

المعرفة والإدارة الالكترونية وتطبيقاتهما المعاصرة

الأستاذ

بلال محمود الوادي

ماجستير إدارة الأعمال
جامعة عمان العربية لدراسات العليا

الأستاذ الدكتور

محمود حسين الوادي

عميد كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية
جامعة الزرقاء الخاصة



www.darsafa.net



فهرس المحتويات

المقدمة 13

الفصل الأول: التجارة الإلكترونية

1-1 مفهوم التجارة الإلكترونية وانماط التعامل معها 17

2-1 انواع التجارة الإلكترونية 19

3-1 البنية التحتية للتجارة الإلكترونية 20

4-1 مزايا التجارة الإلكترونية ووظائفها 21

5-1 أشكال المنافسة الإلكترونية 26

6-1 الأخلاقيات والقيم الأخلاقية لمنظمات الأعمال في ظل التجارة الإلكترونية .. 26

7-1 عمليات اتخاذ القرار الأخلاقي في المنظمات والعوامل المؤثرة فيها 28

8-1 الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية 31

9-1 واقع التجارة الإلكترونية عربياً وعالمياً 32

10-1 تحديات التجارة الإلكترونية محلياً وعربياً 37

11-1 نحو استراتيجية عمل لتحقيق التجارة الإلكترونية 39

الفصل الثاني: خدمات الزبون وعمليات التسوق والشراء والتجارة عبر الإنترنت

1-2 مقدمة حول التسوق الإلكتروني 45

2-2 المشتري عبر الإنترنت. 45

3-2 كسب زبائن جدد والاحتفاظ بالزبائن الحاليين 48

- 4-2 كيفية استقطاب الزبائن (المشترين الإلكترونيين) إلى المتجر الإلكتروني... 51
- 5-2 خدمات حجم الزبون 54
- 6-2 سلوك المشتري عبر الإنترنت 55
- 7-2 أدوات خدمات الزبون 66
- 8-2 مثال تطبيقي لعملية تسوق إلكتروني 69
- 9-2 أدوات التجارة الإلكترونية والتسوق الإلكتروني 74
- 10-2 أنظمة الدفع الإلكتروني 78
- 11-2 نظام التحويلات المالية الإلكترونية EFT 89
- 12-2 خصائص التعاملات التجارية الإلكترونية 94
- 13-2 التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالعلوم الأخرى 96
- 14-2 المواقع التجارية الإلكترونية وكيفية التعامل معها 98
- 15-2 شروط التعامل مع المواقع التجارية الإلكترونية 98
- 16-2 تقدير تكاليف الموقع التجاري الإلكتروني 99
- 17-2 العوامل التي ينبغي مراعاتها عند تصميم المواقع التجارية 100
- 18-2 خطوات إنشاء الموقع التجاري الإلكتروني 104
- 19-2 أسباب فشل المواقع الإلكترونية التجارية 108
- 20-2 البيع والشراء عبر شبكة الإنترنت 108
- 21-2 مخاطر الشراء من المواقع التجارية الإلكترونية 129
- 22-2 نماذج عمل التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت 129

الفصل الثالث: الإنترنت والتسويق الإلكتروني

167.....	1-3 تمهيد
169.....	2-3 الشبكة العنكبوتية العالمية
170.....	3-3 عالم www تسويقياً
171.....	4-3 وسائل التكنولوجيا المعاصرة
173.....	5-3 الانتقال من الإنترنت إلى الإنترنت والإكسترانت

الفصل الرابع: التسويق الإلكتروني ومتطلبات العصر

177.....	1-4 تمهيد
178.....	2-4 التسويق والتسويق الإلكتروني
180.....	3-4 عملية التسويق الإلكتروني
181.....	4-4 المكونات الأساسية لنظام التجارة الإلكترونية
182.....	5-4 بيئة التسويق الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت
186.....	6-4 الإنترنت وسيلة فعالة للتسويق
187.....	7-4 التسويق الدولي عبر شبكة الإنترنت
189.....	8-4 عناصر المزيج التسويقي
190.....	9-4 شبكة الإنترنت وتأثيرها على عناصر المزيج التسويقي
198.....	10-4 مراحل تطور التسويق الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت
200.....	11-4 فوائد نظام التسويق الإلكتروني
204.....	12-4 طرق التسويق - ودوره في تحقيق مزايا للمشتريين
209.....	13-4 أثر التسويق الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت على إدارة الشركات

- 211..... 14-4 أنظمة الدفع الإلكتروني
- 213..... 15-4 العقد الإلكتروني
- 214..... 16-4 التوقيع الإلكتروني
- 217..... 17-4 أمن شبكة الإنترنت والقانون المعلوماتي (قانون الإنترنت)
- 219..... 18-4 التحديات والمعوقات التي تواجه التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت
- 221..... 19-4 التسويق الإلكتروني في المملكة الأردنية الهاشمية

الفصل الخامس: البنوك الإلكترونية

- 230..... 1-5 مفهوم البنوك الإلكترونية وأنماطها وخيارات القبول والرفض
- 239... 2-5 اتجاهات التعامل المالي على شبكة الإنترنت، وواقع البنوك الإلكترونية
- 250..... 3-5 متطلبات البنك الإلكتروني
- 252..... 4-5 التحديات القانونية في حقل البنوك الإلكترونية

الفصل السادس

المعلومات الإلكترونية وإفرازاتها في ظل تكنولوجيا المعلومات المعاصرة

- 269..... 1-6 فكرة عامة عن تكنولوجيا المعلومات
- 269..... 2-6 مفهوم تكنولوجيا المعلومات
- 270..... 3-6 مجالات ومدى تكنولوجيا المعلومات
- 271..... 4-6 خصائص المعلومات
- 271..... 5-6 مراحل تكنولوجيا المعلومات
- 272..... 6-6 دور تكنولوجيا المعلومات في القوى التنافسية للمنظمات
- 273..... 7-6 سمات مجتمع المعلومات المعاصرة

- 274..... 8-6 المعلومات الإلكترونية والتكنولوجيا
- 275..... 9-6 مصادر المعلومات الإلكترونية
- 10-6 علاقة مصادر المعلومات الإلكترونية بالمصادر التقليدية و غير التقليدية
- 282..... الأخرى
- 283..... 11-6 منافذ الحصول على مصادر المعلومات الإلكترونية
- 284..... 12-6 فوائد مصادر المعلومات الإلكترونية للمكتبات

الفصل السابع: الإدارة الإلكترونية

- 289..... 1-7 مقدمة
- 290..... 2-7 ماهية الإدارة الإلكترونية
- 291..... 3-7 أهداف ومكاسب الإدارة الإلكترونية
- 292..... 4-7 أسباب التحول للإدارة الإلكترونية
- 293..... 5-7 معوقات التحول إلى الإدارة الإلكترونية في المؤسسات العربية
- 6-7 حالة عملية: نظام الإدارة الإلكترونية بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار
- 294..... في مجلس الوزراء المصري

الفصل الثامن: الحكومة الإلكترونية

- 305..... 1-8 مفهوم الحكومة الإلكترونية
- 306..... 2-8 تطبيقات الحكومة الإلكترونية
- 306..... 3-8 نموذج الحكومة الإلكترونية
- 308..... 4-8 الصعوبات التي تواجه بناء الحكومة الإلكترونية
- 310..... 5-8 المهارات الأساسية لإنجاح الحكومة الإلكترونية