

التسويق والتجارة الإلكترونية		عدد الساعات		٨	ساعات
المحور	المواضيع	الزمن	الأدوات او الأساليب المستخدمة	نمط التدريب	التقييم
الموضوع الرئيسي : مفهوم التجارة الإلكترونية	الفرق بين التجارة الإلكترونية والتقليدية	١٥	المحاضرة	متزامن	التقييم ١
	الفرق بين التجارة الإلكترونية والتقليدية	١٥	العصف الذهني		
	دراسة السوق وتحديد الشريحة المستهدفة	١٥	أسلوب الحوار		
	دراسة السوق وتحديد الشريحة المستهدفة	١٥	أسلوب الحوار		
	تصميم المزيج التسويقي ومزيج المنتجات	١٥	التعاوني		
	تصميم المزيج التسويقي ومزيج المنتجات	١٥	أسلوب الحوار		
	قياس خدمة العملاء في التجارة الإلكترونية	١٥	التعاوني		
	قياس خدمة العملاء في التجارة الإلكترونية	١٥	التعاوني		
الموضوع الرئيسي : التعرف على الجمهور المستهدف	اختيار الجمهور المستهدف بعناية	15	المحاضرة	متزامن	التقييم ٢
	اختيار الجمهور المستهدف بعناية	15	العصف الذهني		
	معرفة سلوك العميل	15	أسلوب الحوار		
	معرفة سلوك العميل	15	أسلوب الحوار		
	فائدة معرفة سلوك العميل	15	التعاوني		
	فائدة معرفة سلوك العميل	15	أسلوب الحوار		
	كيف العميل يفكر في قرار مرحلة الشراء	15	التعاوني		
	كيف العميل يفكر في قرار مرحلة الشراء	15	التعاوني		
	الثالث انواع من المتابعين	10	العصف الذهني		
	الثالث انواع من المتابعين	10	العصف الذهني		
	شخصيات العملاء المحتملين	15	التعاوني		
	شخصيات العملاء المحتملين	15	التعاوني		
	مفهوم التسعير في التجارة الإلكترونية	15	اسلوب المحاضرة		
	مفهوم التسعير في التجارة الإلكترونية	15	العصف الذهني		
الموضوع الرئيسي : أهداف و استراتيجيات التسعير	التسعير في التجارة الإلكترونية والتقليدية	15	أسلوب الحوار	متزامن	التقييم ٣
	التسعير في التجارة الإلكترونية والتقليدية	15	أسلوب الحوار		
	أهداف التسعير	15	التعاوني		
	أهداف التسعير	15	أسلوب الحوار		
	استراتيجيات التسعير	15	التعاوني		
	استراتيجيات التسعير	15	التعاوني		
	إعداد دراسة الجدوى للمتجر الإلكتروني	15	العصف الذهني		
	إعداد دراسة الجدوى للمتجر الإلكتروني	15	العصف الذهني		
	إعداد خطة المشروع	10	التعاوني		
	إعداد خطة المشروع	10	التعاوني		
	إعداد خطة المشروع	10	التعاوني		
	إعداد خطة المشروع	10	التعاوني		
		480			