

المحاضرة الاولى



التجارة الالكترونية e-commerce

التجارة الالكترونية e-bussinesst

معالجة المعاملات (TPS) Transaction processing

الإدارة ودعم اتخاذ القرار Management and

Decision Suppor (MIS/DSS)

تخطيط موارد المؤسسات Enterprise Resource

Planning (ERP)

إدارة علاقات العملاء Customer Relationship

Management (CRM)

إدارة المعرفة (KM) Knowledge Management

نظم الاتصالات والشبكات الاجتماعية Communication

and social network systems

نظم إدارة الكفاءات Talent Management Systems

المحاضرة الثانية

شبكة الانترنت intranet

شبكة الاكسترنات extranet

إدارة العلاقات (customer relations management

(CRM

الشركاء business partnerships

العمليات الالكترونية في المؤسسة electronic

transactions within an organization

الموردين suppliers

وشركاء العمل partners

ادارة الاعمال الالكترونية Strategic- focus

القياس Measurement

المرونة Flexibility

إعادة هندسة سلاسل التوريد Reengineering supply

chains

التركيز على العمليات **Process-centered**
الأمن **Security**
توحيد المقاييس والتكامل **Standardization and**
interoperability

المحاضرة الثالثة

E-commerce التجارة الالكترونية
Computer software برامج الكمبيوتر
Computer hardware المعدات
Books الكتب
Music الموسيقى
Gifts الهدايا
Travel تعتبر لأكثر مبيعاً في الانترنت (الحجز للتذاكر ، الحجز

للفنادق)

Clothes الملابس

شركات السوق التقليدي Brick –and Mortar

شركات جزئيا الكتروني Click – and –Mortar

شركات ذات أسواق الكتروني Pure Online

Organization

B2B بيزنس تو بيزنس ، شركات لشركات

B2C شركات إلى مستهلكين

C2B مستهلكين إلى الشركات

C2C مستهلك لمستهلك

EG حكومات الكترونية

B2E شركات تقدم خدمات لموظفيها

Transactions عمليات الدفع

Subscriptions الاشتراكات

Advertising الإعلانات

Sales المبيعات

Affiliations وضع رابط مؤسسة داخل موقع مشهور

Digital Products المنتجات الرقمية

Direct Sales Model نموذج البيع المباشر

المحاضرة الرابعة

E-commerce Markets أسواق التجارة الإلكترونية

الزبائن Customers

الباعة Seller

المنتجات Products

الواجهة Front-end هي الشاشة التي يتعامل معها الزبون أو

العميل حتى يتم عملية الشراء .

Back – end هي العمليات التي تتم بدون أن يراها العميل عن طريق الشركة البائعة للمنتج حتى تتم عملية الشراء وإيصال المنتج للعميل.

المتجر الإلكتروني **Storefront**

محرك البحث **Search Engine**

سلة التسوق **Shopping Cart**

خدمات العملاء **Customer Service**

الأسواق الخاصة **Private Markets**

الأسواق العامة **Public Markets**

المنافسة **Competition**

المحاضرة الخامسة

أكثر المصطلحات فيها مكررة

الكتالوج الإلكتروني **E-catalog**

المحاضرة السادسة

E-Auction المزادات الإلكترونية

Auctions المزادات

Bartering المقايضة

M-Commerce التجارة المتقلة

Direct Marketing التسويق المباشر

Re-engineering إعادة الهندسة

Potential Buyers المشترون المحتملون

Dynamic Pricing التسعير النشط الديناميكي

One Buyer – One Seller بائع واحد / مشتري واحد

Many Buyer – One Seller بائع واحد / عدة مشترون محتملون

Seller

Many Buyer – Many Seller عدة باعة / عدة مشترون

مشري واحد / عدة باعة One Buyer – Many Seller

المزاد الإنجليزي English Auction

مzاد يانكي Yankee Auction

المحاضرة السابعة

إعادة هندسة العمليات الإدارية

Business Process Re-engineering (BPR)

المحاضرة الثامنة

مفهوم التخصيص Customization

أنظمة أخذ الطلب Ordering Systems

المنظمات المعرفية Knowledge Organization

العمل عن بعد Tele-Commuting

التقنية النقالة Mobile Technology

اختصار للاتصالات Telecommunication

المحاضرة التاسعة

تجارة التجزئة الإلكترونية Electronic Retailing

الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد

Mail-order retailers that go online

التسوق المباشر من الشركات المصنعة

Direct marketing from manufacturers

اللعب لصرف لمراكز البيع الإلكترونية

Pure-play e-tailers

تجار التجزئة حسب الطلب

Click-and-mortar retailers

مجمعات التسويق المباشرة

Internet (online) malls

المحاضرة العاشرة

Customer Behavior سلوك المستهلك
One-to-One Marketing التسويق من فرد لفرد

Personalization التشخيص

Cookies الكوكيز

User Profile ملف المستخدم

Customer Loyalty ولاء العملاء

Trust in EC الثقة في التجارة الإلكترونية

Social Engineering الهندسة الاجتماعية

Phishing الاصطياد الإلكتروني

man in the middle attack اعتراض البيانات

Replay Attack هجوم إعادة الإرسال

المحاضرة الحادي عشر

الدفع الإلكتروني

E-payment

بطاقات الائتمان Credit Cards

العملات الرقمية Digital Currency

المحافظ الإلكترونية E-Wallets

طرق الند للند Peer-to-Peer Methods

الكروت الذكية Smart Cards

الشيكات الشخصية Personal Cheques

Money Orders الحوالات البنكية

Credit and Debit Cards بطاقات الائتمان، والسحب الآلي

Credit Cards بطاقات الائتمان

Debit Cards بطاقات السحب الآلي

Digital Currency العملات الرقمية

E-Wallets المحافظ الرقمية

Peer-to-Peer Methods طرق الند للند

Smart cards الكروت الذكية

Convenience الملاءمة

Trace-ability تتبع القدرة

الرفض Repudiation

المخاطر المالية Financial risk

الحماية من الاحتيال Fraud protection

المحاضرة الثانية عشر

استراتيجية الأعمال الإلكترونية

E-business Strategy

الاستراتيجية العامة Generic Strategies

قيادة التكلفة الإجمالية. Overall cost leadership

التمييز. Differentiation

التركيز Focus

تحليل المنافسة Competitive Analysis

تحليل SWOT

نقاط القوة Strengths

نقاط الضعف Weaknesses

الفرص Opportunities