الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة المستقبل - صنعاء
كلية العلوم الإدارية والمالية
قسم نظم معلومات إدارية

جامعة المستقبل
FUTURE UNIVERSITY

(موقـع تسـويق المنتجـات والخـدمات)

Marketing of products and services

هذا المشروع لنيل درجة البكالوريوس في نظم المعلومات الإدارية

إعداد الباحثين :

١) محمد عبدالله احمد اليريمي
٢) شهاب عبدالله احمد اليريمي
٣) منيف محمد عبدالله القشم
٤) اصيل جلال عبدالجليل
٥) غدير خالد عبده العجيل

إشراف : د. ياسر الدبعي

رئيس قسم نظم معلومات إدارية

صنعاء – ٢٠٢٠-٢٠٢١



{ وَقُلِ ٱعْمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُۥ وَٱلْمُؤْمِنُونَ }

[التوبة:١٠٥]



الإهداء

بدأنا بأكثر من يد وقاسينا أكثر من هم وعانينا الكثير من الصعوبات وها نحن اليوم الحمد لله نطوي سهر الليالي وتعب الايام وخلاصة مشوارنا بين دفتي هذا العمل المتواضع

إلى منارة العلم والإمام المصطفى إلى الأمي الذي علم المتعلمين إلى سيد الخلق رسولنا الكريم سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء إلى من حاكت سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها إلى والدتي العزيزة.

إلى من سعى وشقي لأنعم بالراحة والهناء الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي في طريق النجاح والذي علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر إلى والدي وامي العزيزين ٠

إلى من كان له الفضل بعد الله عز وجل في وصولي لنهاية مرحلة البكالوريوس.

إلى من حبهم يجري في عروقي ويلهج بذكراهم فؤادي إلى اخواني وأخواتي الغاليين.

إلى من سرنا سوياً ونحن نشق الطريق معاً نحو النجاح والإبداع إلى من تكاتفنا يداً بيد وهم زملائي الغاليين.

إلى من علمونا حروفاً من ذهب وكلمات من درر وعبارات من أسمى وأجلى عبارات في العلم إلى من صاغوا لنا علمهم حروفاً ومن فكرهم منارة تنير لنا سيرة العلم والنجاح إلى دكاترتنا ومدرسينا الغاليين.

الشكر والعرفان

في البداية الحمد والشكر لله جل في علاه فإليه يُنسب الفضل كله في إكمال – والكمال يبقى لله وحده.

وبعد الحمد لله. فإنني أتوجه إلى العميد:د. خالد العلي

عميد كلية العلوم الإدارية والمالية

والمشرف الدكتور: ياسر الدبعي

بجزيل الشكر والعرفان وكامل الامتنان الذي لن تفيهم أي كلمات حقهم فلولا مثابرتهم ودعمهم المستمر لنا ما تم هذا العمل بفضل الله سبحانه وتعالى.

وبعدهم فالشكر موصول لكل دكاترتنا الغاليين الذين تعلمنا على أيديهم في كل مراحل دراستنا لمرحلة البكالوريوس.

حتى نتشرف بوقوفنا أمامكم اليوم.

مستخلص البحث

موقع تسويق المنتجات والخدمات

المستخلص:

ينتشر استخدام الكمبيوتر بشكل كبير بين النّاس، فمع التطوّر الّذي يشهده عصرنا الحالي أصبح جهاز الكمبيوتر أحد الأجهزة الواجب استخدامها لسير الحياة بشكل عام إن صحّ التعبير، سواء كان ذلك على الصّعيد الشّخصي للمستخدم أو على صعيد الشّركات أو المؤسّسات، فمن المستحيل أن تجد مؤسّسة أو شخص أو حتّى جهة خاصة، يستمر في أداء أعماله والقيام بها من دون الكمبيوتر، ويستخدم الحاسوب في المجال التسويقي، حيث يشكل جزءاً مهماً فيها لما يقدمه من فوائد ومساعدات، حيث يجد الكثير من الناس أنّ عملية البحث عن المنتجات وتقديم الخدمات في محركات البحث الموجودة بالحاسوب أسهل كثيراً من الكتب والأوراق، والقيام بتنفيذ الاعمال وترويج منتجاتهم على الحاسوب بدلاً من الطرق التقليدية. ومع التطور التقني والمعلوماتي في السنوات الأخيرة ظهر مفهوم الخدمات الالكترونية، وملخص فكرته وجود برنامج حاسوبي أو إلكتروني يوفر ميزات لتقديم مثل هذه الخدمات (عبر الشبكة العنكبوتية) ثم بيعها إلكترونياً عبر موقعنا الالكتروني وفق ترتيب معين يحدد حسب حاجة الشخص وصاحب الخدمة، وتعد الخدمات الالكترونية بمثابة بنك من المعلومات حيث تتم من خلاله عملية تقديم الخدمات وبيع السلع والمنتجات الخاصة بهم. وللحاسوب وتكنولوجيا المعلومات تأثير كبير على مثل هذه الخدمات عبر شبكة الانترنت العالمية والمحلية. طرق تقديم الخدمات الالكترونية إلى أية نقطة متصلة بشبكة الإنترنت في أي مكان من العالم. ومع توجه المؤسسات نحو اعتماد الخدمات الالكترونية كان لا بد لجامعة المستقبل " من وجهة نظرنا " لمواكبة هذا التطور التقني الهام حيث تعتبر جامعة المستقبل مصدر من مصادر التقنية وتكنولوجيا المعلومات في بلادنا, وفي هذا المشروع مانحاول القيام به هو التمكن إلكترونيا من تقديم الخدمات .

الفهرس

الفصل الأول: المقدمة

١,١ تمهيد: ١
٢,١ سبب اختبار المشروع: ٢
٣,١ أهداف المشروع: ٢
٤,١ دراسة الجدوى: ٢
٥,١ منهجية بناء الموقع: ٥
٦,١ الأدوات المستخدمة لبناء المشروع: ٦
٧,١ حدود المشروع: ٩
٨,١ الخطة الزمنية لإقامة المشروع: ٩

الفصل الثاني: الخلفية النظرية

١,٢ مقدمـــة: ١٠
٢,٢ المفاهيم النظرية: ١٠
٣,٢ الدراسات السابقة: ١٥

الفصل الثالث: التحليل

١,٣ مقدمـــة: ١٧
٢,٣ الطرق المستخدمة في جمع البيانات: ١٧
٣,٣ مخططات تدفق البيانات(DFD) : ٢٦
٤,٣ قاموس البيانات: ٣٢

الفصل الرابع: تصميم النظام

١,٤ مقدمـــة: ٣٧
٢,٤ معمارية النظام المقترح: ٣٧
٣,٤ تصميم قاعدة البيانات(الجداول): ٣٩
٤,٤ تصميم الخوارزميات والإجراءات والمخططات: ٤٧

الفصل الخامس: تنفيذ النظام

١,٥ مقدمـــة: ٥٣
٢,٥ متطلبات تشغيل النظام: ٥٣
٣,٥ إعدادات التهيئة النظام: ٥٣
٤,٥ نوافذ النظام: ٥٤

الفصل السادس: الاستنتاجات والأعمال المستقبلية

١,٦ مقدمـــة: ٦٢
٢,٦ الاستنتاجات: ٦٢
٣,٦ إيجابيات النظام: ٦٢
٤,٦ اقتراحات النظام: ٦٣
٥,٦ الخاتمة: ٦٥
٧,٦ المصادر: ٦٥

الفصل الأول

المقدمة

- تمهيد.
- تعريف المشكلة.
- أهداف المشروع.
- دراسة الجدوى.
- منهجية بناء النظام.
- الأدوات المستخدمة لبناء المشروع
- حدود المشروع.
- الخطة الزمنية لإقامة المشروع.

1.1 تمهيد:

ينتشر استخدام الكمبيوتر بشكل كبير بين النّاس، فمع التطوّر الّذي يشهده عصرنا الحالي أصبح جهاز الكمبيوتر أحد الأجهزة الواجب استخدامها لسير الحياة بشكل عام إن صحّ التعبير، سواء كان ذلك على الصّعيد الشّخصي للمستخدم أو على صعيد الشّركات أو المؤسّسات، فمن المستحيل أن تجد مؤسّسة أو شخص أو حتّى جهة خاصة، يستمر في أداء أعماله والقيام بها من دون الكمبيوتر، ويستخدم الحاسوب في المجال التسويقي، حيث يشكل جزءاً مهماً فيها لما يقدمه من فوائد ومساعدات، حيث يجد الكثير من الناس أنّ عملية البحث عن المنتجات وتقديم الخدمات في محركات البحث الموجودة بالحاسوب أسهل كثيراً من الكتب والأوراق، والقيام بتنفيذ الاعمال وترويج منتجاتهم على الحاسوب بدلاً من الطرق التقليدية. ومع التطور التقني والمعلوماتي في السنوات الأخيرة ظهر مفهوم الخدمات الالكترونية، وملخص فكرته وجود برنامج حاسوبي أو إلكتروني يوفر ميزات لتقديم مثل هذه الخدمات (عبر الشبكة العنكبوتية) ثم بيعها إلكترونياً عبر موقعنا الالكتروني وفق ترتيب معين يحدد حسب حاجة الشخص وصاحب الخدمة، وتعد الخدمات الالكترونية بمثابة بنك من المعلومات حيث تتم من خلاله عملية تقديم الخدمات وبيع السلع والمنتجات الخاصة بهم. وللحاسوب وتكنولوجيا المعلومات تأثير كبير على مثل هذه الخدمات عبر شبكة الانترنت العالمية والمحلية. طرق تقديم الخدمات الالكترونية إلى أية نقطة متصلة بشبكة الإنترنت في أي مكان من العالم. ومع توجه المؤسسات نحو اعتماد الخدمات الالكترونية كان لا بد لجامعة المستقبل " من وجهة نظرنا " لمواكبة هذا التطور التقني الهام حيث تعتبر جامعة المستقبل مصدر من مصادر التقنية وتكنولوجيا المعلومات في بلادنا, وفي هذا المشروع ما نحاول القيام به هو التمكن إلكترونيا من تقديم الخدمات الالكترونية بأقصى درجة ممكنه من مشاريع التخرج في قسم نظم معلومات إدارية , كما سنستخدم في هذا المشروع تكنولوجيا المعلومات الحديثة المادية والبرامجية ، وتقنيات الاتصالات وملحقاتها من انترنت وشبكات، بمحاولة القيام بجميع المهام التي تعمل في تقديم الخدمات الالكترونية في جميع المجالات.

2.1 أسباب اختيار المشروع:

- قلة الأنظمة المستخدمة في التسويق.
- صعوبة واستغراق وقت طويل في البحث عن طريقة لتسويق المنتجات.
- إمكانية تلف المنتجات قبل بيعها.
- عدم وجود بيئة مشتركة لتسويق المنتج أو السلعة في إطار مشترك.

١. دراسة الجدوئ:

3.1 أهداف المشروع:

- إنشاء موقع أو نظام لتسويق المنتجات.
- سهولة الوصول واستهلاك وقت أقصر في البحث عن المنتجات المطلوبة.
- توفير سلع متعددة وسهلة شرائها.
- سهولة متابعة المنتجات من قبل رئيس القسم والمشرفين في الموقع.

١.٤.١ الجدوى الفنية:

إن النظام الذي سنقوم بعمله مجدي فنياً وذلك لأن النظام سهل ويحتاج إلى مكونات مادية ومكونات برمجية وجميع هذه المكونات متوفرة وجاهزة أو يمكن توفيرها.

٢.٤.١ الجدوى التشغيلية:

تهتم دراسة الجدوى التشغيلية بدراسة البيئة التي يعمل فيها النظام ومن يستخدمه، ونظراً لتوفر الكهرباء والأجهزة وشبكة الانترنت إذاً القائمين على النظام لن يجدوا صعوبة في التعامل مع النظام خصوصاً إذا تم أخذ دورات تعليمية، إذا النظام قابل للتطبيق وبالتالي فإنه مجدي تشغيلياً.

٣.٤.١ الجدوى الاقتصادية:

من خلال ما قام به فريق العمل من دراسة الجدوى الاقتصادية تمكنا من معرفة التكاليف والمنافع الملموسة والغير ملموسة العائدة من النظام.

- **أولا منافع النظام:** النظام المقترح سيوفر منافع ملموسة وغير ملموسة تتمثل في:
  - **منافع ملموسة:**

ويقصد بها كل المنافع التي سيوفرها النظام مباشره وهي كالتالي:

- ✓ توفير شراء مستلزمات التقارير اليدوية من خلال أنجاز المهام إلكترونيا.
- ✓ عمل نسخ إلكترونية احتياطية من المنتجات والخدمات.
- ✓ تقليل الأخطاء البشرية.
- ✓ الدقة والسرعة عند بحث المستخدم للمنتجات والخدمات وسهولة التصنيف.
- ✓ تمكين المشرفين والعملاء من التواصل عن بعد (Skype).

  - **منافع غير ملموسة:**

وهي تلك المنافع التي يقدمها النظام دون التأثير على الماديات والتكاليف وهذه المنافع هي جوهر اهداف النظام وهي.

- ✓ نيل رضى المستخدمين والعملاء.
- ✓ مواكبة التطور واستخدام التكنولوجيا الحديثة.
- ✓ تحسين سمعة الجامعة بشكل عام والمكتبة قسم الحاسبات بشكل خاص.

- **ثانيا تكاليف بناء النظام المقترح:**

يوضح الجدول (1.1) التكاليف اللازمة التي يحتاج إلية مطورو النظام في بناء النظام (المقترح) التي تم تقديرها ب**2400$** تدفع مرة واحدة فقط .

جدول (1.1): التكاليف بناء النظام

م	التكاليف	السعر
1	جهاز كمبيوتر محمولة مع انظمة التشغيل Intel(R)Core (TM)i7-4810MQ CPU@2.80GHz 2.80 (2)	$1400
2	(1) طابعة (HP Laser jet 2100 مستحسن)	$200
3	برامج	$200
4	ماسح ضوئي	$100
5	تكاليف انترنت	$20
6	قرطاسية (احبار، اوراق، طباعة....)	$100
7	معدات تخزين (فلاشه وهارد)	$130
8	اجور العاملين	$250
الإجمـــالي		**$2400**

- **تكاليف تشغيل النظام المقترح:**
- **التكاليف الدائمة:**

يوضح الجدول (2.1) التكاليف الاولية في النظام المقترح التي نحتاج اليها في بداية المشروع وتدفع مرة واحدة.

جدول (2.1): التكاليف الاولية

م	التكاليف	السعر
1	(2) جهاز كمبيوتر مكتبي	$1200
2	برامج (متصفح)	$20
3	تكاليف توصيل خط أنترنت سرعة 1مجا وأكثر	$150
الإجمـــــــــــالي		**$1370**

- **التكاليف الدائمة:**

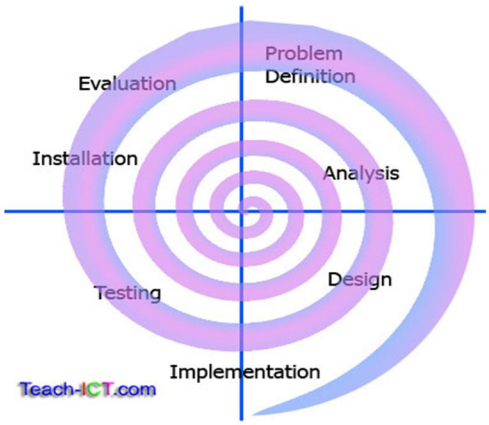
يوضح الجدول (3.1) التكاليف الدائمة وهي تلك التكاليف التي تدفع شهرياً أو سنوياً الازمة

جدول (3.1): التكاليف الدائمة

م	التكاليف المتكررة	السعر
1	تكلفة الاشتراك في الانترنت والكهرباء	$50
2	صيانة وتطوير الموقع	$300
3	رفع الموقع الى النت (تكلفة استضافة الموقع)	$150
الإجمـــــــالي		**$500**

5.1 منهجية بناء النظام:

اعتمدنا في المشروع على النموذج الحلزوني (Spiral model) فهو احد النماذج الشهيرة والمستخدمة لتطوير نظم المعلومات وقد تم استخدام هذا النموذج كمنهجيه لبناء نظام تسويق المنتجات والخدمات وذلك بسبب قابليته لدعم كافة التغيرات والتطورات المستقبلية في متطلبات العمل، مع العلم أن كل مرحله من مراحل النموذج الحلزوني تعتمد على المرحلة التي تسبقها، ويمكن في هذا النموذج التحرك خطوه إلى الأمام أو إلى الخلف وامكانية التعديل عند اكتشاف الأخطاء يوجد بعد كل مرحلة تحليل للمخاطر.



الشكل(1.1): النموذج الحلزوني

6.1 الأدوات المستخدمة لبناء المشروع:

❖ **الأدوات المادية (Hard Wear):**

يوضح الجدول (4.1) الادوات المادية بالإضافة الى مواصفات الاجهزة.

جدول (4.1): الادوات المادية

م	اسم الاداة	المواصفات
1	(2)جهاز الكمبيوتر المحمول	HP Intel(R)Core (TM) i7-4810MQ CPU@2.80GHz 2.80 GHz SONY Intel(R) Core (TM) i5-3230M CPU @ 2.60GHz 2.60 GHz
2	مودم	TP-Link 802.11 or More
4	طابعة	HP LaserJet Pro P1102
5	هارد ديسك	Toshiba 1TB or More

- **الأدوات البرمجية ووظائفها (Soft Ware):**

- **Windows 10 (64 bit)**

هو عبارة عن نظام التشغيل الذي يستخدم في أجهزة الحاسوب الشخصية والمحمولة، والتي تمكن من تنفيذ المهام في الحاسوب وهو نظام تابع لشركة ميكروسوفت أصدرته سنة 2017 بعد نظام ويندوز 8

- **Microsoft Office 2019**

هي حزمة مكتبية تضم مجموعة من البرامج المكتبية كبرنامج تحرير النصوص وبرنامج قواعد البيانات وبرنامج العروض التقديمية وبرنامج القوائم المحاسبية وغيره.

- **PHP5(Hyper Text Preprocessor):**

هي عبارة عن لغة برمجية قوية يتم معالجة الكود في السيرفر وإرسال النتائج إلى المتصفح ومخصصة لتطوير تطبيقات الويب التفاعلية، وهي لغة حرة مفتوحة المصدر ومجانية الاستخدام.

- **MySQL5(statement query language) :**

هي عبارة عن لغة لإنشاء قاعدة بيانات وتستخدم لإدارة قواعد البيانات على الانترنت. وهي أداة قوية جداً لتخزين البيانات وإعداد التقارير باستخدام كميات كبيرة من البيانات.

- **HTML (Hyper Text Markup Language):**

لغة ترميز النصوص المتشعبة وهي أول لغة تم استخدامها في تصميم صفحات المواقع وليس لها علاقة ببرمجة المواقع.

- **CSS3(Cascading Style Sheets):**

وهي ليست لغة برمجية ولكنها تقنية تهتم بتحديد شكل وتصميم مواقع الويب وينطبق ذلك على الألوان والخطوط والصور والخلفيات وما إلى ذلك من إضافات جمالية للموقع.

- **JavaScript:**

هي لغة برمجة عالية المستوى تستخدم أساسا في متصفحات الويب لإنشاء صفحات أكثر تفاعلية.

- **Ajax(Asynchronous JavaScript And Xml):**

وهي تقنية أو طريق بواسطتها يمكن تطوير تطبيقات الويب بحيث تصبح أكثر تفاعلية واستجابة للمستخدم، حيث يتم طلب صفحة الإنترنت قيد التصفح بدون الحاجة إلى الانتقال إلى صفحة جديدة.

- **jQuery**

هو إطار عمل للبرمجة بالجافا سكريبت JavaScript متعددة المنصات تم تصميمه لتسهيل عملية كتابة أكواد الـ JavaScript في المواقع.

- **Adobe Dreamweaver**:

هو برنامج متخصص لإنشاء وإدارة تطبيقات ومواقع الويب والتعامل معها، ويسمح لنا هذا البرنامج بإنشاء مواقع وتطبيقات ويب قوية جدا باستخدام أي من اللغات الشهيرة المتاحة حاليا مثل ASP.net و PHP.

- **Google Chrome**

متصفح إنترنت مجاني أصدرته شركة جوجل رسمياً عام 2008م في الحادي عشر من ديسمبر، ويعمل متصفح جوجل كروم ضمن خدمات ومواقع جوجل عامة، كالجوجل ميل واليوتيوب، كما أنّه يختلف عن أنواع المتصفحات الأخرى نظراً لمميزاته العديدة.

- **Wamp Server**

مجموعة برمجيات متكاملة لتمكن مصمم صفحات الانترنت من عمل مشروع ونشره محليا على جهازك الخاص او سيرفرك الخاص.

- **Bootstrap4:**

هو إطار عمل يستعمل في تصميم المواقع يعتمد أساسا على أكواد CSS, Html و JavaScript قام بتطويره فريق عمل موقع توتير وكان الهدف منه هو مساعدة المبرمجين في تطوير تطبيقات ويب وتلأم الموقع مع احجام الشاشات المختلفة.

- **WepRTC(Web real time connection)**

هو بروتوكول مفتوح المصدر يمكنك من إجراء مكالمات الفيديو من خلال عدة واجهات أو مواقع.

- **Node.js**

هو برنامج أعطى للجافا سكريبت بعداً آخر حيث أصبح بإمكاننا استعمال الجافا سكريبت خارج المتصفحات والتعامل مع الخوادم مباشرة.

- **Visio Microsoft**

هو برنامج تابع لشركة ميكروسوفت يسهل أنشاء رسوم تخطيطيه ومخططات انسيابية وهيكلية احترافية دون عناء.

7.1 حدود المشروع:

سيتم دراسة النظام في الحدود الوظيفية، المكانية، الزمنية وهي كالتالي:

- **الحدود المكانية:**

سوف يتم بناء النظام في شركة ما يكروتيك يمن.

الجمهورية اليمنية – صنعاء – شارع صخر.

- **الحدود الزمانية:**

سيتم إن شاء الله إنجاز هذا المشروع خلال العام الدراسي ٢٠٢٠ – ٢٠٢١ م

8.1 الخطة الزمنية لإقامة المشروع.

- **الخطة الزمنية العامة:** يوضح الجدول(5.1) الخطة الزمنية الشاملة لمراحل المشروع

الانشطة	اكتوبر 2020				نوفمبر 2020				ديسمبر 2020				يناير 2021				فبراير 2021				مارس 2021				ابريل 2021				مايو 2021				يونيو 2021			
	الأسابيع																																			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
البدء والتخطيط																																				
التحليل																																				
التصميم																																				
التنفيذ																																				
الاختبار																																				
التوثيق																																				

جدول (5.1): الخطة الزمنية للمشروع

الفصل الثاني

الخلفية النظرية

- الخلفية النظرية.
- أدوات المشروع.
- الدراسات السابقة.

1.2 مقدمــة:

يهدف هذا الفصل إلى التعرف على المفاهيم النظرية التي تم جمعها عن نظام موقع تسويق المنتجات والخدمات ومفاهيم خاصة بالمشروع , كما يعد هذا الفصل من أحد الفصول الهامة في التوثيق ويمثل دليل المفردات والمصطلحات المختلفة المستخدمة في النظام ووصفه , بالإضافة الى ذلك أنه يحتوي على مفردات النظام والمصطلحات الغير مفهومة في النظام والخلفية النظرية للنظام الحالي والنظام المقترح حيث يتناول الخلفية النظرية عن المفاهيم الأساسية لعنوان المشروع , وعرضٌ موجز لأهم الدراسات السابقة التي تناولت نفس الموضوع او موضوع مقارب مع ذكر عيوب، ومزايا هذه الدراسات.

2.2 المفاهيم النظرية:

تحتوي المفاهيم النظرية للنظام على تعريف المصطلحات المستخدمة، والإجراءات التي تتم في النظام، وخلفية تاريخية عن التسويق خلال مراحل متعددة عبر الازمنة المختلفة.

❖ خلفية تاريخية عن التسويق:

تعد دراسة تاريخ التسويق، باعتباره تخصصًا، أمرًا مهمًا فهي تساعد على تحديد الأسس التي يمكن من عُرفت .خلالها التعرف على التغيير وفهم كيفية تطور هذا التخصص استجابةً لتلك التغييرات
منذ آلاف السنين، ولكن أصبح مصطلح «التسويق» المستخدم لوصف الأنشطة التجارية ممارسة التسويق وبدأت دراسة .المتمثلة في بيع وشراء المنتجات أو الخدمات، شائع الاستخدام في أواخر القرن التاسع عشر تاريخ التسويق كمجال أكاديمي في أوائل القرن العشرين

يميل المسوقون إلى التفريق ما بين تاريخ ممارسة التسويق وتاريخ الفكر التسويقي:

١. يشير تاريخ ممارسة التسويق إلى البحث في طرق ممارسة التسويق؛ وكيف تطورت هذه الممارسات مع مرور الوقت وذلك تبعًا لاستجابتها للظروف الاجتماعية والاقتصادية المتغيرة.

٢. يشير تاريخ الفكر التسويقي إلى معاينة الطرق التي دُرّس بها التسويق

يُعتبر تاريخ الفكر التسويقي وتاريخ ممارسة التسويق مجالين متميزين للدراسة، إلا أنهما يتقاطعان في عدة نقاط. يشارك ممارسو التسويق في ممارسات مبتكرة تجذب انتباه باحثي التسويق الذين يقومون بتدوينها ونشرها. وفي الوقت نفسه، غالبًا ما يطور أكاديميو التسويق أساليب أو نظريات بحثية جديدة تُتخذ لاحقًا من .قبل الممارسين. وهكذا تنمو التطورات في نظريات وممارسة التسويق والعكس صحيح

اعتُبرت مقالة روبرت كيث التي نُشرت في عام ١٩٦٠ بعنوان «ثورة التسويق» عملاً رائداً في دراسة تاريخ وكان كتاب روبرت بارتل، تاريخ فكر التسويق، الذي نُشر في عام ١٩٧٦، بمثابة نقطة .ممارسة التسويق تحول في فهم كيفية تطور نظرية التسويق منذ نشأتها لأول مرة كنظام منفصل وحتى بداية القرن الماضي.

❖ المفاهيم النظرية المستخدمة في النظام الحالي:

- **التسويق**: هو مجموعة العمليات أو الأنشطة التي تعمل على اكتشاف رغبات العملاء وتطوير مجموعة من المنتجات أو الخدمات التي تشبع رغباتهم وتحقق للمؤسسة الأرباح خلال فترة مناسبة..
- **مهنة النشاط التسويقي:** يقوم النشاط التسويقي في التعرف على فئة الزبائن المستهدفين. دراسة خصائصهم وسلوكياتهم وعاداتهم الحياتية والشرائية والتعرف على احتياجاتهم ورغباتهم وتطلعاتهم.
- **ترميز المنتجات أو الخدمات:** ويعرف الترميز بأنه وضع رموز للمنتجات سواء بالأرقام الحسابية أو بالحروف الهجائية أو بالاثنين معاً، وتعتبر هذه الرموز أرقاماً للمنتجات.
- **متابعة المنتجات والخدمات**:

ويقصد في المتابعة اشراف المشرف على المنتج بكل تفاصيله من خلال لقاء إسبوعي.

❖ المفاهيم النظرية للمشروع المقترح (موقع تسويق المنتجات والخدمات في جامعة المستقبل لكلية العلوم الإدارية):

- **الانترنت وتاريخه:**

قبل ٥٠ عاما، وبالتحديد في ٢٩ أكتوبر ١٩٦٩، احتفل العالم بإرسال أول رسالة من مضيف إلى مضيف بين مختبرين أميركيين، لتمر الذكرى السنوية الـ٥٠ أمس على ما يعرف بأنه ميلاد شبكة الإنترنت.

وجرى الاتصال بالإنترنت لأول مرة عن طريق كمبيوتر من صنع شركة "نيكست" الأميركية، ودخل ذلك جهاز التاريخ، ويعرض حاليا بمتحف العلوم بكاليفورنيا.

وتم إرسال أول رسالة من الباحثين العاملين في وكالة مشروعات الأبحاث المتقدمة للدفاع ونقلت الرسالة بين مختبرين في جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس ومعهد أبحاث ستانفورد.

وقال مؤسس ومخترع الشبكة العنكبوتية الدولية تيم بيرنرز لي، على تويتر "لقد غيرت الإنترنت والشبكة العنكبوتية التي وفرتها حياة المليارات من البشر إلى الأفضل، ولكن قوتهما لتحقيق الخير تتعرض للتهديد.. هذه الذكرى السنوية يجب أن تكون اللحظة التي نقاتل فيها من أجل الشبكة التي نريد".

كما دعا بيرنرز لي في بيان نشره على موقع تأسيس الشبكة العنكبوتية الدولية إلى عقد جديد يجمع الحكومات والشركات ومجموعات المواطنين للتوصل إلى خطة عمل واضحة لحماية شبكة الإنترنت كقوة تعمل للخير.

المصدر: https://www.alhurra.com بتاريخ: ٣٠ أكتوبر ٢٠١٩م

- **الإنترنت Internet:**

الإنترنت هو "شبكة عامة" مع الآلاف من أجهزة الكمبيوتر (الخوادم والعملاء) مترابطة لتبادل المعلومات. وتتصل مجموعات الشبكات الحاسوبية ببناء الشبكة التي تمتد في جميع أنحاء العالم. لا توجد وحدة تحكم مركزية للسيطرة على الاتصالات. وهو يعتمد على أجهزة الشبكة والبروتوكولات (بروتوكولات التوجيه السابقة) المتفق عليها سابقا. يمكن لأي مستخدم الوصول إلى الإنترنت من خلال مزود خدمة الإنترنت (إيسب). عموما، الإنترنت غير منظمة وغير خاضعة للرقابة، ولكن هناك بعض البلدان التي تفرض قيود على الوصول إلى الإنترنت لمواطنيها. وعلى الرغم من عدم وجود كيان مركزي للتحكم، فإن إيكان (مؤسسة الإنترنت للأسماء والأرقام المخصصة) تدير عناوين بروتوكول الإنترنت وأسماء النطاقات.

المصدر: https://ar.weblogographic.com سنة: ٢٠٢٠ م

- **إنترانت Intranet:**

إنترانت هي "شبكة خاصة" مع عدد محدود من أجهزة الكمبيوتر المترابطة والسيطرة بطريقة محددة. يتم إعداد الشبكة الداخلية والسيطرة عليها من قبل المنظمة، لضمان اتصال آمن ودون انقطاع بين الأعضاء لتبادل المعلومات بشكل أكثر كفاءة. قد تتضمن متطلبات المنظمة مشاركة آخر التحديثات الإخبارية، ومعلومات الإدارة، والتغييرات التنظيمية والسياسات والإجراءات الجديدة وما إلى ذلك.

إنترانت يشبه الإنترنت، ولكنه معزول عن العالم الخارجي. وتستخدم الجدران النارية لربط إنترانت بالعالم الخارجي عندما يجب أن تكون متصلا بالإنترنت. ويستخدم نفس البروتوكولات

حجم الإنترانت يعتمد على متطلبات المنظمة. وقد تمتد على مبنى واحد أو منطقة واحدة أو بلد واحد. وبالإضافة إلى ذلك، هناك العديد من المنظمات المتعددة الجنسيات تحتفظ بشبكات داخلية بين البلدان باستخدام وصلات الألياف البصرية المخصصة. كفاءة الاتصالات بين أجهزة الشبكة عالية منذ عرض النطاق الترددي بالكامل لعدد ثابت من المستخدمين. لا توجد إزدحامات متكررة في حركة المرور أو تعطل القنوات أو حالات الخادم غير المتصلة بالإنترنت في الإنترانت. ويمكن الوصول إلى الشبكة الداخلية عبر الإنترنت. هناك تقنيات مثل اتصال فين لتوفير اتصالات آمنة في مثل هذه الحالات.

المصدر: https://ar.weblogographic.com سنة: ٢٠٢٠ م

- **الإكسترانت Extranet:**

إكسترانت هو جزء من الشبكة الداخلية، والتي تصنف أيضا على أنها "شبكة خاصة". يتم التحكم فيها وإدارتها من قبل منظمة، لتوفير الوصول الآمن إلى الإنترانت من العالم الخارجي. وتحتاج العديد من منظمات الأعمال إلى شركائها التجاريين والعملاء للاتصال بشبكة الإنترانت لتعزيز التواصل والكفاءة. وبما أن الإنترانت تسمح فقط للأعضاء الداخليين بالوصول، فإن الأعضاء الخارجيين (الشركاء والعملاء) يستخدمون الشبكة الخارجية للوصول إلى الشبكة. إدارة النظام / الإدارة يمكن أن تقرر أي المستخدمين يجب أن تسمح من خلال إكسترانيت. عموما، يتم منح المستخدمين الخارجيين وصولا محدودا عبر الإنترانت.

ليس فقط المستخدمين الخارجيين، وأحيانا أعضاء المنظمة نفسها الذين قد يحتاجون إلى الوصول إلى الشبكة عبر الإنترنت يمكن استخدام إكسترانيت.

المصدر: https://ar.weblogographic.com سنة: ٢٠٢٠ م

- **الفرق بين الإنترنت والإنترانت والإكسترانت:**

• عندما يتعلق الأمر بحجم الشبكة، الإنترنت هو الأكبر، ويتألف مئات الآلاف من أجهزة الشبكة والربط. حجم الشبكة الداخلية قد تمتد من مئات إلى عدة آلاف من أجهزة الكمبيوتر. إكسترانيت يأتي كجزء من الإنترانت، لذلك هو أصغر.

• الإنترنت هو شبكة عامة. الشبكة الداخلية والشبكة الخارجية هي شبكات خاصة.

• يمكن للمستخدمين الوصول إلى الإنترنت مجهول. يجب أن يكون لدى المستخدمين اسم مستخدم / كلمة مرور صالحة للدخول إلى إنترانت و إكسترانيت.

بشكل عام، الإنترنت غير منظم وغير خاضع للرقابة. ولكن الشبكة الداخلية / إكسترانيت تنظمها سياسات المنظمة.

المصدر: https://ar.weblogographic.com سنة: ٢٠٢٠ م

- **الأعمال الإلكترونية:**

هي العمل الذي يتم بمساعدة الإنترنت أو عبر تبادل البيانات الإلكترونية، وتعد التجارة الإلكترونية أحد المكونات المهمة للأعمال الإلكترونية.

لا يقتصر العمل الإلكتروني على شراء وبيع البضائع فقط، لكنه يشمل الأنشطة الأخرى التي تشكل جزءاً من الأعمال التجارية مثل تقديم الخدمات للعملاء، والتواصل مع الموظفين أو العملاء أو شركاء الأعمال بحيث تتم جميع العمليات التجارية الأساسية باستخدام الوسائط الإلكترونية.

- **التجارة الإلكترونية:**

هي العملية التي يتم من خلالها شراء وبيع وتداول وطلب السلع والخدمات عبر الإنترنت. في هذا النوع من المعاملات التجارية عبر الإنترنت، يمكن للبائع التواصل مع المشتري دون التفاعل وجهاً لوجه.

من الأمثلة الشائعة على تطبيقات التجارة الإلكترونية نجد الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والتسوق عبر الإنترنت وحجز التذاكر عبر الإنترنت والشبكات الاجتماعية وغيرها.

الشرط الأساسي للتجارة الإلكترونية هو الموقع الإلكتروني على الأنترنت. يتم التسويق والإعلان والبيع وإجراء المعاملات بمساعدة الإنترنت. أي معاملة نقدية تتم بمساعدة الوسائط الإلكترونية هي تجارة إلكترونية.

المصدر: https://www.passion-company.com سنة: ٢٠٢٠ م

- **التسويق الالكتروني:**

التسويق الإلكتروني (بالإنجليزية: E-Marketing): ويعرف أيضا باسم التسويق الرقمي (بالإنجليزية: Digital Marketing) أو التسويق عبر الشبكة (بالإنجليزية: web marketing) أو(Internet Marketing)، ويشمل جميع الأساليب والممارسات ذات الصلة بعالم التسويق عبر شبكة (الإنترنت): الاتصال عبر الإنترنت، وتحسين التجارة الإلكترونية..

المصدر: https://www.passion-company.com سنة: ٢٠٢٠ م

3.2OS(Operating System): الدراسات السابقة:

وهنا سيتم التطرق الى المشاريع السابقة التي تناولت نفس الموضوع او موضوع مقارب.

- **الأعمال السابقة التي تناولت نفس الموضوع:**

1. **موقع تسويق المنتجات والخدمات**: (باستخدام لغة PHP-MYSQL)

للطالب أبرار بلال ميزران , مبروكة محمد الحاجي , إشراف الاستاذ : مصطفى ابو اليزيد وتم تطبيق هذا المشروع في السودان , للعام 2010 , وقد كان الهدف الأساسي لهذا المشروع عمل نظام آلي للتسويق باستخدام قاعدة بيانات أوراكل لتحقيق السرعة والدقة والكفاءة والفعالية وقد جاء النظام بديلاً للنظام اليدوي في التسويق.

- **مميزاته:**

1. البدء بفكره عمل مشروع آلي من خلال تحويل النظام السابق اليدوي الى نظام آلي.
2. حل مشكلة صعوبة البحث والوصول للمنتجات السابقة.

- **عيوبه**:

1. أن النظام لم يشمل كل العمليات اللازمة لتسويق المنتجات والخدمات.
2. عدم التوسع في النظام ليشمل كافه المنتجات والخدمات.
3. ضعف الأمنية على البيانات.

2.نظام تسويق المنتجات والخدمات: (باستخدام لغة PHP-MYSQL, الاندرويد)

إعداد الطالب: محمد عبدالله اليريمي – شهاب عبدالله اليريمي – غدير خالد العجيل – منيف محمد القشم

والطالب: أصيل جلال عبدالجليل ، إشراف الدكتور: ياسر الدبعي.

وتم تطبيق هذا المشروع بشركة مايكروتيك يمن في صنعاء في العام ٢٠٢١ , الهدف الأساسي لهذا المشروع إنشاء نظام لتسويق المنتجات والخدمات وذلك بإنشاء قواعد بيانات للمنتجات المقترحة من قبل الأساتذة وأفكار الطلاب المقترحة والمجازة من قبل لجنة التنسيق وتوضيح المشاريع الحالية والمختارة سابقاً ومعلومات

عن المنتجات مثل نبذه عن المنتج، اسم المشرف وعدد العملاء لكل منتج. وتطوير التواصل مع مشرفي المنتجات عن طريق استخدام البريد الإلكتروني واستخراج تقارير من قواعد البيانات.

- **مميزاته:**

1. معالجة المشاكل التي تحدث نتيجة للتضارب عند اختيار منتج لأكثر من مجموعة في نفس الوقت.

- **عيوبه**:

1. طريقة إلغاء الطلب بعد اختيار المنتج المحدد.
2. تطوير التواصل بين العملاء والمشرفين بوسيلة أخرى غير استخدام البريد الإلكتروني.

الفصل الثالث

التحليل

- المقدمة.
- الطرق المستخدمة في جمع البيانات.
- مخططات تدفق البيانات.
- قاموس البيانات.

1.3 مقدمة:

تعتبر مرحلة التحليل أهم جزئية في عملية تطوير الموقع القائم أو بناء الموقع ككل واقسامه الفرعية ليتم دراستها وفحصها بشكل جيد بالإضافة إلى ذلك مرحلة التحليل تدرس طبيعة تركيب الموقع وكيفية عملها وعلاقتها بين مكوناتها الداخلية والخارجية ونوع العلاقة الرابطة بينهم سواء في المستويات الأساسية أو الفرعية، وبمعنى آخر إن هذه المرحلة (مرحلة التحليل) تدرس الموقع كما هو عليه في الواقع العملي وفهمه بشكل جيد وذلك للوصول لفهم صحيح للمشكلات وعند القيام بهذه الأعمال فإنها تستغرق الكثير من الوقت والجهد لتجنب المحلل الوقوع في الخطأ وبذلك فشل عملية التحليل بأكملها وفي حال إهمال هذه المرحلة قد يتسبب في فشل الموقع ككل كون اعتماد المراحل التي تليها وارتباطها بالتحليل وهذه التعليمات من المفترض أن تكون قد حللت في مرحلة التحليل, ونحن في هذا الفصل سنتطرق إلي عدة مراحل وذلك من جمع البيانات ومن ثم مخططات البيانات و اخيرا قاموس البيانات.

2.3 الطرق المستخدمة في جمع البيانات:

سيتم في هذه المرحلة التعرف على ما يحدث في الموقع الحالي بشكل دقيق وتفصيلي حيث تعتبر هذه المرحلة من المراحل المهمة في عملية تحليل النظام إذ أنها توفر المعلومات المهمة والتي من خلالها تستطيع التعرف على العمليات الأساسية التي تقوم عليها مرحلة التصميم وهناك عدة طرق أساسية لجمع البيانات ولقد تم استخدام عدة طرق لجمع البيانات منها:

2. الملاحظة:

وتعتبر الملاحظة من الطرق المعروفة في عملية جمع البيانات فهي تقوم على أساس مراقبة العمل وكيفية سريان التعاملات ومن خلال هذه الطريقة تمت عملية الجمع لمجموعة من البيانات.

وكانت نتيجة الملاحظة:

الصعوبة في الوصول للمنتجات المتميزة أو منتجات محددة , أيضا عدم التزام بعض العملاء بموعد التسليم عند حجز المنتجات أو الخدمات مما قد يعرضها لتلف أو الضياع ، وكما لحظنا في متابعة المشرفين للمنتجات بعدم انضباط بعض العملاء بمواعيد المتابعة الأسبوعية وعدم التقييم الأسبوعي للمنتجات من قبل المشرفين وهناك صعوبة في الوصول للمشرف في بعض الأحيان بسبب ضيق وقت المشرف حيث لا يكفي الوقت لمتابعة جميع العملاء وذلك لعدم توفر كادر القسم كاملا بسبب الأوضاع حيث يقوم المشرف الواحد بالأشراف لأكثر من منتج يفوق العدد المسموح به.

3. المقابلة:

هي من أهم وسائل جمع البيانات وأكثر فاعلية ودقة, يتم فيها الحصول على المعلومات من خلال الحوار المباشر بين محلل النظام والمستخدم , ولمقابلة ناجحة يجب أن نعتمد التخطيط السليم والإعداد المسبق لها, لذلك على محلل النظام الاستعداد للمقابلة وأن يأخذ في عين الاعتبار النقاط الهامة أثناء إجراء المقابلة، وكان الهدف من المقابلة معرفة الآلية والكيفية التي يعمل بها النظام الحالي والحصول على البيانات والمعلومات واللازمة لبناء النظام، والحصول على وجهات النظر والآراء التي تعكس طبيعة الشخص الذي تم مقابلته، وتم جمع البيانات من خلال إجراء المقابلة مع المدير **(إيهاب عبدالله اليريمي)** مدير قسم التسويق في شركة مايكروتيك يمن, حيث قام باطلاعنا على سير عمل تسويق المنتجات والخدمات وآليه عملها.

وتم تلخيص نتيجة المقابلة كما يلي:

وجدنا أن عملية تسويق المنتجات والخدمات كانت سابقاً تتم يدويا، حيث يقوم مدير القسم بتكليف الموظفين للنزول إلى العملاء وعرض المنتجات والخدمات من القسم الذي يمثل بمساعد مدير قسم التسويق وعمل كشف لاستلام المنتجات بمبدئ (سلم واستلم)، ويقوم الموظف عن طريق الترقيم على المنتج او الخدمة نفسه, ثم وضعها في سجلات يدوية لكل منتج , كما قام بإطلاعنا على آلية الاستفسار عن المنتج بحيث يقوم العميل بالاستفسار عن المنتج, ولكن أحيان قد يضطر مسؤول القسم بالرد على الكثير من الاستفسارات عن المنتجات والخدمات وهذه من المشاكل التي يواجهها حسب قولة لعدم توفر الوقت الكافي للرد على الكثير من الاستفسارات, وايضا من الصعوبات التي يواجهها في الموقع الحالي صعوبة الوصول للمنتجات والخدمات المطلوبة وصعوبة في تصنيف المنتجات حيث أقترح علينا في الموقع الجديد الذي سيتم إنشاءه تصنيف المنتجات والخدمات على حسب أنواعها المستخدمة في المنتج او الخدمة وإظهار تقييم المنتج او الخدمة وهذه من الاحتياجات التي يحتاجها العميل عند البحث بين المنتج او الخدمة حسب قولة.

وكما قمنا بالمقابلة مع الاخ (إيهاب عبدالله اليريمي) في مايكروتيك يمن ، حيث قمنا باستفساره عن آلية التسويق وبيع المنتجات وتقديم الخدمات والصعوبات التي يوجهها كبائع ، من خلاله حصلنا على معلومات قيمة وبعد الانتهاء من إجراء المقابلة قمنا بتلخيص نتائج المقابلة وترتيبها وتنظيمها كما يلي:

يتم إختيار المشرفين لمجموعات العملاء عن طريق الكفاءة وتتم متابعة المنتجات والخدمات أسبوعياً ويتم تحديد موعد ومكان الفحص والتقييم للمنتج أو الخدمة من قبل المشرفين على الاقسام والعملاء وتحديد موعد التسليم النهائي للسلع والمنتجات من قبل مدير القسم أو من ينوب عنه وإصداره في دليل للمنتجات والخدمات الذي يصدر من القسم بإشراف من رئيس لجنة إدارة التسويق.

ومن المشاكل التي يواجهها ك مشرف عدم إلتزام بعض العملاء بمواعيد الفحص والمعاينة للمنتج أو الخدمة المطلوبة.

- **وصف الموقع:**

يقوم المستخدمين بتسجيل الدخول للموقع عن طريق اسم مستخدم وكلمة مرور، يحتوي الموقع علي صفحة الاخبار بحيث يمكن المستخدمين من التعليق عليها ومن أبرز هذه الاخبار والمنتجات المرفوضة والمقبولة وأسماء العملاء مع مشرفي الاقسام. كما يحتوي على مواضيع قد تهم المستخدمين أو العملاء يمكن تحميلها ك pfd ومن هذه المواضيع المنتجات المقترحة ودليل المنتجات.

كما يحوي الموقع على صفحة المنتجات المقترحة من قبل العملاء بحيث يقوم العميل بتسجيل اسمه وتفاصيل الخدمات والمنتجات التي يقدمها وسيتم إرسال قبول أو رفض الخدمة في صفحة الاخبار. كذلك يحتوي المشروع على صفحة تخص خطة لوصف منتج أو إتمام خدمة معينه، وأيضا جدول لمواعيد المتابعة لكل خدمة. كما يحتوي على صفحة جدول تقيم المنتج ويحتوي الجدول على تاريخ التقييم، وما تم إنجازه و ماسيتم إنجازه في الجلسة القادمة وتقيم كل جلسة مع الملاحظات. وايضا سيوفر الموقع دردشة جماعية بين العميل وبين صاحب السلعة او المشرف عليها حيث تكون الدردشة (فيديو، نص) المشرف هو المسموح له بالبدء في الجلسة بالفيديو كما يمكن للعميل والمشرف أثناء الجلسة رفع وتنزيل ملف. بعد تسليم المنتج او الخدمة تسليم نهائي يتم ترحيله الي صفحة المنتجات السابقة وذلك لتوفر صفحتين تخص الخدمات صفحة المنتجات السابقة وصفحة المنتجات الحالية، ويستطيع العميل أو المشرف الاطلاع على المنتجات في صفحة المنتجات السابقة حيث تم تقسيم المنتجات علي حسب نوعها مع عرض إعداد واشراف وتقييم وتاريخ وحجم المنتج او الخدمة و نبذة عنه، كما سيتم تميز المنتجات والخدمات المميزة، ويستطيع التحميل المنتج او الخدمة بضغط على رابط المنتج.

- **متطلبات الموقع:**

وهي المهام الرئيسية التي تصف ما يجب على الموقع القيام به وما لا يجب على الموقع القيام به والخصائص التي يجب ان يتميز بها الموقع، ويجب تحديد هذه المتطلبات من وجهة نظر المستخدم الذي يمارس العمل (وهنا يشير المستخدم الى المشرفين ومدير النظام و العملاء) بالإضافة الى وجهة نظر مطوري النظام حيث تم صياغة هذه المتطلبات بطريقة مرنة لتتوافق مع متطلبات وطرق عمل التسويق (تسويق المنتجات والخدمات) وتنقسم هذه المتطلبات الى:

❖ **المتطلبات الوظيفية للموقع:**

يجب ان يكون الموقع قادرا على التحقق من صلاحيات المستخدم الداخل اليه اذا كان عميل او مشرف او مدير النظام وعرض البيانات المخول له بالوصول اليها, كما يجب ان يوفر النظام طرق الية للتواصل بين المشرف و العميل وذلك لتسهيل عملية بيع منتج أو تقديم خدمة , و أن يتيح النظام للمستخدم المخول من إعداد التهيئة في لوحة التحكم، وهي الإعدادات الاساسية الازمة لتنظيم طريقة عمل الموقع حيث يقوم مدير الموقع بضبط هذه الاعدادات بالطريقة التي تتوافق مع سياسة العمل لتسويق وبيع المنتج أو الخدمة المقدمة. وقد تم تلخيص المتطلبات الوظيفية للموقع لكل مستخدم كالتالي:

- **مهام مدير الموقع:**

1. إضافة مستخدم.
2. .تعديل بيانات مستخدم.
3. حذف بيانات مستخدم.
4. إضافة أخبار.
5. تعديل أخبار.
6. حذف أخبار.
7. إضافة منتج او خدمة.
8. تعديل بيانات منتج او خدمة (من ضمن التعديل " ترحيل منتج او خدمة, رفع ملف منتج او خدمة ").
9. حذف منتج او خدمة.
10. البحث عن منتج او خدمة.
11. إضافة قسم منتج او خدمة (حسب القسم).
12. تعديل قسم منتج او خدمة (حسب القسم).
13. حذف قسم منتج او خدمة (حسب القسم).

- **مهام العملاء :**

١. البحث عن منتج أو خدمة.
٢. طلب منتج أو خدمة.
٣. تنزيل ملف منتج أو خدمة.

- **مهام المشرف:**

1. تنزيل منتج او خدمة.
2. البحث عن منتج او خدمة.
3. انشاء جلسة اتصال بين العميل ومزود السلعة او الخدمة
4. تعبئة جدول مواعيد الجلسات بين العميل ومزود السلعة او الخدمة .
٥. عرض المنتجات او الخدمات الذي تمت بأشرفه.

✓ توصيف المتطلبات وثيقة متطلبات الموقع (SRD):

1. تسجيل الدخول:

- يقوم المستخدم بإدخال اسم المستخدم وكلمة المرور.
- يتم التأكد من البيانات التي أدخلت من جدول المستخدمين الموجود في قاعدة البيانات.
- إذا كانت خاطئة يتم إرسال رسالة خطاء وإعادة المحاولة.
- إذا كانت البيانات التي أدخلها المستخدم صحيحة يتم الدخول الى الصفحة الرئيسية الموقع.

2. إضافة مستخدم:

- ينقر مدير الموقع على زر أضافة عميل.
- يتم تعبئة بيانات المستخدم وإضافتها الى جدول العملاء الموجود في قاعدة البيانات.
- يتم التحقق من البيانات الموجودة في جدول العملاء إذا كان رقم العميل موجود سابقا في قاعدة البيانات يقوم بإرسال رسالة أن العميل موجود مسبقا.
- إذا كان رقم العميل غير موجود سابقا في قاعدة البيانات يتم قبول بياناته.
- يتم حفظ سجل بيانات العميل في قاعدة البيانات وذلك في جدول العملاء.
- تظهر رسالة تأكيد بإضافة العميل إلى قاعدة البيانات بشكل صحيح.

3. تعديل بيانات مستخدم:

- يقوم مدير الموقع بالبحث عن العميل عن طريق أسمة أو رقمه من جدول العملاء الموجود في قاعدة البيانات.

- يتم النقر على زر التعديل.
- يقوم بتعديل بيانات العميل المعروضة
- يتم النقر على زر حفظ سجل بيانات العميل المعدلة.
- تظهر رسالة تأكيد بحفظ البيانات المعدلة إلى قاعدة البيانات.

4. حذف بيانات مستخدم:

- يقوم مدير الموقع بالبحث عن العميل عن طريق أسمة أو رقمه من جدول العملاء الموجود في قاعدة البيانات.
- يتم النقر على زر الحذف.
- تظهر رسالة تأكيد بحذف بيانات العميل من قاعدة البيانات.

5. إضافة اعلان:

- يقوم مدير النظام بإدخال الاعلان.
- ينقر على أزرار تحديد حالة الاعلان.
- النقر على زر أضافة الاعلان.

6. تعديل بيانات الاعلان:

- يقوم مدير الموقع بالاستعلام عن بيانات اعلان من جدول الإعلانات في قاعدة بيانات.
- يقوم مدير الموقع بتعديل على بيانات الاعلانات المعروضة.
- يتم حفظ سجل بيانات الاعلان المعدلة.
- تظهر رسالة تأكيد بحفظ البيانات المعدلة الى قاعدة البيانات.

7. حذف بيانات الاعلان:

- يقوم مدير الموقع بالاستعلام عن بيانات الاعلان من جدول الإعلانات في قاعدة بيانات.
- يقوم مدير الموقع بحذف بيانات الاعلان المعروضة.
- تظهر رسالة تأكيد بالموافقة على الحذف.
- يتم حذف الاعلان من قاعدة البيانات.
- يتم إرسال التأكيد لإتمام العملية بنجاح.

8. إضافة بيانات منتج او خدمة:

- ينقر مدير الموقع على زر أضافة منتج او خدمة.
- يتم تعبئة بيانات منتج او خدمة وإضافتها الى جدول المنتجات او الخدمات الموجود في قاعدة البيانات.
- يتم التحقق من البيانات الموجودة في جدول المنتجات او الخدمات إذا كان رقم منتج او خدمة موجود سابقا في قاعدة البيانات يقوم بإرسال رسالة أن منتج او خدمة موجود مسبقا.
- إذا كان رقم منتج او خدمة غير موجود سابقا في قاعدة البيانات يتم قبول بياناته.
- يتم حفظ سجل بيانات منتج او خدمة في قاعدة البيانات وذلك في جدول المنتج او الخدمة
- تظهر رسالة تأكيد بإضافة المنتج او الخدمة إلى قاعدة البيانات بشكل صحيح.

9. تعديل (تعديل أو ترحيل أو رفع) بيانات المنتج او الخدمة:

- يقوم مدير الموقع بالبحث عن المنتجات او الخدمات عن طريق أسمة أو رقمه من جدول المنتجات او الخدمات الموجود في قاعدة البيانات.
- يتم النقر على زر التعديل.
- يقوم بتعديل بيانات المنتجات او الخدمات المعروض.
- يتم النقر على زر حفظ سجل بيانات المنتجات او الخدمات المعدلة.
- تظهر رسالة تأكيد بحفظ البيانات المعدلة إلى قاعدة البيانات.

10. حذف بيانات المنتجات او الخدمات:

- يقوم مدير الموقع بالبحث عن المنتجات او الخدمات عن طريق أسمة أو رقمه من جدول المنتجات الموجود في قاعدة البيانات.

- يتم النقر على زر الحذف.
- تظهر رسالة تأكيد بحذف بيانات المنتجات او الخدمات من قاعدة البيانات.

11. البحث عن المنتجات او الخدمات:

- يقوم المستخدم بالدخول إلى صفحة البحث عن المنتجات او الخدمات حيث يمكنه البحث باسم المنتجات او الخدمات أو رقم المنتجات او الخدمات.
- يتم إظهار قائمة المنتجات او الخدمات.
- يتم اختيار المنتجات او الخدمات المراد الاطلاع عليه.
- يتم استعراض المنتجات او الخدمات او تنزيله.

12. إضافة قسم المنتجات او الخدمات (حسب النوع):

- يقوم مدير الموقع بتعبئة بيانات قسم المنتجات او الخدمات الى جدول أقسام المنتجات او الخدمات في قاعدة البيانات مثل (أسم القسم، .....الخ).
- إذا كان رقم القسم موجود سابقا في قاعدة بيانات يتم رفض بياناته بإرسال رسالة خطاء وإعادة المحاولة.
- إذا كان رقم القسم غير موجود سابقا في قاعدة البيانات يتم قبول بياناته.
- يتم حفظ سجل بيانات القسم في قاعدة البيانات المخصصة بأقسام المنتجات او الخدمات.
- تظهر رسالة تأكيد بإضافة قسم الى قاعدة البيانات بشكل صحيح.

13. تعديل بيانات قسم المنتجات او الخدمات (حسب النوع):

- يقوم مدير الموقع بالاستعلام عن بيانات أقسام المنتجات او الخدمات من قاعدة البيانات.
- يقوم مدير الموقع بتعديل بيانات القسم المعروضة يتم حفظ سجل بيانات القسم المعدلة.
- تظهر رسالة تأكيد بحفظ البيانات المعدلة الى قاعدة البيانات.

14. حذف بيانات قسم المنتجات او الخدمات (حسب النوع):

- يقوم مدير الموقع بالاستعلام عن بيانات أقسام المنتجات او الخدمات من قاعدة البيانات.
- يقوم مدير الموقع بحذف بيانات القسم المعروضة.

- يتم حذف القسم من قاعدة البيانات.
- تظهر رسالة تأكيد بالموافقة على الحذف.
- يتم إرسال التأكيد لإتمام العملية بنجاح.

15. تنزيل ملف (المنتجات او الخدمات):

- يقوم المستخدم باختيار صنف المنتجات او الخدمات
- يتم عرض بيانات المنتجات او الخدمات.
- لتنزيل يضغط المستخدم على رابط المنتجات او الخدمات.

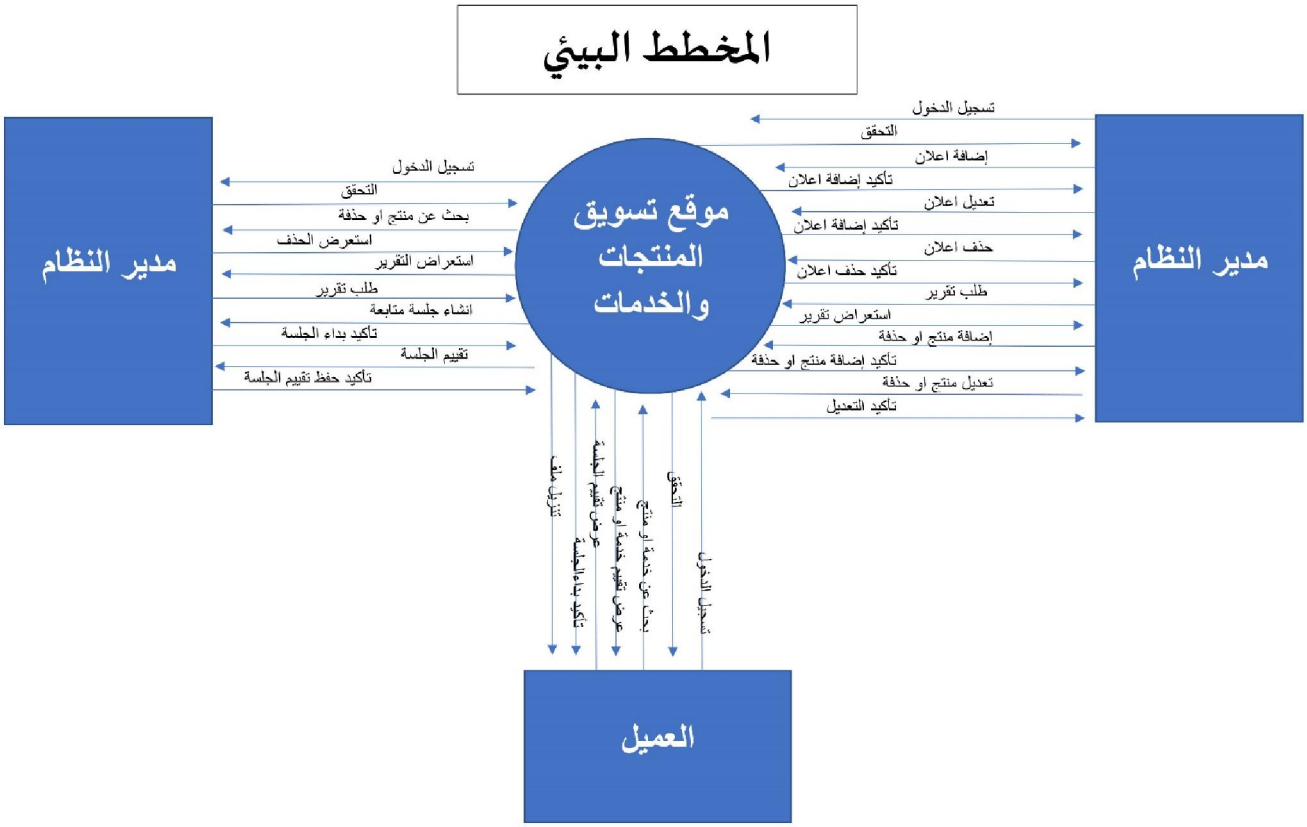
16. إنشاء جلسة متابعة:

- يقوم المشرف بـ أدخال أسم الجلسة.
- ثم النقر بـ أنشاء جلسة.
- يرسل النظام اشعار بابتداء الجلسة للعميل مع اسم الجلسة.
- يقوم العميل بـ إدخال أسم الجلسة.
- ثم النقر للاتصال بـ الجلسة.

17. تعبئه جدول المتابعة الاسبوعية:

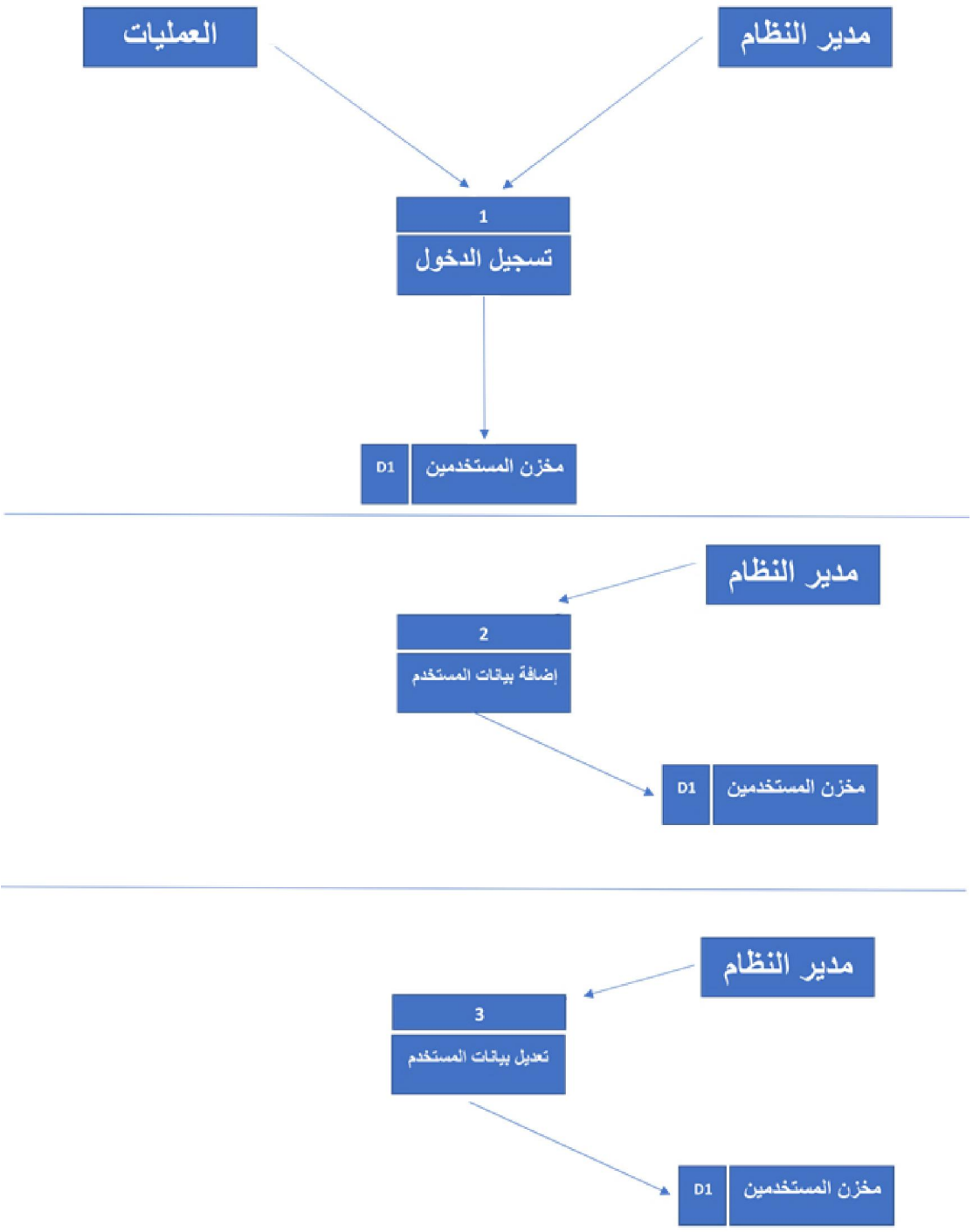
- بعد الانتهاء من جلسة المتابعة ينقر المشرف على زر صفحة تقييم الجلسة.
- يقوم المشرف بتعبئة بيانات الجدول.
- يتم حفظ البيانات المدخلة.

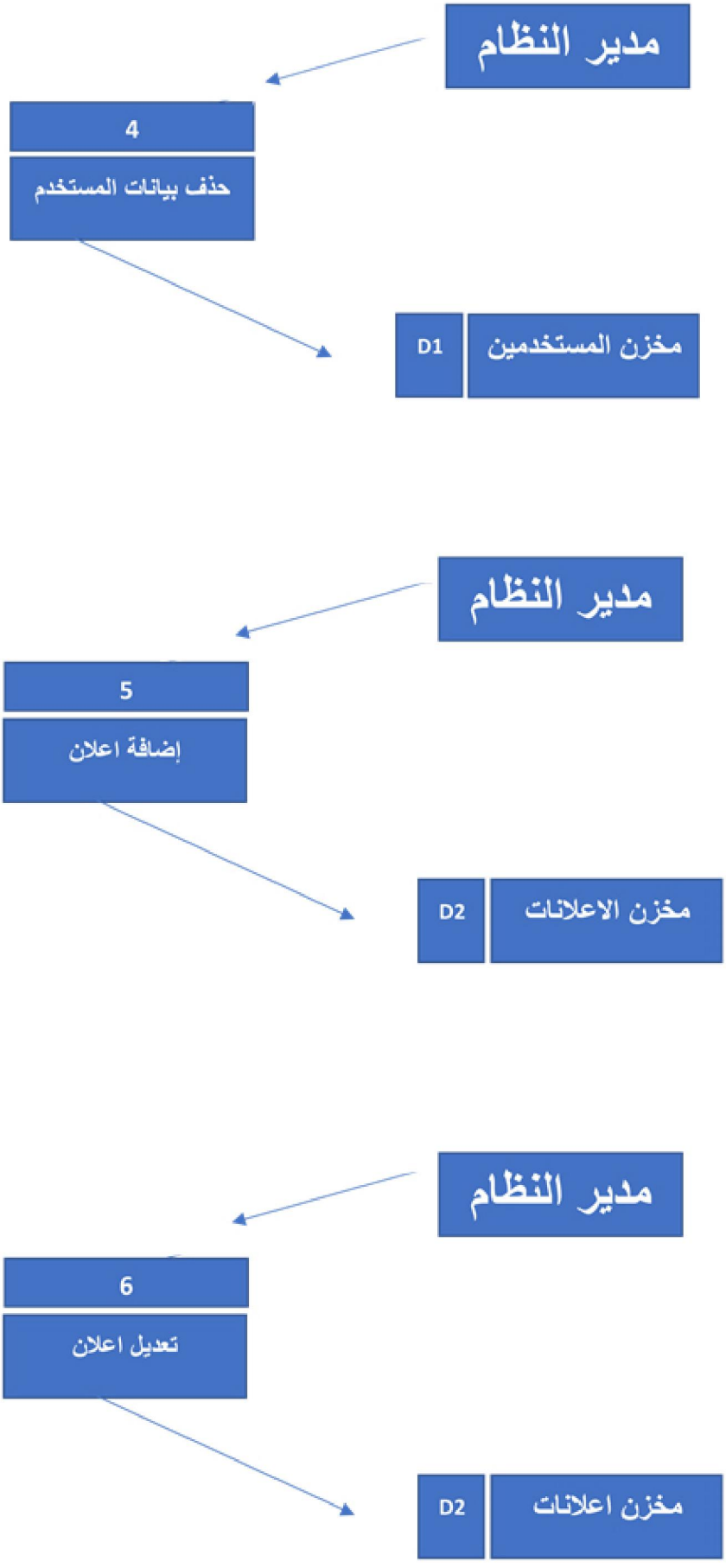
3.3 مخططات تدفق البيانات(DFD) مع وصفها :

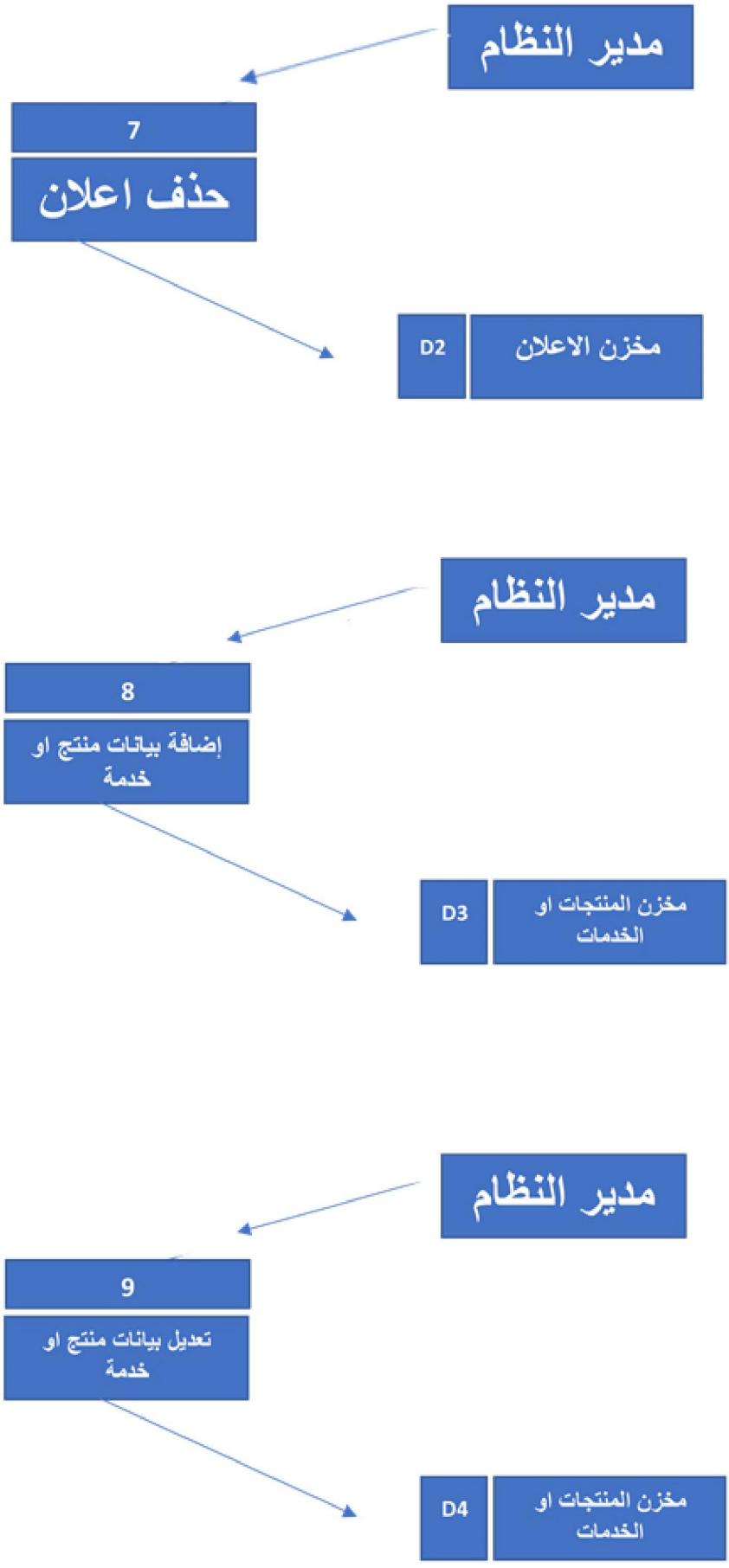


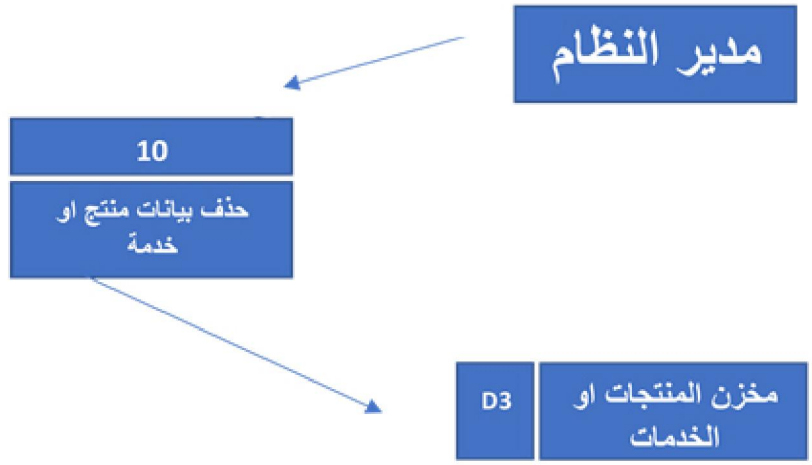
شكل(1.3) :المخطط العام لتدفق البيانات (Context Diagram)

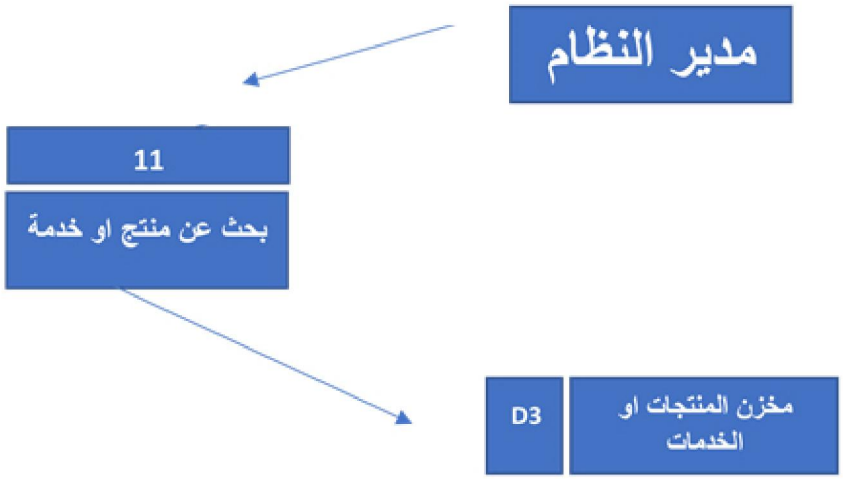
Diagram(0) المخطط الصفري

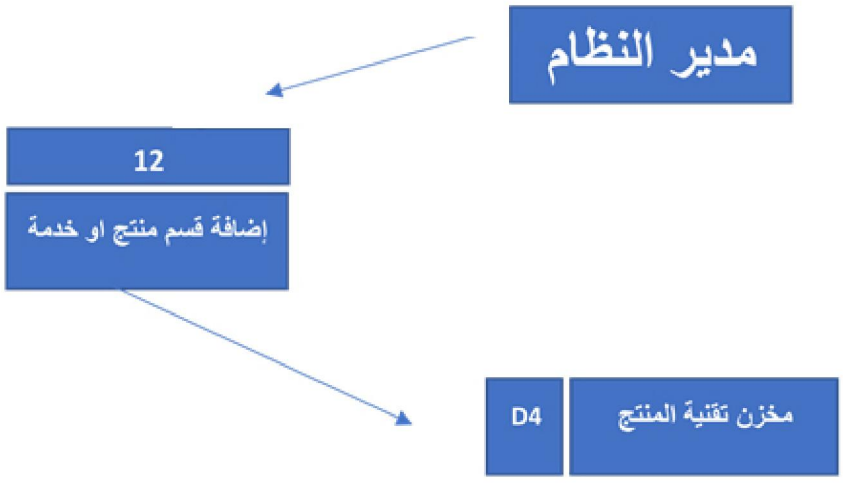


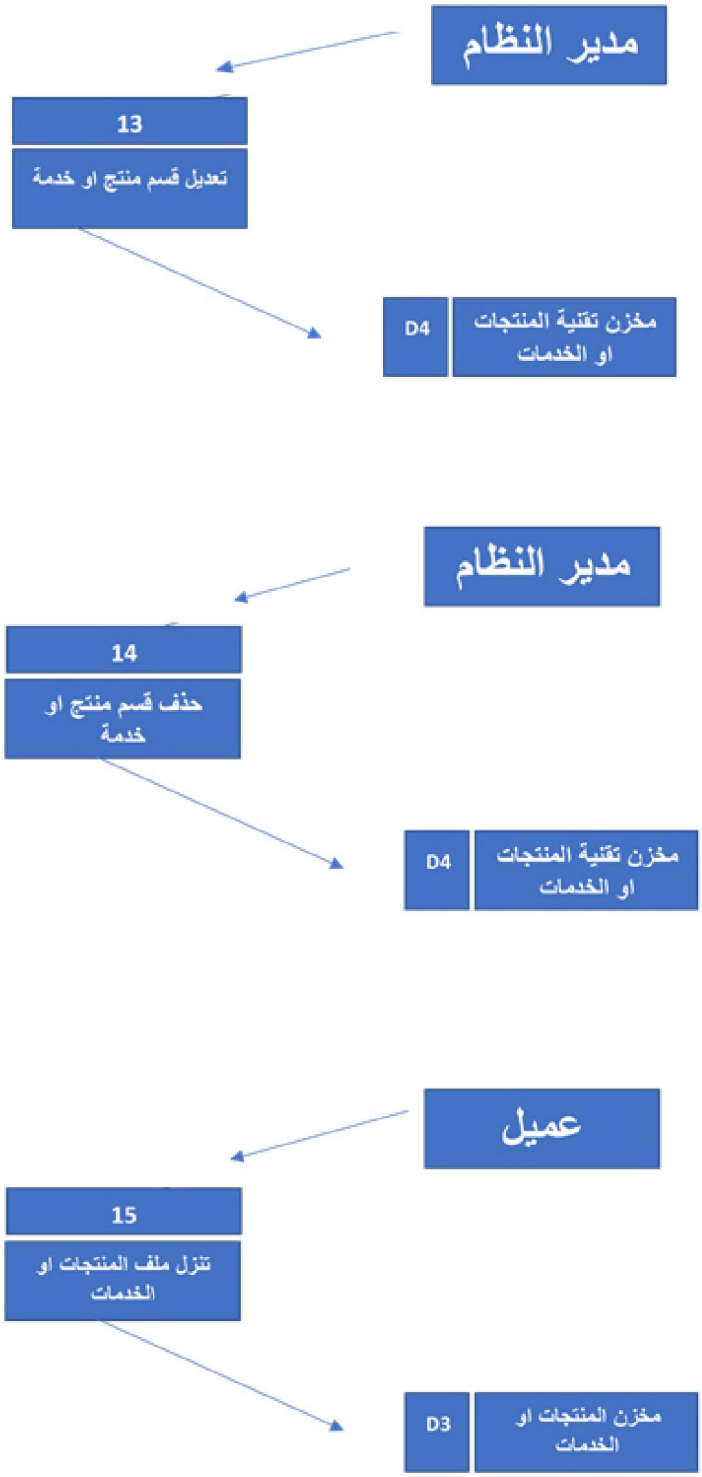

مدير النظام
4
حذف بيانات المستخدم
D1
مخزن المستخدمين
مدير النظام
5
إضافة اعلان
D2
مخزن الاعلانات
مدير النظام
6
تعديل اعلان
D2
مخزن اعلانات


مدير النظام
7
حذف اعلان
D2
مخزن الاعلان
مدير النظام
8
إضافة بيانات منتج او خدمة
D3
مخزن المنتجات او الخدمات
مدير النظام
9
تعديل بيانات منتج او خدمة
D4
مخزن المنتجات او الخدمات


مدير النظام
10
حذف بيانات منتج او خدمة
D3
مخزن المنتجات او الخدمات


مدير النظام
11
بحث عن منتج او خدمة
D3
مخزن المنتجات او الخدمات


مدير النظام
12
إضافة قسم منتج او خدمة
D4
مخزن تقنية المنتج



شكل(2.3) : المخطط الصفري Diagram(0)

4.3 قاموس البيانات:

وهو عباره عن توضيح لأسماء المفردات(الحقول) الموجودة في قاعدة البيانات ويوجد لكل مفردة عدة خصائص مثل (الوصف , النوع , المصدر, مكان الخزن , هل يحدث ام لا....) وهذا نموذج من قاموس البيانات موضح في الجدول التالي:

جدول (10.3): قاموس البيانات

الرقم	اسم المفردة	وصفها	النوع	المصدر	اين تستخدم	التحديث والصيانة	الخزن	قاعدة التحقق من الصحة
1	Project_no	رقم المنتجات او الخدمات	Number	رقم تسلسلي	– في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	لا تحدث	جدول المنتجات او الخدمات	–لا يكون فارغ –لا يتكرر
2	Project_title	عنوان المنتجات او الخدمات	Varchar	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات	عند الحاجة	جدول المنتجات او الخدمات	–لا يكون فارغ – يتكرر
3	Overseer_no	رقم المشرف	Number	مدخل من قبل مستخدم النظام	–في جدول المنتجات او الخدمات	عند الحاجة	جدول المنتجات او الخدمات	لا يكون فارغ لا يتكرر
4	project_file	ملف المنتجات او الخدمات	File	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	عند الحاجة	جدول المنتجات او الخدمات	لا يكون فارغ
5	Project_categ_no	مجال المنتجات او الخدمات	Number	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	عند الحاجة	جدول المنتجات او الخدمات	–لا يكون فارغ –لا يتكرر
6	raate_on	تقيم	Varchar	مدخل من	في جدول	عند الحاجة	جدول	– يتكرر

		المنتجات او الخدمات		قبل المشرف	المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات		المنتجات او الخدمات	
7	State	حالة المنتجات او الخدمات	Number	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	عند الحاجة	جدول المنتجات او الخدمات	–لا يتكرر
8	Overseer_note	ملاحضات المشرف	Varchar	مدخل من قبل المشرف	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	تحدث	جدول المنتجات او الخدمات	– يتكرر
9	project_img	صورة المنتجات او الخدمات	File	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	تحدث	جدول المنتجات او الخدمات	يتكرر
10	project_year	سنة المنتجات او الخدمات	Number	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	عند الحاجة	جدول المنتجات او الخدمات	يتكرر
11	project_description	وصف المنتجات او الخدمات	Varchar	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	عند الحاجة	جدول المنتجات او الخدمات	يتكرر
12	project_pref	ملخص المنتجات او الخدمات	Varchar	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	عند الحاجة	جدول المنتجات او الخدمات	يتكرر
13	article_id	رقم وصف المنتج او الخدمة	Number	رقم تسلسلي	في جدول المنتجات او الخدمات –في	لا تحدث	جدول المنتجات او	لا يكون فارغ لا يتكرر

						بيانات المنتجات او الخدمات		الخدمات
14	Article title	عنوان وصف المنتج او الخدمة	Varchar	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	عند الحاجة	جدول المنتجات او الخدمات	يتكرر
15	article_ file	ملف وصف المنتج او الخدمة	File	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	عند الحاجة	جدول المنتجات او الخدمات	–لا يكون فارغ لا يتكرر
16	article_ imge	صورة وصف المنتج او الخدمة	File	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	عند الحاجة	جدول المنتجات او الخدمات	يتكرر
17	article_ date	تاريخ وصف المنتج او الخدمة	Date	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	عند الحاجة	جدول المقالات	يتكرر
18	article_ state	حالة وصف المنتج او الخدمة	Number	مدخل من قبل مستخدم النظام	في جدول المنتجات او الخدمات –في بيانات المنتجات او الخدمات	عند الحاجة	جدول المقالات	لا يتكرر
19	article_ start	بداية وصف المنتج او الخدمة	Varchar	مدخل من قبل مستخدم النظام	–في جدول المقالات في بيانات المقالات	عند الحاجة	جدول المقالات	يتكرر
20	Userna me	اسم المستخدم	Varchar	مدخل من قبل مستخدم النظام	–في جدول المستخدمين في بيانات المستخدمين	عند الحاجة	جدول المستخدمين	لا يتكرر

21	Email	ايميل	Text	مدخل من قبل مستخدم النظام	–في جدول المستخدمين في بيانات المستخدمين	عند الحاجة	جدول المستخدمين	لا يتكرر
22	Phone	تلفون المستخدم	Number	مدخل من قبل مستخدم النظام	–في جدول المستخدمين في بيانات المستخدمين	عند الحاجة	جدول المستخدمين	لا يتكرر
23	Message	رسالة	Varchar	مدخل من قبل مستخدم النظام	–في جدول المستخدمين في بيانات المستخدمين	عند الحاجة	جدول المستخدمين	لا يتكرر

الفصل الرابع

تصميم النظام

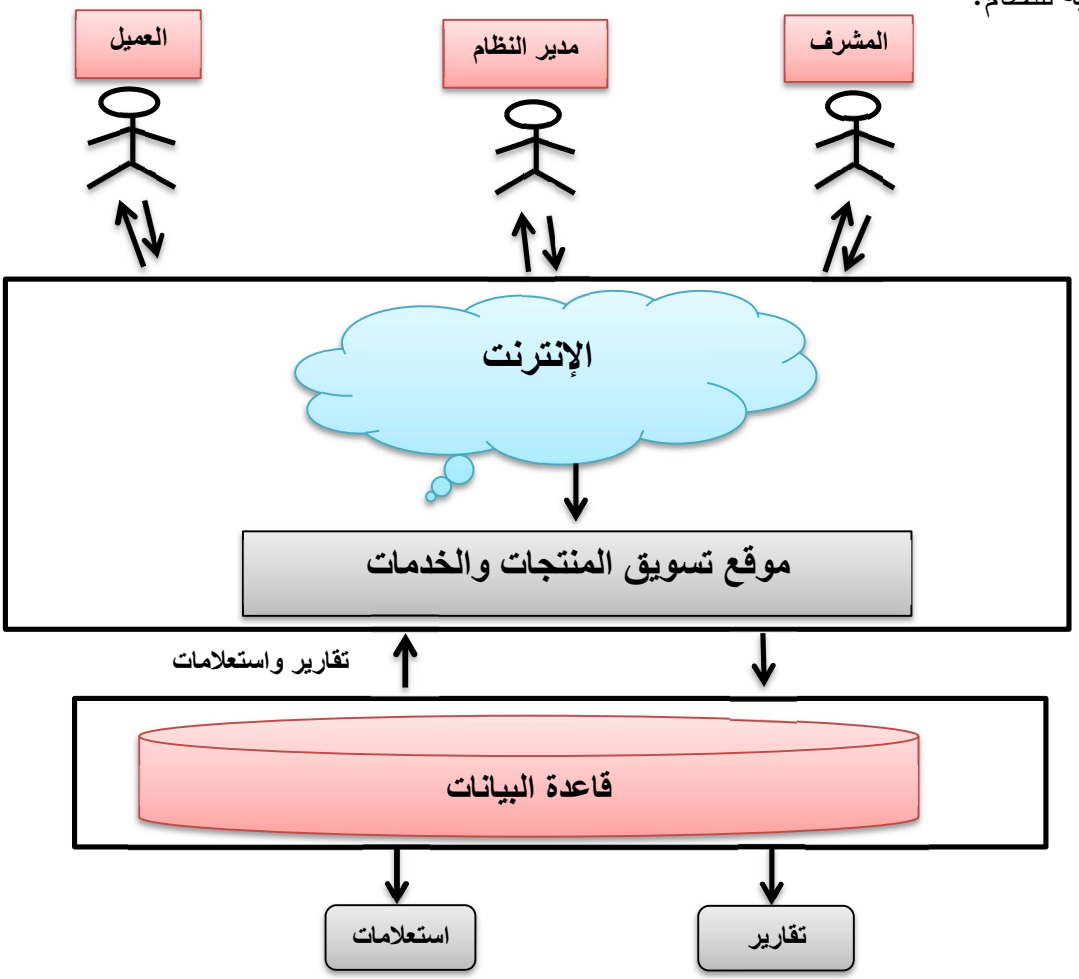
- **معمارية النظام المقترح**.
- **تصميم قاعدة البيانات(الجداول)**.
- **تصميم الخوارزميات**.

1.4 مقدمة:

لأي نظام في الحياة مراحل وأطوار مختلفة يمر بها ومن أجل عملية البناء في هذا النظام كان لزاما علينا توضيح أهم المراحل التي سيمر بها النظام في مرحلة التصميم حيث سيتم تحويل المتطلبات التي تم استنباطها في مرحلة التحليل ونمذجتها وذلك بتحويلها الي أشكال وتصاميم توضح هيئة النظام الذي سيتم بناءه وسنتطرف في هذا الفصل إلى معمارية النظام المقترح وتصميم الجداول للنظام بالإضافة ألي تصميم الخوارزميات والمخططات.

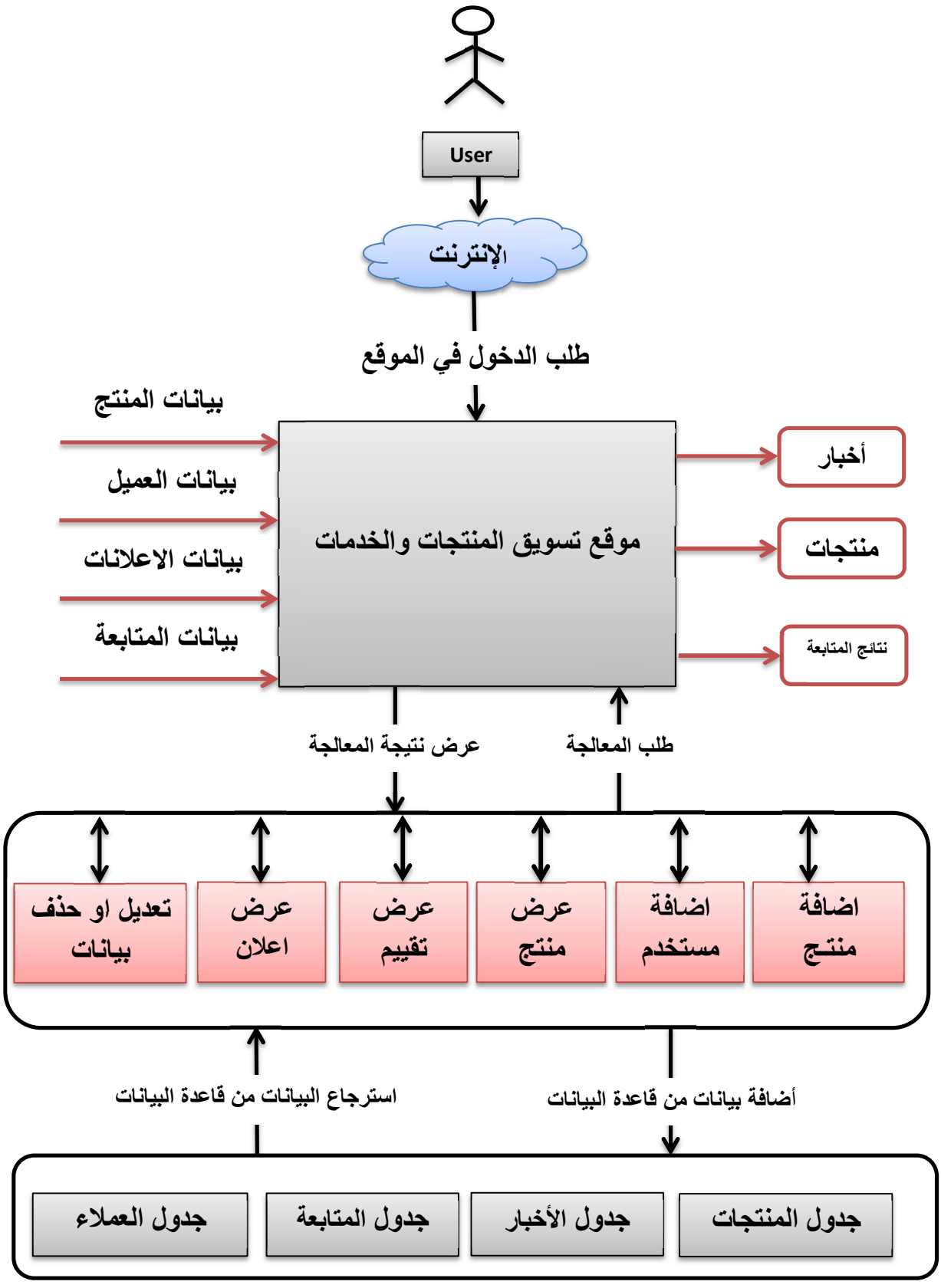
2.4 معمارية النظام المقترح:

هو وصف مكونات النظام وترابط أجزاءه بشكل تجريدي دون التطرق الى العلاقات التي تربط بين هذه المكونات ويتم تمثيل النظام على شكل صندوق او مربع وتمثل العناصر الواقعة خارج هذا الصندوق البيئة الخارجية للنظام.



شكل(1.4): معمارية النظام بشكل عام

معمارية النظام (تفصيلية):



شكل(2.4): معمارية النظام مفصل

3.4 تصميم قاعدة البيانات(الجداول):

أحد اهم مكونات هذا النظام هي قاعدة بيانات تحتوي على عدة جداول كالاتي:

جدول (1.4): الفهرس العام لجداول النظام

م	أسم الجدول	تعريف بعمل الجدول
1	Articles	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بالمنتجات.
2	Comment	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بالتعليقات.
3	Contact	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بـ اتصال المستخدم مع مدير الموقع.
4	Employees	يحتوي هذا الجدول البيانات الاساسية الخاصة بالمشرفين.
5	Likes	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بالإعجابات علي التعليقات.
6	News	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بالأخبار أو الاعلانات.
7	Notification	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بـ الاشعارات.
8	Plan_total	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة خطة عمل المنتج.
9	Projects	يحتوي هذا الجدول البيانات الاساسية الخاصة بالمنتج.
10	Projects_category	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بـ تصنيف المنتج.
11	Project _requst	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بـ طلبات المنتجات.
12	prpar_pro	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بـ ارشادات لتحضير المنتج.
13	Question	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بـ الأسئلة الشائعة.
14	Reply	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بـ الرد على التعليقات.
15	Slidshow	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بـ صور الـ **slidshow**
16	Customer	يحتوي هذا الجدول البيانات الاساسية الخاصة بـ العميل.
17	Todo	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بمهام مدير الموقع.
18	Users	يحتوي هذا الجدول البيانات الاساسية الخاصة بلمستخدمين للموقع.
19	Users_category	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بأنواع المستخدمين للموقع.
20	weekly_meeting	يحتوي هذا الجدول البيانات الخاصة بـ المتابعة الاسبوعية.

1.جدول بيانات المنتجات (articles) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بالمقالات و يحتوي على الآتي:

جدول (2.4): جدول البيانات الخاصة بالمقالات

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
article _id	رقم المنتج	int(20)	PK
article _title	عنوان المنتج	varchar(255)	Not Null
article _file	ملف المنتج	varchar(255)	Not Null
article _imge	صورة المنتج	longblob	Not Null
article _date	تاريخ المنتج	Date	Not Null
article _state	حالة المنتج	int(2)	Not Null
article _start	مقدمة المنتج	varchar(255)	Not Null

2. جدول التعليقات (comment) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بالتعليقات ويحتوي على الآتي:

جدول (3.4): جدول البيانات الخاصة

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(10)	PK
Comment_text	نص التعليق	Text	Not Null
Comment_for	رقم الرد علي التعليقات	int(1)	FK
Comment_date	تاريخ التعليق	Date	Not Null
for_id	رقم الخبر	int(10)	FK
Unversty_no	الرقم الشخصي	int(10)	FK

3.جدول الاتصال (contact) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بـ اتصال المستخدم مع مدير الموقع ويحتوي على الآتي:

جدول (4.4): جدول البيانات الخاصة بـ الاتصال

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(10)	PK
Username	اسم المستخدم	varchar(255)	Not Null
Email	الإيميل	varchar(255)	Not Null
Phon	الجوال	int(12)	Not Null
Messge	الرسالة	Text	Not Null

4.جدول الموظفين (employees) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الاساسية الخاصة بالموظفين ويحتوي على الآتي:

جدول (5.4) : جدول الموظفين

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Unversty _no	الرقم الشخصي	int(15)	FK
Full_name	الاسم كامل	varchar(225)	Not Null
Phon	الجوال	int(9)	Not Null
Email	الإيميل	varchar(50)	Not Null

5. جدول الإعجابات (likes) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بـ الإعجابات علي التعليقات ويحتوي على الآتي:

جدول (6.4) : جدول الإعجابات

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(10)	PK
news_id	رقم الخبر	int(10)	FK
user_id	رقم المستخدم	int(10)	FK
comment_id	رقم التعليق	int(10)	FK

6. جدول الاخبار (News) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بالأخبار ويحتوي على الآتي:

جدول (7.4): جدول الاخبار

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(10)	PK
news_title	عنوان الخبر	varchar(255)	Not Null
news_text	نص الخبر	Longtext	Not Null
news_type	نوع الخبر	varchar(20)	Not Null
news_state	حالة الخبر	int(2)	Not Null
news_date	تاريخ الخبر	Date	Not Null

7. جدول الاشعارات (Notification) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بـ الاشعارات ويحتوي على الآتي:

جدول (8.4) : جدول الاشعارات

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(11)	PK
Messge	الاشعار	Text	Not Null
Type	النوع	varchar(20)	Not Null
State	الحالة الاشعارات	varchar(10)	Not Null
user_recive_no	رقم المستخدم المتلقي	int(15)	FK
user_send_no	رقم المستخدم المرسل	int(15)	FK
Isseen	الاشعارات التي تم مشاهدتها	int(1)	Not Null
Date	التاريخ	Datetime	Not Null

8. جدول خطة المنتج (Plan_total) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة خطة المنتج ويحتوي على :

جدول (9.4) : جدول خطة المنتج

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(50)	PK
Activity	النشاط	varchar(255)	Not Null
Deuriton	المدة	varchar(255)	Not Null
actvity_stare	بداية النشاط	Date	Not Null
actvity_end	نهاية النشاط	Date	Not Null
Note	ملاحظة	varchar(255)	Not Null
Term	الفصل	int(1)	Not Null
Project _no	رقم المنتج	int(10)	Not Null

9. جدول المنتجات (Projects) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الاساسية الخاصة بالمنتجات ويحتوي على الآتي:

جدول(10.4) : جدول المنتجات

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Project_no	رقم المنتج	int(10)	PK
Project_title	عنوان المنتج	Text	Not Null
Overseer_no	رقم المشرف	int(10)	Not Null
Project_file	مسار ملف المنتج	varchar(255)	Not Null
Projechglat_categ_no	رقم صنف المنتج	int(3)	Not Null
rate _no	تقييم المنتج	int(10)	Not Null
State	الحالة	int(1)	Not Null
Overseer_note	ملاحظة المشرف	Text	Not Null
Project_img	صورة المنتج	Longblob	
Project_year	سنة المنتج	year(4)	Not Null
Project_description	وصف المنتج	Longtext	Not Null
Project_pref	نبذة عن المنتج	Text	Not Null

10. جدول تصنيف المنتجات (Projects_category) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بـ تصنيف المنتجات ويحتوي على الآتي:

جدول (11.4) :جدول تصنيف المنتجات

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
categ_o	رقم الصنف	int(2)	PK
categ_name	أسم الصنف	varchar(255)	Not Null
categ_icon	أيقونة الصنف	varchar(255)	Not Null

11. جدول طلبات المنتجات (Project _requst) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بـ طلبات المنتجات ويحتوي على الآتي:

جدول (12.4) : جدول طلبات المنتجات

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(10)	PK
Project_name	اسم المنتج	varchar(255)	Not Null
project_category	صنف المنتج	varchar(255)	Not Null
Project _idea	فكرة المنتج	Text	Not Null
Student_name1	رقم العميل1	varchar(255)	Not Null
Student_name2	رقم العميل٢	varchar(255)	Not Null
Student_name3	رقم العميل٣	varchar(255)	Unique
Student_name4	رقم العميل٤	varchar(255)	Unique
Isseen	حالة طلبات المنتج	int(1)	Not Null

12.جدول الارشادات (prpar_pro) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بـ ارشادات تحضير المنتجات ويحتوي على الآتي:

جدول (13.4) : جدول الارشادات

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(3)	PK
Text	النص	Longtext	Not Null

13.جدول الاسئلة الشائعة (question) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بـ الاسئلة الشائعة ويحتوى على الآتي:

جدول (14.4) :جدول الاسئلة الشائعة

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(10)	PK
Question	السؤال	Text	Not Null
Answer	الجواب	Text	Not Null
qustion_colaps_id	معرف إجابة السؤال	varchar(255)	Unique

14.جدول الرد علي التعليقات (Reply):

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بـ الرد علي التعليقات ويحتوي على الآتي:

جدول (15.4) : جدول الرد على التعليقات

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(10)	PK
Reply_text	نص الرد	varchar(255)	Not Null
comment_id	رقم التعليق	int(10)	FK
user_id	رقم المستخدم	int(10)	FK
reply_date	تاريخ الرد	Datetime	Not Null

15.جدول الصور (slid show) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بـ صور الـ slid show ويحتوي على الآتي:

جدول (16.4) : جدول الصور

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(10)	PK
Image	الصورة	Longblob	Not Null
Descrption	الوصف	varchar(255)	Not Null
State	الحالة	int(1)	Not Null
Imag_type	نوع الصورة	varchar(30)	Not Null

16.جدول العملاء (Customer):

يسجل في هذا الجدول البيانات الاساسية الخاصة بـ العميل ويحتوي على الآتي:

جدول (17.4) جدول العملاء

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Unversty_no	الرقم الشخصي	int(10)	FK
colge_no	الرقم الكلي	int(3)	FK
Student_name	اسم العميل	varchar(255)	Not Null
Student_email	ايميل العميل	varchar(255)	Not Null
Level_no	رقم المستوى	int(2)	Not Null
Project_no	رقم المنتج	int(10)	FK
Phon	الجوال	int(10)	Not Null

17.جدول المهام:

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بمهام مدير الموقع ويحتوي على الآتي:

جدول (18.4) : جدول المهام

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(11)	PK
Title	العنوان	Text	Not Null

18.جدول المستخدمين (users) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الاساسية الخاصة بلمستخدمين للموقع ويحتوي على الآتي:

جدول (19.4) : جدول المستخدمين

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
User_name	أسم المستخدم	varchar(255)	Not Null UNIQ
User_categ_no	رقم صنف المستخدم	int(1)	Not Null UNIQ
Unversty_no	الرقم الشخصي	int(10)	PK

19. جدول أنواع المستخدمين (Users_category) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بأنواع المستخدمين للموقع ويحتوي على الآتي:

جدول (20.4) : جدول انواع المستخدمين

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
User_categ_no	رقم صنف المستخدم	int(1)	PK

20.جدول المتابعة الاسبوعية (weekly_meeting) :

يسجل في هذا الجدول البيانات الخاصة بـ المتابعة الاسبوعية ويحتوي على الآتي:

جدول (21.4) : جدول المتابعة الاسبوعية

أسم الحقل	الوصف	نوع البيانات	القيد
Id	رقم المعرف	int(50)	PK
meeting_numper	رقم المتابعة	int(50)	Not Null
meeting_titel	عنوان المتابعة	varchar(255)	Not Null
meeting_date	تاريخ المتابعة	Date	Not Null
Finshed_activity	النشاط المنجز	varchar(255)	Not Null
Should_work	ما يجب إنجازه	varchar(255)	Not Null
Project_no	رقم المنتج	int(10)	FK

تم ذكر أبرز الخوارزميات المستخدمة في المشروع وهي كتالي:

1. خوارزمية تسجيل الدخول:

1.البداية.

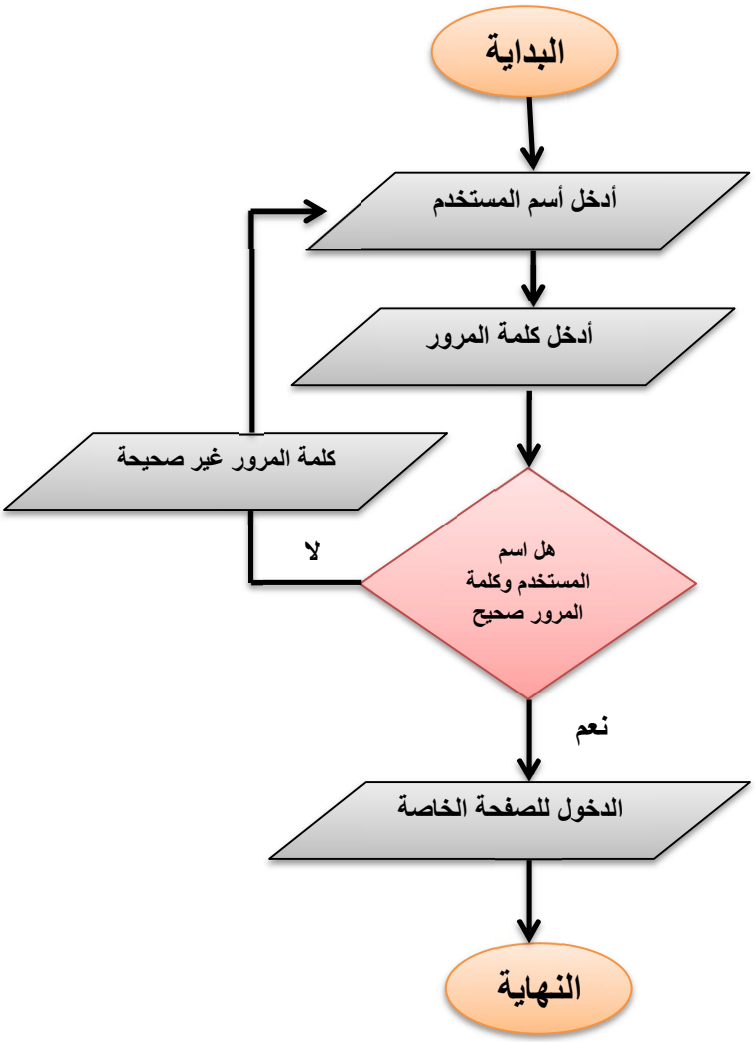
2.أدخل أسم المستخدم.

3.أدخل كلمة المرور .

4.هل كلمة المرور وأسم المستخدم صحيحة؟ لا أنتقل الى 2.

5.الدخول للصفحة الخاصة.

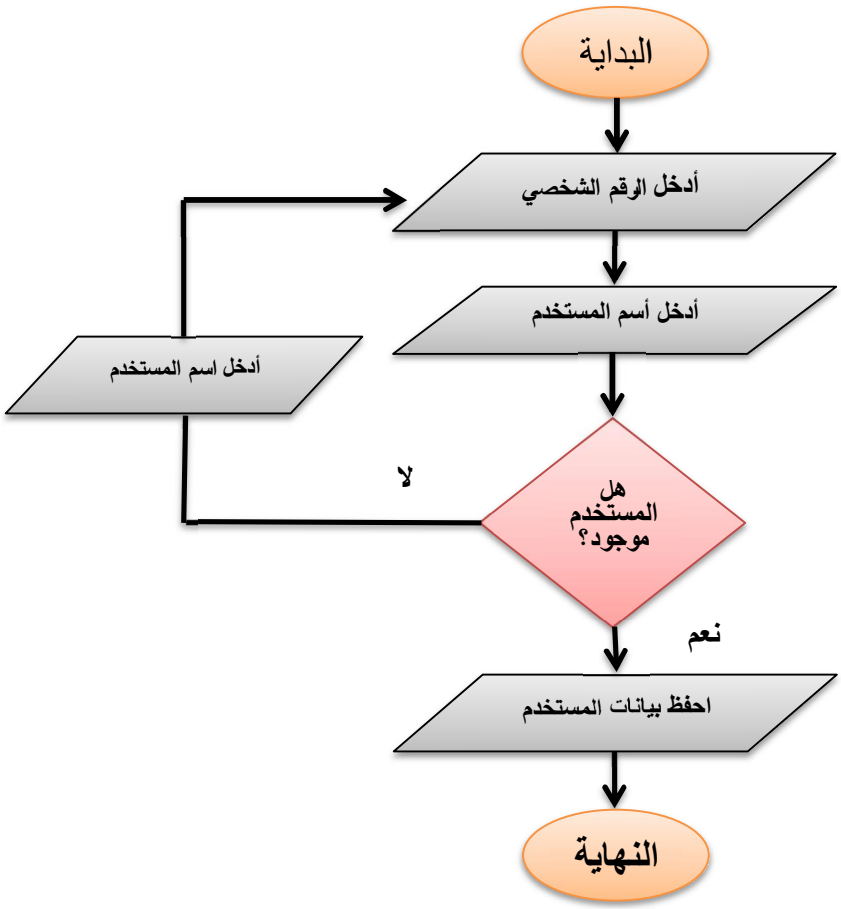
6.النهاية.



شكل (3.4): مخطط تسجيل الدخول

2. خوارزمية إضافة عميل:

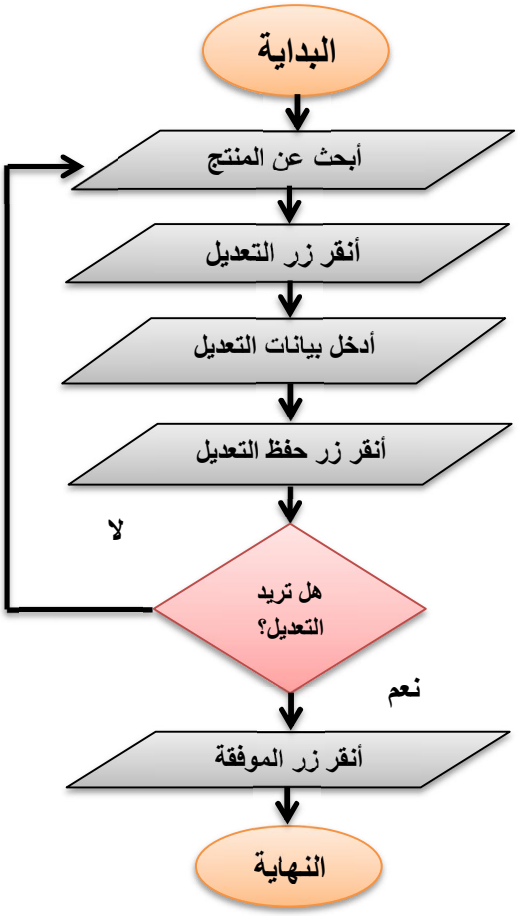
1. البداية.
2. ادخل الرقم الشخصي.
3. ادخل اسم المستخدم.
4. هل المستخدم موجود؟ لا اطبع رسالة ثم أنتقل الي الخطوة٢
5. احفظ بيانات المستخدم.
6. النهاية.



شكل (4.4): مخطط إضافة عميل

3. خوارزمية تعديل بيانات منتج:

1. البداية.
2. أبحث عن منتج.
3. أنقر علي زر التعديل.
4. أدخل بيانات التعديل.
5. أنقر علي زر التعديل.
6. أنقر علي زر حفظ التعديل.
7. هل تريد التعديل؟ لا أنتقل الي 2.
8. النهاية.



شكل (5.4): مخطط تعديل بيانات منتج

4. خوارزمية حذف إعلان:

1.البداية.

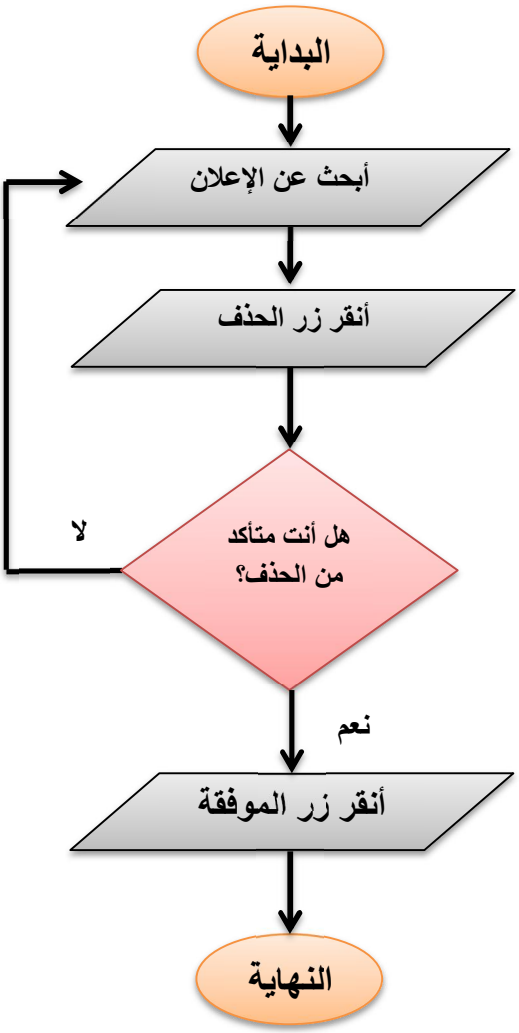
2.أبحث عن الإعلان.

3.أنقر زر الحذف.

4.هل أنت متأكد من الحذف؟ لا أنتقل الي 2.

5.أنقر زر الموفقة.

6.النهاية.



شكل (6.4): مخطط حذف إعلان

5. خوارزمية تنزيل منتج:

1.البداية.

2.أختر صنف المنتج.

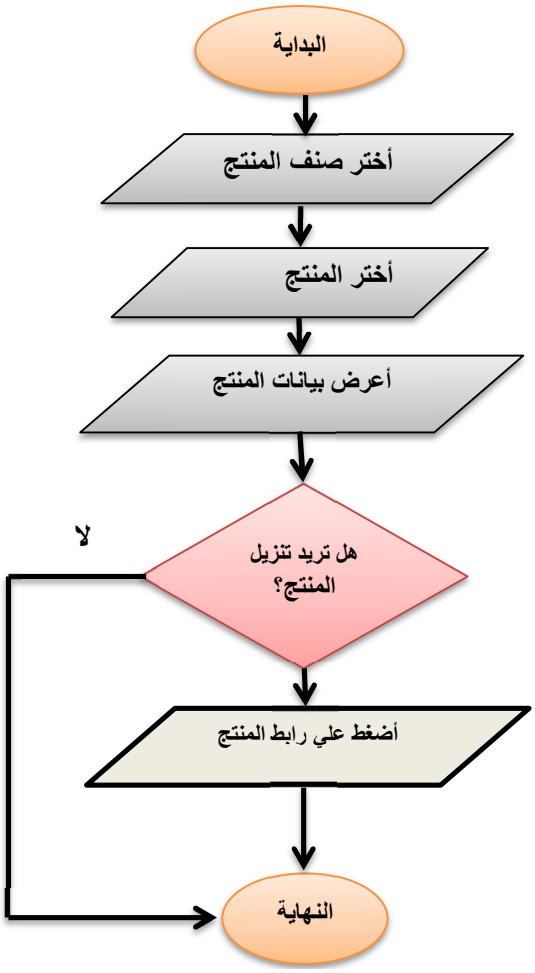
3.أختر المنتج.

4.أعرض بيانات المنتج.

5.هل تريد تنزيل المنتج؟ لا أنتقل الي7.

6.أضغط علي رابط المنتج.

7.النهاية.



شكل (7.4) : مخطط تنزيل منتج

6. خوارزمية أنشاء جلسة:

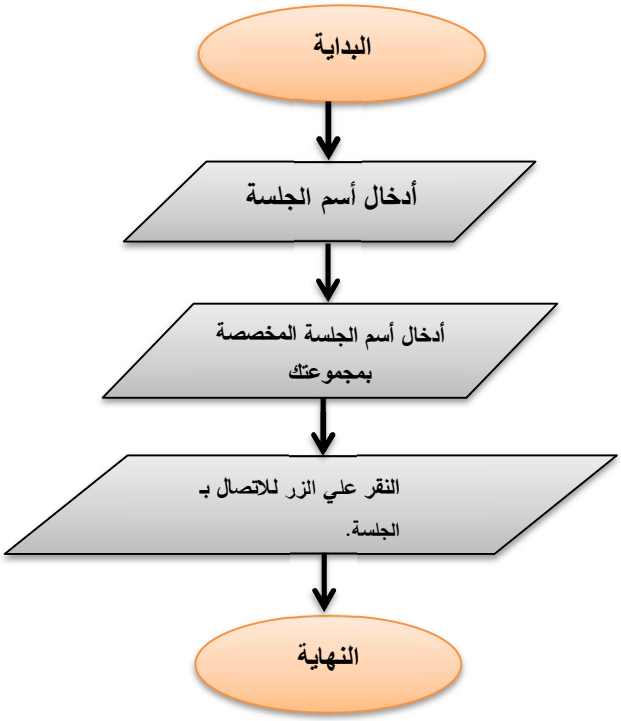
1.البداية.

2.أدخال أسم الجلسة (المشرف).

3.إدخال أسم الجلسة المخصصة بمجموعتك(الطالب).

4.النقر علي الزر للاتصال بـ الجلسة.

5.النهاية.



شكل (8.4) : مخطط أنشاء جلسة

الفصل الخامس

تنفيذ النظام

- مقدمة.
- متطلبات تشغيل النظام.
- إعدادات التهيئة النظام.
- نوافذ النظام.

1.5 **مقدمـــــة**:

يعتبر تنفيذ النظام من المراحل النهائية لبناء النظام ولقد تم جمع البيانات وإتباع خطوات معينة لتنفيذ المشروع من تحليل وتصميم وغيرة ولقد تم أيضا تعريف المشكلة في بداية البحث ووضعت الاهداف المطلوبة من النظام وفي عملية تنفيذ النظام سيتم معرفة مدى تحقق هذه الاهداف وفي هذا الفصل سيتم شرح المتطلبات الاساسية لتشغيل النظام ومن ثم شرح النماذج من الرسائل الاخطاء وبعض عينات من التقارير والاستعلامات الموجودة ف النظام القائم

2.5 **متطلبات تشغيل النظام**:

هناك عدة متطلبات أساسية يجب توفرها قبل البدء في تشغيل النظام وهي متطلبات يلزم توفرها لدى المستخدم لكي يستطيع تشغيل النظام والتعامل معه وهي كالتالي:

اولاً: **متطلبات تشغيل النظام على شبكة الأنترنت – جانب الخادم server side :**

1. حجز استضافة الموقع.
2. معدات شبكة الاتصال بالإنترنت.

ثانياً: **متطلبات تشغيل النظام لدى المستخدم – جانب العميل Client Server :**

1. جهازين حاسوب متصل بشبكة الأنترنت.
2. متصفح ويفضل ان يكون حديث الإصدار مثل Mozilla Firefox أو Google Chrome.

3.5 **إعدادات التهيئة النظام**:

كل نظام له اعدادات أولية خاصة به وذلك من أجل البدء السليم في استخدامه والمحافظة على استمرارية وظائفه وفي نظامنا هذا يلزم البدء بعدة إعدادات أولية وهي كالتالي:

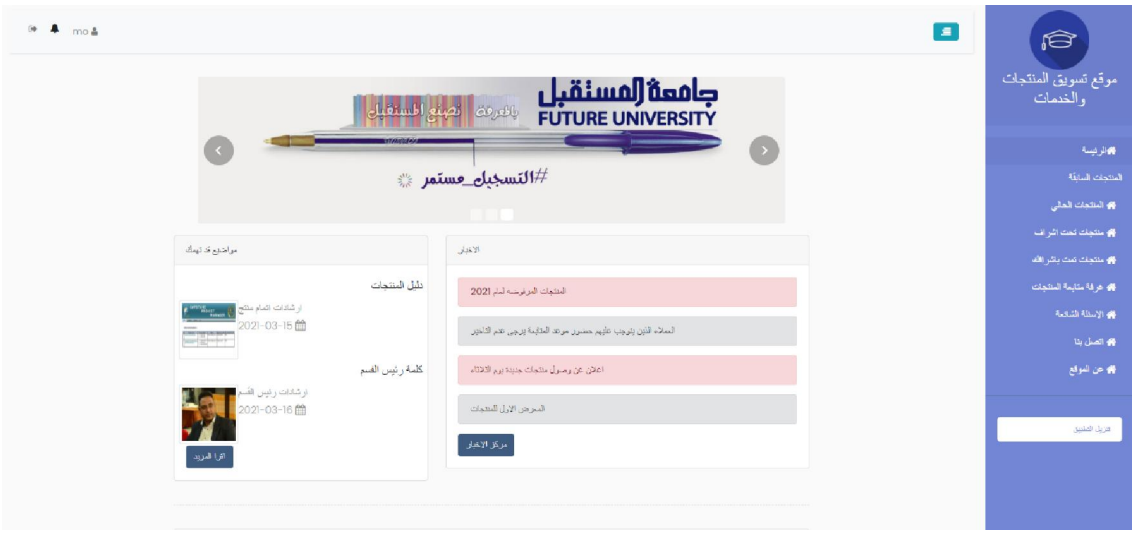
1. أدخال بيانات المنتجات و المنتجات السابقة.
2. إدارة المستخدمين.
3. معلومات الموقع (إضافة معلومات الموقع وتعديلها اثناء الحاجة).

4.5 نوافذ النظام:

هنا سيتم عرض نماذج من نوافذ النظام.

- **نافذة الواجهة الرئيسية**:

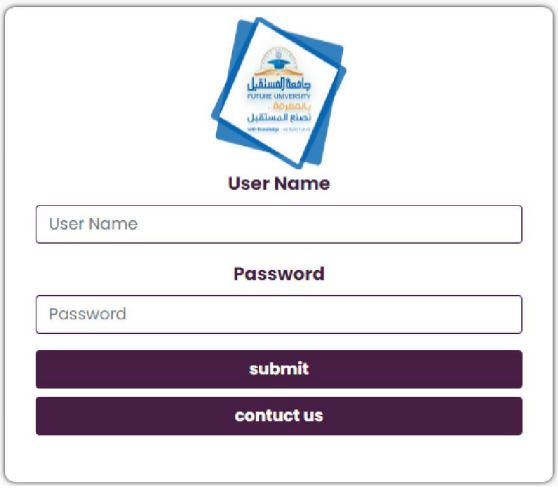
تمثل هذه النافذة الواجهة الرئيسية لكل زوار الموقع، وتوفر المنتجات المميزة وأخر الاخبار التي تخص متابعة المنتجات.



شكل (1.5): نافذة الواجهة الرئيسية

- **نافذة تسجيل الدخول**:

تمثل هذه الشاشة نافذة تسجيل الدخول للموقع.



شكل (2.5): نافذة تسجيل الدخول

- **نافذة الأخبار**:

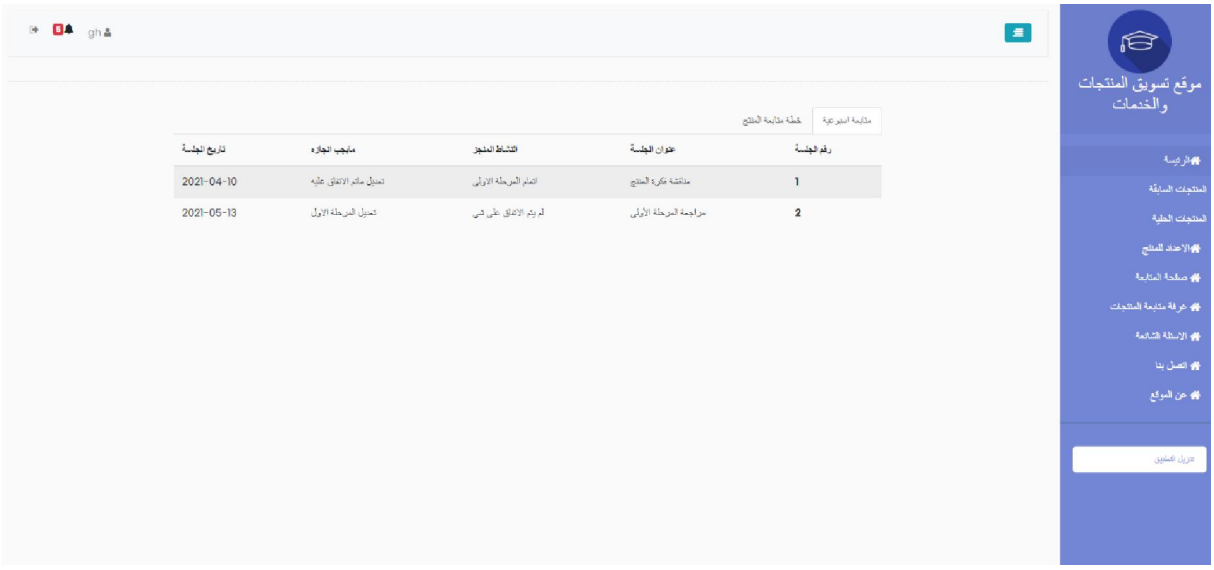
تمثل هذه الشاشة صفحة الاخبار والتعليق على الاخبار



شكل (3.5): نافذة الاخبار

- **نافذة المتابعة**:

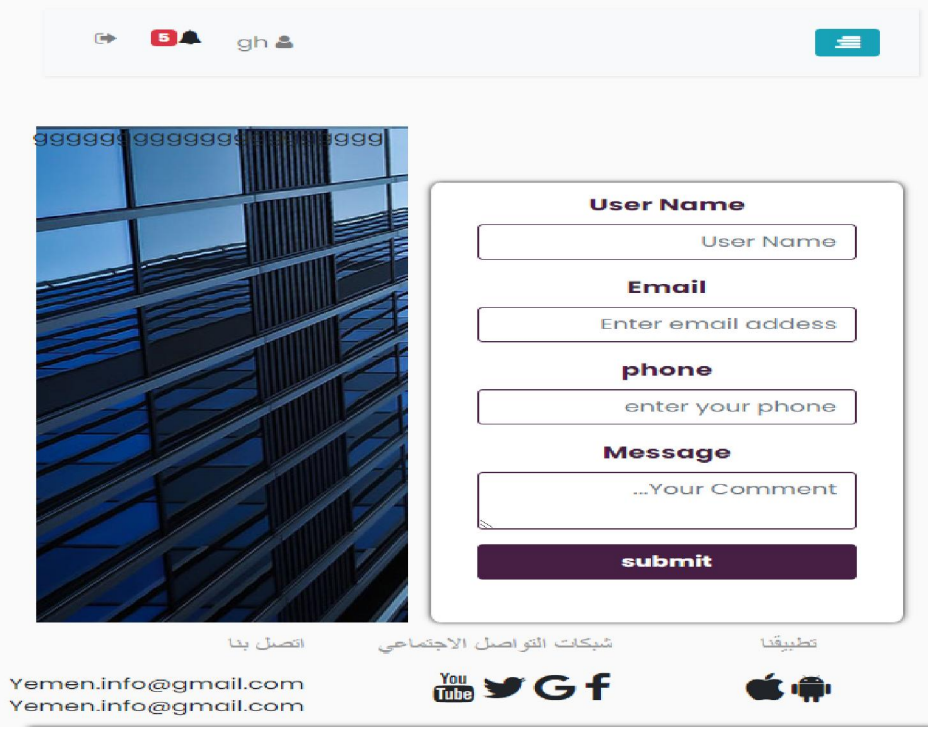
تمثل هذه الشاشة صفحة المتابعة الاسبوعية وخطة المنتج



شكل (4.5): نافذة المتابعة

- **نافذة أتصل بنا**:

تمثل هذه الشاشة صفحة الاتصال بمدير الموقع



شكل (5.5): نافذة اتصل بنا

- **نافذة الاعداد للمنتج**:

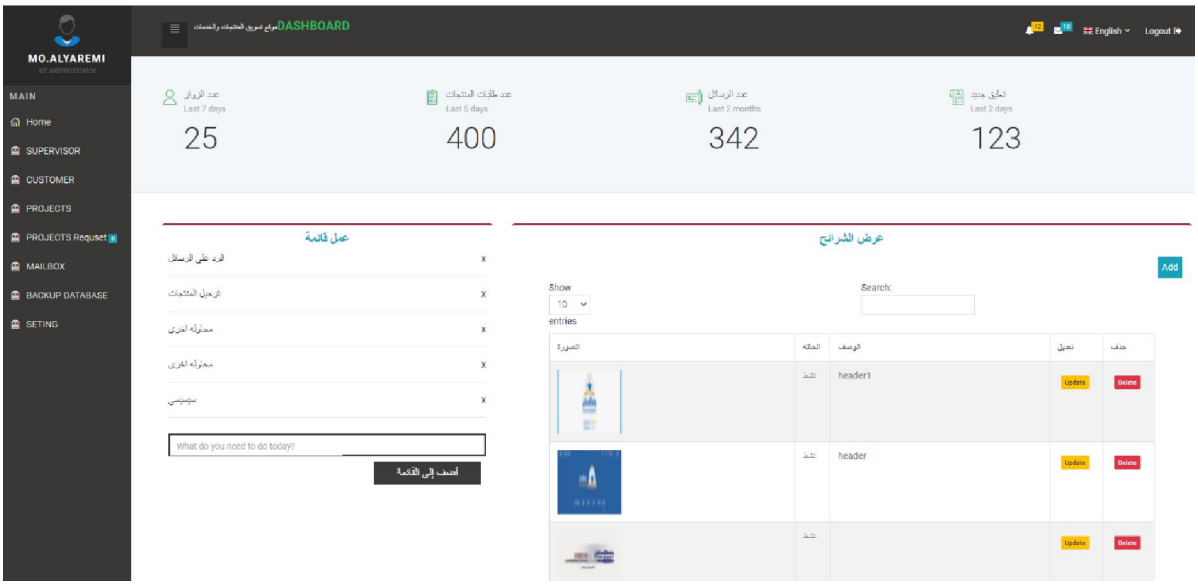
تمثل هذه الشاشة صفحة الاعداد للمنتج التي تحتوي ضوابط وأحكام وعقوبات وتقديم الطلب لمنتج



شكل (6.5): نافذة الاعداد للمنتج

- **نافذة الواجهة الرئيسية للوحة التحكم**:

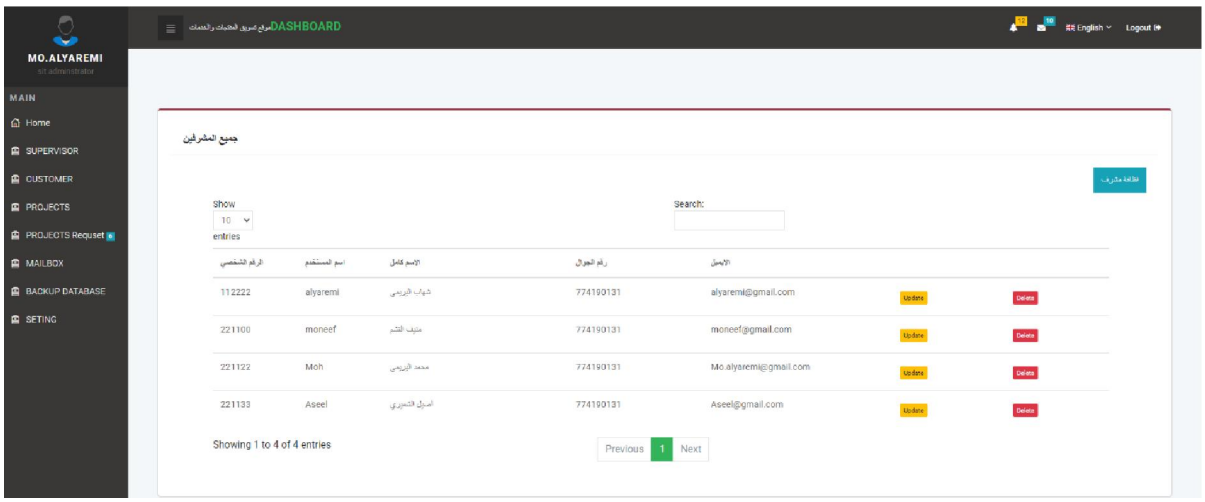
تمثل هذه الشاشة الصفحة الرئيسية للوحة التحكم وتحتوي على إدارة صور الـ Slideshow ومهام مدير الموقع



شكل (7.5): الواجهة الرئيسية للوحة التحكم

- **نافذة المشرف**:

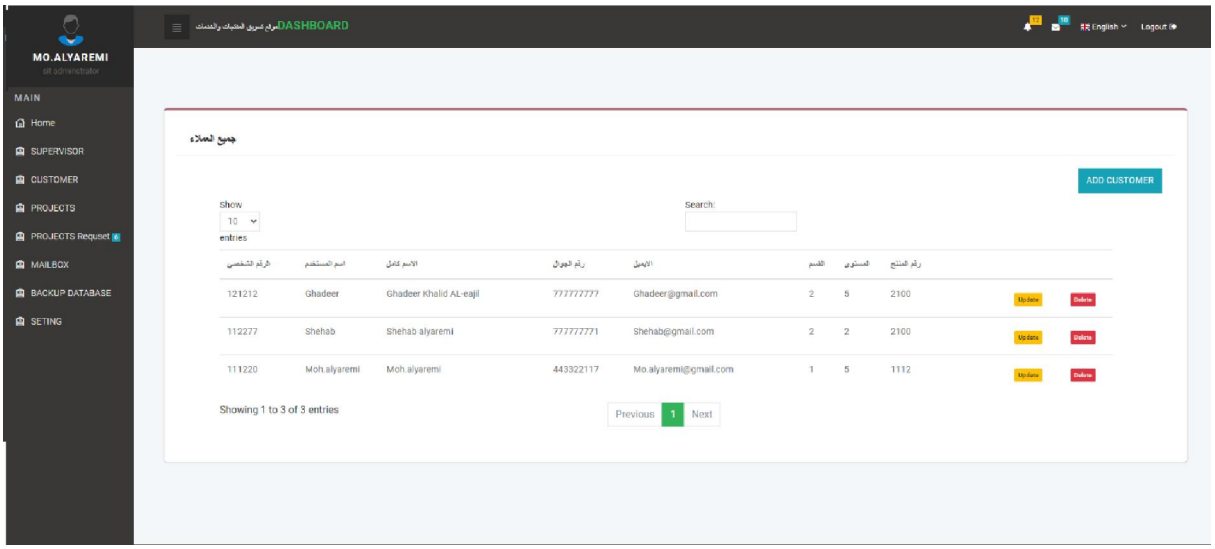
تمثل هذه الشاشة صفحة إدارة بيانات المشرف



شكل (8.5): نافذة المشرفين

- **نافذة العميل**:

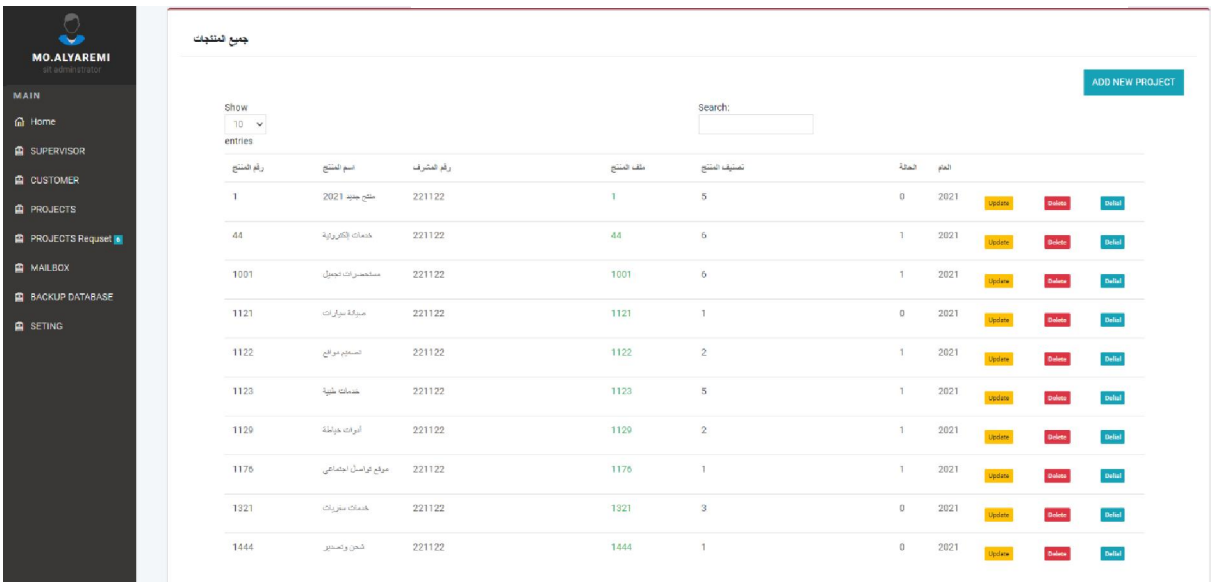
تمثل هذه الشاشة صفحة إدارة بيانات العميل



شكل (9.5): نافذة العميل

- **نافذة المنتجات**:

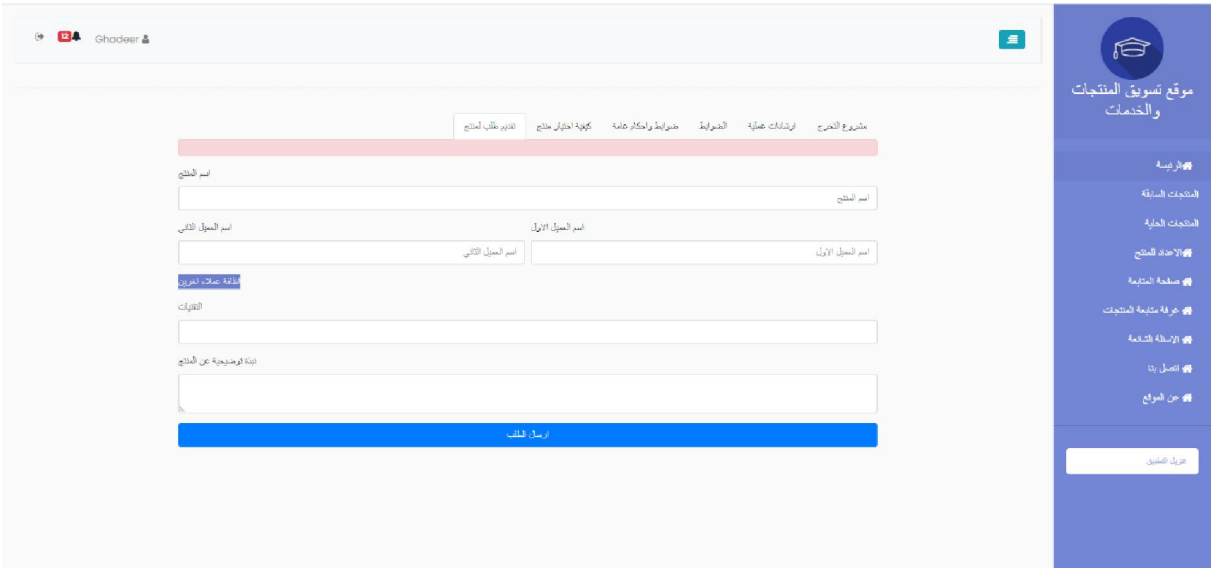
تمثل هذه الشاشة صفحة إدارة بيانات المنتج



شكل (10.5): نافذة غرفة متابعة المنتجات

- **نافذة طلبات المنتجات**:

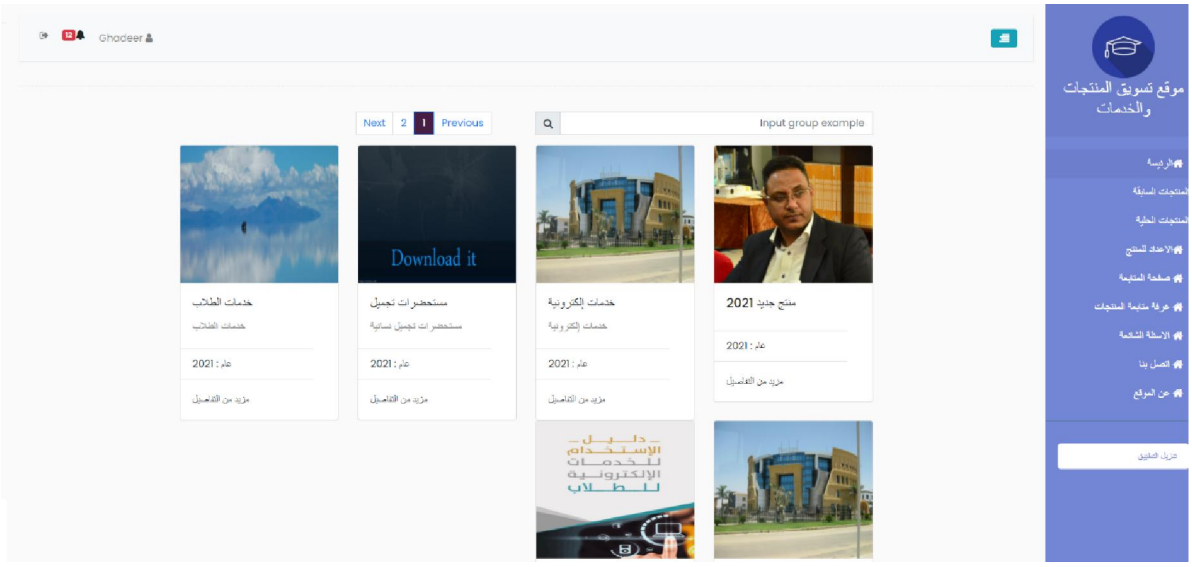
تمثل هذه الشاشة غرفة طلبات المنتجات



شكل (11.5): نافذة طلبات المنتجات

- **نافذة المنتجات الحالية**:

تمثل هذه الشاشة نافذة إحدى أصناف المنتجات الحالية



شكل (12.5): نافذة المنتجات الحالية

- **نافذة الاسئلة الشائعة**:



شكل (13.5): نافذة الاسئلة الشائعة

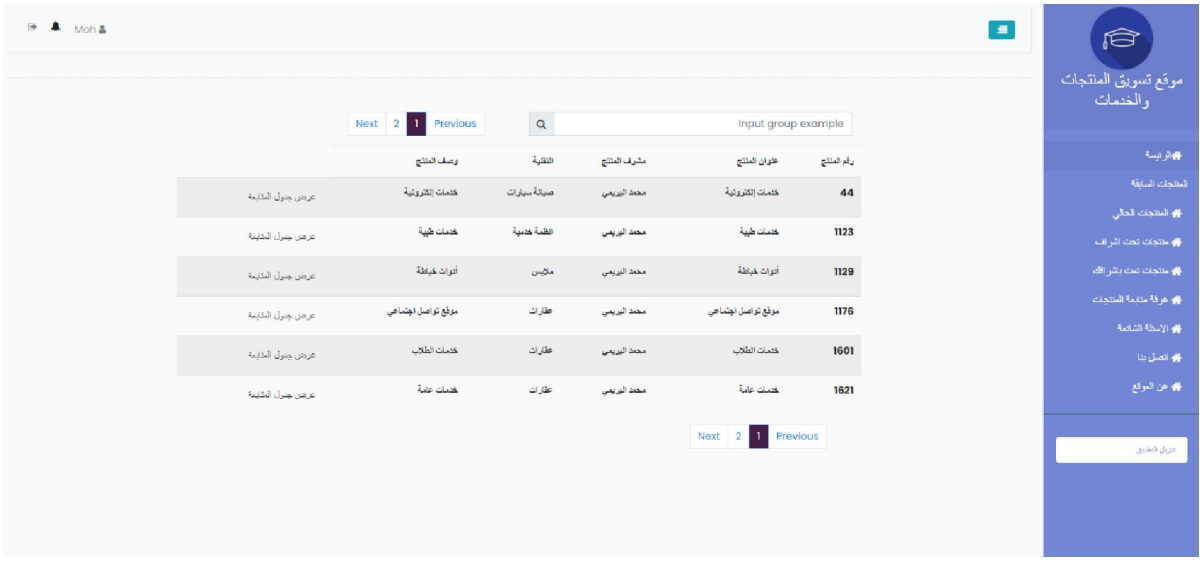
- **نافذة مركز الأخبار**:



شكل (14.5): نافذة مركز الاخبار

- **نافذة المنتجات التي تمت بإشراف مشرف معين**:

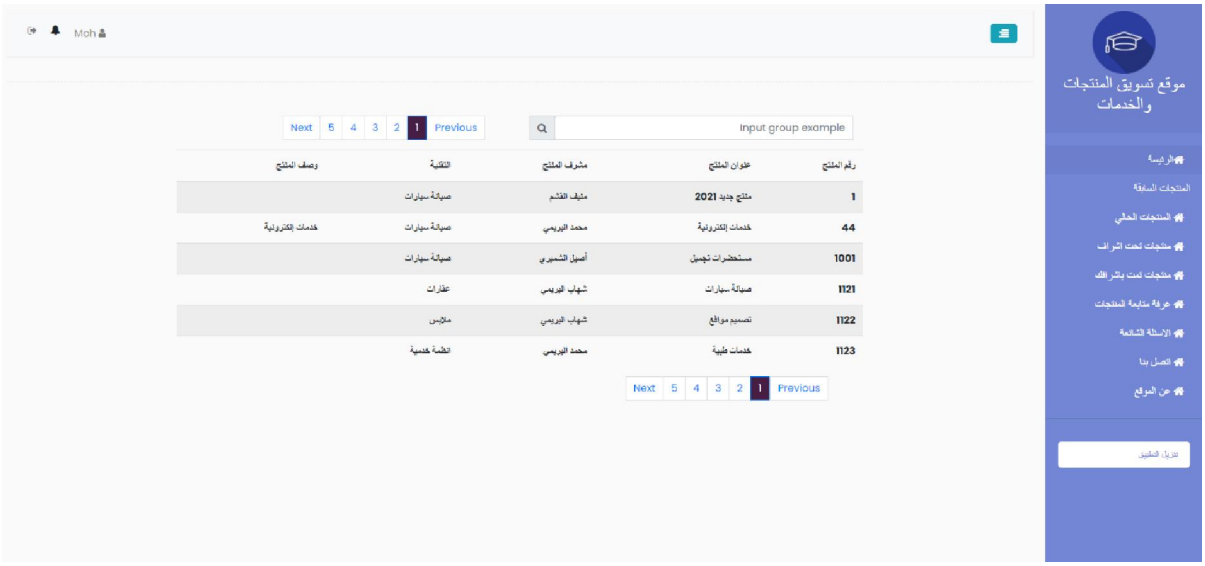
تمثل هذه الشاشة صفحة المنتجات التي تمت بإشراف مشرف معين



شكل (15.5): نافذة المنتجات التي تمت بإشراف مشرف معين

- **نافذة المنتجات ومن هم مشرفيها**:

تمثل هذه الشاشة صفحة المنتجات مع أسماء مشرفيها



شكل (16.5): نافذة صفحة المنتجات مع أسماء مشرفيها

الفصل السادس

الإستنتاجات والأعمال المستقبلية

- مقدمة.
- الاستنتاجات.
- الأعمال المستقبلية.
- الخاتمة.
- المصادر.

1.6 مقدمة :

هذا الفصل سيحتوي على أهم الاستنتاجات المتوصل إليها وما حققه النظام كما سيتم التحدث في هذا الفصل عن إيجابيات النظام وسلبيات النظام بكل مصداقية و شفافية بالإضافة إلى ماهية الأعمال المستقبلية المتعلقة بالنظام.

2.6 الاستنتاجات:

لابد وأن لكل نظام هدف معين ولابد له من وجود عملي وإلا لن يكون له أي قيمة , وبعد أن قمنا بعملية تنفيذ النظام (موقع تسويق المنتجات والخدمات) تبين لنا بعض الاستنتاجات وهي:

1. يسمح الوصول للمنتجات المطلوبة بسهولة ويسر.
2. يسمح للمشرف متابعة عملائه اون لاين.
3. يسمح الاطلاع على كل ما يخص المنتجات.

3.6 إيجابيات النظام:

1. توفير اتصال On Line للمشرف مع العميل.
2. توفير الوقت والجهد للمشرف والعميل من خلال سهولة الوصول للموقع عبر شبكة الإنترنت.
3. وفر الموقع جزء من العمليات المناسبة لتسهيل المتابعة, حول العمليات الواقعية في المتابعة.
4. الخصوصية والسرية للموقع حيث لا يسمح بالدخول غير العملاء.
5. الموقع يعرض دليل المنتجات المعتمدة من قبل إدارة الموقع .
6. السماح بالتعليق على الاخبار وتوفير التفاعل داخل الموقع.

4.6 الاقتراحات النظام:

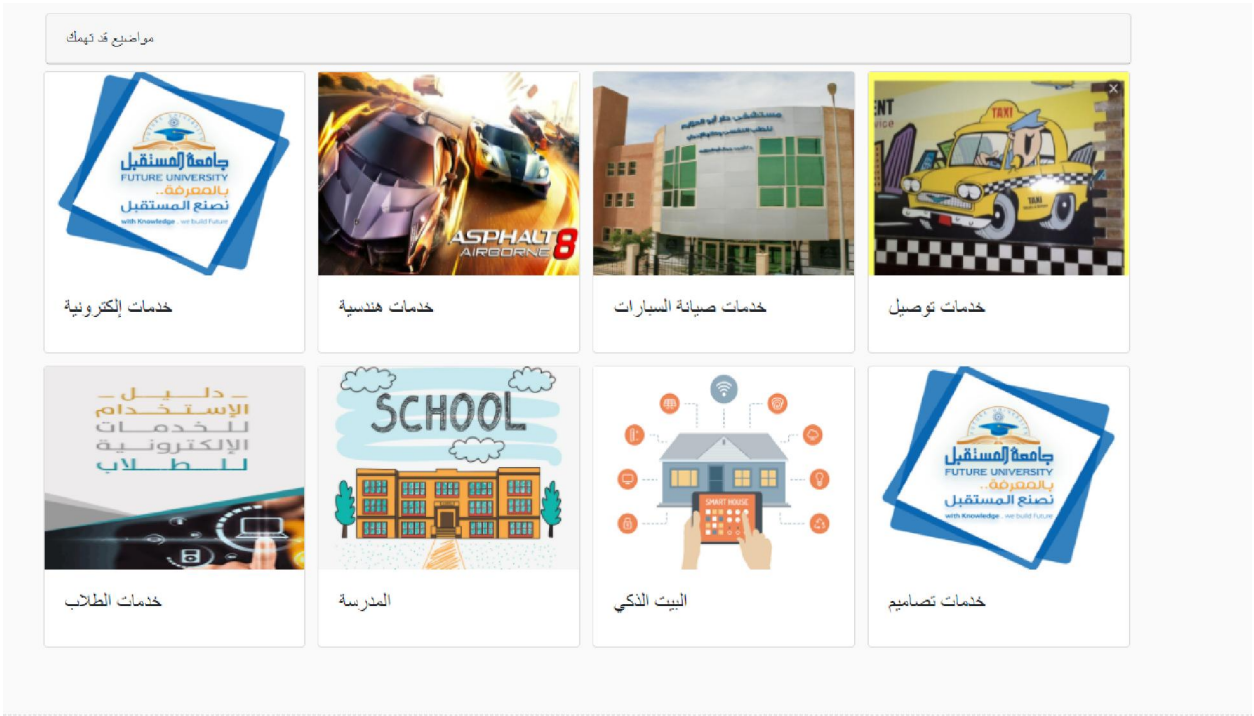
1. تطوير الموقع إلى تطبيق أندرويد جوال.
2. ربط الموقع في بنك عن طريق الدفع الإلكتروني.
3. لا يوجد نظام صلاحيات.
4. عدم القدرة على ارسال ملفات في جلسة المتابعة.
5. عدم التحقق من الادخال.
6. عدم إستخدام الرقم الشخصي في عملية الدخول وهو يعتبر غير آمن.

5.6 الاعمال المستقبلية:

من الأعمال المستقبلية التي نطمح في تحقيقها مستقبلا إن شاء الله هي كالتالي :

1. تطوير المشروع.
2. عمل تطبيق على الأجهزة الذكية ليسهل على المستخدمين متابعة أخبار الموقع ومن أي مكان.
3. عمل سيرفر خاص بالموقع.
4. السماح بأرسال ملفات واظهار Word في جلسة المتابعة.
5. تفعيل طريقة الدفع الإلكتروني عبر خدمة checkout٢ : وهي اشهر خدمة وتدعم خيارات ودول وبطاقات وبنوك متعد

6.6 الاكواد:




```
            مواضيع قد تهمك
          </div>
        </div>
      </div>


    </div>
    <div class="row prolist">
      <?php $stmt = $conn->prepare("SELECT * FROM `projects` ORDER BY `projects`.`Project _no`
        DESC LIMIT 8  ");
      $stmt->execute();
      $resultq=$stmt->fetchAll();
      foreach ($resultq as  $value) {
      ?>
      <div class="col-lg-3 col-md-6  procard" >
        <div class="card " >
          <?php echo '<img style="height:200px;" class="img-fluid  d-block w-100" src="data:jpg; base64,'.base64_encode($value['project_img']).'"/>'; ?>
          <div class="card-body">
            <h5 class="card-title"> <?php echo $value['Project _title'];?> </h5>
          </div>
        </div>
      </div>
      <?php } ?>
    </div>
  </div>
  <!-- end page contint -->
  <div class="line"></div>
  <div class="footer-page">
    <?php  include "include/footer.php";?>
  </div>
 </div>
</div>

<?php  include "include/endpage.php";?>
</body>
</html>
```

٧.٦ الخاتمة:

إن مواقع التسويق الإلكتروني تلعب دورا مهما في عملية المبيعات وفي تطويرها من خلال ما توفره من وسائل لمساعدة العميل وإيجاد حل لوقت المشرف المتابع لمنتج العميل وما تقدمه من خدمات للزوار وهذا ما توصلنا اليه من خلال هذا المشروع،

لذا كان انشاء موقع تسويق المنتجات والخدمات ضرورياً ولقد سعينا في هذا المشروع من اجل تحقيقها ..

وفي نهاية هذه العمل نرجو اننا قمنا بإضافة شيء مفيد للمجتمع أيضاً وأفدناهم بما قمنا بتقديمه في هذا الموقع .

وكآفاق مستقبلية نأمل ان تهتم الجامعات بإنشاء مواقع الكترونية متكاملة وتطبيقات تسهل على المجتمع وعليها العملية التسويقية الجامعية خاصة وأننا أصبحنا نعيش عصراً أصبحت فيه تكنولوجيا المواقع الالكترونية والتطبيقات ضرورة حتمية في كل مكان .

7.6 المراجع:

المواقع:

١. www.google.com
٢. www.stackover.com
٣. www.gihpt.com
٤. www.mobt3ath.com
٥. www.w3school.com
٦. www.jquery.com