

الخطة الدراسية للدبلوم التدريبي (المهني) في تخصص:
التصميم الجرافيكي والتسويق الإلكتروني

رقم المساق	اسم المساق	الساعات النظرية	الساعات العملية	الهدف من المساق	المحتوى
1	مقدمة في التصميم الجرافيكي	15	15	تعريف الطلاب بأساسيات التصميم الجرافيكي وأدواته وكيفية استخدامها في المشروعات المختلفة.	<ul style="list-style-type: none"> - تعريف التصميم الجرافيكي وأهمية استخدامه في مختلف الصناعات - مبادئ التصميم الأساسية مثل التوازن، التناغم، والانسجام - الأدوات الأساسية في التصميم الجرافيكي - عملية التصميم من الفكرة إلى التنفيذ - فهم تأثير الألوان والخطوط والصور في التصميم.
2	برامج التصميم الجرافيكي (Adobe Photoshop)	15	15	تعلم كيفية استخدام برنامج الفوتوشوب بشكل احترافي في تصميم الرسوم واللوحات الدعائية.	<ul style="list-style-type: none"> - التعرف بأدوات وأسطوانات برنامج Photoshop - تقنيات التعديل على الصور وتحسين جودتها - إنشاء تصاميم من الصفر باستخدام أدوات الرسم والتأثيرات - استخدام الطبقات، الفلاتر، والتأثيرات الخاصة - تقنيات تحسين الصور للويب والطباعة.

رقم المساق	اسم المساق	الساعات النظرية	الساعات العملية	الهدف من المساق	المحتوى
3	تصميم الشعارات والهوية البصرية	15	15	تعلم كيفية تصميم الشعارات وبناء هوية بصرية متكاملة للعلامات التجارية.	<ul style="list-style-type: none"> - أساسيات تصميم الشعارات والهوية البصرية - فهم مكونات الهوية مثل الألوان والخطوط والشعارات - كيفية دمج الرسائل البصرية مع هوية العلامة التجارية - تقنيات خلق شعارات مبتكرة - تطبيقات عملية لإنشاء وتطوير هوية بصرية متكاملة.
4	تصميم الإعلانات الرقمية	18	12	تعلم كيفية تصميم إعلانات رقمية احترافية تستخدم في الحملات التسويقية على منصات الإنترنت.	<ul style="list-style-type: none"> - استراتيجيات تصميم الإعلانات التي تتناسب مع منصات الإنترنت المختلفة - تصميم إعلانات موجهة لجذب العملاء وتحقيق الأهداف التسويقية - تقنيات العمل على الإعلانات المتحركة والمرئية - استخدام الأدوات المناسبة لإعداد إعلانات رقمية فعالة. - تقنيات تحسين الإعلانات بناءً على تحليلات الأداء.

رقم المساق	اسم المساق	الساعات النظرية	الساعات العملية	الهدف من المساق	المحتوى
5	التسويق الإلكتروني واستراتيجياته	20	10	فهم استراتيجيات التسويق الإلكتروني وتعلم كيفية استخدامها للوصول إلى العملاء وتحقيق الأهداف التجارية.	<ul style="list-style-type: none"> - تعريف التسويق الإلكتروني وأهدافه - استراتيجيات التسويق الإلكتروني الناجحة - استخدام محركات البحث والإعلانات المدفوعة للتسويق - فهم تقنيات تحسين محركات البحث (SEO) - تحليل الأسواق الرقمية وتحديد الجمهور المستهدف.
6	تصميم المواقع وتجربة المستخدم (UX/UI)	18	12	تعلم كيفية تصميم واجهات المواقع الإلكترونية وتجربة المستخدم بشكل احترافي.	<ul style="list-style-type: none"> - مبادئ تصميم واجهات المستخدم (UI) وتجربة المستخدم (UX) - تحليل احتياجات المستخدم وتطبيقها في تصميم الواجهات - تصميم مواقع ويب تفاعلية وسهلة الاستخدام - استخدام الأدوات المتخصصة في تحسين تجربة المستخدم - تقنيات اختبار وتقييم واجهات المواقع.

رقم المساق	اسم المساق	الساعات النظرية	الساعات العملية	الهدف من المساق	المحتوى
7	التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي	15	15	تعلم كيفية تسويق المنتجات والخدمات عبر منصات السوشيال ميديا من خلال استراتيجيات فعالة.	<ul style="list-style-type: none"> - استراتيجيات التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي - تحديد الجمهور المستهدف على منصات مثل Instagram, Facebook - إنشاء محتوى موجه وجذاب لجمهور السوشيال ميديا. - استخدام الإعلانات المدفوعة على وسائل التواصل الاجتماعي - قياس وتحليل أداء الحملات على منصات التواصل.
8	تصوير المنتجات وتحضير الصور	15	15	تعلم أساسيات التصوير الاحترافي للمنتجات وكيفية تحرير الصور بشكل يتناسب مع حملات التسويق الإلكتروني.	<ul style="list-style-type: none"> - تقنيات تصوير المنتجات لإظهار التفاصيل بأفضل شكل - إعداد الإضاءة والخلفيات المناسبة لصور المنتجات - استخدام برامج التحرير لتحسين جودة الصور - تقنيات تحسين الصور للعرض عبر الإنترنت - كيفية استخدام الصور في التسويق والإعلانات الرقمية.

رقم المساق	اسم المساق	الساعات النظرية	الساعات العملية	الهدف من المساق	المحتوى
9	الفيديوهات الترويجية والمحتوى المرئي	18	12	تعلم كيفية إنشاء وتحرير الفيديوهات الترويجية والمرئية التي تُستخدم في التسويق الإلكتروني.	<ul style="list-style-type: none"> - أساسيات إنشاء الفيديوهات الترويجية والمؤثرات البصرية - تقنيات تصوير الفيديوهات الترويجية بجودة عالية - استخدام أدوات التحرير مثل Adobe Premiere و After Effects - صياغة قصص مرئية جذابة لعلامة تجارية - استراتيجيات توزيع الفيديوهات عبر منصات الإنترنت.
10	قياس وتحليل الأداء في التسويق الإلكتروني	18	12	تعلم كيفية قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية الإلكترونية باستخدام أدوات التحليل المختلفة.	<ul style="list-style-type: none"> - أدوات تحليل الأداء الإلكتروني مثل Google Analytics - تحديد المؤشرات الرئيسية للأداء (KPIs) في التسويق الإلكتروني - قياس فعالية الحملات الإعلانية ومحتوى المواقع - تحليل البيانات لاستخلاص رؤى تسويقية - تطبيق التحليلات لتحسين استراتيجيات التسويق عبر الإنترنت.