

اللقاء المباشر الاول

اسم المقرر
إدارة الأعمال الإلكترونية
E-Business
استاذ المقرر
د/ مصلح العضايله



جامعة الملك فيصل
عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد

المحاضرة الأولى

مقدمة الى إدارة الاعمال الالكترونية Introduction to e-Bussiness



التجارة الالكترونية e-commerce

- عمليات بيع او شراء وتبادل السلع من خلال الانترنت.
- نشاطات تجارية تعقد من خلال الانترنت.
- أحيانا يشترط ان يكون فيها اجراء عملية مالية.
- وتعتبر التجارة الإلكترونية بشكل عام الجانب الذي يمثل مبيعات الاعمال الإلكترونية. وتتكون أيضا من تبادل البيانات لتسهيل الأمور المالية كالتمويل والدفع للمعاملات التجارية الخاصة بالاعمال الإلكترونية.

إدارة الاعمال الالكترونية e-bussiness

- هذا المفهوم أوسع من التجارة الالكترونية ، يشمل كافة نشاطات واعمال المنشأة - ولا تقتصر على عمليات البيع والشراء- التعاون مع الاعمال الأخرى وتبادل المعلومات معها وخدمة العملاء والزبائن وإدارة الاعمال وإدارة الموظفين والشئون المالية والنتاج والتسويق وغيرها.
- الاعمال -نشاطاتها- التي تشغل بشكل جزئي او كلي من خلال الانترنت، وعادة تقدم خدمات للاعمال الأخرى.

عناصر المحاضرة

- التجارة الإلكترونية
- متطلبات نجاح التجارة الإلكترونية
- معوقات التجارة الإلكترونية
- فوائد التجارة الإلكترونية للزبائن
- فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع
- أوجه القصور في التجارة الإلكترونية
- المنافسة في التجارة الإلكترونية



عناصر المحاضرة

- عوامل المنافسة في التجارة الإلكترونية:
 - 1- انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات
 - 2- المقارنة السريعة بين السلع
 - 3- الاختلاف / التخصيص / Customization / Differentiation
 - 4- تدني الأسعار.
 - 5- خدمة العملاء Customer Service
- عناصر المتجر الإلكتروني:
 - 1- الكتالوج الإلكتروني E-catalog
 - 2- محرك البحث Search Engine
 - 3- سلة التسوق Shopping Cart



اللقاء المباشر الثاني



اسم المقرر
إدارة الأعمال الإلكترونية
E-Business
استاذ المقرر
د/ مصلح العضايله

جامعة الملك فيصل
عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد

اللقاء

عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد

جامعة الملك فيصل

التسويق المباشر Direct Marketing



- ظهر مفهوم التسويق المباشر عندما طور مايكل ديل Michael Dell (صاحب شركة Dell للحاسب الآلي) نموذج البيع المباشر Direct Sales Model.
- وكان الهدف منه تعامل الشركات مباشرة مع الزبائن.



عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد

[2]

جامعة الملك فيصل

التسويق المباشر Direct Marketing



- أصبح التسويق المباشر سهلا مع وجود الأسواق الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.
- حيث يمكن إرسال الحملات الإعلانية مباشرة للزبائن وفقا لاهتماماتهم، عن طريق:
 - البريد العادي
 - الهاتف
 - الرسائل القصيرة SMS
 - البريد الإلكتروني
 - الإعلانات على الهواتف النقالة
 - الإعلانات المباشرة على الإنترنت



أسباب ازدهار التسويق المباشر



- انتشار استخدام بطاقات الائتمان.
- انتشار مجموعات الشركات الداعمة.
- تغير نمط حياة الناس.
- التطور التكنولوجي الكبير وثورة الاتصالات.
- زيادة أهمية العلاقات التجارية كوسيلة للبيع.



مزايا التسويق المباشر

- الدقة في اختيار الجمهور المستهدف.
- المرونة العالية.
- عدم وجود منافسة مع الآخرين.
- اللمسة الشخصية الموجهة للعميل.
- وسيلة فعالة لقطاع العملاء الأفراد.
- يساعد الشركات على ترويج خدماتها الخاصة.



فوائد التسويق المباشر للبائع والمشتري

فوائد البائع	فوائد المشتري
بناء علاقات مع العملاء	تيسير الحصول على المنتجات
تخفيض التكاليف	الخصوصية
السرعة والفاعلية	إدراك واختيار المنتج
المرونة	وفرة المعلومات
العالمية	التفاعل المباشر



تسهيل الأسواق الإلكترونية والتقنية للتسويق المباشر

- 1- سهولة ترويج المنتجات والخدمات بفضل انتشار الأسواق الإلكترونية.
- 2- الأسواق الإلكترونية أصبحت تمثل قنوات بيع / ترويج جديدة بين البائع والمستهلك.
- 3- تحسين خدمة العملاء، وتقديمها بشكل فوري عن طريق القنوات الإلكترونية.
- 4- أسهمت التجارة الإلكترونية في التوفير وانخفاض السعر المنتجات عن الأسواق التقليدية.
- 5- الكفاءة في ترويج وتحسين سمعة أو هوية المنظمة بفضل استخدام التقنية.



عناصر المحاضرة

- مفهوم التخصيص Customization
- الإعلانات Advertisement
- أنظمة أخذ الطلب Ordering Systems
- المنظمات المعرفية Knowledge Organization
- العمل عن بعد Tele-Commuting



التخصيص Customization



- يعني وجود قدرة لدى العميل لبناء المنتج حسب متطلباته، وألا يكون المنتج جاهزا يباع لأي زبون.
- تتيح الشركة الفرصة للزبون ليغير ويعدل المنتج بما يتلاءم مع احتياجاته.
- مثل تخصيص لون السيارة واختيار الكماليات والخيارات بنفسه.
- شراء لاب توب أو كمبيوتر وتحديد مواصفاته.



الإعلانات Advertisement



- تعتبر الإعلانات من المفاهيم الكبيرة في مجال التجارة الإلكترونية.
- تسعى جميع المنظمات إلى الإعلانات للترويج عن نفسها ومنتجاتها أو خدماتها.
- تمثل الإعلانات وسيلة لإيصال رسالة المنظمة إلى المستهلك.
- تطورت الإعلانات كثيرا مع تطور التقنيات والاتصالات، وظهور التجارة الإلكترونية.
- أصبح من الممكن مع ظهور التسويق المباشر توجيه حملات إعلانية مباشرة تستهدف العملاء وطلباتهم ورغباتهم.



العمل عن بعد Tele-Commuting



- تعني Tele العمل عن بعد (أو العمل من المنزل).
- وهي اختصار Telecommunication أي الاتصالات.
- تعني Commuting الانتقال من مكان إلى مكان آخر لغرض العمل.
- هناك ملايين الأشخاص حول العالم يعملون من خلال المنزل، ولا يكون هناك داعي للذهاب إلى العمل.



مزايا العمل عن بعد Tele-Commuting



- توفير التكاليف
- المرونة في المواعيد
- تجنب عناصر الإلهاء
- القرب من العائلة
- تخفيف توتر العمل
- إنتاجية أعلى
- توازن أفضل بين العمل والحياة



سلبيات العمل عن بعد Tele-Commuting



- العزلة.
- مصادر إلهاء جديدة.
- صعوبة الفصل بين العمل والأعباء المنزلية.
- صعوبة الالتزام بالمواعيد والأوقات.
- الابتعاد عن تطورات الشركة اليومية.



الآثار الاقتصادية للعمل عن بعد

- أبرز الآثار الاقتصادية للعمل عن بعد:
- ارتفاع مستويات التوظيف في الدول التي تعتمد هذا النهج.
 - زيادة الإنتاجية، وبالذات في قطاع الصناعات المعلوماتية.
 - تكافؤ فرص العمل، بين شرائح المجتمع المختلفة من حيث النوع والعمر والظروف الصحية والاجتماعية.



- تجارة التجزئة الإلكترونية
- اللاعبون في سوق التجزئة الإلكترونية
- أكثر السلع مبيعا على الإنترنت
- مواصفات تجارة التجزئة الإلكترونية الناجحة
- أسباب فشل بعض مواقع تجارة التجزئة الإلكترونية
- أنواع قنوات التوزيع الإلكترونية



تجارة التجزئة الإلكترونية Electronic Retailing



- يطلق عليها اختصاراً E-Tailing ويقصد بها تجارة التجزئة الإلكترونية.
- يقصد بها الوسيط الذي يكون بين المصنع أو تاجر الجملة والمستهلك النهائي، وتعمل بشكل مباشر على الإنترنت.
- ظهر هذا المفهوم نتيجة الانتشار الواسع لاستخدام الإنترنت في شتى مجالات الحياة.
- تشمل محلات البيع الإلكترونية، ومراكز البيع الكبيرة مثل amazon.com وأيضا المخازن المحلية الصغيرة التي تملك موقعاً على الإنترنت.



تجارة التجزئة الإلكترونية Electronic Retailing

- تشمل أنشطة تجارة التجزئة جميع الأنشطة المشتركة من البيع، والتأجير، وتوفير السلع، والخدمات للعملاء. لأغراض شخصية أو عائلية أو الاستخدام المنزلي.
- يتيح البيع بالتجزئة على الإنترنت للمستهلكين: البحث عن، وتقييم، وترتيب المنتجات. ويتسم بالخصوصية، والتنوع.
- وتشير الإحصائيات إلى أن حجم المبيعات السنوية الحالية لتجارة التجزئة الإلكترونية يفوق 10 مليار دولار يمكن أن تصل إلى 100 مليار دولار في غضون سنوات قليلة.



مواصفات تجارة التجزئة الإلكترونية الناجحة:

1. بيع علامات تجارية عالية الشهرة.
2. وجود ضمان من قبل مصنعين معروفين وموثوق بهم.
3. الاعتماد على المنتجات الرقمية.
4. التعامل مع بضائع غير باهظة الثمن.
5. الإكثار من بيع على المنتجات التي يتكرر شرائها.
6. الاعتماد على السلع ذات المواصفات القياسية.
7. تسويق البضائع الغير موجودة في الأسواق التقليدية.



اللقاء المباشر الثاني الثالث



اسم المقرر
إدارة الأعمال الإلكترونية
E-Business

استاذ المقرر
د/ مصلح العضايله

جامعة الملك فيصل
عمادة التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد

عناصر المحاضرة

- سلوك المستهلك الإلكتروني
- فائدة دراسة سلوك المستهلك الإلكتروني
- نموذج سلوك المستهلك الإلكتروني
- أدوار المستهلكين في عملية اتخاذ قرار الشراء
- النموذج العام لسلوك المستهلك
- نموذج سلوك المستهلك المباشر عبر الإنترنت
- التسويق من فرد لفرد One-to-One Marketing
- أمن المعلومات

عناصر المحاضرة

- طرق الدفع التقليدية
- طرق الدفع الإلكترونية
- عوامل اختيار طرق الدفع الإلكترونية
- متطلبات طرق الدفع الإلكتروني
- إيجابيات وسلبيات الدفع الإلكتروني
- بطاقات الائتمان Credit Cards
- العملات الرقمية Digital Currency
- المحافظ الإلكترونية E-Wallets
- طرق الند للند Peer-to-Peer Methods
- الكروت الذكية Smart Cards

عناصر المحاضرة

- ما هي الاستراتيجية؟
- أهداف الاستراتيجية
- الميزات التنافسية التي يمكن أن تحققها الاستراتيجية
- Generic Strategies الاستراتيجية العامة
- تحديد الميزة التنافسية
- أسئلة الاستراتيجية

المقالات بعد معانا ومحاضرة ١٣ و ١٤ بالانجليزي معانا

هنادي خالد

موفقين

سبحان الله وبحمده سبحان الله العظيم