

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة بوليتكنك فلسطين  
كلية العلوم الادارية ونظم المعلومات

اسم المشروع

موقع الكتروني لمكتبة يافا

فريق العمل :

تاله شاهين

بنان الصبار

سوسن عيابة

اسيل ابو صبحة

اشراف :

د. عبد الناصر دعنا

قدم هذا المشروع كأحد متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصص التسويق الالكتروني من كلية العلوم الادارية ونظم المعلومات.

2019\_2020

## الملخص

إن عملية مراجعة المشاريع السابقة في الكلية تأخذ من جميع الطلاب وقت وجهد حيث عليهم أن يقوموا بقراءة النسخة الموجودة في المكتبة إن وجدت لمعرفة ماهية المشروع. ومما يزيد الأمر صعوبة هو عملية البحث عن فكرة مشروع تخرج حيث إنها ليست بالعملية السهلة. والطلاب يكون في حيرة من أمره فهو بحاجة إلى من يرشده نحو الفكرة التي تناسب قدراته الذهنية والأكاديمي هوان لم يستطع تحديد ذلك بنفسه, ومن جهة أخرى قد يستنزف وقته وهو ومازال يبحث عن تلك الفكرة وقد لا يتوصل لأي شيء, وقد يواجه مشاكل أخرى أهم هذه المشاكل هو وجود ضغط على مكتبة يافا في طباعة المشاريع وكذلك على الأجهزة نظرا في أن بعض الطلاب يحتاجون الى مساعدة في الحصول على ما يريدونه من قرطاسيه وكتب وطباعة مشاريع وتجهيزها ولكن هناك مشكلة أساسية وهو ما تبين لنا بعد دراسة شامله لوضع الطالب حين يسجل مساق مقدمة مشروع تخرج خلال مقابله مع الطلبة المقبلين على التخرج, لذلك من الضروري بناء موقع ويب يساعد الطالب أينما كان, بحيث يحتوي على أفكار ومقترحات من ذوي خبرات في جميع التخصصات, ويتم تضمين الموقع أيضا بروابط أخرى في الصفحة الرئيسية بطريقه تساعد الطالب, ويتم تصميم الموقع بطريقه سهلة الاستخدام. ونظرا لأهمية ذلك لطلاب الجامعات بشكل عام وطلاب جامعة بوليتكنك فلسطين بشكل خاص, فقد رأى فريق البحث أن يقوم هذا المشروع على تطوير موقع الكتروني ومتجر لإدارة مشاريع التخرج في كلية العلوم الإدارية, يسهل على الطالب الحصول على فكرة دون أي جهد أو ضياع للوقت بالإضافة إلى تسويق أفكار وإبداعات طلاب الجامعة إلى الخارج, وسوف يحقق التكاملية بين كليات الجامعة حينها سيكون بإمكان الكليات الأخرى معرفة المشاريع التي طبقت في كلية العلوم الإدارية بشكل الكتروني.

## **Abstract**

The process of reviewing previous projects in the college takes all students time and effort as they have to read the copy in the library if there is to know what the project is. What makes it more difficult is the process of searching for a graduation project idea as it is not an easy process. The student is confused about what he needs, and he needs someone to guide him towards an idea that suits his mental and academic abilities. Hwan was unable to determine that himself. On the other hand, he may drain his time while he is still searching for this idea and he may not reach anything, and he may face other problems, the most important of these problems. There is pressure on the Jaffa Library in printing projects and also on devices, given that some students need help in obtaining what they want from stationery, books, printing projects and preparing them, but there is a basic problem, which is shown to us after a comprehensive study of the student's situation when he records the course of the graduation project introduction During an interview with students about to graduate, it is therefore necessary to build a website to help the student wherever he is, so that it contains ideas and suggestions from experts in all disciplines, and the site is also included with other links on the main page in a way that helps the student, and the site is designed in an easy to use way . Given the importance of this to university students in general and Palestine Polytechnic University students in particular, the research team saw that this project is based on developing a website and a shop to manage graduation projects in

the College of Administrative Sciences, making it easier for the student to get an idea without any effort or waste of time in addition to marketing Ideas and creations of university students abroad, and it will achieve complementarily between the university's colleges. Then, other colleges will be able to know the projects that have been applied in the College of Administrative Sciences electronically

## الشكر والتقدير

دائما في كل أمورك ثق بالله وتوكل واعلم أن الله سيكون معك بفضل الله سبحانه وتعالى نتوجه بالشكر الجزيل إلى كل من قام بمساندتنا وكان دعما لنا سواء أكان ذلك بتمرير الخبرة اللازمة لنا أو تذليل العقبات من أجل انجاز هذا المشروع وأخص بالذكر معلمنا الأستاذ عبد الناصر دعنا وصاحب مكتبة يافا مخلص الجعبري الذي لم يتأخر عن تقديم أي تسهيل في أصعب الظروف من أجل مساعدتنا في أخراج هذا المشروع .

إننا أيضا نتوجه بكل الامتنان والشكر للجنة المناقشة الأفاضل الذين شرفونا بمناقشة المشروع وعلى دورهم الكبير في إثرائه بملاحظاتهم وتوجيهاتهم القيمة

كما نشكر الإدارة وأعضاء الهيئة التدريسية في جامعة بوليتكنك فلسطين لما قدموه من تسهيل ودعم خلال مسيرتنا الدراسية .

أخيرا أشكر كل من ساندنا في إعداد هذا المشروع من أصدقاء وأهل وأحبة .

## فهرست المحتويات:

الفصل الاول	
المقدمة	1.1
نبذه عن الموقع الالكتروني	1.2
الحاجة السوقية للمشروع	1.3
مقومات نجاح المشروع	1.4
اهمية المشروع	1.5
الملخص	1.6

الفصل الثاني	
المقدمة	2.1
مخطط نموذج العمل التجاري	2.2
الدراسة السوقية	2.3
اهداف الدراسة	2.4
منهجية الدراسة	2.5
الاستبيان	2.6
تحليل المنافسين	2.7
استراتيجية التواصل الاجتماعي	2.8
خطة بناء المحتوى	2.9
تحليل تفضيلات الفئة المستهدفة	2.10

الفصل الثالث	
المقدمة	3.1
نوع المنصة المنوي العمل عليها	3.2
مبررات استخدام المساحة	3.3

الفصل الرابع		
المقدمة		4.1
أفراد العمل ودور كل فرد ومبررات اختيارهم		4.2
خطة التكلفة والسعر مفصلا		4.3
المقترح الأولي للموقع		4.4
تحديد المقاييس التي سيتم اعتمادها في نهاية تطبيق الموقع		4.5
ملخص الفصل		4.6

الفصل الخامس		
مقدمة		5.1
بناء خارطة الموقع (site map)		5.2
خطة بناء الموقع وتجهيزه حسب استراتيجية (ROT)		5.3
خطة الكلمات المفتاحية في الموقع		5.4
خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر ال (SEO)		5.5
تصميم واجهات المواقع المختلفة		5.6
ملخص الفصل		5.7

الفصل السادس		
مقدمة		6.1
وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الجديد		6.2
وصف خطوات تحميل الموقع		6.3
تقييم أداء الموقع باستخدام "Google analytic"		6.4
تقرير حول "Heat Map" للموقع بعد التطبيق		6.5
ملخص الفصل		6.6

الفصل السابع	
مقدمة	7.1
النتائج	7.2
التوصيات	7.3
خطط تطويرية مستقبلية	7.4

الجداول	
جدول نموذج العمل التجاري شرح النموذج	1.1
تحليل المنافسين	2.1
أفراد العمل ودورهم	4.1
تكاليف الموقع الالكتروني	4.2
المدونة	4.3
الترويج على مواقع التواصل الاجتماعي	4.4
تكاليف اخرى	4.5

الصور	
Site map	5.1
اللغة	6.1
المنطقة الجغرافية	6.2
سلوك الزبائن	6.3
التكنولوجيا	6.4
الاجهزة المستخدمة في البحث	6.5
الزيارات	6.6
الزيارات(المصدر او الوسيط)	6.7



## الفصل الاول

المقدمة	1.1
نبذه عن الموقع الالكتروني	1.2
الحاجة السوقية للمشروع	1.3
مقومات نجاح المشروع	1.4
اهمية المشروع	1.5
الملخص	1.6

## 1.1 المقدمة :

تتسم بيئة الاعمال بالتسارع خصوصاً في البيئة التكنولوجية سيما تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، بحيث شاعت الفضائيات وتوسعت شبكة الانترنت ، وتقدمت تقنية الهواتف النقالة ، وحدثت تغييرات في مجالات الحياة المختلفة ، ولا شك ان من اهم وسائل الاتصالات بصفة عامة، والتواصل الالكتروني بصفة خاصة الآن وعلى المستوى العالمي هي شبكة الانترنت.

تساهم التكنولوجيا بشكل كبير في الوصول إلى المعلومات واكتسابها، وبالتالي تطويرها، وهو ما يُعد سبباً لوجود ثورة علمية ومعرفية ضخمة يترتب عليها تسهيل حياة البشر من خلال زيادة الاختراعات في المجالات العملية المختلفة ، كما و ساهمت بحل المشكلات البشرية المختلفة، وخاصةً في الوقت الراهن نظراً لما يمر به من حالة تغير سريعة مرتبطة بكم المعلومات الموجودة.

يعتبر التعليم في فلسطين جانب مهم للغاية من جوانب حياة الفلسطينيين، فمعدلات الإلحاق بمؤسسات التعليم في فلسطين تعبر من الأعلى بالمقاييس الإقليمية والدولية، وذلك يعكس بوضوح أهمية التعليم بالنسبة للفلسطينيين، حيث شهدت الفترة الأخيرة ازدياد في عدد الجامعات إضافة إلي التنوع في البرامج والتخصصات المطروحة وزيادة الإقبال عن تلك الجامعات وظهور المكتبات التي تعمل على توفير خدمات تعليمية طلابية ملائمة لمشاريع واسعة للطلبة .

## المرجع :

الإحصاء الفلسطيني يصدر بياناً صحفياً يستعرض فيه أوضاع الشباب في المجتمع الفلسطيني، بمناسبة اليوم العالمي للشباب، 2018/08/12 .

ومع مرور الوقت أتاحت الثورة التكنولوجية ظهور الحاجة للمواقع الالكترونية كفرصة لتقديم تلك الخدمات عبر الوسط الالكتروني . كأحد نتائج التكنولوجيا في كثير من المجالات مثل التجارة , التعليم , الهندسة والترفيه, ونتيجة لذلك هناك تزايد في تصميم وتطوير مواقع الانترنت لتكون فعالة وسهلة الاستخدام لتسليمها بدرجة عالية من الجودة, ومن اهم المجالات مجال التعليم ونظرا للازدياد الهائل لعدد طلاب المرحلة العلمية العليا وامكانية استيعابه بشكل فاعل.

تعمل مكتبة يافا على تقديم الخدمات التعليمية الطلابية في جامعة بوليتكنك فلسطين , كما توفر جميع مستلزمات مشاريع الطلبة ومستلزماتهم واحتياجاتهم وتقديم الخدمات لكافة الطلبة في جامعة بوليتكنك فلسطين , ولكن تعاني مكتبة يافا من عدة مشاكل تواجهها من أهمها : مشكلة الضغط , قلة التواصل الألكتروني مع المحاضرين في الجامعة , المنافسة الشديدة ما بين السوق الخارجي للجامعة وما بين المكاتب داخل الجامعة , تعطيل الطابعات ومكانات التصوير بسبب ضغط العمل , وفي نفس الوقت يواجه الطلبة تحديات في الحصول على الخدمات والمستلزمات لمشاريعهم والمساقات التي يدرسونها . ومن هنا جاءت فكرة المشروع في تصميم منصة الكترونية لتقديم الخدمات المكتبية لطلبة الجامعة بكل سهولة ويسر .

## 1.2 نبذة عن الموقع الإلكتروني :

تقوم الفكرة على إنشاء موقع الكتروني لمكتبة يافا خاص بطلبة جامعة بوليتكنك فلسطين وهو عبارة عن منصة تشمل كافة مستلزمات الطلاب وكذلك الخدمات التعليمية ويتم ذلك عن طريق الموقع الإلكتروني والتي جاءت فكرته في تخفيف الضغط والمشاكل التي تواجه مكتبة يافا كذلك - إتاحة الفرصة للطلاب في استغلال وقتهم وعدم هدره بالانتظار في المكتبة ,توفير الجهد على الطالب ومساعدته في اختيار أفضل المنتجات وفي مكان واحد, تسريع عملية الشراء وجعله أكثر متعة , ومنح الطلاب خيارات متعددة دون الحاجة للتنقل من مكان لآخر .

### 1.3 الحاجة السوقية للمشروع :

عمل فريق المشروع على اعداد استبانة لتحديد الاحتياجات الطلابية للمستلزمات والخدمات التعليمية لطلبة جامعة بوليتكنك فلسطين ، حيث تبين وجود الاحتياجات التالية :

1- حاجة الطالب لوقت اضافي يكون الضغط فيه أخف على المكتبه حيث معظم الطلاب يتوجهون الى المكتبة من خلال فترة ما بين المحاضرات مما يشكل ضغط كبير على المكتبة(للطالب).

2.حاجة المحاضرين في الجامعة للتواصل الالكتروني لمتابعة التحديثات على نسخ الكتب المقررة في الجامعة (الطالب والمدرس).

كما أجرى فريق البحث مقابلة مع ادارة مكتبة يافا وتبين خلال المقابلة وجود الحاجات التالية :

1.حاجة المحاضرين للتواصل مع المكتبة بشكل جيد لتوفير الادوات المطلوبة للطلبة(المدرس)

2.حاجة المكتبة لاضافة ميزة حيث هناك منافسة شديدة ما بين السوق الخارجي للجامعة وما بين المكاتب داخل الجامعة (المكتبة)

3.توفير البدائل للأصناف داخل المكتبة بجودة متدنية ويسعر اقل من المكتبة داخل الجامعة (المكتبة)

4. تعطيل الطابعات وماكنات التصوير بسبب ضغط العمل وندرة الفنيين القائمين على صيانة هذه الماكنات (المكتبة).

## 1.4 مقومات نجاح المشروع:

القيمة التسويقية : القيمة المقدمة للزائين وهي المقوم الأساسي , ويبدأ من ادراك الطلاب للتغير الذي أضافه الموقع لهم .

وهناك مقومات تزيد من فرصة نجاح المشروع بغض النظر عن نوعه, و مقومات نجاح المواقع الالكترونية تتضمن :

- **تصميم الموقع** : تزداد فرصة نجاح الموقع الالكتروني عندما يشعر مستخدمه بالراحة ,ومن عوامل نجاحه الواجهة السهلة ,عدم وجود صفحات فارغة لا هدف منها ,تصميم الشاشة، وأنظمة التصفح، وكيفية تنظيم المحتوى إما أن تساعد أو تعيق المستخدمين,سهولة حصول الزائر على عذفه المنشود باقل وقت ممكن ،سهولة الخط والتصميم مما يجعل من استخدام الموقع امرا سهلا لجميع زائريه .

- تصميم الموقع من ناحية الالوان ومدى راحتها لعين المستخدم , ومراعاة الشعور السلبي و الايجابي المترتب على استخدام الالوان, فاللون الازرق هو لون العقل ,حيث يؤثر على الفرد ذهنيا وليس كرد فعل جسماني فاللون الازرق الغامق قادر على تحفيز الذهن , اما اللون الازرق الفاتح يصفى الذهن ويزيد التركيز .

- **المشاركة بالشبكات الاجتماعية** : الشبكات الاجتماعية هي كلمة رنانة أصبحنا لا غني لنا عنها ، واقصد منها الفيس بوك وتويتر ويوتيوب ..إلخ ، هذه الوسائط الاجتماعية الإعلامية أصبحت مهمة وأصبحت أيضا عامل بارز للحصول علي كم كبير من الزوار لذا يجب أن نكون متواجدين بهذه الشبكات من خلال عمل صفحة لك بالفيس بوك وكذلك حساب بتويتر لعرض جديد موقعك والتواصل مع الزوار ، كذلك توفير فرصة مشاركة محتوى الموقع عبرهم .

- استخدام بعض المحددات والكلمات المفتاحية للوصول إلي أمثليه محركات البحث:

1. الاهتمام بوصف الموقع .

2. الاهتمام بوضع كلمات مفتاحية حقيقية معبرة لموقعك .

3. استخدام النصوص بطريقة احترافية معبره تضيف بها محتواك بشكل معبر ومميز .
4. سرعة وتيرة التحديث بالموقع وهذا يجعل من موقعك رائد بمحركات البحث .
5. استخدام وصف مخصص للصور .
6. وضع عناوين مميزة للصفحات والصور وكذلك توفير سهولة التنقل بالموقع.

### تعتمد نجاح فكرة المشروع على ثلاثة عناصر:

1. الفرد : يقصد بالفرد هنا المستفيد النهائي من خدمات المكتبات الالكترونية خاصة في قطاع التعليم العالي والذي يشمل أعضاء هيئة التدريس، الطلبة والطالبات في برامج التعليم الجامعي وبرامج الدراسات العليا، والباحثين.
2. المؤسسة: ان قيام مشروع المكتبة الالكترونية يعد محركًا فاعلاً للعملية الثقافية والعلمية والبحثية في الجامعات، ان هذا المشروع ليدعم المكتبات الجامعية ويجعلها تنشط للتعامل مع هذا الواقع الجديد ومن ثم تطوير أدواتهم ووسائلهم وخدماتهم للتعامل مع هذا النوع من المكتبات.
3. البنية التحتية لتقنية الاتصالات والمعلومات: تعد قوة البنية التحتية لتقنية الاتصالات والمعلومات ف فلسطين المحرك الأساسي لقيام المشاريع الالكترونية كمشروع المكتبة الالكترونية، فعلى سبيل المثال إن توافر خدمة الانترنت المتطورة - وهي التي تعد العمود الفقري لمشروع المكتبة الالكترونية - ليعد أمرًا أساسيًا لنجاح هذا المشروع على مستوى فلسطين، لذا فإن بناء بنية تحتية قوية للاتصالات والمعلومات في كافة أجزاء فلسطين ليعد أمرًا مهمًا ومطلبًا ملحا ليس فقط في مجال استخدام والإفادة من المكتبة الالكترونية فحسب بل أيضًا إمكانية التعامل والتفاعل مع التوجه الجديد فيما يتعلق بالتعليم الالكتروني.

## 1.5 اهمية المشروع:

### \_ بالنسبة للطلاب :

- 1- إتاحة الفرصة للطلاب في استغلال وقتهم وعدم هدره بالانتظار في المكتبة .
- 2- توفير الجهد على الطالب ومساعدته في اختيار أفضل المنتجات وفي مكان واحد .
- 3- تسريع عملية الشراء وجعله أكثر متعة ، ومنح الطلاب خيارات متعددة دون الحاجة للتنقل من مكان لآخر .
- 4- التوفير المادي على الطلاب ، حيث يمكن للطلاب الاستفادة من العروض التي يقدمها الموقع
- 5- زيادة راحة الطلاب ، لمعرفةهم أن بإمكانهم إيجاد جميع ما يريدون في مكان واحد .
- 6- إتاحة الفرصة للشركات المعنية وضع منتجاتها في الموقع .

### \_ بالنسبة للمكتبة :

- 1- إتاحة الفرصة للمكتبة لتوسيع نماذج إيراداتها من خلال بيع وتقديم منتجات وخدمات اضافية .
- 2- تحسين جودة الخدمات .
- 3- تسهيل الاجراءات الادارية على الطلاب .
- 4- زيادة رضى الطلاب عن خدمات ومنتجات المكتبة .

## 1.6 الملخص :

إن للتكنولوجيا تأثير كبير وملحوظ على حياة البشر والعالم ككل، كما وهي المساهم الرئيسي بجميع وسائل الاتصال ونقل المعلومات، ومواكبةً للتطور التكنولوجي وظهور الحاجة لوجود مواقع الكترونية تقدم التسهيلات اللازمة بشكل عام و للطلاب بشكل خاص .

نقدم مشروعنا حول " سوق الكتروني لجامعة بوليتكنك فلسطين" سعياً لتحقيق استخدام الطالب للمكتبة بشتى الاشكال والحصول على المعلومات بما يكفي لخدمة المعلم والطالب وذلك بالنظر لازدياد اعداد الطلبة بنسبه كبيره فإن المشروع سيكون فعال من خلال عدة اهداف وهي استغلال الوقت وتوفير الجهد والمال وقدرة عرض المنتجات الخارجية لتكون بين يدي الطالب لتصبح الخيارات المتاحة امام الطالب متعددة و متوفرة حيث يسهل الوصول اليها بدون الحاجه للتنقل ، وبالنظر لأهمية الوسائط الاجتماعية سنتواجد عليها لعرض المستجدات والتواصل مع المستخدمين كما هو مبين من خلال العرض . وبالنظر لنتائج للاستبيان نرى حاجة الطالب لذلك من خلال نسبة القبول و تأييد المشروع والموافقة عليه بنسبه عالية و طرح بعض الحلول المساعدة للطالب وقد نالت الموافقة ايضاً وبوجود بعض المشكلات والتأخير في تقديم الخدمات وعدم توفر كل ما يلزم الطالب فوجدنا ان المكتبة الإلكترونية ستكون فعالة وسهلة الاستخدام في مجال التعليم.



## الفصل الثاني

المقدمة	2.1
مخطط نموذج العمل التجاري	2.2
الدراسة السوقية	2.3
اهداف الدراسة	2.4
منهجية الدراسة	2.5
الاستبيان	2.6
تحليل المنافسين	2.7
استراتيجية التواصل الاجتماعي	2.8
خطة بناء المحتوى	2.9
تحليل تفضيلات الفئة المستهدفة	2.10

## 2.1 المقدمة:

يتضمن هذا الفصل شرح التخطيط الاستراتيجي للموقع الالكتروني للبدء وضع خطة الموقع باستخدام نموذج الاعمال التجارية والعمل على اجراء دراسة سوقية استطلاعية لدراسة اراء الطلاب حول الموقع الالكتروني (المكتبة والسوق الالكتروني) ومن ثم تحديد الفئات المستهدفة وتقسيمها وفق الخصائص المشتركة بين الطلاب .

يتضمن هذا الفصل ايضا شرح خطط فحص الموقع الالكتروني بعد عملية التطبيق وبناء استراتيجيات المحتوى ومواقع التواصل الاجتماعي .

## 2.2 مخطط نموذج العمل التجاري (Business canvas model) :

<p>الفئة المستهدفة:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• طلاب الجامعة</li> <li>• اساتذة الجامعة</li> <li>• الاستشاريين و اصحاب الخبرة مع اعطائهم راتب</li> <li>• اصحاب محلات الاجهزة الكهربائية</li> </ul>	<p>بناء العلاقات:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• السمعة</li> <li>• الخدمات الاضافية</li> </ul>	<p>الانشطة الرئيسية:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• الاعلان والترويج</li> <li>• دعم الزبائن(الطلاب واصحاب المكتبة )</li> <li>• تنظيم العلاقة بين الطلاب والمدرسين</li> <li>• تطوير الموقع الالكتروني وصيانته</li> </ul>
<p>الموارد الرئيسية:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• موظفين</li> <li>• المكتبة(4موظفين)</li> <li>• استخدام التكنولوجيا</li> <li>• الخبراء و استشاريين</li> </ul>	<p>القيمة المضافة:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• خدمة طباعة مشاريع التخرج وتنسيقهم</li> <li>• توفر الاستشاريين</li> <li>• توفر مشاريع التخرج اون لاين</li> <li>• تحليل احصائي للاستبيانات</li> <li>• المتعلقة بمشاريع التخرج</li> <li>• طباعة وتجليد هارد كفر للمشاريع</li> <li>• توفير ما يحتاجه الطالب خارج قائمة الاصناف الموجودة في الموقع</li> <li>• توفر لابتوبات بجميع الاصدارات</li> <li>• تقديم خدمة البرامج التي تتعلق بالمساقات الجامعية</li> </ul>	<p>القنوات:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• المكتبة</li> <li>• مواقع التواصل الاجتماعي</li> <li>• محركات البحث</li> <li>• الموقع الالكتروني</li> </ul>
<p>العوائد:</p>	<p>التكاليف:</p>	<p>الشركاء:</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• نسبة الربح من كل خدمة مقدمة</li> <li>• عوائد الاعلانات ( social media and website)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• اعلانات</li> <li>• تكاليف الموقع الالكتروني</li> <li>• تكاليف الصيانة الدورية للمكتبة</li> <li>• تكاليف خدمات ما بعد البيع</li> <li>• تكاليف الموظفين</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• المستشارين</li> <li>• اساتذة الجامعة</li> <li>• اصحاب المحلات التي ستوفر الاجهزة التي يحتاجها الطالب الجامعي (لابتوبات وغيرها )</li> <li>• اساتذة الجامعة</li> </ul>
--	---	---

## 1.1 جدول نموذج العمل التجاري

## شرح النموذج :

1. تم استهداف الطلاب بتقسيمات متنوعة , فالموقع الإلكتروني يعرض لمجموعة واسعة من الطلاب واساتذة الجامعة واصحاب الخبرة والمستشارين , بحيث يتم تقديم جميع الخدمات اللازمة للطلاب والاساتذة وتوفير الوقت والجهد لأصحاب المكتبة.

2. شركاء الموقع الإلكتروني هم اساتذة الجامعة والمستشارين واصحاب المحلات الذين لا يوجد لديهم موقع الكتروني خاص فيهم , ويعد اصحاب مكتبة يافا الشركاء الرئيسيين في الموقع .

3. سوف يتم الترويج للموقع الإلكتروني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والاعلانات الممولة , محركات البحث بالإضافة لبعض العروض في الموقع الإلكتروني .

4. عملية الحفاظ على الطلاب وبناء العلاقات الناجحة لتحويلهما لنزبائن لديهم ولاء للموقع سيكون من خلال تقديم قسم من الخصومات على الخدمات المعروضة بالإضافة للمساعدة في تلبية حاجاتهم من استشارة او طباعة مشاريع التخرج , وتوفير الوقت والجهد في استلام الخدمة المطلوبة .

5. الأنشطة الاساسية التي سوف يقوم بها اعضاء إدارة الموقع تتمثل في الاعلان والترويج , دعم الطلاب وتوفير الوقت والجهد عليهم بالإضافة الى تنظيم العلاقة بين الطالب والاساتذ الجامعي , تطوير الموقع والعمل على صيانتته بشكل مستمر .

6. يوجد العديد من الموارد المطلوبة ليعمل المشروع وهي استضافة مواقع لحفظ ملفات الموقع الإلكتروني , أجهزة حاسوب لإدارة الموقع وصيانتته , رأس مالنا لدفع تكاليف التكاليف الدورية في بداية المشروع , خبرات لإدارة الموقع بطريقة ناجحة .

7. سيحتوي المشروع العديد من التكاليف منها الاعلانات وتكاليف الموقع الالكتروني , تكاليف الصيانة الدورية للمكتبة , تكاليف خدمات ما بعد البيع بالإضافة الى تكاليف الموظفين .

### 2.3 الدراسة السوقية:

الأسباب التي دفعت فريق العمل للتفكير بإنشاء سوقا لكتروني خاص بطلاب جامعة بوليتكنك فلسطين هو تواجدها أولاً بالجامعة حيث لمسنا مشكلة واضحة كان علينا التفكير في تقديم حل يفيد الطلاب .

حيث يخسر الطلاب الكثير من الوقت والجهد لتوفير ما يحتاج و نهمن أدواتو كتب وطباعة مشاريع خلال مرحلتهم الدراسية , وضياح الوقت في الانتظار للطباعة وما الى غيرذلك , كما أن هناك احتياجات أخرى للطلاب , كالاستشارات وتلقي المساعدة من المختصين في مجالات دراساتهم .

بالإضافة الى عدم المام الطالب بالأسعار المطروحة وإيجاد صعوبة في اختيار المكان الذي سيشتري منه بتكلفة أقل .

يهدر الطلاب معظم أوقاتهم في الانتظار في المكتبة وهذا ما يزيد من قلق الطالب وخوفه من التأخر على المحاضرات .

وتؤدي أيضاً كثافة الاستخدام للأجهزة والطابعات الى تعطلها , ما يزيد من الأمر سوءاً .

بناء على ما سبق تبين للفريق ما يلي :

اتضح من خلال سؤالاً لطلاب عن حاجتهم لموقع الكتروني يلبي كافة احتياجاتهم من سلع وخدمات أنهم بحاجة فعليه لموقع الكتروني يشمل مكتبة يافا وغيرها من الشركات والمختصين . أن مكتبة يافا بحاجة لموقع الكتروني حيث يمكنها تنظيم عملها وإفادة الطلاب وتقديم ما يحتاج وبسهولة أكثر وتكلفة وجهد أقل.

### يمكن صياغة مشكلة الدراسة بناء على التساؤلات التالية:

1. ما هي العوامل التي تؤثر على قرار قبول الطلاب للموقع الالكتروني .

2. العوامل التي تعتمد على تلبية احتياجاتهم الدراسية بسهولة ويسر

3. الخدمات التي يفضل الطلاب الحصول عليها الكترونيا

4. كيف ينظر الطلاب للموقع الإلكتروني الكثر تأثيراً على القرار الشرائي.

## 2.4 اهداف الدراسة:

1. حل مشكلة الضغط التي تواجه المكتبة والطلاب في ان واحد .
- 2.التوفيرالمادي على الطلاب ،حيث يمكن للطلاب الاستفادة من العروض التي يقدمها الموقع .
- 3.زيادة راحة الطلاب ،لمعرفتهم أن بإمكانهم ايجاد جميع ما يريدون.
4. اتاحة الفرصة للشركات المعنية وضع منتجاتها في الموقع.
- 5.تسريع عملية الشراء وجعله أكثر متعة، ومن حالطلاب خيارات متعددة والحاجة للتنقل من مكان لآخر .

## 2.5 منهجية الدراسة:

**المنهج الوصفي:** كان عبارة عن جمع البيانات من خلال دراسة استطلاعية وصفية حول اراء الطلاب بموضوع المكتبة محدد بالإجابة على مجموعة من الاسئلة

**مصادر المعلومات :**

**مصادر اولية :**الاستبيانات و المقابلات من قبل الطلاب واصحاب المكتبة

**مصادر ثانوية :**المراجع والكتب

**اسلوب جمع البيانات:**

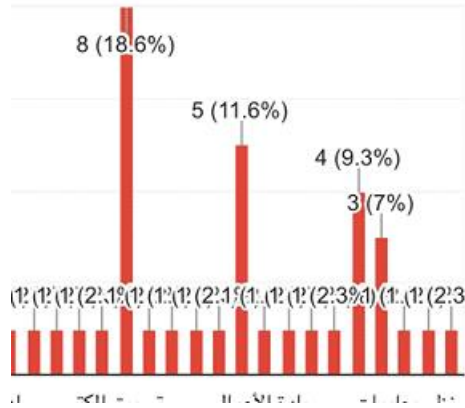
استبيان الكتروني يوفر وقت و جهد في عملية جمع البيانات و بالتالي المساعدة في عملية جمع البيانات دون التقييد بالمكان .

## ادوات جمع البيانات:

في هذا المشروع تم استهداف الطلاب واصحاب المكتبة الراغبين بإنشاء الموقع الالكتروني ,جمعت البيانات عبر الاستبيان الالكتروني (online survey) حيث كانت العينة هي طلاب جامعة البوليتكنك .

## 2.6 الاستبيان:

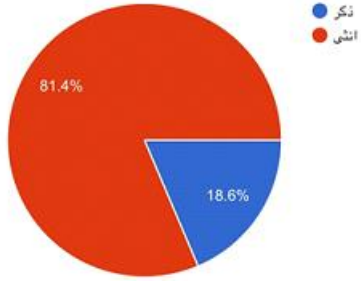
### التخصص





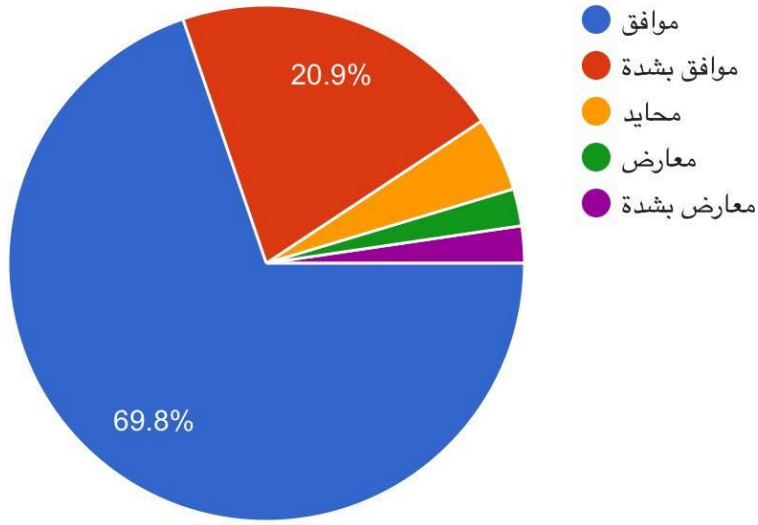


## الجنس





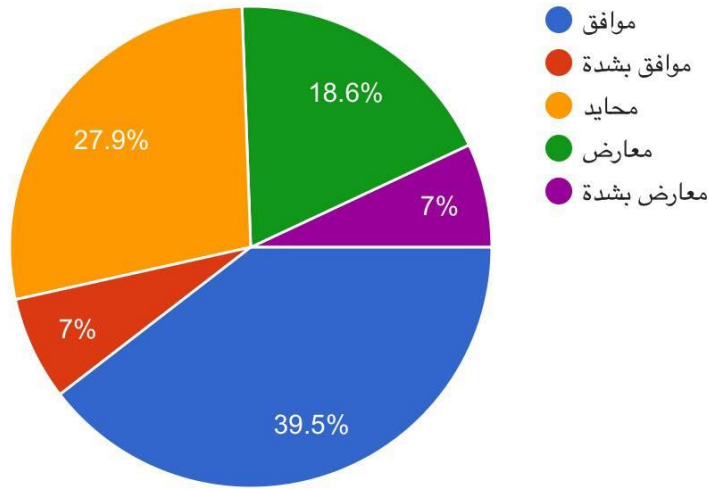
## برأيكم هل تفضلون بناء موقع (سوق طلابي) لجامعة بوليتكنك فلسطين؟





## هل يتوفر كل المستلزمات التي يحتاجها الطلاب في مكتبات الجامعة ؟

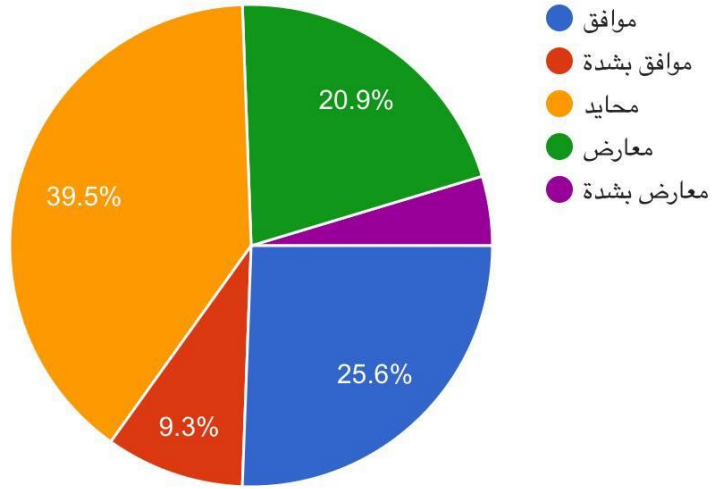
43 ردًا





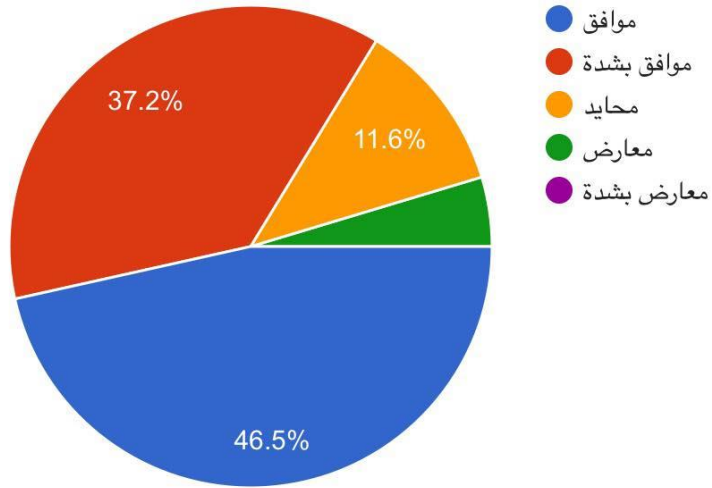
## هل تحصل على الخدمات من المكتبة بشكل

سريع؟





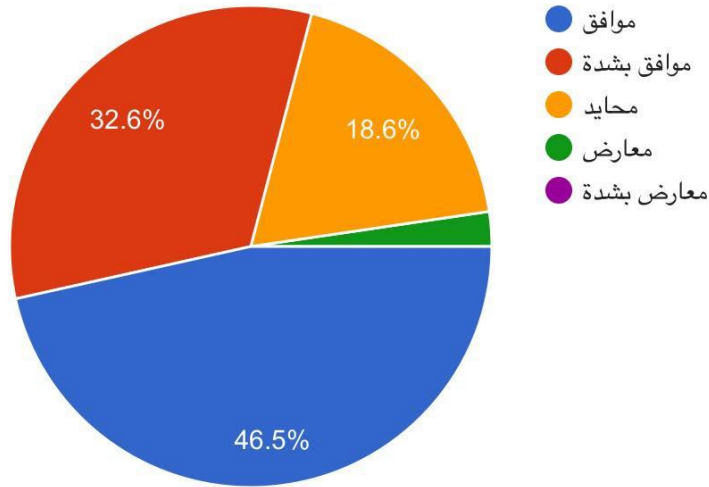
## هل وجود موقع الكتروني يساعد على توفير المقتات والجهد بتقديم الخدمة؟





## هل الحجز المسبق لمشاريع التخرج عبر الموقع الالكتروني هل يحل مشاكل طلبة الخريجين؟

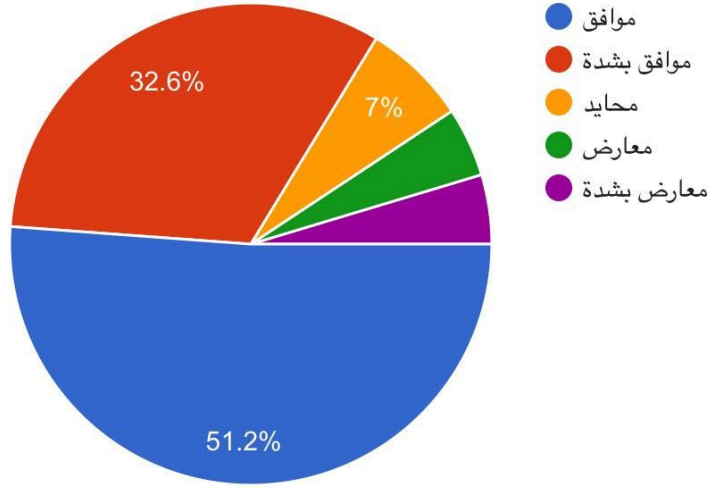
43 ردًا



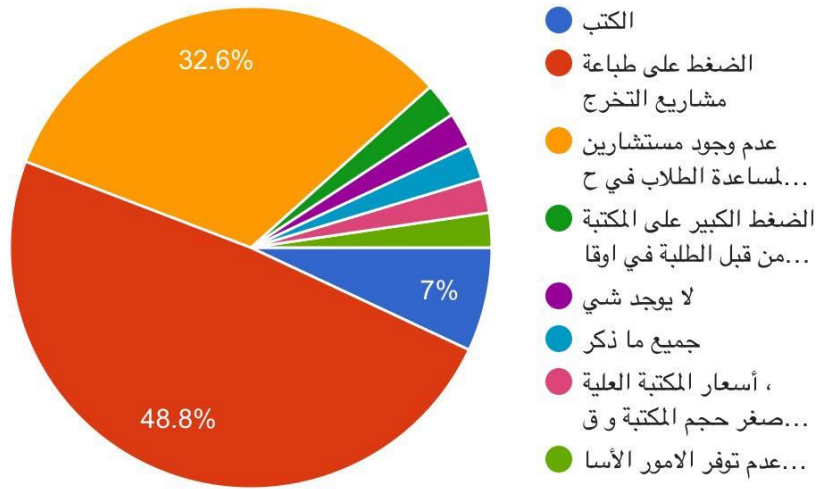


## هل وجود مستشارين (خبراء) في الموقع يساعد على حل مشاكل الطلاب؟

43 ردًا



## من وجهة نظرك ما المشاكل التي تواجه الطلبة في المكتبة ؟





## 2.7 تحليل المنافسين :

### 1.2 تحليل المنافسين

المنافس	مكتبة دنديس الاكاديمية	مكتبة الاشرافة	مكتبة القلم	مكتبة حسام
الفئات المستهدفة	طلاب الجامعة اساتذة الجامعة	طلاب الجامعة	طلاب الجامعة طلاب المدارس	طلاب الجامعة
الميزة التنافسية	وكالات نشر	صيانة , بيع طابعات	السعر يناسب الجميع	المكان , التوفير
القنوات الكترونية مواقع السوشيال ميديا	يوجد لها قنوات على السوشيال ميديا و يتوفر لديها الموقع الالكتروني	لا يتوفر لديها الموقع الالكتروني ولكنها تتوفر لديها قنوات على مواقع التواصل الاجتماعي	لا يتوفر لديها الموقع الالكتروني ولكنها تتوفر لديها قنوات على مواقع التواصل الاجتماعي	لا يتوفر لديها الموقع الالكتروني ولكنها تتوفر لديها قنوات على مواقع التواصل الاجتماعي
مكان التواجد	الخليل الحرس	واد الهرية , دوار الصحة	دوار الصحة	واد الهرية

### تحديد الفئة المستهدفة (Target Audience):

في عملية تحديد الفئة المستهدفة للموقع الالكتروني لابد من تقسيم الزبائن بناء على مجموعة من الخصائص المشتركة بينهم , وتم تقسيم هذه الفئات المستهدفة على النحو التالي:

#### • التقسيم حسب الفئات العمرية

1. الجنس: ذكر , انثى

2. المهنة او التعليم : الطلاب ,اصحاب المهن والمحلات ,المدرسين والاستشاريين

• **التقسيم حسب الاستخدام للمنتج والاستفادة من الخدمات:**

1. طلبة جامعة بوليتكنك فلسطين المهتمين بالحصول على المنتجات والخدمات المقدمة بأقصر وقت ممكن وباقل جهد
2. الشركات المهتمة ببيع الاجهزة الكهربائية وغير قادرة على ايجاد منصة لبيع منتجاتها .
3. اصحاب الخبرات والقادرين على اعطاء المشورة الصادقة .

• **التقسيم حسب المناطق الجغرافية :**

استهداف كافة الطلاب في جامعة بوليتكنك فلسطين ومدرسيها واصحاب الخبرة واصحاب محلات الاجهزة الكهربائية في الخليل.

**2.8 استراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي:**

**تحديد الفئة المستهدفة :**

- **الطلاب:** الطلاب الذين يريدون شراء المقررات الدراسية وتشمل ( القديم المستعمل والجديد والاجهزة والخدمات الاضافية ) والطلاب الذين يفضلون استخدام المواقع الالكترونية اكثر من الطرق التقليدية.

○ **التقسيم حسب الخصائص السكانية:**

1. العمر: 18 -24
2. الجنس: ذكر ,انثى
3. التعليم: التعليم الجامعي والدراسات العليا

○ **التقسيم حسب المناطق الجغرافية:**

استهداف طلبة جامعة بوليتكنك فلسطين القائمة في مدينة الخليل

#### ○ التقسيم حسب الاهتمامات:

1. التجار المهتمين ببيع منتجاتهم الالكترونية والتي تلزم الطلبة الجامعيين.
2. الأفراد المهتمين بالأسعار القليلة .
3. الافراد المهتمين بالتسويق الالكتروني وبالمواقع الالكترونية ككل.
4. الطالب الذي يبحث عن السرعة في تقديم الخدمة .
5. الطالب الذي يبحث عن الميزة والجودة والقيمة الاضافية المقدمة .

#### تحديد اسم الصفحة على مواقع التواصل الاجتماعي:

سوف يتم بناء الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تحمل اسم (Yafa Library)

#### مواقع التواصل الاجتماعي التي تم اختيارها :

سوف يتم استخدام المواقع الالكترونية التالية:

- موقع التواصل الاجتماعي Facebook كونه الموقع الاكثر استخداما وشيوعا في فلسطين حيث يبلغ معدل المستخدمين لسنة2019 ( 2.4 مليار شهريا بمعدل 1.6 مليار مستخدم يوميا بحد أدنى 58 دقيقة على مدار اليوم )
- استخدام Instagram: مفيدة لنشر صور و عروضات عن الشركة ومنتجاتها وخدماتها المقدمة ,حيث بلغ عدد المستخدمين لمنصة الانستغرام لسنة2019(أكثر من 166 مليار زائر يوميا بحد أدنى 10 دقائق باليوم)
- استخدام YouTube في الاعلان عن الخدمات الجديدة في كل فترة و عمل دعايات و برومو عن كيفية استخدام الموقع الالكتروني(يصل إلى أكثر من 1.9 مليار مستخدم شهريًا بمعدل 149 مليون مستخدم نشط يوميا، بمتوسط 40 دقيقة مشاهدة يوميا)

التقنيات والتكنولوجيا المستخدمة في الموقع .

اعتمدنا على مجموعة من التقنيات البرمجية والمادية في القيام ببناء الموقع الالكتروني وتطويره ، التي بدورها ساعدت في جعل الموقع الالكتروني متاح للعمل وتم استخدامها لبناء أجزائه وكانت هذه التقنيات كالآتي :

#### ❖ التصميم والبرمجة :

أعتمد في عملية بناء الموقع الالكتروني على مجموعة من لغات التصميم للواجهات ولغات البرمجة وكانت كالآتي :

#### • لغات التصميم وتشمل :

1 . لغة "HTML" بناء الصفحات : ، حيث تأتي بطريقة مبسطة وأساسية لبناء الفقرات والجداول والقوائم والأسطر وغيرها .

2 . لغة CSS : تأتي لأضافة اللمسات الجمالية للغة .

#### ❖ أنظمة التشغيل :

بالنظر الى البيئة التي سوف تعمل على ترجمة اللغات المذكورة مسبقا فهي سيرفرات تحمل نظام التشغيل " Linux Hosting " حيث أن لغة ( PHP لغة تعمل على نظام تشغيل من نوع " Liritux "

"



## ❖ تقنيات الحماية والامان :

أكثر المواقع حساسية لمواضيع الاختراق هي مواقع التسوق كونها تحتوي معلومات مهمة وخاصة جداً تخص الزبون مثل " معلومات بنكية وبالتالي من المهم جداً أن تحتوي على شهادة التشفير " Secure Sockets Layer " التي تعمل على تشفير البيانات التي يتم تناقلها بين ( Laser and server ) .

## ❖ المعدات التكنولوجية :

تمثلت المعدات التكنولوجيات المادية بجهاز حاسوب بمعالج " Core Duo I3 " وذاكرة " GB4 " وكان ذلك لسبب استخدام العديد من برامج التصميم والتعديل للصور وبعض الخوادم المحلية التي تحتاج جهاز حاسوب بهذه المواصفات.

## خطة فحص الموقع بعد التطبيق :

فحص الموقع يكون أثناء التطبيق للتأكد من عمل الأدوات بشكل جيد وعدم وجود أخطاء ولكن بعد عملي الالكتروني يوجد اختبار نهائي يجب أن يتم لتحديد هل الموقع مناسب او لا وسوف يتم استخدام عدة ادوات من شركة " Google " لاختبار الأمور التالية :

1. اختبار سرعة تحميل الموقع الالكتروني باستخدام أداة :  
" Page Speed Insights " .

2. اختبار مدى تجاوب الموقع مع محركات البحث باستخدام أداة :  
" syeolesteronline . com " " sacchecker . pro " .

3. العمل على اختبار تجاوب الموقع مع كافة الشاشات باستخدام الأدوات التالية :  
" quirktools .com " ، " testsiz . com " .

4. اختبار الموقع على عينة من جهاز حاسوب وجهاز " tablet " وهاتف ذكي .

5. اختبار اللغات من خلال استخدام أدوات " Google analytics " .

سبب اختيار نظام ادارة المحتوى ( CMS ) :

سبب اختيار الموقع من نوع CMS ( 2018 , smallbusinesschiron . com ):

الموقع الالكتروني الذي سوف يتم تطبيق المشروع عليه يحتوي عدة ميزات تشمل:

- إمكانية التسجيل وتسجيل الدخول
- اضافة المنتجات وبالتالي الصور و النصوص .
- التحكم من لوحة تحكم مرتبطة بقواعد بيانات تعمل على التغيير في الموقع بالتزامن مع التغييرات من ( لوحة التحكم) .
- واجهة للمستخدم font stage وواجهة لمدير الموقع أو الزبون backstage.

وهذا هو الحال للموقع الذي سوف يتم بناؤه حيث كما يظهر عبر بعض الميزات التي تم ذكرها سابقا بأنه موقع غور ثابت فهو ليس للعرض فحسب بل للتفاعل واطافة التعليقات والتقييمات جميعها تحكم عليه بانه موقع الكتروني من نوع ( CMS ) .

## 2.9 خطة بناء المحتوى (content led Gen)

هناك العديد من الطرق التي يمكن الاستفادة منها في عملية جذب الزيارات للموقع الالكتروني وبطرق ( Organic Search ) بمعنى أنه مجاني ويعتمد على النقاط التي يحصل عليها الموقع الالكتروني في محرك البحث لتجعله متفوق على غيره من المواقع المنافسة في نفس المجال أو المستخدمة لنفس الكلمات المفتاحية .

## ❖ المدونات (blog):

أحد أهم الإضافات التي يمكن أن تجذب الطلاب للموقع الإلكتروني ، هي محركات البحث بطرق مجانية ، فالمحتوى في هذا المجال سوف يلعب دور مهم خصوصا إذا كان جديد غير مكرر ، الكلمات المفتاحية التي سوف يتم استخدامها كذلك اختيار عنوان المشاركات بعناية ،كل ذلك يجعل من المواضيع مصدر لجذب الطلاب بأقل التكاليف .

كذلك دخول الطلاب للموقع سواء الطلاب المهتمين او غير المهتمين بالمنتجات او الخدمات الموجودة في الموقع وخلال زيارته يمكن ان يتم بطريقة او بأخرى اعادة س ذلك فحسب بل تعمل على زيادة نقاط الموقع في محركات البحث ، كلما زادت الروابط للموقع سواء الداخلية أو الخارجية قل الترتيب العالمي والمحلي للموقع ليتصدر الصفحات الأولى .

بناء على ذلك سوف يتم استخدام مدونة في الموقع الإلكتروني الذي يتم العمل عليه من أجل الاستفادة من فرص الترويج المجاني للموقع وكسب الطلاب للموقع الإلكتروني ، سوف تشمل المدونة على الأقسام التالية :

•تحديثات : يحتوي هذا القسم على مواضيع ومحتوى للتحديثات في الموقع الإلكتروني لأخبار الطلاب والمهتمين في الموقع الإلكتروني بأجراء تحديث من ثم ذكر المصدر ( back link ) وهو الذي يعمل على تحسين النقاط المشتركة لتسريع الأرشفة في محركات البحث .

•العمل عن بعد : تخصيص قسم مهم لعدد كبير من طلاب الجامعة الحاصلين على درجات عليا ودراسة عليا على العمل في هذا المجال .

محركات البحث ليست وحدها مصدرا للزيارات على الموقع الإلكتروني . هناك إمكانية للتشجيع المواقع الأخرى على الاقتباس من المحتوى بشرط ذكر المصدر ، ويمكن أن يتطور ذلك لتصبح المدونة كمرجع لبعض العبارات المذكورة أو الحقائق وهذا يحسن بشكل كبير في محركات البحث .

مواقع التواصل الاجتماعي (facebook) سوف يكون جزء من هذه الخطة فالنشر للبقاء على اتصال دائم مع الطلاب .

## 2.10 تحليل تفضيلات الفئات المستهدفة :

الطلاب مختلفين في تفضيلاتهم ورغباتهم في زيارة الموقع الإلكتروني , فمن خلال استخدام (Google analytic) سوف يتم العمل على دراسة الأمور الأكثر تفضيلا للطلاب بالإضافة للكلمات المفتاحية التي يبحثون عنها من أجل منحهم المحتوى الذي يلائمهم .

### ❖ الإطار الزمني المخطط له :

فترة النشر سوف تكون مشاركة واحدة كل ثلاث أيام بحيث يخصص أحد الموظفين لعملية كتابة موضوع مميز , أبداعية بفكرتها وبلغتها مفيدة بدرجة عالية حيث تثير اهتمام الطلاب , بحيث تكون هذا المواضيع مصدر لجذب العديد من الطلاب للموقع .

### ❖ التحسينات المرافقة لخطة ( content led gen ) :

لا تكفي عملية إنشاء المشاركات والمحتوى المعلوماتي الجاذب للطلاب , لا بد من العمل على إجراء تحسينات على قسم SEO في الموقع الإلكتروني , وهناك عدة إجراءات يتم أتباعها لتحسين المحتوى المشارك في الموقع الإلكتروني منها :

1. العمل على إضافة المكون (Yoast SEO) كما سبق تم ذكره في التقنيات التكنولوجية المستخدمة في الموقع الإلكتروني الذي وظيفته تحسين المواضيع في محركات البحث من خلال قياس فوري لفعالية الكلمات المفتاحية المستخدمة في كل مشاركة .



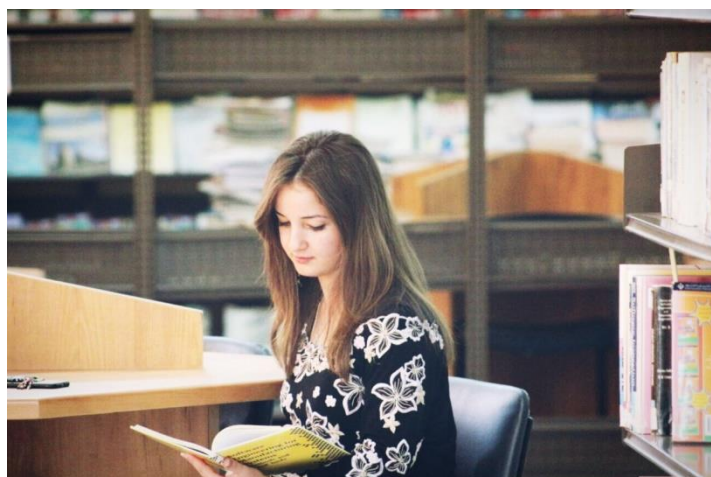
2. العمل على إضافة (Tags) للربط بين المواضيع المتشابهة , في النهاية تكون النتيجة عندما يقرأ الطالب المستخدم للموضوع فيجد في نهاية كل موضوع عدد من المواضيع ذات الصلة التي يمكن ان تزيد من تفاعله في الموقع الإلكتروني.

### ❖ محتوى المنتجات :

مواقع التجارة الإلكترونية تعمل بشكل مستمر على محاولة توفير محتوى مقنع للزبون للمساعدة في زيادة نيته الشرائية كذلك الحصول على الخدمة المطلوبة بشكل كامل, وفي هذا المشروع سوف يتم التركيز على جعل محتوى المنتجات قابل للوصول الى الطلاب بكل سهولة والحصول على الخدمة مع توفير الوقت والجهد وتحقيق هدف الطالب من عملية الدخول للموقع الإلكتروني في أسرع وقت ممكن ويتم ذلك من خلال:

1. صور المنتج : سوف يتضمن كل منتج ما لا يقل عن 4 صور تصف المنتج من كل الجوانب وبجودة مناسبة ليتم التعرف على طبيعة المنتج .
2. وصف تفصيلي للمنتجات : حيث تتوفر خانات لكل نوع من المنتجات يقوم البائع الذي يقوم بعرض المنتج بحيث يكون لديه الخبرة الكافية ومدرب على تعبئتها .
3. فيديو توضيحي للمنتجات بحيث يكون الفيديو موجودا إلى جانب الوصف : لأن المجتمعات العربية بطبيعتها غير محبة للقراءة بقدر حبها للمحتوى المرئي كونه ينقل المعلومة بشكل أسرع.
4. ميزات تفاعلية : كالتعليق والإعجاب كل ذلك مهم لبناء الثقة لدى الطلاب والتشجيع على تبني المنتج.

## Persona :



\_ الطالبة ياسمين عمار .

\_ تخصص ( ادارة أعمال) .

\_ سنة رابعة .

\_ تسعى للحصول على ملخصات المواد وأسئلة سنوات سابقة متاحة للحجز عبر الانترنت قبل استلامها  
بفترة لتوفير الوقت , ومساعدين ومستشارين للمساعدة في إتمام المشاريع التي تقوم بها .



\_ الطالبة داليا أبو عرقوب .

\_ تخصص وسائط متعددة (جرافيك) .

\_ سنة رابعة .

\_ تسعى الى الوصول لمنتجات أدوات الرسم عبر الانترنت بأسعار أقل من المكاتب الأخرى لاتمام مشاريع المساقات , وبيعها عبر الموقع في حال تم استخدامها مرة واحدة وعدم حاجتها اليها مرة أخرى .



\_ تالا أبو غريبة

\_ تخصص تسويق إلكتروني

\_ سنة ثانية

\_ تفضل رؤية جميع الخيارات على الموقع بجميع الأسعار لاختيار الأفضل , وتوفير الوقت بحجز ما تريد قبل الذهاب للمكتبة , والحصول على المساعدة في المشاريع والواجبات من قبل أشخاص مختصين وذوي خبرة .



\_ سامح شويكي

\_ تخصص نظم معلومات

\_ سنة رابعة

\_ يسعى للحصول على مساعدين ومستشارين لاقادته في اتمام مشاريع المواد ، والحصول على تلاخيص المواد  
وأسئلة سنوات سابقة في وقت قصير من دون انتظار .

## المخلص :

دار الحديث في الفصل الثاني حول بناء استراتيجية الموقع الإلكتروني والعمل على دراسة سوقية استطلاعية ومن ثم العمل على تحديد فئات الموقع الإلكتروني المراد استهدافها في تقديم الخدمات والمنتجات , في النهاية تم الحديث عن استراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي وبناء محتوى الموقع

## الفصل الثالث

المقدمة	3.1
نوع المنصة المنوي العمل عليها	3.2
مبررات استخدام المساحة	3.3

## الفصل الثالث:

### 3.1 مقدمة

يحتوي هذا الفصل على الخطوات المتبعة في عملية نطاق ومساحة الموقع الالكتروني ,كون هذه العناصر مهمة لتشغيل الموقع الالكتروني واتاحة لجمهور الزبائن وتحديد نوع الموقع الالكتروني وسبب اختيار هذا النوع ,ومن ثم تحديد ما هو نطاق الذي تم الاتفاق على اختياره للموقع الالكتروني .

### 3.2 نوع العمل المنوي العمل عليه

\*منصة "wordpress"

هي منصة عالمية ومجانية وبمميزات فريدة تجعل من كل شخص يفتقر للغات البرمجة الاساسية من بناء الموقع الذي يريده بكل سهولة و دون الحاجة الى المبرمجين في معظم الحالات ,حيث تمكن هذه المنصة مستخدميها من تثبيت الملفات البرمجية ورفعها على الاستضافة ومن ثم ربطها بقواعد البيانات بكل سهولة من خلال استخدام واجهة تثبيت سهلة ,ليس ذلك فحسب حيث يقدم الموقع الالكتروني الامور التالية:

1. منتجات مكتبية باقل الاسعار
2. حجز مسبق على طباعة مشاريع التخرج
3. وجود مستشارين يقدمون المساعدة بين الحين والآخر

### 3.3 مبررات استخدام المساحة " الحجز "

تم البحث عن افضل شركات الاستضافة التي تقدم الجودة والسعر الافضل الاسعار تم اختيار شركة " Godaddy " كونها من الشركات في هذا المجال بالاحص في العروض التي تقدمها والمواصفات ذات الجودة العالية



## اسم النطاق ومبررات اختياره

النطاق المختار للمشروع :

Yafalib.com النطاق يتكون من كلمتين :

- 1 Yafa لأن التعامل بشكل اساسي مع مكتبة يافا .
- 2 Lib اختصار لكلمة library وتدل على كلمة مكتبة , وتم اختصارها لعدم جعل الدومين كلمة طويلة وذلك يقلل من جودته .

## الفصل الرابع

المقدمة	4.1
أفراد العمل ودور كل فرد ومبررات اختيارهم	4.2
خطة التكلفة والسعر مفصلا	4.3
المقترح الأولي للموقع	4.4
تحديد المقاييس التي سيتم اعتمادها في	4.5

زيادة تطرية الموقع

## 4.1 المقدمة

سيتم في هذه المرحلة البدء بتحضير عمل المشروع بتحديد دور كل فرد في المشروع , ثم يليه تحديد خطة التكلفة بالتفصيل والبدء بالعمل على تحضير خطة المشروع بصيغتها الرسمية "proposal" وتحديد فترة عمر المشروع والتي تشمل على الفترات الزمنية التي يتم فيها تسليم عمل المشروع وتاريخ تسليم كل جزء وفي النهاية يتم التطرق إلى المعايير التي تعتمد في مقاييس أداء الموقع الالكتروني "web Metrics" والتي يتم تتبعها عبر الأداء الشهيرة لشركة Google وهي "Google Analytics"

## 4.2 أفراد العمل ودور كل منهم ومبررات اختارهم

يتكون فريق العمل في هذا المشروع من 4 طلاب من تخصص التسويق الالكتروني وفيما يلي اسم كل طالب ودوره الأساسي في هذا المشروع.

اسم الطالب	دوره في المشروع	مبرر الاختيار
بنان الصبار	تنسيق ملف المشروع , الكلمات المفتاحية	القدرة على تفصيل الاختيار الأنسب بسبب التعامل مع الأبحاث
تالا شاهين	تصميم واجهة الموقع في القسم العملي	امتلاك مهارة مسبقة في مجال الموقع الالكتروني
سوسن عيادة	المصطلحات الإجرائية , خطة موقع التواصل الاجتماعي "Metrics"	امتلاك مهارة جيدة في مجال التسويق الالكتروني والتحليل
أسيل أبو صبحة	التواصل مع مسؤول المكتبة والتجار وخطة التكاليف	امتلاك مهارة تواصل جيدة

### الجدول (1-4) أفراد العمل ودورهم

## 4.3 خطة التكلفة والسعر مفصلا لكل البنود الواردة فيها

تكاليف الموقع الالكتروني:

Domain Name	12\$
Host	Free

SSI	20\$
Plugins	Free

الجدول (2-4) تكاليف الموقع الالكتروني

المدونة:

Sub Domain	12\$
Host	Free
SSI	10\$

الجدول (3-4) المدونة

الترويج على مواقع التواصل الاجتماعي :

Facebook	
Instagram	

الجدول (4-4) الترويج على مواقع التواصل الاجتماعي

تكاليف أخرى :

12,000NS	رواتب الموظفين
15,000NS	انترنت وهاتف
40,000NS	صيانة
35,000NS(Years)	استهلاك أثاث

الجدول (5-4) تكاليف أخرى

#### 4.4 المقترح الأولي للموقع Proposal بصيغة رسمية :

##### 4.4.1. لمحة عن الموقع :

موقع "Yafalib.com" يشمل كافة مستلزمات الطلاب وكذلك الخدمات التعليمية وإتاحة الفرص للطلاب في استغلال وقتهم وعدم هدره بالانتظار في المكتبة , توفير الجهد على الطالب ومساعدته في اختيار

أفضل المنتجات في مكان واحد , تسريع عملية الشراء وجعله أكثر متعة , ومنح الطلاب خيارات متعددة دون الحاجة للتنقل من مكان لآخر .

✚ يوفر الموقع الإلكتروني خدمة طباعة مشاريع التخرج وتنسيقها , تحليل إحصائي للاستبيانات , حيث يوفر لابتوبات وطابعات بجميع الأصدارات وبأسعار مناسبة , تقديم خدمة البرامج التي تتعلق بالمساقات الجامعية , يوفر الموقع الإلكتروني مستشارين لمساعدة الطلاب , توفير ما يحتاجه الطالب خارج قائمة الأصناف الموجودة في الموقع .

#### 4.4.2. معلومات الاتصال:

العنوان : فلسطين - الخليل

رقم الهاتف : 0598131383

البريد الإلكتروني : "Yafalib.com"

#### 4.4.3. وصف المشروع (التصميم) :

فيما يتعلق في التصميم فأنا نتطرق إلى عدة أمور أهمها:

1. موقع الكتروني متوافق مع كافة الشاشات .
2. ألوان مناسبة مريحة النظر للطلاب وألوان تناسب الجامعة بشكل عام والمكتبة بشكل خاص .
3. السرعة في الأداء وتحميل صفحة الموقع .
4. سرعة وصول الطلاب إلى هدفهم وتوفير الوقت والجهد في الحصول على ما يريدون .
5. سهولة التعامل مع الموقع الإلكتروني , اللغة واضحة ومفهومة للجميع .

#### 4.4.4. وصف المشروع (البرمجة):

لا يحتاج المشروع في بداياته كثيرا إلى البرمجة, كونه مبني على منصة الكترونية توفر الحاجة للمبرمجين وهي "Wordpress" وقد نحتاج في البداية إلى بعض التعديلات البرمجية .

#### 4.4.5. مسؤوليتنا في تصميم الموقع الالكتروني :

سيقوم فريق العمل بالبدء في العمل بالمشروع في غضون يوم واحد (1) من أيام عمل هذا المشروع المقترح لتصميم الويب الذي تم توقيعه وإيداع الضمان , وسنكمل العمل بحلول ( 20- أبريل -2020 )

سنقوم (كمصممين) بإبقاء العميل محدثا بشأن الأنشطة على فترات زمنية معقولة , وسنستجيب بشكل معقول للاستفسارات المتعلقة بالتقدم في العمل .

5. 4. تحديد إل (Web Metrics) التي سيتم اعتمادها في نهاية تطبيق الموقع :

#### 4.5.1. عدد المشاهدات للصفحة (Web Page) :

يوضح نسبة الأشخاص الذين يقومون بعمل طلب مباشر للموقع  
(محرك البحث , "URL" , "LINK" ) .

#### 4.5.2. زائرين فريدين (Unique Visitors) :

تحديد نسبة الزيارات المتكررة من كافة الزيارات , كمية الزوار الذين يقومون بالعودة للموقع مرة  
أخرى من كافة الزيارات التي تمت لأول مرة.

#### 4.5.3. (Referrers) :

تحديد مصادر الزيارات التي يتلقاها الموقع , تحديد كمية الزيارات من خلال محركات البحث .

#### 4.5.4. محركات البحث الأكثر استخداما (TSE):

يمكن بهذا المقياس تحديد أكثر محركات البحث استخداما من بين كافة محركات البحث  
المستخدمة من الزائرين لموقع (Yafalib).

#### **4.5.5. الكلمات المفتاحية الأكثر استخداما (Top Keyword):**

الكلمات المفتاحية الأكثر استخداما وكتابة في محرك البحث للوصول إلى الموقع أو أي صفحة أو محتوى يتعلق بالموقع , فهذا يحدد الكلمات المفتاحية الأكثر كتابة من كافة الكلمات المفتاحية المدرجة في قائمة الكلمات المفتاحية للموقع ليتم التركيز فيما بعد على التعمق في هذه الكلمات .

#### **4.5.6. الصفحات التي غادرها الزبون (Exit Page):**

تحديد أكثر الصفحات التي انتهت جلسة الزائر فيها , فهذا المقياس يساعد على حل بعض المشاكل في الموقع الإلكتروني والتي يصعب العثور عليها وبالأخص عندما يحتوي الموقع على العديد من الصفحات .

#### **4.5.7. الصفحات الأولى للزبائن (Entrance Pages):**

يحدد الصفحة الأولى التي تظهر للزائر والتي تقوم بالبداية بالتصفح من هذه الصفحة .

#### **4.5.8. معدل الارتداد (Bounce Rate):**



يوضح نسبة الأشخاص الذين قاموا ببدء الجلسة وإنهائها في نفس الصفحة , هذا مقياس مهم لتحديد هل يوجد خطأ في الموقع من حيث ترتيب الصفحة أو تصميمها أو عدم تمكنهم من الوصول لما يرغبون بسهولة ( واجهة المستخدم ) أو بطء الموقع , أو دخولهم للموقع الخطأ بسبب كلمات مفتاحية خاطئة في الموقع .

#### **4.5.9. أكثر الكلمات المفتاحية الداخلية استخداما (TISK):**

أكثر الكلمات المفتاحية بحثا داخل الموقع الإلكتروني (Yafalib) , فهذا المقياس يحدد ما هي الكلمات الأكثر بحثا والعمل على التطوير عليها , تحديد العناصر الأكثر طلبا في البحث والعمل على توفيرها في الصفحة

#### **4.5.10. معدل التحويل (Conversion Rate):**

هل قام الزائرون بالوصول للهدف الذي يريده أصحاب الموقع الإلكتروني من الزائرون الوصول إليه ,انخفاض هذه النسبة يعني وجود مشكلة وتحتاج إلى حل , وبالأساس هي الهدف الأساسي للموقع والزائر .

#### **4.5.11. الجلسات (Sessions):**

فترة بقاء الزائر في الموقع (هذا المقياس يساعد في تحديد هل يوجد مشكلة بالموقع أم لا) .

#### 4.4.12. معدل الضغوطات على معدل المشاهدات (Click through Rate):

بهذا المقياس يمكننا تحديد نسبة الأشخاص الذين قاموا بالدخول للموقع والقيام بما هو مطلوب في الإعلان من كافة الأشخاص الذين ضغطوا على الإعلان عند طرح إعلان ما في الموقع , يساعدنا هذا المقياس على تحديد مدى فاعلية الإعلان وتحديد ما إذا كان هناك مشكلة في الإعلان والرسالة التي أوصلها للجمهور المستهدف.

#### 4.5.13. مصادر زوار الموقع الالكتروني (Traffic Source):

يمكن من خلال هذا المقياس تحديد "هل كافة الزيارات التي تقوم بدخول الموقع من فلسطين أو من دول أخرى ونسبة الزيارات من الإعلان من كافة الزيارات , هل الزوار من الفئات المستهدفة أم لا . هل دولة الزوار هي الدولة المستهدفة أم لا" .

#### 4.5.14. الصفحات الأكثر زيارة (Top Page) :

تحديد الصفحات الأكثر زيارة من كافة الصفحات ويمكن عبر هذا المقياس معرفة ما هي الاهتمامات التي يقع عليها تركيز الزائرين وبماذا يهتمون وما هو الشيء الذي يثير اهتمامهم أكثر في هذه الصفحة ليتم التعديل على باقي الصفحات.

#### 4.6. ملخص الفصل :

في هذا الفصل تم تحديد أعضاء فريق العمل وسبب اختيار كل فرد , ثم الانتقال لتوضيح تكاليف المشروع ومن ثم التطرق إلى المقترح الأولي للمشروع , تحديد الفترة الزمنية للعمل بالمشروع وفي النهاية تم استعراض أهم المقاييس التحليلية التي اعتمدت على رصد نتائج الموقع الالكتروني.

## الفصل الخامس

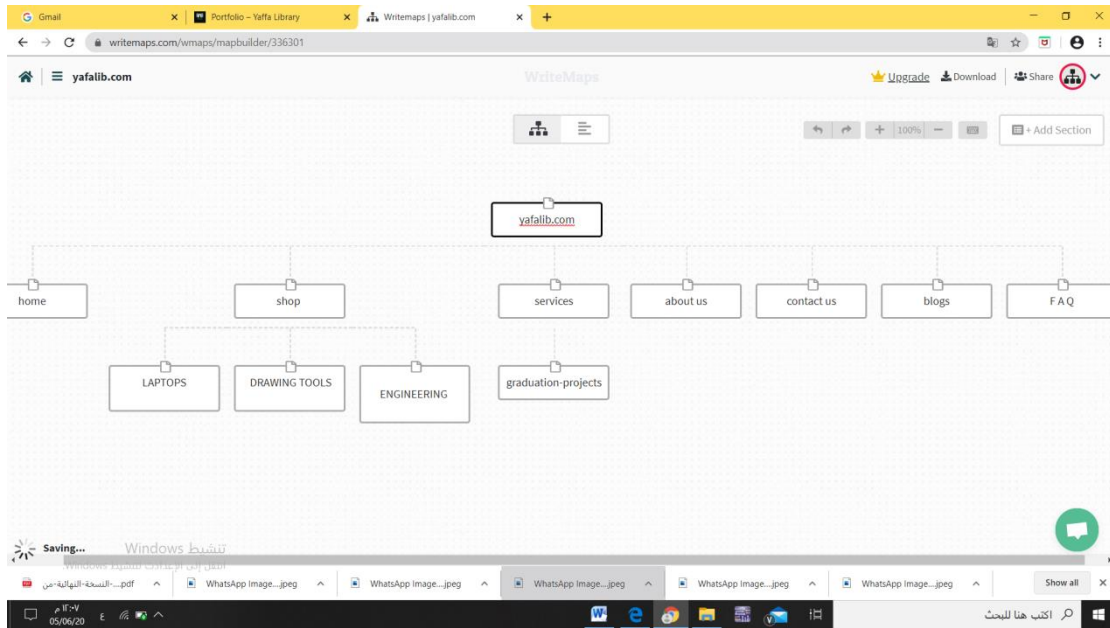
مقدمة	5.1
بناء خارطة الموقع (site map)	5.2
خطة بناء الموقع وتجهيزه حسب استراتيجية (ROT)	5.3
خطة الكلمات المفتاحية في الموقع	5.4
خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر ال (SEO)	5.5
تصميم واجهات المواقع المختلفة	5.6
ملخص الفصل	5.7

## 5.1 مقدمة

سيتم في هذا الفصل البدء بالعمل على تصميم الموقع الالكتروني ببناء خطة الموقع الالكتروني ورسم ( site map) وبناء خطة محتوى الموقع الالكتروني ولا بد من هذه الخطوة الاخذ بعين الاعتبار بأن يكون المحتوى محدث , ذو فائدة ومنخصص في مجال محدد

سيتم ايضا بناء خطة الكلمات المفتاحية للموقع الالكتروني والتي يجب ان تشمل على الكلمات المفتاحية للموقع من الزبائن كتابتها في محركات البحث او داخل الموقع الالكتروني للوصول للمنتجات والبدء بمرحلة تهيئة الموقع لمحركات البحث بتحديد الاجراءات المتبعة لذلك واخيرا المباشرة بتصميم الموقع الالكتروني وفي موقعنا الحالي عملية تصميم الموقع نعتمد على اضافات ( bulgines) تابعة لمنصة (word press)

## 5.2 بناء خارطة الموقع (site map)



site map 5.1

## 5.3 خطة بناء الموقع وتجهيزه حسب استراتيجية (ROT)

### 5.3.1 تحديد المحتوى المراد نشره والشروط

#### 5.3.1.1 المدونة

- تحديثات الموقع الالكتروني التي تهم متابعي الموقع الالكتروني و أعضائه : الطلاب ,الاساتذة , المستشارين
- قصص نجاح لا شخاص حققوا نجاح و ربح من اصحاب المحلات التجارية

#### 5.3.1.2 شروط محتوى المدونة الواجب تتبعها من الناشر

- خلو المحتوى من الاخطاء
- استخدام اللغة الفصيحة
- الابتعاد عن المحتوى العام
- نشر اخبار اسبوعيا
- الصياغة الصحيحة للمواضيع

#### 5.3.1.3 الفترة الزمنية لعملية نشر مواضيع مدونة الموقع الالكتروني

سيتم نشر المواضيع ايام (احد ,اثنين ,ثلاثاء ,اربعاء ,خميس)

#### 5.3.2.4 صفحة المنتج والشروط

- الصور :يجب ان تكون واضحة ولا تقل عن حجم (1280\*720)
- وصف المنتج: اضافة وصف دقيق لمميزات المنتجات
- السعر :عدم اضافة سعر غير معقول للسعر المتعارف عليه للمنتج
- حقوق النشر والتأليف: عدم نشر صور لا يملك صاحبها حق التصرف بها

## 5.3.2 من سيقوم بنشر المحتوى

### 5.3.2.1 المدونة :

سوف يتم في بداية المشروع كتابة المحتوى من قبل اعضاء فريق العمل ,ولكن فيما بعد سوف يتم التعاقد مع اصحاب المكتبة

### 5.3.2.2 المنتجات

التعاقد مع عملاء لنشر وعرض منتجاتهم على الموقع الالكتروني مقابل نسبة من الربح بالإضافة الى منتجات المكتبة نفسها

## 5.4 خطة الكلمات المفتاحية في الموقع

كتبة ترشيح يافا, مكتبه في يافا, مكتبة نور, مكتبة الايمان , مكتبة الملتقى التربوي , مكتبة الكتب , مكتبة والعباب الملاك

## 5.5 خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر ال(SEO)

### 5.5.1.1 خطة بناء صفحات الموقع (SEO on the page)

سبق وان تم توضيح المقصود باسم الموقع الالكتروني ولكن بعد ان تم الكثير من الاجراءات عليه تبين انه يتميز:

- قصير
- سهل الحفظ
- يحتوي على كلمات مألوقة

### 5.5.1.2 الصور

يؤثر حجم الصور بشكل كبير على سرعة تحميل صفحات الموقع الالكتروني ,فالمستخدم الالكتروني لا يطيق الانتظار لأكثر من 7 ثواني ,فهناك بدائل كثيرة تجعل المستخدم يختار الافضل بين المواقع على الفضاء الالكتروني ,لذلك تم العمل على تقليص حجم الصور واستخدام صور بصيغة ( jpg , png ) فلا يد من تقليل عدد المنتجات في الصفحة الواحدة لتقليل حجم الصورة في كل مرة يتم فيها تحميل

الصفحة لجعلها اسرع , وبالتالي اعطاء الزبائن راحة اكبر في تصفح الموقع الالكتروني

### 5.5.1.2 التوافق مع الاجهزة الذكية

مستخدمي الهواتف الذكية اليوم في تزايد مستمر , تقدر سيسكو أنه سيكون هناك 11.6 مليار جهاز هاتف جاهزة للاستخدام في عام 2020 ارتفاعاً من 7.2 مليار في العام الماضي. وتعتقد الشركة أنه سيتواصل ازدياد استخدام الأجهزة الذكية التي يمكن ارتداؤها بالإضافة إلى وصول، التكنولوجيا اللاسلكية 5G فائق السرعة في العام 2020

وهذه الارقام تستدعي الاهتمام بموقع الكتروني متوافق مع اجهزة الهاتف الذكي

### 5.5.1.3 المحتوى ذو فائدة وجذاب

في خطة محتوى الموقع الالكتروني واحدى شروطها عدم نشر المحتوى المكرر لسلبياته الكبيرة على الموقع الالكتروني ,و كذلك العمل على صياغة المحتوى ليكون ذو فائدة وجانب جذاب للقراء .



## 5.5.2 خطة بناء الموقع (SEO)

- نشر الموقع الإلكتروني في مواقع أخرى
- إضافة ازرار مواقع التواصل الاجتماعي لتشجيع الزبائن على مشاركة المنتجات في صفحاتهم
- تشجيع المواقع الأخرى على المشاركة للموقع الإلكتروني بوضع روابط الموقع الإلكتروني فيها

## 5.6 تصميم واجهات المواقع المختلفة

### 5.6.1 الصفحة الرئيسية

تتوجه حاليا معظم المواقع الإلكترونية للعمل على تخفيف حجم الصفحة الرئيسية وجعلها قصيرة من ناحية الطول لذلك تم العمل على جعل محتوى الصفحة الرئيسية عبارة عن صور تصف القسم العام للمنتجات

### 5.6.2 المتجر

تحتوي على المنتجات التي يقدمها الموقع الإلكتروني

### 5.6.3 الخدمات

تشمل الخدمات المقدمة والتي تتضمن في طباعة مشاريع التخرج والاستشارات المقدمة

### 5.6.4 صفحة من نحن

جاءت صفحة من نحن لتزويد الزبائن بالعديد من المعلومات المهمة له للتعرف على الموقع الإلكتروني وإثبات حقيقة وجود الشركة وكانت هذه المعلومات :

- أعضاء إدارة الموقع الإلكتروني ومسؤولية كلا منها
- معلومات تصف طبيعة الموقع الإلكتروني

### 5.6.5 اتصل بنا

- نموذج اتصال سهل الاستخدام ومظهر جيد للتواصل مع المكتبة عبر البريد الإلكتروني
- أرقام الهاتف لإدارة الموقع الإلكتروني

- عنوان الشركة و تمثل هذا العنوان عبر خرائط "Google "
- ازرار مواقع التواصل الاجتماعي للمكتبة موجودة في "Footer "
- 

### **FQR 5.6.7**

تتضمن اسئلة عامة تتعلق بالموقع الالكتروني في حال تم نسيان كلمة سر الموقع وكذلك

## **5.7 ملخص الفصل**

شمل الفصل الخامس البدء ببناء خارطة الموقع ,بحيث يتم تحديد اقسام الموقع الالكتروني والاقسام الفرعية التي تدرج تحتها , ومن ثم تم الانتقال الى نوعيه المحتوى ومن ثم تحديد الكلمات المفتاحية لأقسام الموقع الالكتروني وشرح مفصل لصفحات الموقع الالكتروني.

## الفصل السادس

مقدمة	6.1
وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الجديد	6.2
وصف خطوات تحميل الموقع	6.3
تقييم أداء الموقع باستخدام " Google analytic "	6.4
تقرير حول "Heat Map" للموقع بعد التطبيق	6.5
ملخص الفصل	6.6

سيتمضمّن هذا الفصل شرح حول الموقع الإلكتروني من حيث الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الإلكتروني وجعله متاح للعمل ,ومن ثمّ التطرق إلى خطوات تحميل الموقع الإلكتروني من لحظة دخول المستخدمين إليه وانتهاء بتحولهم لأعضاء في الموقع الإلكتروني ووصولهم لهدفهم المرغوب .

## 6.2 وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الجديد

### 6.2.1 الإعدادات المادية لتشغيل الموقع الإلكتروني

#### • جهاز حاسوب بالمواصفات التالية :

1. وحدة معالجة مركزية من نوع "Core13"

2. ذاكرة عشوائية بحجم "GB2"

3. مساحة تخزينية لا تقل عن "GB100"

هذه الميزات قادرة على تشغيل معظم البرامج التي تدعم عملية تحميل الموقع الإلكتروني , فالمتصفح يجب أن يكون محدث ويدعم بعض الإضافات الحديثة في عالم "CSS3" لذلك لا بد من أن تتوفر هذه الميزات في الموقع الإلكتروني ليعمل بالشكل الصحيح .

بالإضافة إلى أن هذه الميزات رخيصة في وقتنا الحاضر ولا يكلف الحاسوب الكثير من المال للمستخدم للحصول عليه

• الاتصال بخط نفاذ من أحد الشركات المزودة لذلك وبسعر لا تقل عن KB128 في الثانية , فيمكن أن يحتوي الموقع الإلكتروني على بعض الصور وغيرها التي تحتاج من السرعة لتحميلها .

• خادم الموقع الإلكتروني يعمل 5 أيام في الأسبوع ابتداء من الأحد إلى انتهاء الخميس ,بالإضافة إلى معدل بيانات لا محدود أو لا يقل عن (TB2) شهريا .

## 6.2.2 المكونات البرمجية لتشغيل الموقع الالكتروني :

- شهادة أمان للموقع الالكتروني , ليست مطلوبة ولكنها أفضل لأداء الموقع .
- بريد الكتروني خاص بالموقع الالكتروني مع لوحة تحكم.
- يلزم أن يكون متصفح المستخدم يدعم ملفات تعريف الارتباط "Cookies" من أجل جمع البيانات التحليلية لـ "Google analytics"
- نظام تشغيل "windows7" فأكثر , أو أي توزيعه من توزيعات "Linux" أو حتى أنظمة تشغيل شركة "Apple" قادرة على تشغيل الموقع بدون أي مشاكل.

## 6.3 وصف خطوات تحميل الموقع

هناك مجموعة من الخطوات التي يتم إتباعها في عملية تشغيل الموقع الالكتروني وهي:

1. حجز النطاق ومساحة تخزينية بحجم "GB100" من موقع "Goaddy".
2. الدخول للوحة التحكم "Cpanel" الخاصة بالاستضافة والتي تكون على شكل التالي "Cpanel.yafalib.com".
3. استخدام "File manager" في عملية رفع الملفات للموقع الالكتروني , حيث تم رفع ملف مضغوط بصيغة "Zip" يحوي الملفات البرمجية لـ "Wordpress".
4. فك ضغط الملف الذي تم رفعه في الخطوة رقم 3 مسبقا.
5. رفع ملف قاعدة البيانات من الخادم المحلي بعد تصديره الى خادم استضافة الموقع والتعديل على جدول "Options" من قاعدة البيانات لربط الموقع الالكتروني لتحويله من القديم "Localhost" الى رابط الموقع "yafalib.com"
6. الدخول للوحة تحكم الموقع الالكتروني من خلال الرابط التالي

## 6.4 تقييم أداء الموقع باستخدام "Google analytic"

تسهل أدوات "Google" التحليلية على جعل عملية تحليل الموقع الإلكتروني أكثر سهولة ودقة لفهم أنماط وسلوكيات الزبائن أثناء تصفحهم للموقع الإلكتروني وهذا سوف يتم توضيحه بعد استخدام تحليلات "Google"

### • اللغة

اللغة	الانقسام		السلوك		
	المستخدمون ↓ العدد	المستخدمون ↓ النسبة المئوية من الإجمالي	الجلسات	معدل الارتداد	متوسط مدة الجلسة / الصفحات الجلسة
	53	المسبة المئوية من الإجمالي: (53) 100.00%	71	معدل الارتداد: 39.44% ((0.00%	متوسط مدة الجلسة: 00:06:43 الشخصي: 00:06:43 (0.00%)
en-us .1	29	(54.72%)	30	(42.25%)	3.63
ar .2	7	(13.21%)	28	(32.39%)	9.78
ar-eg .3	5	(9.43%)	5	(7.04%)	4.60
ar-sa .4	5	(9.43%)	5	(7.04%)	2.80
en-gb .5	4	(7.55%)	4	(5.63%)	4.25
ar-ae .6	2	(3.77%)	2	(2.82%)	18.50
ar-il .7	1	(1.89%)	2	(2.82%)	1.50

### 6.1 اللغة

أكثر المستخدمين تصفحاً للموقع الإلكتروني كانوا باللغة الانجليزية و العربية

### • المنطقة الجغرافية

السلوك	الاعتساب		البلد			
	معدل الازداد	متوسط مدة الجلسة				
الصفحات/الجلسة	الجلسات	المستخدمين الجدد	المستخدمين			
00:06:43 المتوسط للصفحة الشخصية: 00:05:43 (0.00%)	6.03 المتوسط للصفحة الشخصية: 6.03 (0.00%)	39.44% المتوسط للصفحة الشخصية: 39.44% (0.00%)	71 النسبة المئوية من الإجمالي: (71) 100.00%	50 النسبة المئوية من الإجمالي: (50) 100.00%	53 النسبة المئوية من الإجمالي: (53) 100.00%	
00:02:20	5.04	37.04%	27 (38.03%)	24 (48.00%)	26 (49.06%)	1. Palestine
00:15:06	9.85	18.52%	27 (38.03%)	10 (20.00%)	11 (20.75%)	2. Israel
00:00:00	1.00	100.00%	7 (9.86%)	7 (14.00%)	7 (13.21%)	3. United States
00:00:00	1.00	100.00%	4 (5.63%)	4 (8.00%)	4 (7.55%)	4. India
00:00:00	1.00	100.00%	2 (2.82%)	2 (4.00%)	2 (3.77%)	5. Saudi Arabia
00:02:46	4.00	0.00%	2 (2.82%)	2 (4.00%)	2 (3.77%)	6. (not set)
00:00:23	2.50	0.00%	2 (2.82%)	1 (2.00%)	1 (1.89%)	7. Singapore

## 6.2 المنطقة الجغرافية

أكثر الزوار من دولة فلسطين بنسبة 49%

• السلوك > الزائرون الجدد مقابل مكرري الزيارة

السلوك	الاعتساب		نوع المستخدم			
	معدل الازداد	متوسط مدة الجلسة				
الصفحات/الجلسة	الجلسات	المستخدمين الجدد	المستخدمين			
00:06:43 المتوسط للصفحة الشخصية: 00:06:43 (0.00%)	6.03 المتوسط للصفحة الشخصية: 6.03 (0.00%)	39.44% المتوسط للصفحة الشخصية: 39.44% (0.00%)	71 النسبة المئوية من الإجمالي: (71) 100.00%	50 النسبة المئوية من الإجمالي: (50) 100.00%	53 النسبة المئوية من الإجمالي: (53) 100.00%	
00:02:48	4.82	48.00%	50 (70.42%)	50 (100.00%)	50 (90.91%)	1. New Visitor
00:16:02	10.10	19.05%	21 (29.58%)	0 (0.00%)	5 (9.09%)	2. Returning Visitor

## 6.3 سلوك الزائرين

نسبة الزيارات الجديدة هي 90.0% بينما بلغت نسبة مكرري الزيارة 9.1%

• التكنولوجيا > متصفح الانترنت المستعمل

يستخدم 28.30% من الزوار متصفح "Google Chrome" ويليه متصفح أجهزة الاندرويد

• التكنولوجيا > الشبكة <

المتصفح ?	الانحساب		السلوك			
	المستخدمين ↓ ?	المستخدمين الجدد ?	الجلسات ?	معدل الارتداد ?	الصفحات/الجلسة ?	متوسط مدة الجلسة ?
	53 النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00% (53)	50 النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00% (50)	71 النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00% (71)	39.44% النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00%	6.03 المتوسط للصفحة الشخصية: 6.03 (0.00%)	00:06:43 المتوسط للصفحة الشخصية: 00:06:43 (0.00%)
1 Chrome	15 (28.30%)	12 (24.00%)	32 (45.07%)	21.88%	8.38	00:11:53
2 Android Webview	12 (22.64%)	12 (24.00%)	13 (18.31%)	38.46%	5.85	00:02:42
3 Safari	8 (15.09%)	8 (16.00%)	8 (11.27%)	100.00%	1.00	00:00:09
4 (Safari (in-app	7 (13.21%)	7 (14.00%)	7 (9.86%)	26.67%	3.43	00:00:42
5 (not set)	5 (9.43%)	5 (10.00%)	5 (7.04%)	100.00%	1.00	00:00:09
6 Internet Explorer	3 (5.66%)	3 (6.00%)	3 (4.23%)	33.33%	2.67	00:01:22
7 Edge	1 (1.89%)	1 (2.00%)	1 (1.41%)	0.00%	5.00	00:21:28
8 Firefox	1 (1.89%)	1 (2.00%)	1 (1.41%)	0.00%	30.00	00:08:04
9 Opera	1 (1.89%)	1 (2.00%)	1 (1.41%)	0.00%	4.00	00:00:45

6.4 التكنولوجيا

يتضح من خلال البيانات أن هناك نسبة 10% من الزيارات كانت من G3 الفلسطيني

• الأجهزة > نظرة عامة <

نئة الجهاز ?	الانحساب		السلوك			
	المستخدمين ↓ ?	المستخدمين الجدد ?	الجلسات ?	معدل الارتداد ?	الصفحات/الجلسة ?	متوسط مدة الجلسة ?
	53 النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00% (53)	50 النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00% (50)	71 النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00% (71)	39.44% النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00%	6.03 المتوسط للصفحة الشخصية: 6.03 (0.00%)	00:06:43 المتوسط للصفحة الشخصية: 00:06:43 (0.00%)
1 mobile	31 (58.49%)	31 (62.00%)	32 (45.07%)	50.00%	4.00	00:01:26
2 desktop	19 (35.85%)	16 (32.00%)	36 (50.70%)	30.56%	8.11	00:11:51
3 tablet	3 (5.66%)	3 (6.00%)	3 (4.23%)	33.33%	2.67	00:01:22

6.5 الاجهزة المستخدمة في البحث

أكثر معدلات الزيارة من أجهزة الهاتف بنسبة 58% ويليها أجهزة الحاسوب بنسبة 35%



• الزيارات > القنوات الأساسية للزوار <

المسلك			الاقتساب			Default Channel Grouping
متوسط مدة الجلسة ?	الصفحة / الجلسة ?	معدل الارتداد ?	الجلسات ?	المستخدمين الجدد ?	المستخدمين ↓ ?	
00:06:43 المتوسط للصفحة الخاصة: 00:06:43 (0.00%)	6.03 المتوسط للصفحة الخاصة: 6.03 (0.00%)	39.44% المتوسط للصفحة الخاصة: 39.44% (0.00%)	71 النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00% (71)	50 النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00% (50)	53 النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00% (53)	
00:01:24	3.73	50.00%	30 (42.25%)	28 (56.00%)	28 (52.83%)	Social 1
00:05:33	4.95	42.11%	19 (26.76%)	17 (34.00%)	19 (35.85%)	Direct 2
00:01:27	5.00	50.00%	4 (5.63%)	4 (8.00%)	4 (7.55%)	Organic Search 3
00:17:59	11.22	16.67%	18 (25.35%)	1 (2.00%)	2 (3.77%)	Referral 4

6.6 الزيارات

52.83% من تدفق الزبائن للموقع الإلكتروني من مواقع التواصل الاجتماعي وبمعدل ارتداد متوسط ((50%)

• الزيارات > المصدر أو الوسيط <

المسلك			الاقتساب			المصدر / الوسيط ?
متوسط مدة الجلسة ?	الصفحة / الجلسة ?	معدل الارتداد ?	الجلسات ?	المستخدمين الجدد ?	المستخدمين ↓ ?	
00:06:43 المتوسط للصفحة الخاصة: 00:06:43 (0.00%)	6.03 المتوسط للصفحة الخاصة: 6.03 (0.00%)	39.44% المتوسط للصفحة الخاصة: 39.44% (0.00%)	71 النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00% (71)	50 النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00% (50)	53 النسبة المئوية من الإجمالي: 100.00% (53)	
00:05:33	4.95	42.11%	19 (26.76%)	17 (34.00%)	19 (34.55%)	(direct) / (none) 1
00:02:14	5.19	43.75%	16 (22.54%)	15 (30.00%)	15 (27.27%)	m.facebook.com / referral 2
00:00:10	1.62	75.00%	8 (11.27%)	7 (14.00%)	8 (14.55%)	facebook.com / referral 3
00:00:46	2.67	33.33%	6 (8.45%)	6 (12.00%)	6 (10.91%)	l.facebook.com / referral 4
00:01:27	5.00	50.00%	4 (5.63%)	4 (8.00%)	4 (7.27%)	google / organic 5
00:00:00	1.00	100.00%	1 (1.41%)	1 (2.00%)	1 (1.82%)	7oot.com / referral 6
00:07:20	2.00	0.00%	1 (1.41%)	0 (0.00%)	1 (1.82%)	insights.hotjar.com / referral 7
00:19:47	12.44	12.50%	16 (22.54%)	0 (0.00%)	1 (1.82%)	quirktools.com / referral 8

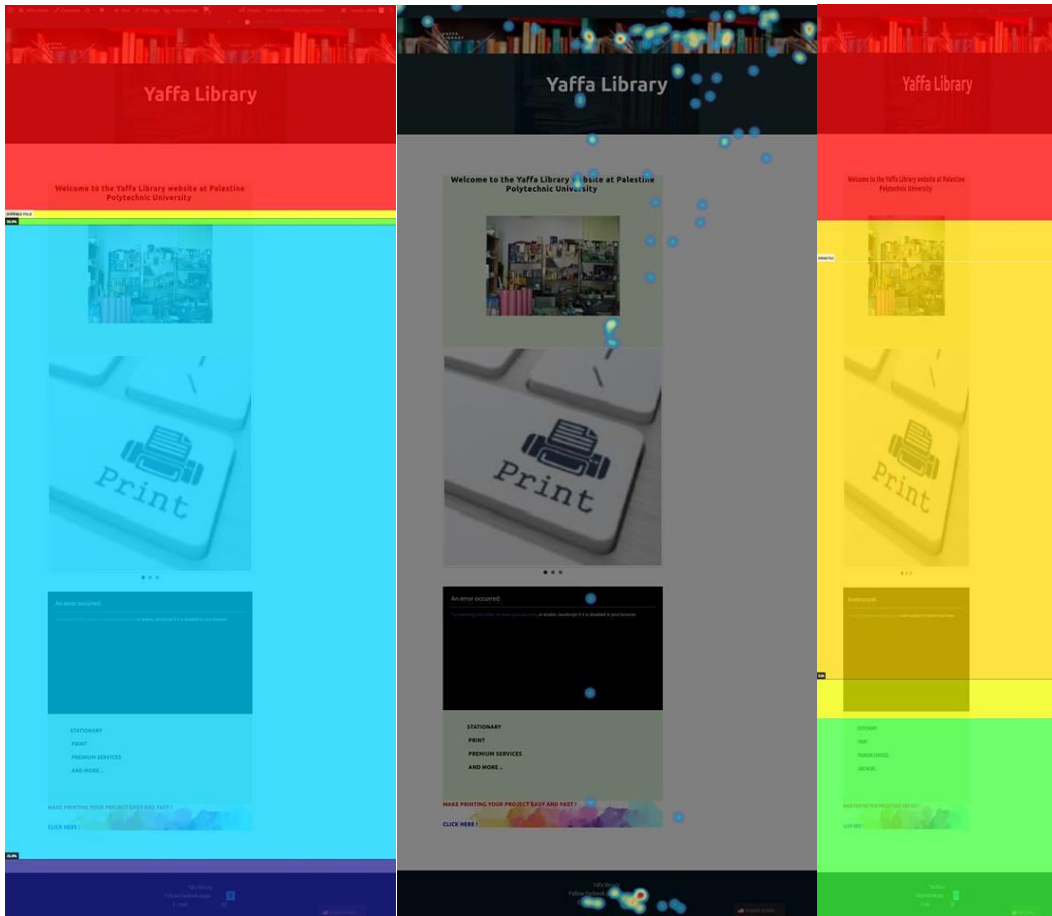
6.7 الزيارات المصدر أو الوسيط

كانت مصادر هذه الزيارات من خلال الفيس بوك بنسبة 27% من الهاتف المحمول و14.5% من أجهزة الحاسوب ويوجد لمحركات البحث نصيب بنسبة 7.3% من زوار الموقع الالكتروني و34.5% دخلوا للرابط بشكل مباشر

#### □ من النتائج الظاهرة في تقرير "Google analytics" السابقة نستنتج ما يلي :

1. معظم زوار الموقع الالكتروني من أجهزة الهواتف الذكية.
2. أكثر الزوار جلسات كانوا من مواقع التواصل الاجتماعي.
3. كان معظم مستخدمي الهواتف الذكية يستخدمون أجهزة الهاتف من نوع "apple".
4. أكثر المستخدمين يتصفحون الموقع الالكتروني باللغة الانجليزية .
5. أكثر اهتمامات الزبائن في الموقع الالكتروني تظهر في مجال التكنولوجيا.
6. يوجد نسبة جيدة من الزوار يستخدمون "G3" لتصفح الموقع الالكتروني .

## 6.5 تقرير حول "Heat Map" للموقع بعد التطبيق



## 6.6 ملخص الفصل

تضمن الفصل السادس البدء بوصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الإلكتروني وشملت الإعدادات المادية والبرمجية ومن ثم وصف طريقة تحميل الموقع الإلكتروني على استضافة الإنترنت , من ثم شرح وتفصيل أداء الموقع على Google analytics

## الفصل السابع

7.1 المقدمة

7.2 النتائج

7.3 التوصيات

7.4 خطط تطويرية مستقبلية



## 7.1 المقدمة

بعد انتهاء أعضاء المشروع من الانتهاء من بناء المتجر وتشغيله, تم التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التي تؤدي إلى تحسين أداء المتجر في المستقبل وبناء سمعة وصورة ذهنية جيدة في ذهن الطلاب

## 7.2 النتائج

1. تم العمل على تجهيز المتجر الالكتروني التابع لمكتبة يافا.
2. تمكين الطلاب من دفع سعر المنتجات بكافة الوسائل المتاحة.
3. تسهيل عملية التسجيل وإضافة المنتجات للطلاب.
4. تم التعاقد مع مجموعة من المحلات لبيع لابتوبات وطابعات بسعر يناسب الطلاب.

## 7.3 التوصيات

1. يوصي فريق العمل بوضع feedback للاستشارات التي يقدمها الخبراء
2. الخبرات التي يقدمها الموقع يجب أن تكون علنية
3. الطلاب الذين لديهم خبرة يجب أن يضعوها ضمن التعليقات

## 7.4 خطط تطويرية في المستقبل

1. بناء تطبيق للهواتف من نوع "Android" و "IOS" بحيث يكون التطبيق متاح لجميع الطلاب .
2. توسيع المتجر والموقع الالكتروني خصوصا مشاريع التخرج وتحقيق التكاملية بين كليات الجامعة حينها سيكون بإمكان الكليات الأخرى معرفة المشاريع التي طبقت في كلية العلوم الإدارية بشكل الكتروني.