

e-commerce	التجارة الالكترونية
e-bussinesst	التجارة الالكترونية
(Transaction processing (TPS	معالجة المعاملات
(Management and Decision Suppor (MIS/DSS	الإدارة ودعم اتخاذ القرار
(Enterprise Resource Planning (ERP	تخطيط موارد المؤسسات
(Customer Relationship Management (CRM	إدارة علاقات العملاء
(Knowledge Management (KM	إدارة المعرفة
Communication and social network systems	نظم الاتصالات والشبكات الاجتماعية
Talent Management Systems	نظم إدارة الكفاءات
e-commerce	التجارة الالكترونية
e-bussinesst	التجارة الالكترونية
(Transaction processing (TPS	معالجة المعاملات
(Management and Decision Suppor (MIS/DSS	الإدارة ودعم اتخاذ القرار
(Enterprise Resource Planning (ERP	تخطيط موارد المؤسسات
(Customer Relationship Management (CRM	إدارة علاقات العملاء
(Knowledge Management (KM	إدارة المعرفة
Communication and social network systems	نظم الاتصالات والشبكات الاجتماعية
Talent Management Systems	نظم إدارة الكفاءات
intranet	شبكة الانترنت
extranet	شبكة الاكسترنانت
customer relations management (CRM )	إدارة العلاقات
business partnerships	الشركاء
electronic transactions within an organization	العمليات الالكترونية في المؤسسة

	suppliers	الموردين
	partners	وشركاء العمل
Strategic- focus		ادارة الاعمال الالكتروني
	Measurement	القياس
	Flexibility	المرونة
Reengineering supply chains		إعادة هندسة سلاسل التوريد
Process-centered		التركيز على العمليات
	Security	الأمن
Standardization and interoperability		توحيد المقاييس والتكامل
	التجارة الالكترونية	E-commerce
برامج الكمبيوتر		Computer software
المعدات		Computer hardware
	الكتب	Books
	الموسيقى	Music
	الهدايا	Gifts
	تعتبر لأكثر مبيعاً في الانترنت (الحجز للتذاكر ، الحجز للفنادق )	Travel
	الملابس	Clothes
Brick –and Mortar		شركات السوق التقليدي
Click – and –Mortar		شركات جزئياً الكتروني
Pure Online Organization		شركات ذات أسواق الكتروني
	بيزنس تو بيزنس ، شركات لشركات	B2B
	شركات إلى مستهلكين	B2C
	مستهلكين إلى الشركات	C2B

مستهلك لمستهلك	C2C
حكومات الكترونية	EG
شركات تقدم خدمات لموظفيها	B2E
عمليات الدفع	Transactions
الإشتراكات	Subscriptions
الإعلانات	Advertising
المبيعات	Sales
وضع رابط مؤسسة داخل موقع مشهور	Affiliations
المنتجات الرقمية	Digital Products
Direct Sales Model	نموذج البيع المباشر
صاحب شركة ديل	Michil Delll
أسواق التجارة الإلكترونية	E-commerce Markets
الزبائن	Customers
الباعة	Seller
المنتجات	Products
الواجهة	Front –endhg 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

Competition	المنافسة
E-catalog	الكتالوج الإلكتروني
المزادات الإلكترونية	E-Auction
Auctions	المزادات
Bartering	المقايضة
M-Commerce	التجارة المتنقلة
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
Many Buyer – Many Seller	عدة باعة / عدة مشترون
One Buyer – Many Seller	مشتري واحد / عدة باعة
English Auction	المزاد الإنجليزي
Yankee Auction	مزاد يانكي
Business Process Re-engineering (BPR)	إعادة هندسة العمليات الإدارية
Customization	مفهوم التخصيص
Ordering Systems	أنظمة أخذ الطلب
Knowledge Organization	المنظمات المعرفية
Tele-Commuting	العمل عن بعد
Mobile Technology	التقنية النقالة
Telecommunication	اختصار للاتصالات

Mail-order retailers that go online      الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد

Direct marketing from manufacturers      التسوق المباشر من الشركات المصنعة

Pure-play e-tailers      اللعب لصرف لمراكز البيع الإلكترونية

Click –and-mortar retailers      تجار التجزئة حسب الطلب

Internet (online) malls      مجمعات التسويق المباشرة

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

E-payment      الدفع الإلكتروني

Credit Cards      بطاقات الائتمان

Digital Currency      العملات الرقمية

E-Wallets      المحافظ الإلكترونية

Peer-to-Peer Methods      طرق الند للند

Smart Cards      الكروت الذكية

Personal Cheques	الشيكات الشخصية
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
Repudiation	الرفض
Financial risk	المخاطر المالية
Fraud protection	الحماية من الاحتيال
E-business Strategy	استراتيجية الأعمال الإلكترونية
Generic Strategies	الاستراتيجية العامة
Overall cost leadership	قيادة التكلفة الإجمالية.
Differentiation	التمييز.
Focus	التركيز
Competitive Analysis	تحليل المنافسة
SWOT	تحليل
Strengths	نقاط القوة
Weaknesses	نقاط الضعف

أسئلة للمحاضرة ١

س١: يقصد بالتوازن الصحيح هو

-التوازن في إدارة المعرفة

-التوازن في النقل السريع للبيانات

-التوازن في النشاطات التجارية

-التوازن الذي يجمع المعرفة والحكمة في أن واحد

س٢: تعرف التجارة الإلكترونية e-commerce أنها

-عمليات بيع وشراء وتبادل الخدمات من خلال الإنترنت وأحيانا يشترط إجراء عمليات مالية فيها

-هي عمليات بيع وشراء ويشترط أن يكون فيها إجراء عمليات مالية

-لاشيء مما ذكر

-تبادل العمليات الإداريه من خلال الإنترنت

س٣: تعرف إدارة الأعمال الإلكترونية e-bussiness

-تقوم بعملية تبادل المعلومات والبيانات لتسهل الأمور المالية كالتمويل والدفع للمعاملات التجارية

-هو المكان الي يلتقي فيه البائع والمشتري لتبادل المنتج بمال أو تبادل المنتج بمنج

-تحسن خدمة العملاء

هي المفهوم الأوسع للتجارة الإلكترونية وتشمل كافة النشاطات وأعمال المنشأة ولا تقتصر على عمليات

البيع وأشراء

س٤: يقصد بالإنترنت هي

مجموعة من الشبكات المترابطة والمتداخلة وفق مقاييس مختلفة

-مجموعة من الملفات المرتبة وفق طريقة معينة

-مجموعة من الشبكات العامة والخاصة فقط

-مجموعة من الشبكات المترابطة والمتداخلة وفق مقاييس معينة وتتألف من شبكات خاصة وعامة وأكاديمية واعمال وغيرها

.....

هذا بعض الجزئيات التي لم توضع عليها أسئلة

.....

٢- يعد ..... العمود الفقري للتجارة الإلكترونية

E-catalog الكتالوج الإلكتروني

٢- من أهم مزايا الكتالوج الإلكتروني هي

فاعلية عرض المعلومات - معلومات سهلة التحديث - مرونة عالية في التخصيص -مرتبط بالمخزون ووجود السلع ومرتبط بالعمليات الإدارية الأخرى

٣- الفرق بين الكتالوج الورقي والكتالوج الإلكتروني

الورقي /سهل (البناء والتصميم وكذلك النقل والتداول) +صعب (التحديث وربطه مع أنظمة الشركة كالمخزون والمالية )

الإلكتروني /صعب ومكلف +سهل ( التحديث و الربط بالمخزون والمالية وسهل في الحركة ) إستخدامه على الأجهزة النقالة والهواتف الذكية )+تكالفته متدنية على المدى البعيد

٤- أفضل محرك بحث هو

قوقل Google

٥- هو برنامج حاسوبي صغير يدخل على قواعد البيانات الموجودة على الإنترنت من أجل البحث عن معلومة

يقصد به محرك البحث

٦- لايمكن فتح متجر إلكتروني بدون الإعتمادعلى ...

محرك بحث قوي للبحث داخل المتجر

٧- ضرورة جداً في المتاجر الإلكترونية لجمع مشتريات العملاء ...



إدارة الكترونية ١٤٣٥هـ الفصل الدراسي الثاني

Catalog merchant: وتتجسد بالمحلات التي تعتمد على مجلات وكاتلوجات العرض على الإنترنت حيث يقوم المشتري باختيار ما يريد من المنتجات، ويذهب لمعاينتها وشرائها واستلامها من المخزن المخصص للمحل، ومع التطور في التجارة الإلكترونية Catalog merchant: وتتجسد بالمحلات التي تعتمد على مجلات وكاتلوجات العرض على الإنترنت حيث يقوم المشتري باختيار ما يريد من المنتجات، ويذهب لمعاينتها وشرائها واستلامها من المخزن المخصص للمحل، ومع التطور في التجارة الإلكترونية Catalog merchant: وتتجسد بالمحلات التي تعتمد على مجلات وكاتلوجات العرض على الإنترنت حيث يقوم المشتري باختيار ما يريد من المنتجات، ويذهب لمعاينتها وشرائها واستلامها من المخزن المخصص للمحل، ومع التطور في التجارة الإلكترونية عمدت هذه المحلات لإضافة خدمة تجعل الزبون يختار ويشتري عن طريق الإنترنت. من أمثلة عليها: Ibean.com

Manufacturer direct: وهي المصانع التي تستخدم الإنترنت كطريقة للبيع المباشر لزبائنهم. من الأمثلة عليها: Dell.com, Sony.com

## المزايا

بيع التجزئة الإلكتروني باستخدام طريقة pure play يساهم في رفع الأرباح. ويعود ذلك إلى تقليل النفقات مثل مساحات التخزين والعرض وتوفير رواتب العمال وما إلى ذلك.

تقدم وسيلة فعالة للبدء بمشروع تجاري جديد وبتكلفة منخفضة.

تسهل الوصول إلى عملاء من جميع أنحاء العالم عبر موقع إلكتروني واحد، فكل مستخدم إنترنت هو عميل محتمل، بالتالي بيع التجزئة الإلكتروني يوسع قاعدة العملاء ويزيد المبيعات.

البيع الإلكتروني يعتبر طريقة سهلة لجذب الكثير من هؤلاء العملاء الذين لا يملكون الوقت الكافي للتبضع أو لا يملكون وسيلة للذهاب للسوق.

توفر منافذ بيع جديدة ومباشرة للعملاء بدون وجود وسيط.

البيع بالتجزئة الإلكتروني يتيح بيع المنتجات وتقديم الخدمات في كل وقت.

توفر للعملاء معلومات أكثر عن الخدمات أو المنتجات التي تقدمها الشركة.

## العيوب

لقد بينت دراسات عديدة أن أسباب فشل البيع بالتجزئة إلكترونيًا تكمن في تلبية طلبات واحتياجات العملاء عبر الإنترنت، وأن هذه المؤسسات لا تملك إلا فرصة واحدة لترك الانطباع الجيد الذي يضمن لها عودة المشتري مره أخرى. بالإضافة إلى ذلك، فإن كثرة المواقع التي تعرض منتجاتها زادت من مخاطر فشل

هذه المتاجر الالكترونية، ولا ينجح في تلافي هذه المشكله الا المعارض أو المواقع التي تملك ماركهٍ معروفه يبحث عنها الكل بالإضافة إلى الخبرة التي تشكل عامل كبير ومهم في جذب المستهلكين.

## التحديات

البيع والشراء عن طريق الإنترنت يشكل بعض القلق لدى المشترين والبائعين من الناحية الأمنية كالتحويلات المالية وما إلى ذلك.

يواجه المستهلك بعض القلق حيال معلوماته الخاصة التي يدلي بها للموقع لإتمام عملية الشراء، فهو لا يضمن ان الموقع سوف يقوم بحفظ معلوماته الخاصة، وأيضا لا يمكنه ضمان عدم سرقة معلوماته من قبل الأفراد والمجموعات التي قد تخترق الموقع وتكشف بياناته أثناء عملية الإرسال.

كما تواجه مثل هذه المحال تحدي إيصال السلعة بأسرع وقت للمشتري، وهذه من الامور المهمة التي تضمن للموقع الحفاظ على زبائنه.

هناك أيضا مشكلة عدم وصول البضاعة بحالتها السليمة، وخطر تعرضها للتلف أو التبديل أو الضياع أثناء الإرسال.

وقد أنشئت العديد من المنظمات التي تساعد المستهلك على أخذ حقوقه كاملة والحفاظ على خصوصيته، منها: دائرة الأعمال الأفضل (بالإنجليزية: Better Business Bureau) ومنظمة TRUSTe وغيرها الكثير

التجاره الالكترونيه جزء من الاعمال الالكترونيه

١- صح

٢- خطأ

٣- ليس مما ذكر

٤- كل ما ذكر

b2c تعني

١- من الاعمال الى الزبون

٢- من الزبون الى الاعمال

٣- من الحكومه الى الزبون

٤- من الزبون الى الحكومه

g2c تعني

١- من الاعمال الى الزبون

٢- من الزبون الى الاعمال

٣- من الحكومه الى الزبون

٤- من الزبون الى الحكومه

c2b

١- من الاعمال الى الزبون

٢- من الزبون الى الاعمال

٣- من الحكومه الى الزبون

٤- من الزبون الى الحكومه

هي نشاط تجاري يختص بعلاقة البائع بالمشتري، أي تنفيذ عمليات البيع والشراء عبر شبكة الإنترنت، سواءً كانت تلك المبيعات عبارة عن سلع أو منتجات أو خدمات.

١- e-commerce

٢- e-business

٣- التجاره الالكترونيه

٤- ١ و ٣

السلع الاكثر مبيعا عبر التجاره الالكترونيه من هذه السلع هي

١- music

٢-gifts الهدايا

٣-travel تذاكر السفر والسياحه وكل ما يخصها

٤-clothes الملابس

brick –and mortar تعني

١-شركات السوق التقليدي

٢- شركات جزئيا الالكتروني

٣- شركات ذات اسواق الكترونيه

٤- ليس مما ذكر

click – and –mortar

١-شركات السوق التقليدي

٢- شركات جزئيا الالكتروني

٣- شركات ذات اسواق الكترونيه

٤- ليس مما ذكر

pure online organization

١-شركات السوق التقليدي

٢- شركات جزئيا الالكتروني

٣- شركات ذات اسواق الكترونيه

٤- ليس مما ذكر

من مجالات الاعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية

c2c-١

eg-٢

b2e-٣

٤- جميع ما ذكر

موقع الالكتروني يضع رابط موقعه في موقع مشهور

١- subscriptions الاشتراكات الالكترونية

٢- advertising الاعلانات الالكترونية

٣- sales المبيعات

٤- affiliations

يمتلكون ٤٥% من من حجم السوق الالكتروني هم

١- تجار التجزئه التقليديون

٢- تجار التجزئه الالكترونيين

٣- التجار الراسخون

٤- ١ و ٢

اللاعبون في في سوق التجزئه الالكترونييه هم

١- تجار التجزئه التقليديون

٢- تجار التجزئه الالكترونيين

٣- التجار الراسخون

٤- جميع ما ذكر

## Amazon . eBay من امثلة تجار

١- التجزئه التقليديون

٢- التجزئه الالكترونيه

٣- الراسخون

٤- ١و٢

## E-Tailing يقصد بها

١- اختصار لـ تجار التجزئه الالكترونيه

٢- الوسيط بين المصنع او تاجر الجملة والمستهلك النهائي

٣- التجار الراسخون

٤- ١و٢

تجار التجزئه الالكترونيه ايضا هم وسطاء بين المصنع والمستهلك النهائي

يعتمد نموذج سلوك المستهلك الالكتروني على متغيرات .. والمتغير الذي ( لايمكن السيطرة عليه) هو

١- متغيرات مستقلة ( لايمكن السيطرة عليها )

٢- متغيرات معتدله

٣- متغيرات ثابتة

٤- لس مما ذكر

تفوقه منطقة اسيا على امريكا الشماليه في اجمالي مبيعات التجاره الالكترونيه وفق نظام

١- c2c

٢- c2b

٣- b2c

السوق التجزئة الالكترونية في المملكة العربية السعودية لا تتجاوز

١ - ٥%

٢ - ١٠%

٣ - ١%

٤ - ١٥%

السبب الرئيسي في تدني تجارة التجزئة الالكترونية في السعودية يعود الى

١ - البنوك

٢ - سياسات مؤسسة النقد

٣ - المجتمع بشكل كامل

٤ - ١ و ٢ كلها اسباب ولكن السبب الرئيسي هم البنوك ومؤسسة النقد

تصل مبيعات الشركات الى المستهلكين b2c في الصين في تجارة التجزئة الالكترونية الى

١ - ٧١ مليار دولار

٢ - ٢٥,٦ مليار دولار

٣ - ٣٠ مليار دولار

٤ - ١٠٠ مليا دولار

اما المبيعات بين الافراد c2c في الصين في تجارة التجزئة الالكترونية تصل الى

١ - ٧١ مليار دولار

٢ - ٢٥,٦ مليار دولار

٣- ٣٠ مليار دولار

٤- ١٠٠ مليا دولار

هناك خمس دول كبرى تستحوذ على اعلى الانصبه في التجاره الالكترونيه بأوروبا هي

١- بريطانيا - المانيا - فرنسا - النرويج - السويد

٢- سويسرا - المانيا - هولندا - النرويج - السويد

٣- بريطانيا - المانيا - هولندا - النرويج - السويد

٤- بريطانيا - المانيا - هولندا - النرويج - النمسا

من الاشياء التي اثرت على قرار المستهلك والتعامل في الشراء عبر التجزئه الالكترونيه في السعوديه هي

١- اسعار الشحن والتوصيل الخاطيء

٢- اسعار المنتجات المعروضه والدعم

٣- اصحاب الاعمال

٤- ١ و ٢

تعد صانعه اسواق وتدخل ضمن تنويع مصادر الدخل الرخيصه غير المكلفه

١- المواقع التجاربه الالكترونيه

٢- الاسواق التقليديه

٣- الاسواق العالميه

٤- الاسواق المحليه

قادت تجارة الاثاث الخشبي مبيعات الانترنت في

١- فرنسا

٢- المانيا

٣- بريطانيا

٤- السويد

وقادت مبيعات تجارة الملابس والموسيقى والصور دولة

١- فرنسا

٢- المانيا

٣- بريطانيا

٤- السويد

تباطؤ في التجاره الالكترونيه في

١- امريكا اللاتينيه

٢- اوروبا

٣- اوروبا الشرقيه

٤- ليس مما ذكر

نمو في التجارة الالكترونيه في

١- امريكا اللاتينيه

٢- اوروبا

٣- اوروبا الشرقيه

٤- ليس مما ذكر

عائدات التجاره الالكترونيه في اوربا الشرقيه تقودها

١- التشيك

٢- بولندا

٣- روسيا

٤- بريطانيا

تشتمل ادارة علاقات العملاء في التجارة الالكترونيه على

١- عمليات المكاتب الاماميه

٢- العمليات الخفيه

٣- القلاقات التجارية والتحليل

٤- جميع ما ذكر

عمليات المكاتب الاماميه تشمل كلا مما يلي ما عدا

١- المكالمات الهاتفيه

٢- البريد الالكتروني

٣- الخدمات الالكترونيه

٤- الصيانه

العمليات الخفيه في ادارة العمليات تشمل على كلا مما يلي ما عدا

١- الموردين

٢- الفواتير

٣- التخطيط والتسويق والاعلان

٤- الصناعة التحويليه

العلاقات التجارية في إدارة علاقة العملاء تشمل على ما عدا

١- الموردين

٢- التمويل

٣- الموزعين

٤- الصناعات

يتم تحليل البيانات الرئيسية لإدارة علاقات العملاء في تجارها الإلكترونيه من اجل

١- التعرف على الحصه السوقيه

٢- التعرف على عدد الزبائن وانواع الزبائن

٣- العائدات والربحيه المتوقعه

٤- تصور الاستراتيجيات التجاريه

٥- جميع ما ذكر

ادارة علاقات العملاء هي

١- customer relationship mamagment

٢- CRM

٣- ١ و ٢

٤- ليس مما ذكر

من عوامل المنافسه في التجارة الإلكترونيه

١- انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات

٢- المقارنه السريعه بين السلع

٣- الاختلاف والتخصيص

٤- جميع ما ذكر

غالبًا ما تكون الأسعار في تجاره الالكترونيه عنها في السوق التقليدي

١- مرتفعه

٢- منخفضه

٣- مساويه

يفضل المستهلك دائما الحصول على سلعه مختلفه عن الاخرين ويسعى للحصول على سلعه فريده  
ومتميزه تشعره بالرضاء والتميز وهذا يعني الـ

١- الاختلاف

٢- التخصيص

٣- تدنى الاسعار

٤- خدمة العملاء

اعطت الانترنت المستهلك القدره على بناء المنتج حسب حاجته وتفضيلاته الشخصيه واصبحت معظم  
الشركات تتبنى هذا الفكر ويعنى هذا

١- الاختلاف

٢- التخصيص

٣- تدنى الاسعار

٤- خدمة العملاء

المنافسه على الانترنت كبيره جدا ولذلك يجب الاستعداد الجيد

- ١- بعد الدخول في التجارة الالكترونيه
- ٢- اثناء الدخول في التجارة الالكترونيه
- ٣- قبل الدخول في التجاره الالكترونيه
- ٤- جميع ماذكر

عبارة عن برنامج الكتروني يتم عملية شراء المنتجات او الخدمات الالكترونيه

- ١- محرك بالبحث
- ٢- سلة التسوق
- ٣- shopping cart
- ٤- ٣و٢

اي العبارات التاليه صحيحه

- ١- يمكن فتح متجر الكتروني بدون الاعتماد على محرك بحث قوي للبحث داخل المتجر
- ٢- لا يمكن فتح متجر الكتروني بدون الاعتماد على محرك بحث قوي للبحث داخل المتجر
- ٣- محركات البحث قليله في الفتره الاخير
- ٤- يمكن الاستغناء عن محركات البحث في العمل على الانترنت

اي العبارات التاليه هي الاصح تمكن سلة التسوق المشتري من

- ١- اختيار طريقة الدفع المناسبه ثم اختيار السلعه ثم اختيار طريقة الشحن ثم إتمام عملية الدفع
- ٢- اختيار السلعه ثم إتمام عملية الدفع ثم اختيار طريقة الدفع المناسبه ثم اختيار طريقة الشحن
- ٣- اختيار السلعه ثم اختيار طريقة الدفع المناسبه ثم إتمام عملية الدفع ثم اختيار طريقة الشحن
- ٤- اختيار السلعه ثم اختيار طريقة الدفع المناسبه ثم اختيار طريقة الشحن ثم إتمام عملية الدفع

## خدمات دعم الزبون هي

١ - دائمه

٢ - مؤقتة

٣ - ٢١

٤ - غير مستمره

## الخدمات المؤقتة تكون

١ - قبل الشراء

٢ - بعد الشراء

٣ - اثناء الشراء

٤ - جميع ما ذكر

## الخدمات الدائمه هي كلا مما يايلى ما عدا

١ - تبادل البيانات والمعلومات

٢ - الاعلانات والعروض الترويجيه

٣ - معلومات حول المنتج

٤ - خدمة استرجاع البضائع

## يعتبر العمود الفقري للتجاره الالكترونيه او البيع الالكتروني

١ - سلة التسوق

٢ - الكتالوج الورقي

٣ - الكتالوج الالكتروني

جميعها خطأ ما عدا في خصائص الكتالوج الالكتروني

١- سهل البناء والتصميم

٢- صعب التحديث

٣- سهولة الربط مع المخزون والماليه

٤- يصعب ربطه مع انظمة الشركه ( المخزون والماليه )

من العناصر التي يجب توفرها في المتجر الالكتروني هي

١- الكتالوج الالكتروني

٢- محرك البحث

٣- سلة التسوق

٤- جميع ما ذكر

في التجارة الالكترونيه استفاد مفهوم إعادة الهندسة من توظيف تقنيه المعلومات it للتخلص من

١- الادارة العليا

٢- الاداره الوسطى (المحاضره ٧)

٣- الاداره التشغيليه

٤- الاداره الاستراتيجيه

من اسباب ازدهار التسوق المباشر ما عدا

١- انتشار استخدام بطاقات الائتمان

٢- تغير نمط حياة الناس

٣- المرورنه العالیه

٤- انتشار مجموعات الشركات الداعمه

ادى الى ظهور المنظمات الشبكيه

١- المقايضه bartering

٢- التجاره المتنقله m-commerce

٣- cookie

٤- مفهوم اعاده الهندسه re-engineering

عبارة عن ملف برمجي بسيط ينسخه الموقع على جهاز المستخدم ويعرف عن طريقه تاريخ زيارة العميل للموقع وبعض المعلوما الاخرى

١- ads

٢- cookie (المحاضرہ ٦)

٣- snipping

٤- bids

استبدال منتج بمنتج او خدمه بخدمه تسمى

١- التسوق المباشر

٢- المقايضه (م ٦)

٣- التجارة المتنقله

٤-نودج البيع المباشر

يعني إعادة النظر في مهام الشركات التي لا تضيف قيمة للعمل ويهدف الى اتمام العمليات بأقل الخطوات الممكنة بما لا يؤثر على العمليه .

١- التسويق المباشر

٢- إعادة الهندسة (م ٦)

٣- المقايضه

٤ البيع التقليدي

يسرع في وتيرة العمل وزيادة الانتاجيه

١- التسويق المباشر

٢- إعادة الهندسة (م ٦)

٣- المقايضه

٤ البيع التقليدي

وسيلة لا يصل رساله المنظمه الى المستهلك

١- الاعلانات

٢- التخصيص

٣- ads

٤- ٣ او ١

ماهو البنك الذي يتحقق من صلاحية بطاقة الائتمان

(١) البنك المركزي

(٢) بنك البائع

(٣) البنك التجاري

(٤) بنك العميل

بنك البائع هو الذي يقوم بالتحقق من صلاحية بطاقة الائتمان

البنك المركزي نقود وبنوك يحتفظ بالاحتياطات النقدية

البنك التجاري هو ايضا يكون بنك العميل وهو من يقوم بخصم قيمة المشتريات من حساب العميل والدفع للمتجر

تتصل الاسواق الالكترونيه مع الزبائن بشكل

١- مباشر

٢- غير مباشر

٣- مستمر

٤- دائم

الهدف الاساسي من فهم سلوك المستخدم هو

١- اكتشاف الفرص التسويقيه المواتيه

٢- التعرف على العوامل الشرائيه المؤثره في القرار الشرائي

٣- دفعه لاتخاذ قرار الشراء الخاص بمنتج او خدمه محدد

٤- التأثير في الاتجاهات النفسيه للمستهلكين

تعتبر دراسة سلوك المستهلك من الموضوعات الحيويه التي تهتم كثيرا من

١- الافراد

٢- رجال الاعمال ومديري الشركات

٣- مسؤولي البيع المباشر

٤- جميع ما ذكر

من فوائد دراسته سلوك المستهلك الإلكتروني ما عدا

- ١- دفعه لاتخاذ قرار الشراء الخاص بمنتج او خدمه محدد
- ٢- تجزئة السوق واختيار القطاعات المرابه
- ٣- تطوير وتحسين الخدمات التي تقدمها الشركة لعملائها
- ٤- مراعاة التقاليد والقيم السائده في المجتمع عند اعداد الاستراتيجيات التسويقيه

الغرض من نموذج سلوك المستهلك هو

- ١- مساعد البائعين على فهم كيفية اتخاذ المستهلك لقرار الشراء
- ٢- مساعدة المشتريين على فهم كيفية اتخاذ قرار المستهلك لقرار الشراء
- ٣- مساعدة البائعين على فهم كيفية اتخاذ المستهلك لقرار البيع
- ٤- ليس مما ذكر

يعتمد نموذج سلوك المستهلك الإلكتروني على

- ١- متغيرات مستقلة ( لايمكن السيطرة عليها )
- ٢- متغيرات معتدله
- ٣- متغيرات تابعه
- ٤- جميع ما ذكر

من ادوار المستهلكين في عملية اتخاذ قرار الشراء

- ١- المؤثر و المقرر
- ٢- الشاري والمستخدم
- ٣- المبادر
- ٤- جميع ما ذكر

هو نمط التسويق الذي يعامل كل العملاء بطريقة فريدة من نوعها

١- التشخيص

٢- التسويق من فرد لفرد

٣- التسويق الالكتروني

٤- التسويق المتعدد

يعتمد نموذج التسويق من فرد لفرد على

١- التشخيص

٢- الكوكيز

٣- ملف المستخدم وولاء العملاء

٤- جميع ما ذكر

اي العبارات التالية صحيحة

١- ٨٠% من المستهلكين ذوي الرضى العالي على الانترنت يتسوقون مرتين عادة في الشهر الواحد

٢- ٩٠% من المستهلكين يوصون غيرهم من الزبائن بتجارة التجزئه الالكترونييه

٣- ٨٧% من الزبائن غير الراضيين يتركون تجار التجزئه المباشرين من دون اي شكوى

٤- جميع ما ذكر صحيح

القانون الذي وضعته المملكه لحماية المعاملات الالكترونييه هو

١- قانون حماية المعاملات الدولي

٢- قانون نظام مكافحة جرائم المعلوماتيه

٣- قانون تنظيم المعاملات الالكترونييه وحمايتها

من اشهر طرق الهجوم التي تتعرض لها التجاره الالكترونيه

١ - الهندسه الاجتماعيه

٢ - الاصطياد الالكتروني

٣ - وسائل الدفع المالي

٤ - جميع ما ذكر

من اشهر طرق الهجوم التي تتعرض لها التجاره الالكترونيه

١ - الهجمات على بروتوكول التوثيق بإعتراض البيانات

٢ - man in middle attack

٣ - هجوم إعادة الإرسال

٤ - جميع ما ذكر

حجم التجاره في امريكا ٤٤ مليار

وفي الاتحاد الاوربي ٢٩ مليار

وفي منطقة اسيا والمحيط الهادي ١٥ مليار

وفي امريكا اللاتينيه ٢,٣ مليار

وفي افريقيا ٠,٠٠٤ مليار

انشئت العديد من المنظمات التي تساعد المستهلك على اخذ حقوقه كامله والحفاظ على خصوصيته

دائرة الاعمال الافضل ومنظمة تورست ( TRUSTe )

العمليات التي يتم تطويرها عن طريق ادارة الاعمال الالكترونيه بإستثناء

- ١- العمليات التي تركز على الانتاج
- ٢- العمليات التي تركز على الاداره الداخليه
- ٣- العمليات التي تركز على العميل
- ٤- العمليات التي تركز على الاداره الخارجيه

من العمليات التي تركز على العميل بإستثناء

١- التدريب

٢- الجهود الترويجيه والتسويقيه

٣- بيع على الانترنت

٤- دعم العملاء

من العمليات التي تركز على الانتاج بإستثناء

١- المشتريات

٢- تجديد المخزون

٣- الاتصالات

٤- المدفوعات وصلة مع الموردين

من العمليات التي تركز على الاداره الداخليه بإستثناء

١- خدمات الموظفين

٢- معالجة اوامر الشراء

٣- التدريب

٤- النشر الالكتروني

## التغيرات التي تحركها الانترنت

- ١- التركيز على المستهلك مقابل التركيز على حجم كبير من المستهلكين
- ٢- الروابط مع الموردين والعملاء والعولمة
- ٣- بيانات المصدر المفتوح والبساطه
- ٤- جميع ما ذكر

الشبكة التي يتطلب الدخول اليها استخدام كلمة مرور هي

- ١- شبكة الانترنت
- ٢- شبكة الانترنت
- ٣- شبكة الالسترنانت
- ٤- ليس مما ذكر

الشبكة المرتبطه مع بعضها بما يسمى ببروتوكول هي

- ١- شبكة الانترنت
- ٢- شبكة الانترنت
- ٣- شبكة الالسترنانت
- ٤- ليس مما ذكر

## إعادة الهندسة Re-engineering

- ظهر مفهوم إعادة الهندسة في بداية التسعينات(٩٠)، ويعني إعادة النظر في مهام الشركات التي لا تضيف قيمة للعمل.
- يهدف إلى إتمام العمليات بأقل الخطوات الممكنة، بما لا يؤثر على العملية.
- يسرع ذلك من وتيرة العمل وزيادة الإنتاجية.

مزااد يتم فيه عمل مفاضلة لافضل سعر مع افضل عرض

- ١- بائع واحد / مشتري واحد one buyer – one seller
- ٢- بائع واحد / عدة مشترون محتملون many buyer – one seller
- ٣- مشتري واحد / عدة باعة one buyer – many seller
- ٤- عدة باعة / عدة مشترون many buyer – many seller

الطلب كثير والعرض كثير ومن خلاله يتم مفاضله لافضل سعر وافضل عرض لان البائعه كثر والمشتريين كثر

س- مزااد يفوز به الذي يقدم العرض الاقل سعرا

- ١- بائع واحد / مشتري واحد one buyer – one seller
- ٢- بائع واحد / عدة مشترون محتملون many buyer – one seller
- ٣- مشتري واحد / عدة باعة one buyer – many seller
- ٤- عدة باعة / عدة مشترون many buyer – many seller

المشتري واحد والبائعون كثر فإذا كانت العروض كثيره اكيد تكون فيه اسعار منخفضة والكل يقدم اقل عرض ليبيع منتجه...

هم الذين لايمتلكون محال تجارية في العالم الواقعي ويمتلكون خبرات عريقة :

١-تجار التجزئة التقليديون .

٢-التجار الراسخون .

٤-لاشيء مما سبق .

من أسباب فشل بعض مواقع تجارة التجزئة الالكترونية :

١-بيع علامات تجارية عالية الشهرة ( من مواصفات تجار التجزئه )

٢- الاعتقاد الخاطيء باستمرارية النمو في تجارة التجزئة بدون حدود

٣-الاكثار من البيع على المنتجات التي يتكرر شرائها ( من مواصفات تجار التجزئه )

٤-الاجابة ١-٣

تلخيص المحاضره الاولى والثانيه ..

مفهوم الانترنت :

١ \_ مجموعه من الشبكات المترابطة والمتداخله المنتشره في جميع انحاء العالم

٢ \_ هو نظام دولي من شبكات كمبيوتر مترابطه ومتداخله وفق مقاييس معينه

شبكة الانترنت :

عباره عن شبكه ضخمة تتكون من عدد كبير من الشبكات المنتشره في انحاء كثيره من العالم متربطه ببروتوكول الانترنت للمشاركه بالمعلومات ،

شبكة الانترنت :

هي شبكه خاصهه التي تصمم لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخلة او من اجل تبادل البيانات والمعلومات ( الأشخاص الغير عاملين في الموسسه لايمكنهم الدخول )

شبكة الاكسترانت :

هي شبكة الموسسه الخاصه التي تصمم لتلبية حاجات فئه من الناس من المعلومات ومتطلبات المنظمات الاخرى الموجوده في بيئة الاعمال ( يتطلب الدخول اليها كلمة مرور )  
المطبوعات :

الطبع والنسخ بكميات كبيره

المستخدمين والمستهدفين غير معروفين

انتشار جغرافي واسع

يوفر اتصال باتجاهه واحد

الهاتف :

اتصال مباشر

توزيع جغرافي واسع

اتصال باتجاهين

وسائل النقل :

تواصل شخصي

اتصال باتجاهين

انتشار جغرافي واسع

التلفزيون :

شريحة المستخدمين ضخمه

اتصال باتجاهه واحد  
انتشار جغرافي واسع

بالفاكس :

نقل سريع للبيانات الورقيه  
عرض باتجاهه واحد  
شائع لاغراض العرض والطلب

الموبايل :

اتصال باتجاهين  
تواصل لحظي مع المستخدمين  
تواصل متنقل

الكمبيوتر :

خدمات سريعه  
معلومات عن المستخدمين  
قواعد بيانات  
اتصال لحظي  
انتشار واسع

انتشار وأسرع للبيانات  
معلومات موحده  
طرق تفاعل مختلفه  
قنوات تفاعل مختلفه  
لها مقاييس عامه في الاعمال  
التسويق والعرض والطلب

أنواع الشبكات ~

شبكة الانترنت \_ شبكة الانترنت \_ شبكة الاكسترانت

يتبع مراجعة الورشة صفحة ٥

ملاحظة مهمة: تم تجميع الورشة لآخر صفحة ٢٤ والاسئلة التي لم تحل باتعكم اشوي في الرجوع للورشة.

لا تعتمد على هذا التجميع الرجوع للمحتوى والمحاضرات سبيل النجاح.

اتمنى الرجوع للورشة للتأكد منها.

الشكر الجزيل لك من ساهم في هذه الورشة وتمنياتي للجميع بالتوفيق والنجاح