

منهاج المادة التعليمية

تصميم وإدارة المنصات الرقمية

الميدان : العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير (D06).. الشعبة : العلوم التجارية

التخصص: تسويق رقمي

السنة الجامعية : 2026 / 2025

السداسي : الأول

التعرف على المادة التعليمية

العنوان :تصميم وإدارة المنصات الرقمية

وحدة التعليم : أساسية.....

عدد الأرصة : 04 المعامل : 02

الحجم الساعي الأسبوعي : ثلاثة (03) ساعات.....

المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : 1.30 سا

أعمال توجيهية (عدد الساعات في الأسبوع) :

أعمال تطبيقية (عدد الساعات في الأسبوع) : 1.30 سا.....

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة : زويد الزهرة ، أستاذ محاضرة (أ).

تحديد موقع المكتب (مدخل ، مكتب) : رقم (..)

البريد الالكتروني : zohra.zouied@univ-annaba.dz

رقم الهاتف :

توقيت الدرس ومكانه : يوم الأحد (30 . 9 – 30 . 12) بالقاعة رقم (13).....

وصف المادة التعليمية

المكتسبات (Pré requis) :

مفاهيم عامة عن التسويق والاعلام الالي، وهي مكتسبات معرفية تم التعرض لها في السنة الأولى والثانية.

الهدف العام للمادة التعليمية :

الهدف العام هو أنه في النهاية سيكون بإمكان الطالب فهم تحديات تصميم المنصات الرقمية لأغراض تجارية

أهداف التعلم (المهارات المراد الوصول إليها) : (من 3 الى 6 أهداف مع التركيز فقط على الأهداف التي يتم تقييمها)

- التعرف على الحاجة إلى انشاء منصات رقمية
- تعلم كيفية اختيار مشاريع التجارة الالكترونية المناسبة للامكانيات المتاحة .
- بناء مهارة التحليل ودراسة السوق.

محتوى المادة التعليمية

- مدخل لمنصات الأعمال الرقمية
- التحكم في البيئة وبناء استراتيجية للتجارة الالكترونية
- تصميم واجهة المستخدم وانشاء القيمة للزائر
- تحويل الزوار إلى عملاء وتطوير متوسط سلة الشراء
- اقامة نظام لوجستيك (شحن وتوصيل) للتجارة الالكترونية
- اقامة نظام الدفع للمنصة الرقمية
- تأمين المنصات الرقمية
- انشاء حركة ارتياد للمنصة الرقمية
- الولاء وإدارة علاقة العملاء
- تحليل وتقييم المنصات الرقمية

طرق التقييم

طبيعة الامتحان	العلامة	التقييم بالنسبة المئوية
امتحان	20	60%
امتحان جزئي		
أعمال موجهة		
أعمال تطبيقية		
المشروع الفردي	10	20%
الأعمال الجماعية (ضمن فريق)	06	12%
استجاب (Quizz)		
المواضبة (الحضور / الغياب)	04	8%
عناصر أخرى (يتم تحديدها)		
المجموع	40	100%

المصادر والمراجع

المرجع الأساسي الموصى به :

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
E-COMMERCE	Henri ISAAC	Pearson 5e édition (2014).

مراجع الدعم الإضافية (إن وجدت):

عنوان المرجع	المؤلف	دار النشر و السنة
The Digital Platforms Handbook,	DARIO MAISTO	KDP (2020).

المخطط الزمني المرتقب

الأسبوع	محتوى الدرس	التاريخ
الأسبوع الأول	مدخل لمنصات الأعمال الرقمية	
الأسبوع الثاني	التحكم في البيئة وبناء استراتيجية للتجارة الالكترونية 1	
الأسبوع الثالث	التحكم في البيئة وبناء استراتيجية للتجارة الالكترونية 2	
الأسبوع الرابع	تصميم واجهة المستخدم وانشاء القيمة للزائر	
الأسبوع الخامس	تحويل الزوار إلى عملاء وتطوير متوسط سلة الشراء	
الأسبوع السادس	اقامة نظام لوجستيك (شحن وتوصيل) للتجارة الالكترونية	
الأسبوع السابع	اقامة نظام الدفع للمنصة الرقمية	
الاسبوع الثامن	تأمين المنصات الرقمية	
الاسبوع التاسع	انشاء حركة ارتياد للمنصة الرقمية	
الاسبوع العاشر	الولاء وإدارة علاقة العملاء 1	
الأسبوع الحادي عشر	الولاء وإدارة علاقة العملاء 2	
الأسبوع الثاني عشر	تحليل وتقييم المنصات الرقمية	
الاسبوع الثالث عشر	امتحان نهاية السداسي	
-	الامتحان الاستدراكي	

أستاذة (ة) الأعمال التطبيقية :

زويد الزهرة

Zouied

الأستاذة (ة) المحاضر(ة) :

زويد الزهرة

Zouied

Université Badji-Mokhtar. Annaba
قسم العلوم المالية



جامعة باجي مختار - عنابة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير

نحن طلبة الفوج 01 من السنة الثالثة شعبة العلوم التجارية . تخصص تسويق رقمي ، ، نشهد أننا اطلعنا على منهاج مادة "تصميم وإدارة المنصات الرقمية" و على كيفية التقييم ، وفيما يلي إمضاءاتنا على ذلك :

الرقم	اللقب	الإسم	الإمضاء
01	زايد	نور العدي	
02	نوار	وميدان	
03	لعائلي	أيهب	
04	اسلام	مهد ناري	
05	خالد	مدمد لقمان	
06	بودرباني	مدمد ادريس	
07	نور مخرج	غالب	
08	مروسي	محمود وسيم	
09	بلخير	أحمد	
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			

