



حل أسئلة إدارة الأعمال الالكترونية لعام 1434هـ

س1/يستخدم من أجل التعرف على الفرص ونقاط القوة والضعف والتحديات التي قد تواجه المنظمات في بيئة العمل:

تحليل SWOT Analysis :

(أ) S.W.Q.T

وتعني :

(ب) S.W.O.T

Strengths : S نقاط القوة

Weaknesses : W نقاط الضعف

(ج) S.O.W.T

Opportunities : O الفرص

Threats : T التهديدات

(د) S.Q.W.T

تعبّر عن الحاضر..... عوامل داخلية

نقاط القوة Strengths : إن التعرف على نقاط القوة الكامنة بداخلنا هو أول الطريق
نقاط الضعف Weaknesses : النقاط التي يجب أن نسعى للتخلص منها وعلاجها بأي وسيلة حتى لا تعوقنا عن تحقيق الأهداف المحددة

تعبّر عن المستقبل..... عوامل خارجية

الفرص Opportunities : قد يكون البعض محظوظاً ولكن الأكثر حظاً هو الذي يغتنم الفرص
التهديدات Threats : التهديد يمكن بشكل كبير من تجنبه في معظم الأحوال.. نتابع النشرة الجوية للاحتياط من الحر الشديد أو الأمطار.. ومعرفتك بوجود حفرة في أحد الطرق يمكنك من اتخاذ طريق بديل وتجنب الخطر المحتمل

شراء جهاز لاب توب جديد

مثال بسيط

Threats المخاوف	Opportunities الفرص	Weaknesses الضعف	Strengths القوة
قد يكون به عيب ما مما جعله رخيصة	عرض خاص على الجهاز بسعر رخيص لمدة محدودة	لا يحتوي على مخرج فيديو (s-Video)	مواصفات أفضل و تقنيات جديدة

في المثال السابق قمت بتحديد القرار أو المشروع (مشروع شراء جهاز لاب توب جديد) و قمت بتحديد نقطة واحدة في كل عمود و قد تكون هناك نقاط أكثر أو لا تكون في أحد العواميد و لكن بعد أن عرفت كل أبعاد المشروع يتم اتخاذ القرار بناء على المعطيات التي لدي و ذلك عبر الإجابة على الأسئلة التالية

كيف أستطيع أن أستفيد من نقاط القوة التي لدي؟

المواصفات الحديثة في جهاز الاب توب الجديد قد تساعدني في تسريع عملي

كيف أستطيع أن أحسن نقاط الضعف؟

هل أحتاج فعلاً إلى مخرج فيديو؟ هل يمكن استخدام طريقة أخرى لعرض الفيديو؟ و ما هي التكلفة؟

كيف أستطيع أن استغل الفرص المتوفرة؟

لا بد من أخذ القرار خلال أسبوع واحد و هي مدة العرض المحدودة

كيف أستطيع أن أقلل من المخاوف / التهديدات؟

أبحث في الانترنت عن آراء أشخاص آخرين أو أي مواضيع تتعلق بموديل الجهاز أو بأي مشاكل قد واجهت أصحابه
<http://www.badwi.com/>

س2/ للتجارة الالكترونية عدة فوائد تعود على المنظمات من أهمها :

الواجب الأول - إدارة أعمال إلكترونية

من فوائد التجارة الالكترونية للمنظمات أيًا كان حجمها :

- زيادة الشركاء
- انخفاض التكاليف
- اتساع حجم السوق
- كل ماسبق

صمت مؤلم

(أ) الأمان

(ب) سهولة الاستخدام

(ج) السرعة

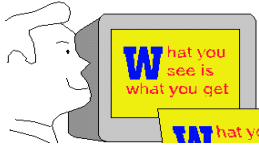
(د) زيادة أعداد الشركاء

فوائد التجارة الإلكترونية للشركات:

- 1- تسويق أكثر فاعلية وأرباح أكثر، إن اعتماد الشركات على الإنترنت في التسويق يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أنحاء العالم طوال اليوم و بلا انقطاع مما يوفر للشركة فرصة أكبر لجني الأرباح.
 - 2- تخفيض مصاريف الشركات، حيث تعد عملية إعداد و صيانة المواقع الإلكترونية أكثر اقتصادية من بناء أسواق أو تركيب تجهيزات باهضة الثمن.
 - 3- تواصل فعال مع الشركاء و العملاء، حيث تطوي المسافات و تعبر الحدود مما يوفر طرق فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء و مع الشركات الأخرى.
- أما بالنسبة للأفراد..توفير الوقت و الجهد- حرية الاختيار - خفض الأسعار- نيل رضا المستهلك أو المستخدم وهذا ماوجدته خلال معرفتي بالشراء من المواقع الالكترونية..وبسعر اقل بكثير مما هو موجود في أسواقنا..ولدي تجارب كثيرة!!!مرفق تجاربي في الشراء من الانترنت.**



المحاضرة 1



س3/ تستخدم الشركات مبدأ WYSIWYG ويقصد به :

(أ) سرعة في الحصول على المنتج

(ب) لتبسيط ربط أنظمة التجارة الالكترونية مع أنظمة المنظمة الداخلية

(ج) اقناع الزبون والتأكيد له بحصوله على المنتج الذي اشتراه

ثم الشراء .
أما البعض الآخر من الشركات فتلن بأن السلعة المباعة على المشتري إن لم تنل على رضاه بإمكانه إرجاعها إلى الشركة واسترداد المبلغ المدفوع.

هناك مبدأ هو : إن ما تشاهده هو ما تحصل عليه

أي : (WYSIWYG) What You See Is What You Get

(د) احد المعايير الدولية للشراء باستخدام البطاقات البنكية عبر التجارة الالكترونية



المحاضرة 5

س4/ المستخدم في عملية صنع قرار الشراء هو:

(ا) ذلك الشخص الذي يؤثر على صنع قرار الشراء أو جزء منه بغرض استخدام السلعة أو الخدمة

(ب) ذلك الشخص المبادر الذي يطلق فكرة استخدام أو شراء المنتج أو الخدمة

(ج) ذلك الشخص المستخدم للسلعة أو الخدمة

(د) ذلك الشخص الذي يشتري المنتج أو السلعة أو الخدمة بغرض استخدامها

لأطراف / اللاعبين ذوي العلاقة في صنع قرار الشراء :

(١) صاحب إطلاق فكرة / عملية شراء المنتج :

ويطلق عليه المبادر (Initiator) باقتراح عملية الشراء ، من الممكن أن يكون صديق ، قريب ، أخ ،

(٢) المؤثر Influential : وهو ذلك الشخص الذي لديه نصيحة أو رأي أو حجة من الممكن أن تؤثر على الشراء .

(٣) المقرر : وهو ذلك الشخص الذي يصنع أو يحدد قرار الشراء أو جزء منه أو يقرر عدم الشراء ، وقرار ،

(٤) المشتري : هو الشخص الذي يقوم بعملية شراء المنتج أو السلعة ويدفع قيمتها .

(٥) المستخدم : هو ذلك الشخص الذي يقوم باستخدام المنتج أو السلعة أو الخدمة .

المحاضرة 11

س5/ تتميز ال Web 2.0 ،توفر اليات متنوعة منها:

(ا) سوق الكتروني

(ب) الملتيميديا

(ج) كتالوج الكتروني

(د) ليس مما سبق

الإعلان الإلكتروني Web Advertising :

وسيلة مهمة تستخدم بشكل كبير في التسويق لكي تكون وسيلة للتواصل مع العميل

وإيصال الرسالة له وبأي شكل كانت سواء كانت إعلان مقروء أو مكتوب أو فيديو صوت أو صورة .

فالإعلان من الأدوات والمفاهيم المهمة التي لا يمكن الاستغناء عنها لأي تاجر أو شركة لنقل رسالة ما ،

وهذه اشياء بتفيدكم

بالمحاضرة المباشرة الاولى وحده سئلته عن ويب 2 وقال انه يركز على استخدام الملتيميديا

(الصوت - الصورة) ويتميز بالسرعه و يتميز باستخدام وتوظيف الشبكات الاجتماعية



المحاضرة 12

س6/ لا يعتبر من ضمن عوامل نجاح الدفع المالي الإلكتروني:

عوامل نجاح عملية الدفع المالي الإلكتروني :

- (أ) السرعة
 - (ب) الرسوم
 - (ج) الدقة
 - (د) الأمان
- (١) الأمان والدقة .
 - (٢) السرعة في إتمام عملية الدفع .
 - (٣) السهولة / صعوبة عملية الدفع المالي .
 - (٤) الرسوم لكل عملية .

الجواب... غير موجود

المحاضرة 14

س7/ يعتبر اليوم هو Portal الأشهر على شبكة الإنترنت:

- (أ) Google
 - (ب) Hotmail
 - (ج) Yahoo
 - (د) Freefind
- محرك بحث - خدمات البريد الإلكتروني المجاني - سعة ٢ جيجابايت - سرعة عالية مرونة. بساطة
- موقع خدمات البريد الإلكتروني المجاني - سعة ١٠٠٠ ميجابايت
- يشتهر موقع ياهو بأنه اعرض مواقع البحث على شبكة الانترنت
- موقع محركات بحث يضاف للمواقع

كلمة البوابة مأخوذة من المصطلح الإنجليزي (Portal) ويعني المدخل أو الباب، والبوابة أو Portal في مفهوم الإنترنت يعني موقعاً إلكترونياً يمتلئ بالبيانات والمعلومات الخاصة بموضوع معين ومنها ما هو خاص بشخص أو فرد معين، حيث يتطلب الوصول إلى بعض من هذه المعلومات أن يكون المستخدم مسجلاً ضمن المستخدمين لهذا الموقع. والبوابة في قاموس الإنترنت هي نقطة انطلاق المستخدم عندما يشرع في الإبحار نحو مواقع الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب) وهي في الوقت ذاته المرفأ الذي يلقي ذلك المستخدم مرساته كي ينعم بالخدمات التي يحتاجها والمعلومات التي يبحث عنها. والوابات أنواع فمنها الأفقي والعمودي وكذلك تلك الخاصة بمعلومات المؤسسة

هفصة المساء
عضو جديد

يعتبر اليوم هو Portal الأشهر على شبكة الانترنت:
أ- Google , ب- Hotmail , ج- Yahoo , د- Freefind
سبب الاعتراض: أن الثلاث مواقع الأولى تقدم تقريبا نفس الخدمات باختلاف مستوى التميز واختيار الأشهر يعود لذوق الشخص ولا يمكن تحديد جواب واحد

المحاضرة 14

المزادات Auctions : قوائد المزادات الإلكترونية : أ. القوائد للتجارة :

- (١) البائع يستطيع أن يزيد من دخله من خلال
 - (٢) اتساع / زيادة قاعدة أعداد المشترون وله
 - (٣) قصر زمن عملية البيع .
 - (٤) تحديد السعر يتم عن طريق السوق .
 - (٥) تصريف كمية كبيرة من المنتجات .
- ب. القوائد للمشتري :
- (١) فرصة للحصول على منتج مميز .
 - (٢) فرصة للمساومة على السعر .
 - (٣) فيه نوع من التسلية .
 - (٤) الخصوصية والسرية للمشتري .
 - (٥) الراحة .

س8/ من اهم فوائد Auctions للزبون :

- (أ) الراحة
- (ب) اختيار المنتج المناسب
- (ج) تكرار عملية البيع والشراء
- (د) السرعة

المحاضرة 6

س9/ تختلف المنظمات التقليدية والمنظمات الرقمية بشأن :

(ا) العملاء الأذكياء أو ما يطلق عليهم Smart Shoppers

(ب) طرق سداد قيمة السلع

(ج) وجود المزادات

(د) السلع والخدمات الرقمية

الفرق بين المنظمات التقليدية والمنظمات الرقمية :

	المنظمات التقليدية Brick – and – Mortar	المنظمات الرقمية Digital Organization
١. البيع التقليدي (السوق)	البيع الإلكتروني online	
٢. المنتجات حسية / لمسية .	المنتجات رقمية Digital	
٣. كتالوج ورقي	كتالوج إلكتروني	
٤. السوق التقليدي هو مكان العمل	السوق الإلكتروني	
٥. استخدام الشبكات العادية	استخدام الانترنت والموبايل	
٦. الفواتير ورقية	الفواتير الإلكترونية	
٧. الإنتاج شامل وواسع جداً	الإنتاج مخصص حسب رغبة الزبون	

المحاضرة 14

س10/ يعاب على استخدام المزادات الإلكترونية :

(ا) محدودية المشاركة

(ب) انعدام الامان

(ج) أ + ب

(د) ليس مما سبق

أوجه القصور في المزادات الإلكترونية :

١. احتمالية الغش والخداع .

٢. المشاركة المحدودة من الباعة أو المشترون .

٣. انعدام الأمان .

٤. الأنظمة والبرامج الحاسوبية محدودة في مجال المزادات .

المحاضرة 14

س11/ البيانات هي :

هناك فرق كبير بين البيانات والمعلومات :

البيانات : هي المادة الخام التي تعالج Data

المعلومات : هي البيانات بعد معالجتها Information

متخذ القرار دائماً يبنى قراره على المعلومات وليس البيانات لأن البيانات ليست مفيدة

تكون قوة ولها قيمة ، إنأ من يملك المعلومة يملك القوة .

(ا) المعلومات قبل معالجتها

(ب)المعلومات بعد معالجتها

(ج) المعلومات قبل تحولها الى قرارات

(د) ليس مما سبق

البيانات (Data) هي المادة الخام من ارقام واحرف واشكال وصور واصوات التي تدخل على الحاسوب ويقوم الحاسوب بمعالجتها وبعد ذلك تصبح معلومات جاهزة يمكن الاستفادة منها. ومن الأمثلة على البيانات علامة طالب في مساق ما أو عدد الساعات التي يعملها الموظف خلال الاسبوع

المعلومات (Information) تعرف على أنها البيانات التي تمت معالجتها بحيث أصبحت ذات معنى وباتت مرتبطة بسياق معين. ومن الأمثلة على المعلومات معدل علامات الطلاب في مساق ما

- ١ - البيانات هي المادة الخام للمعلومات (مدخلات النظام)
٢ - المعلومات هي ناتج تشغيل البيانات (مخرجات النظام)



المحاضرة 2

س12/ جودة الخدمات المقدمة من قبل الحكومات والشركات هي من اهم فوائد تطبيق التجارة الالكترونية:

(ا) للدولة

فوائد التجارة الإلكترونية للمنظمة :

(ب) للزبائن

- ١ . زيادة حجم السوق / الزبائن : فالتجارة الإلكترونية تجعل العالم كله سوقاً مفتوحاً
- ٢ . زيادة الشركاء والموردين .
- ٣ . تخفيض التكاليف بشكل كبير بالنسبة للمنظمة .

(ج) للمنظمات

(د) ليس مما سبق

فوائد التجارة الإلكترونية للشركات

تقدم التجارة الإلكترونية مزايا تستفيد منها الشركات مثل :

- أ - التسويق الأكثر فعالية والأرباح الأكثر ، فإعتماد الشركات على الإنترنت في التسويق يتيح عرض منتجاتها وخدماتها في العالم دون إنقطاع مما يوفر فرصة أكبر لجني الأرباح إضافة إلى وصولها إلى المزيد من الزبائن .
- ب - تخفيض التكاليف الإدارية وتكاليف الشحن والإعلان ومعلومات التصميم والتصنيع وتخفيض مصاريف الشركات .
- ت - القدرة على إنشاء شركات عالمية التخصص .

المحاضرة 14

س13/ الانتقال من السكن لمقر العمل وبالعكس يسمى:

Tele-Commuting :

(ا) Telecommuting

Tele المقصود بها العمل من خلال المنزل .

(ب) Teleconferencing

Commuting الانتقال من مكان الإقامة أو السكن إلى مكان آخر لفرض العمل .

(ج) Telemoving

مثل / موظف يسكن في مدينة الدمام ويذهب للعمل في مدينة بقيق .

(د) None of the above

هذا المفهوم من المفاهيم التي أحدثت تغير ، فالكثير من الموظفين يعملون في منازلهم فهم ليسوا بحاجة للذهاب إلى المحاسب ، المصمم ، المبرمج ، منسق الحسابات ، المسوق فهذه الوظائف لا تحتاج إلى مكتب أو الذهاب إلى مقر الشركة . لا يهم وجود الشخص في مكان العمل المهم ماذا

Telecommuting الكلمة خطأ والصحيح Telecommuting والترجمة: العمل عن بعد

Teleconferencing الكلمة صحيحة والترجمة :: عقد المؤتمرات عن بعد

Telemoving حسب ترجمتي التحرك عن بعد

None of the above لا أحد مما سبق

المحاضرة 8

س14/ لا يعتبر من أوجه القصور الغير التقنية للتجارة الالكترونية :

أوجه القصور في التجارة الإلكترونية :

أوجه قصور غير تقنية
عدم الأمان
عدم توفر الخصوصية
عدم وجود مرونة ووضوح في القوانين
كثير من الزبائن لا يتقن بالمنتج من خلف الشاشة ، بعض الزبائن يريد أن يلمس السلعة ويقلبها بين يديه .

(ا) فقدان المرونة

(ب) عدم توفر معايير للجودة

(ج) عدم توفر الامان

(د) انعدام الخصوصية

المحاضرة 3

س15/ تعد الاكثر بيعا على الانترنت : ما هي السلع الأكثر بيعاً على الانترنت بقطاع التجزئة؟؟

١. السفريات Travel :

حجز التذاكر ، الفنادق ، السيارات ، ... الخ . إن شركات السفر والسياحة أصب
الخدمات التي تقدمها .

مثل / شركة أمريكية تخدم كل دول العالم \ Booking.com \ Expedia.com
وتعتبر السياحة السفريات هي الأكثر مبيعاً على الانترنت .

٢. الكمبيوتر Computer :

إن الكمبيوترات ومشغلاتها وملحقاتها تأتي في المركز الثاني مبيعاً على الانترنت
من الشركات التي تباع على الانترنت : Dell , HP, Sony

٣. الملابس والمعدات الرياضية

٤. الكتب Books :

(ا) خدمات السفر والسياحة

(ب) الادوية

(ج) الملابس والاحذية

(د) خدمات المصارف

المحاضرة 9

س16/ Learning Organizations هي منظمات تتميز :

(ا) بهياكل تنظيمية ضخمة وفق اليات عمل متطورة

(ب) بتوفر قواعد بيانات شاملة ومتنوعة

(ج) هياكل تنظيمية صغيرة وتقنيات متقدمة

(د) ليس مما سبق

المنظمات المعرفية / المنظمة Knowledge \ Learning Organizations :

المقصود بها أنها تأخذ بالجديد والحديث وتوظف الأفراد أصحاب المهارات وخصوصاً

في مجالات الحاسب الآلي ، وموظفين لديهم ثقافة ويقومون لديهم الفترة لتعلم كل ما هو جديد وحديث .

أصبحت طريقة العمل اليوم جديدة وحديثة ، واعتماد العمل ما بين الموظفين بالإيميل والتواصل أصبح بالحوال ، وكذلك الخطابات تكتب على الحاسب الآلي .

هذه الفترة الإلكترونية جعلت بعض الشركات تقلل من عدد موظفيها ، مثل : القطاع البنكي .

فالتقنية أصبحت لحل محل الموظفين وخصوصاً أصحاب الوظائف الروتينية السهلة .

M-Commerce المقصود بالـ Mobile / M ، هي التقنية التي تزامن عليها الكثير من الشركات .

منظمات التعلم Learning Organizations هي: مجموعة من الأفراد الذين يتفاعلون مع بعضهم ومع العالم المحيط بهم، يعملون كفريق ضمن مؤسسة ويشعرون بالانتماء إليها، يتاح لهم من خلالها الفرص لاكتشاف المعرفة وإنتاجها وتطبيقها، ويتصفون بأن لديهم القدرة والدافعية للتعلم المستمر والانفتاح على الآخرين.

<http://al3loom.com/?p=448>

مصطلحان اثنان تزداد أهميتها بمرور الزمن لأحداث التحسن في مستويات الاداء وهما التعلم المنظمي (Organizational Learning) ويرمز له بـ (OL) والمنظمة المتعلمة

(Learning Organization) ويرمز له بـ (LO)

خصائص المنظمة المتعلمة Learning Organization

- تمتلك هيكل تنظيمي أفقي.
- تمتلك ثقافة مكيقة ومتطورة مع البيئة.
- تقوم بالمهام وفقاً لتفويض الأدوار وتمكين العاملين.
- تعتمد إستراتيجية تفاوضية تعاونية عند التعامل مع المنافسين.
- تعتمد أسلوب المشاركة بالمعلومات لإحجاز الأعمال.
- تعتمد أسلوب التحفيز لتشجيع عاملها على التعلم المنظمي لتحسين مستويات ادائهم لإحجاز المهام بتميز وابداع.
- تعتمد وجهة النظر التي تركز على الجماعة في التعلم المنظمي والإحتياج وتقويم الاداء وتقديم الحوافز.
- تعتمد المعايير الكمية والنوعية لتقويم اجاز عاملها لتحديد درجة

المحاضرة 8

س17/ تقع حاجة التقدير في هرم ماسلو للحاجات في المستوى :



(أ) الأول

(ب) الثاني

(ج) الثالث

(د) الرابع



<http://arz.wikipedia.org/wiki/%D9%87%D8%B1%D9%85>

المحاضرة 10

س18/ تتوفر لديه مهارات عالية في مجال الحاسب والانترنت ولا يقوم باختراق الاجهزة بقصد التدمير والتخريب او السرقة :

الـ Cracker	شخص متمكن تقنياً في الحاسب الآلي ولا يستخدم هذه المهارة إلا لإثبات أنه ماهر في هذه التقنية وليس لغرض السرقة والاختلاس والتدمير
الـ Blogger	خدمة مجانية من قوقل توفر لك موقع خاص تدون به ما تريد
الـ Skater	المتزلج على الجليد!!!!!!!!!!!!!!
الـ Hacker	الشخص الذي يملك مهارة تقنية يقصد بها الدخول على قواعد البيانات وأجهزة الآخرين بقصد التدمير والسرقة الاختلاس والابتزاز

(أ) الـ Cracker

(ب) الـ Blogger

(ج) الـ Skater

(د) الـ Hacker

المحاضرة 13

تجارة التجزئة الإلكترونية Electronic Retailing :

أو ما يطلق عليه بـ E-Tailing

المقصود بها في الأسواق التطبيقية : هو الشخص أو الشركة التي تتعامل في النهاية مع المستهلك (تتبع للمستهلك مباشرة) أو هو الوسيط الذي يكون بين المُصنَّع والمستهلك النهائي فهو يشتري السلعة من المُصنَّع ومن ثم يبيعها على المستهلك النهائي مباشرة .

أما تجارة التجزئة الإلكترونية فهي تُباع online ، هنا هو الفرق بينهما .

هناك أعداد كبيرة من الناس لا يستخدمون الإنترنت ، لكن بالمقابل هناك أعداد كبيرة أيضاً يدخلون الإنترنت للمرة الأولى ويستخدمه إذاً يوجد هناك نمو كبير في عدد المتاجر والأسواق الإلكترونية .

س19/ يقصد بتجزئة السوق :

(أ) التحكم والسيطرة على السوق

(ب) دمج الاسواق الصغيرة بهدف خلق اسواق اكبر

(ج) تقسيم اسوق وفق معايير محددة

(د) ادارة السوق بناء على حجم السوق وموقعة الجغرافي

يقصد بتجزئة السوق تقسيمه الى مجموعة من الاسواق الفرعية لكل منها مجموعة من الخصائص المميزة أي تقسيم السوق الكلي الى قطاعات ومجموعات متجانسة من المستهلكين تحرف باسم القطاعات السوقية والعمل على اتباع احتياجات كل قطاع سوقي أو سوق فرعي حسب خصائصه المميزة وذلك بتقديم أفضل مزيج تسويقي له.

<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%AC%D8%A9>

المحاضرة 9

س20/ خدمة المواطن تتم عبر الوسائط الالكترونية ومنها الانترنت من خلال :

(أ) الوزارات الالكترونية تقدم الحكومة الإلكترونية عدداً من الخدمات عبر الوسائط الإلكترونية إلى المواطنين

(ب) الحكومات الالكترونية ولأعمال التجارية والمؤسسات ولموظفي الخدمة المدنية، والتي تشمل الموافقات الإدارية والتصديقات والمعاملات.. الخ، بشكل ووسائل فعالة للغاية.

(ج) البوابات الالكترونية الإطار العام لخدمات الحكومة الإلكترونية

(د) التجارة الالكترونية بوابة الحكومة الإلكترونية على شبكة الإنترنت تمثل نقطة الدخول فقط، أما الخدمات وإجراءاتها فتقوم بها التطبيقات الداخلية. والخدمات الحكومية تتواجد في النظام الحكومي الإداري في بيئة التطبيقات الداخلية والخارجية كما هو مبين في الشكل أدناه.

<http://www.google.com.sa/url?sa=t&rct=j&q=%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9+>

من المشاريع الإستراتيجية الهدف منه هو إيجاد نظام الكتروني متكامل لمكنة الأعمال الإدارية والمالية الوزارات الالكترونية باستخدام إحدى الأنظمة الكترونية الشاملة. تتضمن من عدة حزم برمجية. وتطبيقات متنوعة مهينة على أجهزة خوادم ذو مواصفات فنية عالية وينظم تشغيلية حديثة .

هو نظام حديث تتبناه الحكومات باستخدام الشبكة العنكبوتية العالمية والإنترنت في ربط مؤسساتها بعضها الحكومات الالكترونية ببعض، وربط مختلف خدماتها بالمؤسسات الخاصة والجمهور عموماً، ووضع المعلومة في متناول الأفراد وذلك لخلق علاقة شفافة تتصف بالسرعة والدقة تهدف للارتقاء بجودة الأداء.

البوابة الوطنية للتعاملات الإلكترونية الحكومية هي بوابة إلكترونية يستطيع من خلالها المواطنون والمقيمون والشركات والزوار من أي مكان الوصول إلى الخدمات الحكومية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية وتنفيذ التعاملات بها بسرعة وكفاءة عالية، حيث تعتبر المدخل إلى الخدمات الإلكترونية الحكومية. وتتحقق إمكانية الوصول إلى الخدمات الإلكترونية عن طريق توفير الخدمات الإلكترونية عبر البوابة إما عن طريق التكامل مع جهات حكومية أخرى، أو عن طريق توفير روابط المواقع الإلكترونية لتلك الجهات ولخدماتها على البوابة

التجارة الالكترونية هي العملية التي يتم فيها البيع أو الشراء وتبادل المعلومات والسلع والخدمات من خلال شبكات الحاسب الآلي . بالتجارة الإلكترونية يجب أن يكون هناك عملية مالية من خلال البيع والشراء

المحاضرة 14

4Ps

مفهوم الـ Four P's : P تعني ..

التسعير **Pricier** ، المكان **Places** ، الترويج **Promotion** ، المنتج **Product**
ويطلق عليه ما يسمى بالمزيج التسويقي Marketing Mix
إذا يجب على جميع الأنشطة التسويقية أن تركز على العميل .

س21/ يقصد بالـ 4Ps

(أ) Product, Price ,Place ,People

(ب) **Product, Promotion, Places, Pricier**

(ج) Place, Product ,Price, Partnerships

(د) Place, Price, Private , Market, Promotion



المحاضرة 11

س22/ عندما تجري المنافسة في المزاد على كمية من منتج واحد حتى يتم البيع فيعرف هذا النوع من المزادات:



(أ) المزاد الأمريكي

(ب) المزاد الهولندي

(ج) المزاد الانجليزي

(د) المزاد الكندي

أنواع المزادات :

١. بائع واحد / مشتري واحد .

٢. بائع واحد / عدة مشترين محتملون :

أ. **المزاد الإنجليزي English Auction** : وهو أن يقوم البائع بعرض **منتج واحد** في وقت المزاد وتتم المنافسة بين المشترين المحتملون عليه حتى يباع بأعلى سعر ومن ثم يقوم بعرض منتج آخر غيره بعد بيع المنتج الأول .

ب. **Yankee Auction** : هي نفس المزاد الإنجليزي لكن الفرق بينهما هو أن Yankee Auction يكون المزاد على **نفس الفئة وبكميات كبيرة** ، مثل / سيارات فقط ، حاسبات آلية فقط ...

بعض أنواع المزادات الإلكترونية:

1- **المزاد الإنجليزي : English Auctions** " بائع واحد، وعدد من المزايديين على سلعة واحدة. عند انتهاء المهلة المحددة للمزاد يحصل على السلعة الخدمة الذي زائد بأعلى سعر.

2- **المزاد الهولندي : Dutch Auctions** " بائع واحد، وعدد من المزايديين. حيث يبدأ المزاد بأعلى سعر يرغب فيه البائع، إذا لم يوجد مشتري يقل السعر كل فترة زمنية محددة حتى يوافق على السعر أحد المشترين.

3- **Name Your Own Price**: عدد من البائعين، ومشتري واحد. حيث يحدد المشتري السعر الذي سيدفعه مقابل السلعة/الخدمة ثم يتم المزايدة عليه من قبل البائعين

<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B2%D8%A7>

اشترت الايفون فور اس عن طريق **ebay** (طبعا عن طريق المزايدة).. السعر هنا
(لا يقل عن ٣٢٠٠ ريال) لكن شف بكم اشتريته (٢٠٩٠ ريال) طبعا منذ اشهر.. الشحن (١٠٠ ريال) ارامكس

المحاضرة 6

س23/ خدمات الدعم والمساعدة تعتبر من :

(أ) عناصر البنى التحتية التقنية
للسواق

(ب) عناصر المزادات الالكترونية

(ج) عناصر الاسواق الالكترونية

(د) كل مما سبق

- عناصر السوق:
- (١) الزبائن Customers .
 - (٢) الباعة Seller .
 - (٣) المنتجات Products : هناك المنتجات الرقمية Digital Products مثل
 - (٤) البنية التحتية : السوق الإلكتروني تحتاج إلى شبكات وقواعد معلومات وسير بصرية سريعة تنقل فيها المعلومات من مكان إلى مكان آخر ومن دولة لأخرى نجاح للسوق والتجارة الإلكترونية يجب أن يكون هناك بنية تحتية قوية حتى
 - (٥) الواجهة Front-end : هي الشاشة التي يتعامل معها الزبون أو العميل ح
 - (٦) Back-end : هي العمليات التي تتم بدون أن يراها العميل عن طريق الت
 - (٧) الوسطاء : هو الشخص الذي يكون بين البائع والمشتري حتى ينقل المعلومات على الشراء لإتمام عملية البيع والشراء . والوسطاء لهم دور كبير في السوق
 - (٨) شركاء العمل : هناك شركاء يعملون معنا في العمل الذي نقوم به ، فهناك شر والتأمين - ... وغيرها .
 - (٩) خدمات الدعم والمساعدة : مثل / خدمة العملاء والضمان والوثيق .

المحاضرة 4

س24/ يبدأ المستهلك بالبحث وجمع المعلومات في عملية صنع قرار الشراء وهي تأتي في المستوى:

(أ) الاول

(ب) الثاني

(ج) الثالث

(د) الرابع

عملية صنع قرار الشراء:

١. الحاجة Need

٢. البحث عن المعلومات Information

٣. التقييم Evaluation: تقييم المنتج استناداً على المعلومات ، حيث يتم التقييم بالمقارنة بين أكثر من منتج .

٤. الشراء

٥. التقييم بعد الشراء .

المحاضرة 10

س25/ بطاقة الصراف الالي التي تقدمها البنوك السعودية لعملائها تسمى:

(أ) Debit Card

(ب) Charge Card

(ج) Credit Card

(د) Check Card

- أنواع البطاقات الإلكترونية في الدفع المالي:
١. Credit Card : هي بطاقة يكون عليها رسوم سنوية بسيطة وغالباً لا يكون عليها رسوم في الدول الغربية ، على عكس الموجود في المملكة . مثل : Visa ' Master Card
 - هي بطاقات تؤمن لحاملها أو صاحبها القدرة على شراء السلع والخدمات وتكون محددة بما يسمى بالحد الائتماني ، بحيث لا يستطيع تجاوزه في مدة محددة . من الممكن سداد المبلغ كاملاً أو تجزئته على شكل أقساط مع إضافة فوائد
 ٢. Charge Card : هي بطاقة مطلوب من صاحبها تسديد المبلغ كاملاً بدون أقساط ، مثل : أمريكيان اكسبريس American Express
 ٣. Debit Card : هذا النوع من البطاقات يكون بخمس فوري للمبلغ لأي شيء يتم شراءه من حساب صاحب البطاقة (المشتري) ، أو خصم قيمة المشتريات من الحساب البنكي . مثل : البطاقات البنكية العادية

المحاضرة 14

س26/ تعتبر إحدى خصائص **المنتج** ضمن نموذج سلوك المستهلك الإلكتروني:

سلوك المستهلك الإلكتروني :

عناصر نموذج سلوك المستهلك :

- (١) خصائص المستهلك (سمات) : العمر ، الجنس ، التعليم ، نمط وأسلوب الحياة الشخصية ، العادات
- (٢) خصائص البيئة التي يعيش فيها الزبون : الثقافة ، التأثير البيئي ، الأنظمة والقوانين .
- ٢+١ تسمى حاجات لا يمكن التحكم فيها لأنها تورث من الأهل أو البيئة المحيطة به ، وكذلك لأنها :
- (٣) **خصائص المنتج / الوسيط : اسم – سمعة المنتج ، السياسات المتبعة في البيع والتسويق**
- (٤) **خصائص المنتج / الخدمة المباعة :** هذه الخصائص تقع ضمن الخصائص الممكن التحكم بها والسيطرة عليها لأنها خاصة بالمنتج .
- نوع المنتج – الخدمة ، حجم المنتج ، لون المنتج ، جودة المنتج ، السعر .

(ا) الاتجاهات

(ب) السياسات المتبعة في السوق

(ج) السعر

(د) سمعة المنتج

المحاضرة 10

س27/ من مؤشرات نجاح خدمة العميل الإلكتروني هي :

أدوات / وسائل قياس مدى نجاح خدمة العميل الإلكتروني :

- (١) سرعة الاستجابة على طلب العميل Response Time . كلما قصرت مدة الاستجابة على طلب العميل دل ذلك على نجاح الخدمة الم
- (٢) توفر الخدمة عبر الموقع .
- (٣) سرعة تحميل / تنزيل المحتوى Download .
- (٤) تحديث البيانات .
- (٥) الأمان Security
- حماية البيانات الشخصية والمعلومات البنكية
- (٦) سرعة وقلة إجراءات عملية الشراء / ملى طلب ما .
- (٧) سياسة إرجاع المنتج .
- (٨) التصفح .

(ا) قلة خطوات إتمام عملية الشراء

(ب) بطء التحميل للحصول على المحتوى

(ج) عدم توفر الأمان

(د) كل ما سبق

المحاضرة 12

س28/ من الضغوط والتحديات البيئية والاجتماعية التي تتعرض لها وتواجهها المنظمات :

الضغوط التي تتعرض لها المنظمات :

أ. ضغوط السوق / اقتصادية :

١. المنافسة الشرسة : وهي من أشد الضغوط على المنظمة
٢. الاقتصاد العالمي .
٣. الضغط الاقتصادي الإقليمي .
٤. انخفاض أجور العمالة في بعض الدول ، مثل : الصين ودول شرق آسيا .
٥. الأسواق المتغيرة .
٦. ارتفاع صوت العميل (قوة العميل) : الزبون دائماً على حق ، من المهم إرضاءه وعدم

ب. ضغوط اجتماعية / بيئية :

١. التبدل السريع في القى العاملة وتغييرها في المجتمع :
- فالموظف اليوم أصبح متعلم مطلع ويشكل ضغط على المنظمة نتيجة تعرضه للضغوط التي تُدّ
- العاملة ليست متجانسة حيث يوجد بينها تباين كبير ، فالموظفون يختلفون بجنسياتهم وتعليمهم و

(ا) انخفاض أجور العمالة في بعض البلدان

(ب) التحولات الاقتصادية العالمية

(ج) المنافسة العالمية

(د) تغير وتنوع القوى العاملة

المحاضرة 2

س29/ المتجر الإلكتروني الذي يقدم الكثير من الخدمات والمنتجات والسلع :

(ا) Store front

(ب) Consortia

(ج) Shopping Center

(د) Electronic Mail

===== <_ اتحادات الشركات

===== <_ مركز التسوق

===== <_ البريد الإلكتروني

أنواع المتاجر في السوق الإلكتروني :

✓ المتجر الإلكتروني Storefront :

هو موقع إلكتروني لشركة واحدة يوجد فيه منتجات وخدمات معروضة للبيع .
المواصفات التي يجب أن تتوفر في المتجر الإلكتروني (عناصر المتجر الإلكتروني)

- ١ . الكتالوج الإلكتروني .
 - ٢ . محرك البحث Search Engine : وهو برنامج صغير يستخدمه المشتري
 - ٣ . سلة التسوق Shopping Cart
 - ٤ . منطقة الدفع المالي : هي صفحة خاصة في الموقع لتوضيح طريقة الدفع
 - ٥ . منطقة شحن وإيصال المنتج : هي خيارات توضح طريقة إيصال المشتري شحن وإيصال .
 - ٦ . خدمات العملاء Customer Service : وتشمل إعطاء معلومات عن الـ
- ✓ المحجم التجاري الإلكتروني E-Mall :

المحاضرة 4

س30/ من العناصر التي تساعد الزبائن في إتمام عمليات الشراء عند زيارتهم للمتاجر الالكترونية:

(عناصر المتجر الإلكتروني) :

- ١ . الكتالوج الإلكتروني .
- ٢ . محرك البحث Search Engine : وهو برنامج صـ
- ٣ . سلة التسوق Shopping Cart
- ٤ . منطقة الدفع المالي : هي صفحة خاصة في الموقع
- ٥ . منطقة شحن وإيصال المنتج : هي خيارات توضح شحن وإيصال .
- ٦ . خدمات العملاء Customer Service : وتشمل إـ

(أ) سلة التسوق

(ب) الكتالوج الإلكتروني

(ج) خدمات العملاء

(د) كل ما سبق

المحاضرة 4

س31/ يقصد بـ Customization في التجارة الالكترونية :

(أ) قدرة الزبون على امتلاك منتج مختلف تماما عن المنتجات الأخرى

(ب) قدرة الزبون امتلاك منتج يشعره بأنه مختلف ومتميز عن الآخرين

(ج) قدرة الزبون على بناء المنتج حسب رغباته واحتياجاته

(د) قدرة المنظمة على صنع منتج مختلف مما يجعلها في موقع تنافسي أفضل

المنافسة Competition :

عوامل المنافسة في التجارة الإلكترونية :

- ١ . انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات .
 - ٢ . المقارنة السريعة بين السلع .
 - ٣ . الاختلاف / التخصيص Customization / Differencention
- الاختلاف : إن المستهلك يريد سلعة مختلفة عن الآخرين لا توجد عند غيره ، سلعة فريدة ومتميزة تشعره بالرضا والتميز
- التخصيص : إن الانترنت أعطى المستهلك القدرة على أن يبني المنتج حسب حاجته الشخصية Personalization

المحاضرة 4

س32/ يعد النموذج الأكثر انتشارا في الأسواق الإلكترونية :

- المفاهيم التي أصبحت جزء من أساسى للعمل في مجال إدارة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية :
1. **B2B – Business to Business** : هي شركات تبيع على شركات أخرى مماثلة لها .
 2. **B2C – Business to Consumer** : هي شركات تبيع منتجاتها على مستهلك ،
 3. **C2B – Consumer to Business** : هي قيام الأفراد بالبيع على الشركات . وهي عكس (B2C)
 4. **C2C – Consumer to Consumer** : وتعني أن مستهلك يبيع لمستهلك آخر ، فرد يبيع لفرد ، وهذا النوع موجود بكثرة على الانترنت وهي على شكل أفراد .
 5. **EG – E- Government** : وهي الحكومة الإلكترونية . وتمتد الخدمات الحكومية التي تقدم للمواطنين عن طريق وتعتبر كندا من الدول المتقدمة في تقديم هذه الخدمات فهي تقدم على ما يزيد ٤٠٠٠ خدمة ، حيث تحتل المركز الأول في
 6. **B2E – Business to Employee** : وهي خدمات تقدمها الشركات لموظفيها من خلال استخدام تقنيات الانترنت

(أ) C2B

(ب) C2C

(ج) B2C

(د) B2B

B2C ≡ Business to Consumer

هي تلك الشركات التي توفر منتجات وخدمات للمستهلكين الأفراد مثل المأكولات والمشروبات والملابس والأثاث والأجهزة الكهربائية ... إلخ

تستطيع شركات الB2C الوصول إلى أكبر عدد من جمهور المستهلكين من خلال وسائل وقنوات إعلانية مختلفة تخاطب عامة الناس مثل التلفزيون والراديو والجرائد ... إلخ

من الأعمال إلى الأعمال
Business-to-Business
تحقيق تكاملية عمليات التوريد
للمنتجات وأداء الخدمات

من الأعمال للمستهلك
Business-to-Consumer
وتشمل التسوق على الخط
shopping on-line

من الحكومة إلى الأعمال
Business-to-Government
المشتريات الحكومية الإلكترونية

من الحكومة إلى المستهلك
Government-to-Consumer
الخدمات والبرامج الحكومية على الخط

<http://www.google.com.sa/url?sa=t&rct=j&q=%D8%A7>

المحاضرة 1

س33/ موقع الكتروني يقدم للعميل مجموعة من الخدمات والمعلومات المتنوعة من خلال قنوات:

- البوابة Portal :**
- هي صفحة أو موقع على الانترنت يكون عادة إذا كان الشخص معرف على الموقع فيعطيه مجموعة من **الخدمات والمعلومات** من خلال صفحة واحدة .
- (أ) Portel
- (ب) Portal
- (ج) Portul
- (د) Portol
- جميع الكلمات خاطئة

المحاضرة 4

س34/ يعرف بمفهوم " السعر التفاعلي " وهو احد أهم مزايا :

- ما هي المزادات الإلكترونية E-Auctions ؟؟**
- هي نفس المزادات التقليدية لكن تعمل على الانترنت online .
- المزاد الإلكتروني ظهر مع ظهور الوسائط الإلكترونية المتنوعة ، وقوي مع ظهور الانترنت ، ومن أشهرها Ebay.com .
- المزاد يتميز بوجود ما يسمى **بالتسعير النشط Dynamic Pricing** ، أي : مع مرور الوقت السعر يتحرك بسبب وجود منافسة بين المشترون المحتملون ، حتى يتم بيع المنتج للمشتري الذي يدفع أعلى سعر .
- (أ) المتجر الإلكتروني
- (ب) الأسواق الإلكترونية الخاصة
- (ج) الكتالوجات الإلكترونية
- (د) المزادات الإلكترونية

المتجر الإلكتروني Storefront :

هو موقع إلكتروني لشركة واحدة يوجد فيه منتجات وخدمات معروضة للبيع .

الكatalogات الإلكترونية Electronic catalogs

هي عرض لبضاعة ما بصيغة الكترونية وتحتبر العمود الفقري لبعض المواقع التي تباع بصورة الكترونية

الأسواق الإلكترونية الخاصة Private e-marketplace

سوق إلكترونية تديرها شركة أو جهة واحدة، للتعامل مع الموزعين والمشتريين التابعين للشركة

المحاضرة 6

س35/ يشكل البنية القانونية التنظيمية للبائع والمشتري هو:

(أ) السوق الإلكتروني وظائف السوق:

١. ربط / مطابقة الباعة بالمشتريين . (من أهم الوظائف)
٢. تسهيل العمليات التي تتم في السوق . مثل : تدفق المطومات ، انتقال المنتجات والخد
٣. السوق بنية قانونية تنظيمية للبائع والمشتري .
ج) المزاد الإلكتروني حيث أن السوق يشكل المكان القانوني النظامي الذي تتم فيه عملية البيع والشراء والدول تحمي
د) ليس مما سبق

المحاضرة 4

س36/ لتأكيد جودة المنتج المباع على الانترنت،تقوم العديد من الشركات :

(أ) تزويد العملاء بعينات مجانية قبل الشراء

(ب) إصلاح المنتج إذا كان به أي تلف

(ج) إقناع العميل بعدم إرجاع المنتج مهما كان الثمن

(د) كل مما سبق

كيف تضمن جودة المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك على الانترنت ؟؟
بعض الشركات حتى تقوم مطمئن المستهلك بجودة المنتج المقدم له
تقوم بإرسال عينات مجانية للمستهلكين حتى يقوم بتجربة العينة المرسله له وم
أما البعض الآخر من الشركات فتعلن بأن السلعة المباعة على المشتري إذا لم
هناك مبدأ هو : إن ما تشاهده هو ما تحصل عليه

المحاضرة 5

س37/ يصعب ربطه مع أنظمة المخزون بالشركة :

الكatalog الورقي Catalog Paper :

- أ. سهل البناء والتصميم .
ب. صعب التحديث .
ج. صعوبة الربط مع أنظمة الشركة (المخزون ، المالية) .
د. سهل الانتقال والحركة .

الكatalog الإلكتروني E-Catalog :

- أ. صعب ومكلف .
ب. سهولة وبساطة التحديث (تعديل البيانات) .
ج. سهولة الربط مع المخزون والمالية .
د. أسهل في الحركة من خلال وجوده في الجوال والهواتف الذكية .
هـ. تكلفة متدنية على المستوى البعيد .

(أ) الكatalog الإلكتروني

(ب) كatalog البوابة الإلكترونية

(ج) الـ ERP

(د) الكatalog الورقي

نظام تخطيط الموارد أو "تخطيط موارد المؤسسات Enterprise Resource Planning " هو مشروع نظام معلومات، صمّم لتنسيق جميع الموارد والمعلومات والأنشطة اللازمة لإتمام الإجراءات العملية، مثل المحاسبة والموارد البشرية... ال ERP انت لتجعل طريقه العمل في الشركات او المؤسسات الكترونية .. كذلك انت لتوحيد إجراءات العمل والانتظمة الداخلية .. بمعنى ان كثير من العمليات او ال Processes التي كانت تقام بالسابق يدوياً تقام بعد تطبيق نظام ال ERP الكترونياً.....<http://ar.wikipedia.org>

المحاضرة 14

س.38/ من أهم نماذج الأعمال المطبقة في التجارة الالكترونية:

(أ) مبيعات الجملة

نماذج العمل Business Models :

هو الطريقة التي تطبقها الشركة لعمل دخلها المالي ،

وهو نموذج العمل الذي يمكن الشركة من صنع مواردها أو دخلها المالي .

(ب) الإعلانات

١ . مبيعات المنتجات / السلع .

(ج) المزادات

٢ . الاشتراكات : وتعني دفع مبلغ مالي مقابل الاشتراك في موقع ما للاستفادة من الخدمات

(د) التخفيضات الموسمية

المقدمة في الشركة .

٣ . رسوم / عمولة .

٤ . الإعلانات .

المحاضرة 9

س.39/ إدارة خدمات العملاء / إدارة علاقات العملاء :

(أ) المفهوم الثاني اشمل من المفهوم الأول

إدارة علاقات العملاء (CRM) Customer Relationship Management

المقصود بـ CRM علاقة الشركة مع العملاء ، تحتاج إلى إدارة وبناء علاقات مع العملاء من خلال تقديم

المساعدة لهم وتقديم المعلومات وكل ما هو جديد في الشركة .

هذه الخدمة مهمة جداً في المتاجر الإلكترونية فهي مهمة قبل البيع وما بعد البيع .

❖ خدمات العملاء فيما بعد البيع (CRM) أو إدارة علاقات العملاء .

من المهم جداً الحفاظ على العملاء الحاليين .

(ب) المفهوم الأول اشمل من المفهوم الثاني

(ج) لا يوجد فرق بينهما

(د) لا يوجد مفاهيم بهذه المسميات

المحاضرة 5

مزايا إنجليزية

من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة

المزاد الإنجليزي هو نوع من أنواع المزاد وهو الأكثر شيوعاً واستخداماً،

كثيراً ما يُصور هذا المزاد في الأفلام والإعلانات التلفزيونية والروايات.

س.40/ يعتبر أكثر أنواع المزادات انتشاراً:

(أ) American Auction

(ب) English Auction

(ج) Forward Auction

(د) Reverse Auction

المزاد الأمامي

المزاد العكسي

المحاضرة 00

س41/ تعتبر من عيوب تطبيق المزادات التقليدية :

- (أ) عدم كفاية الوقت لفحص السلعة أو المنتج بشكل جيد
- (ب) دفع أسعار قد تكون مبالغ فيها لبعض السلع
- (ج) صعوبة نقل بعض المنتجات إلى موقع المزاد
- (د) ليس مما سبق الفقرة (أ + ب + ج) كلها صحيحة!!!!
- الطريقة التقليدية التي يطبق فيها المزاد لها آثار سلبية كثيرة منها :
١. السرعة في عملية البيع التي بالتالي المشتري لا يستطيع تفحص المنتج جيداً وبالتالي يكون عرضة للخس والخداع .
٢. عدم القدرة على نقل المنتجات الكبيرة إلى موقع المزاد .
٣. قيام المشتري بدفع مبالغ زائدة عن قيمة السلعة الحقيقية نتيجة المزايدة على السلعة .
- مثال / سلعة ما قيمتها الحقيقية تبلغ ٥٠٠ ريال ، ربما يقوم بدفع ١٠٠٠ ريال حتى يقوم بشرائها

المحاضرة 6

س42/ العمليات التي يتعامل معها المشتري الالكتروني من خلال موقع الشركة البائعة :

- (أ) Customer Service
- (ب) First End
- (ج) Front End
- (د) Back End
- عناصر السوق :
- (١) الزبائن Customers .
- (٢) الباعة Seller .
- (٣) المنتجات Products : هناك المنتجات الرقمية Digital Products مثل / الكتب ، المحاضرات
- (٤) البنية التحتية : السوق الإلكتروني تحتاج إلى شبكات وقواعد معلومات وسيرفرات وأجهزة حاسبات بصرية سريعة تنقل فيها المعلومات من مكان إلى مكان آخر ومن دولة لأخرى ومن قاعدة بيانات إلى نجاح للسوق والتجارة الإلكترونية يجب أن يكون هناك بنية تحتية قوية حتى تدعم هذا النوع من التجارة
- (٥) الواجهة Front - end : هي الشاشة التي يتعامل معها الزبون أو العميل حتى يتم عملية الشراء .
- (٦) Back - end : هي العمليات التي تتم بدون أن يراها العميل عن طريق الشركة البائعة للمنتج حتى

المحاضرة 4

س43/ يتميز بسهولة استخدامه وتحديثه بالرغم من ارتفاع تكلفة تصميمه :

(أ) منطقة / بوابة الدفع المالي

(ب) محرك البحث

(ج) الموقع الالكتروني

(د) البوابة الالكترونية

لست متأكد

Google.com Estimated Worth \$2.41 Billion USD

إحصائية قديمة لتكلفة جوجل عام ٢٠٠٩

Now Check Your Website Worth, daily pageview and monthly possible income

Enter Website http://

Estimated Data

Net Worth : \$2.41 Billion

Daily Pageview : 1100000000

Last updated 4 Days ago

Daily Ads Revenue : \$3300003.16

الكتالوج الإلكتروني E-Catalog :

- أ. صعب ومكلف .
- ب. سهولة وبساطة التحديث (تحويل البيانات) .
- ج. سهولة الربط مع المخزون والمالية .
- د. أسهل في الحركة من خلال وجوده في الجوال والهواتف الذكية .
- هـ. تكلفة متدنية على المستوى الجديد .

المحاضرة 14

س44/ يلعب الوسيط الإلكتروني ادوار هامة باستثناء :

(ا) توفير تكاليف البحث

(ب) توزيع المنتجات

(ج) حصر مخاطر التعاقد مع الآخرين

(د) انعدام الخصوصية

الأمان في التجارة الإلكترونية والخصوصية Security :

الخصوصية : هو حق الإنسان بأن يعيش في حدود لا يفضل أي جهة أو فرد أن يكسر هذه الحرية من خلال المعلومات .
إن بعض الدول تضع قوانين أو دساتير لحماية الأفراد وخصوصيتهم من أن يكسرها أي فرد آخر .
الحفاظ على خصوصية العملاء مطلب ضروري جداً وعلى الشركة الحفاظ عليها وحمايتها وحماية المعلومات الخاصة به سواء الحماية من السرقة ، الاستخدام الغير مقنن ، المشاهدة ، البيع .
إن الخصوصية هي أحد العوامل المساعدة في الحفاظ على العملاء .
المعلومات هي القوة Information is Power من يملك المعلومات يملك القوة ، فالمعلومات حالياً متوفرة على الانترنت وهي التي تقود إلى المال. بالتالي يجب على العميل أن يعرف مع من يتعامل .

المحاضرة 13

س45/ يسمى نموذج العمل Business Models والذي يتم فيه التعاون مع الشركات الاخرى:

نماذج الأعمال Business Models :

- 1. Transaction fees : رسوم العمليات Subscription fees (ا)
 - 2. Adv fees : رسوم الاشتراك Transaction fees (ب)
 - 3. Sales : المبيعات Affiliation (ج)
 - 4. Affiliation : Sales (د)
- المقصود بها التعاون مع الشركات ، هذا النوع فيها من الذكاء ،
فالشركة تدع الزبائن ينتقلون إلى موقع شركة أخرى من خلال رابط معين
تقوم الشركة الأخرى بدفع مبلغ مالي لتلك الشركة التي وضعت الرابط .

المحاضرة 1

س46/ يقصد بمصطلح B2B في التجارة الإلكترونية :

(أ) البيع من الشركات للزبائن

(ب) البيع من الزبائن للشركات

(ج) البيع من الزبائن للزبائن

(د) البيع من الشركات على الشركات

المفاهيم التي أصبحت جزء من أساسى للعمل فى مجال إدارة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية :

١. **B2B – Business to Business** : هي شركات تبيع على شركات أخرى مماثلة لها .
٢. **B2C – Business to Consumer** : هي شركات تبيع منتجاتها على مستهلك ،
مثل شركات تبيع لأشخاص على الإنترنت (أفراد لا يمتلكون شركات)
٣. **C2B – Consumer to Business** : هي قيام الأفراد بالبيع على الشركات . وهي عكس (B2C)
٤. **C2C – Consumer to Consumer** : وتعنى أن مستهلك يبيع لمستهلك آخر ، فرد يبيع لفرد ،
وهذا النوع موجود بكثرة على الإنترنت وهي على شكل أفراد .
٥. **B2E – Business to Employee** : وهي خدمات تقدمها الشركات لموظفيها من خلال استخدام تقنيات
المتنوعة .
٦. **EG – E- Government** : وهي الحكومة الإلكترونية . وتعنى الخدمات الحكومية التي تقدم للمواطنين .
وتعتبر كندا من الدول المتقدمة في تقديم هذه الخدمات فهي تقدم على ما يزيد ٤٠٠٠ خدمة ، حيث تحتل المس
هذه أهم المفاهيم التي أصبحت متداولة في مجال الأعمال .

المحاضرة 1

س47/ سوق تمتلكه شركة واحدة يسمح فقط بالمشاركة فيه لمجموعة محددة من الزبائن الذين يعملون في نفس مجال الشركة المالكة ويسمى:

(أ) **Private Markets** ← الأسواق الخاصة

(ب) **Public Markets** ← الأسواق العامة

(ج) **Regional Markets** ← الأسواق الإقليمية

(د) **Global Markets** ← الأسواق العالمية

✓ **الأسواق الخاصة Private Markets**

هي شركة تفتح سوق لا يمكن للجميع الدخول فيه هو فقط مفتوح لمجموعة معينة من العملاء أو الزبائن أو الشركات التي تعمل مع هذه الشركة في نفس المجال أو الصناعة ، مثل : صناعة الحديد ، النفط والبتروك .

✓ **الأسواق العامة Public Markets**

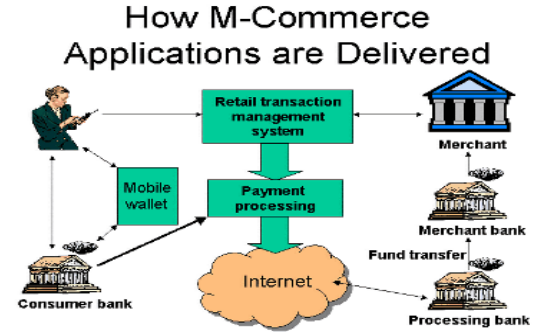
هي أسواق ربما تكون مفتوحة فيها باعة ومشتررون تدار من قبل طرف آخر .

المحاضرة 4

س48/ تعتبر مستقبل وثورة الأعمال الالكترونية:

- (أ) M-Advertising الإعلان
 المقصود بالـ M / Mobile
 الجوال هو أبسط وأسهل طريقة للتجارة الإلكترونية بسبب تواجده لدى الجميع من أفراد المجتمع .
- (ب) M-Commerce التجارة
- (ج) M-Tailing البيع بالتجزئة (M - المحمول)
- (د) M-Banking المصرفية

وتعتبر التجارة الإلكترونية نتاجاً لإفراز الثورة المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصالات وبخاصة بعد أن أصبحت شبكة الإنترنت متاحة للاستخدام بشكل واسع على النطاق العالمي



المحاضرة 6

س49/ يطلق على أي شركة تنفذ أعمالها في السوق التقليدي وليس على الإنترنت :

- (أ) Pure Online Organization المنظمة النقية على الإنترنت
- (ب) Click – and – Mortar الشركات القائمة بالسوق و تتاجر عبر الإنترنت
- (ج) Brick – and – Mortar مؤسسة التجارة التقليدية
- (د) Click – and – Employee مصطلحات هامة :

1. Brick – and – Mortar : هي شركات موجودة في السوق التقليدي فقط .
2. Click – and – Mortar : هي شركات تعمل بشكل جزئي ، حيث يوجد لديها عمل في السوق التقليدي ولكنها أيضاً تعمل في المتاجر الإلكترونية . وهي أكثر أنواع الشركات وجوداً . مثل : شركة Pure Online Organization : هي شركات تعمل بشكل إلكتروني فقط ، وليس لديها وجود في

المحاضرة 1

س50/ يرجع الكثير من الخبراء أسباب انهيار العديد من شركات العالم الافتراضي إلى:

(أ) انعدام التخطيط الاستراتيجي الجديد

(ب) ضعف رؤوس الأموال المستثمرة لدى هذه الشركات

(ج) الصعوبات التقنية والأمنية التي تعرضت لها هذه الشركات

(د) دخول شركات غير مؤهلة في الأسواق الافتراضية

تلي لا يقولها النخير في بيئه الاعمال .
بيئة الأعمال Business Environment : منظمة القدرة على التعامل مع هذه المتغيرات ،
فالمنظمات التقليدية لن تتطلى إذا ما تحركت بسرعة لمواكبة هذا التغير السريع .
يجب أن يكون هناك تخطيط وإستراتيجية معينة للدخول في مجال التجارة الإلكترونية حتى لا
هذه المنظمة **للخسارة** نتيجة **عدم وجود تخطيط جيد** .
إنّ **التخطيط الجيد** والاستعداد السليم هو المفتاح القوي للدخول في مجال التجارة الإلكترونية
وإدارة الأعمال الإلكترونية .

المحاضرة 2

انتهت الأسئله والله الحمد بعد كتابتها واخذ جهد ووقت طويل
دعوا تكم لي ولأولادي بالهداية
أخوكم

فهد العجائز

الواجب الاول

١. _____ تعني بيع وشراء السلع والخدمات من خلال الشبكات الالكترونية ومنها شبكة الانترنت

التجارة الالكترونية E-Commerce

ادارة الأعمال الالكترونية E-Business

التجارة الالكترونية بشكل كامل

الحكومة الالكترونية

٢. من فوائد التجارة الالكترونية للمنظمات أيًا كان حجمها :

زيادة الشركاء

انخفاض التكاليف

اتساع حجم السوق

كل ما سبق

٣. من أوجه القصور الغير قانونية للتجارة الالكترونية :

بطء سرعات الانترنت

فقدان المعايير الدولية للتجارة الالكترونية

عدم ثقة الزبون بالمنتج الذي سيحصل عليه

ليس مما سبق

الواجب الثاني

١. من الوسائل المستخدمة لخدمة العملاء :

أ- البريد الالكتروني

ب- موقع الشركة

ج- مراكز الخدمة

د- كل ماسبق

٢. تعتبر أكثر المنتجات بيعاً على الانترنت :

أ- الملابس

ب- أجهزة الحاسب الالى

ج- خدمات السفر

د- الكتب

3. E-Government تعني الحكومة الالكترونية :

أ- بيع المنتجات والخدمات من قبل الحكومة

ب- الخدمات الحكومية التي تقدم للمواطنين إلكترونياً

ج- التواصل بين القطاعات الحكومية عن طريق الانترنت

د- ليس مما سبق

الواجب الثالث

١. يعرف السوق الإلكتروني بأنه المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري لتبادل السلع او الخدمات فيما بينهما

أ- صح

ب- خطأ

٢. المزاد الأمريكي أو مايعرف بالـ Yankee يقوم على :

أ- عرض منتج / سلعة واحدة حتى تباع بالسعر الأعلى ثم تعرض السلعة التي بعدها وهكذا .

ب- عرض كمية كبيرة من نفس المنتج حتى تباع بالسعر الأعلى.

ج- هو مزاد يستخدم من قبل الحكومات لشراء عروض بالسعر الأقل .

د- غير ذلك.

٣. التخصيص هي عملية يتم من خلالها :

أ- تبادل المعلومات الخاصة والسرية بين شركاء العمل .

ب- بناء السلعة حسب رغبة الزبون .

ج- بناء الهيكل التنظيمي للشركة حسب الأساليب الحديثة في علم الادارة .

د- أن تقوم الشركة بتخصيص جزء من ميزانياتها لأجل البحث والتطوير .

٤. في نظرية سلوك المستهلك ليس بالضرورة من يشتري السلعة هو من يستخدمها :

أ- صح

ب- خطأ

ابو دالين