السداسي : الخامس

وحدة التعليم : منهجية

المادة : تصميم وإدارة المنصات التجارية الرقمية

الرصيد: 5

المعامل: 3

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم : في النهاية سيكون بإمكان الطالب فهم تحديات تصميم المنصات الرقمية لأغراض تجارية

المعارف المسبقة المطلوبة :

يتوجب على الطالب أن يكون ملما بأساسيات التسويق الرقمي والإعلام الآلي وتكنولوجيا المعلومات، التي درسها في السداسيات السابقة.

محتوى المادة:

- مدخل لمنصات الأعمال الرقمية
- التحكم في البيئة وبناء استراتيجية للتجارة الالكترونية Maitrise de l'environnement et construction de la stratégie e-commerce
- تصميم واجهة المستخدم وانشاء القيمة للزائر Conception de l'interface de la plateforme et création de valeur pour le visiteur
- تحويل الزوار إلى عملاء وتطوير متوسط سلة الشراء Conversion des visiteurs en clients et développement du panier moyen
- اقامة نظام لوجستيك (شحن وتوصيل) للتجارة الالكترونية Mise en place de la logistique du commerce électronique
- اقامة نظام الدفع للمنصة الرقمية Mettre en place un système de paiement sur la plateforme digitale
- تأمين المنصات الرقمية Sécuriser les plateformes digitales
- انشاء حركة ارتياد للمنصة الرقمية Création de trafic vers la plateforme digitale
- الولاء وإدارة علاقة العملاءFidélisation et gestion de la relation client
- تحليل وتقييم المنصات الرقمية L'analyse et l'évaluation des plateformes digitales

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

1- Henri ISAAC, E-COMMERCE, 4E EDITION, Pearson 5e édition (2014).

2- DARIO MAISTO , The Digital Platforms Handbook, , KDP (2020)