على أرض الواقع ويمكن قياسها ومحددة خلال فترة معينة حتى تكون أقرب وذات قدرة أكبر على تحقيقها وإنجازها.

■ ومن هذه الأهداف:

- تشكيل صورة في أذهان الفئات المستهدفة عن المنتج من خلال الإعلانات التي سنقوم بتصميمها وعرضها والتي ستوصل الرسالة المطلوبة ومن خلالها ستتشكل صورة عن المنتج والشركة في أذهان الفئات المستهدفة بداية من سنة ٢٠٢٠ ولغاية استمرار عملنا لسنة ٢٠٢١.
- بناء علامة تجارية خلال سنة ٢٠٢١ بناء على دراسة السوق التي قمنا بها خلال هذا الفصل.
- إحداث درجة من النمو في المنتج بحيث يكون في الأسواق ويكون هناك مبيعات خلال سنة ٢٠٢١ وتم توزيعه بشكل جزئي على الأماكن المطلوبة.
- توصيل الرسالة الإعلانية للمنتج للفئات المستهدفة من خلال القنوات التي سيتم تحديدها بناء على تواجد الفئات المستهدفة، خلال هذا العام ٢٠٢٠ ويشمل ذلك إنشاء صفحة فيسبوك و Instagram نتيجة التواجد الكبير لفئتنا المستهدفة على هذه القنوات بالإضافة لإنشاء موقع ويب يشمل معلومات إضافية عن المنتج.
- توزيع المنتج في الأماكن التي تشتري منها الفئات المستهدفة كما أظهرت نتائج الاستبيان. (في المكتبات المنتشرة في المدن والقريبة من أماكن السكن والمدارس والروضات)
- إنشاء غلاف للكتاب يتناسب مع الهدف ومحتواه والفئة المستهدفة خلال سنة ٢٠٢٠

٣,٣ خطة الحملة الترويجية:

■ الهدف من هذه الحملة:

نههدف من هذه الحملة تغيير السلوك المجتمعي في التعليم الذي تتبعه المؤسسات التعليمية لا سيما في المدارس والروضات وكذلك الامهات في تعليم أطفالهن ، من خلال الترويج للتقنيات التكنولوجية الجديدة التي ساهم التطور التكنولوجي في ظهورها لما لها دور كبير في خلق بيئة من التفاعل والمتعة بين الطفل والعنصر الدراسي سواء الكتاب أو بطاقات التعلم ، حيث تساهم تقنية الواقع المعزز في خلق بيئة أكثر متعة ورفاهية للطفل أثناء التعلم حيث ساهمت العناصر المستخدمة في هذه التقنية من الصوت والصورة والنصوص والالوان بسرعة الاستجابة وجذب انتباه الأطفال ، والذي يؤثر بشكل كبير على تقبلهم وتفاعلهم مع العنصر الدراسي .

■ الفئة المستهدفة: الأمهات التي تتراوح أعمار أطفالهن ٤ _ ٨ سنوات.

■ المؤسسات التعليمية (الخاصة منها) والترفيهية.

أسباب اختيار الفئة المستهدفة:

- بحسب الدراسة السوقية التي قمنا بها سابقاً أظهرت أن الأمهات هم أكثر اهتماماً بشراء الكتب التعليمية لأطفالهن.
- الأم أكثر تأثيراً على أطفالها وقرباً منهم.
- قدرة الام على توجيه سلوك طفلها في هذه المرحلة العمرية أكثر من غيرها.
- فطرة الأم التي خلقت بها بأن تبحث لطفلها على ما هو الأفضل له.
- المؤسسات التعليمية الخاصة بسبب عامل المنافسة الذي يدفع الكثير منها لامتلاك أدوات مميزة تنافس بها بعضها البعض في تقديم أفضل ما لديها في التعليم.

■ الرسالة: الرسالة التي نريد إيصالها هي ان تقنية الواقع المعزز التي تمثلت بالكتاب والتطبيق الذي بين أيدينا سيحل مشكلة تهرب الطفل من الدراسة في الأعمار التي تتطلب ذلك ومعاناة الام مع طفلها، التي في المقابل سيحل محلها دمج اللعب بالتعلم وتوصيل أثر هذا الدمج على الطفل والأم في ذات الوقت، سيتم استخدام فيديو يتم نشره على القنوات التي اخترناها لاستهداف الفئات.

٤. الفصل الرابع

٤,١ تحليل متطلبات واحتياجات المشروع

لإتمام المشروع كما هو مخطط له سابقاً هناك مجموعة من المتطلبات التي لا بد من وجودها لاكتمال العمل ولتنفيذ المشروع.

تقسم هذه المتطلبات إلى:

- متطلبات تطويرية: تشمل المتطلبات المادية كالأجهزة والمعدات ومتطلبات بشرية وبرمجية (برامج).
- متطلبات تشغيلية: تضمن التكاليف المترتبة على هذه الأعمال.

٤,١,١ متطلبات المشروع التطويرية

البيان	التفاصيل	العدد	السعر (\$)	المجموع (\$)
جهاز حاسوب لا تقل مواصفاته عن:	4(CPU)3.4(GHZ) core I7 16GB RAM SSD 240GB	1	830\$	830\$
خط اتصالات وانترنت لمدة ٦ شهور	١٦MDPS	1	\$20	\$٢٠
كاميرا للتصوير	٧٠٠D	١	\$137	\$137
ذاكرة memory	٣٢ GB	1	13\$	\$13\$
متفرقات	أوراق، أقلام	-	-	٥٠

٤,١,٢ المتطلبات البرمجية التطويرية :

العدد	المصدر	عدد الشهور	التكلفة	المجموع
١	Adobe Photoshop cc 2019	4	20	80
2	Adobe Illustrator cc 2019	4	20	80
3	Adobe muse cc 2019	4	15	60
4	Adobe premier cc2019	4	20	80

٣,١,٤ المتطلبات البشرية:

التخصص	عدد الأشخاص	السعر (\$)	المجموع (\$)
مصور	١	63\$	63\$
مصمم جرافيكس	١	63	63\$
مصمم صفحات الانترنت	١	94\$	94\$
المجموع الكلي =			220\$

٥. الفصل الخامس:

٥,١ التصميم
٥,١,١ العناصر الأساسية في التصميم

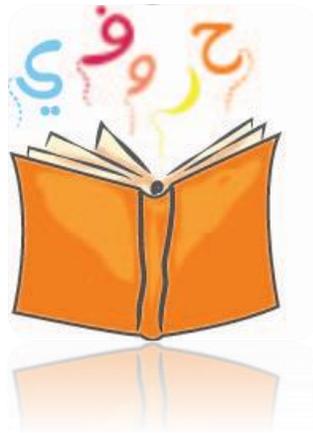
• الاسم

هو الذي يحدد هوية المشروع، ومن خلاله يتم التعرف على المنتج وتمييزه عن المنتجات الاخرى، ولا بد أن يكون الاسم مشتق من الهدف والفكرة التي يقوم عليها المشروع أو المنتج نفسه، اعتمدنا اسم (حروفي التفاعلية) للتطبيق والكتاب وذلك ليمثل الفكرة التي يقوم عليها وهي تعلم الحروف من خلال التقنيات التفاعلية.

• الشعار

لابد من وجود رمز معين يرتبط بالشركة أو بالمنتج، يميز المنتج عن غيره ويشكل ميزة يحتفظ بها في أذهان المستخدمين بمجرد استخدام أو شراء المنتج، ولا بد من مراعاة بعض الأمور أثناء تصميم الشعار كالبساطة والتناغم وان يكون ذات علاقة بالمنتج واستخدام الالوان المناسبة التي تستطيع من خلالها إيصال الفكرة بمجرد النظر للشعار ومعرفة دلالاته دون بذل المزيد من الجهد. لذلك قمنا بتصميم شعار يعبر عن الفكرة من المنتج بألوان مناسبة للأطفال.

٢, ١, ١, ٥ الشعار المعتمد





• الألوان

• الألوان المستخدمة في الشعر :

- اللون البرتقالي: يدل اللون البرتقالي على الإبداع والمرح والراحة .
- اللون الأزرق : يدل على الثقة والأمان والهدوء .
- اللون الأصفر: يدل على البهجة والإبداع والسرور والفضول .
- اللون الزهري : يدل على الحنان والأمومة والجمال .

• ٣, ١, ١, ٥ نماذج مقترحة للشعار

• نماذج مقترحة للشعار:



● الغلاف للكتاب

للغلاف أهمية كبيرة في التأثير على الشراء والرغبة في الشراء للمنتج ، فالكتاب لا يحتوي على غلاف مطلقاً ، فمن الضروري تصميم غلاف تظهر العناصر المستخدمة فيه فكرة المنتج وكيفية استخدامه مع موجود الابداع في التصميم والبساطة .





الوجه الاخر للكتاب، يحتوي على الاسم وال QR code لصفحة الفيس بوك، عند مسح الكود بالكاميرا للجهاز المحمول تستطيع الوصول لصفحة الفيس بوك ومتابعتها، بالإضافة لإمكانية تلوين الاحرف لقرأتها.

اعتمدنا نمط واحد في الألوان للمحافظة على الهوية البصرية للعلامة التجارية، اللون الأزرق والأصفر، في الغلاف و صفحة الويب و flyer

- **الفلاير flyer:** هو إعلان تعريفى لنشاط أو خدمة معينة، بقياس ٢٥×١٧,٥، يتم الاستعانة وتوزيعه على مجموعة من الأشخاص أو الأماكن بهدف تعريفى عن الخدمة أو المنتج.

تقنية الحقيقة المعززة

تعد تقنيات الواقع المعزز من التقنيات التي تعمل على دمج الواقع المحيط من حولنا بواقع آخر يسمى بالإفتراضي وذلك بإضافة عناصر ومكونات أخرى ليست موجودة فعلياً في البيئة أو المكان من حولنا. بحيث ينتج من هذا الدمج بيئة متكاملة قادرة على إحداث فرق واضح وتأثير فعال على القدرة الإستيعابية لمختلف الفئات العمرية

كتاب وتطبيق حروفي التفاعلية

يحتوي الكتاب التعليمي على الحروف العربية مضاف لهم أسماء الحيوانات بحسب كل حرف على حدة، بالإضافة للكود الذي يقرأه التطبيق ، من خلال كاميرا الجهاز المحمول حيث يتم التعرف على صوت الحرف واسم الحيوان كذلك يمكن للطفل تلوين رسمة الحيوان وتكرار كتابة الحرف في المكان المخصص وبذلك يجمع هذا المنتج بين الحداثة والأساليب التقليدية في تعليم الحروف




0598703078
exellencecompay@gmail.com



SCAN ME

• الفيديو

لتوصيل الفكرة والرسالة للفئة المستهدفة لابد من وجود اعلان ترويجي مرئي يوضح فكرة المنتج والمشكلة التي يعمل على حلها.

السيناريو:

المشهد الأول

نهاري داخلي | غرفة المعيشة

طفل عمره ٦ سنوات بجانبه أمه تظهر الأم بمشهد تعلم طفلها الحروف بطرق تقليدية (الكتاب التعليمي المدرسي) الكتابة على الدفتر وتكرار الحرف ويظهر تملل الطفل وعدم رغبته بالمتابعة ويتهرب من الأم

ويمسك بجهاز الموبايل ويلعب أثناء غياب الام عنه، ويظهر بعدها الأم متعبة (علامات على وجهها تدل انها متعبة) تأخذ الموبايل من يديه لتجبره الى العودة للتعلم.

المشهد الثاني

ليلي داخلي | غرفة المعيشة

مشهد مظلم يظهر الام وهي ترتب مكان دراسة الطفل ويظهر عليها التعب والحيرة من عدم استجابة الطفل للتعلم بالطريقة التقليدية وتبدأ بالحوار الداخلي مع نفسها والتفكير والبحث عن طرق أخرى لتعلم طفلها الحروف، وتقرر الذهاب للمكتبة لشراء بعض الكتب لمساعدتها في التدريس وانسجام الطفل في التعلم

المشهد الثالث

نهاري داخلي | المكتبة

الأم أثناء دخولها للمكتبة والبحث في الرفوف عن وسائل تعليميه وتجد بعض الكتب التي توقعت ان تفيدها وتفيد طفلها ثم تخرج من المكتبة تحمل معها مجموعة من الكتب التعليمية.

المشهد الرابع

نهاري داخلي | غرفة المعيشة

تقوم الأم بتدريس طفلها الحروف باستخدام المنتجات من الكتب التعليمية وغيرها من الوسائل التي قامت بشرائها ثم تتشغل الام بالترتيب بالمنزل والاعمال الأخرى ومع مضي القليل من الوقت يمل الطفل وينتابه النعاس فينام أثناء تعلمه على الطاولة وبعد مضي الوقت تدخل الام لتجد ان الطفل قد غط في نوم عميق.

المشهد الخامس

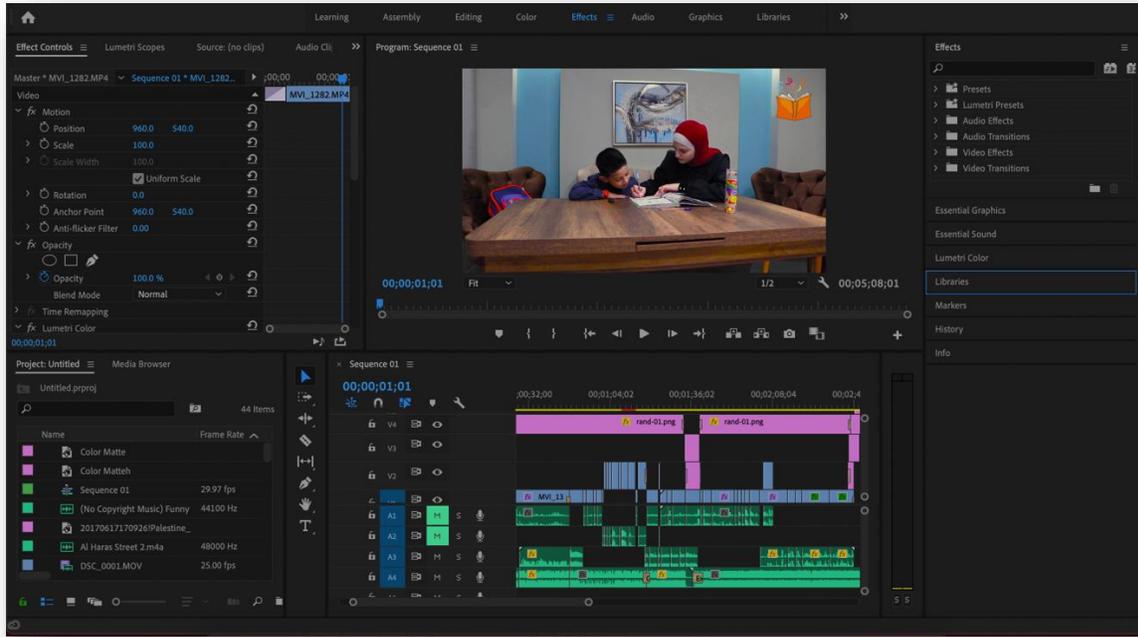
نهاري داخلي | غرفة الضيوف

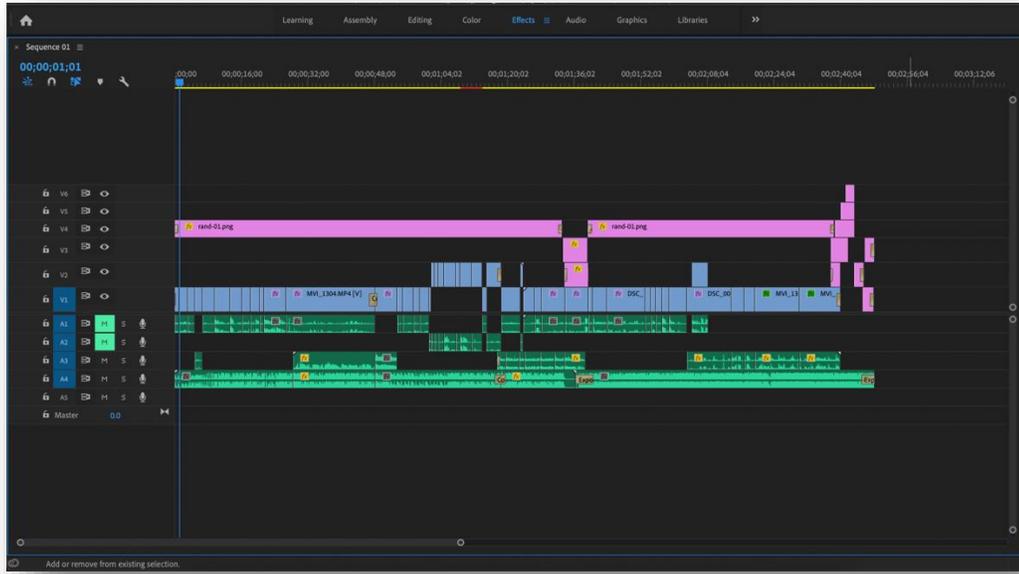
تظهر به الأم وضيفتها يتحدثان عن وضع الطفل حيث قامت السيدة بنصحها باستخدام تطبيق حروفي التفاعلية الذي ظهر لها بإعلان ممول لتعليم الاطفال بطريقة تفاعلية باستخدام الكتاب التعليمي المرفق للتطبيق حيث يظهر للطفل صورة الحيوان المرافق للحرف بطريقة ثلاثية الابعاد وإمكانية تلوين الطفل للحيوان وكتابة الحرف وتمسكان الموبايل وتبحثان عن المنشور للتطبيق، وحديث بين بعضهما عن التطبيق وتقوم بتحميل التطبيق على الجهاز المحمول الخاص بها.

المشهد السادس

نهاري داخلي | غرفة المعيشة

يظهر في هذا المشهد الأم وهي تقوم بتدريس طفلها للحروف باستخدام التطبيق وتظهر على الطفل الفرح والاستمتاع في الدراسة والضحك والرغبة بالتعلم بدون التهرب.





تم اضافة المقاطع وترتيبها واطافة النصوص والشعار والصوت والموسيقى وتعديل الالوان باستخدام برنامج أدوبي بريمر مع اجراء كافة النقلات والحركات المناسبة للفيديو .

٦. الفصل السادس

في هذا الفصل سيتم توضيح البرامج السابقة والحالية للشركة، ومن ثم تصميم الحملة الترويجية من بناء الرسالة الترويجية وتحديد الوسائل والأدوات الترويجية التي تم استخدامها وتحديد الميزانية اللازمة وبناء على ذلك تطبيق الحملة الإعلانية.

٦,١ تحليل البرامج الحالية والسابقة للشركة

تعد منتجات الشركة حديثة ولم يكن هناك حملات ترويجية سابقة حيث أن المنتج غير متاح في الأسواق الى الآن، بالإضافة لعدم امتلاكها أي وسيلة تواصل سابقة أو تواجد على المنصات الاجتماعية، لذلك لا يوجد ميزانية مخصصة للترويج. تم ترتيب وتجميع المقاطع بواسطة برنامج ادوبي بريمر وإضافة النصوص والموسيقى والشعار واستخدام التأثيرات على الشعار

٦,٢ تصميم الحملة الترويجية

بعد تحليل القطاع التعليمي، واستخدام التقنيات الجديدة في التعليم والتعرف على الواقع المعزز ومعرفة اهتمامات الزبائن ووسائل التواصل والترويج التي يستخدمونها ويتفاعلون معها، لذلك الان سيتم تطبيق الحملة الترويجية كما تم التخطيط لها.

٦,٢,١ وضع أهداف الحملة الترويجية

لتحقيق الحملة الترويجية يجب وضع أهداف يمكن قياسها وقابلة للتحقيق ومحددة بوقت زمني (SMART) لتتبع نتائج هذه الحملة وقياس مدى نجاحها، كما يجب أن تتكامل مع الأهداف التسويقية للشركة لتحقيق أفضل عائد للشركة وتحقيق أهدافها بالشكل الكامل والمطلوب.

وأهداف الحملة الترويجية هي:

١. خلق الوعي للعلامة التجارية ولوجود المنتج (كتاب حروفي التفاعلية والتطبيق).
٢. تعريف الناس بأهمية دمج اللعب في التعليم وفائدة هذه التقنيات وتأثيرها على النمط الدراسي للطفل.
٣. التخفيف وحل المشكلات التي من الممكن أن تعاني منها الكثير من الأمهات أثناء تعليم أطفالها للحروف.
٤. حث وتحفيز المدارس والروضات على ضرورة الاعتماد على مثل هذه التطبيقات أثناء التعليم.

٦,٢,٢ بناء الرسالة الترويجية

سيتم الترويج للكتاب من خلال استخدام اسم المنتج والتطبيق (حروفي التفاعلية) كعلامة تجارية من خلال مجموعة من الوسائل الترويجية المتكاملة، وازهار الشعار الخاص بالكتاب في جميع الإعلانات، والبرامج التسويقية للشركة.

٦,٢,٣ تحديد الوسائل والأدوات الترويجية

للاوصول للفئة المستهدفة بالطريقة الصحيحة وتحقيق الهدف من الحملة الترويجية سنقوم باستخدام الأدوات التالية:

➤ Digital/Internet marketing

سنقوم بإنشاء حملة ترويجية باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي (Facebook ,Instagram) ، حيث أظهرت نتائج الاستبيان أن هناك تواجد كبير للفئة المستهدفة لدينا (الأمهات) على هذه القنوات وعادة ما تقوم بالبحث عن المنتجات عن طريق هذه القنوات ، حيث سنقوم بتصميم اعلانات تناسب الفيس بوك والانستغرام باستخدام برامج الأديوبي وبعتماد ألوان مناسبة في التصميم ، واعداد اعلانات ممولة يتم فيها تحديد الفئات وأماكن ظهور الإعلان بدقة لتحقيق الهدف المطلوب وهو وصول المنتج وعلامتنا التجارية للفئة الصحيحة من خلال هذه القنوات .

بالإضافة لحجز نطاق ((Domain Name)) يتم الاستفادة منه حالياً ومستقبلاً، حيث سنقوم بإنشاء صفحة (Landing Page) باستخدام برنامج (Adobe Muse)، تحتوي على معلومات عن التقنية المستخدمة في التطبيق وشرح عام عن التطبيق والكتاب واطافة صور توضح فكرة التطبيق، لبناء الوعي عند الفئة المستهدفة تجاه منتجنا، فتكون هذه الصفحة مكان يحتوي على معلومات تفيد الفئة المستهدفة، تتمكن من الوصول لها في أي وقت ومكان.

➤ Advertising

قمنا بتصميم فلاير (بروشور) يحتوي على معلومات مختصرة عن المنتج والتقنية ومعلومات التواصل، قمنا بتوزيعها على المكتبات وخلال زيارتنا للمدارس.

➤ الزيارات الميدانية:

قمنا بزيارة لعدد من الروضات والمدارس في مدينة الخليل، حيث قمنا بالتخطيط مع مدراء المدارس للقيام بفعاليات ترفيهية وتعليمية للأطفال باستخدام المنتج (التطبيق والكتاب).

المدارس التي قمنا بزيارتها وعرض المنتج عليها:

- مدرسة النخبة _ نمره
- مدرسة سيد كتاب _ عيسى
- مدرسة وروضة الأزهار الخاصة _ عين سارة
- مدرسة وروضة دار العرفه _ الحسبة

فعايلاتنا مع أطفال روضة النخبة



صورة ٦,١

صورة تظهر فعايلاتنا مع طلاب روضة النخبة



صورة ٦,٢

صورة تظهر فعايلاتنا مع طلاب الصف الأول لمدرسة الأزهار الخاصة.



صورة ٦,٣

صورة تظهر استخدام التطبيق من قبل أحد الطلاب في مدرسة الأزهار الخاصة.



صورة ٦,٤

صورة تظهر اجتماعنا مع مجلس ادارة مدرسة دار المعرفة



صورة ٦,٥

٦,٢,٤ تحديد الميزانية

تضمن تحديد الميزانية ما بين اعلانات مواقع التواصل الاجتماعي (الاعلانات الممولة) وصفحة landing page وتكاليف حجز (domain name) وتكاليف الفلير (البروشور) وتكاليف عمل غلاف للكتاب التعليمي وطباعة الأوراق لتوزيعها خلال الفعاليات في المدارس والروضات وتصوير الفيديو.

الجدول التالي يوضح تقسيم الميزانية على الوسائل المستخدمة والميزانية الكلية لتنفيذ الحملة.

المبلغ اللازم	الكمية* السعر	الوسيلة
\$٤٠٠	١٠٠	اعلانات فيسبوك
\$٤٨٠	\$١٢٠ ٤ اسابيع	اعلانات انستجرام
\$٢٠	\$٢٠	حجز domain name

\$٦,٣٧	٥ صفحات × \$٠,٨٠	فلاير
\$٩,٥٥	٦ صفحات × \$١,٥٩	الغلاف
\$٢٥,٤٨	٨٠ ورقة × \$٠,٣٢	طباعة أوراق الفعاليات
\$ ٦,٦٩	\$٠,٩٦ × ٧	تجهيز الكتب
\$٧٩,٦٢	فيديو ١ × \$٧٩,٦٢	تصوير الفيديو
المجموع الكلي = \$ ١٠٢٧,٧١		

جدول (٨): تحديد الميزانية اللازمة للحملة الترويجية

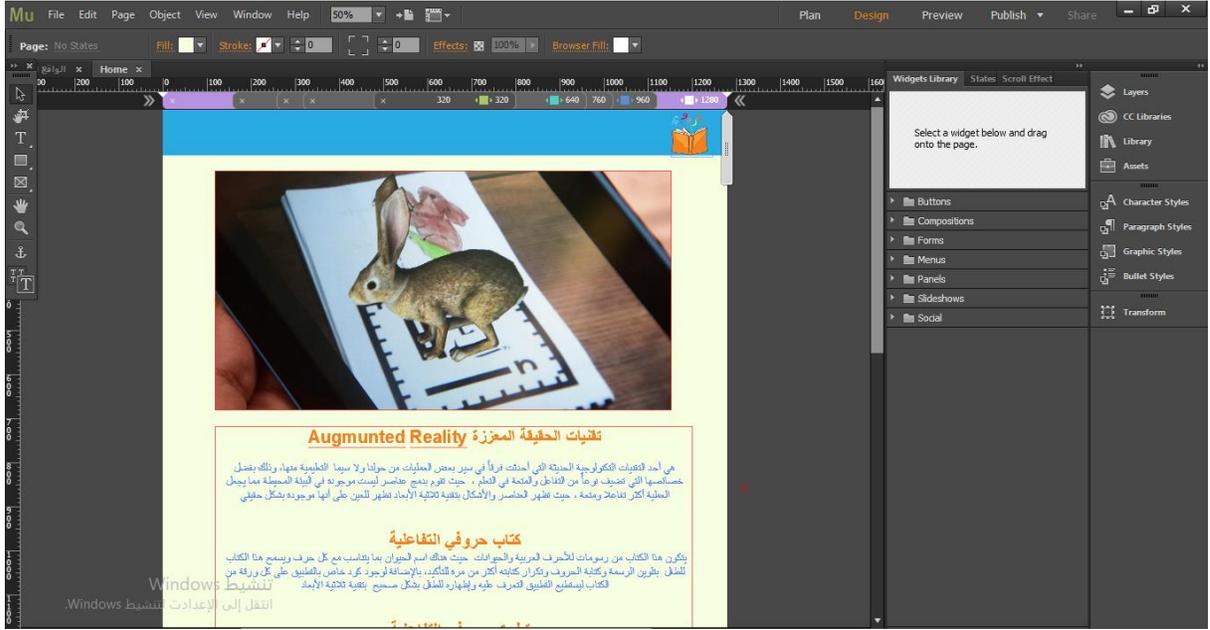
٦,٢,٥ تطبيق الحملة

(Landing page) تم تطبيق جزء من الحملة الترويجية المقررة ، حيث تم تصميم صفحة على برنامج adobe muse ، تم تصميمها لتكون ملائمة عند الاستخدام من الموبايل وشاشات الأجهزة المحمولة الأخرى (تابلت ، ايباد، موبايل ...) ،

(Mobile Optimized page). حيث أن المستخدم لا يحتاج للتكبير والتصغير عند استخدام الصفحة، حيث تم تصميمها لتلائم قياسات شاشات مختلف الأجهزة من اللاب توب بقياس (١٢٨٠) والتابلت (٩٦٠) والفابلت (٧٦٠) والموبايل (٦٤٠،٣٢٠)

وكذلك تم اعتماد نمط واحد في ألوان الصفحة تتكون من اللون الأزرق للفوتر والهيذر واللون البرتقالي للعناوين الرئيسية والأزرق للفقرات.

١,٢,٥,٦ تطبيق الحملة



6.6 صورة (Landing page)



6.5

٦,٧ كيفية ظهور الصفحة على أجهزة اللاب توب



تقنيات الحقيقة المعززة Augmented Reality

هي أحد التقنيات التكنولوجية الحديثة التي أحدثت فرقاً في سير بعض العمليات من حولنا ولا سيما التعليمية منها، وذلك بفضل خصائصها التي تضيف نوعاً من التفاعل والمتعة في التعلم، حيث تقوم بدمج عناصر ليست موجودة في البيئة المحيطة مما يجعل العملية أكثر تفاعلاً ومتعة، حيث تظهر العناصر والأشكال بتقنية ثلاثية الأبعاد تظهر للعين على أنها موجودة بشكل حقيقي.

كتاب حروفي التفاعلية

يتكون هذا الكتاب من رسومات لأحرف العربية والحيوانات حيث هناك اسم الحيوان بما يتناسب مع كل حرف ويسمح هذا الكتاب للطفل بتلوين الرسمة وكتابة الحروف وتكرار كتابته أكثر من مرة للتأكيد، بالإضافة لوجود كود خاص بالتطبيق على كل ورقة من الكتاب ليتمكن التطبيق التعرف عليه وإظهاره للطفل بشكل صحيح بتقنية ثلاثية الأبعاد.

تطبيق حروفي التفاعلية

يستخدم التطبيق تقنية الواقع المعزز، حيث أنه يقوم براءة الكود الموجود على صفحات الكتاب ليتعرف النظام على صوت الحرف والحيوان ويظهر الحرف بالصوت والصورة وتظهر صورة الحيوان بشكل ثلاثي الأبعاد، عند تحميل التطبيق على الجهاز المحمول وتشغيله تلقائياً يستخدم كاميرا الجهاز المحمول ومن ثم يتم توجيه الكاميرا للكود الموجود في الكتاب ليظهر الحيوان بتقنية ثلاثية الأبعاد بالإضافة لصوت الحرف واسم الحيوان.

معرفة ١

٦,٨ انشاء صفحة فيسبوك وصفحة انستجرام

تم حجز الدومين <http://creativeapp.org>

لون، صور و تفاعل
تطبيق وكتاب
حروفي التفاعلية

تعديل

Horoufe Al Tafaolya حروفي التفاعلية
تعليم · @Horoufee

صورة ٦,٨ صفحة فيسبوك وانستجرام

تم ربط رسائل الصفحة بخدمة الشات بوت من خلال chat fuel التي تقدم خدمة الرد الآلي على رسائل المستخدمين.

٦,٩ ربط رسائل الصفحة بخدمة الشات بوت



٦,١٠ انشاء قناة على اليوتيوب تحمل اسم التطبيق



٦,١١ انشاء صفحة تحمل اسم الكتاب والتطبيق على الفيس بوك و Instagram

اعلان ممول على صفحة Instagram



٦,١٢ تصميم اعلان ١ لمواقع التواصل الاجتماعي



٦,١٣ تصميم اعلان ٢ لمواقع التواصل الاجتماعي



٦,١٤ اعلان ممول ٣ لمواقع التواصل الاجتماعي



حروفي التفاعلية_ Horoufe Al Tafaolya

Sponsored · 🌐

تطبيق وكتاب حروفي التفاعلية ، هو أحد منتجات شركة التميز للخدمات التكنولوجية ، يستخدم تقنية الواقع المعزز

تطبيق حروفي التفاعلية

صمم هذا التطبيق بنظام تكنولوجي يعتمد على تقنيات الواقع المعزز التي تجعل من عملية التعلم أكثر واقعية وممتعة وبأسلوب تفاعلي أكثر بعيد عن التلقين، بحيث يأخذ أطفالكم لعالم المتعة والتفاعل.

٦,١٥ اعلان ممول ٤ لمواقع التواصل الاجتماعي

❖ التوصيات والاقتراحات

بعد تطبيق جزء من الحملة وظهور ردود الفعل على ظهور المنتج أمام الفئات المستهدفة فإننا نوصي بالآتي:

أن يكون التطبيق جاهز في المتاجر الالكترونية كـ Google play , App store ، خلال الشهر القادم ، وذلك نظراً لردود الفعل التي رأيناها وسمعناها من الأطفال وتقبلهم واستمتاعهم أثناء استخدام التطبيق وكذلك من الهيئة التدريسية ورغبتهم بشراء الكتاب .

ضرورة التعاون مع المكتبات وتواجد الكتاب فيها خلال الشهر القادم حيث ظهر لنا تقبل كبير من قبل المكتبات ورغبة كبيرة لوجود وبيع مثل هذا الكتاب مع ضرورة التركيز على السعر بحيث يكون لهم نسبة على الربح.

أن يتوافر كتاب وتطبيق مشابه له باللغة الانجليزية لتعليم الحروف الانجليزية والرياضيات، حيث كان سؤالهم المتكرر عما إذا كان يتوفر منه للحروف الانجليزية والرياضيات، حيث انه هناك حاجة لديهم لمثل هذه المنتجات اثناء تعليم هذه المواد الدراسية في المدارس والروضات لوجود التفاعل فيها.

أن يكون التطبيق مرتبط بشكل أكبر بالمناهج المدرسية بحيث يصبح قابل للاستخدام بشكل أكبر من جميع المدارس.

أن يستمر العمل واستكمال الحملة وخاصة زيارة المدارس والفعاليات حيث أنه تم الاتفاق مع العديد منهم على وجود مثل هذه الفعاليات في الفصل الثاني من العام الدراسي، بسبب الاعجاب الكبير بفكرة التطبيق.

في بداية إطلاق الكتاب في السوق، نقترح تقديم منتجات مجانية كهدية تكون مكملة للكتاب للتشجيع على الشراء كالألوان.

- تقنية الواقع المعزز _ مقالة علمية حول تكنولوجيا الواقع المعزز
<https://iopscience.iop.org/article/>
- تقنيات الواقع المعزز واستخداماتها _ مقالة علمية حول تقنيات الواقع المعزز واستخداماتها.
[https://www.researchgate.net/publication/325010066 tqnyt alwaq almzz_wastkhdamatha](https://www.researchgate.net/publication/325010066_tqnyt_alwaq_almzz_wastkhdamatha)
- وزارة التربية والتعليم الفلسطينية _ النظام التعليمي في فلسطين
<http://www.moehe.gov.ps/general-education/general-education/Education-System>
- المزيج التسويقي _ كتاب المزيج التسويقي _ صفحة ٣٢.
- مرفق الاستبيان الالكتروني للامهات
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfT1xykgmEwmlJwQO8h-y1gChDXHm6EQEYusx_uoi52qj5gcA/viewform?usp=sf_link

