رؤية 2030 المملكة العربية السعودية KINGDOM OF SAUDI ARABIA
عمادة التعلم الإلكتروني و التعليم عن بُعد

# أسهل عن بعد

الموقع الرسمي: http://www.easyel.net

# التجارة الالكترونية
# للترم الأول لعام ١٤٤٠
# د. عبد الرحمن ادريس

جامعة الامام محمد بن سعود - عن بعد تخصص ادارة اعمال
اعداد/ شريفة ومها

لمتابعة احداث الجامعة على التلقرام: http://t.me/skooonall

# اللقاء الاول

## الشبكات والانترنت:

**Internet: عبارة مشتقة من كلمتين (network / International) وهي تعني (الشبكة العالمية)**
**وتعني باللغة: ترابط بين مجموعه من الشبكات وذلك لنقل المعلومات من شبكة إلى شبكة آخري.**
**شبكة الانترنت: شبكة واسعة تصل الملايين من أجهزة الحاسوب المنتشرة بين دول العالم لتبادل المعلومات فيما بينها وتحتوي كماً هائلاً من المعلومات تشمل جميع نواحي المعرفة، متوفرة على شكل نصوص وصور ورسومات وأصوات وغيرها.**

**يعرف الانترنت عند البعض بخط المعلومات السريع (information high way)**

**بروتكول IP & TCP**

**TCP (TRANSISSION CONTROL PROTOCOL): مهمته ربط المعلومات مع بعضها البعض وهو بروتكول التخاطب في الشبكات بصوره اساسيه.**

**IP (INTRENT PROTOCOL): مهمته ربط مكونات الإنترنت مع بعضها البعض**

## نشأة الانترنت:

**يرجع تاريخ الانترنت الى عام ١٩٦٩ وكانت مقصورة على الاغراض العسكرية عندما أنشأت وزارة الدفاع الامريكية وكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة المعروفة بـ (Arpanet) وكان الهدف منها ربط المواقع الحكومية والعسكرية مع بعضها البعض بحيث وضعت أول أربعة نقاط اتصال لشبكة (Arpanet) في مواقع في جامعات أمريكية حيث تم إرسال أول رسالة ضمنها.**

**- تم انشاء الانترنت بدعم من وزارة الدفاع الامريكية وذلك لحماية شركة الاتصالات من الدمار الشامل لو هوجمت بالنووي او تعطلت بحيث تعمل الشبكات بدون مشاكل.**

| ولقد أسندت من أربع جامعات | | | | |
|---|---|---|---|---|
| جامعة كاليفورنيا | جامعة كاليفورنيا سانت بابا | معهد سيم فورت للبحوث | جامعة كاليفورنيا لوس انجلوس | جامعة كاليفورنيا هيتوا |

- **ومن هنا انطلق الانترنت بعد سنة ١٩٧٠**

**تعريف الانترنت: جاءت كلمة الانترنت اختصا را لكلمات international network**
**الانترنت: " هي تلك الوسيلة أو الأداة التواصلية بين الشبكات دون اعتبار للحدود الدولية ".**
**الانترنت يتكون من طبيعة تقنيه. إنسانية فهي نتاج اجتماع التقنية والمعلومات ثم أنها في حقيقتها وسيلة تواصل بين الشبكات.**

**عناصر التعريف:**

| | |
|---|---|
| العنصر الأول | الانترنت وسيله تواصليه |
| العنصر الثاني | الانترنت تستلزم المعلومات |
| العنصر الثالث | الانترنت عابرة للحدود الدولية |

**لابد من التفريق بين الشبكة المحلية LAN وبين الشبكة العالمية WAN:**

| | |
|---|---|
| الشبكة المحلية (LAN): | تكون منحصرة داخل قطاع أو داخل شركة واحده وليس لها علاقة بالأجهزة الحاسوبية لدى الشركات الأخرى. |
| الشبكة العالمية (WAN): | هي إمكانية التواصل والانتقال من الشبكة المحلية الى الشبكة الخارجية والاستفادة من المعلومات الخارجية وجلبها إلى داخل المؤسسة ومن ثم الاستفادة داخل هذه المؤسسة. |

## مكونات الانترنت:

| | |
|---|---|
| ١. النسيج المعلومات الدولي: WWW = world wide web | وهو نظام معلوماتي عالمي مؤلف من كم هائل من النصوص والصور والعينات الصوتية ولقطات الفيديو |
| ٢. البريد الالكتروني Email | وهو نظام لإرسال الرسائل والملفات الالكترونية لأي من المشتركين في إي مكان في العالم وبسرعة فائقة |
| ٣. بروتوكول نقل الملفات Ftp | وهو برنامج وأسلوب لنقل وتبادل الملفات بين اجهزة الحاسوب المتصلة بالشبكة |
| ٤. المجموعات الإخبارية Usenet news | عبارة عن لوحات إعلاميه الكترونية عالميه يصل إليها المشتركون ويساهمون بما ينشر فيها حول الموضوعات التي تهمهم |
| ٥. برامج الحوار والمراسلة الفورية والتفاعل الاجتماعي | |

## موقع شبكة الانترنت:

- لا يوجد مكان محدد لموقع شبكة الانترنت فهي ناتج توصيل جميع الحاسبات المتصلة بالشبكة بما تحتويه هذه الحاسبات من معلومات.
- مثال: س: هل يوجد مكان في العالم محدد لشركة الانترنت؟ ج: لا يوجد

**إدارة شبكة الإنترنت:** لا توجد جهة إدارية أو قضائية للشبكة

## مكونات مجتمع الانترنت (internet community):

- يتكون مجتمع الانترنت من مجموعه من الفئات المشتركة وهي الإفراد، المنظمات شركات الحاسبات، المؤسسات، الحكومات وكل من له علاقة بالإنترنت بأسلوب أو بأخر.

وفيما يلي وصف مبسط لكل من تلك الفئات:

| | | |
|---|---|---|
| ١.المستخدمين | ٢. مزودي خدمة الاتصال بالإنترنت | ٣. مزودي المعلومات للإنترنت |
| ٤. مزودي البرمجيات من خلال الويب | ٥. شركات أجهزه وبرمجيات الحاسوب | ٦. الحكومات |

## عناوين المواقع في الانترنت:

- **عنوان الموقع في الانترنت:** Uniform Resource Locator (URL) كل صفحة في الانترنت عنوان يسمى (URL) لتحديد مكانها في الانترنت ويكتب هذا العنوان في نافذة المتصفح العلوية و لكل موقع انترنت عنوان مختلف عن الاخر.

مثال: موقع جامعة الامام www.imamu.edu.sa

| | |
|---|---|
| www | الشبكة العنكبوتية العالمية |
| imamu | مسمى جامعة الامام وفي حالة اختلاف أي حرف لن يصلني بالموقع |
| edu | رمز المنظمة وهذا الرمز edu خاص بالتعليم أي هو لمنظمة التعليم |
| sa | يمثل رمز البلد المملكة العربية السعودية |

- **أذاً الموقع الإلكتروني يتألف من مجموعه من الجزئيات:**

| | |
|---|---|
| الجزء الاول | جميع المواقع تمتلك هذا المكون. WWW |
| الجزء الثاني | اسم الموقع |
| الجزء الثالث | مجال هذه الموقع هل هو عسكري هل هو حكومي هل هو تعليمي |
| الجزء الاخير | sa: وتمثل إن هذه الموقع ينتمي إلى بلد معين |

## الشبكة العنكبوتية العالمية:

- هي نظام يتألف من خادمات الانترنت (Internet servers) التي تساند صفحات الويب التي تحتوي على المصادر أو الموارد resources المتاحة والخدمات المتوفرة على الانترنت والتي يتم التعرف عليها بمحدد عالمي يعرف باسم المعرف الموحد المصدر URL معرف المصدر الموحد.
- وباستخدام شفرة النصوص المترابط (http) يمكن اضافة روابط على صفحة الانترنت مثل المواقع والصور والوسائط المتعددة

## الانترنت ليست مرادفة للويب World Wide Web:

| فالإنترنت | أما الويب |
|---|---|
| عبارة عن شبكة ضخمة وبنيتها التحتية في شبكات الكمبيوتر، تربط بلايين الحاسبات بالعالم معاً مكونة شبكة يستطيع أي كمبيوتر فيها أن يتوصل مع أي كمبيوتر أخر، بشرط أن يكونا متصلان بالإنترنت. | فهو شبكة من الوثائق التي تعرف بصفحات الويب (Web Pages) مرتبطة بواسطة روابط متشابكة (hyperlinks) وهو وسيلة للوصول إلى المعلومات عبر وسائط الانترنت. |

## محركات البحث:

**محرك البحث:** هو برنامج يساعد في العثور المعلومات المخزنة بالشبكة العالمية أو بحاسب شخصي وهو يبحث في قواعد البيانات وفق معلومات محدده.

**استخدامات الانترنت:**

| | | |
|---|---|---|
| **البحث في الويب: يستخدم الويب بصورة كبيرة في المجالات التالية:** | | |
| ١.البحث عن المعلومات | ٢. نقل الملفات | ٣. الأخبار |
| ٤. الألعاب والتسلية | ٥. الكتب الإلكترونية e-books | ٦. التعليم من خلال الويب |
| ٧. البوابات الإلكترونية: وهي عبارة عن مواقع غنية بالأدوات المفيدة والمتنوعة للمتصفحين حيث تحتوي على محركات بحث، عناوين مبوبة، اخبار، بريد الكتروني ... | | |
| ٨. التجارة الالكترونية | ٩. البريد الالكتروني | |

## أسئلة اللقاء الأول من الدكتور

1- تناول بالشرح مجتمع الانترنت internet community

2- وضح الفرق بين الأنترنت والويب

3- اذكر فقط استخدامات الأنترنت

4- وضح فوائد البريد الالكتروني

5- وضح الفرق بين الأنترنت والانترانت والاكسترانت

6- مدي صحة ام خطأ العبارات الاتية :

أ - Mil يرمز الي النشاط الحكومي ( )

ب - internet عبارة مشتقة من كلمتين (network/international) وهي تعني الشبكة العالمية( )

## أسئلة من نماذج سابقة

**الشبكات والانترنت**

س: يعرف الإنترنت عند بعض المختصين بخط المعلومات السريع .Information highway

أ. خطاء ب. صح

س: لا يوجد مكان محدد لموقع شبكة الانترنت فهي ناتج توصيل جميع الحاسبات المتصلة بالشبكة بما تحتوي علية هذه الحاسبات من معلومات:

أ. خطاء ب. صح

س: يرمز لبروتكول ربط مكونات الانترنت مع بعضها البعض بالرمز:

أ. TCP ب. PI ج. CTP د. IP

س: الانترنت عبارة مشتقة من:

أ. Internet work ب. Network International ج. Newt work د. world wide web

س: يتكون مجتمع الانترنت Internet community من:

أ. تخطيط السيناريوهات ب. http ج. كوكيز د. شركات أجهزة وبرمجيات الحاسب

س: ..... شبكة ضخمة من اجهزة الحواسيب المنتشرة حول العالم والتي يرتبط بعضها ببعض:

أ. بروتوكول IP ب. الانترنت ج. شفرة النص المترابط د. بروتكول TCP

س: بدأت شبكة الانترنت عام ١٩٦٩م وكانت محصورة في ذلك الزمن فقط للأعمال:

أ. العسكرية ب. الطبية ج. الهندسية د. التسويق

س: تكون محصورة داخل قطاع أو داخل شركة واحدة وليس لها علاقة بالأجهزة الحاسوبية لدى الشركات الأخرى:

أ. الشبكة المحلية LAN ب. الاكسترانت ج. TCP د. الشبكة العالمية WAN

س: تكون محصورة داخل قطاع او داخل شركة واحدة وليس لها علاقة بالأجهزة الحاسوبية لدى الشركات الأخرى:

أ. شبكة الويب ب. الشبكة العالمية WAN ج. الشبكة المحلية LAN د. لا يوجد خيار صحيح

س: الشبكة التي تكون منحصرة داخل قطاع أو شركة وليس لها علاقة بالأجهزة الحاسوبية لدى الشركات الأخرى تسمى:

أ. الشبكة المحلية Lan ب. الفهارس الالكترونية ج. بوابات المعلومات د. الشبكة العالمية WAN

س: لا يوجد مكان محدد لموقع شبكة الانترنت فهي ناتج توصيل جميع الحاسبات المتصلة بالشبكة:

أ. صحيح ب. خطأ

## مكونات الأنترنت

س: (world wide web) المقابل باللغة العربية لهذا المصطلح هو:
أ. خادم قاعدة البيانات ب. الانترنت ج. نسيج المعلومات الدولي د. مجتمع الانترنت

س: نظام عالمي مؤلف من كم هائل من النصوص والصور والصوت الفيديو هو:
أ. التجارة الخلوية ب. الاكسترانت ج. الانترنت د. نسيج المعلومات الدولي الويب

س: من مكونات الانترنت:
أ. نسيج المعلومات الدولي ب. القيمة المضافة ج. استراتيجية السوق د. فرص السوق

س: هو نظام معلوماتي عالمي مؤلف من كم هائل من النصوص والصور والعينات الصوتية ولقطات الفيديو:
أ. الاكسترانت ب. الانترنت ج. تقنية المخدوم د. نسيج المعلومات الدولي

س: نظام عالمي مؤلف من كم هائل من النصوص والصور والصوت والفيديو:
أ. الاكسترانت ب. الانترنت ج. الانترانت د. نسيج المعلومات الدولي (الويب)

س: جميع ما سيذكر من مكونات الانترنت عدا:
أ. الاعتمادية ب. البريد الالكتروني ج. المجموعات الاخبارية د. بروتوكول نقل الملفات

## عناوين مواقع الانترنت ومحرك البحث

س: كل صفحة في الانترنت لها عنوان يرمز له URL لتحديد مكانها في الانترنت ويكتب هذا العنوان في نافذة المتصفح:
أ. الجانبية ب. السفلية من ناحية اليسار ج. السفلية د. العلوية

س: كل صفحة في الانترنت لها عنوان يرمز له بالرمز:
أ. RUL ب. SCM ج. URL د. VIP

س: كل صفحة بالأنترنت لها عنوان يرمز لها بالرمز:
أ. WWW ب. ISP ج. SPI د.URL

س: ..... يستخدم لنقل البيانات في الويب والذي ادى بدوره الى تطور الشبكة العالمية.
أ. بروتوكول نقل الملفات FTP ب. شفرة النص المترابط http ج. بروتوكول IP

س: يستخدم لنقل البيانات في الويب وعن طريقه تطورت الشبكة العالمية WWW:
أ. بروتوكول ربط مكونات الانترنت ب. بروتوكول نقل الملفات TCP
ج. لا يوجد خيارات صحيحه د.شفرة النص المترابط http

س: باستخدام شفرة النصوص الفائقة http مكن اضافة روابط على صفحة الانترنت
أ. صحيح ب. خطأ

س: برنامج يساعد في العثور على المعلومات المخزنة في الشبكة العالمية:
أ. محرك البحث ب. الكوكيز ج. عربات التسويق الالكترونية د. البرامج الحديثة

س: مما يساعد في العثور على المعلومات المخزنة في الشبكة العالمية:
أ. عربات التسوق الالكترونية ب. البرامج الذكية ج. محرك البحث د. جميع ما ذكر

## استخدامات الانترنت

س: من استخدامات الانترنت:
أ. الألعاب والتسلية ب. المرونة ج. تقليل التكاليف د. تقليل الجهد

س: هذا المصطلح e-book يعني:
أ. الاعمال الالكترونية ب. التجارة الالكتروني ج. الكتاب الالكتروني د. التعليم الالكتروني

س: هذا المصطلح e-Book يشير الى:
أ. المكتبة الالكترونية ب. الكتاب الإلكتروني ج. التعليم الالكترون د. التدريب الالكتروني

س: من استخدامات الإنترنت:
أ. برمجية الخادم ب. خادم الويب ج. نقل الملفات د. المخدوم

س: هي عبارة عن مواقع غنية بالأدوات المفيدة والمتنوعة حيث تحتوي على محركات البحث والعناوين المبوبة:
أ. البريد الالكتروني ب. الفهارس الالكترونية ج. البوابات الالكترونية د. لا يوجد خيار صحيح

س: هي مواقع غنية بالأدوات المفيدة والمتنوعة حيث تحتوي على محركات البحث وعناوين مبوبة:
أ. البريد الالكتروني ب. البرامج الذكية ج. البوابات الالكترونية

# اللقاء الثانى

## فوائد البريد الالكتروني:

| | | |
|---|---|---|
| ١. سرعة الاتصال. | ٢. يمكن طباعة الرسائل. | ٣. تقليل رسوم البريد العادي |
| ٤. يمكن إرسال رسالة واحدة إلى عدة جهات في وقت واحد | | ٥. ضمان وصول الرسالة إلى المرسل إليه |
| ٦. يمكن إعادة إرسال نفس الرسالة إلى وجهة أو عدة جهات أخرى | | ٧. نقل البيانات بدقة دون تعرضها للضياع أو النقص |
| ٨. يمكن إرفاق كثير من أنواع الملفات مع رسالة البريد الالكتروني | | ٩. يمكن تخزين الرسائل واسترجاعها في وقت لاحق |

## خدمات الانترنت:

| | | |
|---|---|---|
| ١. عنوان البريد الالكتروني | ٢. استخدام البريد الالكتروني | ٣. الية عمل البريد الالكتروني والمواقع الالكترونية |
| ٤. المحادثة عبر الانترنت | ٥. الرسائل الفورية | ٦. المؤتمرات المرئية |

## آلية عمل البريد الالكتروني والمواقع الالكترونية:

في حالة تصفحك للإنترنت وتريد معرفة نوع هذه الصفحة هل هي تجارية تعليمية عسكرية.. كما هو موضح في الجدول

| الكلمة | الوصف | المجال |
|---|---|---|
| com | commercial | تجاري |
| edu | Educational | تعليمي |
| gov | Government | حكومي |
| net | Network | شبكة |
| mil | Military | عسكري |
| org | Organization | منظمة أو مؤسسة |

## لدينا ثلاث جزئيات يتوجب علينا التفرقة بين كل جزئية عن الجزئية الأخرى.

| | |
|---|---|
| Public Internet ببلك انترنت | تكون مرئية للعامة تدار من قبل قسم التسويق. |
| Extranet شبكة الاكسترانت | هي شبكة موسعة تستخدم شبكة الاكسترانت للربط بين مجموعة انترنت مجموعة مؤسسات. تكون مرئية فقط للموردين وأصحاب الاعمال. تزود سلسلة الإدارات بالمعلومات. وتلعب عوامل التامين. واستخدامها محدود ومقصور على الموردين الموثوق بهم وكبار العملاء. تدار بواسطة قسم التسويق والخدمات العينية. |
| Intranet نظام الانترانت | هي شبكة اتصالات محلية(داخلية) تخدم مؤسسة معينه. وهي نفس تكنولوجيا الانترنت من حيث التصفح للصفحات والبحث ونقل الملفات. استخدامها قاصرا فقط على من هم داخل المؤسسة –تكون داخل الشركة وموجودة فقط للعاملين بالشركة - تدار عادة عن طريق قسم الموارد البشرية |

من الممكن أن يكون هنالك مواقع الالكترونية لأناس اكسترانت بينما لأناس آخرين هي انترنت وكذلك العكس

## الفرق بين الاكسترانت والانترنت:

| | |
|---|---|
| الاكسترانت | تكون مرئية فقط للموردين وأصحاب الأعمال، وتزود سلسلة الإدارات والمعلومات، وتدار بواسطة قسم التسويق والخدمات العينية. |
| الانترانت: | تكون داخل الشركة، وموجودة فقط للعاملين بالشركة، وتدار عادة عن طريق قسم الموارد البشرية. |

## حاسب مركزي أو نظام حاسبات لا مركزيا:

يتمثل نظام الحاسب المركزي: في وجود إدارة مركزية بها حاسب آلي واحد يقوم بأداء خدمات البيانات لكافة الأقسام المختلفة بالمنشأة.
أما نظام الحاسبات لا مركزيا هو نظام تتوفر فيه مجموعة من الشروط:

أولا: وجود أكثر من حاسب في مواقع جغرافية مختلفة داخل المنشاة.

ثانيا: يتم الربط بين هذه الحاسبات باستخدام موصلات الكهربائية أو الالكترونية.

ثالثا: تستخدم في خدمة منشاة واحدة أو شركات منتشرة جغرافيا في أماكن مختلفة.

| مزايا النظم الموزعة لا مركزياً | عيوب النظم الموزعة لا مركزياً: |
|---|---|
| ١.تقليل تكاليف الاتصال.<br>٢.زيادة مرونة، زيادة الحاسبات عند الحاجة.<br>٣.زيادة الأمان وعدم فقد البيانات وتقليل تعطل العمل بالكامل. | ١.زيادة أمكانية تكرار البيانات.<br>٢.زيادة فرصة عدم التوحيد في البرامج والبيانات.<br>٣.زيادة صعوبة الرقابة على نظم المعلومات والمشكلات المرتبطة بهاذ الجزئية. |

إذا هناك نظم موزعة مركزيا ونظم موزعة لا مركزيا فبتالي:

| إذا كان النظام موزع مركزيا | إذا كان النظام موزع لا مركزيا |
|---|---|
| -تكون إدارة البيانات سهلة مرنه من الممكن احتوائها ومعرفتها ومعرفة ما هي المعلومات التي بثت من خلال هذه الحاسب المركزي.<br>-يكون هناك رقابة على المعلومات التي تبث داخل أو من خلال هذا الجهاز المركزي | هناك بعض من المعلومات تكون منبثة قد تكون ذات تكرار معين أي أن كثير من المعلومات أدخلت لأكثر من مره. |

- ومن الممكن وجود حاسبات مركزية وحاسبات لا مركزية في نفس الشركة.

**التجارة الالكترونية:** هو مفهوم جديد يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات. من خلال شبكات الانترنت.

هناك عدة وجهات نظر من اجل تعريف هذه الكلمة:

| | |
|---|---|
| تعريف عالم الاتصالات | يعرف التجارة الالكترونية بأنها وسيلة من اجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر الشبكات الكمبيوترية أو عبر وسيلة تقنية. |
| تعريف الإعمال التجارية من جهة نظر الاعمال التجارية | تعرف التجارة الإلكترونية انها عملية تطبيق التقنية من اجل جعل المعلومات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة. وكيف الوصول إلى هذه المعلومة من قبل العمليات التنافسية أو من قبل المنافسون. |
| تعريف الخدمات | تعرف التجارة الالكترونية بأنها أداة من اجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض تكلفة الخدمة والرفع من كفأتها والعمل على تسريع إيصال هذه الخدمة. |
| وأخيرا تعريف عالم الانترنت | يعرفها بالتجارة التي تفتح المجال من اجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت. |

**هيكل التجارة الالكترونية:**

كثير من تطبيقات التجارة الالكترونية مثل البنوك الالكترونية والتسوق في المجمعات التجارية الموجودة على الانترنت وشراء الأسهم والبحث عن عمل ومن اجل تنفيذ هذه التطبيقات يستلزم الحصول على معلومات داعمة –وأنظمة - وبنية تحتية.

تطبيقات التجارة الالكترونية مدعومة ببنى تحتية وتأدية عمل هذه التطبيقات يستلزم الاعتماد على أربعة محاور مهمة:

| | | | |
|---|---|---|---|
| ١.الناس | ٢. السياسة العامة. | ٣. المعايير البروتوكولات التقنية | ٤. شركات أخرى |

* في حال عدم وجود هذه المعايير قد يصبح من المستحيل استخدام هذه التقنية.

**أقسام تطبيقات التجارة الالكترونية:**

١.شراء وبيع المنتجات والخدمات وهو ما يسمى بالسوق الالكتروني.
٢.تسهيل وتسيير تدفق المعلومات والاتصالات والتعاون ما بين الشركات وما بين الأجزاء المختلفة الشركة واحدة.
٣.توفير خدمة العملاء. هذه الثلاثة من تطبيقات التجارة الالكترونية.

**الأسواق الالكترونية**

- السوق هو عبارة عن محل التعاملات والعلاقات من اجل تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات والأموال عبر اي وسيله من وسائل الالكترونية
- الفرق بين السوق التقليدي والالكتروني ان الالكتروني افتراضي والتقليدي عادي يتعامل مباشره.

أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات والأسواق الالكترونية

- أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات ترتكز على تبادل وتدفق المعلومات ما بين منظمتين أو كثر.
- أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات تستخدم فقط في تطبيق الشركات للشركات.
- أنظمة المعلومات في الأسواق الالكترونية من الممكن استخدامها في تطبيقات الشركات للشركات وفي تطبيقات الشركات للمستهلكين

## أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات

**نظمه المعلومات ما بين المؤسسات:** هو نظام يربط ما بين عدة جهات تجارية وغالباً ما تشمل شركة ومزودها ومستهلكها.

## أنواع أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات:

| | |
|---|---|
| التبادل الالكتروني للبيانات EDI | - وهو أول ما ظهر في العملية التبادلية والرموز بأي مسألة من المسائل مهمة ويتوجب على الطالب فهم هذه الرموز لكي يتسنى له فهم الجزئية عامة ويرمز لها EDI<br>- يوفر اتصال الشركات للشركات بصورة أمنة عبر شبكات القيمة المضافة |
| الشبكة الإضافية وهي الاكسترانت | التي توفر اتصال الشركات للشركات بصورة آمنة عبر الانترنت. |
| التحويل الالكتروني للأموال EFT | مثل ما هو حالياً بين البنوك عندما تقوم بتحويل مبلغ معين من هنا إلى بلد أخر |
| الاستمارات الالكترونية | |
| التواصل المتكامل | وهو عملية إرسال الإيميلات ووثائق الفاكس عبر نظام موحد للإرسال الالكتروني |
| قواعد البيانات المتقاسمة | - وفيها أن المعلومات المخزنة في قواعد البيانات تكون قابلة للمعاينة من قبل جميع الاطراف المشاركين في التجارة<br>- والغرض من هذا التقاسم هو تقليل من الوقت للازم لإرسال البيانات واستقبالها إذ لم تكن البيانات مفتوحة للجميع والمقاسمة تجري عبر الشبكات الإضافية |
| أدارة سلسلة التزويد | - ويرمز لها SCM وهو التعاون ما بين الشركات ومزوديها ومستهلكيها. سلسلة معينة تبدا من المصنع الأولي وتنتهي إلى المستهلك النهائي يتوجب أن يكون هنالك ارتباط تفاعلي بين هؤلاء المعنيين بإدارة سلسلة التزويد ومن ثم يتمكن المستهلك النهائي من حصوله على مبتغاة في الوقت المناسب |

## الفرق بين التجارة الالكترونية البحتة والتجارة الالكترونية الجزئية: (مهمة)

هناك عدة أشكال للتجارة الالكترونية. اعتمادا على درجة تقنية المنتج وعلى تقنية العملية وعلى تقنية الوسيط أو الوكيل. والسلعة أما إن تكون ملموسة أو رقمية: وهي التي الممكن إرسالها عن طريق البريد الالكتروني الكترونيا مثل الكتب والألعاب والتسلية كذلك بالنسبة للخدمات التي من الممكن أن تزود عبر هذه الشبكة هو منتجات رقمية.

- السلع الرقمية هي التي يمكن ارسالها عن طريق البريد الالكتروني مثل الكتب والالعاب والبرمجيات وكذلك بالنسبة للخدمات التي يمكن ان تزود بها عبر الشبكة وهي منتجات رقمية

## التجارة تنقسم إلى ثلاث أقسام:

| | |
|---|---|
| 1. تجاره تقليدية بحته | يكون الوكيل ملموس والسلعة ملموسة والعملية ملموسة |
| ٢. تجاره الالكترونية بحته. | يكون الوكيل رقمي والسلعة رقمية والعملية رقمية |
| ٣. تجاره الالكترونية جزئية. | احد العوامل الثلاثة الوكيل الرقمي والسلعة الرقمية والعملية الرقمية. تحول من كونه رقمي إلى كونه ملموس |

## أسئلة اللقاء الثاني من الدكتور

س. ذكر فقط الاتي

1- انواع انظمة المعلومات ما بين المؤسسات ٢ ـ مجالات التجارة الالكترونية ٣- العوائق غير تقنية في التجارة الالكترونية

س. اختر الاجابة الصحيحة:

1- الممارسة الالكترونية بين منظمة و منظمة يرمز لها بالرمز:

أ - B2C ب - C2C ج - G2G د - B2B

2- جميع ما سبق من فوائد التجارة الالكترونية بالنسبة للمؤسسات عدا:

أ ـ توسيع السوق ب ـ خفض كلفة المعاملات ج ـ تقليل زمن وصول المنتج الي السوق د ـ اتاحة خيارات اكثر واسعار اقل

3- جمع ما سبق من العوائق غير التقنية للتجارة الالكترونية عدا:

أ ـ ارتفاع تكاليف البضائع ب ـ ادوات تطوير البرمجيات في تغيير وتطوير سريع

ج ـ النقص في الثقة ومقاومة المستخدم د ـ الكلفة ومبرراتها

## أسئلة من نماذج سابقة

### نوع المواقع الالكترونية

س: هذا الاختصار Mil شير الى :
أ. المجال التجاري ب. المجال العسكري ج. المنظمات د. الموقع الحكومي

س: الاختصار Org يرمز الى:
أ. المنظمات ب. المؤسسات العسكرية ج. المؤسسات التعليمية د. المؤسسات الحكومية

س: الاختصار mil يشير الى:
أ. موقع حكومي ب. موقع عسكري ج. المنظمات العالمية

س: الاختصار net يشير الى:
أ. منظمات غير ربحية ب. مؤسسات تعليميه ج. منظمات تجارية د. منظمات الشبكات

### الإكسترانت والانترنت والانترانت

س: ..... استخدامها قاصر على من هم داخل المؤسسة وتدار عادة عبر قسم الموارد البشرية:
أ. الانترانت ب. الاكسترانت ج. محركات البحث د. جميع ما ذكر

س: تستخدم شبكة الاكسترانت Extranet:
أ. للربط بين مجموعة من المؤسسات
ب. لا يوجد خيار صحيح
ج. للاتصالات المحلية وتخدم مؤسسة معينة
د. للربط فقط على من هم داخل المؤسسة

س: تكون فقط للموردين واصحاب الاعمال وتزود الادارات بالمعلومات وتدار عبر قسم التسويق:
أ. الاكسترانت ب. الانترنت ج. الويب د. عربات التسوق الالكتروني

س: الاكسترانت Extranet:
أ. تدار عادة عن طريق قسم الموارد البشرية
ب. تدار عادة عن طريق قسم الاستثمار
ج. تدار عادة عن طريق قسم الانتاج
د. تدار عن طريق قسم التسويق

### الحاسبات المركزية واللامركزية

س: من الشروط التي يجب ان تتوفر في نظام الحاسبات لا مركزيا نجد:
أ. مواقع التحقق من الثقة
ب. روبوتات التسوق
ج. الربط بين الحاسبات باستخدام الشبكة الالكترونية
د. الرد الالي على البريد الالكتروني

س: يتمثل نظام الحاسبات اللامركزية في وجود ادارة مركزيه بها حاسب الي واحد يقوم بأداء خدمات المنشأة
أ. صحيح ب. خطأ

س: من مزايا نظم الحاسبات المركزية:
أ. زيادة امكانية تكرار البيانات
ب. زيادة الحاسبات عند الحاجة
ج. سهولة ادارة البيانات
د. لا يوجد خيار صحيح

س: من مزايا النظم الموزعة لا مركزيا نجد:
أ. زيادة صعوبة الرقابة على نظم المعلومات
ب. زيادة امكانية تكرار البيانات
ج. تقليل تكاليف الاتصال مما يؤدي الى سرعة اجراء المعاملات
د. وجود ازدواجية عند ادخال البيانات

س: من الشروط التي يجب ان تتوفر في نظام الحاسبات المركزية
أ. وجود أكثر من حاسب في مواقع جغرافية مختلفة داخل المنشأة
ب. تستخدم في خدمة شركات منتشرة في مواقع جغرافية مختلفة
ج. وجود ادارة مركزية بها حاسب الى واحد
د. توفر الكوكيز

س: من الممكن وجود نظام للحاسبات المركزية والحاسبات اللامركزية في نفس الشركة
أ. صح ب. خطا

س: من مزايا نظم الحاسبات المركزية:
أ. زيادة الحاسبات عند الحاجة
ب. زيادة تكرار البيانات
ج. التغير المستمر في أدوات تطوير البرمجيات
د. سهولة إدارة البيانات

س: من مزايا النظم الموزعة لا مركزيا نجد:
أ. زيادة صعوبة الرقابة على نظم المعلومات
ب. زيادة امكانية تكرار البيانات
تقليل تكاليف الاتصال مما يؤدي الى سرعة اجراء المعاملات
د. وجود ازدواجية عند ادخال البيان

## التجارة الالكترونية

س: من تطبيقات التجارة الالكترونية:
أ. التوزيع المباشر عبر المناديب
ب. الاستلام المباشر
ج. البيع المباشر عبر مراكز التوزيع
د. البنوك الالكترونية

س/ من ضمن تطبيقات التجارة الالكترونية
أ. الاكسترانت
ب. الانترنت
ج. المزادات الالكترونية
د. محركات البحث

س/ من تطبيقات التجارة الالكترونية
أ. التسلسل Snffing
ب. خادم قاعدة البيانات
ج. الاقسام الخلفية
د. البنوك الالكترونية

س/ من تطبيقات التجارة الالكترونية:
أ. المصرف الالكتروني
ب. المزادات الالكترونية
ج. كل الخيارات صحيحة
د. المخزن الالكتروني

س/ من امثلة تطبيقات التجارة الالكترونية:
أ. برمجة الخادم
ب. المتصفح
ج. خادم قاعدة البيانات
د. المصارف الالكترونية

س/من أمثلة تطبيقات التجارة الالكترونية:
أ. خدمات السياحة والسفر الإلكترونية
ب. خادم قاعدة البيانات
ج. خادم الويب
د. برمجية الخادم

س: عمل تطبيقات التجارة الإلكترونية يستلزم الاعتماد على مجموعة من المحاور المهمة منها
أ. السياسات العامة
ب. المعايير والبروتوكولات الفنية
ج. أ + ب
د. لا شيء مما ذكر

س: أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات هو نظام يربط بين عدة جهات تجارية وغالبا ما تشمل الشركة ومزودها والمستهلك.
أ. خطأ
ب. صحيح

س: إذا كان الوكيل رقميا والسلعة رقمية والعملية ملموسة فان نوع التجارة الالكترونية يكون
أ. تجارة الكترونية جزئية
ب. تجارة الكترونية بحتة
ج. تجارة تقليدية بحتة
د. عملية رقمية بحتة

س: التجارة الالكترونية تصبح تجارة جزئيه عندما:
أ. يكون الوكيل ملموسا، والسلعة ملموسه والعملية ملموسه
ب. يكون الوكيل ملوسا، والسلعة ملموسه والعملية رقمية
ج. يكون الوكيل رقميا، والسلعة رقميه، والعملية رقمية

س: التجارة الالكترونية تصبح تجارة بحته عندما يكون:
أ. الوكيل ملموسا، لسلعه ملموسه، لعمليه رقميه
ب. الوكيل ملموس، لسلعه ملموسه، لعمليه ملموسه
ج. كل الخيارات صحيحه
د. الوكيل رقمي، لسلعه رقميه، لعمليه رقميه

س: قواعد البيانات المتقاسمة هي العمليات التي يتم من خلالها ارسال الإيميلات والوثائق عبر نظام موحد للأرسال الالكتروني
أ. صحيح
ب. خطار (التصحيح: التواصل المتكامل)

س: يرمز لإدارة سلسلة التزويد:
أ. CSN
ب. CRM
ج. SCM
د. ED

# اللقاء الثالث

## الأعمال الالكترونية (E-Business)(EB):

هي استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات لإدارة وتنفيذ مختلف أعمال المؤسسة، وهي تتضمن التجارة الالكترونية وكل تطبيق يعتمد على التقنيات الالكترونية من اجل القيام بالإعمال مثل:

| | | |
|---|---|---|
| إدارة سلسة التوريد | Supply Chain Management | SCM |
| إدارة العلاقة مع الزبون | Customer Relationship Management | CRM |
| تخطيط موارد المؤسسة | Enterprise Resource planning | ERP |

| | | |
|---|---|---|
| الجزئية الأولى فيما يتمثل بإدارة سلسة التوريد: | SCM | وهو كيفية عملية التوريد من أعلى مستوى إلى إن يصل إلى المستهلك النهائي الكترونياً، الطلب عند التصنيع أي إن الشركة المصنعة لا تقوم بعملية التصنيع إلا عندما يطلب منها من قبل عميلها. |
| الجزئية الثانية أو العمل الالكتروني الثاني هو: العلاقة مع الزبون ويرمز لها بـ | CRM | وهو علاقة المؤسسة بالعميل. هذه العلاقة تكون علاقة الكترونية وتتمثل بموقع هذه الشركة الكترونياً، |
| الجزئية الثالثة العمل الالكتروني هو: تخطيط الموارد المؤسسة | ERP | وهذا نظام مخصص للشركات وهو نظام يجمع الأقسام المختلفة داخل الشركة بنظام واحد |

## تاريخ التجارة الالكترونية:

| | |
|---|---|
| بداية السبعينات | النقل الالكتروني للاعتمادات المالية EFT (Electronic Funds Transfer) : وهو تحويل الأموال الكترونياً بين البنوك عبر شبكات خاصة عالية الأمان . |
| بداية الثمانينات | التبادل الالكتروني للمعطيات EDI(Electronic Data Interchange): وهو تبادل المستندات بين الشركات بشكل معياري عبر الشركات خاصة. |
| ١٩٩٥ | ظهرت التجارة الالكترونية عبر الانترنت. |
| عام ١٩٩٥ | تطوير تطبيقات عديدة في ألتجاره الإلكترونية، معظم الشركات الكبيرة إلى المتوسطة أصبحت تملك موقع على الانترنت. |
| عام ١٩٩٩ | تغيير الاهتمام من B2C إلى B2B وجرى العمل أكثر على تجنب الإخفاقات |
| الآن | معظم الشركات الصغيرة أصبحت تملك مواقع |

## دوافع التجارة الإلكترونية: تنقسم الدوافع إلى قسمين وهي:

| دوافع تقنية | دوافع اقتصادية |
|---|---|
| ١.ازدياد ظهور التقنيات الجديدة.<br>٢.الكم الكبير في المعلومات المتبادلة في التجارة.<br>٣.السرعة في انخفاض تكلفة التقنيات مع ازدياد جودة أدائها. | ١.ظهور العولمة وصعوبة المنافسة في الاقتصاد العالمي.<br>٢.اتفاقات التجارة الإقليمية.<br>٣.انخفاض أجور اليد العاملة في بعض البلدان.<br>٤.التغيرات السريعة في الأسواق. |

## فوائد التجارة الالكترونية

| فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة الى المؤسسات: | فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة الى الزبائن: |
|---|---|
| •توسيع الأسواق:<br>•خفض كلفة المعاملات (التي كانت ورقية).<br>•تقليل زمن وصول المنتج الى السوق:<br>•تخصيص الزبائن.<br>•أدخال نماذج عمل جديدة. | •تمكين الزبائن من الشراء على مدار الساعة ومن أي مكان يريدون 7ايام\ساعه24.".<br>•سرعة الوصول الى المعلومات وإمكانيات البحث.<br>•إتاحة خيارات أكثر وأسعار أقل. ".<br>•إتاحة الحصول على المنتجات بسرعة أكبر خاصة المنتجات الرقمية.<br>•السماح بالتفاعل بين الزبائن |

## عيوب التجارة الإلكترونية:

1) لا تتحمل ضمانات أكيدة فجميع العمليات تجرى دون عقد ملزم بين البائع والمشتري.
2) الإثبات القانوني للمعاملات محدود حيث لا يوجد سوى الرسائل الإلكترونية كسند قانوني مُتاح للطرفين.
3) مشاكل الأمن التي تتمثل في إمكانية قيام قراصنة معلومات الحاسوب (الهاكرز) باختراق المواقع ويقوم بسرقة المعلومات التي قد يكون من بينها المعلومات الشخصية والمالية للعملاء" والبطاقات البنكية وارقامها ومن ثم استخدام تلك البطاقات".
4) عدم وجود تشريعات جديدة حتى الآن من أجل تغليظ عقوبة قراصنة معلومات الحاسوب ومواقع التجارة الإلكترونية الوهمية

| من العوائق التقنية | العوائق غير تقنية |
|---|---|
| -الوصول الى الإنترنت مازال مُكلفاً أو صعباً للبعض<br>-استطاعة البنية التحتية للإنترنت مازالت غير كافية في كثير من المناطق.<br>-أدوات التطوير البرمجية في تغير مستمر وسريع.<br>-هناك صعوبات في تكامل برمجيات التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد المعطيات الموجودة في المؤسسات. | -النقص في الثقة ومقاومة المستخدم<br>-الكلفة وتبريرها<br>-هناك زيادة في كلفة توصيل البضائع |

## عوائق متفرقة:

-النقص في الإحساس واللمس عبر الويب.
-قوانين التجارة غير ملِائمة بعد بشكل كاف.
-النقص في الخدمات المساندة.
-هناك عدد من المسائل القانونية العالِقة.
-لا يوجد بعد عدد كاف من البائعين والمشترين.

## التجارة الإلكترونية أنماطها ومجالاتها.

التجارة الإلكترونية بين القطاع الخاص والمستهلك: من الممكن أن تسمى أنماطاً ومن الممكن أن تسمى مجالات للتجارة الإلكترونية أو تطبيقات للتجارة الإلكترونية،

| | |
|---|---|
| النمط الاول | يتعلق بين القطاع الخاص والمستهلك ويرمز له B2C |
| النمط الثاني | يتعلق بالتجارة الإلكترونية بين وحدات القطاع الخاص B2B: يعتبر هذا المستوى من التجارة الإلكترونية أكثر المستويات استخداماً سواء داخل الدولة أو بين الدول وبعضها البعض.<br>أو بين الحكومة والقطاع الخاص ويرمز لها G2B ويغطي هذا النوع من المستوى جميع التعاملات التي تتم بين الحكومة والشركات والمصانع. |
| النمط الثالث | بين المستهلك ومستهلك آخر ويرمز لها بـ C2C |
| النمط الرابع | بين الحكومة والمواطنين G2C |

## مجالات التجارة الإلكترونية:

| | |
|---|---|
| التسوق | يقصد بالتسوق وهو شراء سلع أو خدمات من شركات أو مصانع كبرى |
| البنوك الإلكترونية | يقوم مفهوم البنوك الإلكترونية على قيام العملاء بأداء حساباتهم وإنجاز جميع أعمالهم البنكية جميع ما يتعلق بهذه المعاملات تتم إلكترونياً. |
| شراء الأسهم | الآن شراء وبيع الأسهم عن طريق الشبكة الإلكترونية وذلك من خلال مواقع إلكترونية. |
| المزايدات | تعتبر وسيلة شائعة لمن يرغب في شراء أو بيع سلع أو خدمات للغير من خلال مواقع المزايدات المختلفة على الإنترنت. |
| توفير الوسائط المتعددة والبرامج | هنالك مواقع تجارية متخصصة توفر برمجيات صغيرة صوراً نادرة وكتباً لإلكترونية وألعاب، موسيقى، مواقع فيدو، أفلام وغيرها. |

## أساليب الدفع في التجارة الإلكترونية.

هنالك أساليب دفع تقليدية وهنالك أساليب دفع إلكترونية:

| | طرق الدفع الالكترونية |
|---|---|
| البطاقة الائتمانية: | يستخدم المستهلك بطاقة الائتمان مقابل الخدمة أو السلعة التي يحصل عليها |
| الشيك الإلكتروني: | هو المكافئ للشيك الورقي التقليدي من حيث مفهوم الدفع إلا أنه يأخذ شكل رسالة إلكترونية |
| المحفظة الإلكترونية: | يقوم المستهلك بفتح حساب إلكتروني خاص من خلال أحد البنوك ويودع فيه مبلغاً محدداً من المال ليتمكن لاحقاً من استخدام هذا الحساب للدفع الإلكتروني مقابل شراء السلع والخدمات |
| البطاقة الذكية: | وهي بطاقة بلاستيكية توفرها البنوك وهي مزودة بشريحة الكترونية Electronic chip قادرة على تخزين البيانات كاسم صاحب البطاقة ورقم البطاقة |

## طرق الدفع التقليدية:

### التجارة عبر الهاتف الجوال Mobile Commerce

وهي حالة تدمج بين نظم الحوسبة والاتصالات اي بين الحاسب والهاتف وتقوم بتوظيف وسائط الاتصالات اللاسلكية خاصة الهاتف الجوال في انشطة تجارية مختلفة بين مؤسسات الاعمال والعملاء وبين مؤسسات الاعمال فيما بينها.

## أسئلة اللقاء الثالث من الدكتور

س. ذكر ما يلي:

1-العوائق التقنية للتجارة الالكترونية

2- وضح الفرق بين الانترنت والانترانت والاكسترانت

3- اذكر مجالات التجارة الالكترونية

س. مدي صحة او خطا كل من العبارات الاتية :

- الاختصار mil يرمز الي النشاط الحكومي ( )

- (internet) عبارة مشتقة من كلمتين network /www وهي تعني الشبكة العالمية ( )

س. ختر الاجابة الصحيحة :

1-جميع ما سيذكر من العوائق غير تقنية للتجارة الالكترونية عدا .

أ ـ النقص في الثقة ومقاومة المستخدم

ب ـ الكلفة وتبريرها

ج ـ ارتفاع تكاليف البضائع

د ـ أدوات تطوير البرمجيات في تغير وتطور سريع

2- جميع ما سيذكر من فوائد التجارة الالكترونية بالنسبة للمؤسسات ما عدا .

أ ـ أتاحه خيارات أكثر واسعار اقل

ب ـ توسيع السوق

ج ـ خفض كلفة المعاملات

د ـ تقليل زمن وصول المنتج الى السوق

## أسئلة من نماذج سابقة

### الاعمال الالكترونية

س: استخدام تقنيات المعلومات والاتصال لإدارة وتنفيذ مختلف اعمال المؤسسة وهي تتضمن التجارة الالكترونية

أ. تخطيط موارد المؤسسة ب. ادارة سلسلة توريد ج. ادارة العلاقات مع الزبائن د. الاعمال الالكترونية

س: الاعمال الالكترونية تعني استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات لإدارة وتنفيذ مختلف أعمال المؤسسة.

أ. صحيح ب. خطا

س: تعني استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات لإدارة وتنفيذ مختلف أعمال المؤسسة وهي تتضمن التجارة الالكترونية (مكرر)

أ. الأعمال الالكترونية ب. الاكسترانت ج. التجارة الالكترونية د. التوزيع الالكتروني

س: ..... نقوم على فكره اتمته الأداء ضمن العلاقة بين اطارين في العمل وعند سائر الأنشطة الإدارية والمالية والخدمية

أ. الأعمال الإلكترونية ب. الفهارس الالكترونية ج. الانترنت د. لا شيء مما سبق

س: المصطلح CRM يشير الى:

أ. ادارة العلاقة مع الزبائن ب. لا يوجد خيار صحيحه ج. تخطيط موارد المنظمة د. ادارة سلسلة التوريد

س: يرمز لإدارة سلسلة التزود

أ. CSN ب.CRM ج. SCM د.ED

س: يرمز لنظام تخطيط موارد الشركة بالرمز:

أ. REP ب. RER ج. B2B د. لا يوجد خيار صحيح

س: يمكن تعريف ادارة العلاقة مع الزبون بأنها متتالية الموردين الذين يسهمون في انتاج وتسليم السلعة او الخدمة الى المستهلك النهائي:

أ. خطا ب. صحيح

س: هذا الاختصار CRM يشير الى

أ. العلاقة مع الموردين ب. إدارة سلسلة التوريد ج. البنوك الالكترونية د. إدارة العلاقة مع الزبون

س: المصطلح CRM يشير الى

أ. ادارة العلاقة مع الزبائن ب. لا يوجد خيار صحيحه ج. تخطيط موارد المنظمة د. ادارة سلسلة التوريد

## دوافع تقنيه واقتصادية

س: دوافع التجارة الالكترونية
أ. دوافع اقتصادية واجتماعية ب. دوافع تقنية فقط ج. دوافع اجتماعية فقط **د. دوافع تقنية واقتصادية**

س: تنقسم دوافع التجارة الالكترونية الى
أ. دوافع اجتماعية ودوافع اقتصادية ب. دوافع معمارية ودوافع اقتصادية
**ج. دوافع تقنية ودوافع اقتصادية** د. دوافع تقنية ودوافع هندسية

س٢٤ من الدوافع الاقتصادية للتجارة الالكترونية:
**أ. التغيرات السريعة في الأسواق** ب. ازدياد ظهور التقنيات الجديدة
ج. كمية المعلومات المتبادلة في التجارة د. انخفاض تكلفة التقنية مع ازدياد جودة أدائها

س: من الدوافع الاقتصادية للتجارة الالكترونية:
أ. ظهور لغة النص المترابط ب. ازدياد ظهور تقنيات جديد
ج. الكم الكبير في تبادل المعلومات **د. التغيرات السريعة في الأسواق**

## فوائد التجارة الالكترونية

س: من فوائد التجارة الالكترونية بالنسبة للمؤسسات:
أ. ظهور العولمة وصعوبة المنافسة في الاقتصاد العالمي **ب. تقليل زمن وصول المنتج الى السوق**
ج. اتفاقيات التجارة الاقليمية د. اتاحة خيارات أكثر واسعار اقل

س: من فوائد التجارة الالكترونية بالنسبة للزبائن
**أ. اتاحة خيارات أوسع وأسعار أقل للمنتجات** ب. ارتفاع الأسعار
ج. اتاحة خيارات أقل وأسعار منخفضة للمنتجات د. ارتفاع تكلفة المعاملات

## عيوب التجارة الالكترونية

س: من العوائق التقنية للتجارة الالكترونية
أ. النقص في الثقة ومقاومة المستخدم ب. الكلفة ومبرراتها
**ج. ان ادوات التطوير البرمجية في تغير سريع ومستمر** د. جميع ما ذكر

س: من العوائق غير التقنية في التجارة الالكترونية:
أ. أدوات تطوير البرمجيات في تغير مستمر وسريع ب. صعوبة تكامل البرمجيات
ج. ارتفاع تكلفة الوصول إلى الانترنت **د. النقص في الثقة ومقاومة المستخدم**

س: من العوائق الغير تقنية لتطبيقات التجارة الالكترونية:
**أ. زيادة تكاليف توصيل السلع** ب. الوصول الى الانترنت ما زال مكلفا
ج. التغير المستمر في ادوت تطوير البرمجيات د. ضعف شبكات الاتصال

س: من العوائق التي تقف امام تطبيقات التجارة الالكترونية هو عدم وجود عدد كاف من البائعين والمشترين:
**أ. صحيح** ب. خطأ

## أنماط التجارة الالكترونية

س: يرمز للتجارة الالكترونية بين المنظمات بالرمز
أ. B2C **ب. B2B** ج. C2B د. B2G

س: يرمز للتجارة الالكترونية بين الحكومات ومنظمات القطاع الخاص بالرمز:
**أ. G2B** ب. G2C ج. G2G د. B2B

س: جميع ما يأتي من ضمن ممارسات التجارة الالكترونية ما عدا:
**أ. C2D** ب. C2C ج. B2C د. B2B

س: التجارة الالكترونية بين منظمات الاعمال يرمز لها بالرمز
**أ. B2B** ب. B2C ج. P2B د. B2G

س: من ضمن ممارسات التجارة الالكترونية:
أ. k2G ب. B2W **ج. B2B** د. G2K

س: التجارة الالكترونية بين المنظمة والمستهلك يرمز لها بالرمز:
أ. C2C ب. B2B **ج. B2C** د. B2G

س: يرمز لتطبيقات الحكومة الالكترونية والمواطنين بالرمز
أ. G2G ب. C2C ج. B2G **د. G2C**

| اساليب الدفع في التجارة |
| --- |
| س: المقابل باللغة العربية لهذا المصطلح (Smart card) هو:<br>أ. بطاقة موندیکس ب. البطاقة الائتمانية ج. البطاقة الذكية د. الشيك الالكتروني |
| س: البطاقة الائتمانية (Credit cared) هي بطاقة بلاستيكية توفرها البنوك وهي مزودة بشريحة الكترونية<br>أ. خطأ ( التصحيح: البطاقة الذكية) ب. صحيح |
| س: هي بطاقة بلاستيكية توفرها البنوك مزودة بشريحة الكترونية وهي قادره على تخزين البيانات والدفع عبر الانترنت<br>أ. المحفظة الالكترونية ب. البطاقة الذكية ج. البطاقة الائتمانية د. لا شيء مما ذكر |
| س: هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية توفرها البنوك مزودة بشريحة الكترونية وهي قادرة على تخزين البيانات ويمكن استخدامها للدفع عبر الانترنت<br>أ.البطاقة الذكية ب. الرسالة الاعتمادية LOC ج. الشبكة الالكترونية د. المحفظة الالكترونية |
| س: جميع ما سيذكر من مكونات الانترنت عدا:<br>أ. البريد الالكتروني ب. المجموعات الاخبارية الالكترونية ج. البطاقة الذكية د. نسيج المعلومات الدولي |
| س: هي حالة تدمج بين نظم الحوسبة والاتصالات وتقوم بتوظيف وسائط الاتصال اللاسلكية في الانشطة التجارية المختلفة بين مؤسسات الاعمال والعملاء وبين مؤسسات الاعمال فيما بينها:<br>أ. التجارة عبر الهاتف الجوال ب. البطاقة الذكية ج. المحفظة الالكترونية د. الشيك الالكتروني |

## للقاء الرابع

| احتياطات الأمن والسرية عند استخدام التجارة الإلكترونية |
|---|
| ١- الحرص على التعامل مع المواقع التي تحظى بسمعة طيبة والتي عادة ما تكون مؤمنة secure websites |
| ٢- الاحتفاظ بنسخة من أمر الشراء أو طلب الخدمة على القرص الصلب وطبعها كمستند قانوني لكي يحفظ حقك في هذه العملية. |
| ٣- مراجعة الكشف الخاص ببطاقة الائتمان شهرياً أو دورياً بالأحرى ليس شهرياً وإنما دورياً لعمليات الشراء التي تتم عبر الإنترنت وذلك للتحقق من أنه لم يقم أي شخص آخر بعملية الشراء واستخدام بطاقتك أيها العميل أو بطاقتك الائتمانية. |
| ٤- يفضل استخدام بطاقة ائتمانية واحدة للشراء عبر الإنترنت وتخصيصها لهذا الغرض لسهولة اكتشاف أي خطأ أو تلاعب. |
| ٥- عدم إعطاء أي تفاصيل أو بيانات عبر غرف المحادثة أي عبر المواقع التي ليست مؤمنة على الإنترنت. |

### إدارة العلاقة مع الزبون إلكترونياً : (CRM) - (Customer Relationship Management)

**التسويق التقليدي يركز على المنْتجْ: 4P's**

| سياسة المنتجات | سياسة التسعير | سياسة التوزيع | سياسة الترويج |
|---|---|---|---|

**منهجية جديدة للتسويق الإلكتروني :4C's**

| احتياجات ومتطلبات الزبون | الكلفة بالنسبة للزبون | الملائمة | التواصل |
|---|---|---|---|

**هنا انتقلنا من ال (4Ps)الى ال (4Cs)،**

وهي احتياجات ومتطلبات الزبون بدلاً من أن كانت المؤسسات عملية تهتم بالمنتج انتقلت الآن للاهتمام بالعميل.

### تحليل مُعطيات التسويق الإلكتروني:

١.يجري إهمال ٩٨% من الكوبونات الموزعة على الزبائن." في حال كون الكوبونات إلكترونية تَسهل عملية تحليل تلك المعلومات أو البيانات التي تم اقتناءها من خلال العملاء".

٢.معدل الإجابة على الرسائل = ١%." من قِبل الشركة ولكن في حالة كونها مُعدة إلكترونياً عن طريق بريد إلكتروني تسهُل العملية على الشركة وعلى العميل لكي يتسنى للعميل أخذ الإجابات الوافية والكافية لاستفساراته عن أي جزئية من الجزئيات التي تقوم تلك الشركة ببيعها بتقديمها أياً كانت".

٣.كُلفة تخديم الزبون عن طريق مركز الخدمة الآلية call-centerعن طريق الهاتف المركزي للشركة، أكبر بست مرات من كلفة تخديمه عن طريق الإنترنت.

تكون كلفة الحصول على ربح من زبون جديد أكبر بعشر مرات من كلفة الحصول على ربح من زبون موجود مسبقاً.

### معرفة الزبون ضرورة حتمية:

يتوجب على الشركة معرفة من هم عملاءها وكيف تقوم بإرضاء هؤلاء العملاء وكيف تقوم بإشباع رغباتهم، ليس فقط لجذبهم وإنما كيفية الاحتفاظ بهؤلاء كعملاء لتلك الشركة.

### لماذا البدء بإجرائية العلاقة مع العميل الـ CRM؟

1) يمكن أن يزيد الربح بمقدار 85% وذلك بزيادة معدل الاحتفاظ بالعميل( الزبون) بمعدل (5%).
2) يلعب العميل (الزبون)المخلص دورا إيجابيا كبيرا في عملية الحصول على زبائن جدد بكلفة قليلة أو أحيانًا معدومة.
3) يبقى العميل (الزبون) الجديد عن طريق العميل (الزبون) المرجعي فترة أطول يستخدم منتجات أكثر من غيره، ويصبح بسرعة عميلاً مربحا.

### الحكومة الإلكترونية:

**تعريف الحكومة الإلكترونية:**

هي استخدام تقنية المعلومات من قبل الأجهزة الحكومية لتقديم الخدمات المناطة بالأجهزة للمستفيدين بأسلوب أسرع وأدق بعيداً عن البيروقراطية، بحيث يمكن الحصول عليها دون الحاجة إلى حضور المستفيد أو المراجع إلى الدائرة الحكومية، أي يمكن الحصول عليها من منزله أو مكتبة أو أي مكان تتوفر فيه الأجهزة أو الإنترنت.

### أنواع تطبيقات للحكومة الإلكترونية

| | |
|---|---|
| تطبيقات الحكومة الإلكترونية الموجه نحو المواطنين | G2C |
| تطبيقات الحكومة الإلكترونية مع منظمات الاعمال | G2B |
| تطبيقات الحكومة الإلكترونية بين الادارات الحكومية | G2G |

| أهداف الحكومة الإلكترونية: | فوائد الحكومة الإلكترونية |
|---|---|
| -تقليل تكاليف الإجراءات الحكومية.<br>-زيادة كفاءة عمل الأجهزة الحكومية خلال تعاملها مع المواطنين والشركات<br>-زيادة الشفافية<br>-سرعة إنجاز الاجراءات | -إنشاء قنوات اتصال أكثر فاعلية بين المواطنين والجهات الحكومية.<br>-العمل على توفير المعلومات الحديثة للمواطنين والمقيمين والمستثمرين: مثال: مصلحة الزكاة. (تحديث البيانات)<br>-تبسيط المعلومات الإجراءات الحكومية وجعلها أكثر كفاءة.<br>زيادة نشر الوعي للمعلومات. |

## عوامل نجاح الحكومة الإلكترونية

- توفير الميزانيات المناسبة للتمويل من قبل الحكومة.
- تبسيط الإجراءات المطلوبة للحصول على الخدمات الحكومية.
- توفير البنية التحتية والاتصالات.
- عمل خطة معلوماتية موحدة للتعامل مع المواضيع الفنية مثل تطوير الأنظمة التطبيقية والتصاميم وتوحيد النماذج.
- تقديم خدمات لمساعدة الجهات الحكومية في عملية التحويل إلى حكومات اليكترونية:
- توفير التقنيات الحاسوبية اللازمة للوصول لخدمات الحكومة الإليكترونية:
- استقطاب القوى البشرية المتخصصة في تقنية المعلومات وتنفيذها، وتنفيذ خطط لتدريب مقدمي الخدمة
- إنشاء بوابة رئيسية للحكومة الإلكترونية تقوم بالتعريف بكافة الخدمات المقدمة والمتطلبات الواجب توافرها.
- تطوير سياسات تسويقية تهدف إلى التعريف بخدمات الحكومة الإلكترونية.
- ضرورة مشاركة قطاعاتِ التعليم بما يتناسب مع مرحلة التحويل إلى الحكومة الاليكترونية.
- ضرورة توفر مستوى عال من الأمن والسرية للمعلومات الشخصية المقدمة من قبل المستفيدين.

## التسويق والإعلان الإلكتروني

### محتويات الفصل:

١. خصائص التسويق الإلكتروني
٢. استراتيجيات التسويق الإلكتروني.
٣. تسعير الإعلانات الإلكترونية
٤. قياس نجاح أساليب الترويج الإلكتروني.

### أهداف الفصل:

١. التعرف على أساليب التسويق الالكتروني والاستراتيجيات المناسبة
٢. شرح أساليب تسعير الإعلانات الإلكترونية
٣. قياس مدى نجاح أساليب الترويج والتسويق الإلكتروني

## التسويق الالكتروني وأساليبه:

### خصائص التسويق الالكتروني يهدف إلي الاتي:

| |
|---|
| ١. ترويج المنتجات والخدمات بسعر تكلفة منافس للوسائل التقليدية. |
| ٢. تصنيف السوق (Market Segmentation) الي فئات مختلفة (مثل العمر، الدخل، الجنس). |
| ٣. التسوق التفاعلي (Interactive Marketing): حيث يمكن البائع من التفاعل مع الزبائن وبالتالي الحصول على معلومات إضافية أو الشراء. |
| ٤. شخصنة الإعلانات: حيث يتم عرض الإعلانات التي تتوافق مع اهتمام الزبائن. |
| ٥. الاستفادة من عدد زوار الإنترنت الهائل. |

### أساليب التسويق الإلكتروني:

| | |
|---|---|
| ١. الإعلانات المختصرة | ٢. الشاشات الصغيرة والتلقائية الظاهرة |
| ٣. محركات البحث | ٤. البريد الإلكتروني |
| ٥. الهواتف النقالة | |

## أسئلة اللقاء الرابع من الدكتور

س. أختر الاجابة الصحيحة:

1- يركز التسويق التقليدي على:

أ ـ الملائمة ب ـ الترويج ج ـ الكلفة بالنسبة للزبون د ـ لا شئ مما سبق

2- جميع ما ذكر من المميزات الأساسية الادوات CRM عدا:

أ ـ بناء قاعدة معلومات حول الزبون ب ـ تدفق المواد ج ـ اجراء تدقيق المدفوعات د ـ الولوج الى معلومات الزبون

س. اذكر فقط الاتي :

1- فوائد CRM

2- انماط التدفق في سلسلة التوريد

3- اسباب احتياج المنشآت الي تنمية الوظائف المتعلقة بالزبون

## أسئلة من نماذج سابقة

### احتياطات الأمن والسرية عند استخدام التجارة الإلكترونية

س: من احتياطات الأمن والسرية في عمليات التجارة الالكترونية:

أ. تحسين انتاجية قوى البيع ب. تخفيض اسعار المنتجات الرقمية

ج. مراجعة الكشف الخاص ببطاقة الائتمان دوريا د. المرونة في وضع الأسعار

س: من احتياطات الأمن والسلامة في التجارة الالكترونية:

أ. الفهارس الالكترونية ب. محركات البحث

ج. الاحتفاظ بنسخه من امر الشراء د. عربات التسويق الالكترونية

### إدارة العلاقة مع الزبون الكترونيا

س: التسويق التقليدي يركز على منتج من خلال:

أ. الترويج ب. التواصل ج. الكلفة بالنسبة للزبون د. الملاءمة

س: المنهجية الجديدة للتسويق الالكترونية تركز على:

أ. سياسة التسعير ب. سياسة المنتجات ج. الملائمه د. لا شيء مما ذكر

س: تركز المنهجية الجديدة للتسويق الالكتروني على:

أ. علم أنظمة النصوص المدمجة ب. سياسة المنتجات

ج. التوسع في أنظمة البرمجيات د. احتياجات ومتطلبات الزبون

س: من فوائد التسويق الالكتروني:

أ. توسيع قاعدة الزبائن ب. تنزيل المعلومات المتعلقة بحركة الحساب البنكي ج. الاطلاع على الحساب البنكي

### الحكومة الالكترونية

س: جميع مما يأتي من فوائد الحكومة الالكترونية ما عدا:

أ. العمل على توفير المعلومات الحديثة ب. تصنيف السوق

ج. إنشاء قنوات اتصال أكثر فاعلية د. زيادة نشر الوعي عن المعلومات الالكترونية

س: من عوامل نجاح الحكومة الالكترونية:

أ. توفر البنية التحتية وشبكة الاتصالات ب. توفير الميزانيات المناسبة

ج. تبسيط الإجراءات المطلوبة د. كل الخيارات صحيحة

س: في ظل تطبيق الحكومة الالكترونية تزداد أهمية:

أ. الأوراق ب. الأدوات ج. العنصر البشري الفعال

# للقاء الخامس

## ١ . اعلانات المختصرة Ad Banners

هي إعلانات تظهر عادة في رأس صفحة الويب وتكون مربوطة بموقع المعلن، حيث يتم تحويل المستخدمين عند النقر على الإعلان مباشرة إلى موقع المعلن. ويعتبر من أكثر الإعلانات شيوعا واستخداما في شبكة الانترنت

### أنواع الإعلانات المختصرة:

| | |
|---|---|
| إعلانات محركات البحث | تظهر في اعلى صفحات محركات البحث نتيجة لإدخال كلمات مفتاحية keywords إلى ذلك المحرك وتساعد الشركات في تضييق أعداد الزوار. |
| إعلانات مختصرة عشوائية | تظهر عشوائيا وليس نتيجة لفعل أي زائر، وتساعد الشركات في تقديم منتجات جديدة مثل الأفلام. |
| إعلانات ثابتة | تكون موجودة بشكل دائم على الموقع. |
| إعلانات مختصرة شخصية | تستخدم عند معرفة اهتمامات الزائر حيث يتم فيها مطابقة محتوى الإعلان مع تلك الاهتمامات. |
| الإعلانات المختصرة | |

| مزايا الإعلانات المختصرة: | محددات الإعلانات المختصرة: |
|---|---|
| -ربطها بنظام الطلبات بشكل مباشر. | -التكلفة العالية. |
| -توجيه الإعلان إلى فئة محددة بناء على اهتماماتها. | -المساحة القليلة. |
| -تستخدم لملىء وقت الزائر أثناء تنزيل باقي اجزاء الصفحة. | -انخفاض درجة الاهتمام في الإعلانات المختصرة. |

## ٢ . الشاشات الصغيرة والتلقائية والظاهرة:

وهي وسائل إعلانية الكترونية تظهر في متصفح الإنترنت بصورة تلقائية عندما يقوم الزائر بزيارة موقع ما.

وتقسم إلى نوعين وهما:

١) نوافذ Pop-Ups: وهي تظهر أمام النافذة الفعالة. (انظر الشكل في الشريحة التالية)
٢) نوافذ Pop-Under: وهي تظهر أسفل المتصفح وخلف النوافذ الفعالة.

| فوائدها : | عيوبها : |
|---|---|
| نفس فوائد الإعلانات المختصرة ولكن لها عيوب جوهرية تحد من تلك الفوائد. | تعد إعلانات تطفلية (Spamming Ads) يعترض عليها كثير من المستخدمين بسبب طريقتها الملحة والمزعجة في الإعلان. ظهرت مجموعة من الأدوات والبرامج التي تعمل على تعطيلها وابطال ظهورها. |

### النوافذ المنبثقة

## ٣ . محركات البحث

هي عبارة عن قاعدة بيانات تحوي معلومات مفهرسة لعدد كبير جدا من المواقع الإلكترونية.

### اهم محركات البحث:

www.google.com - www.bing.com - www.duckduckgo.com

## مكونات محركات البحث

| | |
|---|---|
| العنكبوت Spider | وهو الجزء الخاص بجلب صفحات الإنترنت وتخزينها محليا في قاعدة بيانات المحرك. |
| المفهرس Indexer | يقوم بفهرسة صفحات الإنترنت من اجل تسهيل عملية البحث. |
| الباحث Searcher | الجزء الخاص بعملية البحث نفسيا في البيانات المفهرسة. |
| قاعدة البيانات Database | القاعدة التي تضم صفحات الإنترنت بعد فهرستها. |

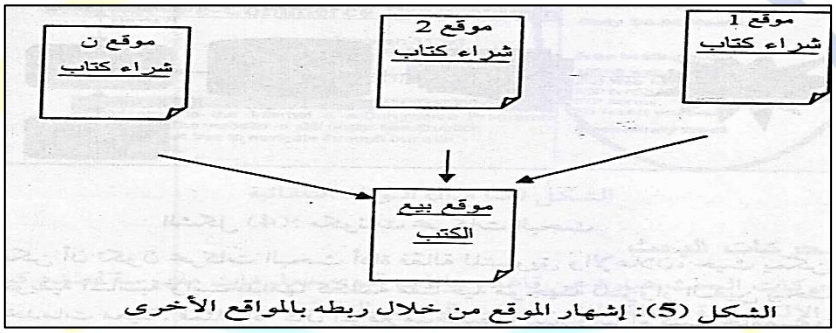
**س/** هل محرك البحث كوسيلة إعلانية له فائدة ام لا؟
**ج/** ليس له قيمة مالم تكن لدى الصفحة Rank

## مصطلح تعظيم مرتبة الصفحة الرئيسة (Page Optimization)

حتى تتمكن الشركات من الاستفادة من محركات البحث وجعلها أداة فعالة للتسويق والإعلان لا بد لها من الاهتمام بتصميم الصفحة الرئيسية بحيث تحتل مرتبة Rank اعلى من صفحات المنافسين في نتائج البحث.
**الأهمية:** تأتي أهمية ذلك بعد أن أشارت الإحصائيات إلى أن زوار محركات البحث يهتمون بأول (اعلى)عشرة نتائج فقط.

## خطوات تصميم صفحات إنترنت منافسة في محركات البحث (Page Optimization)

| | |
|---|---|
| وسم العنوان الخاص بالصفحة | (Title) بكلمات مفتاحية (keywords) تعبر عن محتوى الموقع. |
| إشهار الموقع بدعوة المواقع الأخرى لربطه | بنص تشعبي متعلق بالكلمات المفتاحية. (انظر الشكل في الشريحة التالية) |
| الأخذ بعين الاعتبار آلية عمل كل محرك بحث | وتهيئة صفحة الشركة طبقا لذلك. |



الشكل (5): إشهار الموقع من خلال ربطه بالمواقع الأخرى

## ٤. البريد الإلكتروني E-mail

هو وسيلة تستخدم في إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية بين الأفراد والمجموعات، حيث يتشابه مع البريد العادي من الناحية الوظيفية، إلا انه يمتاز عنه بالسرعة والمرونة وسهولة الاستخدام.

### اهم أسباب تطور استخدام البريد الإلكتروني:

١. غنى المحتوى (نص وصوت وفيديو وصور).
٢. تطور بروتوكولات البريد الإلكتروني القادر على التعامل مع بيئة الاتصالات السلكية واللاسلكية وكوابل التلفاز.
٣. التكلفة القليلة.
٤. القدرة على استهداف مجموعة واسعة من الزبائن.

### وسائل الحصول على قوائم عناوين البريد الإلكتروني:

١. من خلال نماذج يقوم الزبائن بتعبئتها بشكل مباشر.
٢. بالاستعانة بشركات أخرى (مثل worlddata.com).
٣. من خلال برمجيات متخصصة تقوم باستخلاص عناوين البريد الإلكتروني من صفحات المواقع الإلكترونية.

## ٥. الهواتف النقالة:

بعد التطور الكبير في الهواتف الذكية وما قابل ذلك من سرعة في انتشارها، تطورت العديد من الأساليب التسويقية والتي مكنت المؤسسات (الخاصة والحكومية) من الاستفادة منها في تسويق ما تقدمه من سمع وخدمات. وقد ظهر نتيجة لذلك علم جديد سمي بالتجارة من خلال الأجهزة الخلوية (Commerce-M)

## استراتيجيات التسوق الإلكتروني:

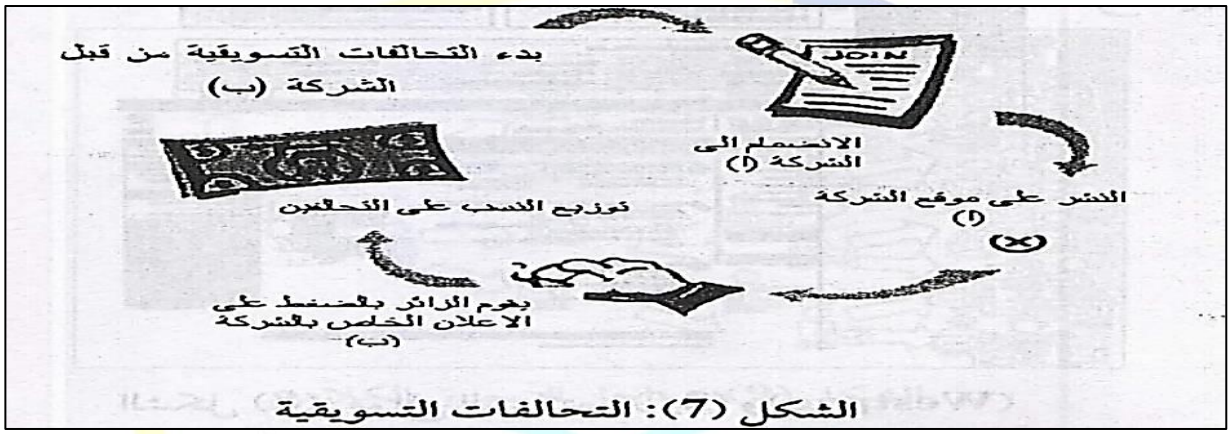
**1. التحالفات التسويقية بين الشركات: (انظر الشكل رقم 7 في الشريحة التالية)**
حيث يتم وضع إعلانات شركة ما على موقع شركة (أو شركات) أخرى وتمرير طلبات الزبائن (ممن يقومون بالنقر على الإعلان في أي من هذه المواقع) إلى الشركة المتخصصة التي توفر المنتج أو الخدمة المطلوبة. مثل موقع أمازون يظهر على أكثر من ٥٠٠,٠٠٠ موقع متحالف.

**2. التسويق الكلامي:**
التسويق بالكلمة أو الخبر أو الرسالة الذي يتواتر بين الناس، حيث يتم نقل عروض منتجات وخدمات بين الأصدقاء بسبب الاعتقاد أنها مفيدة.

| | |
|---|---|
| وسائل نقل الخبر: | المنتديات ورسائل البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي ومجموعات الاخبار. |
| اهم الفوائد: | السرعة وقلة التكاليف. |
| اهم المحددات: | استغلال هذه الخدمة من قبل المخادعين في الحصول على بطاقات ائتمان ونشر الفيروسات. |

**٣.الأحداث المباشرة Online Events:**
مثل نقل الاحتفالات أو المباريات أو الحوارات التي تنقل مباشرة لاستقطاب إعداد كبيرة من الزوار للموقع، ثم استغلال ذلك في تسويق المنتجات والخدمات.

**٤. كتابة نص الإعلان:**
الاستعانة بوكالة إعلان متخصصة وجيدة لصياغة محتوى الإعلان وشكله ورسالته بطريقة تساعد على جذب المزيد من الزوار للموقع.



الشكل (7): التحالفات التسويقية

## تسعير الإعلانات الإلكترونية:

**1. التسعير القائم على معدل ظهور الإعلان الإلكتروني في موقع المعلن - Cost per thousands of impression**
هذا الأسلوب يناسب الإعلانات المختصرة. وقد اصطلح بإطلاق وحدة تسمى مختصرة بوحدة حساب لألف ظهور. ويعاب علية لان الزائر قد يشاهد الإعلان نفسه عدة مرات، وتحسب مرة واحدة التكلفة

**٢.التسعير القائم على معدل النقر على الإعلان الإلكتروني هذا الأسلوب يعتمد على النقر(click) وليس على مشاهدة الزائر للإعلان فحسب**

**٣.التسعير القائم على معدل التفاعل مع الموقع المعلن (التفاعل)**
في هذا الأسلوب يتم التسعير بناء على تفاعل الزائر مع موقع صاحب الإعلان وليس النقر فقط، مثلاً المدة الزمنية التي أستغرقها في مشاهدة الإعلان أو عدد الصفحات التي يتم تصفحها وعدد النقرات الإضافية وهذه الطريقة معقدة نوعاً ما.

**٤.التسعير القائم على قيمة المبيعات**