

مختصر لمادة إدارة الالكترونية المحاضرة ١

س ١ : تزداد أهمية ثقة المستهلكين في المؤسسة في بيئة ؟ (B2C)

س ٢ : التجارة الالكترونية هي :

التجارة الالكترونية هي عملية البيع والشراء بواسطة الأجهزة الالكترونية مثل : (الحاسب ، الجوال ، ... الخ) أي كل الاجهزة الالكترونية .

س ٥ : من امثلة التجارة الالكترونية من اعمال الى اعمال :

- تجارة الكترونية من أعمال إلى مستهلك (B2c) Business to consumer تجارة التجزئة/ المفرد الكترونيا

- تجارة الكترونية من اعمال الى اعمال (B2B) Business to business

* مثل العمليات التي تتم بين المصانع ومراكز التسوق

- تجارة الكترونية من مستهلك إلى مستهلك (c2c) Consumer to consumer

* مثل المزادات الإللكترونية online Auctions و موقع الحراج haraj.com.sa

- (G2c) من الحكومة الى المستهلك (E-government)

* مثل عملية دفع الضرائب الكرتونيا وكافة الخدمات الحكومية مثل تراخيص السيارات و رخص القيادة والتأشيرات والجمارك وغيرها

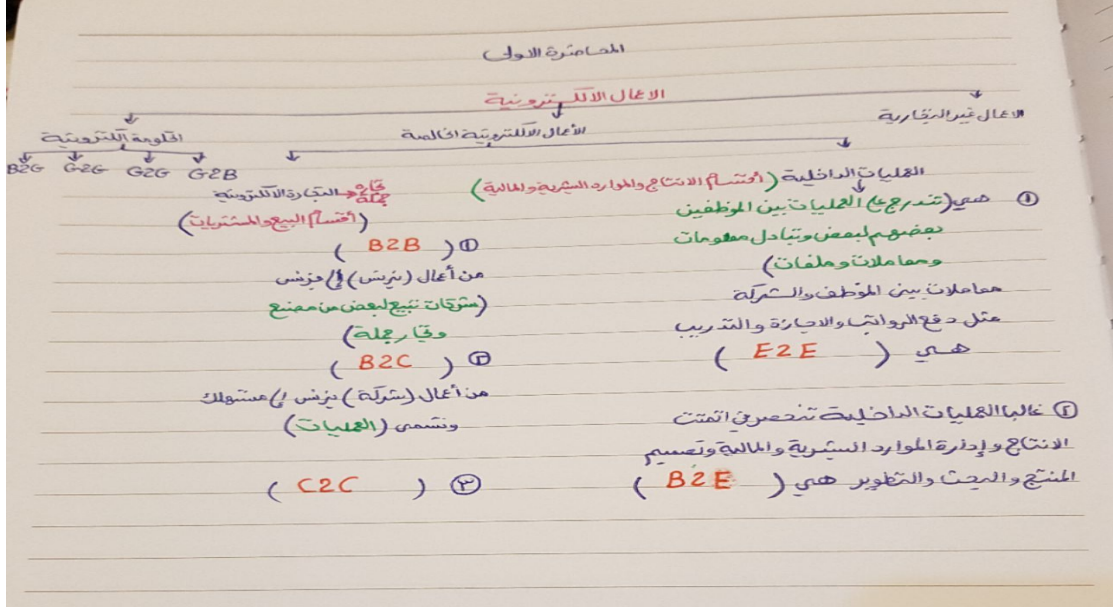
س ٤ : التجارة الالكترونية تشمل ؟

س ٦ و ٧ : الحكومة الالكترونية هي :



س ٨ : هي من عمليات الاعمال الالكترونية التي تركز ع العميل :

س ٩ : من عمليات الاعمال الالكترونية الداخلية :



س ١٠ : هي من عمليات الاعمال الإلكترونية التي تركز ع الإنتاج :

التدريب والتواصل بين فريق العمل تقع ضمن العمليات الداخلية (الإجابة تجديد المخزون):

معلومات إضافية : تحت

الأعمال الإلكترونية في وظائف الأعمال:

- **الإدارة:** تمكن المدير من إدارة أكثر من مشروع وتقلل المستويات الإدارية فيما يعرف بالادارة المسطحة، ومراقبة الأداء وقياسه
- **الإنتاج والعمليات:** تستخدم في شراء مستلزمات الإنتاج وأتمته الإنتاج، وإدارة المشاريع، وتطوير وتصميم المنتج، والتواصل بين فرق العمل، وتحسين الجودة وتقليل التكاليف وزيادة الإنتاج وتقصير دورته، وإدارة المخزون والأمن والسلامة
- **المالية والمحاسبية:** جمع وتخزين وتوزيع البيانات والدفع الإلكتروني، وإدارة الإلكترونية للنقدية، وأتمته المكتب الخلفي، المصرفية المنزلية، تداول الأسهم الإلكترونية، والتدقيق
- **الموارد البشرية:** نظم جلب وتوظيف الموظفين، ودفع المرتبات وقياس الأداء، والتدريب وإدارة المعرفة، والتعلم عن بعد، والخدمة الذاتية
- **البيع والتسويق:** الغاء الوسطاء وإنشاء الوسطاء والبيع والتسويق الإلكتروني

س ١١ و ١٣ : فوائد الاعمال الالكترونية لأرباب الاعمال تشمل :

فوائد لأرباب الأعمال	المنافع التي يحصل عليها العملاء
1. زيادة الإنتاجية والأرباح	1. يمكنه الشراء من أي مكان وفي أي وقت
2. وفورات في التكلفة بكافة أنواعها	2. الحصول على خيارات وأذواق عالمية
3. حضور عالمي ووصول للأسواق العالمية	3. توفير الوقت والجهد والموارد
4. وضع تنافسي أفضل وبناء شراكات	4. زيادة جودة الخدمات ولاسيما الحكومية
5. تفصيل السلع والخدمات حسب طلب العميل	5. الاستجابة السريعة للحاجات والأفضليات
6. تقصير سلاسل التوريد وإلغاء الوسطاء	6. تخفيضات هائلة في الأسعار
7. زيادة فرص الابتكار والتعلم وتبادل المعرفة	7. خدمات شخصية منفصلة حسب حاجة العميل
8. الاستفادة من العميل في البيع وتطوير المنتج والتسويق وخدمة العملاء	8. زيادة مهارات العملاء وخلق وظائف جديدة
9. التغلب على موانع الدخول للسوق (تراخيص، تكاليف ثابتة، بعد الموقع الجغرافي)	9. تعطي العملاء القدرة على تبادل المعلومات

س ١٢ و ١٤ و ١٥ و ١٦ و ١٧ و ١٨ : تجارة التجزئة الالكترونية تندرج تحت : (نفس المعلومات وكلها نفس سؤال ٥)

- **من أعمال إلى مستهلك (B2C) :** مثل تجارة التجزئة الإلكترونية (مواقع إكسترا وجريز) وخدمة العملاء، الصيرفة الإلكترونية. تركز على أذواق واتجاهات العملاء والنمو السريع
- **من أعمال إلى أعمال (B2B) :** مثل العمليات التي تتم بين المصانع وشركات البيع بالجملة والتجزئة، العمليات التي تتم بين الشركة والموردين والوسطاء والشركاء. وحجمها أكبر من B2C. أشهر المواقع موقع «علي بابا» لتجارة الجملة
- **من مستهلك إلى مستهلك (C2C) :** تشمل المزادات الإلكترونية مثل إيباي e-bay، موقع الحراج، البيع على الشبكات الاجتماعية، مقاطع يوتيوب وفيس بوك ويكيبيديا. هي محرك للعمل الخيري وتشجع المشروعات الصغيرة لكن يصعب جمع الضرائب منها لأنه ضمن الاقتصاد غير الرسمي.
- **من الحكومة إلى المستهلك (G2C) :** مثل عملية دفع الضرائب والذكاة الكترونيا وكافة الخدمات الحكومية مثل تراخيص السيارات ورخص القيادة والتأشيرات والجمارك والتعليم عن بعد وخدمات الحج الالكترونية وغيرها. هذه الخدمات تعتبر أدوات تستخدمها الدولة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومحاربة الفقر والبطالة.
- **من الموظف للموظف (E2E) :** المعاملات الداخلية والتعاون وتبادل المعلومات بين الموظفين

المحاضرة ٢

س١ : يقصد بدراسة " تحليل السوق " بانه : دراسة الفرص المتاحة وديناميكيات سوق معين والتحديات والمخاطر التي تواجهه .

س٢ و٣ : ابعاد دراسة تحليل السوق تشمل : حجم السوق - ربحية السوق - اتجاهات السوق - هيكل التكاليف - وعوامل النجاح - وأهم قنوات التوريد .

س٤ : السوق الالكتروني هو : هو المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري ولكن يتم اللقاء عبر الانترنت عبر البيئة الافتراضية .

تعريف للاطلاع فقط :

الوسطاء الالكترونيون Online Intermediaries:

1. بوابة الكترونية Web Portal: وهي موقع يعرض معلومات من مصادر متعددة مثل بوابات الحكومة الإلكترونية.
2. بلوغز Blogs : ويتم تحديث المحتوى باستمرار وغالبا ما يشمل فيديوهات.
3. محركات البحث: تعتبر أهم وسيط الكتروني لأهميتها في الوصول الى مواقع الشركات المختلفة 90% من الزبائن يستخدمونها للبحث عن المنتجات.
4. المزادات الالكترونية: مثل ebay 
5. مواقع مقارنة الأسعار: مثل موقع kayak الذي يقارن أسعار التذاكر ، وموقع www.pricerunner.com الذي  يقارن أسعار اللاب توب.
6. وهناك وسطاء كثيرون مثل مواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب ..

س٥ : عناصر المتجر الإلكتروني :

المواصفات التي يجب أن تتوفر في المتجر الإلكتروني (عناصر المتجر الإلكتروني):



1. الكتالوج الإلكتروني.
2. محرك البحث Search Engine: وهو برنامج صغير يستخدمه المشتري للبحث في الكتالوج عن المنتج المطلوب.
3. سلة التسوق Shopping Cart
4. منطقة الدفع المالي: هي صفحة خاصة في الموقع لتوضيح طريقة الدفع بعد اختيار المشتريات.
5. منطقة شحن وإيصال المنتج: هي خيارات توضح طريقة إيصال المشتريات المادية، أما المشتريات (المنتجات الرقمية) لا تحتاج إلى شحن وإيصال.
6. خدمات العملاء Customer Service: وتشمل إعطاء معلومات عن المنتج وتسجيل المنتج والضمان والمساعدة بعد شراء المنتج

س ٦ : من اهم خصائص السوق التقليدية ان :

الفرق بين الأسواق التقليدية والأسواق الرقمية:

الأسواق الرقمية	الأسواق التقليدية
1. البيع الإلكتروني Online	1. البيع التقليدي (السوق) عن طريق التعامل المباشر
2. المنتجات رقمية Digital	2. المنتجات حسية / لمسية
3. كتالوج إلكتروني	3. كتالوج ورقي
4. استخدام الإنترنت والموبايل	4. استخدام الشبكات العادية
5. الفواتير الإلكترونية	5. الفواتير ورقية
6. الإنتاج مخصص حسب رغبة الزبون	6. الإنتاج شامل وواسع جدا

س ٧ : ينصف موقع : mortar- click ضمن :

أنواع المتاجر/ المراكز التجارية الإلكترونية:

1. المتجر المركز العام **General**: ليس له طبيعة معينة فهو يبيع كافة أنواع السلع والخدمات مثل موقع ebay.com.
2. المركز المتخصص: لا يبيع إلا بضاعة معينة، مثل 1200flowers.com متجر متخصص ببيع الورود فقط.
3. متاجر / مراكز إقليمية – عالمية: يخدم منطقة معينة فقط. عالمية : يخدم كافة أنحاء العالم في أي دولة.
4. المتاجر الإلكترونية: مثل Pure – Online
5. المتاجر المزدوجة: تمزج بين السوق التقليدي والإلكتروني مثل موقع Click – Mortar



س ٨ و ٩ : موقع أي باي ebay يعتبر :

الوسطاء الإلكترونيون **Online Intermediaries**:

1. بوابة الكترونية **Web Portal**: وهي موقع يعرض معلومات من مصادر متعددة مثل بوابات الحكومة الإلكترونية.
2. بلوغرز **Blogs** : ويتم تحديث المحتوى باستمرار وغالبا ما يشمل فيديوهات.
3. محركات البحث: تعتبر أهم وسيط الكتروني لأهميتها في الوصول الى مواقع الشركات المختلفة 90% من الزبائن يستخدمونها للبحث عن المنتجات.
4. المزادات الإلكترونية: مثل ebay 
5. مواقع مقارنة الأسعار: مثل موقع kayak الذي يقارن أسعار التذاكر ، وموقع www.pricerunner.com الذي  يقارن أسعار اللاب توب.
6. وهناك وسطاء كثيرون مثل مواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب ..

:

س ١١ : من اهم عناصر السوق :
١- الزبائن ٢- الباعة ٣- المنتجات ٤- البنية التحتية
٤- front- end ٥- back-end ٦- الوسيط ٧- شركاء العمل
٨- خدمات الدعم والمساعدة

س ١٤ : وظائف السوق هي :



وظائف السوق :

1. تسهيل التقاء الباعة بالمشتريين وربطهم ببعضهم البعض. (من أهم الوظائف)
2. تسهيل العمليات التي تتم في السوق، مثل: تدفق المعلومات، انتقال المنتجات والخدمات من البائع إلى المشتري.
3. السوق بنية قانونية تنظيمية للبائع والمشتري.
4. حيث أن السوق يشكل المكان القانوني النظامي الذي تتم فيه عملية البيع والشراء والدول تحمي المستهلك من الغش.

محاضرة ٣

س ١ : مفهوم نموذج الاعمال :

يُعرف نموذج الأعمال على أنه البيان الذي يوضح طريقة جلب الشركة للأموال والحفاظ على تدفق أرباحها مد مرور الوقت

يصف المنطق الذي تتبعه مؤسسة ما من أجل خلق وإيصال و امتلاك قيمة (سواء كانت هذه القيمة اقتصادية أو اجتماعية أو غيرها) .

تصميم نموذج الأعمال هو جزء من عملية تطوير الأعمال واستراتيجية الأعمال .

س ٣ : أنواع قنوات التوزيع :

قنوات مباشرة : مملوكة للشركة مثل فريق مبيعات تابع للمنشأة أو موقع إلكتروني (للشركة)

٢- قنوات غير مباشرة : مثل محلات تجزئة مملوكة للمنشأة أو تدار بواسطتها

٣- القنوات الشريكة : فهي قنوات غير مباشرة وتضم مجموعة كبيرة من الخيارات، مثل التوريد بالجملة وبالتجزئة أو الموافد الإلكترونية المملوكة لشركاء. ومن عيوبها أنها تقلل الأرباح .

س ٤ : المشاركة في أداء العمل هي احد أنواع العلاقات من العملاء من امثالها :

نماذج العلاقات مع العملاء :

1. المساعدة الشخصية (Personal assistance) :

يقوم هذا النوع من العلاقة على أساس التفاعل الإنسانيّ كان يتحدث المندوب مباشرة مع العملاء ليحصل على المساعدة اللازمة له في أثناء عملية الشراء أو حتى بعد إتمامه. وقد يحصل هذا التواصل في موقع البيع أو من خلال مراكز الاتصال أو بالبريد الإلكتروني أو بآلية وسائل أخرى.

2. المساعدة الشخصية الخاصة (Dedicated personal assistance):

تخصيص أحد مندوبي خدمة العملاء لعميلٍ معين مثل كبار العملاء أو ذوي الاحتياجات الخاصة.

3. الخدمة الذاتية (Self-service):

توفّر المنشأة وسائل لتمكين العملاء بخدمة أنفسهم بأنفسهم

4. المجموعات (Communities):

تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لرفع مستوى تفاعلها مع العملاء أو العملاء المحتملين، ولتسهيل التواصل بين أعضاء المجموعات أنفسهم وتبادل المعرفة والمساعدة في حل مشكلات بعضهم بعضاً.

5. المشاركة في أداء العمل:

شركة أمازون دوت كوم (Amazon.com) تدعو العملاء إلى كتابة مراجعات للكتب، وهي بذلك توجد قيمة مضافة لعشاق الكتب الآخرين. وتقوم يوتيوب ببحث العملاء على تقديم محتوى لمشاركته مع الجمهور.

س ٨: يمكن لمؤسسة ما تحقيق اقتصاديات الحجم الكبير عن طريق : (دوافع تكمن خلف الدخول في شركات) :

١ - تحقيق اقتصاديات الحجم
٢ - الحد من المخاطر وعدم اليقين
الحصول على موارد وانشطة معينة

س ٩ : تصنف شركة أي باي على انها : (اهم نماذج الاعمال الالكترونية) :

أهم نماذج الأعمال الإلكترونية **Electronic Business Models on the Web**:

1. **المصنع Manufacturer**: مثل شركة ديل عندما تبيع منتجاتها بنفسها.
2. **الوسطاء Brokers**: يسهلون التقاء البائع بالمشتري مثل موقع **orbitz** لبيع التذاكر. 
3. **المزادات الإلكترونية**: مثل eBay. 
4. **الاشتراكات Subscription**.
5. **مجتمع Community**: مثل جماعات مطوري البرامج مفتوحة المصدر.
6. **الدعاية والاعلان**: مثل جوجل وياهو و **craigslist**.

س ١٢ : عند تحديد القيمة المقترحة في نموذج الاعمال يجب السؤال على الاتي :

ما القيمة التي يستقدمها للعميل ؟ *أي مشكلات العميل سوف تساعد على حلها؟
*أي متطلبات العميل سوف تلبى ؟

س ١٣ : عند تحديد قنوات التوزيع في نموذج الاعمال يجب السؤال :

عبر أي من القنوات ترغب شرائح عملائنا أن يتم الوصول إليهم ؟ هل قنواتنا متكاملة؟ اي منها يعمل بشكل أفضل؟. أيها الأكثر فعالية بالنسبة إلى كلفتها؟

(يوجد أسئلة في مطبوعة في ورق إضافي تحتاج قراءة)

س ١٥ : الموارد البشرية التي يتطلبها انتاج القيمة المقترحة في الشركة تشمل : (الموارد البشرية التي يتطلبها القيم المقترحة) :

ما الموارد الرئيسيّة التي تتطلّبها القيم المقترحة؟

يمكن تصنيفها على النحو التالي:

1. **المادية:** تشمل هذه الفئة الأصول الماديّة مثل مرافق التصنيع والمباني والعربات والآلات والأنظمة وأنظمة نقاط البيع وشبكات التوزيع
2. **الفكرية:** يشمل العلماء والخبراء ورجال المبيعات المهرة.
3. **المالية:** مثل النقد وخطوط الائتمان والأسهم.
4. **البشرية:** العمال والموظفين.

س ٢٤ : لامتيز بين الشرائح المختلفة للعملاء : (تنقسم شريحة العملاء المستهدفين) :

تنقسم شريحة العملاء المستهدفين الى:

1. **الأسواق الجماهيرية (Mass Market):** لا تميز نماذج الأعمال التجارية، التي تستهدف الأسواق الجماهيرية، بين الشرائح المختلفة للعملاء.
2. **الأسواق المتخصصة (Niche Market):** تركز نماذج الأعمال التجارية التي تستهدف الأسواق المتخصصة على شرائح محددة ومتخصصة من العملاء.
3. **التمييز (Segmented):** تميز بعض نماذج العمل التجاري بين شرائح السوق التي تختلف احتياجاتها ومشكلاتها بعض الشيء بعضها عن بعض.
4. **التنوع (Diversified):** إنتاج أكثر من منتج للوصول الى شرائح جديدة.

مزيد من الأسئلة للاطلاع

ما الموارد الرئيسيّة التي تتطلّبها القيم المقترحة؟

يمكن تصنيفها على النحو التالي:

1. **المادية:** تشمل هذه الفئة الأصول الماديّة مثل مرافق التصنيع والمباني والعربات والآلات والأنظمة وأنظمة نقاط البيع وشبكات التوزيع
 2. **الفكرية:** يشمل العلماء والخبراء ورجال المبيعات الماهرة.
 3. **المالية:** مثل النقد وخطوط الائتمان والأسهم.
 4. **البشرية:** العمال والموظفين.
- تاسعاً: مصادر الإيرادات :

ما هي أهم مصادر الإيرادات للشركة؟ ما طريقة الدفع التي سيفضّلها العملاء؟ ما مدى مساهمة كل مصدرٍ من مصادر الإيرادات في الإيرادات الإجمالية ؟
ثامناً: شبكة الشركاء :

يجب أن تجيب عن سؤال من شركاؤنا الرئيسيّون؟ ما الموارد والخدمات الرئيسيّة التي نحصل عليها من شركائنا؟

سابعاً: هيكل التكاليف :

يجب تحديد أهم التكاليف التي ستتحملها المنشأة؟

سادساً: الموارد الرئيسية اللازمة لإنتاج القيمة :

ما الموارد الرئيسيّة التي تتطلّبها القيم المقترحة؟

خامساً: الأنشطة الرئيسية للشركة :

ما الأنشطة الرئيسيّة التي تتطلّبها خلق القيم المقترحة الخاصّة بمنشأتنا؟ ببيارة قنّوات التوزيع؟ وإدارة العلاقات مع العملاء؟

رابعاً: العلاقات مع العملاء :

ما نوع العلاقة التي تتوقّع كل واحدٍ من شرائح عملنا أن نقيمها ونحافظ عليها معهم؟ ما العلاقات التي أسسناها بالفعل؟ كم

كلّفنا؟ كيف يمكن دمجها مع بقية أجزاء نموذج العمل الذي نتبناه؟

ثانياً: شريحة العملاء المستهدفين:

هذا البند يجب الإجابة على سؤال : لمن نوجد القيمة؟ من أهم عملنا ؟

محاضرة ٤

س ١: هي مجموعة من البرامج والشبكات والأجهزة والتطبيقات والمعايير وقواعد البيانات والمحتوى وقواعد العمل التي تنظم تدفق البيانات والعمل بين أصحاب المصلحة ، سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي للمنظمة (مفهوم البنية التحتية للأعمال الإلكترونية)

س ٢: جوجل درايف يقع ضمن :

الحوسبة السحابية Cloud computing:

من أهم المشاكل الإدارية الخاصة ببنية الأعمال الإلكترونية هي المفاضلة بين الشراء والتأجير. وتعتبر الحوسبة السحابية بديل ناجح لعملية شراء الأجهزة والبرامج ووسائط التخزين.

تعريفها : هي مصطلح يشير إلى استخدام البرامج والخدمات التي توفرها الشركات تحت الطلب والتي يمكن استخدامها عن بعد ويكون سعر الخدمة حسب الاستخدام. فهي مثل استخدام شبكة الكهرباء والمياه والصرف العامة بدل إنشاء الفرد مولد الكهرباء أو بئر المياه أو نظام الصرف الخاص به. **وتشمل:**

- تخزين البيانات والنسخ الاحتياطية : مثل جوجل درايف، دروب بوكس، آي درايف
- برامج متخصصة : مثل برنامج ايكو ساين لتوقيع العقود على الانترنت
- خدمة البريد الإلكتروني : مثل جيميل وياهو
- استضافة المواقع الإلكترونية : ويكس دوت كوم Wix.com، يولا دوت كوم Yola.com

مزاياها: توفر الأموال وصديقة للبيئة وخدماتها أفضل ومتاحة من أي مكان وتحقق العدالة بين المستخدمين.

عيوبها: مشاكل متعلقة بقانونيتها وخصوصية الأفراد والاعتماد على شركة أخرى وجودة خدمة الانترنت.

س ٣: من اهم مميزات شبكة الند للند :

* على المدراء ان يفاضلوا بين:

- تطوير البرامج داخل الشركة: تعطي وظائف أفضل ومخصصة، لكنها مكلفة وتحتاج لخبرة ووقت لتطويرها.
- أو شرائها جاهزة: تم اختبارها لسنوات ، سرعة تنزيلها ، تحكم شركة التقنية في البرنامج.
- تحميل البرنامج على كل جهاز (شبكة الند للند Peer-to-peer): الحاسب يعمل كعميل وخادم في نفس الوقت (مثل برنامج سكايب)، مناسب لعدد صغير من المستخدمين وقليل التكاليف، والمستخدم يتحكم في الموارد، ويشارك موارده مع الآخرين.
- أو تخصيص خادم له (شبكة الخادم والعميل Client-server): العميل يطلب الخدمة والخادم يقدمها (مثل الدخول على نظام البانر) ويتميز بإدارة مركزية للبيانات وأمن المعلومات أفضل.

س ٤ : قنوات التوزيع الالكترونية تقع ضمن :

(الطبقة 1) الخدمات والتطبيقات الالكترونية:

• الجواب محدد بالاصفر •

* **الخدمات الالكترونية:** هي استخدام تقنية المعلومات لتقديم الخدمات إلكترونياً في التجارة (التجارة الالكترونية) أو الحكومة (مثل التعليم الإلكتروني) أو قطاع المنظمات غير الهادفة للربح

* **قنوات التوصيل:** تشمل شبكة الانترنت والجوال ومراكز الاتصال والتلفاز والجي بي إس وغيرها

س ٥ : من اهم خصائص كابلات الاتصالات الضوئية :

1. **كابلات الالياف الضوئية:** عبارة عن تجمع هائل لكابلات الاتصالات الضوئية التي تحمل البيانات وتمر عبر القارات

والمحيطات وترتبط بموجهات بيانات (routers)

- مكلفة جدا مما يصعب مدها في المناطق الجبلية والجزر والمناطق النائية
- تعطى سرعة بيانات أكثر وتعتبر أكثر أماناً مقارنة بالأقمار الصناعية
- انقطاع أحدها يمكن أن يقطع الانترنت عن دول وقرارات

2. **الأقمار الصناعية:**

• توفر اتصالات في كل مكان وهو ما يعرف اصطلاحاً بـ "وفرة الحوسبة" Ubiquitous Computing

• لا تحتاج الحصول على رخص وحقوق امتياز من الهيئات أو الحكومات أو المجالس المحلية

3. وهناك نوع ثالث يعتمد على شبكة السيارات اللاسلكية mobile ad-hoc vehicles

س ٧ : من اهم خصائص شبكة الاكسترنانت : (أنواع شبكات الانترنت)

✓ **شبكة الانترنت Internet:** عبارة عن شبكة ضخمة تتكون من عدد كبير من شبكات الحاسب المنتشرة في أنحاء كثيرة من العالم ومرتبطة مع بعضها بما يسمى بروتوكول الانترنت للمشاركة في المعلومات، وتعتبر الشبكة العنكبوتية العالمية (www) (world wide web) أهم تطبيق على الانترنت.

✓ **شبكة الانترنت Intranet :** هي شبكة المنظمة الخاصة التي صممت للعاملين بها من أجل تبادل البيانات والمعلومات عن عمليات وأنشطة المنظمة، يتم تنفيذها في مقر الشركة أو في فروعها ولا يستطيع الأشخاص من غير العاملين في المؤسسة الدخول الى خدماتها أو الوصول الى مواردها.

✓ **شبكة الاكسترنانت Extranet :** هي شبكة المؤسسة الخاصة التي تصمم لتلبية حاجات أصحاب المصلحة، بما فيها الزبائن

والشركاء والموردين وأصحاب الأسهم، ويتطلب الدخول إليها استخدام قناة افتراضية خاصة كلمة مرور لان الشبكة غير

موجهة الى الجمهور العام

س ٨ : من اهم خصائص وسائل التواصل التقليدية :

4. الشبكات الاجتماعية تتميز عن التقليدية في:

- توفر للزبائن والموردين فرص التفاعل interaction مع الشركة وبعضهم البعض
- قلة التكاليف
- الوفرة والانتشار ubiquity
- جودة الخدمة
- عمقت الشراكة بين الزبائن والشركة من ناحية والزبائن وبعضهم البعض من ناحية أخرى
- ولدت ما يعرف باسم «الشخصنة customization وهي إنتاج السلعة أو الخدمة حسب احتياجات الزبون

س ٩ : .. open dns هو احد :

البرمجيات مفتوحة المصدر:

- * البرامج مفتوحة المصدر (Open Source Software) هي: برامج حرة يطورها الأفراد ويوفروها للمستخدمين للتحميل مجاناً من على الشبكة العنكبوتية. ويمكن للأفراد استخدام والاطلاع وتطوير شفرتها البرمجية وتعديلها بخلاف البرامج التجارية الأخرى.
- * تطبيقات المكتب: مثل أوبن أوفيس Open Office
- * برامج تصفح الأنترنت: مثل فيرفوكس وجوجل كروم
- * البرامج المضادة للفيروسات: مثل أفاست وإيه في جي وأفيرا (مجانية) ؛ مكافي وكازبر ونورتن
- * فلاتر الأنترنت: مثل أوبن دي إن إس openDNS و DNS Angel

س ١٣ : ... سوف تزيد من مخاطر التجسس والجرائم الالكترونية :

انترنت الاشياء Internet of Things:

- ✓ تشمل شبكات الاستشعار وشبكات النانو والأجهزة المنزلية الذكية (مثل الغسالات والثلاجات الذكية) والروبوتات وتقنيات تحديد المواقع و الباركود والسيارات الذكية والروبوتات والشرايح البيولوجية وتقنية تحديد الهوية بموجات الراديو RFID والغبار الذكي smart dust وغيرها.
- ✓ اهم استخداماتها في إنشاء المدن الذكية والبيوت الذكية والمستشفيات الذكية وغيرها.
- ✓ تستخدم في إدارة المخزون والرعاية الصحية والزراعة.
- ✓ سوف تؤدي الى تلوث في الإشارات كما أن الغبار الذكي يمكن أن يستخدم في التجسس.
- ✓ الروبوتات والسيارات ذاتية القيادة سوف تتنافس العمالة.

س ١٤ و ١٥ : من اهم خصائص الحوسبة الحاسوبية : الجواب في سوال ٢

س ١٦ : نفس س ٧

س ٢٣: من مزايا شبكة الوايف اي مقارنة بالانترنت السلكي انها : (مزايا الواي فاي)
مزايا وعيوب شبكات الواى فاي :

المزايا:

1. تمكن الأفراد من مشاركة وصلة الانترنت مع الغير. لكن الولايات المتحدة وجنوب أفريقيا والهند تجرم ذلك.
2. تناسب الأحياء القديمة والمناطق الوعرة والأماكن الأثرية التي يصعب الحفر ومد كابلات الانترنت فيها.
3. إنشاءها سهل وسريع وغير مكلف ويمكن زيادة مداها بسهولة عن طريق إضافة المزيد من نقاط الاتصال.
4. زيادة الإيرادات: تقدم الانترنت اللاسلكي في الفنادق والمطاعم والأماكن العامة مقابل رسم اشتراك معين.
5. تحسن بيئة الأعمال: توفر لجميع أصحاب المصلحة وسيلة اتصال «لصيقة» pervasive وغير مكلفة.
6. تجذب الزبائن: ولاسيما عندما تقدم مجاناً في الفنادق والمطاعم والمقاهي والمطارات والأماكن السياحية.
7. التكامل مع شبكات الجوال: ولاسيما في المناطق المحرومة من شبكات الاتصالات.
8. توطن التكنولوجيا: تزيد من خبرات ومهارات المواطنين لأنهم يعملون كقنيين ومدراء لها.

عيوبها:

مجال التغطية محدود، وضعف الأمن وقلة سرعة البيانات مقارنة بالانترنت السلكي أو ال دي إس إل. كما أن إشارة اللاسلكي تتداخل مع إشارات الأجهزة الأخرى وتتأثر بالحواجر والظروف الجوية

استخدمتها الحكومات المحلية لإنشاء شبكات البلديات اللاسلكية **Municipal Wireless Network**

والجماعات والمنظمات غير الهادفة للربح لإنشاء شبكات المجتمع اللاسلكية أو **Community Wireless Networks**

س ٢٧ : تمكن المستخدمين من كتابة الملفات أو الاستماع للموسيقى أو تحرير الصور :
(الطبقة 2) برمجيات النظام:

1. **برمجيات النظام** : هي برامج تخدم برامج أخرى ومكونات الحاسب المختلفة، وتشمل:

- **نظم التشغيل**: وظيفتها ربط التطبيقات بمكونات الجهاز المختلفة (الذاكرة، الفأرة، الميكروفون) ومنها ويندوز ولينوكس (مفتوح) وأندرويد (مفتوح) وماكينتوش
- **الحوسبة العلمية Computational science**: تستخدم في حل مشاكل معقدة في الطب والأحياء والفيزياء والاجتماع والإدارة وغيرها. ومن أمثلتها برامج المحاكاة
- **برمجيات أتمته الصناعات**: تركز على أتمته الإنتاج ومراقبته والتحكم في الجودة وتدفق الموارد
- **محركات الألعاب game engines**: تستخدم في تطوير ألعاب الحاسب والجوال

2. **التطبيقات** : هي برامج تمكن المستخدمين من كتابة الملفات أو الاستماع للموسيقى أو تحرير الصور أو تصفح الانترنت أو

نقل البيانات والوصول إليها

3. **برامج مساعدة**: تحسن أداء الحاسب وتحافظ عليه، مثل برامج الحماية من الفيروسات والنسخ الاحتياطي وضغط البيانات

وبرامج التشفير وغيرها

س ٤٠ : شبكة الوايف اي تقع ضمن طبقة ... في نموذج البنية التحتية للأعمال الإلكترونية :
(الجدول يحتاج تركيز) :
نموذج للبنية التحتية للأعمال الإلكترونية:

البرامج والأجهزة والشبكات	الطبقة
تطبيقات العلاقة مع العملاء وسلسلة التوريد والتغيب عن البيانات وإدارة المحتوى	1. الخدمات والتطبيقات
نظم التشغيل والمعايير، وبرامج الشبكات وبرامج قواعد البيانات	2. برمجيات النظام
حاسبات وأجهزة اتصالات وأجهزة وكابلات الشبكة ونوع الشبكة وخصائصها	3. طبقة الأجهزة المادية والشبكة
وسائط التخزين المختلفة والنسخة الاحتياطي والحوسبة السحابية	4. طبقة تخزين البيانات
محتوى الموقع الإلكتروني وتبادل البيانات والمواقع الداخلية والخارجية	5. طبقة البيانات والمحتوى
المصدر: http://psut.jo/sites/raad/eBusiness_notes/Chapter%2003.pdf	

س ٤٧ و ٤٨ : نموذج TAM يستخدم في :
المشاكل الإدارية لبنية الأعمال الإلكترونية (1):

1. إنتاجية التقنية: يحتاج المدراء حساب إنتاجية التكنولوجيا ومعدل العائد على الاستثمار مع مراعاة ان هناك فوائد ملموسة (زيادة الأرباح، توفير التكاليف) وغير ملموسة (زيادة رضا الزبائن، زيادة الثقة في الخدمات الالكترونية).
 2. اقتناء التكنولوجيا: نموذج تام TAM يقول أن الأفراد تفتنى التقنية بناءً على تصورهم عن مدى فوائدها وسهولة استخدامها. وهناك من أضاف تأثير الآخرين، والمتعة المتوقعة، وعلاقتها بالوظيفة، وجودة المخرجات، وقدرتها على تمثيل البيانات، درجة الخبرة وغيرها.
 3. دراست الجدوى وسياسات أمن المعلومات وإدارة التغيير وغيرها.
- المشاكل الإدارية لبنية الأعمال الإلكترونية (2):

- إدارة الانترنت: لا يوجد شخص أو شركة أو هيئة مركزية أو دولة بعينها تدير الانترنت. فالانترنت تحكمها معايير وسياسات ومواثيق وبرامج وقواعد يتم تحديدها والاتفاق عليها من قبل الحكومات وشركات القطاع الخاص ومجموعات المصالح والهيئات الدولية والجامعات والمجتمع المدني، وهذا ما يعرف بمصطلح إدارة الانترنت **Internet Governance**. وهذه القوانين والقواعد والمواثيق تتعلق بكثير من القضايا ومنها تنظيم عناوين الانترنت ومنها ما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية ومنها ما ينظم خصوصية المستخدمين وكيفية مكافحة الجرائم الإلكترونية وغيرها من المشاكل السياسية والفنية والقانونية.
- حيادية الانترنت **Net Neutrality**: التعامل مع المستخدمين على قدم المساواة وبدون تمييز على أساس السعر أو المحتوى أو نوع الشبكة أو طريقة الاتصال أو الجهاز المستخدم.
- الحوسبة الخضراء: يشير الى تصميم وتطوير واستخدام الحاسبات والجوالات والطابعات وأجهزة وبرامج الاتصالات الأخرى بطريقة لا تؤثر على البيئة. وتشمل الحوسبة السحابية وإعادة تدوير الأجهزة.
- الحاسبات تضر بالبيئة لكن استخدامها بطريقة خضراء يمكن أن يكون لصالح البيئة عندما توفر المواصلات والورق ...

محاضرة ٥

س ١ : خصائص بيئة الاعمال الالكترونية : خصائص بيئه الاعمال الإلكترونيه:

1. إدخال تقنية المعلومات في الأعمال يحتاج الى تغيير في الثقافة والعمالة وهيكل المنظمة والإدارة.
2. الأسواق الالكترونية تمتد خارج الحدود الوطنية (عادات وقوانين وثقافات مختلفة).
3. يجب أن تخضع الأعمال الالكترونية لنفس القوانين التي تحكم الأعمال التقليدية.
4. الشبكة العنكبوتية تربط العملاء والموردين والشركاء ببعض.
5. المنتجات الرقمية غير ملموسة مما يتعدّر فحصها واكتشاف سرقتها أو فرض ضرائب عليها.
6. حماية خصوصية الأفراد مشكلة كبيرة في الأسواق الافتراضية.

س ٢ :.... تعتبر ضمن البيئة الداخلية للاعمال الالكترونية :

✓ البيئة الداخلية هي العناصر المتعلقة بالشركة والتي تؤثر على كفاءة العمليات وتشمل:

- أهداف الشركة ورسالتها وقيمتها
- الموارد البشرية والكفاءات الإدارية وقيمتها وأخلاقيها ومهاراتها ومدى ندرتها
- صورة الشركة وسمعتها ومدى قوة العلامة التجارية
- خصائص الزبائن والموردين
- الأصول المادية والطبيعية والموقع الجغرافي للشركة
- القدرات التكنولوجية وإمكانيات البحث والتطوير
- الموارد والخبرات التسويقية
- الموارد المالية والتسهيلات
- يمكن استخدام تحليل SWOT في دراسة العوامل الداخلية والخارجية لبيئة الأعمال المحيطة بالشركة. هذا التحليل يحدد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات. نقاط القوة والضعف في الأعمال هي عوامل البيئة الداخلية. الفرص والتهديدات هي عناصر البيئة الخارجية.

س ٣ : لا يمكن للمنظمة التحكم في بيئة الاعمال : (الخارجية الكلية)

يمكن التحكم في (البيئة الداخلية والبيئة الخارجية المصغرة)، ولكن يصعب التحكم في (البيئة الخارجية الكلية)

س ٤ : نموذج يستخدم في دراسة البيئة الداخلية والخارجية معا:

- يمكن استخدام تحليل SWOT في دراسة العوامل الداخلية والخارجية لبيئة الأعمال المحيطة بالشركة. هذا التحليل يحدد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات. نقاط القوة والضعف في الأعمال هي عوامل البيئة الداخلية. الفرص والتهديدات هي عناصر البيئة الخارجية.

س ٦ : نموذج SLEPT يصف (يشمل) :

يلخص نموذج سليليت SLEPT العوامل الخارجية (الفرص والتهديدات) التي تؤثر على الشركة ولا يمكن للشركة التحكم

بها، ويشمل:

1. العوامل الاجتماعية Social: تصورات المستهلك وسلوكه فيما يخص استخدام الإنترنت والتقنية.
2. العوامل القانونية والأخلاقية Legal & Ethical: تركز على الطريقة المستخدمة في ترويج وبيع المنتجات على الإنترنت حيث إن الحكومات بالنيابة عن المجتمع تسعى الى حماية حقوق الاشخاص وخصوصيتهم.
3. العوامل الاقتصادية Economic: تهتم بالموشرات الاقتصادية والتباين الاقتصادي بين مختلف الدول والمناطق والتي تؤثر بدورها في نمط الاستهلاك على المستوى العالمي والتجارة العالمية.
4. العوامل السياسية Political: تتعلق بالدور المحوري الذي تلعبه الحكومات والمنظمات الدولية في تحديد مستقبل تبنى الإنترنت والتحكم به ومن القوانين التي تحكمه.

س ٩ : نموذج PESTLE اشمل من نموذج SLEPT لانه يتضمن :

تحليل بيستل يشمل مدى توفر الموارد الطبيعية وتأثير الاعمال على الطبيعة إضافة الى الاعمال السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية والتقنية .

س ١٠ : في بيئة الاعمال الالكترونية يشمل تاثير تصورات المستهلك عن استخدامات الانترنت في مختلف الأنشطة :

العامل (الاجتماعي):

- يجب فهم العوامل التي تؤثر في الاستخدام للنشاط للانترنت من طرف الاشخاص وذلك ليسنى للمدراء اتخاذ الاجراءات الضرورية.
- الهدف هو كيفية حصول الشركة على ميزة تنافسية من خلال التغيرات الاجتماعية، مثال : زيادة متوسط العمر يزيد الطلب على المنتجات الخاصة بكبار السن. وزيادة معدل المواليد يؤدي الى زيادة الطلب على السلع الخاصة بالأطفال.
- ويشمل تأثير تصورات المستهلك عن استخدامات الانترنت في مختلف الأنشطة.
- ويشمل نمط الحياة والدين واللغة والتعليم ودور المرأة في المجتمع وهيكل الأسرة والعادات الاستهلاكية، ومعدل النمو السكاني ومتوسط عمر الفرد
- عوامل تحديد قرار الاشتراك في الانترنت: تكلفه الاشتراك، الفائدة المتوقعة من الإنترنت، سهوله الاستخدام ، عامل الامن، الخوف من المجهول، مهارات المستخدمين في الحاسوب، التوعية.

س ١٢ و ١٣ و ١٤ : في بيئة الاعمال الالكترونية يشمل نسبة مستخدمي الانترنت في المجتمع : (العامل الاجتماعي)

من العوامل الاجتماعية في بيئة الاعمال الالكترونية : (الفجوة الرقمية)

س ١٥ : عوامل تحدد قرار الاشتراك في الانترنت :

- عوامل تحديد قرار الاشتراك في الانترنت: تكلفه الاشتراك، الفائدة المتوقعة من الإنترنت، سهوله الاستخدام ، عامل الامن، الخوف من المجهول، مهارات المستخدمين في الحاسوب، النوعية.

س ١٦ : العوامل القانونية والأخلاقية في بيئة الاعمال الالكترونية تشمل :

- قوانين حماية حقوق الملكية الفكرية والعلامات التجارية وعمليات الأعمال Business Processes ونماذج الأعمال : Business Models
 - الملكية الفكرية هي كل ما ينتجه العقل البشري.
 - حماية حقوق الملكية الفكرية قد يكون عن طريق تسجيله أو وضع ما يشير الى أنه محمي مثل علامة © أو تحذير الأفراد من الاستخدام بدون إذن.
- القوانين المتعلقة بالإعلانات المزيفة وانتهاك الخصوصية والجرائم الالكترونية وغيرها.
- آليات وقوانين فض المنازعات المتعلقة بالمعلومات والتجارة الالكترونية.
- رصيد المجتمع من الأخلاق والقيم والأعراف.

س ١٧ : العوامل الاقتصادية في بيئة الاعمال الالكترونية تشمل :

اشرح فرص ومخاطر قطاع الاتصالات السعودي

العامل (الاقتصادي):

- المؤشرات الاقتصادية التي تؤثر على الفرص والمخاطر الخاصة بالأعمال الالكترونية ومنها:
 - حجم السوق ومعدل النمو / ومرحلة دورة حياة المنتج والشركة.
 - نطاق التنافس والتباين بين المناطق المختلفة.
 - الاقتصاد.
 - النظام الاقتصادي وحواجز حرية الدخول للصناعة والخروج منها.
 - وفورات الحجم ومدى وجود طاقت فائضة أو نقص في العرض ومتطلبات رأس المال.
 - ربحية الصناعة وخصائص المنتج والعملاء.
 - الخطط والسياسات الاقتصادية ومعدل الضرائب المفروضة على الدخل والسلع والتكنولوجيا.
 - معدل التضخم ومعدل الفوائد والتسهيلات الائتمانية.

س ٢٤ : العوامل السياسية لبيئة الاعمال الالكترونية تشمل : العامل (السياسي):

يدرس طريقة إدارة الشئون العامة ودور الحكومات والمنظمات عابرة الحدود القومية في تحديد البرامج الالكترونية وكيفية استخدام الانترنت في المستقبل وتحديد القواعد التي تتحكم فيها ويشمل:

- تبني الحكومة لخدمات الحكومة الالكترونية والدعم الحكومي لبرامج التدريب.
- مدى دعم الحكومة لمجتمع المعلومات وبرامج سد الفجوة الرقمية والانترنت السريع.
- السياسات والبرامج التي تزيد الثقة والأمان بخصوص المعاملات الالكترونية.
- دور القطاع العام والسياسات الخاصة بالبيئة.
- التكتلات الاقتصادية: السعودية دولة رائدة في العالم الإسلامي وعضو في مجلس التعاون الخليجي والجامعة العربية ومنظمة الأوبك والأوبك ومنظمة التجارة العالمية ومجموعة العشرين.
- أسباب تدخل الحكومة: لتصحيح إخفاقات السوق في حالة الخرجاتيات ولتحقيق استقرار السوق (تحفيز الطلب الكلي) من خلال السياسة النقدية والمالية، وتوفير السلع العامة، ومنع الجريمة.
- الخارجيات: الخرجاتيات السالبة (مثل التلوث) تعالج بالضرائب والإيجابية (مثل تأثير الشبكات) تعالج بالادعم المالي .

س ٢٧ : اهم التأثيرات المستقبلية على الحاسوب : تأثيرات الحاسوب والانترنت على سوق العمل:

- الكومبيوتر ينافس الانسان في سوق العمل
- سوف تنتشر ثقافة العمل من البيت والعمل جزء من الوقت
- العمل لمدة (4) ساعة سيصبح لدوافع اجتماعية وليس لمدد الحاجات المالية
- سوف تزداد فرص العمل من المنزل ولا سيما للنساء وقاطنى المناطق النائية
- سوف تدوب أهمية المنظمة ومكان العمل الرسمي وأوقاته الرسمية بشكل كبير
- سوف نقل الموارد الاقتصادية المستخدمة في العمل بشكل كبير
- سوف تتسع الفجوة الرقمية بين من يمتلكون التكنولوجيا ومن لا يملكونها. tech-haves and the have-nots.
- تقنية المعلومات تحدث تغيرات جذرية وليس عادية revolutionary changes
- الثروة ستتركز في يد من يملكون الخبرات والمعرفة والأفكار والعلامات التجارية والمعلومات

س ٣٠ : ترتيب خطوات المسح البيئي لبيئة الاعمال الالكترونية :

مسح بيئة الأعمال الإلكترونية:

المسح البيئي هو "دراسة وتفسير الأحداث والاتجاهات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية التي تؤثر على الشركة أو الصناعة أو السوق ككل (Kroon 1995)، **خطواته:**

1. **تحديد المتغيرات** الداخلية والخارجية التي يجب جمع معلومات عنها.
2. **جمع البيانات** عن هذه المتغيرات (عن طريق الملاحظة أو الاستبيان أو المقابلات أو التقارير).
3. **تحليل** هذه البيانات باستخدام طرق شتى.
4. **التنبؤ** ببعض المتغيرات المهمة.
5. **عمل ملف profile** عن كل عنصر.
6. **كتابة التقرير** وتحديد الموقف الاستراتيجي والفرص والمخاطر.

س ٣١ : الاعمال الالكترونية تعتبر صديقة للبيئة بسبب :

علاقة الأعمال الإلكترونية بالبيئة والتقنية الخضراء:

الاعمال الإلكترونية تعتبر صديقة للبيئة بسبب الآتي:

- تقلل الاعتماد على السيارات: 20% من حركة السيارات في بريطانيا موجهة للتسوق.
- تقلل استهلاك الطاقة ومن ثم تقلل الاحتباس الحراري.
- تقلل الحاجة الى مخازن لأن الإنتاج يكون حسب الاحتياجات الخاصة للزبائن.
- **تقلل استهلاك الورق.**
- رقمنة بعض المنتجات والخدمات مثل مقاطع الموسيقى والفيديو والبرامج التدريبية والمواد التعليمية تقلل المخلفات في جميع سلسلة التوريد.
- لكن هناك من يرى عكس ذلك بسبب المخلفات الإلكترونية e-waste مثل أجهزة الحاسوب والجوالات المعطوية.

المحاضرة ٦

س ١ و ٢: مفهوم (مفهوم استراتيجية الاعمال الالكترونية)

- ✓ الاستراتيجية تصف الخطط والتوجهات المستقبلية للمنظمة.
- ✓ الاستراتيجية هي خطة المنظمة لتحقيق مزايا تنافسية عن طريق إعادة ترتيب الموارد والتعاطي مع التغيرات في بيئة الأعمال بما يحقق متطلبات السوق وأصحاب المصلحة stakeholders.
- ✓ استراتيجية الأعمال الالكترونية توضح كيفية توظيف التقنية لتحقيق استراتيجية المنظمة
- ✓ كما أنها توضح الفرص والمخاطر المتعلقة بالتقنية حتى تراعى في استراتيجية المنظمة

س ٣ : لتحديد الأهداف في الاستراتيجية يجب ان يكون Smart ويعني :

1. الرسالة : تصف سبب وجود المنظمة.
2. الرؤية : تحدد أين تريد أن تكون.
3. القيم : تصف المعايير والمبادئ التي تشجع الأفراد على التفاني والتأثر لتحقيق الرؤية.
4. الأهداف : يجب أن تكون SMART أي:

- محددة Specific
- يمكن تحقيقها Achievable
- ذات علاقة Relevant
- يمكن قياسها Measurable
- محددة بمواقيت معينة Timed

س ٤ : استراتيجية التمييز قائمة على تنوع : (س ٤ و ٦ نفس بعض)

س ٦ : المخازن الخاوية يمكن ان تكون احد عناصر استراتيجية :

الاستراتيجيات العامة:

1. قيادة التكلفة : تعرض السلعة بأقل الأسعار مقارنة بقيمتها للسيطرة على السوق. س ٦
 - أهم وسائل تقليل التكاليف: إنتاج منتجات نمطية، مراقبة النفقات، المخازن الخاوية، الاستغناء عن الوسطاء، تقليل تكلفة المعاملات، استخدام عمالة رخيصة، الشراء الإلكتروني، أتمته الأعمال، تقليل الخدمات (الخدمة الذاتية مثل ماكينات الصراف)، استخدام البرامج المجانية، التسويق الإلكتروني.
 - أهم الشركات التي تتبعها شركة وول مارت لتجارة التجزئة وشركة ديل للحاسبات.
2. تنوع: تنوع المنتج من حيث المواصفات والسعر والجودة وطريقة البيع. س ٤
 - هدفها الوصول الى أكبر شريحة من المستهلكين.
 - تتبعها شركات هوندا و تويوتا و إتش بي ونوكيا.
 - من أدواتها الشخصية والتصميم المشترك co-design حيث يقوم الزبون بتصميم السلع.
3. التركيز Focus: تركز على شريحة معينة من الزبائن أو منطقة جغرافية معينة.
 - تستخدم نظم المعلومات لتحليل بيانات أذواق وسلوك الزبائن (مثل الفنادق) لخدمتهم بشكل أفضل.
 - تنجح عندما عند محدودية المنافسة وتناسب شركات الطيران الداخلية.

هل تتبع جامعة الملك فيصل استراتيجية التنوع؟

س ١٤ جوابه هنا

س ٥ : من عيوب استراتيجية ... ان منافسي الشركة يستفيدون من استثمارتها وخبراتها
واخطائها : (عيوبومزايا المبادر الأول ونقاط إضافية للقراءة)

أهم استراتيجيات الأعمال الإلكترونية:

1. استراتيجية المبادر الأول: أن تكون أول شركة تدخل سوق معين أو صناعة معينة أو تنتج منتج معين مثل شركة إى بي للمزادات الإلكترونية، وشركة دويل كليك للترويج الإلكتروني.
 - مزاياها: التمتع بحماية حقوق الملكية الفكرية، التمتع بمزايا «الحلقة الفاضلة»، و«تكلفة التحويل».
 - عيوبها: احتمال تسلق المنافس على المبادر الأول والاستفادة من استثمارته وخبراته وأخطئه، فيما يعرف بمصطلح «المتطفل» «Free rider».
2. استهداف شرائح معينة: صمم المنتج أو الموقع أو الحملة الترويجية لشرائح معينة مثل النساء، الطلبة، الباحثين عن الهجرة. (منتدى فكتات ومنتدى الانتساب) (مليكل إيفانز).
3. الشخصية: عرض الخدمات والمواصفات التي يحتاجها العميل كل على حده.

س ٧ : مرحلة التخطيط تحدد :

4. تنفيذ الاستراتيجية:

1. التخطيط: تحدد ماذا سنفعل وتشرح لماذا سنفعله
 - تحدد الأدوات والمبادرات والبرامج والسياسات اللازمة لتحقيق الأهداف.
2. التنفيذ: هو تحويل الخطة الى أفعال لتحقيق الأهداف عن طريق تحديد المسؤوليات (من؟) والمكان (أين؟) ومواعيد تسليم المهام (متى؟) وكيفية التنفيذ (كيف؟) وتحديد الميزانية (بكم؟)
 - يجب مراجعة ودراسة الخطة قبل الشروع في التنفيذ وإشراك الإدارة العليا عند الضرورة
3. المتابعة والسيطرة: السيطرة على صياغة الخطة وتنفيذها وشرح الخطة وأهدافها للموظفين وتمليها لهم، تسهيل التواصل بين مجموعات العمل، تحديد مواعيد لمتابعة سير الخطة.
 - هي بمثابة نظام للتحذير المبكر والتكيف مع التغيرات الداخلية والخارجية
 - تهتم بوضع معيير وسياسات ومقاييس تقارن الأداء الحالي بالمستهدف

س ٨ و ٩ و ١٠ : نظم المعلومات الاستراتيجية تستخدم في : (اهداف نظم ...) او كذا بيكون
السؤال نظم ...تحقق مزايا تنافسية ؟
" الفرق بين المعلومات الاستراتيجية و التقليدية "

- نظم المعلومات التقليدية تستخدم في أتمته الأعمال، وإنهاء المعاملات، وتحسين الكفاءة وتبادل المعلومات.
- نظم المعلومات الاستراتيجية تستخدم في تحقيق مزايا تنافسية وزيادة الربحية، وتقليل التكاليف، وتنويع المنتجات، والحد من قوة المنافسين والموردين والزبائن، ورفع معدل نمو للشركة، وفي فتح أسواق جديدة وتطوير منتجات جديدة.
- فهي تستخدم في تطوير المنتجات والخدمات والقدرات التي تعطي الشركة مزايا جوهرية مقارنة بالقوى التنافسية التي تواجهها في السوق العالمية.

س ١٢ : استراتيجية قيادة التكلفة تناسب ؟ (الأسواق الجماهيرية)

س ١٤ : (الجواب في الدفتر س ٤)

س ١٥ و ١٦ : من أسباب فشل استراتيجيات الاعمال الالكترونية :

• أسباب فشل استراتيجيات الأعمال الإلكترونية:

- ⊃ عدم تملك الاستراتيجية للأفراد والمبالغة في الأهداف، ومقاومة التغيير، وعدم دقة التحليل الاستراتيجي.
- ⊃ محدودية المرونة والابتكار والقدرة على التأقلم، وتغير التكنولوجيا، وقلة الخبرة.
- ⊃ عدم المتابعة، وقلة الحوافز، وعدم تمكين فريق العمل، وانعدام المسؤولية، وقلة اهتمام القيادة العليا.

س ١٧ و ١٩ : الهدف الذكي دائما يحتوي على الخيار الاكمل توجد السنة والنسبة الأعلى لكن مضاعفة الأرباح فقط غير ذكي لعدم وجود النسبة والسنة

س ١٩ : خيارات هيكلية إعادة هيكلية المؤسسة :

1. تحديد الخيارات:

- قنوات التوزيع: تقليدية (مندوبو مبيعات ومحلات التجزئة) والالكترونية (مواقع إلكترونية).
- إعادة هيكلية المنظمة: فتح فرع جديد، الاندماج، الانقسام، الشراكة، التكامل الراسي أو الأفقي.
- فرص تحقيق عائد: بيع السلعة، تأجير أصول، منح رخص، تحصيل مقابل التوصيل للمنازل .
- المنتجات: زيادة مبيعات للزبائن الحاليين، تطوير منتج جديد، أو الدخول الى أسواق جديدة.
- مكانة الشركة وتميزها في السوق: سعر، جودة، أو سرعة توصيل السلعة للزبائن.
- التسعير: أسعار موحدة أو أسعار انتقائية، عروض، وأسعار الحزم bundling.
- 2. تقييم الخيارات: يجب أن تكون متسقة، وجذابة، وأقل مخاطر، ومناسبة، ويمكن تحقيقها.
- 3. اختيار أنسبها: لرسالة الشركة والأهداف الاستراتيجية والبيئة الداخلية (المهارات المطلوبة) والخارجية (قوة المنافسين) وطبيعة المنتج (التعليم عن بعد غير مناسب لطلبة الطب) .
- الخيارات تختلف: باختلاف مستوى الاستراتيجية وطبيعة النشاط والهدف المرجو تحقيقه.

س ٢٠ : طريقة بطاقة الأداء المتوازن تستخدم في قياس مدى نجاح : (الخطة الاستراتيجية)

س ٢٢ : استراتيجية تهتم باتتكار منتج جديد : ١

مستويات الاستراتيجية والعلاقة بينها:

1. **استراتيجية الشركة:** تحدد الرؤية والرسالة والقيم والأهداف والأعمال والأسواق التي ستنافس فيها، تشرح كيفية تحقيق التكامل بين هذه الأعمال من حيث تبادل الموظفين والموارد المالية وغيرها.
2. **استراتيجية الأعمال:** إذا كانت الشركة تعمل في أكثر من نشاط أو تنتج أكثر من منتج فيجب أن يكون هناك استراتيجية لكل نشاط تشرح وترسم خريطة طريق لكيفية تحقيق مزايا تنافسية فيه.
 - يجب أن تكون تشاركية، وتعتمد على الأفعال، ومشوقة، وتمس الأنشطة اليومية.
 - تعريف الميزة التنافسية: القدرة على خلق قيمة اقتصادية أفضل من المنافسين.
3. **استراتيجية المستوى الوظيفي:** يقصد بالمستوى الوظيفي للمنظمة الأقسام والإدارات العاملة. وتشمل استراتيجية البحث والتطوير (ابتكار منتج جديد)، والتصنيع (تحسين الجودة وتقليل التكاليف)، والتسويق (جذب الزبائن)، والتمويل، والموارد البشرية (المحافظة على الخبرات) وإدارة سلسلة التوريد (الاستغناء عن الوسطاء)، ونظم المعلومات وغيرها. وهذه الاستراتيجيات تخدم المستويات الأعلى عن طريق وضع خطة لتحقيق أهداف استراتيجية الأعمال وتوفير معلومات عن آراء الزبائن، والموارد المتاحة، الطاقة الإنتاجية، وغيرها.

س ٢٣ : القوة التنافسية لا تشمل : الجواب (قوة الشركاء) (السؤال الحقيقي القوة التنافسية تشمل)

تحليل القوة التنافسية: حسب مايكل بورتر، هناك 5 عناصر:

1. **المنتجات البديلة:** الأسعار التسمية، نسبة التحول الى المنتجات الجديدة، تكلفة التحول، مزايا المنتج النسبية.
2. **القوة التفاوضية للعملاء:** حساسيتهم لتغير الأسعار، ولاءهم للشركة، مدى توفر المعلومات لديهم.
3. **القوة التفاوضية للموردين:** تكلفة التحول، مدى توافر بدائل، مدى اعتماد الشركة عليهم.
4. **قوة المنافسين الحاليين:** تكلفة التسويق، اقتصاديات الحجم الكبير، الاقتصاد الشبكي، مدى توفر المعلومات.
5. **دخول منافسين جدد:** تكلفة التحول، عوائق الدخول (تكلفة، قوانين، رخص)، قوة العلامة التجارية.

س ٢٤ : تحليل يركز على تطوير منتج جديد :

تحليل ستيج لتطوير الأعمال الإلكترونية:

5. **تحليل ستيج لتطوير الأعمال الإلكترونية:** يصف مدى تطور استخدام نظم المعلومات في دعم صورة المنظمة وسمعة منتجاتها، وجمع معلومات عن الزبائن والمنافسين، وخدمة العملاء، ودعم العمليات الداخلية، إنهاء المعاملات.

محاضرة ٧

س ١ : اغلبية الزبائن يغادرون بسبب (سوء الخدمة او المعاملة)

س ٢ : أنشطة إدارة العلاقة مع العملاء لاتشمل : (تطوير منتجات جديدة)
السؤال الأصلي : أنشطة إدارة العلاقة مع العملاء تشمل :

1. التركيز على خدمة العملاء ورضاهم.
2. توقع احتياجات العملاء والتكيف مع تغيرات الأذواق وتقدم التقنية وتغيرات السوق.
3. التركيز على العملاء الاستراتيجيين: هناك عملاء غير مهمين ومشترياتهم متدنية، ويسببون مشاكل، لذلك فإن التركيز عليهم يعتبر مضيعة للوقت والجهد والموارد.

س ٣ و ٥ : حدد العبارة الخاطئة بخصوص أهمية إدارة العلاقة مع العملاء (دورة حياة المنتج أصبحت طويلة " الصبح صغيرة ")
س ٥ : أيضا حدد العبارة الخاطئة : (تضائلت وليس زادت)
السؤال الأصلي أهمية إدارة العلاقة مع العملاء :

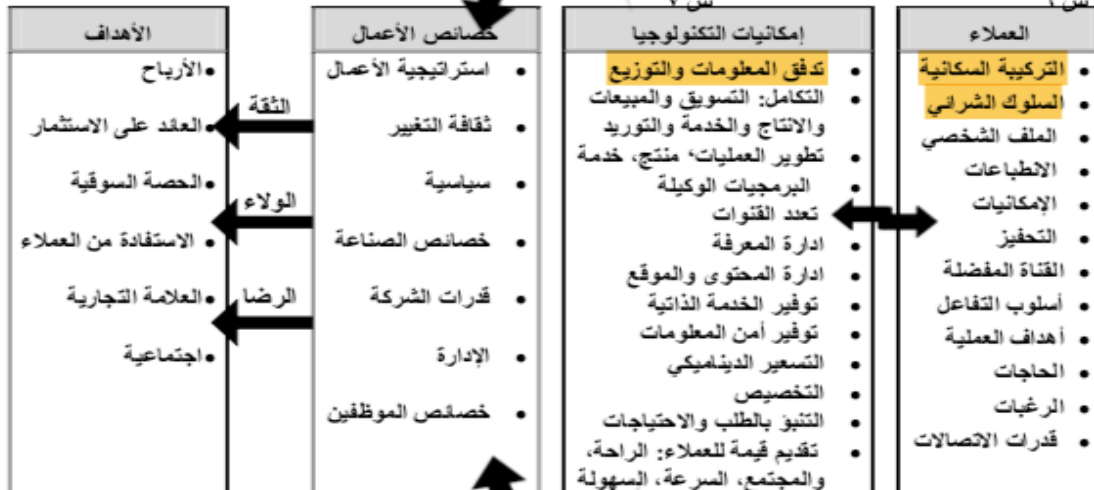
لماذا نحتاج إلى إدارة العلاقة مع العملاء؟

تحسين انطباع وخبرة العملاء هي ساحة الحرب القادمة
في المنافسة بين الأعمال (Jerry Gregoire)

- ✓ خدمة العملاء تحقق مزايا تنافسية.
- ✓ دورة حياة المنتج أصبحت قصيرة.
- ✓ العمال لا يغادرون الشركة أو البلد بل يغادرون المدير.
- ✓ تضائل قدرة المنتجين على التحكم في الأسعار.
- ✓ زياد عدد المنافسين وزيادة الطلب عن العرض في كثير من المنتجات.
- ✓ لذلك أصبح العملاء أكثر قوة وأصبح من الضروري الاحتفاظ بعلاقة طيبة معهم.

س ٤ : العائد على الاستثمار في العلاقة مع العملاء =
نسبة الأرباح نتيجة تحسين العلاقة مع العملاء مقسومة على تكاليف إدارة العلاقة مع العملاء

س ٦ : من خصائص العملاء التي تحدد اطار إدارة العلاقة مع العملاء :
س ٧ : القدرة على استخدام قنوات توزيع متعددة ومتنوعة هي من ... ؟
إطار لإدارة العلاقة مع العملاء إلكترونياً:



س ٨ : ملف المستخدم (العميل) لا يتضمن معلومات عن ؟ (الجواب الديانه . العرق)
السؤال الأصلي ملف المستخدم (العميل) يتضمن ؟

ملف العميل Customer Profile :

«عميلك الغاضب هو أهم مصدر للمعلومات» بيل جيت

- **ملف العميل:** يشمل معلومات الاتصال، خصائص ديمغرافية، متطلباته، تاريخ المشتريات، أفضليته، سلوكياته، عاداته الشرائية، الكميات المشتراه واستخداماتها، دوره.
- **دور العميل:** العميل قد يكون المستهلك النهائي، المشتري، المؤثر، متخذ القرار.

س ٩ : لهم دور كبير في التلخص من المخزون الزائد : (عملاء الخصومات)

<تابع> خصائص وأنواع العملاء:

1. العملاء الاستراتيجيون وخصائصهم:

- ✓ **ارتفاع قيمة حياة العميل:** (مثل الطبيب لدواء معين، والميكانيكي لمحل قطع غيار السيارات، ورجل الأعمال بالنسبة للبنوك وأستاذ الجامعة بالنسبة لدور النشر).
 - ✓ **القدرة على** إحداث تغيير أو المشاركة في إدارة الموارد أو المنتج أو التوزيع أو خدمة العملاء.
 - ✓ **القدرة على** التأثير مثل عليا القوم، الرياضيين، والفنانين والأسعدة بالنسبة للكتب الدراسية).
2. **العملاء الموالون:** يمثلون نسبة صغيرة من الزبائن ويستحوذون على نسبة كبيرة من المبيعات (يجب الاتصال بهم بشكل شخصي عن طريق الهاتف أو البريد الإلكتروني من وقت إلى آخر).
3. **عملاء الخصومات:** يشتررون فقط عند العروض والخصومات ولهم دور كبير في التلخص من المخزون الراكد، لكن نسبة الإرجاع عندهم كبيرة (إرسال رسالة لهم عند العروض).
4. **عملاء مدفوعون بالحاجة:** عندهم نية لشراء سلعة أو ماركة معينة، أو سعر معين، من السهل فقدهم، يحتاجون لصبر واهتمام وتوفير طلباتهم ولو من محل آخر ويمكن أن يصبحوا موالين.
5. **عملاء مندفعين:** قرار الشراء سريع وسيشتررون ما هو متاح، والتعامل معهم ممتع ومريح.
6. **عملاء متجولون:** هم الأغلبية ولهم صوت مسموع عند المجتمع وليس عندهم رغبة ملحة للشراء لذلك يحتاجون إلى التسليية والخبرة والشعور بالذات والاهتمام (شبكات التواصل الاجتماعي).

س ١٠ : جودة خدمات الدعم الفني تعتبر من اهم أدوات إدارة العلاقة مع العملاء ويصنف ضمن ؟

س ٢١ : المشاكل الخاصة " بحرية " الاطلاع على بيانات الأقسام المختلفة :
خصائص الأعمال والعمليات:

- هناك عوامل هيكلية وسياسية واجتماعية مثل: «شراء أفرس السيارات لا يكفي وحده لمنع الحوادث أو الفوز بالسبق»
- ↳ سياسة الخصوصية وأمن المعلومات وميثاق الشرف المهني.
- ↳ منهج إدارة التغيير وإدارة المعرفة والتدريب والتوعية المستمرة.
- ↳ هيكل المنظمة وطبيعة العمليات ونوع الإدارة وخصائص الأفراد وثقافتهم.
- ↳ أن يفهم الجميع أن خدمة العملاء ليست مجرد قسم أو فريق عمل بل كل الشركة والشركاء.
- طبيعة العمليات: فحص المنتج وتجربته، عمليات البيع، والتكليف والشحن، والدعم الفني. س ١٠
- الخطة الاستراتيجية: رؤية الشركة ورسالتها وقيمها وأهدافها الاستراتيجية.
- الحوافز: مثل العمولات والمكافآت ورسوم التزكية، والنقاط، والخصومات وغيرها.
- قدرات الشركة: المعرفة والمالية والتكنولوجية والبشرية والمادية (نقص التمويل يعتبر عائق). س ٢١
- المشاكل السياسية Politics: بخصوص حرية الاطلاع على بيانات الأقسام المختلفة، ومتابعة شكاوى العملاء، والصلاحيات، وتنازع السلطات واختلاف الرؤى مع فريق التسويق والمبيعات والحسابات.
- إدارة التغيير: نظم إدارة العلاقة مع العملاء تحتاج الى تغيير في هيكل الشركة والموظفين.

س ١٦ و ١٧ : تتصف معاملات B2C مقارنة بمعاملات B2B (B2B) سهله وليست معقدة :
• هناك فروق بين زبائن B2C و B2B

وجه المقارنة	B 2 B	B 2 C
عملية اتخاذ القرار	بطيئة و غير مستقلة و تحتاج إلى خبراء	سريعة و مستقلة و لا تحتاج إلى خبرات كبيرة
سعر السلعة	غير ثابت و يتغير حسب الكمية و القوة التفاوضية	غالباً ما يكون ثابت
عملية دفع ثمن البضاعة	غالباً يتضمن تسهيلات مالية	فوري و عند نقطة البيع
الحاجة إلى كفاءات	يحتاج إلى خبراء مبيعات	الحاجة إلى الخبراء أقل
أثر الدعاية و الإعلان	يركز على الجودة	أكثر تآثراً بالدعاية
حجم التفاصيل عن المنتج	يحتاج إلى تفاصيل أكبر عن المنتج	حاجته إلى التفاصيل أقل

س ١٩ : الحلقة الفاضلة لإدارة العلاقة مع الزبون جوهرها :

- الحلقة الفاضلة Virtuous Circle: رضا الزبائن يؤدي إلى ارتفاع المبيعات ثم زيادة مخصصات تدريب الموظفين، ثم زيادة رضا الموظفين، وبالتالي مزيداً من رضا الزبائن.
- تحسن الخدمة وتزيد الربح وتحافظ على المعرفة وتطور المنتج على المدى البعيد.

س ٢٠ : حدد العبارة الصحيحة بخصوص إدارة العلاقة مع العملاء في العصر الحالي :

تنوع العملاء بسبب العمولة – ارتفاع معدل دوران العملاء – شدة المنافسة
(الجواب كل ما سبق)

س ٢٤ : يجب ان تكون العلاقة بزواية ٣٦٠ درجة مع كل نقاط الاتصال...نقاط الاتصال مع العملاء لا تشمل الجواب (قسم التوريد)
السؤال الأصلي يجب ان تكون العلاقة بزواية ٣٦٠ درجة مع كل نقاط الاتصال يجب ان تشمل :

- تبنى علاقة بزواية 360 درجة لجمع معلومات من كل نقاط الاتصال (الموقع الإلكتروني وفرق التسويق والمبيعات وخدمة العملاء والدعم الفني والشركاء)، ثم ادماجها في جودة المنتج أو الخدمة.

س ٢٥ : شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر من وسائل التواصل: (الكثير الكثير)
الشبكات الاجتماعية تحول العلاقة من الفرد-الكثير الى الكثير-الكثير

س ٢٦ : الترتيب الصحيح لمراحل إدارة العلاقات مع العملاء :

- عند التعامل مع الأنواع المختلفة يجب موازنة الموارد والوقت مع أهمية العميل وكذلك استخدام التكنولوجيا ومهارات خاصة لتحويل كافة العملاء الى عملاء موالون
- إظهار عملي لعلاقة تركز على العملاء: حدد عملاءك الرئيسيين، اكشف تفضيلاتهم (جودة، سعر أقل، خدمة جيدة، راحة وتوصيل أسرع)، حدد الموارد والأدوات اللازمة لتوفير احتياجاتهم، اجعل العلاقة ممتعة وتفاعلية وإنسانية وأخوية ومهنية.

س ٢٧ : اهم نموذج لادارة العلاقة مع العملاء في برنامج التعليم عن بعد هو ؟

(الخدمة الذاتية)

معلومات إضافية :

مؤشرات تقييم إدارة العلاقة مع العملاء:

«لا يمكنك إدارة ما لا تستطيع قياسه» Peter Drucker

• مؤشرات قياس جناح إدارة العلاقة مع العملاء:

- ✓ نسبة العملاء الجدد.
- ✓ نسبة العملاء الدائمين.
- ✓ معدل مغادرة العملاء.
- ✓ عدد المقترحات والمشاكل التي تم التعامل معها.
- ✓ العائد على الاستثمار (عدد الشكاوى، متوسط طول المحادثة، زيادة الولاء والثقة، قيمة حياة العميل).
- شروط الاتصال بالعميل : في الوقت المناسب، رسالة قصيرة وذات صلة، ومتسقة، ويوثق بها.

خصائص وأنواع العملاء:

«الزبائن لا يريدونك شخصاً، شخصاً قادراً على حل المشا

• العميل هو من يشتري السلعة والمستهلك هو من يستخدمها.

• يجب التفرقة بين المستهلكين، وتجار الجملة، وتجار التجزئة، والشركات.

• مثال: عملاء شركة أمازون يشملون المستهلكون والبائعون، والشركات، و موفري المحتوى.

• احتياجات الزبائن: فهم احتياجاتهم، الأمانة، الاهتمام، الراحة النفسية والجسدية، المتعة، التعلم.

• أدوار المستهلك: العيائر بفكرة القيام بشراء السلعة، المؤثر، المقرر، المشتري، مستخدم السلعة

محاضرة ٨

س ١ و ٢ : أدوات العلاقة العامة تتخلص في حروف PENCILS حيث c تشير الى :

أدوات العلاقات العامة الإلكترونية :

أدوات العلاقات العامة هي حروف الكلمة **PENCILS** وهي:

P = المطبوعات Publication، وتعني المواقع الإلكترونية والتقارير السنوية والنشرات الإلكترونية التي تساعد العملاء ..إلخ.

E = الأحداث Events، وتعني رعاية منافسات ألعاب القوى أو الأحداث الفنية أو المعارض التجارية. ويمكن أن تستخدم

الانترنت في نشر هذه الأخبار.

N = الأخبار News، وتعني نشر أخبار لتعزيز سمعة الشركة ومنتجاتها.

C = خدمة المجتمع Community Service، وتعني المشاركة بالوقت والمال في خدمة المجتمع.

I = دعايات الهوية Identity Media، وتعني القرطاسية التي تحمل عنوان واسم الشركة وكروت العمل والملبس الخاص

بالعاملين بالشركة واللوجو الخاص بالشركة.

L = نشاط اللوبي Lobbying Activity، استخدام تكنولوجيا المعلومات لتكوين تحالفات للتأثير على التشريعات المسندة أو

إلغاء التشريعات غير المسندة لأعمال الشركة.

S = المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility، وتعني بناء سمعة جيدة للشركة من حيث المسؤولية الاجتماعية. مثل

دعم المحتوى الرقمي ودعم جماعات تطوير البرامج مفتوحة المصدر وغيرها.

س ٣ : تعتبر ... اكبر شركات الترويج الإلكتروني : (جوجل) ساهمت في ٥٠٪ من المبيعات

س ٥ : اهم مصدر الحصول على بيانات عن المنتجات

اهم مصدر للحصول على بيانات عن المنتجات الإلكترونية هو : (محرك البحث . جوجل)
2. التسويق من خلال محركات البحث:

تروج للموقع عن طريق زيادة اظهرة في محركات البحث مثل جوجل وياهو و وضعه في أول النتائج أو على اليمين مقابل مبلغ

من المال. يساهم جوجل في 50% من المبيعات وخلق ما يعرف بالتسويق من خلال البحث Search Marketing

✓ تحسين محرك البحث: استخدام وسائل تساعد على إعطاء الموقع ترتيب أعلى عند البحث عن المنتج أو الخدمة على

محركات البحث

س ٦ : يتكون المزيج التسويقي من 8 p وهم :

عناصر المزيج التسويقي للخدمات لا تشمل : (الزبون)

تشمل ؟

١ المنتج ٢- السعر ٣- الترويج ٤- المكان ٥- العمليات

٦- البيئة الحقيقية ٧- الأداء ٨- الأشخاص

س ٨ : نموذج SOSTAC هو : نظام لتخطيط حملات التسويق
س ٩ و ١٠ و ١١ في نموذج SOSTAC الحرف T: هو والحروف C و O هو :

استراتيجية التسويق سوستاك SOSTAC:

SOSTAC سوستاك هو نظام لتخطيط عملية التسويق و كيف يتم استخدامه. عناصرها:

1. تحليل الوضع الحالي Situation: أين نحن الآن؟ (ماهي قوتنا التنافسية؟، هل المخلوط التسويقي فعال؟، SWOT هل نستخدم القنوات التسويقية المناسبة؟)
2. تحديد الأهداف Objectives: أين تريد أن تكون؟ يجب أن تكون ذكية
3. وضع الاستراتيجية Strategy: كيف نحقق أهدافنا؟ (تقسيم السوق، استهداف شريحة معينة)
4. الأساليب Tactics : ماهي الأدوات اللازمة؟ (تحديد قنوات الاتصال والرسائل والتأكد من تناغم هذه القنوات والرسائل)
5. خطة العمل Actions (تحديد فريق العمل وتوزيع المسؤوليات وتحديد الميزانية والوقت)
6. المراقبة Control : هل حققنا أهدافنا؟ (من يقيس مدى تحقيق الأهداف وكيف ومتى يقيس)

س ١٢ : التسويق الإلكتروني يعزز من عملية التخطيط لانه :

أهداف التسويق الإلكتروني:

1. تعزيز الولاء للعلامة التجارية من خلال تحسين العلاقات مع الشركاء والعملاء
2. اكتساب زبائن جدد والاحتفاظ بالحاليين. قراءة الباقي فقط
3. إقناع العملاء الحاليين بشراء منتج في الوقت الحالي أو في المستقبل.
4. الحصول على معلومات لاستخدامها في زيادة كفاءة عمليات التخطيط والتصنيع والتوزيع، والترويج، والتسعير، والتطوير.
5. تقليل تكاليف التسويق
6. إشراك الزبون في عملية التسويق
7. جذب اهتمام الزبون نحو المنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة.

س ١٤ او ١٥ : خصائص الخدمات الإلكترونية لا تشمل ؟ (انها متجانسة)

خصائص الخدمات الإلكترونية تشمل ؟

- ١ - غير ملموسة. ٢- تلازم الإنتاج والاستهلاك. ٣- غير قابلة للتخزين
- ٤- غير متجانسة. ٥- مؤتمته ٦- انعدام التكلفة المتغيرة

س ١٦ و ١٧ و ١٨ : رسالة تحض على عدم التبرع للمحتاجين ..تعتبر ؟
تنظيم حملة تبرعات تحت عنوان (لاتعطي أموال للاجئين) يعتبر ؟
ارسال الصيدليات ...

8. التسويق العكسي Reverse marketing: اجعل العملاء يبحثون عن المنتج بدافع الفضول أو حب التميز أو الوطنية

أو التدين أو العناد.

✓ نظمت دوف حملة عن وسائل المحافظة على جمال المرأة دون عرض المنتجات باع على إثرها بمليار دولار

✓ مثل عرض المراعي أفلام عن التصبيرة وبقارها

✓ ارسال صيدلية التهدي رسائل للحجاج لتوعيتهم بخصوص العدوى أثناء الحج

✓ حملة «لا تعطي» أو لا «تشتري» أو لا «تشارك» لأنها ليست لك

اي رسالة فيها فضول او غرابة علطول عكسي

س ١٩ : من الأنشطة الغير رئيسية في المنظمة: (الموارد البشرية – المالية ونظم المعلومات)
الأنشطة الرئيسية في نظم المعلومات : (التسويق – الخدمات اللوجستية والإنتاج)

س ٢٠ : معضلة الخصوصية تعني :

كيف يتم التوازن بين الشخصية في التسويق والمحافظة على خصوصية الزبائن

س ٢١ : المشاكل التي تهتم بها إدارة التسويق لاتشمل : (كيف يمكن انتاج منتج باقل سعر)
لمشاكل التي تهتم بها إدارة التسويق تشمل ؟

المشاكل التي تهتم بها إدارة التسويق:

1. كيف يمكننا تحديد واختيار شريحة سوقية مربحة؟

2. كيف يمكن تمييز منتجنا وعروضنا عن المنافسين؟

3. ما هو الرد المناسب على حملات المنافسين؟

4. كيف يمكننا ارضاء عملائنا وتعزيز ولاؤهم العلامة التجارية؟

5. كيف يمكننا قياس فعالية الحملات التسويقية، وحملات العلاقات العامة؟

6. ما هي القناة التسويقية المناسبة؟ وكيف يمكن تصميمها؟

س ٢٣ و ٢٣ : الحقوق الخمسة 5R لاتشمل : (في البيئة المناسبة)
الحقوق الخمسة 5R تشمل ؟

الحقوق الخمسة (5R): المنتج المناسب، المكان المناسب، الوقت المناسب، السعر المناسب، الجودة المناسبة.

س ٢٥ : من خصائص التواصل الاجتماعي انها :
تعتبر وسيلة مناسبة " لجمع المعلومات " عن الزبائن

س ٢٦ : حدد العبارة الخاطئة بخصوص استخدام البريد الإلكتروني : (يمكن بيع عناوين البريد الإلكتروني كاحد مصادر زياة الشركات) " الصحيح لا يمكن "

1. التسويق بالبريد الإلكتروني:

- استخدام البريد الإلكتروني لإرسال الإعلانات الدعائية، أو طلب وظيفة، أو الحث على التبرع.
- يمكن ان يقوم بها فريق التسويق بنفسه أو الاستعانة بشركة متخصصة لديها قائمة من العناوين
- أفضل الممارسات:

1. قسم الجمهور المستهدف الى فئات متجانسة وميز بينهم في المزيج الترويجي
 2. لا تغرق العميل بالرسائل واعطيه القدرة على حذف عنوانه البريدي من القائمة
 3. شخصن نص الرسالة الدعائية واجعلها مختصرة ومهنية وجذابة حتى لا يهملها المستقبل.
 4. اختر وقت مناسب لإرسالها مثل وقت العروض أو الإعلان عن منتجات وخدمات جديدة.
 5. اربط الرسالة بقنوات ومواد إعلانية أخرى، مثل صور وروابط وحملات إعلانية تقليدية.
 6. نقح الرسالة مع آخرين وصحح الأخطاء وتأكد من محتواها (صور،روابط، كتالوج، مرفقات).
 7. اختر عنوان مناسب للرسالة واجعلها قصيرة واعطى للزبون حافظ مثل خصومات أو قسيمة
 8. حافظ على خصوصية العملاء وإرسل لهم عن طريق حقل BCC
- البريد الغير مرغوب فيه: نسبته 27% في الولايات المتحدة و 11% في كندا و 20% في ألمانيا.
 - يمكن تجنبه: بتصنيفه على إنه سبام واستخدام إيميل غير رئيسي، ولا ترد عليه، وبلغ مقدم الخدمة.

معلومات إضافية تعاريف ممكن تكون مهمة

- **سلسلة القيمة:** هي الأنشطة التي تقوم بها الشركة لخلق منتج أو خدمة ذات قيمة للسوق
 - ✓ الأنشطة الرئيسية في المنظمة: التسويق، الخدمات اللوجستية والإنتاج.
 - ✓ الأنشطة الغير رئيسية: إدارة الموارد البشرية، والمالية ونظم المعلومات.
- مفاهيم أساسية في التسويق:
- **السوق:** «مجموعة من العملاء المحتملين ويشتركون في حاجة أو رغبة معينة ومستعدين وقادرين على الدخول في عملية تبادل لتلبيتها» (فيليب كوتلر).
- **إدارة التسويق:** «عملية تخطيط وتنفيذ ومراقبة طرح وتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات لخلق عملية تبادل تلبى أهداف العملاء والمنظمة» (فيليب كوتلر).
- **قيمة السلعة للعميل Customer Value:** هي الفرق بين منافع السلعة وتكلفتها بالنسبة للعميل.
- **التسويق:** تحديد احتياجات ورغبات العملاء وتلبيتها بفعالية وكفاءة أكثر من المنافسين.
- **التسويق الإلكتروني:** هو تسويق المنتجات أو الخدمات والأفكار عبر الوسائل الإلكترونية.
- البيع يركز على المصنع والمنتج والأرباح والتسويق يركز على السوق ورضا المستهلك قبل الربح.
- **معضلة الخصوصية Privacy Paradox:** كيف يتم التوازن بين الشخصية في التسويق والمحافظة على خصوصية الزبائن. كما تعنى أن سلوك الفرد على الانترنت يناقض رغبته في المحافظة على خصوصيته.
- **الشريحة المستهدفة:** مجموعة من الناس المحتمل أن يشتروا المنتج أو الخدمة.

محاضرة ٩

س ١: وسائل التوثيق : سرية وسلامة وضمن الوصول الى المعلومات

س ٢: لاتستخدم في اكتشاف المخترقين : IPsec (يستخدم في انشاء شبكة افتراضية vpn)

السؤال الأصلي . اهم وسائل اكتشاف المخترقين :

١ - ملف تسجيل الأنشطة. ٢ - ملفات المراجعة والتدقيق

٣- انية العسل. ٤- أجهزة الإنذار والكاميرات

س ٣ و ٤: يستخدم في بناء الشبكة الافتراضية الخاصة VPN:

س ٥: من عيوب بروتكول IPsec :

2. IPsec وهو يستخدم في إنشاء VPN الشبكات الافتراضية الخاصة.

• فهو يوفر اتصال آمن بين نقطتين على الشبكة حيث يقوم بالتحقق من المستخدم وكذلك تشفير الرسالة

• كم أنه لا يسمح بأي نوع من الفلاتر بين النقطتين المتصلتين بمعنى أنه لا يمكن استخدامه مع وجود جدران النار في

من عيوبه

طريقه.

• وغالبا ما يستخدم في الحالات التالية:

✓ في تأمين المعاملات بين المؤسسة وفروعها.

✓ لتأمين المعاملات بين المؤسسات المالية

✓ بين أجهزة العاملين والزبائن والموردين

✓ ويستخدم في تأمين تجارة الأعمال B2B

س ٦ : يجب تحديثها باستمرار :

برامج الفايروسات يجب تحديثها باستمرار لضمان حمايتها

- س٧: امن بوابات الجامعة يمكنه الماسهمة في الحد من : (التهديدات البشرية)
 س٢٠ : برنامج sbybot هو برنامج : (الحماية من الفيروسات)
 س٢١ : هو برنامج يستخدم للاختراق والسيطرة على أجهزة الحاسوب : (داميبي)
 س٢٤ : الحشرات والزواحف تعتبر : (التهديدات البيئية)
 س٣٢ : من وسائل الحماية ضد المخاطر الطبيعية :
 س٣٧ و٣٨ و٣٩ : التجسس على المنافسين يعتبر او الشركة توظف قراصنة للتجسس على احد المنافسين يعتبر
 أنواع التهديدات:

1. البرمجيات الخبيثة: مثل الفيروسات والديدان الخبيثة وأحصنة طروادة وذاميبي وبرامج الدعاية (تكافح بمضادات الفيروسات) والتجسس (سباي بوت Spybot) والنسخ الاحتياطي وبعض الوسائل الإدارية.
 • شبكة الروبوت Botnet: مجموعة من الحاسبات (عدادها بالآلاف) التي تم اختراقها والسيطرة عليها.
2. تهديدات الطبيعة: تحدث بسبب الطبيعة مثل الزلازل والفيضانات والبراكين والأعاصير وتؤدي الى إتلاف المبني والأنظمة (وسائل الحماية تشمل النسخ الاحتياطي والتأمين واختيار مكان مناسب).
3. تهديدات البيئة: مثل الحشرات والزواحف والقوارض والغيار وتسرب المياه.
4. تهديدات بشرية: أخطاء المستخدمين (تنزيل ملف بدون فحص) ومدخلي البيانات والاداريين (عدم تطبيق سياسة أمن المعلومات) والموظفين الساخطين واللصوص والمخربين الذين يكسرون وسائل الحماية (تكافح بالتدريب والتوعية والقوانين ووضع سياسات خاصة).
5. تهديدات صناعية: مثل التجسس الصناعي حيث توظف الشركات قراصنة للتجسس على المنافسين.
 أنواع الهجمات:

س٩ :تستخدم في مواجهة الهندسة الاجتماعية : (لابد ان يكون هناك توعية وتدريب من الاحتمالات هذه المذكورة تحت ...الجواب التوعية والتدريب)

- الهندسة الاجتماعية : أن يتصل بك شخص يدعى أنه موظف لبنك أو شركة ما للحصول على معلومات سرية مثل كلمة المرور ورقم الحساب.

س١١ : من اهم الوسائل البيولوجية " الثباته " للتحقق من الشخصية او التوثيق (الاطلاع على الجدول)
 س١٢ : من اهم الوسائل البيولوجية " المتغيرة " للتحقق من الشخصية او التوثيق
 س١٣ و١٤ و١٥ : هي اقل الوسائق قبول ومكلفة واقل شيوعا : (الحمض النووي)

1. وسائل التوثيق Authentication:

نوعه	الأسلوب
ثابتة	شبكة العين
ثابتة	حدقة العين
متغيرة	شكل اليد
ثابتة	بصمة الإصبع
ثابت	الحمض النووي
متغير	التوقيع اليدوي
متغيرة	بصمة الصوت

وسائل التوثيق: للتحقق من أصل رسالة معينة أو برنامج معين أو هوية المستخدم.

1. مواصفات المستخدم: بصمة الأصبع، الحمض النووي، التوقيع، بصمة الصوت.

• غير مقبولة من المجتمع وهي بطيئة ومكلفة وتحتاج الى أجهزة خاصة وقاعدة بيانات.

2. أشياء يملكها: مثل بطاقة الهوية وبطاقة الصراف أو شريحة خاصة أو المفتاح.

• مكلفة بالمقارنة بكلمة المرور وقد تضيع أو تنكف أو تسرق.

3. أشياء يعرفها: مثل كلمة المرور، والرمز السري أو إجابة سؤال معين.

س١٦ : تشفير البيانات يضمن : سرية البيانات < لنن التشفير يضمن عدم وصول الغير للبيانات

س ١٧ : اسرع أساليب التوثيق : كلمة المرور

س ١٨ : النقطة الأضعف في نظرية امن المعلومات :

- النقطة الأضعف في أمن المعلومات هي الأفراد سواء كانوا زبائن أو موظفين.
- مستوى أمن المعلومات هو مستوى أضعف نقطة لأن القرصنة تستغلها.

س ٢٥ : من امثلة الهجمات النشطة : (تعطيل الموقع الالكتروني للشركة)
س ٢٧ : تعتبر احد الهجمات الغير نشطة : (تحليل سلوك الفرد على الانترنت)
(معلومة الهجمات النشطة تخرب وتدمر والهجمات الغير نشطة تتجسس وتأخذ البيانات بدون علم احد وتحلل سلوك الفرد) .

- هجمات غير نشطة **Passive Attack** : فالمهاجم يحصل على معلومات دون تغيير أحد أصول الشركة، مثل التجسس أو معرفة العنوان البريدي لشخص وتحليل سلوكه على الإنترنت.
- ✓ من الصعب اكتشافها ويجب التركيز على منعها عن طريق التشفير والتحكم في الوصول.
- هجمات نشطة **Active Attack** : يقوم المهاجم بتغيير أو تخريب أو تعطيل أحد الأصول (مثل الموقع الإلكتروني)، وانتحال الهوية (بطاقات الصراف، موقع إلكتروني، البريد الإلكتروني أو عنوان الانترنت) وإلغاء الملفات وتعطيل الأنظمة وتغيير الحسابات .
- هجمات داخلية : يقوم بها أفراد من داخل الشركة سواء كانت متعمدة أو غير متعمدة ومن الصعب منعها ويمكن الحد منها عن طريق التدريب والتوعية، والتحكم في الوصول (إعطاء الفرد الصلاحيات اللازمة فقط لتأدية عمله).
- هجمات خارجية : يقوم بها قرصنة ومخترقون وإرهابيون ومخربون من خارج المنظمة أو الدولة.
- الهندسة الاجتماعية : ان يتصل بك شخص يدعي انه موظف لبنك أو شركة ما للحصول على معلومات سرية مثل كلمة المرور ورقم الحساب.
- الثغرة **Vulnerability** : هي نقطة ضعف في النظام يمكن الهجوم من خلالها.

س ٣٠ : حدد العبارة الخاطئة بخصوص امن الاعمال الالكترونية : (الفشل في الحصول على ثقة الزبائمين يزيد من معدل التحول < مفروض ينقص) .
أهمية تأمين الأعمال الإلكترونية:

- الفشل في الحصول على ثقة الزبائن يقلل معدل التحول **Conversion Rate**.
- الزبائن تريد أن تتأكد أن قوانين التجارة التقليدية تنطبق على قوانين التجارة الإلكترونية.
- القرصنة متقدمين عن خبراء أمن المعلومات والمشرعين.
- في الأعمال والتجارة الإلكترونية نتعامل مع شركات وعالم وأفراد بصورة افتراضية.
- الخدمات والمنتجات الرقمية والمعلومات تعتبر أشياء غير ملموسة من الصعب اكتشاف سرقتها.
- البرامج الخبيثة طالت شركات الكهرباء والمفاعلات النووية (مثل دودة ستاكسنت Stuxnet).
- البيانات والبرامج والخوادم والشبكات والأجهزة والخبراء هي أصول مهمة يجب حمايتها.
- الزبائن تتردد في الشراء الالكتروني خوفا من الفيروسات وسرقة الهوية وسرقة المعلومات وهناك دراسة خلصت الى أنه إذا وثق الزبائن في الموقع سوف تزداد مشترياتهم بنسبة 25%.
- توقف الأعمال تعطيل الموقع أو الخدمة وتسبب خسائر باهظة لشركات تعتمد على تقنية المعلومات.
- تكاليف تسويات دعاوي انتهاك الخصوصية وحقوق الملكية الفكرية.
- الخسائر الناجمة عن الكوارث الطبيعية أو الحرائق أو المرتبطة بالطقس.

محاضرة ١٠

س ١ : الترتيب الصحيح للمراحل التي تمر بها المنظمة :
1 - أنشطة عشوائية. ٢- تركيز الأنشطة. ٣- اصفاء الصفة الرسمية. ٤- ماسسة المنظمة

س ٢ : الترتيب الصحيح لدورة حياة عملية إدارة المعرفة هو :

- مراحل إدارة المعرفة: تحديد المعرفة المطلوبة ، ثم إنتاجها ، ثم تخزينها ، ثم نشرها ، ثم استخدامها

س ٣ و ٤ : نموذج الاب والام في إدارة التغيير يعني : (الاب يعرف اكثر والام عاطفية)
س ٥ و ٦ : المدخل ... في إدارة التغير ، هو الأفضل في الظروف الطارئة وعند القرارات السريعة ؟. (القسري)
س ٧ : المنهج القسري في التغيير : (هو الأسرع في اتخاذ القرار) لئنه للحالات الطارئة
س ٨ : ...يساعد على خلق أفكار جديدة : (التغيير التعاوني)
س ٩ : المنهج التعاوني في التغيير : (يمكن ان ينجم عن أفكار جديدة)

مداخل إدارة التغيير :

٨ و ٩

1. تعاوني Collaborative : يتطلب تعاون جميع الموظفين ويمكن أن ينتج عنها أفكار جدة ولكنه يحتاج وقت ومجهود.
2. استشاري Consultative : الإدارة تستشير أصحاب الشأن لكنها تأخذ القرار النهائي وهو وسط بين التعاوني والتوجيهي.
3. توجيهي Directive : الإدارة هي التي تتخذ القرارات لذلك يتطلب تواصل دائم وتعويض المتضررين أو من يقاومون التغيير أو نموذج paternal-maternal approach (الاب والام في الإدارة) (الاب يعرف أكثر والام متعاطفة). ٣
4. قسري Coercive : الإدارة تتخذ القرارات ويحتاج قوة للتنفيذ، ودور الموظفين محدود جدا وهو صادم وعليه تحفظات أخلاقية لكنه مطلوب عند الضرورة ولا سيما عدم وجود وقت كافي. ٥

س ١٠ : اتمتة العمليات هي من مستويات عملية التغيير وهي محفوفة بمخاطر

س ٢٤ : يمكنه ان يعرض الشركة للفشل الكبير هو : (إعادة هندسة المؤسسة)

مستويات التغيير:

المخاطر	الفائدة المتوقعة	نسبة التحسن المتوقعة	المستوى
احتمال الفشل كبير جداً	100% تحسن في الأداء	تشمل كل أنشطة وعمليات الأعمال	إعادة هندسة عمليات الأعمال
الخطر متوسط	50% تحسن في الأداء	تشمل إعادة تصميم العمليات الأساسية	تحسن العمليات
المخاطر قليلة	25% تحسن في الأداء	تشمل بعض العمليات	أتمتة العمليات

س ١١ و ١٢ : استراتيجيات الـ 7S في إدارة التغيير لاتشمل ؟. (القيمة المقترحة ، إدارة التغيير)
السؤال الأصلي استراتيجيات الـ 7S في إدارة التغيير تشمل ؟

✓ الـ 7S الاستراتيجية: هيكل المنظمة، الاستراتيجية، والنظم، والمهارات، والأسلوب والموظفين والقيم المشتركة.
س ١٣ و ٢٣ : ليست من ضمن طرق تطوير الشركات ؟. (طريقة انهاء المعاملات، التعهيد)
• الشركات تتطور خلال ثلاثة طرق Hagel:

1. طريقة جمع وتحليل وتبادل المعلومات والمعرفة.
2. طريقة ووسائل خدمة العملاء.
3. ابتكار سلع وخدمات وأفكار وعمليات ونماذج أعمال جديدة.

- س ١٤ : المعرفة الصريحة : (مخزنه في قواعد البيانات والارشادات المكتوبة)
 س ١٥ : تخصص العلوم الإدارية يركز على تطوير المعرفة : (الصريحة)
 س ٣٢ : ...موجودة في عقول الافراد وتكتسب بالخبرة والممارسة والتعلم والملاحظة ؟. (المعرفة الضمنية)
 س ٣٣ : يتم حماية المعرفة الضمنية عن طريق ؟. (التوعية والحوافز والترغيب والترهيب)

33

32

أنواع المعرفة:

1. معرفة ضمنية: موجودة في عقول الأفراد وتكتسب بالخبرة والممارسة والتعلم والبحث، يتم حمايتها بالتدريب والتوعية والحوافز وتبنى قيم نبيلة. 14
2. معرفة صريحة: هي المسجلة في الإرشادات وقواعد البيانات مثل طريقة وخطوات التعامل مع مشاكل العملاء، يتم حمايتها بالجدار التاري والتحكم في الوصول والتسخ الاحتياطي والتشفير.
3. معرفة أساسية: غير موجهة لحل مشاكل عملية ومدفوعة بالرغبة في البحث والاكتشاف.
4. معرفة تطبيقية: تركز على حل المشاكل وهذا ما تهتم به الشركات.

- س ١٨ : من أدوات تخزين المعرفة ؟. (الوتس نوتس)
 س ١٩ : برنامج الوتس نوتس يعتبر احد ؟. (أدوات تخزين المعرفة)
 س ٢٥ :....وحدة مركزية لجمع وتخزين المعرفة الداخلية والخارجية بهدف استغلالها وإدارتها من قبل المنظمة ؟. (مستودع المعرفة)
 س ٣٠ : هي احد الأدوات الاجتماعية لإدارة المعرفة ؟. (استراتيجية إدارة المعرفة)
 أدوات تكنولوجية:

1. أدوات لإنهاء المعاملات : مراكز المساعدة وتطبيقات خدمة العملاء، نظام البانر، نظام سداد.
2. أدوات تبادل المعلومات : الانترنت والانترنت والاكسترات، وغرف الدردشة والفيديو كونفرانس والويكيز والبلوغرز والشبكات الاجتماعية و اليميل ومجموعات جوجل.
3. أدوات لتخزين المعرفة : مثل برامج قواعد البيانات ولوتس نوتس وغيرها. 18
4. أدوات حل المشاكل : النظم الخبيرة ونظم المحاكاة. 25
5. مستودع المعرفة : وحدة مركزية لجمع وتخزين المعرفة الداخلية والخارجية بهدف استغلالها وإدارتها بكفاءة من قبل المنظمة.

ماهي أهداف منتدى الانسحاب الإلكتروني ؟

أدوات اجتماعية :

1. الاستراتيجية. 30
2. هياكل إدارية (مثل عمدة التطوير بالجامعة).
3. التدريب.

س ٢٠ : من عيوب التعهد : (يضر بالعمالة الوطنية)

س ٢١ : من مزايا التعهد: (يعوض نقص الخبرات)

- هيجل يرى أن الشركات ستركز على أحد هذه الطرق وتتعهد الشركات الأخرى بالباقي.
- التعهد يعوض نقص الخبرات وقد يوفر التكاليف أو الضرائب ويزيد الجودة ويضمن الوصول الى خبرات نادرة لكنه يضر بالعمالة الوطنية. 21

- غير أنه يهدد العمالة وعليه تحفظت أخلاقية وقد يسرب التكنولوجيا والمعرفة الى الخارج.

20

21

س ٢٨ : ترتيب عناصر نموذج لوين لادارة التغيير هو :
التسييل و التغيير و التجميد

س ٢٧ : من اشكال....القيام بتحليل بيانات نظم المعلومات واستخدامها في دعم واتخاذ القرارات. (تطوير المعرفة الصريحة)
س ٢٩ : ...هي احد عمليات تحويل المعرفة الضمنية الى معرفة ضمنية : (التنشئة الاجتماعية)
مداخل إدارة المعرفة :

عرض نوناكا وتاكوشي نموذج SECI (نوناكا وتاكوشي 1996) حيث يعرض 4 مداخل لإدارة المعرفة:

29

1. تحويل المعرفة الضمنية إلى ضمنية: ويعتبر هذا أحد أشكال التنشئة الاجتماعية. ويتم تبادل المعارف من شخص لآخر من خلال العلاقات الاجتماعية والممارسة، والتوجيه والإرشاد، والتلقين، والتقليد، والملاحظة.
2. تحويل المعرفة الضمنية إلى صريحة: تحويل المعرفة الضمنية إلى كتب ووثائق وأدلة وإرشادات مكتوبة وقواعد بيانات وغيرها، بحيث يمكن أن تخزن وتنتشر داخل المنظمة بسهولة.
3. تطوير المعرفة الصريحة: هو إنتاج مزيد من المعرفة الصريحة عن طريق تجميع ومعالجة المعرفة الصريحة الموجودة. مثال على ذلك تخزين بيانات نظم المعاملات واستخدامها من قبل نظم المعلومات الإدارية ودعم واتخاذ القرار ونظم إدارة العلاقة مع العملاء ونظم إدارة سلسلة التوريد.
4. تحويل المعرفة الصريحة إلى ضمنية: مثل قراءة الكتب والإرشادات والأبحاث والمستندات وغيرها. مثل تخزين شكاوى العملاء واستخدامها في تطوير المنتج.

س ٣٤ : الشركات تحتاج الى المعرفة اكثر من غيرها لانها تركز على حل المشاكل : (التطبيقية)

س ٣٥ : دعائم اقتصاد المعرفة لايشمل : (القيم والأخلاق)

السؤال الأصلي دعائم اقتصاد المعرفة يشمل ؟

- ١- تقنية المعلومات. ٢- مجتمع المعلومات. ٣- علم المعلوماتية
- ٤- إدارة المعرفة. ٥- التعليم. ٦- الابتكار

س ٣٦ : حدد العبارة الخاطئة بخصوص التعهيد؟. (التعهيد هو احد اشكال التكامل الراسي)
التعهيد هو :

- هيجل يرى أن الشركات ستركز على أحد هذه الطرق وتتعهد الشركات الأخرى بالباقي.
- التعهيد يعوض نقص الخبرات وقد يوفر التكاليف أو الضرائب ويزيد الجودة ويضمن الوصول الى خبرات نادرة لكنه يضر بالعمالة الوطنية.

- غير أنه يهدد العمالة وعليه تحفظت أخلاقية وقد يسرب التكنولوجيا والمعرفة الى الخارج.

التعهيد Outsourcing :

هو استخدام واستئجار كفاءات وقوى وأفراد ووسائل وخدمات من مؤسسات أو شركات أو جهات ثالثة (أجنبية أو محلية) للقيام بأحد أنشطة المنظمة، وهو طريقة جديدة لهيكل المنظمة وتقسيم العمل وتوفير المال والطاقة.

محاضرة ١١

س ١ : طبقاً للمنتدى العالمي لسلسلة التوريد، ليست من الأنشطة الرئيسية لسلسلة التوريد : (إدارة الموارد البشرية)

السؤال الأصلي : المنتدى العالمي للتوريد حدد ٨ أنشطة رئيسية في سلسلة التوريد هي :

- المنتدى العالمي سلسلة التوريد حدد 8 أنشطة رئيسية في سلسلة التوريد: إدارة العلاقة مع العملاء، وإدارة خدمة العملاء، وإدارة الطلب، وفاء الخدمات الإلكترونية، الشراء الإلكتروني، وإدارة تدفقات التصنيع، وتطوير المنتج وتسويقه، وتقديم الخدمات اللوجستية العكسية.

س ٢ : هي (او هو) الأقصر بين سلاسل التوريد المختلفة : (سلسلة التوريد الإلكترونية)
 س ٤ : من خصائص سلسلة التوريد التقليدية : (سلسلة في اتجاه واحد وتركز على دفع المنتج اتجاه المستهلك)
 س ١٢ : من خصائص سلسلة التوريد التقليدية انها : (تركز على السلع الحسية " الملموسة ")
 س ١٦ : سلسلة التوريد الإلكترونية (نتعامل مع منتجات رقمية " غير ملموسة ")
 س ٢٣ : من سمات سلسلة التوريد التقليدية : (انها طويلة ومعقدة)

مقارنة سلسلة التوريد التقليدية بالإلكترونية:

سلسلة التوريد الإلكترونية	سلسلة التوريد التقليدية
غالباً السلع محسوسة س١٢	منتجات إلكترونية وخدمات س١٦
ارتفاع التكاليف	انخفاض التكاليف
المنتج يدفع السلعة الى السوق demand-push	المستهلك يجذب السلعة demand-pull
سلسلة المعلومات والأموال والسلع تسير في اتجاه واحد س٤	كل التدفقات تسير في اتجاهين
لا تستفيد من شبكات القيمة	تستفيد من شبكات القيمة
لا تستفيد من التجارة التعاونية	تستفيد من التجارة التعاونية
سلسلة طويلة ومعقدة بسبب كثرة الوسطاء س٢٣	سلسلة قصيرة وبسيطة بسبب قلة الوسطاء وطبيعة المنتجات س٢
غير صديقة للبيئة	صديقة للبيئة لأنها توفر المكان والعمالة والورق والمواصلات

س ٣ : عناصر قياس فعالية إدارة سلسلة التوريد لاشتمل : (نسبة المرتجع من المبيعات)
 عناصر قياس فعالية إدارة سلسلة التوريد لاشتمل : (نسبة المبيعات)
 السؤال الأصلي عناصر قياس فعالية إدارة سلسلة التوريد تشمل ؟

- ١ - معدل التسليم في الوقت المحدد. ٢- الوقت اللازم لتلبية الطلبات
- ٣ - معدل تلبية الطلبات من المخزون المحلي. ٤- تكلفة إدارة سلسلة التوريد
- ٥- تكلفة الضمان والتأمين وكنسبة مئوية من الإيرادات ٦- عدد أيام التخزين
- ٧- معدل دوران الاصول

س ٦ : ليست من اهداف إدارة سلسلة التوريد : (تطوير منتجات قادرة على المنافسة)

- إدارة سلسلة التوريد: هي تصميم وتخطيط وتنفيذ ومراقبة ورصد أنشطة سلسلة التوريد بهدف خلق قيمة صافية، وبناء بنية

تحية قدرة على المنافسة، والاستفادة من الخدمات اللوجستية، ومزامنة العرض والطلب وقياس الأداء على مستوى جميع

فروع الشركة.

س ٧ : المحاكاة لاستخدم في : (تلاحم الشاحنات) ؟ الشاحنات ليست أداة تكنولوجية يمكن المحاكاة بها على عكس تطوير المنتج يمكن عمل محاكاة عليه
س ٢٤ : حدد الفقرة الخطأ بخصوص عملية تلاحم الشاحنات ؟ (تساهم في بناء المنظمات الافتراضية)
س ٣٠ : من النماذج التقليدية لإدارة المخزون ؟ (تلاحم الشاحنات) وتمييز المتأخر وتصنيف المخزون وترتيبه

• لماذا نحتاج للمخزون؟: لأن عمليتي الإنتاج والتوزيع تأخذ وقتًا كبيرًا وصبر الزبون على الانتظار محدود.

• وسائل تقليدية : س ٣٠ : النماذج التقليدية : كلها ٣

٢٤

- ✓ تلاحم الشاحنات Cross-docking: تفريغ شاحنات المصانع مباشرة في شاحنات تجار التجزئة.
- ✓ التمييز المتأخر Delayed differentiation: صناعة منتجات نمطية من الأثاث أو السيارات أو الملابس ثم صبغها وإضافة المكملات لها حسب الطلب.
- ✓ تصنيف المخزون وترتيبه: سحب السلع التي صلاحيتها محدودة باتباع نظام الأول-أولاً First-In-First-Out والسلع المعمرة باتباع نموذج الأخير-أولاً Last-In-First-Out .

• وسائل إلكترونية :

- ✓ التخلص من أثر السوط: تبادل المعلومات، تقليل عدم التيقن، الشراكات الاستراتيجية، التجارة التعاونية.
- ✓ التجارة الإلكترونية الخالصة: شحن السلعة مباشرة للعملاء وليس من خلال تجار التجزئة، يوفر الوقت وتكاليف الوساطة والمعاملات.
- س ٧ المحاكاة لبرنامج التنبؤ بالطلب وليس لتلاحم الشاحنات
- ✓ برامج التنبؤ بالطلب: نظم المحاكاة والاستبيانات، وتاريخ البيعات وبرنامج Odoo و OFBiz .
- ✓ أتمته إدارة المخزون: باستخدام تقنية التعرف على الهوية بموجات الراديو RFID وهي شريحة تخزن معلومات السلعة (سعرها وتاريخ الصلاحية) ويمكن قراءتها بجهاز خاص من على بعد أمتار.

س ٨ : من اهم ادوات جعل مخرجات قسم مدخلات قسم اخر ؟ (دعم سلسلة القيمة)

10. دعم سلسلة القيمة :تقسم أنشطة المنظمة الى رئيسية (التوريد والإنتاج والتوزيع وغير رئيسية (الموارد البشرية والمالية).
وتستخدم تقنية المعلومات في:

- ✓ التواصل بين مجموعات العمل، الموظفين التدريب وتبادل المعلومات والخدمات والأموال بين وحدات الشركة المختلفة.
- ✓ التكامل بين الأقسام وجعل مخرجات قسم مدخلات لقسم آخر.

س ٩ : حدد العبارة الخاطئة بخصوص تصنيف المخزون وترتيبه : (نسحب السلع المرصودة في الصوف الامامية بصرف النظر عن موعد دخولها) الصح المعمرة وليست الامامية

✓ تصنيف المخزون وترتيبه: سحب السلع التي صلاحيتها محدودة باتباع نظام الأول-أولاً First-In-First-Out

والسلع المعمرة باتباع نموذج الأخير-أولاً Last-In-First-Out .

الإجابات الصح كالآتي :

المعمرة < أخيرا

غير المعمرة < أولا

-المعمرة بصرف النظر عن موعد دخولها

س ١٠ : من فوائد المنظمات الافتراضية : (تنمية رأس المال البشري)
س ١٧ و ١٨ : من عيوب المنظمات الافتراضية : (تدمير رأس المال الاجتماعي ، تقلل رأس المال الاجتماعي)
س ١٩ : من أهم عيوب المنظمات الافتراضية : (ضعف اليات فض النزاعات)

11. المنظمات الافتراضية **Virtual Organizations**: هي منظمات تعمل في الواقع الافتراضي وتعتمد على تقنية المعلومات في أداء وظائفها بدون حدود وموقع مكاني معين. تتناسب الخدمات الاستشارية وتصميم البرامج والنشر الإلكتروني والمنظمات الخيرية والتنموية والخدمات الإلكترونية .

✓ فوائدها:

- عدم الحاجة الى مكان أو مهاتي (حلت مشكلة اختيار المكان) .
- الاعتماد على لتقنية والمعرفة والحاسبات بدل العمالة .
- العمالة الجوانة والدوام 24 ساعة والزيائن جزأ من قوة العمل .
- المرونة في العمل وقلة ضغط العمل والإدارة المشتركة أو المسطحة .
- المحافظة على البيئة وتنمية المناطق النائية لأن الإدارة أو العمل يمكن أن يكون عن بعد.
- تنمية رأس المال البشري **human capital** عن طريق تبادل المعرفة والخبرات.
- مناسبة للهيئات العلمية والاستشارية والتنموية وقاطني المناطق النائية وذوى الاحتياجات الخاصة .

✓ عيوبها: ارتفاع تكاليف البنية الإلكترونية، والاعتماد على التكنولوجيا والإنترنت، وتحتاج الى الثقة، وضعف آليات فض المنازعت وتقلل رأس المال الاجتماعي **social capital** بسبب العزلة الاجتماعية.

س ١٥ : حدد العبارة الخاطئة بخصوص المنتجات الجديدة : (يمكن التنبؤ بالطلب عليها بسهولة) < جواب
المنتجات المستقرة وليست الجديدة

تصميم استراتيجيات التوريد الإلكترونية :

- اختيار استراتيجية سلسلة التوريد.
- المنتجات المستقرة: لطلب مستقر ويمكن التنبؤ به وتحتاج الى سلسلة بسيطة وفعالة، ومنخفضة لتكلفة.
- المنتجات الجديدة: تحقق هامش ربح عالي، والطلب المتقلب، وقصر دورة حياة المنتجات. منتجاتها تتطلب سلسلة توريد تركز على السرعة، والاستجابة للمتغيرات الخارجية، والمرونة بدلا من تكاليف منخفضة.

س ٢٠ : من عوامل نجاح سلسلة التوريد من وجهة نظر المجتمع :

عوامل نجاح إدارة سلسلة التوريد:

1. وجود الثقة بين الشركاء.
 2. الشفافية في كل مراحل سلسلة التوريد.
 3. السرعة وتقليل التكاليف وجودة الإنتاج وخدمة العملاء.
 4. تكامل كل مراحل سلسلة القيمة.
 5. تبنى التجارة الإلكترونية والتعاونية.
 6. تبادل المعلومات بخصوص تسعير المنتج ، وإدارة المخزون ، وتتبع حركة الشحن ، وإدارة تدفقات الأموال ، ومتابعة أخبار التكنولوجيا.
 7. تعظيم كل رابط في روابط سلسلة القيمة.
 8. المسؤولية الاجتماعية والمحافظة على البيئة.
- بالسؤال كتب من وجهة نظر المجتمع نختار الي فيها مجتمع << البيئة

س ٢١ : وظيفة مهام مدير سلسلة التوريد لاتشمل : (تصميم منتجات تناسب أذواق المستهلك) ووظيفة مهام مدير سلسلة التوريد تشمل :

• وظيفة ومهام مدير سلسلة التوريد:

1. مراجعة وتحديث ممارسات سلسلة التوريد وفقاً للسياسات الجديدة أو تغيير البنية والمعايير واللوائح والقوانين.
2. تحديد طرق اقتصادية للنقل والشحن والتوزيع والتخزين.
3. رسم مخطط لسلسلة التوريد للمساعدة في تسهيل المناقشات مع الشركاء ومدراء الأقسام الأخرى.
4. تحديد التكاليف وتوقع الطلب والعرض لكل من المواد والسلع المصنعة.
5. إدارة المخزون ومتابعة مواعيد وصول الشحنات.
6. تقييم القدرة الإنتاجية للموردين عن طريق زيارات ميدانية.

س ٢٥ : الاستحواذ على مصادر المواد الخام هو احد اشكال : (التكامل الخلفي)

• التكامل الرأسي: الاستحواذ على مصادر المواد الخام (تكامل خلفي) أو الاستحواذ على مراكز التوزيع (تكامل أمامي)

سؤال: ما هي أشكال و آثار أتممة الحروب؟

• أتممة الإنتاج: استخدام الذكاء الصناعي والروبوتات

- ✓ زيادة الإنتاج والسرعة، وقلة الأخطاء، وتقليل الفاقد والعمالة، وزيادة الجودة .
- ✓ يضر العمالة والبيئة ويحتاج لى تكاليف عالية.

س٢٦ : تطوير منتج جديد يعتبر احد أنشطة : (القسم الداخلي لسلسلة التوريد)
س٢٧ : إدارة العلاقة مع الزبون تعتبر احد أنشطة : (القسم السفلي من سلسلة التوريد)
بالفهم تطوير منتج جديد راح يكون بالقسم الداخلي لنن يكون تحت الصناعة (داخل المنصع) وإدارة العلاقة مع العملاء او المشترين بتكون بعد ما نطلع المنتج من المنصع وجاهز للبيع وبالنسبة للقسم العلوي مثل المواد الأولية المواد الخام والعمليات بين المنصع وقسم التصنيع

مراحل سلسلة القيمة:

القسم العلوي : هي المبادلات والعمليات بين المنصع أو قسم التصنيع وموردي مواد الخام وعناصر الإنتاج الأخرى.

القسم الداخلي : تشمل العمليات الداخلية التي تتم أثناء تصنيع المنتج أو الخدمة حتى خروجها من المنصع.

القسم السفلي : تشمل العمليات والأنشطة التي تلي خروج المنتج من المنصع حتى يد المستهلك.

س٢٨ : يقصد بالإنتاج الرشيق : (تجنب أي عمليات او إضافات لا تخلق قيمة)

تخفيض تكلفة الإنتاج :

• الإنتاج الرشيق Lean Production: تجنب أي عمليات أو إضافات لا تخلق قيمة.

يقصد بأثر السوط : (تذبذب العرض والطلب)

• أثر السوط Bullwhip Effect : يقصد به تذبذب العرض (مدخلات الإنتاج) والطلب (السلع المصنعة) يؤدي الى مشاكل في المخزون وخسارة في المبيعات.

س ٣١ : ال ٧ أشياء المهدورة لا تشمل : (المعلومات الزائدة)
ال ٧ أشياء المهدورة تشمل ؟

والقيمة هي : أي شيء يكون الزبون مستعد لدفع مقابل له. لذلك طورت شركة تويوتا مصطلح ال 7 أشياء مهدورة 7 Wastes:

سؤال: كيف ساهمت تقنية المعلومات في تقليل تكاليف التسويق؟

1. العمليات الزائدة: تزيد التكاليف ولا تضيف قيمة للمستهلك

2. الإنتاج الزائد: يزيد تكلفة التخزين ويصعب تصريفه أو بيعه

3. المواصلات: نقل المنتج من مكان لآخر بدون داعي لا يزيد في القيمة وقد يسبب تلفه.

4. الحركة الزائدة: حركة المنتجات أو أدوات الإنتاج أو العمال تزيد التكاليف. فترك الماكينات بلا إنتاج تؤدي الى استهلاك

الطاقة ونقص عمرها الافتراضي وتلوث البيئة. وحركة العمال الزائدة قد ينتج عنها حوادث.

5. كثرة الانتظار: ويقصد به انتظار المنتج للانتقال الى المرحلة التالية في عمليات الإنتاج والتوزيع.

6. عيوب المنتج: عيوب المنتج تؤدي الى إعادة إصلاحه أو استرداده مما يزيد التكاليف.

7. المخزون: يعتبر المخزون سسواء كان مواد خام أو مبيع مصنعة أو منتجات نهائية جزءاً من رأس المال. وهذا

المخزون لا ينتج أموال للشركة ولا قيمة للمستهلك.

س٣٢ : من احد الخواص التي تساعد على تقصير سلسلة التوريد الالكترونية : (تلازم الإنتاج والاستهلاك)

محاضرة ١٢

- س ١ : تستخدم في التحقق من هوية المستخدم : (المحافظ الرقيمة)
س ٩ : بيتكوين BITCOIN هي؟ (النقود الرقيمة)
س ٢ : يسهل مقايضة الذهب بالقروض : (موقع بوانجو)

المقايضة الإلكترونية E-Bartering:

- هي مواقع الكترونية لتسهيل مقايضة منتج بمنتج، أو خدمة بخدمة، أو منتج بقرض.
- تركز على الاقتصاد المحلي وتوفر تكاليف الشحن، وتمنع تسرب الثروة خارج المجتمع المحلي.
- موقع بوانجو PawnGo يسهل مقايضة الذهب بقروض.
- موقع ثريد أب ThredUp يسهل مقايضة الملابس والألعاب والأجهزة المستعملة.
- موقع سواب Swap.com يعتبر أكبر مواقع للمقايضة في العالم حيث وصل حجم أعضائها 1.2 مليون عضو.
- U-Exchange يقلب خدمات مثل تقديم استشارات أو رعاية الأطفال مقابل الإقامة في المنزل.
- CouchSurfing موقع تصفح الأرائك يسهل مقايضة الأرائك أو تأجير الأرائك وبلغ عدد أعضائه 5.5 مليون عام 2014 .

- س ٣ : يعتبر وسيلة للتغلب على عوائق الدخول في الصناعة :
س ٤ : تناسب الصناعات الصغيرة والمتوسطة تقلل عوائق الدخول في الصناعة :

تجارة التجزئة الإلكترونية Electronic Retailing

يقصد بها عمليات بيع وشراء السلع والخدمات التي تكون بين المصنع أو تاجر الجملة أو المستهلك النهائي والتي تتم عن طريق الإنترنت.

تشمل أنشطة تجارة التجزئة جميع الأنشطة المشتركة من البيع، والتأجير، وتوفير السلع، والخدمات للعملاء. لأغراض شخصية أو عائلية أو الاستخدام المنزلي.

يتم البيع بالتجزئة على الإنترنت للمستهلكين: البحث عن وتقييم وترتيب المنتجات، ويسمى بالمشخصة.

وتشير الإحصائيات إلى أن حجم مبيعات تجارة التجزئة الإلكترونية حوالي 1.3 تريليون دولار عام 2014 بزيادة 22% عن عام 2013.

وصلت 15 مليار دولار في الدول العربية في عام 2014 منها 4.3 مليار في المملكة.

نماذج تجارة التجزئة الإلكترونية:

1. الشراء عن طريق البريد Mail-order:
 - يضع المشتري طلبه عن طريق المكالمات الهاتفية أو عن طريق موقع الإنترنت، ويتم تسليم المنتجات إلى العملاء عن طريق البريد حسب العنوان الذي يحدده المستهلك.
 - يحدث على نطاق واسع بدون وسطاء بين المصنعين والمستهلكين.
2. البيع المباشر عن طريق المصنع:
 - حيث يقوم المصنع ببيع منتجاته مباشرة عن طريق الإنترنت.
 - يعنى المنتج من فهم أسواقهم بشكل عن طريق الاتصال المباشر مع المستهلكين.
 - يمكن للمستهلكين الحصول على قدر كبير من المعلومات عن المنتجات من خلال علاقتهم المباشرة للمصنعين.

تجارة التجزئة الإلكترونية خاصة Pure-play:

هي الشركات التي تباع بشكل مباشر للمستهلكين عن طريق الإنترنت دون أن تحتفظ بقطاعات بيع تقليدية.

تساهم في رفع الأرباح وتقليل النفقات مثل مساحات التخزين والعرض وتوفير رواتب العمال وما إلى ذلك.

تناسب الصناعات الصغيرة والمتوسطة وتقلل عوائق الدخول في الصناعة.

4. نموذج الطوب والنقرات Bricks and Clicks Retailers:

هم تجارة التجزئة التي يبيعون في الأسواق التقليدية وكذلك الأسواق الإلكترونية. أو على الأقل يقدمون خدمات ما بعد البيع عن طريق الإنترنت أو التلفزيون.

ومثال على ذلك مكتبة جرير وول مارت.

غير مناسب في تجارة السيارات والأثاث.

5. مراكز التسوق E-Malls:

عبارة عن مراكز تسوق إلكترونية ضخمة يوجد فيها العديد من المتاجر الإلكترونية، قد يصل عددها إلى عشرات الآلاف.

تحتاج إلى محرك بحث قوي يمكن المستهلكين من العثور على المنتجات بسهولة، ونظام ترتيب طريقة الشحن ودفع التكلفة.

تستخدم سلة تسوق واحدة داخل المتاجر المختلفة داخل المركز التجاري، ويتم الدفع والشحن مرة واحدة لعدد من المنتجات.

كما يعرف بحزم المنتجات Product Bundling.

الأداء السري لبعضها قد يضر بسمعة الأخرى.

من أمثلتها: متجر باهوو smallbusiness.yahoo.com/merchant و YAHOO! Store

- س ٥ : من فوائد الاعمال الإلكترونية للمجتمع :
س ١٠ : من الفوائد البيئية للاعمال الإلكترونية : (ظهور مايعرف بالمخازن الخاوية)
س ٦ : ...يناسب المشروعات الكبيرة ذات الإمكانيات التكنولوجية العالية : (نموذج الطوب والنقرات)
س ٧ : نموذج المخازن الخاوية لايناسب : (الأسواق التقليدية) (يناسب المتاجر الإلكترونية)

س ٥ و ١٠ و ٦ و ٧ ما حصلتها في الملخص شكلها قديمة

محاضرة ١٣

- س ١ : من اهم خصائص المدن الصناعية : (تنتج منتجات كثيفة العمالة)
 س ٢ : من اهم خصائص اودية التكنولوجيا انها ؟.....؟ (تنتج منتجات كثيفة المعرفة)

بالفهم المدن الصناعية تركز على رأس المال والعمال وتنتج منتجات قديمة وتقليدية ومالها أي ارتباط في الجامعات على عكس اودية التكنولوجيا تهتم كثير في المعرفة وتنتج منتجات جديدة وتهتم بالجامعات

أودية التكنولوجيا	المدن لصناعية
تنتج منتجات كثيفة المعرفة	تنتج منتجات كثيفة للعملة ورأس المال والمواد الخام
تركز على إنتاج منتج جديد أو تطوير المنتجات الحالية	تنتج منتجات قديمة وتقليدية
الشركات مرتبطة بالجامعات ومراكز البحث العلمي	غير مرتبطة بالجامعات ومراكز البحث العلمي

- س ٣ : من اهم عيوب الابتكارات المغلقة : (ارتفاع التكاليف)
 س ٤ : من اهم مزايا الابتكارات المغلقة : (قلة النزاع على حقوق الملكية)
 الدكتور ما ذكر عيوب او مزايا الابتكارات المغلقة في الملخص لكن بالنسبة للعيوب راح ناخذ عكس مزايا الابتكارات " المفتوحة "

الابتكارات المفتوحة Open Innovations :

- الابتكارات المفتوحة تعني أن الشركة تستخدم أفكارها الداخلية وأفكار من الخارج في تطوير منتجاتها. أي مشاركة أكثر من شركة (وربما الأفراد) في تطوير المنتج. أهمها البرامج والشبكات والأجهزة.
 - الابتكارات المغلقة: التكنولوجيا اخترعت وأنتجت وأحضرت للسوق بواسطة الشركة المبتكرة.
- مزايا الابتكارات المفتوحة: تبادل المعرفة وتقلل تكاليف البحث والتطوير والأسعار وتحسن الفرص التسويقية.
- عيوبها: احتمال النزاع على حقوق الملكية الفكرية وفقدان الشركة لمزاياها التنافسية

حروف مهمة

- G يعني حكومة
- C يعني مستهلك
- E يعني موظف
- B يعني اعمال او مؤسسة

- س ٦ : تحقق الاندماج المجتمعي : (G2C)
 س ٧ : من اهدافتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية : (G2C)
 س ٨ : نظام ساهر لمراقبة الطرق يعتبر ؟.....؟ (G2C)
- من حكومة الى مستهلك لنن الاندماج المجتمعي تقدمه الحكومة G الى المواطن 2 " المستهلك " C
 - والتنمية الاجتماعية والاقتصادية تحققها الحكومة G الى2 المواطن C
 - نظام ساهر وابشر ويسر تقدمها الحكومة للمواطن .

المعلومات في الصفحة الي بعدها

ما هي الحكومة الإلكترونية؟

- الحكومة الإلكترونية هي الخدمات الحكومية التي تقدم عن طريق الإنترنت وشبكات الجوال.
- فهي تحسن أداء الحكومة وتحدث طفرة في تواصل الحكومة مع المواطنين والعكس.

• وأهم أشكالها :

- ✓ الخدمات التي تقدمها الحكومة للمواطنين G2C (خدمات أبشر وساهر ويسر والتراخيص وغيرها).
- ✓ الخدمات المتبادلة بين الحكومة والأعمال (الشركات والمؤسسات التجارية) وتعرف اختصاراً بـ G2B (التراخيص والمناقصات، وتبادل المعلومات).
- ✓ الخدمات والمعلومات التي يقدمها المواطنون للحكومة C2G ومنها الضرائب والشكاوى والاقتراحات.
- ✓ الخدمات المتبادلة بين مؤسسات الحكومة بين بعضها البعض وتعرف بـ G2G الخدمات المتبادلة بين الحكومة وموظفيها وتعرف بـ G2E (تبادل المعلومات، التدريب، المرتبات).

س ١٠ : اهم وسائل توظيف التكنولوجيا في التنمية....؟

- 1- التعليم الالكتروني ٢- الصحة الالكترونية. ٣- تنمية اودية التكنولوجيا

معلومات إضافية

استخدام تقنية المعلومات في التنمية IT4D :

- يشير الى استخدام تقنية المعلومات في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية. وأهم أبعاده
- **محاربة الفقر:** التدريب، دعم المشروعات الصغيرة، وكوبونات الدعم الذكية وأتممه نظم الضمان الاجتماعي (مثل برنامج ساند السعودي، وبطاقات توزيع الوقود المدعم في مصر)
- **تنمية الريف:** أخبار الطقس، وإدارة موارد المياه وتوفير معلومات عن أسعار المنتجات الزراعية، والمعاملات البنكية والتجارة والحكومة الإلكترونية والتعليم عن بعد.
- **تنمية المجتمع المحلي:** مواقع إنترنت، برامج تدريب، ومراكز الاتصال المحلية Community centers وبناء شبكات لاسلكي وقناة تليفزيونية ورايو لخدمة المجتمع.
- **تمكين المرأة ودعم ذوي الاحتياجات الخاصة:** برامج ومبادرات ومننديات لدعم المرأة والأمومة والطفولة ومساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة Assistive Technology .
- **دعم اللاجئين وضحايا الكوارث:** شبكات الانترنت والجوال وخرائط جوجل ونظم الإنظار المبكر والحاسبات تستخدم على نطاق واسع في برامج الإغاثة.
- **المنظمات غير الهادفة للربح Nonprofit e-Business:** وسائل التواصل الاجتماعي ويوتيوب والمواقع الإلكترونية.

عوامل نجاح الحكومة الإلكترونية:

- وجود التوعية والطلب على الخدمات ووجود قطاعات اقتصادية رائدة.
- وجود رؤية أو استراتيجية ورقابة فعالة على جودة الخدمات.
- توفر خدمة الإنترنت السريع والجوال بأسعار ميسرة.
- النجاح في إدارة التغيير (إعادة هيكلة لوزارات والجامعات والخدمات الحكومية).
- توفير التمويل الكافي.
- ارتفاع جاهزية الإلكترونية المتمثلة في عدد الحاسبات والجوالات وخطوط الهاتف ومهارات الحاسوب والمحتوى والتطبيقات.
- وجود الرغبة السياسية وتأييد نخبة المجتمع ورجال الأعمال.



اعداد : hema

بالتعاون مع .. اسجاد والحص*