



كلية العلوم الادارية ونظم المعلومات  
كلية تكنولوجيا المعلومات وهندسة الحاسوب

المشروع:

## تطبيق بشار لمرضى السرطان

فريق العمل:

سلطان ابوحماد  
سعدى الفاخوري

مرشد الرجبي

سلمى الرجبي  
سوزان شلالدة

اشراف:

د. موسى ارفاعية

قدم هذا البحث استكمالاً لإنهاء متطلبات مشروع التخرج لنيل درجة البكالوريوس بالتسويق  
الالكتروني وتكنولوجيا المعلومات

2022-2021



# الاهراء

بسم الله الرحمن الرحيم

(قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

صدق الله العظيم

بعد سنين طويلة من الكَبَدِ والجَلَدِ والتعب في سبيل العلم والمعرفة، ها قد وصلنا الى نهاية مسيرتنا التعليمية، رغم كل الصعاب والظروف التي واجهتنا إلا أن ارادتنا فاقت كل ظرفٍ صعب، أهدي مشروعَ تخرجنا إلى من سهروا الليالي وجاهدوا في سبيل أن نصبح لهم فخرًا في هذه الحياة، أهديه إلى أمهاتنا وأبائنا، أهديه إلى إخواننا وأخواتنا وأساتذتنا وأصدقائنا وإلى كل من علمنا حرفًا أو كلمة

ونسأل الله أن ينفعنا بما عَلَّمَنَا ويعلمنا ما ينفعنا، وأن يبارك لنا في علمنا هذا وأن يرزقنا استكمال مسيرتنا التعليمية لما فيه النفع و الخير لنا ولأمتنا.

## الشكر والتقدير

نشكر الله العلي القدير الذي أنعم علينا بنعمة العقل و الدين . القائل بمحكم تنزيل

" وفوق كل ذي علم عليم "

سورة يوسف، آية 67.

و قال رسول الله (صلى الله عليه وسلم ) " من صنع اليكم معروفًا فكافئوه ,فان لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوا له حتى تروا انكم كافأتموه."

إلى صاحب التميّز والأفكار النيرة الدكتور موسى ارفاعية, أذكى التحيتات وأجملها وأنداها وأطيبها .. أرسلها لك بكل ودّ وحب وإخلاص.

تعجز الحروف أن تكتب ما يحمل قلبي من تقدير واحترام .. وأن تصف ما اختلج بملئ فؤادي من ثناء وإعجاب .

فما أجمل أن يكون الإنسان شمعة تُنير دروب الحائرين , فشكراً لك على عطائك.

ولا ننسى ان نتقدم بجزيل الشكر الى جميع المعلمين والمعلمات الذين قاموا بتوجيهنا و دعمنا طيلة فترة الدراسة الجامعية.

كما و نشكر كل من مد لنا يد العون لإتمام و انجاح و اخراج هذا النظام على أكمل وجه.



## فهرس المحتويات

أ.....	الاستهلال
ب.....	الاهداء
ج.....	الشكر والتقدير
د.....	فهرس المحتويات
ه.....	فهرس الجداول
ه.....	فهرس الاشكال
و.....	فهرس الصور
ز.....	المصطلحات الإجرائية :
ح.....	الملخص:
ط.....	Abstract
1.....	الفصل الأول
2.....	المقدمة:
3.....	نبذة عن التطبيق:
3.....	الحاجة السوقية للتطبيق:
3.....	مقومات نجاح التطبيق:
5.....	أهمية التطبيق:
7.....	الفصل الثاني:
8.....	2.1 تطيل النظام
9.....	Use case Diagram 2.2
19.....	2.3 الوظائف والمتطلبات
20.....	2.4 تطيل البيانات
21.....	2.5 استراتيجية المشروع (Canvas Model):
25.....	نتائج الاستبيان:
32.....	تليل المنافسين
32.....	تليل الفئة المستهدفة
33.....	تفصيل شخصية الفئة المستهدفة
33.....	تحديد التقنيات والتكنولوجيا المستخدمة في التطبيق:
33.....	خطة فحص التطبيق بعد اطلاقه:
35.....	الاستراتيجية التسويقية
35.....	تصنيف التطبيق:
35.....	اعداد استراتيجية social media الداعمة للتطبيق
38.....	الفصل الثالث
44.....	شاشات التطبيق:
57.....	الفصل الرابع
58.....	4.1 أفراد العمل ودور كل فرد منهم وميررات اختيارهم
59.....	4.2 تحضير المقترح الأولي للموقع: (PROPOSAL)
62.....	4.3 تحديد النقاط الهامة في فترة عمر المشروع (Milestones)
62.....	4.4 البناء والتنفيذ
63.....	الفصل الخامس
64.....	5.1 بناء خريطة التطبيق
64.....	5.2 وضع خطة بناء المحتوى وتجهيزه حسب استراتيجية (ROT)
66.....	5.3 خطة المستندات والوثائق وكيفية تتبعها
67.....	5.4 وصف الاعدادات المطلوبة لتشغيل التطبيق
69.....	5.5 وصف خطوات تمويل التطبيق
70.....	5.6 تنفيذ الخطة الترويجية
72.....	الصفحات الخاصة بالمؤسسة على الفيسبوك والانستغرام
72.....	التصاميم الخاصة بالحمله
76.....	البريد الالكتروني الخاص
79.....	المصادر و المراجع

## فهرس الجداول

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
6	التقسيم الزمني لمهام المشروع	(1.1)
21	استراتيجية المشروع	(2.1)
58	اعضاء الفريق	(4.1)
60	معلومات التواصل مع الفريق	(4.3)
62	النقاط الهامة في فترة المشروع	(4.4)

## فهرس الاشكال

رقم الصفحة	العنوان	رقم الشكل
9	الوظائف الخاصة بالنظام	(2.1)
20	Classes diagram خاص بالتطبيق	(2.2)
40	قواعد بيانات النظام	(3.1)
64	خريطة التطبيق	(5.1)

## فهرس الصور

رقم الصفحة	العنوان	رقم الشكل
66	المجلد على google drive	(5.1)
67	الملفات التي بداخل المجلد	(5.2)
72	صفحة الفيس بوك	(5.3)
72	صفحة الانستجرام	(5.4)
73	التصميم الاول	(5.5)
73	التصميم الثاني	(5.6)
73	التصميم الثالث	(5.7)
74	التصميم الرابع (عن الموقع)	(5.8)
74	التصميم الخاص في QR cods للتبرعات	(5.9)
75	التصميم الخاص بزيارة الموقع landing page	(5.10)
75	خدمة البريد الالكتروني للاشتراك والحصول على اخر الاخبار	(5.11)
76	التواصل والحصول على اي استفسار	(5.12)

## المصطلحات الإجرائية :

- **الفئة المستهدفة:** هي مجموعة من الأشخاص باختلاف أعدادهم وصفاتهم، يشكلون هدفاً لمنتج وشركة ما وذلك لوجود علاقة تربطهم بالمنتج أو الخدمة لشركة ما.
- **مخطط نموذج العمل (Business Model Canvas):** هو أداة تستخدم لتمثيل النموذج الاقتصادي للشركة، وهي أداة مناسبة على نحو خاص لمرحلة إنشاء الشركة، ويمكن أيضاً استخدامها لصياغة مخطط إطلاق منتج جديد أو خدمة جديدة.
- **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 خدمات أو منتجات مختلفة لنفس الفئة المستهدفة.
- **المقاييس (Metrics):** هي مؤشرات أو معايير لتقييم الكمي للمستخدم في القياس، أو المقارنة أو لتتبع الأداء أو النتائج، حيث يستخدم المحللون المقاييس لمقارنة الأداء.
- **خريطة التطبيق (Application Map):** هي أداة توضح من خلالها الصفحات الخاصة بالتطبيق وكيفية الوصول الى كل صفحة.
- **واجهات المستخدم (UI):** الشكل البصري لواجهات المستخدم الخاصة بالتطبيقات والبرامج والأسلوب لبصري التفاعلي للعناصر.

## الملخص:

الهدف من هذا التطبيق هو "نقلك بلطف من عقلك إلى قلبك، حيث تبدأ عملية الشفاء" ، يقدم هذا التطبيق خدمات توعوية للناس بشكل عام والمتعافين من هذا المرض وخدمات خاصة لفئة مرضى السرطان ، بالإضافة الى التطبيق هنالك موقع توعوي ، يشمل الموقع ميزات تتيح للمرضى وغير المرضى والمتعافين الحصول على معلومات محدثة حول العديد من انواع السرطان ، وتلقي النصائح حول كيفية إدارة الآثار الجانبية ، والاتصال وروابط متعلقة بالسرطان مثل مقاطع الفيديو ، وتسهيل التواصل بين الطبيب والمريض، ويساعد التطبيق المرضى على تذكر العلاجات وتذكيرات زيارة الأطباء ..

## **Abstract**

The goal of this site is to “go gently from your head to your heart, where the healing process begins.” This site provides educational services to people in general and those recovering from this disease, and special services to the category of cancer patients. Many types of cancer, receive tips on how to manage side effects, contact and cancer related links such as videos, facilitate doctor-patient communication, the app helps patients remember treatments and doctor visit reminders..

## الفصل الأول

- المقدمة.
- نبذة عن التطبيق.
- الحاجة السوقية للمشروع.
- مقومات نجاح التطبيق.
- أهمية التطبيق.

## المقدمة:

يقدم المشروع تصور للعلاقة بين المؤسسات الصحية التي تقدم العلاج والخدمات التي يحتاجها المريض واهالي المريض، في العلاج لمرضى السرطان والمجتمع ككل من خلال استخدام تطبيق خاص يسهل حياة المريض ويساعده على العلاج ويعرف عامة المجتمع على المرض حيث أن الموقع سوف يعمل على الربط المباشر ما بين المريض والطبيب والمستشفى بالإضافة إلى تسهيل الوصول للعلاجات الطبية حول العالم والدراسات الجديدة حول المرض من خلال الموقع التوعوي المرافق له ، معلومات حول أنواع السرطان وغيره الكثير .

يرى فريق العمل أن التطورات والإنجازات الكثيرة التي حصلت على صعيد العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات للاتجاه حول التطور الرقمي من خلال الانتقال إلى حياة عملية قليلة التكاليف والجهد باستخدام الانترنت في هذا القرن وخاصة العام الحالي بعد مواجهة فيروس كورونا.

وتكمن أهمية الموضوع من خلال متابعة الإحصائيات والنسب حول هذا المرض في العالم حيث بلغت نسبة الوفيات بمرض السرطان في العالم خلال العام 2019 ما نسبته 13% من مجمل الوفيات حول العالم، ويعتبر السبب الثاني للوفيات في فلسطين بعد أمراض القلب من خلال دراسة تم إعدادها وتقديمها خلال العام 2021 من قبل وزارة الصحة الفلسطينية في يوم السرطان العالمي وتبين من خلال الدراسة أن سرطان الثدي والقولون من أكثر الأنواع شيوعاً في فلسطين. وقد بلغت حالات الإصابة بمرض السرطان خلال العام 2019 حوالي 3174 حالة بزيادة نسبية بلغت 2.2% عن العام 2018 وقدمت الدراسة نسب تعتمد على النوع الاجتماعي حيث بلغت نسبة الإناث 1664 حالة بما يقارب 52.4% من مجمل الإصابات وبلغت نسبة الذكور 47.6% بواقع 1510 حالة.

وتم تقديم الدراسة حسب الفئة العمرية حيث بلغت نسبة الإصابة للأعمار أكثر من 64 عام 34.5% بما يقارب 1095 حالة، وما نسبته 61% من مجمل الإصابات للفئة العمرية ما بين 15-64 عام بمعدل 1936 حالة وما نسبته 4.5% للفئة العمرية ما دون 15 عام. وتعزى أسباب الإصابة في فلسطين ناتج عن عوامل سلوكية وغذائية خاطئة مثل السمنة وعدم تناول الفواكه والخضراوات وقلة النشاط البدني والتدخين.

سوف يقدم التطبيق خدمات توعوية على الصعيد المجتمعي من خلال التواصل مع الباحثين و الأطباء للإجابة على أسئلة المريض وعائلته معلومات محدثة حول السرطان بأنواعه وعرض التجارب السابقة للمرضى المعافين، ونصائح حول إدارة الآثار الجانبية لمراحل العلاج ونظام غذائي للوقاية من المرض، بالإضافة إلى أن التطبيق يقدم خدمات غير توعوية (علاجية) للمرضى من خلال توفير ملف شخصي لكل مريض ومرافقه، يتواجد فيه سجل للأدوية وصور



الأشعة والتقارير اللازمة، ومواعيد الجلسات العلاجية وتذكيره بها، وتتبع مراحل العلاج وتلخيص بروتوكولات الدواء، والتبليغ عن الأعراض الجانبية.

ومن المتوقع أن يتم تبني التطبيق من الجهات الرسمية المختصة لما به من أهمية في التوعية حول المرض والتعامل معه، والذي سوف يساهم بشكل غير مباشر إلى تقليل نسبة الإصابة بالمرض من خلال التأثير على تغيير سلوكيات أفراد المجتمع.

#### • نبذة عن التطبيق:

تطبيق (بشار) هو تطبيق يساعد مرضى السرطان، والأطباء في متابعة مرضى السرطان (بالسرطان، الارشاد النفسي، والارشاد الاجتماعي، ومختص التغذية) مع توفير معلومات كاملة ومفصلة عن المريض ومستوى تقدم المرض وتوفير قناة تواصل بين المرضى والأطباء المختصين يساعد على تسهيل عملية العلاج لدى المرضى بشكل أولي، وأيضاً يقدم التطبيق خدمات توعوية لغير المصابين بالمرض للحفاظ على صحتهم وتوعيتهم بالمرض.

#### • الحاجة السوقية للتطبيق:

- 1- النسبة الأكبر من أهالي المرضى (فئات المجتمع) لا يوجد لديهم أي معلومات عن الأعراض الجانبية عن المرض ولا يوجد لديهم معلومات للتعامل مع المريض إذا ظهرت هذه الأعراض.
- 2- نسبة كبيرة من أهالي المرضى (المرضى) يواجهون مشاكل في المواصلات وأنه لا يوجد قناة اتصال واضحة مع الطبيب من قبل الأهالي.
- 3- من الجانب النفسي تبين أن نسبة كبيرة يحتاجون إلى دعم نفسي شخصي للمريض ودعم نفسي لأهل المريض.
- 4- وتبين أن نسبة كبيرة من المرضى لا يتبعون نظام صحي ورياضي في مرحلة العلاج.
- 5- ونسبة كبيرة منها يفضلون وجود تطبيق الكتروني متخصص لمرضى السرطان.

#### • مقومات نجاح التطبيق:

كل مشروع له أسبابه ومقومات نجاحه، فلا بد من وجود هذه المقومات لتزيد من فرص نجاح المشروع بغض النظر عن نوعه، بالنظر الى التطبيق الإلكتروني الذي يتم بناءه فان مقومات نجاحه تتضمن:

## أ- الفكرة:

تعد الفكرة من أهم مقومات نجاح المشروع، والفكرة التي قمنا باختيارها هي الفكرة الأولى من نوعها وفكرة إبداعية حيث سينجذب المستخدمون له بشكل سريع.

## ب- تصميم التطبيق

من عوامل نجاح التطبيق توفير واجهات سهلة الاستخدام تناسب مرضى السرطان وتناسب الأطباء المختصين (التغذية، والسرطان والنفسي)، باستخدام ألوان تناسب المريض استناداً للنواحي العلمية، حيث أن التطبيق لا يحتوي على صفحات فارغة أو على خطأ وسهل الوصول الى الهدف المنشود بأقل وقت وجهد، سهولة قراءة الخط مما يجعل التطبيق سهل الاستخدام.

## ت- التسويق

يعتبر التسويق العنصر الأساسي لأي مشروع وخاصة ان كانت فكرة جديدة تخاطب الفئة المستهدفة بشكل جديد فلا بد من خطط تسويقية تعمل على بناء صورة ذهنية في عقول الزبائن عن التطبيق، تشعروهم اننا هذا التطبيق يساعدهم في مراحل العلاج المختلفة، وايضا بالراحة والامان والثقة إذا تم التركيز على المزايا التنافسية لتمييز التطبيق الالكتروني عن المنافسين حيث لا يوجد منافسين بشكل مباشر.

## ث- الميزة التنافسية

تكمن الميزة التنافسية للتطبيق على أنه الأول من نوعه وعمله وفكرته في الوطن، وأنه لا يوجد له أي منافس بشكل مباشر، ولكن يوجد له منافسة بشكل غير مباشر مثل الاستشارات الطبية والمعلومات المتواجدة على الانترنت وحملات التوعية حول مرض السرطان، وأن التطبيق سوف يعمل على مساعدة المريض من جميع النواحي الجسدية والنفسية والصحية والمعلوماتية بسبب جمعهم في تطبيق واحد يسهل استخدامه من المريض وعائلته والمرافقين له والأشخاص المهتمين، وأيضا تكمن الميزة التنافسية في كونه تطبيق توعوي يستهدف فئات المجتمع ككل بالتوعية بهذا المرض، غير الخدمات التوعوية والغير توعوية التي يقدمها للمرضى.

## ج- المحتوى

محتوى التطبيق الإلكتروني هو الأساس في جذب المرضى و أهالي المرضى والداعم في بقائهم فترة أطول في التطبيق، المحتوى الصادق المتجدد ذو قيمة، مبني على أسس علمية يمكن أن يشكل ذلك نجاح التطبيق والاستمرار بتكرار الزيارات في كل وقت، و أول انطباع يأخذه

المستخدم عن المحتوى هو أهم انطباع، الذي يبقى راسخا في ذهنه للابد، فلا بد من الاهتمام بالمحتوى من نصوص وصور وفيديوهات والترتيب.

● أهمية التطبيق:

أهمية التطبيق بالنسبة للمريض:

- أ- سهولة التواصل مع الطبيب.
- ب- تبسيط العلاج من خلال النقاط صور الأدوية والوصفات الطبية.
- ت- تدوين الملاحظات.
- ث- الحصول على نصائح سواء من الطبيب أو من المرضى المتعافين من المرض او من خلال مواقع انترنت عالمية موثقة لهذا المرض.
- ج- تذكر العلاجات.

أهمية التطبيق بالنسبة للطبيب:

- أ- توفير الوقت والجهد في التواصل مع المرضى والبقاء على تواصل دائم معهم.
  - ب- المحافظة على الوصفة الطبية المعطاة للمريض.
- أهمية التطبيق بالنسبة لفريق العمل:
- أ- تقديم المساعدة لمرض السرطان، حيث أصبح يطلق عليه لقب (مرض العصر).
  - ب- مساعدة فريق العمل في إنهاء متطلبات التخرج والحصول على درجة البكالوريوس في تخصص تكنولوجيا المعلومات والتسويق الالكتروني.
  - ت- تأهيل فريق العمل من المرحلة الدراسية النظرية إلى المرحلة العملية ودخول سوق العمل.

فيما يلي جدول (Bar chart) يبين التقسيم الزمني لمهام المشروع مقسم على فترتين:

الوقت بالأسبوع														المهمة		
الفصل الثاني							الفصل الأول									
14	12	10	8	6	4	2		14	12	10	8	6	4	2		
																التواصل مع المستخدمين
																التخطيط
																التحليل
																التصميم
																تطوير النظام
																فحص وصيانة المشروع
																التوثيق

الجدول ( 1.1 ) يوضح التقسيم الزمني لمهام المشروع

الفترة التي سوف يتم العمل ضمنها
فترة استراحة / العطلة بين الفصلين

## الفصل الثاني

- تحليل البيئة الخارجية (PESTLE)
- تحليل النظام
- الوظائف والمتطلبات
- تحليل البيانات
- استراتيجية المشروع (Canvas Model)
- التحليل الرباعي (SWOT Analysis)
- الدراسة السوقية

## 2.1 تحليل النظام

في هذه المرحلة سيتم شرح دورة حياة المشروع من إدارة وتطوير، بحيث يتم توضيح كل المراحل والعمليات التي يتضمنها النظام، والتعرف على المستخدمين للمشروع وكيفية استخدامهم للنظام بحيث يتم تحليل النظام بشكل عام كالتالي:

### 1- المريض:

- يقوم بتسجيل الاشتراك بالتطبيق.
- يقوم بتسجيل الدخول الى التطبيق.
- البحث بحسب الطبيب.
- البحث عن طبيب بحسب الاختصاص الطبي.
- الاطلاع على جدول مواعيد كل طبيب.
- حجز موعد مناسب مع الطبيب المراد.
- تسجيل الخروج من التطبيق.
- اجراء محادثة فورية مع مسؤول الموقع للاستفسار عن موعد او التعديل على موعد او الغاؤه، او الاستفسار عن اي معلومة او طبيب.

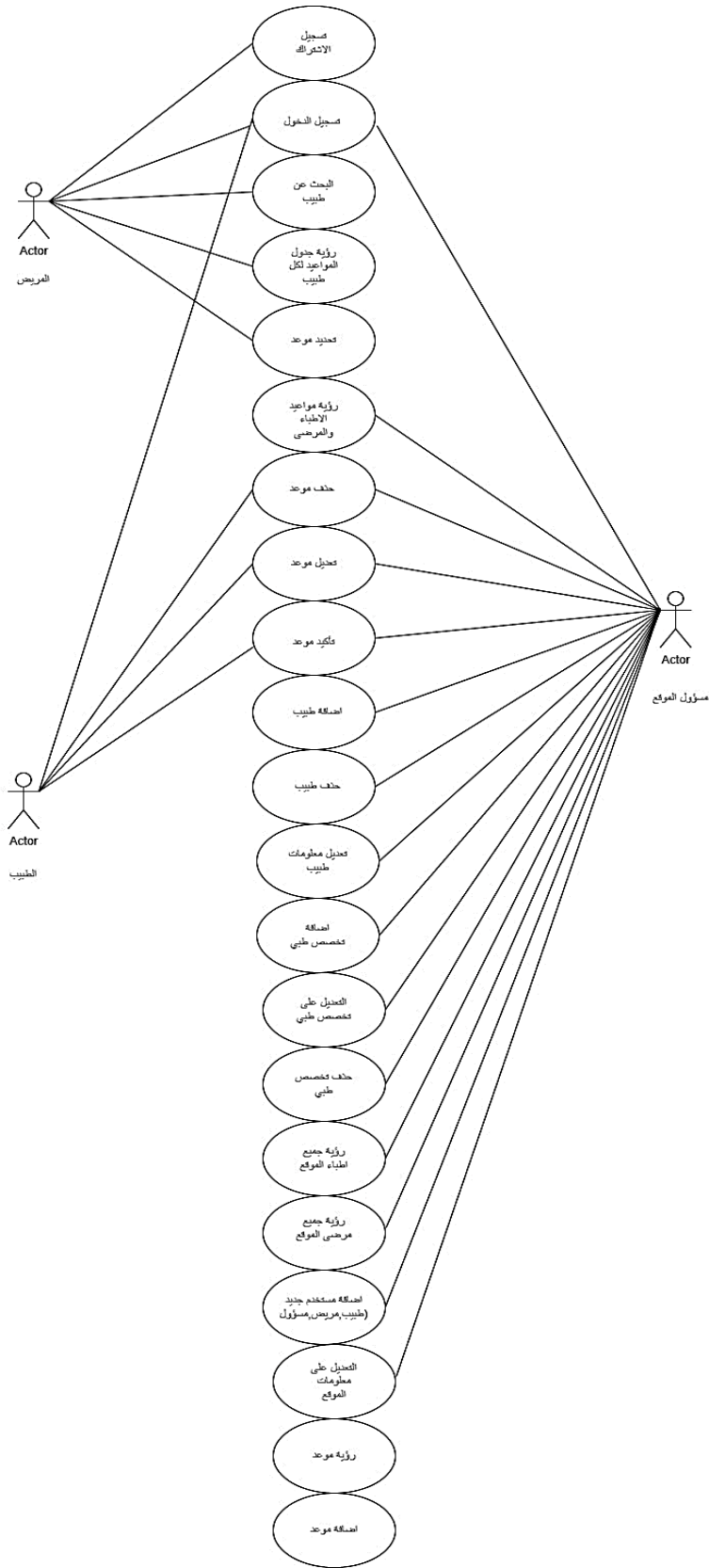
### 2 - الطبيب:

- تسجيل الدخول الى النظام.
- تصفح جميع المرضى المدرجين له والمواعيد.
- عرض جميع المواعيد والتعديل عليها.
- إضافة موعد جديد لمريض.
- تسجيل الخروج من النظام.

### 3 الطبيب المسؤول:

- تسجيل الدخول الى النظام.
- اضافة الاختصاصات الطبية اللازمة او حذفها او التعديل عليها.
- اضافة الاطباء والمرضى او حذفهم او التعديل عليهم.
- التحكم بإعدادات الموقع بشكل عام.
- عرض جميع المواعيد والتعديل عليها.
- تسجيل الخروج من النظام.

## Use case Diagram 2.2



الشكل ( 2.1 ) يوضح الوظائف الخاصة بالنظام

الوظائف المتعلقة بالمرضى:

الممثل الرئيسي	الهدف	الشروط السابقة	الدوافع	السيناريو	الاستثناءات
المريض	تسجيل اشتراك للمريض.	أن يقوم المريض بتعبئة مجموعة من البيانات لتسجيل الاشتراك.	تسجيل اشتراك للمريض لكي يستطيع استخدام الموقع.	1- يقوم المريض بإضافة مجموعة من البيانات الخاصة به. 2- يقوم بالنقر على تسجيل اشتراك.	عدم تعبئة بعض البيانات الخاصة به.

الممثل الرئيسي	الهدف	الشروط السابقة	الدوافع	السيناريو	الاستثناءات
المريض	لكي يستخدم الموقع.	أن يكون قد قام بإنشاء حساب.	ليتمكن المستخدم من إضافة المعلومات الطبية والتقارير وإرسالها للأطباء.	1- يقوم المستخدم بفتح الموقع. 2- إدخال اسم المستخدم الخاصة به. 3- إدخال كلمة المرور الخاصة به. 4- الضغط على زر تسجيل الدخول. 5- التأكد من البيانات المدخلة. 6- إرجاع المستخدم الى صفحة تسجيل الدخول إذا وجد أي خطأ في البيانات المدخلة. 7- الدخول الى الموقع إذا كانت كلمة المرور واسم المستخدم صحيحين.	عدم إنشاء المريض حساب خاص به.



المبحث عن طبيب	User case
المريض	الممثل الرئيسي
المبحث عن طبيب معين.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى الموقع.	الشروط السابقة
حجز موعد مع طبيب او ارسال رسالة للطبيب.	الدوافع
1. يقوم المريض بتسجيل الدخول الى الموقع. 2. يقوم المريض بالدخول الى صفحة الاطباء. 3. يقوم بتحديد الطبيب من قائمة الاطباء المعتمدين. 4. يقوم بالضغط على زر ابحث عن طبيب.	السيناريو
عدم تسجيل دخول المستخدم.	الاستثناءات

رؤية جدول المواعيد لكل طبيب	User case
المريض	الممثل الرئيسي
عرض جدول المواعيد لكل طبيب.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى النظام.	الشروط السابقة
عرض جدول المواعيد للاطباء لحجز موعد.	الدوافع
1- يقوم المريض بتسجيل الدخول الى الموقع. 2- يقوم المريض بالضغط على قائمة المواعيد. 3- اختيار الموعد المناسب للمريض.	السيناريو
عدم تسجيل دخول المستخدم.	الاستثناءات

تحديد موعد	User case
المريض	الممثل الرئيسي
تحديد موعد مع الطبيب.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى الموقع.	الشروط السابقة
تحديد موعد للمريض مع الطبيب للعلاج .	الدوافع
1- يقوم المريض بتسجيل الدخول الى الموقع. 2- يقوم المريض بتحديد موعد مناسب مع الطبيب.	السيناريو
عدم تسجيل دخول المستخدم.	الاستثناءات

## الوظائف المتعلقة بالطبيب

حذف موعد	User case
الطبيب	الممثل الرئيسي
لكي يحذف موعد.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى النظام.	الشروط السابقة
لكي يحذف موعد مع مريض لا يتناسب معه.	الدوافع
1. يقوم الطبيب بالدخول للموقع. 2. إدخال اسم المستخدم الخاص به. 3. إدخال كلمة المرور الخاصة به. 4. الضغط على حذف موعد.	السيناريو
عدم وجود اي موعد محجوز.	الاستثناءات

تعديل موعد	User case
الطبيب	الممثل الرئيسي
تعديل موعد للمريض.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى النظام.	الشروط السابقة
تعديل المواعيد للمرضى.	الدوافع
1. يقوم الطبيب بالدخول للموقع 2. الذهاب الى صفحة المواعيد. 3. يقوم بتعديل الموعد.	السيناريو
عدم وجود اي موعد محجوز.	الاستثناءات

تأكيد موعد	User case
الطبيب	الممثل الرئيسي
تعديل موعد.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى النظام.	الشروط السابقة
تأكيد على موعد محدد مع الطبيب.	الدوافع
1. يقوم الطبيب بالدخول للموقع 2. الذهاب الى قائمة المواعيد. 3. الضغط على ايقونة تأكيد موعد.	السيناريو
عدم وجود اي موعد محجوز.	الاستثناءات

رؤية مواعيد	User case
الطبيب	الممثل الرئيسي
رؤية مواعيد المرضى.	الهدف
يحتاج الطبيب الدخول الى النظام.	الشروط السابقة
عرض جميع المواعيد التي تم حجزها للمرضى.	الدوافع
1. يقوم الطبيب بالدخول الى النظام. 2. الذهاب الى قائمة المواعيد. 3. النقر على الموعد المراد رؤيته. 4. ثم يقوم الطبيب بالنقر على ايقونة اغلاق.	السيناريو
عدم وجود اي موعد محجوز.	الاستثناءات

إضافة موعد	User case
الطبيب	الممثل الرئيسي
إضافة موعد جديد.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى الموقع.	الشروط السابقة
أن يقوم بإضافة بياناته الطبية والمواعيد التي تناسبه.	الدوافع
1- يقوم الطبيب بالدخول الى الموقع. 2- الذهاب الى صفحة إضافة موعد جديد. 3- يقوم باختيار المواعيد التي تناسبه. 4- يقوم بتعبئة البيانات المطلوبة. 5- يقوم بالضغط على زر إضافة موعد.	السيناريو
عدم إدخال بعض البيانات الضرورية في صفحة إضافة موعد.	الاستثناءات

## الوظائف المتعلقة بمسؤول الموقع

رؤية مواعيد الاطباء والمرضى	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
عرض جميع مواعيد الاطباء والمرضى	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى النظام	الشروط السابقة
عرض مواعيد الاطباء والمرضى لعدم حدوث خلل في المواعيد	الدوافع
1- يقوم مسؤول الموقع بتسجيل الدخول الى الموقع. 2- الذهاب الى صفحة الاطباء. 3- ظهور له جميع مواعيد الاطباء. 4- الذهاب الى صفحة المرضى. 5- ظهور جميع مواعيد المرضى 6- تأكيد هذه المواعيد.	السيناريو
قبول موعد لا يتناسب مع احد منهم.	الاستثناءات

حذف موعد	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
حذف موعد من الموقع.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى النظام.	الشروط السابقة
حذف موعد من الموقع بسبب وجود عطل رسمية في وقت هذا الموعد.	الدوافع
1. يقوم مسؤول الموقع بالدخول للموقع. 2. الذهاب الى قائمة المواعيد 3. الضغط على ايقونة حذف موعد.	السيناريو
ان يتم حذف الموعد الغير مراد حذفه.	الاستثناءات

تعديل موعد	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
تعديل مواعيد معينة.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى النظام.	الشروط السابقة
تعديل المواعيد للمرضى والاطباء.	الدوافع
1. يقوم مسؤول الموقع بالدخول للموقع 2. الذهاب الى صفحة المواعيد. 3. يقوم بتعديل الموعد المراد تعديله.	السيناريو
تعديل الموعد الغير مراد تعديله.	الاستثناءات

تأكيد موعد	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
تأكيد موعد.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى النظام.	الشروط السابقة
تأكيد على مواعيد الاطباء والمرضى.	الدوافع
1. يقوم مسؤول الموقع بالدخول للموقع 2. الذهاب الى قائمة المواعيد. 3. الضغط على ايقونة تأكيد موعد.	السيناريو
ان يتم تأكيد الموعد الغير مراد تأكيده.	الاستثناءات

إضافة طبيب	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
اضافة طبيب جديد.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى الموقع.	الشروط السابقة
أن يقوم بإضافة طبيب جديد للموقع.	الدوافع
1- يقوم مسؤول الموقع بالدخول الى الموقع. 2- الذهاب الى صفحة إضافة طبيب جديد. 3- يقوم باختيار اسم الطبيب المراد اضافته. 4- يقوم بتعبئة البيانات المطلوبة. 5- يقوم بالضغط على زر إضافة طبيب.	السيناريو
عدم إدخال بعض البيانات الضرورية في صفحة إضافة طبيب.	الاستثناءات

حذف طبيب	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
حذف طبيب من الموقع.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى التطبيق.	الشروط السابقة
حذف طبيب من النظام بسبب أي شيء له علاقة بتوقف الطبيب عن عمله في مهنته.	الدوافع
1- يقوم مسؤول الموقع بالدخول للموقع. 2- الذهاب الى قائمة الاطباء. 3- الضغط على ايقونة حذف التي تظهر بجانب كل طبيب. 4- يضغط مسؤول الموقع على ايقونة حذف وبعدها يتم الحذف بعد ظهور رسالة تأكيد الحذف.	السيناريو
أن يتم حذف طبيب غير الطبيب المراد.	الاستثناءات

تعديل معلومات طبيب	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
إمكانية التعديل على معلومات الاطباء.	الهدف
أن يكون مسجلا دخوله الى التطبيق.	الشروط السابقة
التعديل على معلومات بعض الاطباء لحدوث تعديل على معلوماتهم.	الدوافع
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. يقوم مسؤول الموقع بالدخول للموقع.</li> <li>2. الذهاب الى صفحة الاطباء.</li> <li>3. اختيار الطبيب المطلوب تعديل معلوماته.</li> <li>4. تعبئة المعلومات المراد التعديل عليها.</li> <li>5. في النهاية الضغط على زر التعديل .</li> </ol>	السيناريو
تعديل معلومات الطبيب الغير مراد.	الاستثناءات

إضافة تخصص طبي	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
إضافة تخصص طبي جديد.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى الموقع.	الشروط السابقة
ان يقوم باضافة جميع المعلومات المناسبة لاضافة التخصص الطبي الجديد.	الدوافع
<ol style="list-style-type: none"> <li>1- يقوم مسؤول الموقع بالدخول الى الموقع.</li> <li>2- الذهاب الى صفحة التخصصات الطبية.</li> <li>3- يقوم بإضافة التخصص الطبي.</li> <li>4- يقوم بتعبئة البيانات المطلوبة.</li> <li>5- يقوم بالضغط على زر حفظ.</li> </ol>	السيناريو
عدم إدخال بعض البيانات الضرورية في صفحة إضافة تخصص جديد.	الاستثناءات

التعديل على تخصص طبي	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
التعديل على تخصص طبي.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى الموقع.	الشروط السابقة
ان يتم التعديل على التخصصات الطبية الموجودة.	الدوافع
1- يقوم مسؤول الموقع بالدخول الى الموقع. 2- الذهاب الى صفحة التخصصات الطبية. 3- يقوم بالضغط على زر التعديل. 4- يقوم بتعبئة البيانات المطلوب تعديلها. 5- يقوم بالضغط على زر حفظ.	السيناريو
عدم وجود تخصص طبي ليتم تعديله.	الاستثناءات

حذف تخصص طبي	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
حذف تخصص طبي.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى الموقع.	الشروط السابقة
ان حذف تخصص طبي لم يعد موجود في الموقع.	الدوافع
1- يقوم مسؤول الموقع بالدخول الى الموقع. 2- الذهاب الى صفحة التخصصات الطبية. 3- يقوم بالضغط على زر حذف.	السيناريو
حذف التخصص الطبي الغير مراد حذفه.	الاستثناءات

رؤية جميع اطباء الموقع	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
عرض جميع اطباء الموقع.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى النظام.	الشروط السابقة
ان يتم عرض جميع اطباء الموقع ومعلوماتهم.	الدوافع
1- يقوم مسؤول الموقع بالدخول الى الموقع. 2- يقوم بالذهاب الى صفحة الاطباء.	السيناريو
عدم وجود اطباء قد سجلو دخولهم للموقع.	الاستثناءات

رؤية جميع مرضى الموقع	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
عرض جميع مرضى الموقع.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى النظام.	الشروط السابقة
ان يتم عرض جميع اطباء الموقع ومعلوماتهم.	الدوافع
1- يقوم مسؤول الموقع بالدخول الى الموقع. 2- يقوم بالذهاب الى صفحة المرضى.	السيناريو
عدم وجود مرضى قد سجلو دخولهم للموقع.	الاستثناءات

إضافة مستخدم جديد (طبيب, مريض, مسؤول)	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
إضافة مستخدم جديد.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى الموقع.	الشروط السابقة
ان يتم اضافة مستخدم جديد على الموقع.	الدوافع
1- يقوم مسؤول الموقع بالدخول الى الموقع. 2- الذهاب الى صفحة المستخدمين. 3- يقوم بإضافة مستخدم. 4- يقوم بتعبئة البيانات المطلوبة. 5- يقوم بالضغط على زر اضافة.	السيناريو
اضافة مستخدم ليس طبيب ولا مريض ولا مسؤول.	الاستثناءات

التعديل على معلومات الموقع	User case
مسؤول الموقع	الممثل الرئيسي
التعديل على معلومات الموقع.	الهدف
أن يكون مسجلاً دخوله الى الموقع.	الشروط السابقة
ان يتم التعديل على معلومات معينة بالموقع .	الدوافع
1- يقوم مسؤول الموقع بالدخول الى الموقع. 2- الذهاب الى صفحة معلومات الموقع. 3- يقوم بتعبئة البيانات المطلوب تعديلها. 4- يقوم بالضغط على زر حفظ.	السيناريو
التعديل على معلومات غير مراد التعديل عليها.	الاستثناءات



### 2.3 الوظائف والمتطلبات

تقسم الوظائف التي يقوم بها المشروع إلى قسمين: المتطلبات الوظيفية، والمتطلبات غير الوظيفية

#### المتطلبات الوظيفية:

وهي المتطلبات والوظائف التي يقوم بها المشروع بشكل أساسي وتتمثل بالآتي:

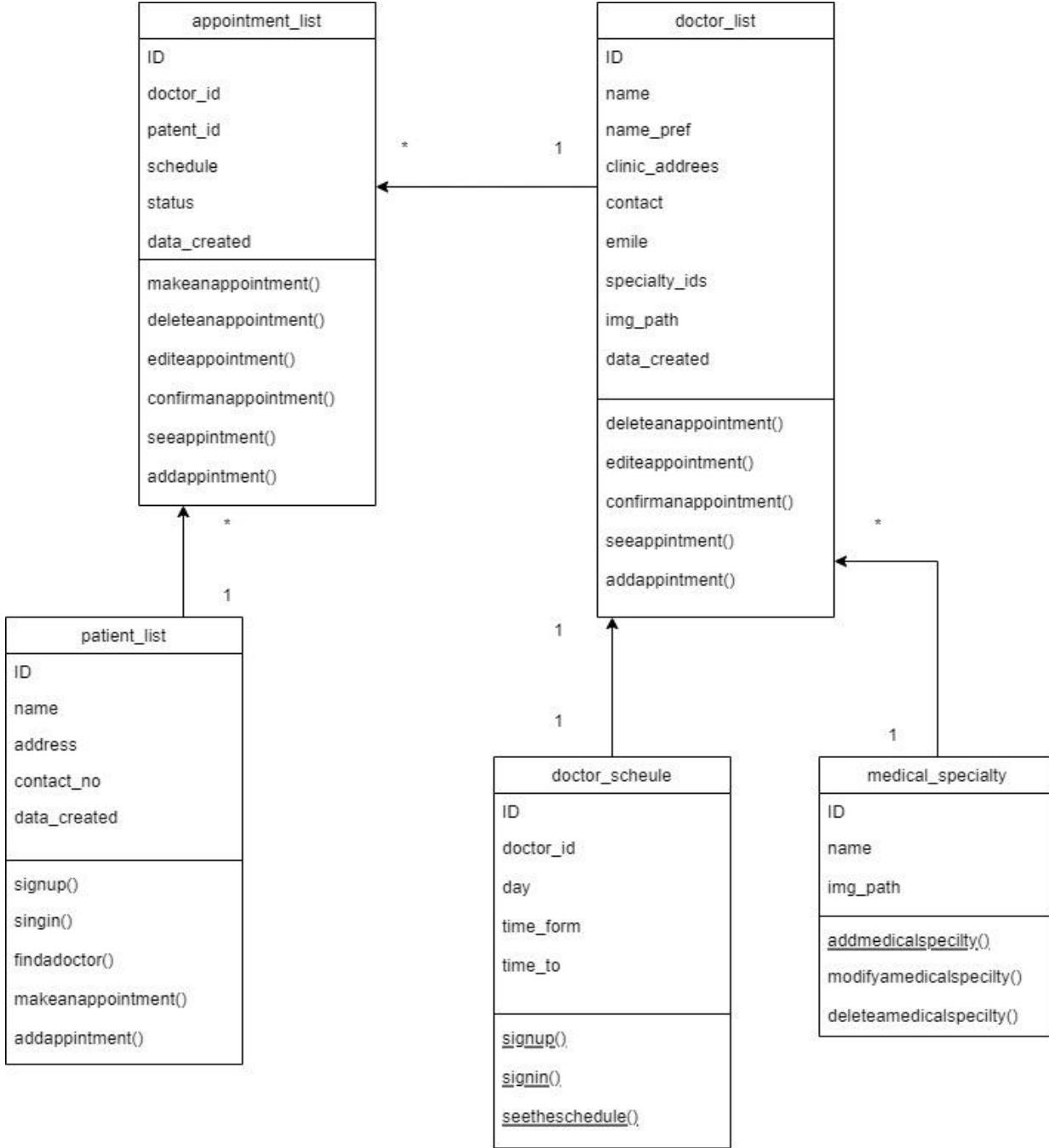
- اضافة مواعيد جديدة على الموقع.
- إمكانية الوصول إلى المواعيد الخاصة بالمستخدم وعرضها مع إمكانية التعديل عليها او حذفها.
- إمكانية اضافة اطباء او مرضى جدد على الموقع.
- إمكانية اضافة تخصصات جديدة على الموقع.
- إمكانية التعديل على بيانات الموقع.

#### المتطلبات الغير وظيفية:

- سهولة التعامل مع التطبيق:
- يفضل أن تكون الواجهة سهلة التعامل والاستخدام لمستخدمي الموقع حيث لا يوجد أي صعوبة في إجراء العمليات داخل النظام.
- الكفاءة العالية للنظام وسرعة الاستجابة:
- تتضح كفاءة النظام من سرعة استقبال المدخلات الخاصة بالمستخدم بالإضافة الى سرعة تحليل الفحوصات الطبية الخاصة به وعمليات الإضافة والحذف، لا تستغرق أكثر من ثواني من عملية الضغط على الأزرار..
- ثقة المستخدمين بالنظام:
- حيث أن النظام يعمل على حفظ بيانات المستخدمين، مما يتطلب من تأمين تلك المعلومات وعدم إفشائها
- بالإضافة الى تقديم تحليل جيد للفحوصات الخاصة بالمستخدمين من أجل كسب ثقتهم.

## 2.4 تحليل البيانات

في هذا الجزء سيتم شرح classes Diagram التي تستخدم لوصف Classes وتوضح العلاقات فيما بينهم، بحيث تمثل أو تصف هذه Classes بناء العمليات وسلوكها داخل Use Case وتقوم بتزويدنا بنموذج مفاهيمي حول الأجزاء الموجودة في النظام.



الشكل (2.2) يوضح classes Diagram خاص بالموقع.

## 2.5 استراتيجية المشروع (Canvas Model):

### جدول ( 2.1 ): استراتيجية المشروع

<p><b>الفئة المستهدفة:</b> المرضى ذكورا وإناثا بمختلف الأعمار . أهالي المرضى المرافقين للمريض من عمر 18 فما فوق . جميع أفراد المجتمع بكلا الجنسين المهتمين بالمرض . الأطباء الذين يعملون بمجال أمراض السرطان .</p>
<p><b>بناء العلاقات:</b> توفير أدوات تواصل على التطبيق حتى يتمكن المريض من الوصول للجهات المختصة . دعم 7/24 . انشاء اعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي حملات التوعية ارسال ايميلات ورسائل خاصة للمستخدمين لمعرفة رضاهم عن التطبيق .</p>
<p><b>القيمة المقدمة للزبائن:</b> سهولة الاستخدام التي تؤدي الى توفير الوقت والجهد على المرضى، وتوفير تغذية راجعة منصة كاملة مخصصة للمرضى والأطباء . توفير محتوى معلوماتي .</p>
<p><b>الأنشطة الأساسية:</b> تطوير التطبيق وصيانته . الترويج والإعلانات . العلاقات العامة . توفير تغذية راجعة عن كل طبيب .</p>
<p><b>الشركاء الرئيسيين:</b> المؤسسات المختصة . الحكومة .</p>
<p><b>القنوات:</b> وسائل التواصل الاجتماعي . البروشورات . تطبيق الهاتف mobile app .</p>

<p><b>الموارد الرئيسية:</b></p> <p>البنية التحتية التكنولوجية. رأس المال. الخبرات. علامة تجارية.</p>
<p><b>التكاليف:</b></p> <p>الإعلانات والترويج. بناء التطبيق. مصممين ومطورين التطبيق. التكاليف الدورية.</p>
<p><b>العوائد:</b></p> <p>من الجانب الحكومي وزارة الصحة لدعم التطبيق للعمل. الشركات الكبرى المهتمة بأمراض السرطان التي تعمل على المسؤولية الاجتماعية. التبرعات من خلال التطبيق.</p>

### شرح النموذج:

تم الاستهداف على الطريقة التالية بتقسيمات متنوعة منها المرضى وأهالي المرضى والأطباء في المجتمع المحلي، حيث يوفر الوقت والجهد على المرضى من خلال توفير منصة كاملة مخصصة لهم، لتكوين حلقة وصل مع الأطباء، وسهولة الاستخدام مع توفير محتوى معلوماتي، وتوفير التغذية الراجعة عن كل طبيب في التطبيق.

عملية المحافظة على المرضى وبناء علاقات طويلة المدى، وذلك من خلال السمعة الطبية، وبناء الثقة بين الطبيب والمريض، وتقديم معلومات يمكنهم الاطلاع عليها في اي وقت وذلك من خلال التطبيق.

تتمثل الأنشطة الرئيسية التي سيقوم بها فريق العمل في تطوير التطبيق وصيانته والترويج له وعمل حملات اعلانية والعلاقات العامة.

شركاء التطبيق هم المرضى وأهالي المرضى والمؤسسات المختصة والحكومة. سيتم الترويج للتطبيق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لأنها أكثر فعالية. لا يحقق الموقع أي أرباح داخله لأنه تطبيق خيري. يحتاج هذا التطبيق لعدة تكاليف منها الاعلانات والترويج والتكاليف الدورية له.

• التحليل الرباعي (SWOT Analysis):

التحليل الرباعي SWOT Analysis
<p><b>نقاط القوة:</b></p> <p>خدمة متوفرة 24 ساعة بجميع الايام.                      جمع المرضى وأهاليهم والأطباء والجهات المختصة على منصة واحدة.                      توفير الوقت والجهد على المريض.                      عدم وجود منافسين مباشرين للتطبيق.                      تصميم التطبيق بطريقة تسهل عملية استخدامه.</p>
<p><b>نقاط الضعف:</b></p> <p>عدم توفر الخبرات والكفاءات المطلوبة.                      عدم تعاون المؤسسات والمستشفيات مع التطبيق.</p>
<p><b>الفرص:</b></p> <p>التوجه التكنولوجي.                      امكانية التوسع للوصول لعدد مرضى ومستخدمين ومستفيدين من التطبيق أكثر.</p>
<p><b>التحديات:</b></p> <p>حدوث مشكلات تقنية في التطبيق.                      عدم تعاون الأطباء خلال مرحلة العلاج (الكشفية في العيادات الخاصة).</p>

• الدراسة السوقية:

- ✓ الأسباب التي دفعت لاختيار المشروع:
- هو اول تطبيق يساعد مرضى السرطان على متابعة مرضى السرطان من قبل الطبيب المختص (بالسرطان، الارشاد النفسي، والارشاد الاجتماعي، ومختص التغذية) مع توفير معلومات كامله ومفصله عن المريض ومستوى تقدم المرض.
- توفير قناة تواصل بين المرضى والأطباء المختصين يساعد على تسهيل عملية العلاج لدى المرضى، يوفر عليهم الوقت والجهد ولتسهيل الحصول على المعلومات ايضا، حيث ان هذا التطبيق عبارة عن نقلة نوعية في مجال متابعة المرضى.

- ولأن مرض السرطان هو مرض العصر، وكواجب علينا كشباب فلسطيني فاعل بالمجتمع، عملنا على انشاء جزء توعوي بالتطبيق لزيادة وعي المجتمع بهذا المرض ومسبباته وطرق الوقاية منه، الى جانب الخدمات التوعوية والغير توعوية الخاصة بالمرضى.
- ✓ تحديد مشكلة الدراسة:

تعد مشكلة الدراسة من الأمور التي يجب التركيز عليها نظراً لأهميتها الكبيرة في البحث، وبالتالي قام فريق البحث بداية بعمل دراسة للسوق حول المشاكل التي تتعلق في كيفية التواصل، سواء من قبل الأساتذة أو الطلاب، وبالتالي تم صياغة المشكلة بناء على التساؤلات التالية:

- هل تعاني فلسطين من فجوة إلكترونية في مجال الطب؟
- ما هي العوامل التي تؤثر على المرضى وأهاليهم؟
- هل يعاني المرضى من مشاكل في التواصل مع الاطباء؟
- هل يعاني المرضى من معرفة معلومات حول مواعيد العلاج والأمور الطبية؟

✓ منهجية الدراسة:

قمنا بعمل دراسة استطلاعية من خلال استبيان من خلال مجموعة أسئلة وتم الإجابة عليها، وتم توزيعهم على بعض المرضى وأهاليهم.

✓ مصادر المعلومات:

من خلال الاستبيان الذي تم توزيعه على مجموعة من المرضى وأهاليهم الذين نعرفهم، والموجودين في مشافي بيت جالا والمطلع بشكل إلكتروني ومباشر.

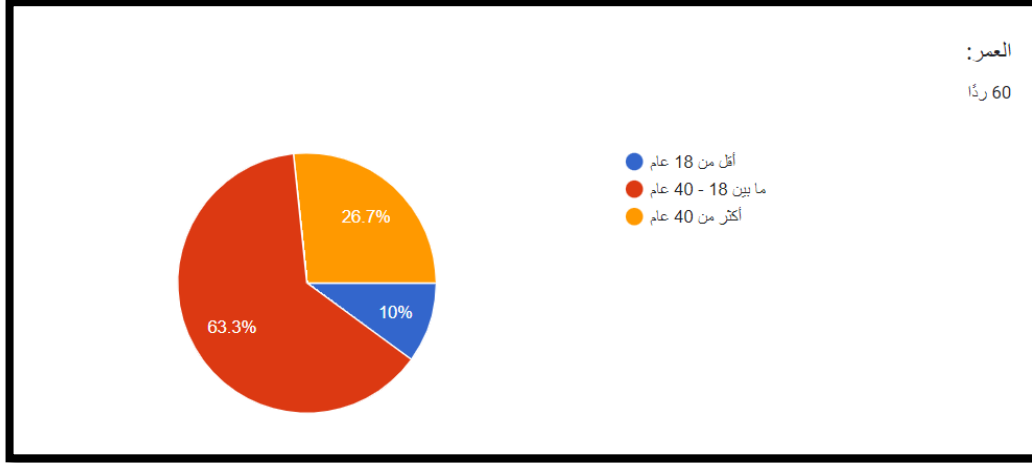
✓ أدوات جمع المعلومات:

تم استخدام الاستبانة كأداة بحث علمي، من خلالها سوف نحدد طبيعة البيانات والمعلومات التي يريد فريق البحث جمعها، وتم توزيعها على المرضى وأهالي مرضى السرطان بشكل شخصي، وأيضاً من خلال اشخاص موظفين في المستشفيات، وحيث كانت العينة 60 فرد.

## نتائج الاستبيان:

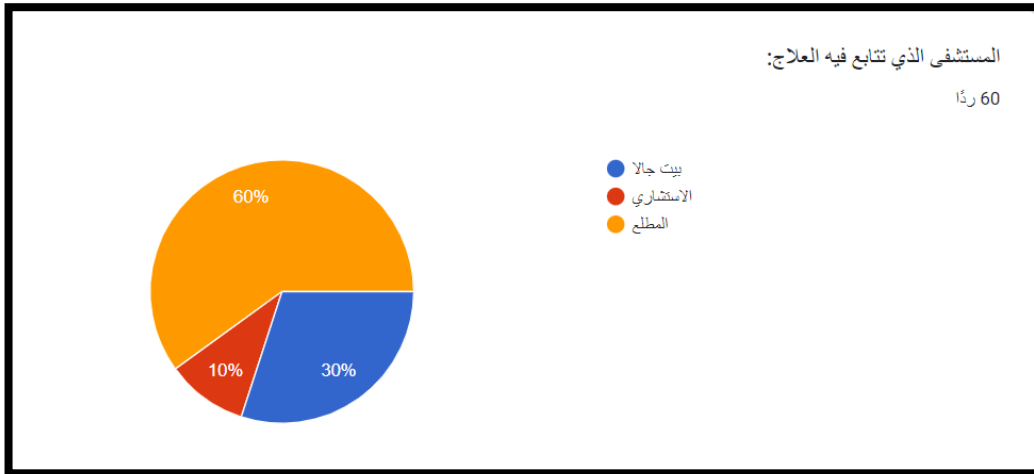
### • تحديد العمر:

تم تقسيم العمر الى 3 أقسام، فكانت الفئة (18-40) الفئة الأكبر ويليها فئة ما فوق الأربعين.

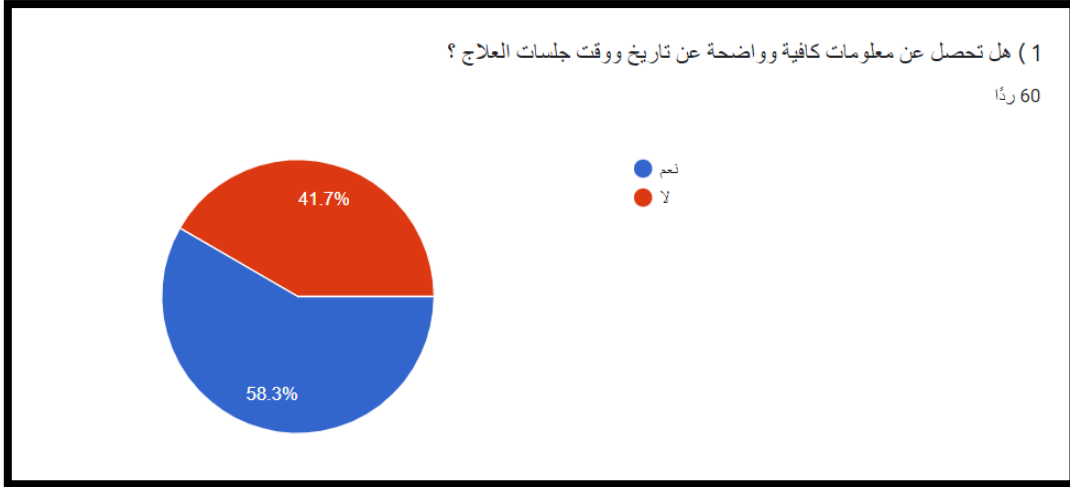


### • تحديد المستشفى الذي يتم العلاج به:

تم تقسيم المستشفيات الى 3 أقسام، فكانت نسبة 60% في مستشفى المطع ويليها مستشفى بيت جالا.

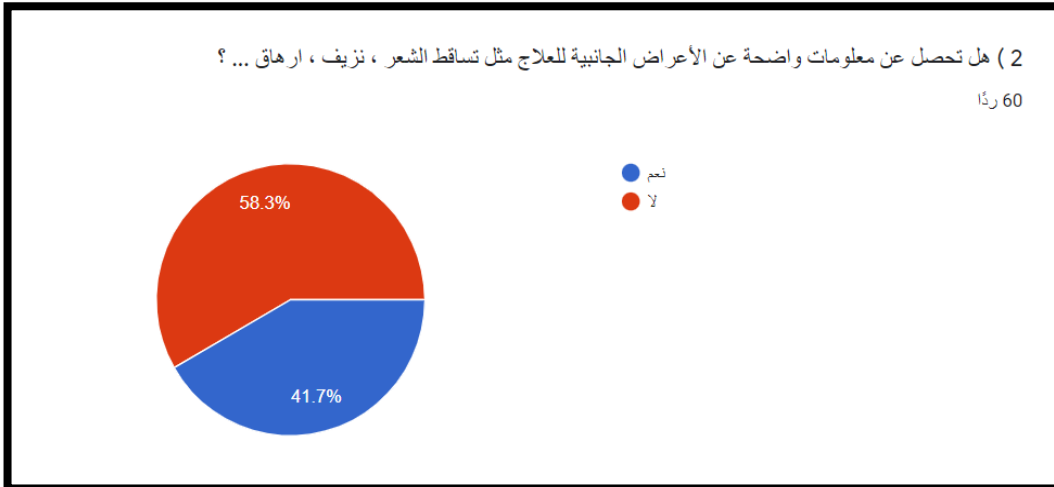


- تحديد نسبة الحصول على معلومات كافية وواضحة عن تاريخ ووقت جلسات العلاج:  
تم تقسيم الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان نسبة 41.7% اجابت ب (لا).



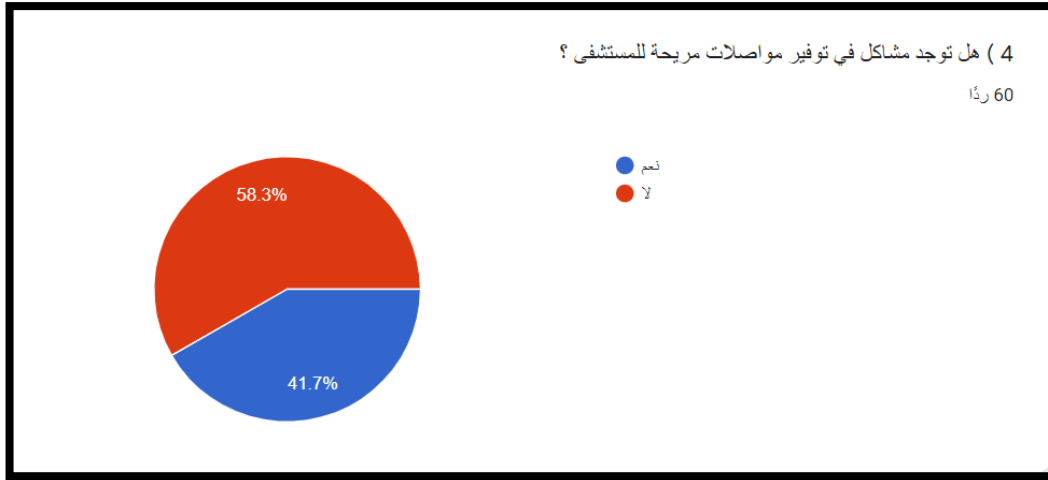
- تحديد كمية المعلومات الواضحة عن الاعراض الجانبية للعلاج، مثل: تساقط الشعر،  
ارهاق، نزيف ....:

تم تقسيم الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان نسبة 58.3% اجابت ب (لا).



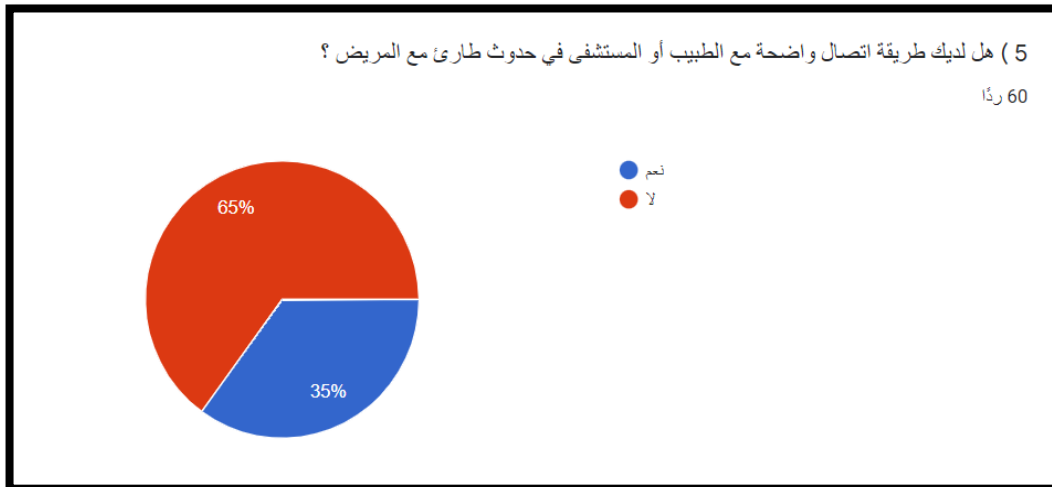


✓ تحديد مدى وجود مشاكل في توفير مواصلات مريحة للمستشفى:  
تم تقسيم الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان نسبة 58.3% اجابت ب (لا).

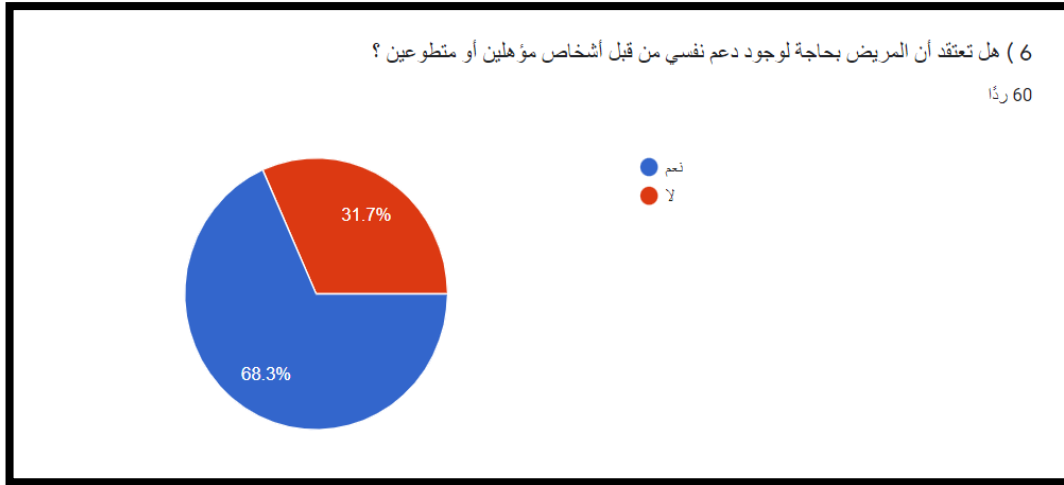


✓ تحديد وجود طريقة اتصال واضحة مع الطبيب او المستشفى في حال حدوث طارئ مع المريض:

تم تقسيم الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان نسبة 65% اجابت ب (لا).

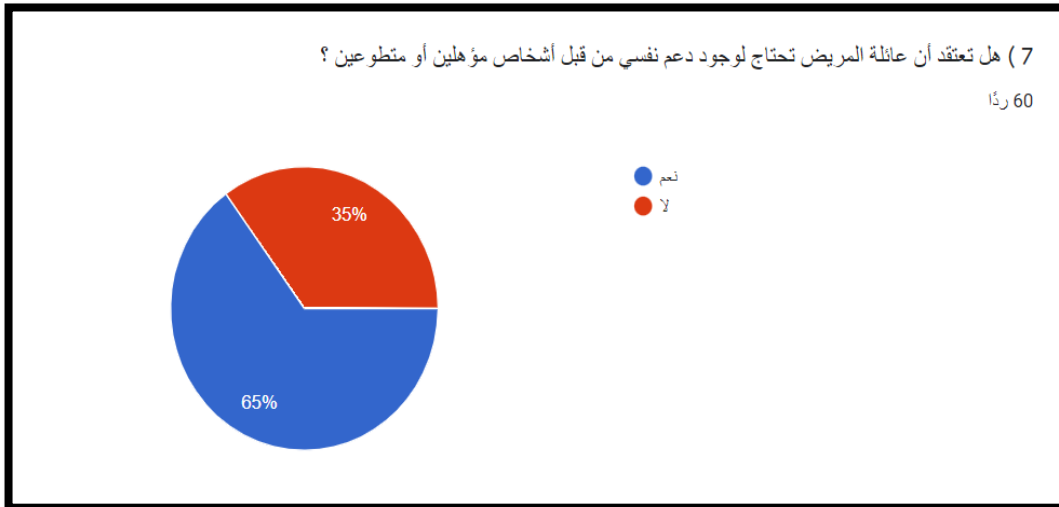


✓ تحديد إذا ما كان المرض يحتاج الى دعم نفسي من قبل اشخاص مؤهلين او متطوعين:  
تم تقسيم الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان نسبة 68.3% اجابت ب (نعم).

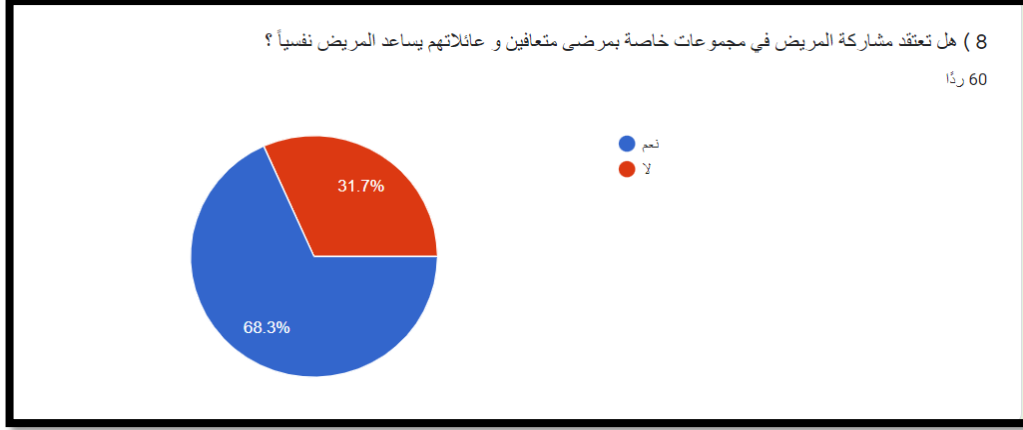


✓ تحديد إذا ما كانت عائلة المريض تحتاج الى دعم نفسي من قبل اشخاص مؤهلين او متطوعين:  
متطوعين:

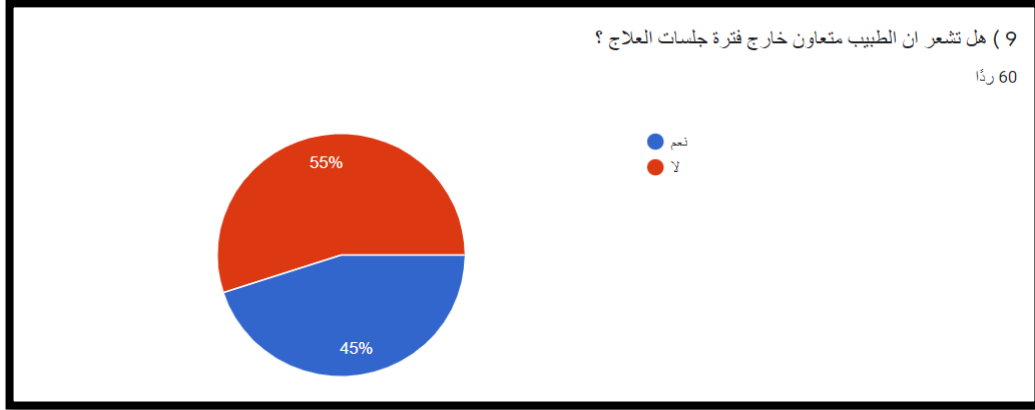
تم تقسيم الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان نسبة 65% اجابت ب (نعم).



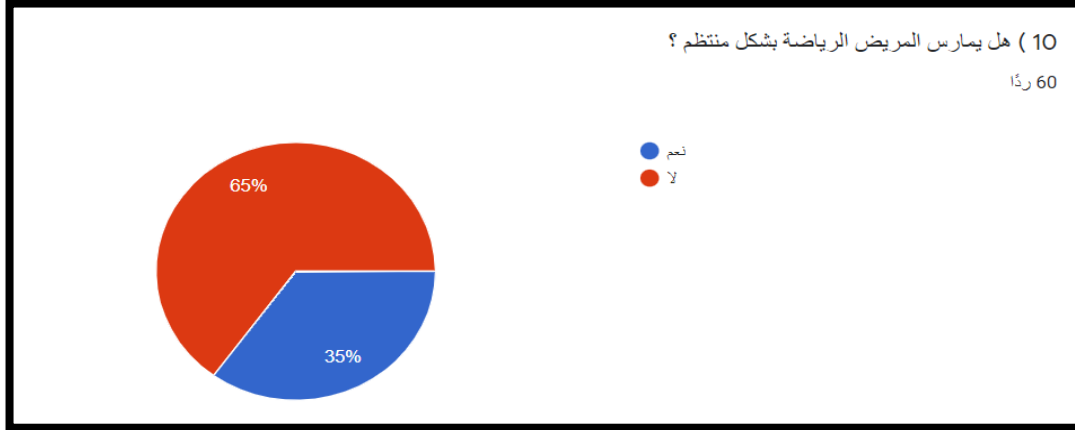
✓ تحديد ضرورة وجود مجموعات خاصة بمرضى متعافين وعائلاتهم يساعدتهم نفسياً ام لا؟  
تم تقسيم الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان نسبة 60.3% اجابت ب (نعم).



✓ تحديد مدى تعاون الطبيب مع المرضى خارج فترة جلسات العلاج:  
تم تقسيم الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان نسبة 55% اجابت ب (لا).

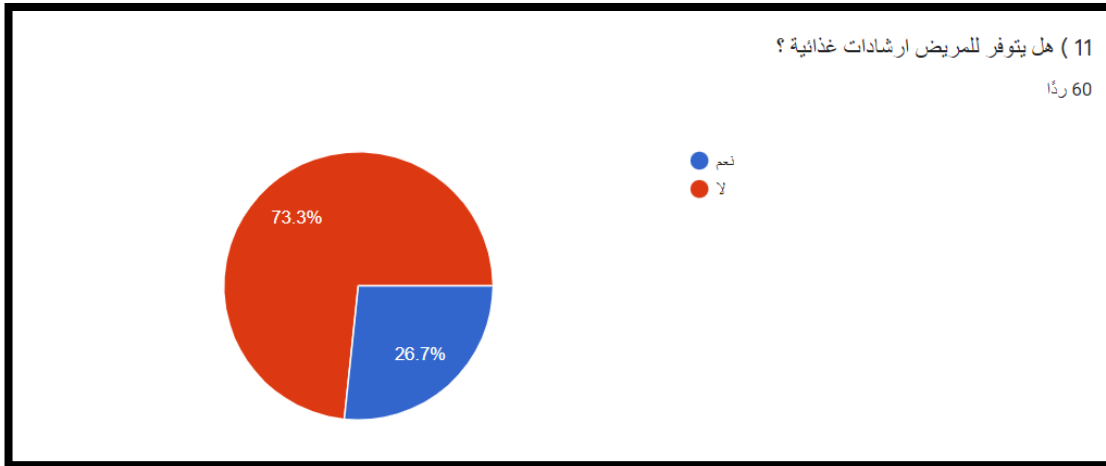


✓ تحديد إذا ما كان المريض يمارس الرياضة بشكل منتظم خلال فترة علاجه ام لا:  
تم تقسيم الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان نسبة 65% اجابت ب (لا).



✓ تحديد مدى توفر إرشادات غذائية للمريض:

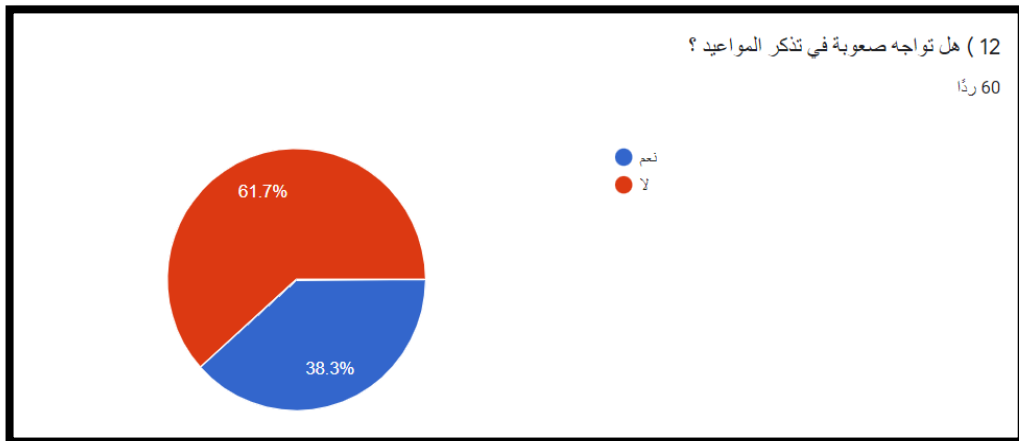
تم تقسيم الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان نسبة 73.3% اجابت ب (لا).



✓ تحديد مدى مواجهة صعوبة في تذكر

المواعيد:

تم تقسيم الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان نسبة 38.3% اجابت ب (نعم).

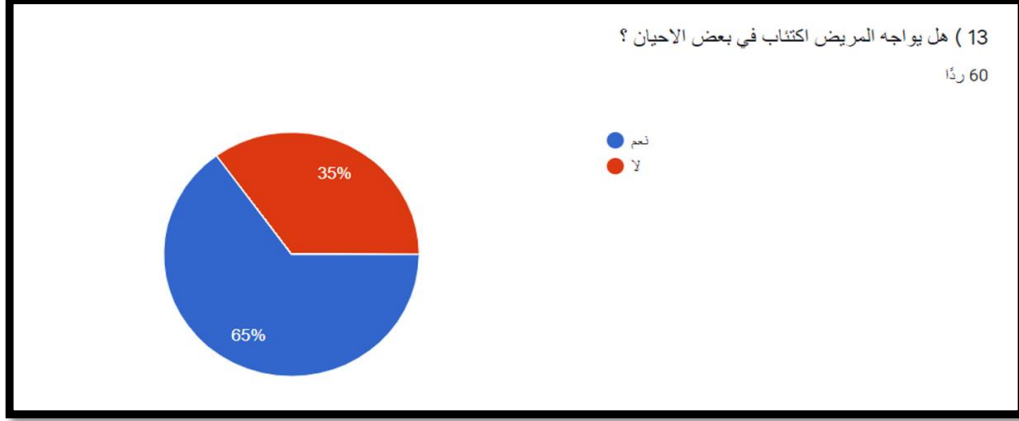


✓ تحديد إذا ما يواجه المريض الاكتئاب في بعض

الأحيان:

تم تقسيم

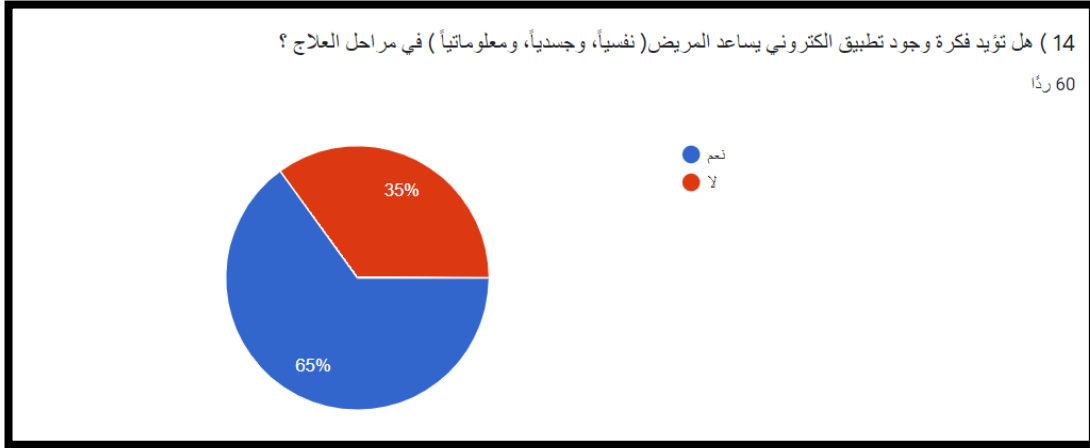
الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان نسبة 65% اجابت ب (نعم).



✓ تحديد مدى تأييد فكرة وجود تطبيق الكتروني يساعد المريض (نفسياً، جسدياً معلوماتياً)

في مراحل العلاج؟ تم تقسيم الإجابة عن السؤال ب(نعم) أو (لا)، وتبين ان

نسبة 65% اجابت ب (نعم).



## ✓ النتائج التي توصلنا اليها من خلال الاستبيان:

- تبين من خلال النتائج المحللة من الاستبيان الموزع الكترونيا بشكل شخصي أنه:
- أ- النسبة الأكبر من أهالي المرضى لا يوجد لديهم أي معلومات عن الأعراض الجانبية عن المرض ولا يوجد لديهم معلومات للتعامل مع المريض إذا ظهرت هذه الأعراض.
  - ب- نسبة كبيرة من أهالي المرضى (المرضى) لا يواجهون مشاكل في المواصلات وأنه لا يوجد اتصال واضحة مع الطبيب من قبل الأهالي.
  - ت- من الجانب النفسي تبين أن نسبة كبيرة يحتاجون الى دعم نفسي شخصي للمريض ودعم نفسي لأهل المريض.
  - ث- وتبين أن نسبة كبيرة من المرضى لا يتبعون نظام صحي ورياضي في مرحلة العلاج.
  - ج- ونسبه كبيره ردها كان أنهم يفضلون وجود تطبيق الكتروني متخصص لمرضى السرطان.

## تحليل المنافسين:

بالنسبة للمنافسين فهناك منافسين غير مباشرين فقط، حيث لا يوجد تطبيقات او مواقع أو غيرها من المنافسين المباشرين، أما المنافسين الغير مباشرين مثل مواقع الانترنت التي تحتوي على معلومات نفسية وطبية بالنسبة لمرضى السرطان مثل: ويكيبيديا، العيادات الطبية المختصة في مرضى السرطان، الحملات التوعوية التي تهدف الى إرشاد المرضى، حيث أن التطبيق الذي تعمل عليه يشمل هذه الأمور جميعها.

## تحليل الفئة المستهدفة:

يوجد لدينا 3 فئات مستهدفة، ومهم جدا معرفة الفئات المستهدفة وذلك من أجل معرفة الاشخاص الذين هم بحاجة الى التطبيق، وهم مرضى السرطان الذين يستخدمون التطبيق في عملية العلاج، وأهالي المرضى في عملية متابعة ذويهم، والأطباء (الطبيب المختص، النفسي، المرشد الاجتماعي).

## حسب التجزئة الجغرافية:

تم استهداف جميع المناطق الفلسطينية في الضفة الغربية ومناطق الداخل المحتل وقطاع غزة.

## تفصيل (Personas) المختلفة للتطبيق ومبررات استخدامها:

هو الذي نقوم من خلاله على تفصيل الفئة المستهدفة التي ستعمل على تشكيل التطبيق.

### تفصيل شخصية الفئة المستهدفة:

- الأشخاص الذين لديهم رغبة في التعرف أكثر على مرض السرطان، والتوعية أكثر بمسبباته واعراضه.
- الأشخاص الذين يتعالجون من مرض السرطان.
- الأطباء المختصين بمرضى السرطان.
- الأطباء غير المختصين بمرضى السرطان.
- أهالي مرضى السرطان.

### تحديد التقنيات والتكنولوجيا المستخدمة في التطبيق:

1. Hit map.
2. Google analytics
3. Nicapage application.
4. Interserver
5. Qr code
6. Mail chimp

### خطة فحص التطبيق بعد اطلاقه:

يعتبر فحص التطبيق بعد اطلاقه من اهم المراحل لتطوير التطبيق ولتجنب أي مشاكل محتملة ويتم ذلك من خلال:  
نظام التقييم:

نظام التقييم هو نظام يعطي للمستخدم امكانية المراسلة وإبداء رأيه عبر زر التبليغ عن خطأ أو رابط لكتابة بريد ثم ارساله الينا او الى مطور التطبيق، لتكوين نظام داخلي لتقييم التطبيق للتعامل مع أية مشاكل تظهر، وتنفيذ بعض اقتراحات المستخدمين في التحديثات القادمة.

### نظام التصميم:

مراجعة التصميم وألوان التطبيق ومعرفة مدى راحة المستخدم في التعامل مع هذا التصميم.

## التحليل:

بدون الحصول على إحصائيات واضحة عن تجربة المستخدمين، عدد النقرات والتحميلات للتطبيق وتفاعلهم مع المنشورات، لا يمكننا أبدا معرفة أين الخلل والمشاكل داخل التطبيق وكيف يمكن تحسينه. قد يعمل نظام التقييم جيدا لكنه طريقة واحدة لمتابعة الامور، خاصة أن نسبة قليلة فقط هي من تقوم بكتابة التعليقات وتقييم التطبيق لذا يتوجب عليك معرفة مؤشرات الأداء الأساسية وقياسها.

## فحص الاداء والسرعة:

أداء التطبيق من العوامل الرئيسية لإعجاب المستخدم بالتطبيق عندما يضغط المستخدم على زر معين فهو يتوقع ان يستجيب في جزء من الثانية، سرعة استجابة التطبيق تشجع المستخدم على التفاعل مرارا وتكرارا بدون ملل، حيث ان الانتظار من الأمور السلبية التي تنفر المستخدمين دوماً، لذلك يجب فحص تلك النقطة خلال مراجعة التطبيق.

## الكفاءة:

فحص الكفاءة والدقة حيث يبحث المستخدم عن تطبيق منظم ودقيق في عرضه للبيانات ويتمشى مع التطور الذي يشهده العالم الالكتروني.

## فحص مدى سهولة استخدامه:

يجب أن يكون تصميم تطبيقات الهواتف الذكية بسهولة الاستخدام وعدم التعقيد حتى يناسب أكبر عدد من المستخدمين على اختلاف أعمارهم واهتماماتهم بدون استثناء، لان من اهم ما يجذب العملاء لتحميل واستخدام تطبيق على الهاتف المحمول هي بساطة عرض المعلومات وسهولة استخدامه وسهولة الوصول الى التفاصيل والبيانات، وهذا ما يزيد جاذبية التطبيق.

## الدعم الفني:

الاهتمام بتطوير التطبيق وتحديثه بصفة مستمرة هذا ما يسمى بالدعم الفني المتواصل الذي يميز التطبيقات الناجحة عن غيرها، ويمنح التطبيق الاستمرارية في الاستخدام، لذلك فان هذه السمة من اهم السمات التي يجب ان يبحث عنها كل من يرغب في امتلاك تطبيق.



## الاستراتيجية التسويقية :

الرؤية : تقوم رؤيتنا على أن نكون الخيار الأول دائما لمرضى السرطان وأهاليهم حيث ان الفكرة جديدة و تقدم خدماتها للسوق الفلسطيني بالكامل , و ان نحقق أعلى درجات الرضا للمستخدمين, كوننا الشريك الأقرب لهم لما نقدمه لهم من حلول وخدمات متطورة من أجلهم.

## تصنيف التطبيق:

سيتم اعتماد خاصية ال CMS في الموقع وذلك لعدد من اسباب اهمها:

- امكانية وسهولة تعديل المحتوى والاضافة عليه.
- تفضيل محركات البحث لمثل هذه المواقع أكثر من (Static) بحيث تظهرها في النتائج الأولى في البحث.
- الظهور في النتائج الأولى يفيد من الناحية التسويقية للتطبيق وعمل الاعلانات.
- سهولة ومرنة أكثر للمستخدمين.

## اعداد استراتيجية social media الداعمة للتطبيق:

- تحديد الغرض من استخدامنا لوسائل التواصل الاجتماعي:

بعد البحث عن احصائيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في فلسطين لسنة 2021 تبين لنا ان نسبة كبيرة جداً يقومون باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير حيث أن نسبة الأشخاص الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي من خلال هواتفهم (83%)، في البداية سنقوم باستخدام هذه المواقع (وسائل التواصل الاجتماعي) لزيادة الوعي حول التطبيق وزيادة عدد المستخدمين للتطبيق من خلال مشاركة التطبيق وعمل اعلانات ممولة على صفحات التواصل الاجتماعي وخاصة صفحة الفيسبوك والانستغرام.

سنقوم باستخدام بعض المنشورات المخصصة بالتطبيق للمناقشة مع الزبائن ومعرفة آرائهم والتعرف اذا كان هنالك مشاكل تواجههم اثناء استخدامهم للتطبيق .

• تحديد الفئة المستهدفة لوسائل التواصل الاجتماعي:

تم تحديد الفئات التي سنقوم باستهدافها من خلال صفحات التواصل الاجتماعي , حيث يتمثلون في :

1. الاطباء :الاطباء المختصين في مجال السرطان والمتخصصين .
2. الأهالي المرضى :اهالي المرضى حيث هم من يقومون في الاشراف على ابنائهم المرضى او من يخصصهم.
3. المتعافين من المرض .

• انشاء الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي:

قمنا بإنشاء صفحة فيسبوك ( <https://www.facebook.com/basharapp> )، وانستغرام (<https://www.instagram.com/basharapp> (/))، وانشاء موقع الكتروني (LANDING PAGE) للتطبيق ([www.basharapp.com](http://www.basharapp.com)).

بحيث مواقع التواصل الاجتماعي يتم من خلالها نشر المعلومات عن التطبيق وبذلك تحويلهم الى الموقع الالكتروني ومن ثم خيار تحميل التطبيق بحيث يكون الموقع الالكتروني هو الجانب التوعوي عن التطبيق والفكره .

منصة التواصل الاجتماعي الذي سنركز عليها هي الفيسبوك نظرا بأن المستخدم في التطبيق يستطيع تسجيل دخوله من خلاله وايضا لان الفيسبوك من اكثر المنصات نسبة من حيث المستخدمين في فلسطين لسنة 2020 بنسبة (98.3%) يستخدمون الفيسبوك باستخدام هواتفهم المحمول.

وبالإضافة الى عمل اعلانات على صفحة الانستغرام وذلك بسبب ان عدد الأشخاص الذين يستخدمون منصة الانستغرام لسنة 2020 في فلسطين هي (1.20) مليون شخص.

• تحسين وتطوير SEO لمواقع التواصل الاجتماعي:

يتم ذلك من خلال تحسين وتطوير الكلمات المفتاحية المستخدمة والهاشتاغ التي تساعد في الوصول الى المستخدمين وتساعد في ظهور المنشورات امام المستخدمين . طرق تحسين (SEO).

1. اختيار كلمات مفتاحية التي من المتوقع استخدامها من المستخدم .
2. العمل على كتابة محتوى جذاب وهادف .
3. وضع روابط خارجية موثوقة .
4. وتحسين سرعة فتح الصفحات

- قياس نتائج النجاح في مواقع التواصل الاجتماعي:  
سنقوم بالتحليل الخاص بالصفحات من اجل معرفة هل هنالك زيادة في عدد المتابعين والمشاركات والتعليقات والتفاعل مع المنشورات

- تحديد خطة (Content Lead Generation):

يتم تعريف (Content Lead Generation) بأنها عملية جذب الزيارات على التطبيق والحصول التطبيق على النقاط التي تحسن وجودة في ترتيب محركات البحث على جوجل بلاي. وسوف يتم تصميم (Landing Page) تابعة للتطبيق، وهي عبارة عن الصفحات التي يتحول لها المستخدم بعد نقره على رابط لإعلان ما، وسوف يتم تصميم هذه الصفحة لتعريف الزبائن بالتطبيق ولتحقيق (DOWNLODS) وهو العمل على تنزيل التطبيق على هاتف الشخص، وسوف تحتوي على معلومات عامة عن التطبيق ، وعن رسالة العمل وعن المرض بشكل توعوي.

## الفصل الثالث

- اسم التطبيق ومبررات استخدامه
- نوع التطبيق
- **Database Design**
- قواعد البيانات
- **User Interface Design**

### 3.1 اسم الموقع ومبررات استخدامه:

اسم التطبيق الذي تم اختياره هو بشار

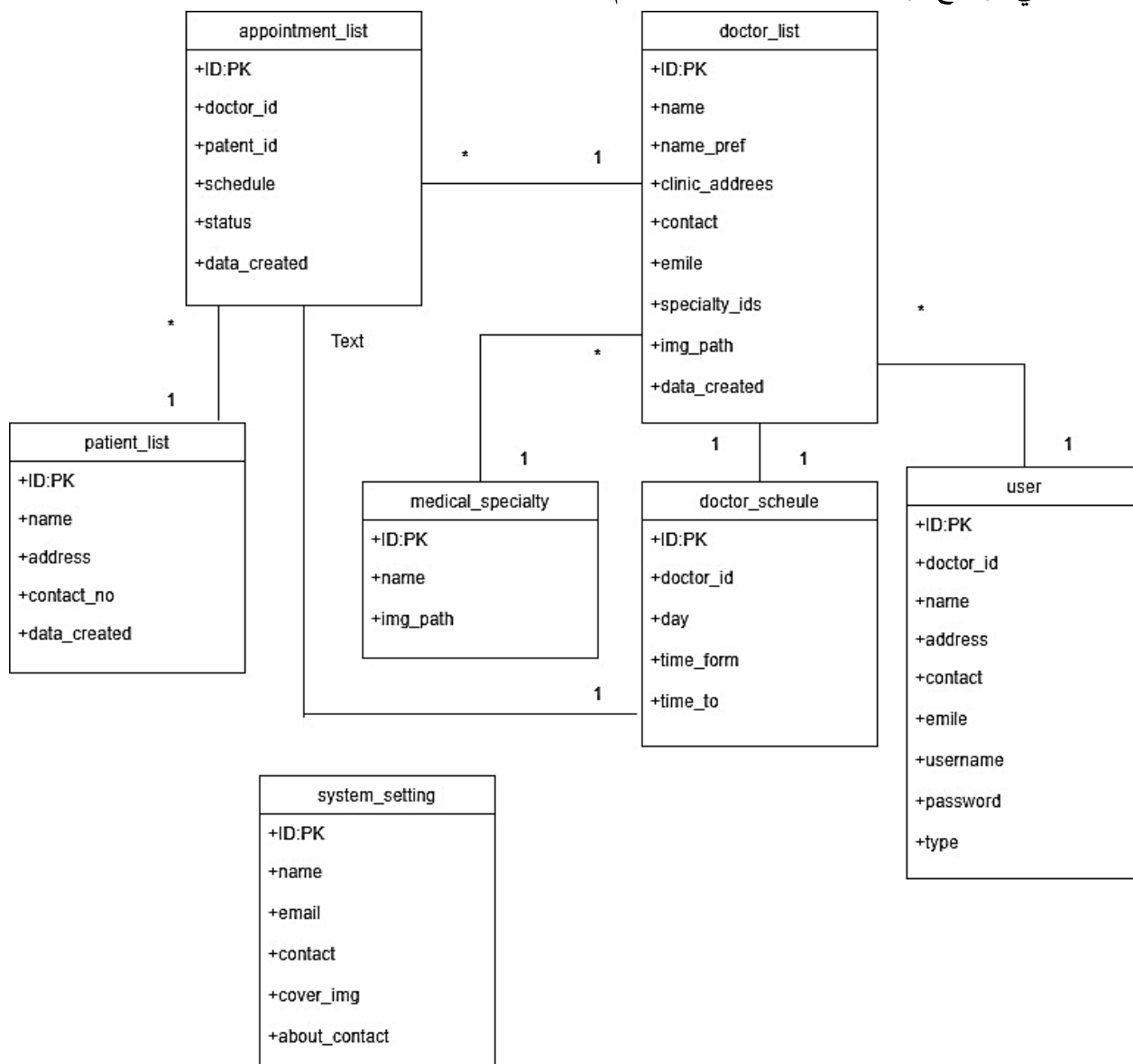
اسم التطبيق هو بشار حيث من مبررات استخدامه هو وجود شخص اسمه بشار توفي بعد المعاناة

مع مرض السرطان . ابعاد اخرى لاختيار الاسم :-

- سهل وسريع.
- اسم مميز ومثير للاهتمام .
- قابل للتذكر .
- سهل للتهجئة .

## Database Design3.2

الشكل التالي يوضح قواعد البيانات الخاصة بالنظام



الشكل ( 3.1 ) يوضح قواعد بيانات النظام

### 3.3 قواعد البيانات:

من خلال هذا القسم سيتم عرض قواعد بيانات النظام، ووصف الحقول، وسيتم عرض العلاقات بين الجداول على مخطط قاعدة البيانات

User table

Name	Type	Can be null	Description	Length	Auto-increment	Default
<u>ID</u>	Int	No	User Number	30	Yes	-
<u>Name</u>	Varchar	No	User Name	200	No	-
Address	Text	No	User Address	-	No	Null
contact	Text	No	User contact	-	No	Null
Username	Varchar	No	Username	100	No	-
Password	Varchar	No	User Password	200	No	-
Type	Tiny int	No	User Type	1	No	0

Patient\_List Table

Name	Type	Can be null	Description	Length	Auto-increment	Default
<u>ID</u>	Int	No	Patient ID	30	Yes	-
<u>Name</u>	Text	No	Patient Name	-	No	-
Address	Text	No	Patient Address	-	No	Null
Contact-no	Varchar	No	Patient Contact-Number	30	No	Null
Date-Created	Datetime	No	Patient Date-Created	-	No	-

**Doctors\_list Table**

Name	Type	Can be null	Description	Length	Auto-increment	Default
<u>ID</u>	Int	No	Doctors_list ID	30	Yes	-
<u>Name</u>	Text	No	Doctors_list Name	-	No	-
Name-pref	Varchar	Yes	Doctors_list Name-pref	100	No	-
Clinic-address	Text	No	Doctors_list Clinic-address	-	No	-
contact	Text	No	Doctors_list contact	-	No	Null
Email	Text	No	Doctors_list Email	-	No	-
Specialty-ids	Text	No	Doctors_list Specialty-ids	-	No	Null
Img-path	Text	No	Doctors_list Img-path	-	No	-
Date-Created	Datetime	No	Doctors_list Date-Created	-	No	-

**Appointment\_list Table**

Name	Type	Can be null	Description	Length	Auto-increment	Default
<u>ID</u>	Int	No	Appointment_list <u>ID</u>	30	Yes	-
<u>Doctor-ID</u>	Int	No	Appointment_list <u>Doctor-ID</u>	30	No	-
<u>Patient-ID</u>	Int	No	Appointment_list <u>Patient-ID</u>	30	No	-
Schedule	Datetime	No	Appointment_list Schedule	-	No	-
Status	Tiny Int	No	Appointment_list Status	1	No	0
Date-Created	Datetime	No	Appointment_list Date-Created	-	No	-

**Medicl\_specialty Table**

Name	Type	Can be null	Description	Length	Auto-increment	Default
<u>ID</u>	Int	No	Medicl_specialty <u>ID</u>	30	Yes	-
Name	Text	No	Medicl_specialty Name	-	No	-
Img_path	Text	No	Medicl_specialty Img_path	-	No	-



**System\_setting Table**

Name	Type	Can be null	Description	Length	Auto-increment	Default
<u>ID</u>	Int	No	System_setting ID	30	Yes	-
<u>Name</u>	Text	No	System_setting Name	-	No	-
Email	Varchar	No	System_setting Email	200	No	-
contact	Varchar	No	System_setting contact	20	No	-
Cover-img	Text	No	System_setting Cover- img	-	No	Null
About-contact	Text	No	System_setting About- contact	-	No	-

**Doctors\_schedule Table**

Name	Type	Can be null	Description	Length	Auto-increment	Default
<u>ID</u>	Int	No	Doctors_schedule ID	30	Yes	-
<u>Doctor-ID</u>	Int	No	Doctors_schedule <u>Doctor-ID</u>	30	No	-
Day	Varchar	No	Doctors_schedule Day	20	No	-
Time-from	Time stamp	No	Doctors_schedule Time-from	-	No	-
Time-to	Time stamp	No	Doctors_schedule Time-to	-	No	-

## User Interface design 3.5

قمنا بتصميم الشاشات التي سوف يتعامل معها مستخدمى النظام بشكل أولى فى هذه المرحلة حيث تعتبر هذه مرحلة مؤقتة وابتدائية لبناء المشروع، يتم من خلالها توضيح العملية التي يسير بها النظام.

### شاشات التطبيق:

#### انشاء حساب جديد

الاسم

رقم الهاتف

العنوان

الايمل

كلمة السر

انشاء الحساب

اخصائي تغذية  
ابحث عن طبيب

واجهة تسجيل الاشتراك وانشاء حساب

#### بشار

ابحث عن طبيب

### التخصصات الطبية

اخصائي الصحة النفسية  
ابحث عن طبيب

أخصائي باطني وتنظير  
ابحث عن طبيب

أطباء الأعصاب  
ابحث عن طبيب

اخصائي تغذية  
ابحث عن طبيب

الواجهة الرئيسية للتطبيق

## بشار

التواصل الفعال مع طبيبك هو السبيل الأمثل للتأكد من حصولك على المعلومات التي تحتاج إليها من أجل اتخاذ قرار مستنير، ولتسهيل التواصل مع طبيبك، حاول القيام بما يلي:

- **اطلب التوضيح عندما يكون هناك شيء لا تفهمه:** إذا احتجت إلى مزيد من الشرح أو التوضيح، فأخبر طبيبك، فإذا لم تطلب التوضيح، فقد يعتقد طبيبك بأنك تفهم ما يُقال.
  - **اكتب استفساراتك مسبقاً:** قد تسبب المواعيد الطبية ضغطاً نفسياً وعاطفياً، ولا تتوقع أن تتذكر كل الأسئلة التي ترغب في طرحها، دُون أهم الأسئلة التي تريد الإجابة عليها في حال كان الوقت الذي تقضيه مع طبيبك محدوداً.
  - **سجّل محادثاتك:** دُون ملاحظات بما يقوله طبيبك حتى تتمكن من المتابعة، كما يمكنك أيضاً سؤاله إذا كان موافقاً على تسجيل المحادثة أم لا. فسيكون هذا التسجيل مرجعاً جيداً إذا كانت لديك أسئلة تود طرحها لاحقاً.
  - **اصطحب أحد الأشخاص معك:** إذا كنت تشعر بارتياح تجاه مشاركة المعلومات الطبية مع أحد الأصدقاء أو أحد أفراد الأسرة، فأحضر معك شخصاً ما يساعدك في تدوين الملاحظات، وفيما بعد سينضم إليك شخص آخر يمكنك التحدث معه بشأن قرارات علاجك.
  - **احتفظ بنسخ من السجلات الطبية معك:** اطلب نسخاً من السجلات الطبية وأحضرها معك في كل موعد طبي.
- لا تتوقع أنت وطبيبك أن يفهم أحدهما الآخر على نحو كامل بعد لقاء واحد، فقد يستغرق الأمر عدة لقاءات قبل أن يشعر كل منكما أن الآخر يفهمه.

واجهة تواصل مع طبيبك

## قم بتسجيل الدخول أولاً

الايمل

كلمة السر

انشاء حساب جديد

تسجيل الدخول

للتواصل: 0599858545

جدول مواعيد

الاختصاص:

اطباء الأعصاب

اخصائي الصحة النفسية


تحديد موعد



واجهة تسجيل الدخول

بشار

اخصائي الصحة النفسية



الاسم: الدكتور محمد احمد.

الايميل: mohammadahmad@sample.com

المستشفى: مستشفى بيت جالا الحكومي

للتواصل: 0599858545

جدول مواعيد

الاختصاص:

أطباء الأعصاب | اخصائي الصحة النفسية

تحديد موعد

البحث حسب الاختصاص الطبي

بشار

الاطباء



الاسم: الدكتور محمد احمد.

الايميل: mohammadahmad@sample.com

المستشفى: مستشفى بيت جالا الحكومي

للتواصل: 0599858545

جدول مواعيد

الاختصاص:

أطباء الأعصاب | اخصائي الصحة النفسية

تحديد موعد

واجهة الاطباء

## الدكتور محمد احمد,

اليوم	جدول المواعيد
Monday	AM - 05:00 PM 10:00
Wednesday	AM - 05:00 PM 10:00

اغلق



الاسم: الدكتور محمد احمد.

الايمل: mohammadahmad@sample.com

المستشفى: مستشفى بيت جالا الحكومي

للتواصل: 0599858545

جدول مواعيد

الاختصاص:

أطباء الأعصاب

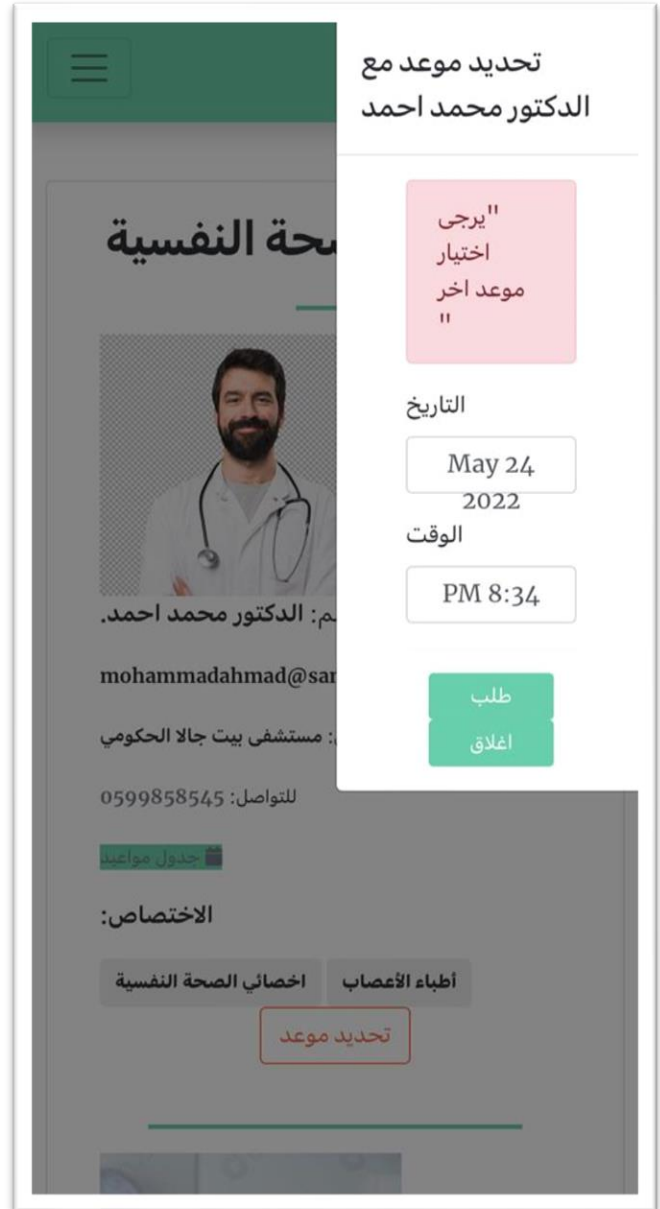
إخصائي الصحة النفسية

تحديد موعد

الاطلاع على جدول مواعيد الطبيب



رسالة للمريض في حالة حجز الموعد بنجاح



رسالة للمريض في حال كان الموعد غير مناسب

0599998787

العنوان  
فلسطين

الايمل  
Fill out this field

كلمة السر

انشاء الحساب

info@dasharapp.com

Enter an email address

الايمل  
§§§§§

كلمة السر

انشاء حساب جديد

تسجيل الدخول

التخصصات الطبية

اخصائي الصحة النفسية

رسالة للمريض في حالة عدم ادخال قيم لاحد البنود

ادخال ايمل بصيغة خاطئة

### انشاء حساب جديد

الايمل موجود مسبقا.

الاسم  
سلمى

رقم الهاتف  
0087865

العنوان  
فلسطين

الايمل  
salmarajabi@gmail.com

كلمة السر  
●●●●●●●●●●

انشاء الحساب

حالة تسجيل الاشتراك بإيميل موجود سابقا

الايمل او كلمة السر خاطئة

الايمل  
salmarajabi@gmail.com

كلمة السر  
●●●●

انشاء حساب جديد

تسجيل الدخول

احصائي الصحة النفسية  
ابحث عن طبيب

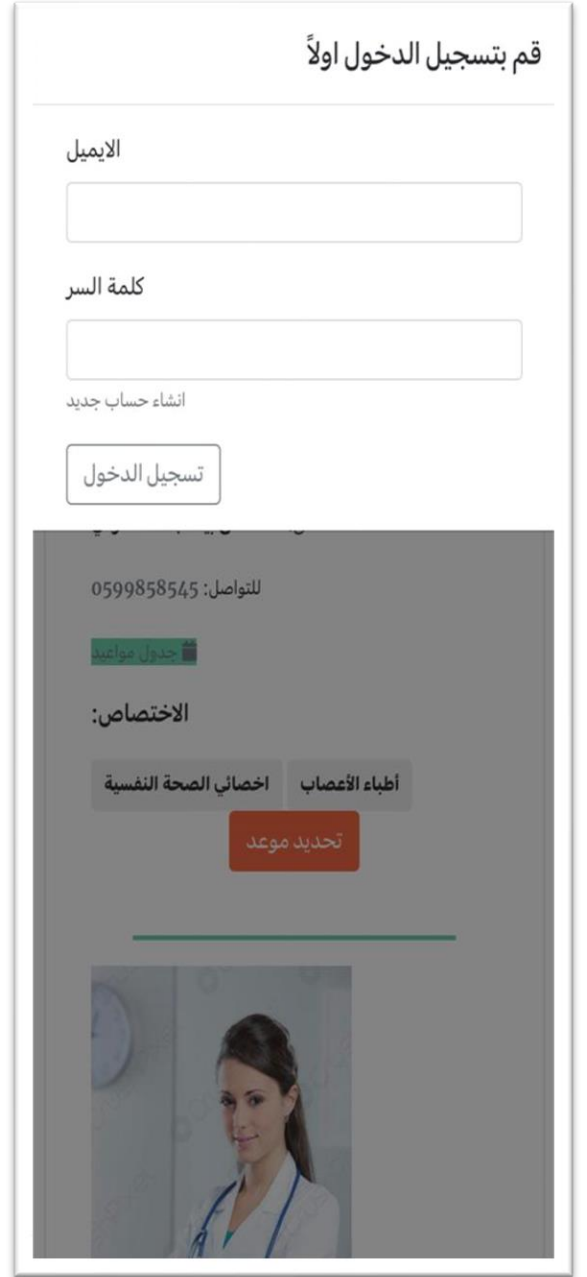
أخصائي باطني وتنظير  
ابحث عن طبيب

أطباء الأعصاب  
ابحث عن طبيب

احصائي تغذية  
ابحث عن طبيب

تسجيل الدخول بكلمة سر او ايميل خاطئ

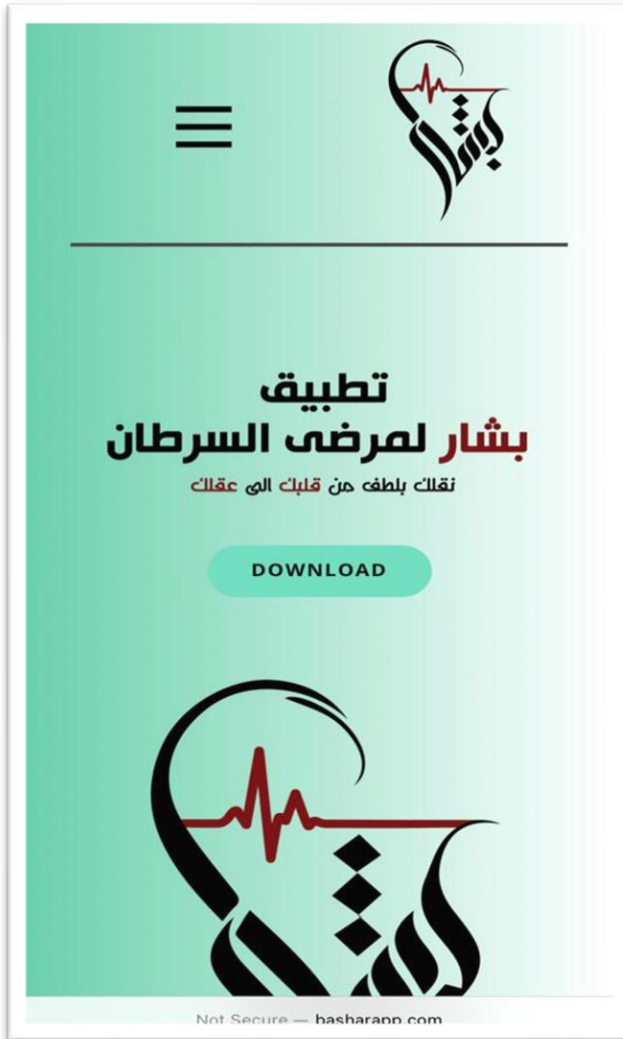




رسالة للمريض في حال تحديد الموعد من دون تسجيل الدخول واجهة المريض بعد تسجيل الدخول

## • شاشات الموقع الالكتروني:

تم من خلال برمجة الموقع الالكتروني . تصميم موقع يتم فيه التعريف اكثر عن التطبيق الخاص بالمرضى ، وايضا تم تصميم الموقع الالكتروني بحيث يكون موقع توعوي خاص بمرض السرطان ، حيث تم تصميم واجهة رئيسية تحتوي على نسب انتشار المرض في فلسطين ، واكثر الانواع انتشارا، وعلى تجارب متعافين من المرض ، وايضا واجهة خاصة بالسرطان وتعريف عام عنه واحصائيات انتشاره في فلسطين وعلى علامات واعراض المرض، وتم تصميم واجهات لكل نوع من انواع السرطان ( الاطفال، البروستات، الثدي، الرأس والعنق، القولون والمستقيم، عنق الرحم، الدم، الجلد، الغدة الدرقية، الكبد، الرئة) مع ذكر كل نوع مع العلامات والاعراض الخاصة به ، وعوامل الخطورة، والوقاية، والكشف المبكر، وتم طرح وعرض المعلومات بشكل مقروء ومسموع ( فيديو) ، ويحتوي على واجهة خاصة بالحياة بعد السرطان، وكيفية التأقلم والقضاء على المشاعر السلبية بعد التعافي، وتضمن الموقع واجهة احمي نفسك التي تم فيها عرض نصائح والعادات السليمة لنمط حياة صحي بعيد عن مرض السرطان، واخيرا تم اضافة واجهة خاصة لاكثر الاسئلة شيوعا حول المرض ومسبباته .



ببسبب السرطان  
الاولى لاكثر انواع  
السرطان انتشار

ببسبب السرطان



كان عمري 14 سنة عندما أصبت باللويميا، منذ  
ذلك الوقت، تغيرت أشياء كثيرة

كبرت، أنهيت علاجي، نجحت، وتخرّجت، ولم أعد  
أهتم بالأشياء الصغيرة، وصرت أقدر لمة العائلة،  
وأصبحت اجتماعياً أكثر، وأنا اليوم أدرس الهندسة  
الصناعية في الجامعة

عرفت بعد سنوات أننا نحن من يجعل حياتنا جميلة،  
فاذا نظرنا إلى إيجابياتها سنراها جميلة  
أسامة، 21 سنة، ناجي من لويميا الدم



Not Secure — basharapp.com



9.4%

تشكل نسبة سرطان  
القولون في فلسطين  
ويأتي بالمرتبة الثانية  
لاكثر انواع السرطان

30%

تشكل نسبة سرطان الدم  
ويعد اكثر انواع  
لسرطانات شيوعا لدى  
الاطفال في فلسطين

32%

تشكل نسبة سرطان الثدي  
في فلسطين ويأتي بالمرتبة  
الاولى لاكثر انواع  
السرطان انتشار

14%

من الوفيات في فلسطين  
بسبب السرطان

AA Not Secure — basharapp.com

تجارب متعافين من المرض

جزء من الواجهة الرئيسية

## سرطان الأطفال

هي مجموعة من أنواع السرطانات  
المختلفة التي تصيب فئة الأطفال



### عوامل الخطورة

الوقاية  
العلامات و الأعراض المبكرة  
الكشف المبكر

الإسعاع البيئي .

Not Secure — basharapp.com

واجهة انواع السرطانات



### احصائيات السرطان

علامات و أعراض السرطان

تعريف السرطان

Not Secure — basharapp.com

واجهة السرطان يشكل عام



## العادات السليمة لنمط حياة صحي

بعض الطرق و العادات الصحيحة  
لنمط حياة صحي بعيد عن مرض  
السرطان



Not Secure — hasharann.com

واجهه احمي نفسك



## الحياة بعد السرطان، كيف تستعيدنها؟

قد يكون ضبط الحياة بعد الشفاء من السرطان .  
بالنسبة للعديد من الناس صعباً، لوجود  
مجموعة جديدة من التحديات التي يجب  
مواجهتها

قد يكون التغلب على السرطان صعباً :  
جسدياً ونفسياً، وأحياناً لا تنتهي الرحلة  
بعد الشفاء التام منه، اليك ما يمكن فعله  
لتستعيد حياتك الطبيعية

Not Secure — hasharann.com

واجهه الحياة بعد السرطان



## أسئلة شائعة

هل تزيد المعطرات ومزيلات الروائح من نسبة انتشار المرض؟

من يستعمل مزيلات الروائح بصورة مستمرة تزداد نسبة الإصابة بالأمراض أو التأثير على الجهاز العصبي للإنسان، ورغم ذلك لا توجد أية إثباتات علمية تؤكد تأثير الألبانوم على نسبة الإصابة بمرض السرطان

هل تؤثر إشعاعات الهاتف الجوال على انتشار المرض؟

Not Secure — basharapp.com

واجهة اسئلة شائعة

## الفصل الرابع

- أفراد العمل ودور كل فرد منهم ومبررات اختيارهم
- خطة التكلفة والسعر مفصّل لكل البنود الواردة فيها
- تحضير المقترح الأولي للموقع (PROPOSAL)
- تحديد النقاط الهامة في فترة عمر المشروع (Milestones)
- البناء و التنفيذ

#### 4.1 أفراد العمل ودور كل فرد منهم ومبررات اختيارهم:

يتكون فريق العمل من خمسة افراد من تخصص التسويق الالكتروني وتكنولوجيا المعلومات، قاموا بهذا العمل استكمالاً لمتطلبات الوصول الى درجة البكالوريوس في هذه التخصصات.

الإسم	الدور في المشروع	سبب الاختيار
سلمى الرجبي	برمجة الموقع الالكتروني والتطبيق	خبرة بالبرمجة
سوزان شلالدة	برمجة الموقع الالكتروني والتطبيق	خبرة بالبرمجة
سعدى الفاخوري	تصميم LANDING PAGE تصميم جرافيكى الترويج وضع المحتوى في LANDING PAGE	لديه الخبرة في التصميم لديه الخبرة في البرمجة وايضا الخبرة في عمليات الترويج
مرشد الرجبي	ادارة مواقع التواصل الاجتماعي ادارة المحتوى المتعلق في مواقع التواصل الاجتماعي	الخبرة في ادارة المحتوى الخبرة في مواقع التواصل الاجتماعي
سلطان ابو حماد	تصميم جرافيكى تصميم المحتوى	خبره في التصميم

#### جدول (1-4) أعضاء الفريق

الأوقات والأيام المناسبة لمتابعة العمل:

العمل يتم على مدار اليوم يقوم فريق العمل في بعض الاحيان في عمل اجتماعات على منصة التعليم الالكتروني (meet) وايضا يتم المتابعة من خلال ارسال الرسائل على مجموعة خاصة بالفريق على وسائل التواصل الاجتماعي.



## 4.2 تحضير المقترح الأولي للموقع: (PROPOSAL)

### 4.2.1 لمحة عن التطبيق:

تطبيق (بشار) هو تطبيق يساعد مرضى السرطان، والأطباء في متابعة مرضى السرطان (بالسرطان، الارشاد النفسي، والارشاد الاجتماعي، ومختص التغذية) مع توفير معلومات كاملة ومفصلة عن المريض ومستوى تقدم المرض وتوفير قناة تواصل بين المرضى والأطباء المختصين يساعد على تسهيل عملية العلاج لدى المرضى بشكل أولي، وأيضا يقدم الموقع خدمات توعوية لغير المصابين بالمرض للحفاظ على صحتهم وتوعيتهم بالمرض.

### 4.2.2 الرؤية:

خلق مجتمع واعي بمرض السرطان في فلسطين، وتوفير وتسهيل الوصول للاحتياجات الطبية اللازمة لتحسين حياة الأفراد الذين يعانون من مرض السرطان.

### 4.2.3 معلومات الاتصال:

- الموقع الالكتروني: [www.basharapp.com](http://www.basharapp.com)
- صفحة الفيس بوك: <https://www.facebook.com/basharapp>
- صفحة الانستغرام: <https://www.instagram.com/basharapp>
- الايميل: [info@basharapp.com](mailto:info@basharapp.com)

### 4.2.4 وصف المشروع (التصميم):

- فيما يتعلق بأمر التصميم فكان هنالك توجهات معينة يجب ان نتبعها مثل:
- اضافة عناصر الى اللوجو الاساسي للفكره والاسم لكي يتناسب مع الهدف من التطبيق.
  - تصميم التطبيق فيما يتلاءم مع استخدام الجوال.
  - انواع الخطوط واحجامها متناسبة للجميع.
  - عدم استخدام الوان او عناصر مريحه للمستخدم
  - السرعة في الحصول على النتيجة.
  - السرعة في تحميل الصفحات والاقسام داخل التطبيق.
  - سهولة التعامل مع التطبيق.

#### 4.2.5 معلومات الاتصال بالفريق:

رقم الهاتف	البريد الالكتروني	الاسم
0592454590	<a href="mailto:197024@ppu.edu.ps">197024@ppu.edu.ps</a>	سلمى شحادة الرجبي
0568381414	<a href="mailto:181041@ppu.edu.ps">181041@ppu.edu.ps</a>	سوزان ماهر شلالدة
0595766065	<a href="mailto:187545@ppu.edu.ps">187545@ppu.edu.ps</a>	مرشد شحادة الرجبي
0568844787	<a href="mailto:184252@ppu.edu.ps">184252@ppu.edu.ps</a>	سعدى الفاخوري
0595912008	<a href="mailto:284260@ppu.edu.ps">284260@ppu.edu.ps</a>	سلطان ابو حماد

جدول (3-4) معلومات التواصل مع الفريق

#### 4.2.6 الأوقات والأيام المناسبة لمتابعة العمل:

العمل يتم على مدار اليوم يقوم فريق العمل في بعض الاحيان في عمل اجتماعات على منصة التعليم الالكتروني (meet) وايضا يتم المتابعة من خلال ارسال الرسائل على مجموعة خاصة بالفريق على وسائل التواصل الاجتماعي.

#### 4.2.7 مسؤولية فريق التسويق في تصميم التطبيق

قم فريق التسويق بعمل استبيانات حول ما يمكنه ان يوفر التطبيق للمرضى وعلى نتائج الاستبيان قمنا بتقديم الوظائف المطلوبة في التطبيق لفريق IT و الالوان التي يجب ان تتوفر في التطبيق  
مسؤولية الفريق:

- عمل استبيان وجمع بيانات ومعلومات عن السوق المستهدف.
- تقديم التصاميم المناسبة والتي تتماشى مع هدف التطبيق.
- تعريب بعض الملفات
- تصميم وانشاء الاعلانات اللازمة لمواقع التواصل الاجتماعي وترويجها.
- تصميم شعار خاص بالتطبيق.
- تصميم أيقونات التطبيق.
- تصميم واجهات التطبيق.
- كتابة المحتوى الخاص بالتطبيق.
- تصميم صفحة الهبوط (Landing Page).

#### 4.2.8 الميزانية التسويقية:

إجمالي التكاليف المتوقعة شاملة الحملات الترويجية و الإعداد لها .

\$ 60	التصاميم الثابتة
\$50	Domain name
\$450	برمجة التطبيق والموقع
\$60	ترويج جميع التصاميم على الفيسبوك والانستقرام
\$50	ترويج عام للصفحة على الفيسبوك
\$20	ترويج عام للصفحة على الانستقرام
\$690	المجموع

#### خطة الترويج :

يعتبر وجود التواصل الاجتماعي من الأمور المهمة التي يجب على الإنسان القيام بها سواء على المستوى الشخصي أو المستوى العملي لذلك تقوم الشركات باستخدام هذه الوسائل بهدف التوصل الى العملاء والتفاعل معهم، ووضع الاعلانات عبر هذه الوسائل أو حتى تقديم خدمات الدعم المختلفة فهذه الوسائل قائمة على مبدأ تبادل الأفكار و المعلومات و بناء المجتمعات الافتراضية، بعد الانتهاء من تصميم الموقع والتطبيق الالكتروني وتجهيز المحتوى بالكامل، وقبل العمل على اطلاق التطبيق، قام فريق العمل بوضع خطة ترويجية وكانت:

- 1- تحديد أهداف الحملة الترويجية، وهي تعريف الناس بالتطبيق والموقع الالكتروني وانشاء وعي لديهم عن التطبيق وتوفير المعلومات عنه من خلال ( Landing page) التي تم تصميمها، ومن ثم جعلهم يقومون بتحميل التطبيق، وتصفح الموقع الالكتروني على أجهزتهم، مثل المرضى تحميل التطبيق والأشخاص العاديون تصفح الموقع التوعوي.
- 2- تحديد قنوات التسويق الأنسب للحملة، وهي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي منصة (فيسبوك وانستقرام) بالوقت الحالي ونسبة تواجد الجمهور المستهدف عليهم وللمستقبل زيارة المؤسسات والشخصيات المهمة المهتمة بالسرطان لمحاولة شراكتهم في تطوير التطبيق على جميع النواحي.
- 3- تحديد المحتوى والتصميم المناسب للحملة الترويجية بما يتلائم مع الجمهور.
- 4- متابعة تقييم الحملة الترويجية من أجل التأكد من تحديد الاهداف ومدى تأثيرها.

### 4.3 تحديد النقاط الهامة في فترة عمر المشروع (Milestones):

المهام	المدة   الأسبوع
<b>Milestone (1)</b>	
فترة الاجتماع والاكتشاف والتخطيط لفكرة لمشروع	أسبوع
فترة تحديد الأهداف وتوزيع الأدوار	أسبوع
فترة وضع الاستبيان وتوزيعه وتحليله	أسبوعين
<b>Milestone (2)</b>	
فترة تصميم الموقع وإنشاء المحتوى الخاص بالموقع	9 أسابيع
فترة اختبار الموقع	أسبوع
<b>Milestone (3)</b>	
فترة تصميم صفحة الهبوط (Landing Page)	أسبوع
فترة تصميم الحملة الترويجية	أسبوعين
فترة اطلاق الموقع والحملة الترويجية	5 أسابيع
<b>Milestone (4)</b>	
فترة تحليل نتائج الحملة الاعلانية والموقع	أسبوع
فترة تجهيز التقارير بشكل كامل واطراف التعديلات اللازمة	أسبوع

جدول (4-4) النقاط الهامة في فترة عمر المشروع

### 4.4 البناء والتنفيذ :

يحتاج المشروع إلى متطلبات لكي يتم تطويره وبناءه بالشكل الكامل، وهذه المتطلبات إما أن تكون مادية أو برمجية، إن هذه المتطلبات تنقل مرحلة المشروع من الجانب النظري إلى الجانب العملي والتطبيقي في مرحلة بناء النظام ولا يمكن الاستغناء عنها، وتعتبر كلها ضرورية لإنهاء مرحلة بناء النظام.

المصادر البرمجية والتقنيات التي تم استخدامها في بناء مشروع :

في هذا الجزء سيتم تحديد الطريقة التي تم إتباعها في بناء النظام ولغات البرمجة التي تم استخدامها مع البرامج التي تم بناء المشروع عليها حيث أن النظام ككل ينقسم الى ثلاث أقسام وهي .

1- مسؤول الموقع.

2- الطبيب.

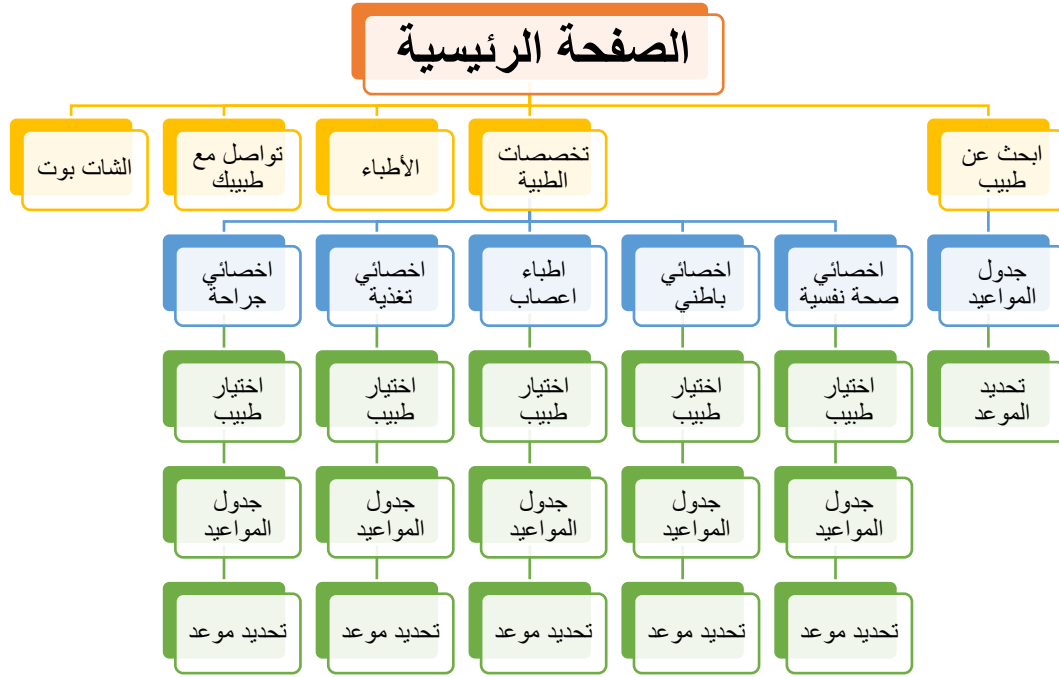
3- المريض.

بحيث تم استخدام لغة ال (css & PHP &html & java script).

## الفصل الخامس

- بناء خريطة التطبيق
- وضع خطة بناء المحتوى وتجهيزه حسب استراتيجية (ROT)
- خطة المستندات والوثائق وكيفية تتبعها
- وصف الاعدادات المطلوبة لتشغيل التطبيق
- وصف خطوات تحميل التطبيق
- تنفيذ الخطة الترويجية
- التوصيات
- خطط تطويره للمستقبل

## 5.1 بناء خريطة التطبيق



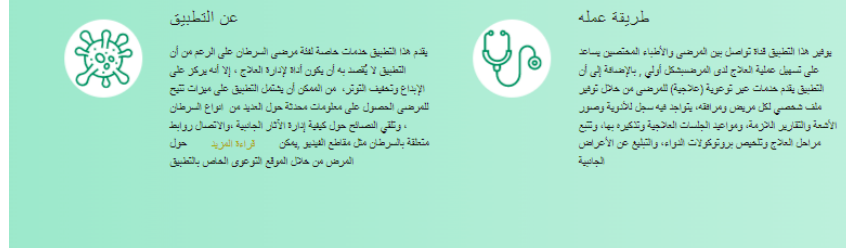
شكل (5.1) خريطة التطبيق

## 5.2 وضع خطة بناء المحتوى وتجهيزه حسب استراتيجية (ROT)

المحتوى الذي يوجد لدينا ينقسم الى قسمين:

- المحتوى الموجود بداخل صفحة الهبوط (Landing page).
  - المحتوى الموجود في التطبيق وهو عبارة عن المعلومات الخاصة بالمرضى وايضا المعلومات المتعلقة باطباء والمواعيد تعريف عن التطبيق وعن سياسة عمل التطبيق .
- ✓ هنالك بعض الامور التي قمنا بمراجعتها أثناء وضع المحتوى وهي:
1. صياغة المحتوى بطريقة صحيحة بلغة سهلة بسيطة تتناسب مع الفئة التي سوف تتعامل مع التطبيق.
  2. التأكد من خلو المحتوى من الأخطاء النحوية والاملائية.
  3. وضع محتوى في التطبيق ذات علاقه بهدف التطبيق .
  4. عدم تكرار المحتوى في التطبيق .
  5. وضع المحتوى الذي يلبي احتياجات التطبيق للعمل .

في البداية المحتوى الخاص بصفحة (Landing page) والهدف منها هو تعريف المستخدمين بالتطبيق بشكل تفصيلي وفيما يلي تصميم صفحة (Landing Page) التي قمنا بتصميمها باستخدام موقع ( nicepage ).



## مرض السرطان

ما هو السرطان

- السرطان هو انقسام و نمو غير مسيطر عليه لخلايا غير طبيعية والتي يمكن أن تصيب أي نسيج في الجسم، وهو ليس مرض واحد وإنما مجموعة من أكثر من 100 مرض مختلف .

- السرطان يمكن أحياناً أن ينتشر لأجزاء أخرى في الجسم عن طريق الدم والجهاز اللمفاوي . وتسمى معظم السرطانات طبقاً لنوع الخلية أو العضو الذي بدأ فيه السرطان .

يمكنك قراءة المزيد حول مرض السرطان وأنواعه وطرق الوقاية منه و بعض الاسئلة الشائعة حوله من خلال الضغط على الزر ادناه

قراءة المزيد

حيث احتوت صفحة (Landing Page) على شعار التطبيق وعنوان جذاب (وهو نقلك بلطف من عقلك الى قلبك )، واضفنا زر لتنزيل التطبيق من متجر جوجل، وقمنا بتصميم اضافته ليعطي ميزة جمالية ولنقوم بإظهار بعض واجهات التطبيق للمستخدمين، ومن ثم قمنا بإضافة معلومات أخرى عن اللعبة بشكل مفصل، ومن ثم قمنا بإضافة تصميم آخر يظهر واجهات التطبيق بشكل واضح امام المستخدمين، ومن ثم قمنا بإضافة ميزات التطبيق وشرحها بفقرة، ومن ثم قمنا بإضافة زر لتنزيل التطبيق، وقمنا بإضافة أيقونات التواصل، وأيضاً حافظنا على الألوان الخاصة للمؤسسة والمستخدم في جميع تصاميمنا وفي التطبيق.

اما بالنسبة للمحتوى داخل التطبيق فانه تم الشرح عنه في الفصل الثالث

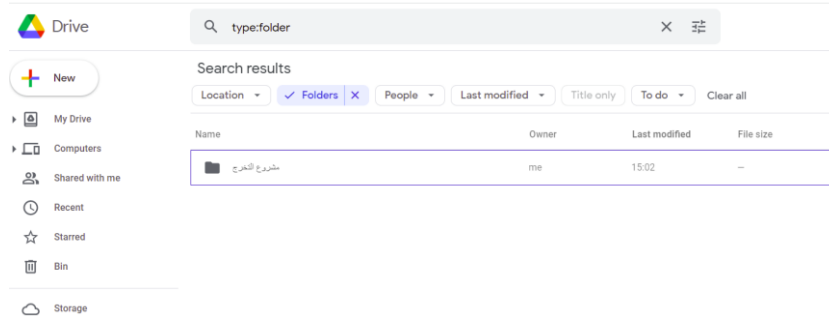
### ❖ من قام بوضع المحتوى:

تم وضع المحتوى الخاصة بصفحة (Landing Page)، والمحتوى الخاص بالتطبيق من قبل فريق العمل حيث تم تقسيم العمل عليهم وقاموا بتجهيزه و اضافته.

### 5.3 خطة المستندات والوثائق وكيفية تتبعها

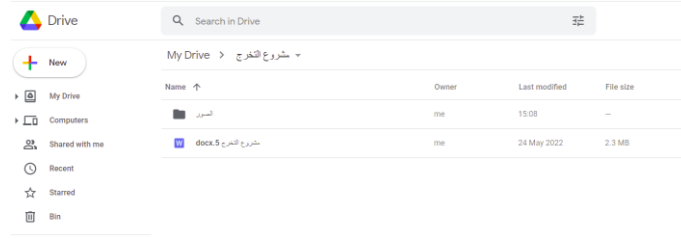
تعد المستندات و الوثائق من أهم مصادر المعرفة بما تتضمنه من معلومات، ومن المهم وضع خطة تهدف الى حفظ وتتبع المستندات والوثائق.

حيث قمنا بتحديد مساحة على (Google Drive) لنقوم برفع الملفات والصور وكل ما يتعلق بالمشروع كاملاً، وذلك من خلال العمل على إنشاء مجلد باسم مشروع التخرج بين أعضاء الفريق ومن ثم رفع المجلدات الخاصة بالمشروع حيث قمنا بتقسيم السبع فصول الى مجلدات وكل فصل من الصور المتعلقة به والمعلومات تكون بمجلد يفصلها عن الفصل الآخر، وقمنا بتسمية كل صورة من الصور بما يتعلق بالمكان الذي نريد ادراجه بها، وسنقوم بعرض نماذج من الصور لتوضح العملية التي نقوم بها.



صورة (5.1) المجلد على google drive





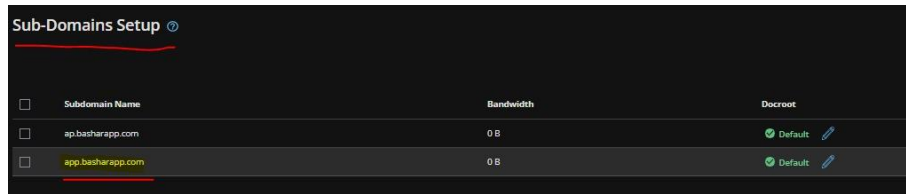
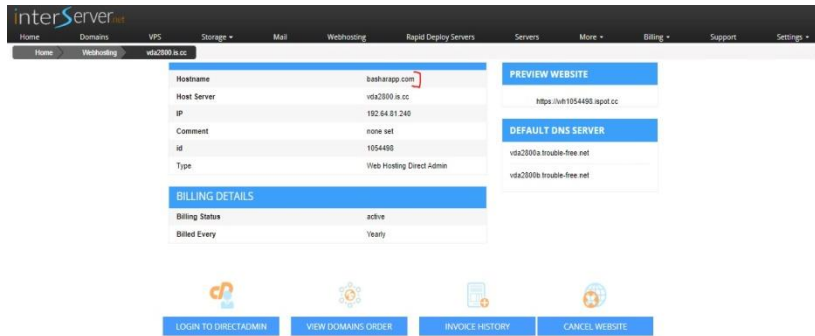
صورة (5.2) الملفت التي بداخل المجلد

## 5.4 وصف الاعدادات المطلوبة لتشغيل التطبيق

خطوات تركيب لوحة التحكم وتثبيتها:

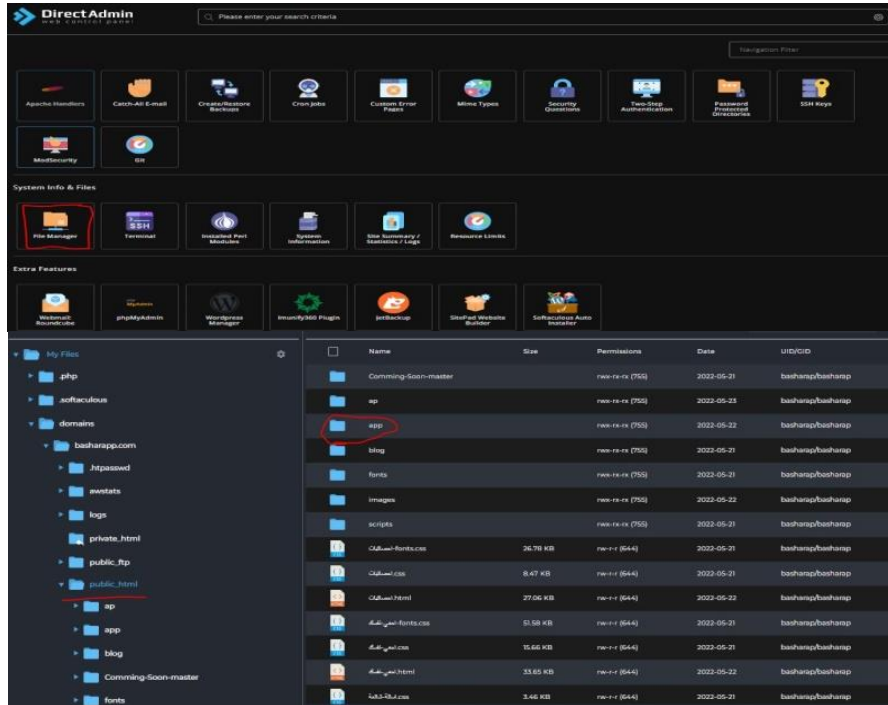
الخطوة الاولى

الاشتراك مع شركة مزودة لخدمة حجز الدومين و المساحة الإلكترونية للسيرفر الخاص , تم حجز دومين باسم basharapp.com , و من خلال وجهة التحكم في السيرفر الخاصه C Panel انشأنا subdomain باسم app.basharapp.com



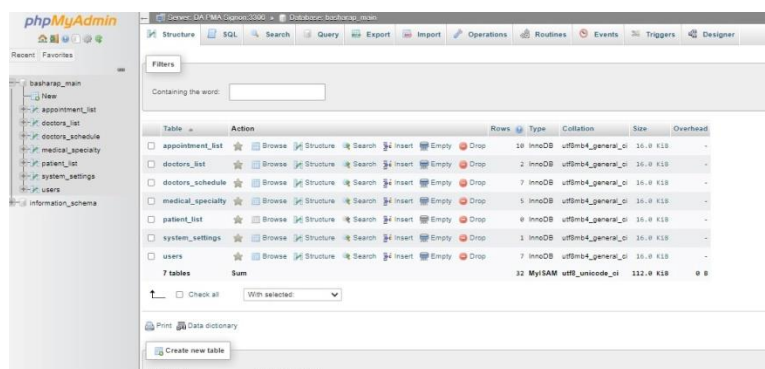
## الخطوة الثانية

من خلال التحكم بالملفات الموجودة بالسيرفر قمنا برفع الملفات الخاصة بالتطبيق على السب  
دومين كملفات مضغوطة و يتم فك ضغطها على المنصة مباشرة ليتم تنصيبها.



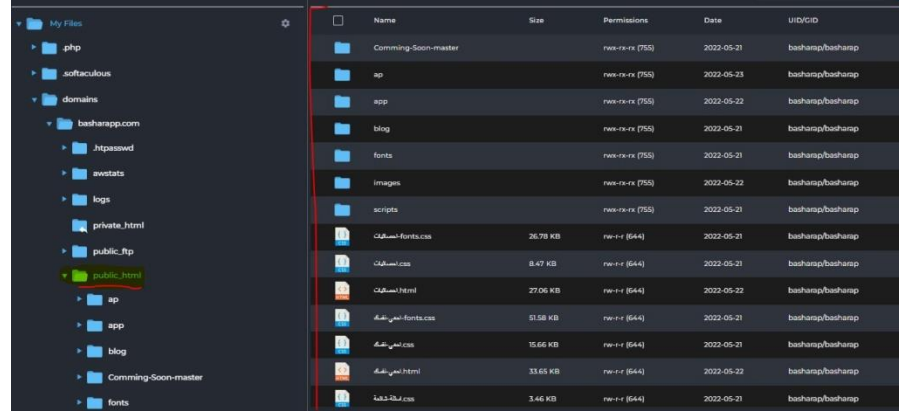
## الخطوة الثالثة:

من خلال واجهة التحكم بالسيرفر قمنا بإنشاء قاعدة بيانات و تحديد اسمها مع كلمة سر  
لحمايتها



## الخطوة الرابعة:

1. تم ربط قاعدة البيانات مع الملفات الموجودة في السب دومين .



Name	Size	Permissions	Date	UID/GID
Comming-Soon-master		rex-rx (755)	2022-05-21	basharpy/basharpy
ap		rex-rx (755)	2022-05-23	basharpy/basharpy
app		rex-rx (755)	2022-05-22	basharpy/basharpy
blog		rex-rx (755)	2022-05-21	basharpy/basharpy
fonts		rex-rx (755)	2022-05-21	basharpy/basharpy
images		rex-rx (755)	2022-05-22	basharpy/basharpy
scripts		rex-rx (755)	2022-05-21	basharpy/basharpy
ملفات-fonts.css	26.78 KB	rw-r (644)	2022-05-21	basharpy/basharpy
ملفات.css	8.47 KB	rw-r (644)	2022-05-21	basharpy/basharpy
ملفات.html	27.06 KB	rw-r (644)	2022-05-22	basharpy/basharpy
ملفات-fonts.css	51.58 KB	rw-r (644)	2022-05-21	basharpy/basharpy
ملفات.css	15.66 KB	rw-r (644)	2022-05-21	basharpy/basharpy
ملفات.html	33.65 KB	rw-r (644)	2022-05-22	basharpy/basharpy
ملفات.css	3.46 KB	rw-r (644)	2022-05-21	basharpy/basharpy

## 5.5 وصف خطوات تحميل التطبيق

لم يتم رفع التطبيق على متجر google play لذلك لن يستطيع احد الوصول اليه وتنزيله, لأسباب منها خصوصية المعلومات المرفقة داخل التطبيق في حال تم تبنيه من جهة مختصة حكومية.

في حال تم رفع التطبيق على متجر google play يصبح للأشخاص الوصول اليه من خلال البحث في هذا المتجر و وايضاً من خلال وجود ايقونة تحويل المستخدم من الموقع الالكتروني الى المتجر , و ايضاً سيتم وضع رابط التحميل في صفحات التواصل الاجتماعي الخاص بالتطبيق .



## 5.6 تنفيذ الخطة الترويجية

- بعد الانتهاء من تصميم التطبيق الإلكتروني وتجهيز المحتوى بالكامل، وقبل العمل على إطلاق التطبيق قام فريق العمل بوضع خطة ترويجية وكانت كالتالي:
1. تحديد أهداف الحملة الترويجية، وهي تعريف المستخدمين بالتطبيق وإنشاء وعي لديهم عن التطبيق وتوفير جميع المعلومات عنه من خلال (Landing Page) التي تم تصميمها، ومن ثم جعلهم يقومون بتحميل التطبيق على أجهزتهم.
  2. تحديد قنوات التسويق الأنسب للحملة الترويجية وهي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج (منصة الفيسبوك + منصة الانستغرام) للوقت الحالي، وذلك بسبب وجود الجمهور المستهدف المؤسسة على هذه المنصات، حيث سنقوم باستخدام صفحات المؤسسة نفسها لتحقيق الحملة الترويجية لأنها مناسبة وملائمة لأهدافنا.
  3. تحديد المحتوى والتصاميم المناسبة للحملة الترويجية بما يتلاءم مع الجمهور حيث قمنا بإضافة المحتوى للتصاميم الثابتة حيث يكون التفاعل عليها بشكل أكبر
  4. متابعة التقييم للحملة الترويجية من أجل التأكد من تحقيق الأهداف وقياس مدى تأثير الحملة بالجهود التي قمنا ببذلها.
  5. البقاء على تواصل دائم مع الأشخاص المشتركين من خلال الايميل الخاص بهم .
  6. قمنا بتصميم newsletter خاصه بالتطبيق لارسالها عبر البريد الالكتروني .
  7. قمنا بعمل بريد الكتروني خاص باسم التطبيق .
  8. تم عمل حساب google analytics وربطه في landing page والتطبيق
  9. تم عمل QR code لزيارة الموقع الخاص بالتطبيق.
  10. وتم عمل QR code خاص للتبرع .

## تصميم landing page

رابط landing page [www.basharapp.com](http://www.basharapp.com)

تطبيق بشار لمرضى السرطان  
نقلتك بلطف من عقبات الى قلبك

DOWNLOAD

عن التطبيق

طريقة عمله

## مرض السرطان

ما هو السرطان  
السرطان هو انتشار نمو غير طبيعي خلية انخلا عن طبيعة واكن ممكن ان تصيب انسيج من النسيج والواحد مرض ومنه  
واحد معمله من أكثر من 100 مرض مختلف  
السرطان يمكن ان يحدث في أجزاء من الجسم من الخلية والعضلات والدم  
الغدة أو العظام ذلك ما فيه السرطان  
يتأثر فراد العديد من مرض السرطان والجزء وفرد الجوانب من بعض النسله الساعده منة من هناك **الصفحة على الانترنت**

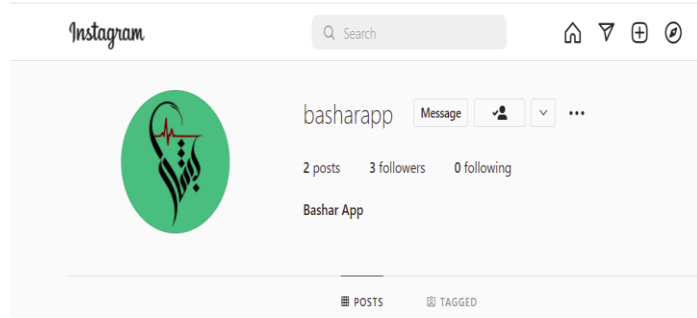
اقرأ المزيد



## ❖ الصفحات الخاصة بالمؤسسة على الفيسبوك والانستغرام



صورة (5.3) صفحة الفيس بوك



صورة (5.4) صفحة الانستجرام

وحيث قمنا بربط حساب الانستغرام بالفيسبوك من أجل تحقيق هدف الحملة الترويجية وهي انشاء إعلانات على هذه المنصات الفيسبوك والانستغرام.

## ❖ التصميم الخاصه بالحملة الترويجيه

قمنا بتصميم تصاميم ثابتة للحملة الترويجية باستخدام برنامج الفوتوشوب للتصاميم الثابتة ، وقمنا بتصميم باركود للتطبيق باستخدام موقع (QR Code Generator).

### ● التصميم الثابتة

قمنا بتصميم بما يتلاءم مع الألوان المستخدمة في التطبيق، وبما يتلاءم مع محتوى التطبيق، وبالأبعاد الملائمة لمنصة الفيسبوك والانستغرام، وسنقوم بعرض التصميم التي قمنا بتصميمها.



صورة (5.5) التصميم الاول



صورة (5.6) التصميم الثاني



صورة (5.7) التصميم الثالث (cover page)



صورة (5.8) التصميم الرابع (عن الموقع )

تصاميم QR cods الخاصة بالحمله الترويجيه لتطبيق بشار



صورة (5.9) هذا التصميم الخاص في QR cods للتبرعات





صورة (5.10) هذا التصميم الخاص بزيارة الموقع ( landing page )

نموذج خاص للاشتراك معنا و الحصول على اخر التحديثات و الاخبار من خلال البريد الالكتروني الخاص

للحصول على اخر التحديثات و المعلومات

أرجو منك ان تتفرك معنا من خلال الايميل الخاص بك

الايميل الخاص بك

اشترك

صورة (5.11) خدمة البريد الالكتروني للاشتراك والحصول على اخر الاخبار

- تصاميم newsletter الخاصة بالحملة الترويجية للتطبيق .  
يتم تصميم هذه ال بغاية الوصول لهدف معين مثل تنزيل التطبيق او زيارة الموقع الالكتروني او التبرع ,

## البريد الالكتروني الخاص بالتطبيق

هذا النموذج يمكن من خلاله التواصل معنا او ارسال أي استفسارات من خلاله , و هذا النموذج موجود في جميع صفحات الموقع الالكتروني في اسفل الصفحات

للتواصل او الحصول على اي استفسار

اكتب اسمك
الايمل الخاص بك
الرسالة
إرسال

صورة (5.12) التواصل و الحصول على أي استفسار

## 5.7 التوصيات

خرج فريق العمل بعدة توصيات بعد الانتهاء من العمل وهي كما يلي:

1. ضرورة تبني التطبيق من قبل الجهات الرسميه
2. توفير التطبيق على ( google play ) , وايضا على apple store ، ولكي يصل الى عدد أكبر من المستخدمين ويقومون بتحميله والاستفاده منه .
3. البقاء على اطلاع بالتطبيق وما يمكن ان يتم التطوير عليه ، والتحديث على المحتوى بشكل دوري في حال تم تبني الفكره.
4. ضرورة متابعة المستخدمين في التطبيق والاهتمام بهم لكي يتم استخدام التطبيق بشكل يوفر لهم احتياجاتهم .
5. ضرورة متابعة التطبيق بشكل مستمر لتجنب حدوث أي مشكلة او خطأ.
6. ضرورة استخدام الإيميلات في عملية التواصل مع الاشخاص ذو العلاقه في التطبيق من حيث الداعمين والمانحين للتطبيق ( email marketing )
7. إضافة إمكانية تحويل التطبيق من اللغة العربية الى لغات أخرى تشمل جميع بلدان العالم في حال تم استخدام التطبيق خارج النطاق الفلسطيني .

## 5.8 خطط تطويرية للمستقبل

1. زيادة المحتوى في التطبيق والتحسين عليه
  2. التغيير على بعض الاقسام في التطبيق ..
  3. تطوير عملية التواصل في التطبيق ..
  4. التوسع الى مناطق أكثر في فلسطين ودول خارج فلسطين مثل الاردن والدول العربية .
- ✓ هذه الخطط لم نقم بوضعها لتنفيذها بالوقت الحالي ولكن نسعى لدراسة الاستراتيجيات الأنسب لبناء وتطوير هذه الخطط بعد التخرج.

## المصادر و المراجع

• المراجع:

1. التسويق الالكتروني كيف أصبح ضرورة لنجاح أعمالك؟ ( بوابة أخبار، 2020).  
<https://bit.ly/3oYE1dv>
2. التسويق عبر الجوال.. ما هو ولماذا تحتاج اليه؟ ( تواصل "منتدى التسوق والإعلام الرقمي"، 4 يونيو 2020).  
<https://bit.ly/3sXUL6D>
3. الدليل الشامل الى التسويق عبر الجوال ( موقع خمسات، ديسمبر 2020).  
<http://bit.ly/2MnTLba>
4. By Ric Clark, founder and owner of Elevate Solutions Group, 2014, Book Mobile Marketing Basic for local business, 2014.
5. Digital in Palestine 2019 + 2020) Datareportal.com) .  
<http://bit.ly/3a440tx>

6. W3School

• المصادر:

social Media Report: Palestine 2021

- الجمعية القطرية للسرطان
- مركز الحسين للسرطان

