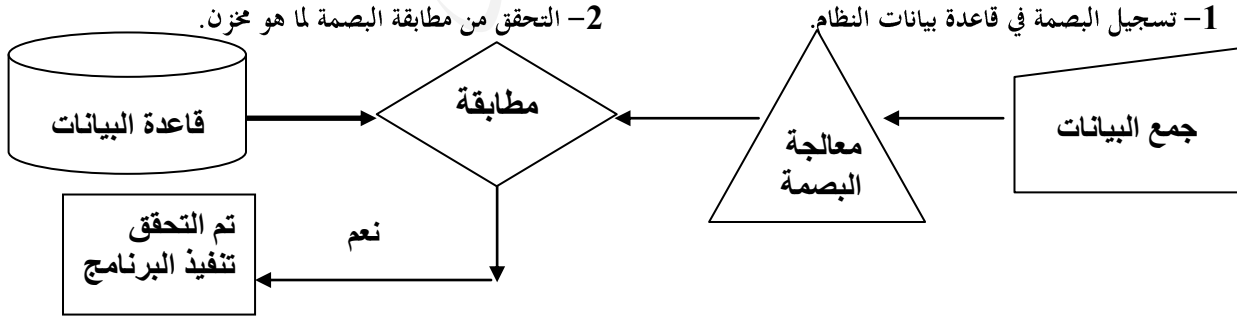


في التجارة الإلكترونية	إعداد: أ. محمد توفيق	الأسئلة المقترحة الدورة الصيفية 2015
------------------------	----------------------	--------------------------------------

الوحدة الخامسة: مبادئ الحماية وأمن المعلومات.

- س1: أذكر بعض صور الجرائم الإلكترونية؟ 1. سرقة أرقام بطاقات الائتمان. 2. سرقة كلمات المرور الخاصة بالدخول إلى مواقع معينة. 3. عمليات السطو لسرقة الأجهزة ومعدات الشبكة. 4. الاختراق
- س3: ما هي طرق انتشار الفيروسات؟ 1. البريد الإلكتروني. 2. البرامج التي يتم تحميلها من الإنترنت.
- س4: ما هي الأشكال التي تظهر بها الدودة؟ 1. برامج تسلية. 2. الرسائل الإلكترونية.
- س5: أذكر مثالين على الدودة؟ WORM: يقوم بتكرار نفسه داخل أجهزة الحاسوب (ش2010) Melissa Blaster: تصيب كل وثائق معالج النصوص (ش2010)
- س6: طرق الإصابة بأحصنة طروادة؟ الألعاب 2. البرامج الإلكترونية 3. البرامج المجانية مجهولة المصدر. 4. البطاقات الإلكترونية.
- س7: ما هي أشكال الاختراق؟ 1- اختراق خارجي 2- اختراق داخلي
- س8: ممر يتكون نظام الحاسوب؟ 1. الأجهزة 2. البرامج 3. المعلومات.
- س9: أ. إن حماية شبكة خادم الويب والبيانات المخزنة عليه يمكن تحقيقها من خلال عدة خيارات اذكر ثلاثاً منها؟
- 1- التحقق من هوية المستخدمين. الذين يحاولون الدخول إلى الشبكة
- 2- التحقق من شرعية استخدامهم للشبكة ووصولهم للمعلومات التي لديهم تحويل بالوصول إليها.
- 3- طرق الحماية من التهديدات الطبيعية كالزلازل والحريق والدخول غير الشرعي 4- استخدام برامج مضادة للفيروس.
- س10: أذكر ثلاثة أساليب للتحقق من هوية المستخدمين؟ أ. كلمة السر ب. البطاقة الذكية ج. البصمات العضوية
- س11: ما هي آلية عمل نظام البصمات العضوية/ ما هي المراحل التي يعمل من خلالها نظام البصمات العضوية؟
- 1- تسجيل البصمة في قاعدة بيانات النظام.
- 2- التحقق من مطابقة البصمة لما هو مخزن.



- س12: ما هي القواعد التي بموجبها يتم الرفض والسماح لحزم البيانات من الدخول إلى الشبكة قواعد تصفية الحزم القادمة من خارج الشبكة
1. عنوان مصدر حزمة البيانات الخارجية 2. وجهة حزمة البيانات الخارجية 3. نوع البروتوكول المستخدمة في حزمة البيانات الواردة
- س13: وظائف البرنامج الحاسوب الوسيط؟ 1- يوفر حماية عالية من المتسللين 2- يمكن أن يؤثر الوسيط على أداء الشبكة 3- يتحكم بحركة الملفات (من وإلى) الشبكة.
- س14: ما هي التهديدات التي لا يستطيع حواجز العبور أن يتفادها/ ما هي مستويات الحماية باستخدام حواجز العبور؟ (سليبيات (محددات) حواجز العبور)
- 1- لا تمنع حواجز العبور الفيروسات. 2. لا تستطيع الحماية بناءً على محتوى البيانات
- 3- لا تمنع المستخدمين الداخليين من تحميل البرامج على أجهزة الشبكة.

س15: يجب أن يهتم مدير الشبكات المعنيون بتصميم حواجز العبور بعدد من القضايا الإدارية أذكر أربعاً منها؟

1. تحديد أي أنواع حواجز العبور المناسبة للشبكة.
2. تحديد فيما إذا كان سيتم شراء حواجز العبور أم بناؤه برمجياً في الشركة.
3. تحديد مهام حواجز العبور والخدمات التي يسمح بها أو يرفضها.
4. تحديد سياسات عمل حواجز العبور

س16: أذكر أنواع البيانات المتبادلة إلكترونياً عبر شبكة الإنترنت؟

1. معلومات عامة.
2. معلومات مملوكة.
3. معلومات خاصة.
4. معلومات سرية.

س17: ما هي المتطلبات اللازمة لحماية المعلومات المتراصلة عبر الإنترنت؟

1. سرية التراسل
2. سلامة التراسل
3. موثوقية التراسل
4. عدم القدرة على الإنكار

س18: أذكر القضايا التي يجب الانتباه إليها عند تصميم التشفير وتقنياته وتطبيقاته في التجارة الإلكترونية؟

1. التشفير بالأجهزة أم البرمجيات
2. مراعاة قوانين التصدير والتبادل التجاري
3. إدارة مفاتيح التشفير
4. قضايا قانونية
5. قضايا تجارية

س19: ما هي الحالات التي تسمح فيها القوانين الأمريكية باستخدام التشفير؟

1. إذا كانت المعلومات المراد تشفيرها مالية بين بنوك معروفة
2. إذا كانت المعلومات معروفة المحتوى وذات طول محدد
3. إذا توافرت أدلة أن التشفير لا يمكن استخدامه لأغراض أخرى.

س20: أذكر ثلاث عقبات تقف أمام استخدام التشفير في التجارة الإلكترونية؟

1. صعوبة استخدام التشفير وتقنياته وبرمجياته من قبل المستخدم العادي
 2. تتطلب عملية توزيع المفاتيح جهداً كبيراً، مما يحد من انتشارها بين العاملين
 3. أن نجاح التشفير يعتمد على أن يستخدم كل المتعاملين في السوق الإلكتروني تقنية التشفير نفسها
- س21: تهدف القوانين الدولية ومنها الأردنية إلى حماية التجارة الإلكترونية من عدة نواحي. أذكر ثلاثاً منها؟

1. الخصوصية
2. الملكية الفكرية
3. منع جرائم الحاسوب

س22: وفقاً للقانون الأردني هناك بعض العقود والمعاملات لا يمكن إجراؤها إلكترونياً، أذكر أربعاً منها.

1. ما يشترط تسجيله لدى الدوائر الخاصة. (كالأراضي والسيارات).
2. الدعوى القضائية.
3. بيع الأوراق المالية
4. الوصية
5. الوقف

س23: لسجلات الإلكترونية حجية الوثائق الورقية، إذا توافرت شروط معينة، أذكر ثلاثاً منها؟

1. أن تكون المعلومات (في السجل) قابلة للحفظ والاسترجاع
2. إمكانية احتفاظ السجل بالمعلومات المخزنة فيه وإثبات دقة هذه المعلومات
3. إمكانية إثبات هوية منشئ الرسالة الإلكترونية ومستلمها. وتواريخ الاستلام والتسليم.

س24: وضع المشروع الأردني القواعد اللازمة لحماية أمن الرسائل الإلكترونية وسلامتها وحجيتها ونفاذها. أذكر ثلاثاً من هذه القواعد؟ (أذكر ثلاثاً من القواعد التي وضعها القانون الأردني لإعطاء التوقيع الإلكتروني فعالية التوقيع اليدوي؟)

1. الاعتراف بالتوقيع الإلكتروني كبديل للتوقيع التقليدي إذا أمكن تحديد هوية المنشئ.
2. يجب أن يكون التوقيع الإلكتروني موثقاً حتى يكون دليلاً على مضمون الرسالة الإلكترونية
3. يعد التوقيع الإلكتروني موثقاً إذا صدر عن إحدى الجهات الآتية:

جهة ترخيص معتمدة في الأردن / جهة ترخيص معتمدة في سلطة مختصة في دولة أخرى / دائرة حكومية أو مؤسسة مفوضة بإصدار هذه الشهادة

*بشرط أن يكون قد أرسل خلال مدة سريان الشهادة ومطابقاً لرمز التعريف المبين في تلك الشهادة.

4. جهة توثيق غير مرخصة ولكن اتفق الأطراف على اعتمادها كمصدر للشهادة.

بعض المصطلحات

- سرية التراسل:** عدم الاطلاع على البيانات المتناقلة عبر الانترنت من قبل غير المخولين ويكون لدى طرفي التراسل القدرة على التحقق من هوية
- سلامة التراسل:** حماية البيانات ضد العبث أو التغيير أو التعويض عنها ببيانات أخرى
- عدم القدرة على الإنكار:** عدم قدرة من قام بالطلب إلكترونياً أو أرسل رسالة على الإنكار
- الدودة:** برنامج يقوم بتكرار نفسه، ينتقل خلال الشبكات ويعمل بصورة مستقلة دون الحاجة إلى برنامج يرتبط به.
- أحصنة طروادة:** برامج تبدو ظاهرياً مفيدة، إلا أنها تقوم بأعمال غير شرعية كحذف الملفات والتجسس.
- المتسللون (Hackers):** هم الأشخاص الذين يقومون بعملية الاختراق بهدف الإطلاع فقط.
- المخربون (Crackers):** هم الأشخاص الذين يقومون بعملية الاختراق بهدف التخريب.
- موجه المسارات (routers):** هو جهاز بحجم الطابعة يرتبط به الشبكات المحلية والواسعة، يقوم بتحديد مصدر البيانات وتوجيهها عبر أفضل خط اتصال إلى المستقبل بناءً على مجموعة من القواعد.
- احتيال البطاقة الائتمانية:** سرقة معلومات البطاقة الائتمانية والوصول إلى الملفات التي تحوي معلومات بطاقة الائتمان على خادמות المواقع التجارية.
- انتحال الشخصية (Spoofing):** الإساءة بالتكرار كشخص آخر، أو باستعمال عناوين البريد الإلكتروني المزيفة.
- حجب الخدمة (Denial of service (DOS):** إغراق لصوص الكمبيوتر بالدخول عديم الفائدة إلى الإنترنت مما يسبب: حجب الخدمة عن المستخدمين وتعطيل الشبكة
- التشفير:** هو عملية تغيير محتوى الرسالة المنقولة عبر شبكة عامة باستخدام رموز تشفير أو مفتاح ترميز سري، مما يجعل فهم الرسالة غير ممكن من قبل المتطفلين

الوحدة السادسة طرق التبادل المالي

- س1: اذكر وسائل الدفع في التجارة التقليدية 1. الدفع نقداً 2. الدفع عن طريق البطاقات 3. الدفع عن طريق الشيكات 4. التحويل المالي
- س2: أذكر ثلاثاً من سلبيات (المشكلات) (المحددات) التي تعاني منها وسائل الدفع التقليدية؟
1. عائق الحدود الجغرافية 2. تكاليف الصيانة العالية 3. حاجتها لقوى بشرية للتشغيل
- س3: ما هي شروط الدفع بالبطاقات؟ 1. أن يقبل التاجر هذا النوع من الدفع 2. يجب على التاجر أن يفتح حساب خاص بالبنك
- س4: أذكر أنواع البطاقات المستخدمة في الدفع التقليدي 1. بطاقة الخصم (الدين) 2. بطاقة الائتمان 3. بطاقة التسجيل على حساب
- س5: ما هي خصائص بطاقة الخصم (الدين)؟
1. لإصدار هذه البطاقة يجب أن يفتح العميل حساب مصرفي لدى البنك، أو إيداع مبلغ لدى المؤسسة المالية المصدرة لهذه البطاقة
2. تتطلب من المشتري إدخال رقم خاص بالبطاقة من خلال جهاز نقاط البيع (pin).
3. لا يسمح بإتمام عملية الشراء إذا قل الرصيد عن قيمة الشراء.
4. يقوم البنك بالسحب المباشر من حساب العميل كلما استخدم العميل البطاقة لسداد قيمة الفاتورة الواردة من التاجر.
- س6: ما هي خصائص بطاقة الائتمان؟
1. بطاقة خاصة يصدرها المصرف أو المؤسسة المالية لعميله، تمكنه من الحصول على السلع والخدمات من المحلات.
2. لا يلزم للحصول عليها وجود رصيد في حساب العميل لدى مصدر البطاقة.
3. يمكن لحامل البطاقة أن يسدد ما عليه على شكل دفعات منتظمة أو غير منتظمة، ولكنه يتحمل دفع الفوائد بصفة يومية على رصيده المدين.

س7: أذكر المكونات الأساسية لنظام الدفع؟ 1. مؤسسات وأفراد (دافع ومدفوع له) 2. وسال الدفع

3. الإجراءات القانونية والتعليمات التي تحدد العلاقة والمسؤوليات بين الأفراد والمؤسسات 4. طرف ثالث

س8: ما هي أنواع (أشكال) (نماذج) التجارة الإلكترونية؟ 1. شركة إلى شركة (B – B) 2. شركة إلى مستهلك (B – C)

3. مستهلك إلى مستهلك (C – C) 4. مستهلك إلى شركة (C – B)

س9: ما هي خصائص (فوائد) شبكات التحويل المالي الإلكتروني (EFT)؟

1. توفير وسيلة سريعة لنقل المعاملات المالية من أوامر الدفع بين البنوك

2. قليل كلفة العمليات ووقتتها. (خاصة إذا كانت الدفعات المتداولة كبيرة)

س10: ما هي خصائص (فوائد) الاعتماد البنكي (LC) لكل من البائع والمشتري؟

بالنسبة للبائع: 1. يعطي البائع درجة عالية من الأمان للدفع إذا تحققت كافة الشروط. 2. تقليل نسبة المخاطر

بالنسبة للمشتري: 1. تعطي المشتري فرصة أكبر للمفاوضة 2. لا يتم سحب الأموال من رصيد المشتري إلا بعد التحقق من كافة الوثائق.

س11: ما هي وسائل الدفع في نموذج (B – C)؟

1) البطاقات. 2) الدفع بضمانة طرف ثالث. 3) الشيكات الإلكترونية 4) البطاقات الذكية. 5) النقد الرقمي.

س12: ما هي خطوات الدفع باستخدام الشيكات الإلكترونية؟

1. يقوم المشتري بالحصول على نماذج شيكات إلكترونية من بنك مرخص بذلك بناء على حساب يفتحه في البنك.

2. يقوم المشتري بعملية الشراء وطلب السلعة، ويرسل شكلاً موقعاً للتاجر.

3. يقوم التاجر بالتحقق من: (أ) هوية المشتري (ب) هوية البنك

4. يرسل التاجر الشيك إلى البنك الخاص به لإيداعه في الحساب.

5. تتم تسوية الشيك بين بنك التاجر وبنك المشتري من خلال المقاصة.

6. يحول بنك المشتري قيمة الشيك إلى بنك التاجر.

س13: ما هي فائدة الشيكات الإلكترونية بالنسبة للتاجر؟ 1. معرفة الشيكات المرتجعة إلكترونياً.

2. التقليل من استخدام الورق. 3. وسيلة لتجميع الشيكات والأموال من المشتريين.

س14: ما هي آلية (خطوات) الدفع بضمانة طرف ثالث في نموذج (B – C)؟ (الشكل صفحة 207)

1. يرسل المشتري طلب الشراء ورقم هويته (PIN) لموقع التاجر.

2. يرسل التاجر معلومات الشراء وهوية المشتري إلى الطرف الثالث.

3. يطلب الطرف الثالث تأكيد الصفقة من المشتري. 4. يقوم المشتري بتأكيد الصفقة أو رفضها.

5. يرسل الطرف الثالث المعلومات خلال بوابة دفع إلى الشبكة المالية المغلقة لإكمال العملية.

6. يسلم التاجر النتيجة سواء تم الدفع من بطاقة الائتمان أم لا.

س15: ما هي استخدامات البطاقة الذكية؟ 1. للشراء 2. للوصول إلى الحساب البنكي 3. لحزن المعلومات المختلفة.

س16: ما هي وسائل الدفع في نموذج C – C؟ 1. النقد الإلكتروني 2. الشيكات الإلكترونية.

س17: أذكر مثلاً على نظام يسمح بالتبادل المالي بين الأفراد؟ نظام paypal

س18: ما هي وسائل الدفع في نموذج C – B؟ 1. النقد الإلكتروني 2. الشيكات الإلكترونية.

س19: ممر يتكون الجهاز المصرفي (أنواع البنوك)؟ 1. البنوك المركزية 2. المصارف التجارية

س20: من الأمثلة على المصارف، المصارف التجارية. أذكر نوعين آخرين للمصارف؟ المصارف الإسلامية / المصارف الزراعية / المصارف الصناعية

س21: أذكر أهم الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية لعملائها سواء أكانوا أفراداً أم مؤسسات وشركات؟

1. الإيداع 2. السحب 3. القروض 4. صرف العملات الأجنبية 5. تسديد فواتير الخدمات (الهاتف، الكهرباء، الماء)

س22: ما هو أثر التطور في تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا التجارة الإلكترونية على الأعمال البنكية (المصارف التجارية)

1. دخول شركات ومؤسسات غير بنكية إلى سوق الخدمات البنكية والمالية.

2. تقصير الفترة الزمنية اللازمة لتطوير خدمات جديدة مقارنة مع الوضع التقليدي

3. تغير في حاجات عملاء البنوك. 4. تقليل كلفة التشغيل في البنوك

س23: أذكر الخدمات المالية التي تقدمها البنوك الإلكترونية (الافتراضية) لعملائها؟

1. تحويل الأموال بين الحسابات. 2. دفع الفواتير إلكترونياً. 3. إنزال بيان حساب. 4. الحصول على أرصدة الحساب الجاري.

س24: أذكر الخدمات الدعائية التي تقدمها البنوك الافتراضية؟ 1. بطاقة التسوق عبر الإنترنت 2. بطاقة الدفع الإلكتروني.

س25: ما هي الجهات التي ترتبط بشبكة أجهزة الصراف الآلي؟ 1. أجهزة الصراف الآلي 2. البنوك 3. مالكي أجهزة الصراف الآلي

س26: أماكن تواجد أجهزة الصراف الآلي: 1. داخل البنوك وخارجها 2. صالات السفر والوصول في المطارات 3. المجمعات التجارية

س27: ما هي فوائد (مميزات) استخدام أجهزة الصراف الآلي؟

1. إتاحة القدرة للعملاء من مباشرة النشاطات المصرفية على مدار 24 ساعة.

2. يمكن للعميل سحب المبلغ من أي جهاز صراف آلي تابع لبنك آخر مقابل عمولة

3. بعض أجهزة الصراف الآلي تمكن العميل من السحب من دول أخرى.

س28: وضح آلية عمل تسوية الشيكات بطريقة يدوية؟ / وضح آلية عمل المقاصة اليدوية؟

1. إيداع الشيكات 2. يقوم كل بنك بتجميع الشيكات المسحوبة على البنوك الأخرى كل مجموعة على حدة.

3. تتبادل البنوك الشيكات المسحوبة عليها 4. تتم التسوية بين البنوك. 5. يوزع كل بنك الشيكات المستحقة لعملائه حسب الفرع.

س29: ما هي أهم مشاكل وسلبات تسوية الشيكات بالمقاصة اليدوية؟ 1. هذه الطريقة كانت خاضعة للأخطاء

1. كما أن التأخر في عملية التسوية يؤثر على الاقتصاديين. 3. الحجم اليومي المتزايد للشيكات.

4. عملية المقاصة التي تتم على هذا النحو تستغرق في العادة ثلاثة أيام.

س30: ما هي آلية تسوية الشيكات بين البنوك بالمقاصة الآلية؟

1. يتم ترميز الشيكات التي يستعملها العملاء، وذلك بتضمين بيانات شفرية أسفل الشيك على خط من الحبر المغنط تتضمن:

(أجزاء الحبر المغنط): (أ) رقم الشيك (ب) رقم فرع البنك المسحوب عليه الشيك (ج) رقم حساب العميل

تتم قراءة البيانات على الشيك آلياً من خلال جهاز خاص، وترسل الكترونياً إلى البنك المركزي ومنه إلى البنك المصدر

للشيك للمصادقة الفنية والمالية على صرف الشيك.

2. ثم تعود الإجابة الكترونياً بالموافقة أو الرفض على صرف الشيك.

س31: ما هي مهمة شركة سوفت؟ نقل الأوامر (التعليمات) من بنك لآخر بسرعة فائقة عن طريق خطوط اتصال مستأجرة.

س32: من عوامل نجاح البنوك الإلكترونية الاهتمام بدرجة كبيرة بالحماية والأمن للمعلومات المتراسلة عبر النظام الإلكتروني

من خلال عدة أمور. عدد ثلاث منها؟

1. استخدام التحقق من هوية المستخدمين للموقع باستخدام اسم المستخدم وكلمة المرور.

2. التأكد من صلاحيات استخدامهم للخدمات البنكية باستخدام كلمة مرور إضافية لبعض الخدمات.

3. استخدام التشفير بالمفتاح العام والخاص لحماية البيانات المتراسلة.

4. الاهتمام بالحماية المادية للشبكة الداخلية للبنك، بتطبيق سياسة أمنية صارمة هـ واستخدام حواجز العبور (Firewall).

س33: عدد الجوانب التي يجب مراعاتها لإنجاح الأعمال البنكية وضمان ميزة تنافسية؟

1. تمييز الخدمات والمنتجات التي تقدمها.
2. تبني المفهوم الحديث للتسويق المصرفي.
3. توفير الدعم الداخلي لأنظمة بنك الإنترنت.
4. مكاملة خدمات الهاتف مع الإنترنت.

بعض المصطلحات

المؤسسات المالية: منشآت اقتصادية متخصصة تعمل على إدارة الأموال حفظاً وإقراضاً أو بيعاً وشراءً، وتتضمن هذه المؤسسات:

1. البنوك
2. وصناديق التوفير
3. وبيوت الاستثمار
4. وشركات التأمين
5. والبورصات وهيئاتها

الشيك هو أمر مكتوب غير مشروط معنون من شخص إلى شخص آخر، وموقع من كاتب الشيك للبنك ليدفع عند الطلب مبلغاً محددًا من المال

الشبكات الإلكترونية: رسالة إلكترونية موثوقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك

نظام الدفع: هو مجموعة من الوسائل والإجراءات التي تسهل عملية التسليم أو التحويل عبر وسائل الدفع. لحل الالتزامات المالية التي تنتج عن النشاطات الاقتصادية

البطاقات الذكية: هي بطاقات تستخدم شريحة مدمجة لها القدرة على تخزين البيانات ومعالجتها

حساب التاجر: حساب خاص يفتحه التاجر بالبنك لكي يتمكن من تقبل البطاقات الائتمانية وغيرها كوسيلة للدفع.

غرفة المقاصة: غرفة خاصة يلتقي فيها مندوبو البنوك العامة في الدول لتبادل الشيكات المسحوبة من كل منهم، حيث تمر الشيكات جميعها التي يصدرها التجار والأفراد من خلال هذه الغرفة.

(نقل الأموال بين البنوك إلكترونياً) (EFT) مصطلح عام يشير لأي عملية تحويل للأموال تتم من خلال وسائل الكترونية أو اتصال أو حواسيب

أو أشرطة مغناطيسية بهدف إعطاء التعليمات أو الصلاحيات لمؤسسة مالية لإيداع أو سحب الأرصدة من حساب ما.

الاعتماد البنكي: هو اتفاقية مكتوبة من قبل المصرف يُدفع بمقتضاها للبائع من حساب المشتري مبلغ من المال بناء على تقديم بعض الوثائق من البائع.

الوحدة السابعة التسويق الإلكتروني وإدارة علاقات الزبائن

س1: يندرج تحت العلاقة بين الشركة وزبائنها مجموعة من الأنشطة، أذكر ثلاثاً منها؟ 1. التسويق 2. البيع 3. خدمة الزبائن

س2: ما هي وسائل التسويق التقليدية؟

1. الإعلان في وسائل الاتصال المختلفة: (أ) مطبوعة (مجلات، صحف، دوريات) (ب) مرئية (التلفاز) (ج) مسموعة (المدياع)
2. وسائل اتصال مباشرة (عرض البضائع في المعارض والمحلات التجارية)

س3: اذكر أهداف التسويق الإلكتروني؟

1. إعادة تشكيل استراتيجيات وأدوات التسويق بمزيد من الاستهداف والتمييز
2. تخطيط أكثر فعالية لتنفيذ الأفكار والترويج والتسعير
3. ابتكار تبادلات تفي بحاجات المستهلكين وبأهداف المؤسسات المستهلكة

س4: ما هي الطرق (الوسائل) المستخدمة في التسويق الإلكتروني؟

1. بناء موقع الشركة على شبكة الإنترنت
2. استخدام محركات البحث
3. البريد الإلكتروني
4. الإعلان في مواقع معروفة على الإنترنت
5. رسائل الهواتف المحمولة القصيرة (SMS)
6. الشبكات وخاصة شبكة الإنترنت
7. استخدام تقنيات المؤتمرات الصوتية
8. مجموعات تبادل الأخبار

س5: هناك طريقتان رئيسيتان تجعلان اسم الموقع يظهر في بداية نتائج البحث ذات الصلة بالشركة. أذكرهما؟ (ش2007)

1. إضافة كلمات معبرة عن نشاطات الشركة ومنتجاتها في وسوم (ترويسة) الصفحة الأولى من الموقع وهي ما يسمى (Meta Tag)
2. الاتفاق مع الشركات المشغلة لمحركات البحث بوضع اسم الشركة في بداية نتائج البحث مقابل دفع مبلغ معين.

س4: يتم الإعلان عن موقع الشركة بطرق عدة. أذكر طريقتين من هذه الطرق؟

1. إظهار عنوان الموقع على المواقع الأخرى خاصة المواقع المشهورة والعامة التي يتردد عليها الزوار بكثرة.
2. إظهار عنوان الشركة وربط ذلك مع عناونها على الشبكة (link): كجزء من الكتالوجات المشهورة / أو على صفحات المواقع العامة / أو على شكل إعلان مصور متحرك أو ثابت على مواقع يتم اختيارها على أسس إعلامية ودعائية.

س5: هناك عدة طرق يتم الاتفاق عليها لتحديد التكلفة التي تدفعها الشركة مقابل الإعلان عنها في مواقع مشهورة. وضح اثنتين من هذه الطرق؟

1. تحديد قيمة الإعلان بشكل مقطوع (سنوي، شهري، أسبوعي)
2. تحديد قيمة الإعلان بالاعتماد على عدد الزيارات التي تمت لموقع الشركة المعلنة من خلال الموقع المعلن فيه.

س6: أسباب استخدام البريد الإلكتروني في التسويق الإلكتروني سهولة الاستعمال / السرعة التي يتميز بها / التكلفة المتدنية مقارنة مع وسائل أخرى

س7: لنجاح الحملة التسويقية التي تعتمد على الرسائل الإلكترونية لا بد أن يكون هناك تخطيط مناسب لهذه الحملة وهذا يشمل ثلاثة أمور. أذكرها؟

1. تحديد محتوى الرسالة
2. تحديد وقت إرسالها.
3. تحديد الجمهور المستهدف من هذه الحملة.

س8: يجب أن تتضمن الرسالة معلومات مقنعة ومغرية حتى تنجح الشركة في تحقيق هدفها من الاتصال بالزبائن. أذكر خمساً من هذه المعلومات؟

1. عروض مناسبة بتكلفة معقولة ومنافس لما تقدمه التجارة التقليدية.
2. توفير خدمة ما بعد البيع
3. إظهار سهولة إنجاز عمليات الشراء و توصيل البضائع إلى المشتري.
4. إقناع الزبائن بفاعلية إجراءات أمن المعلومات المتبعة.
5. توفير معلومات كاملة عن السلع المعروضة.
6. توفير إمكانية الإجابة عن الأسئلة قبل وبعد عملية الشراء.
7. توفير الكفالة للمستهلك لتشمل كفالة تزويده بالسلعة، وإلغاء عملية الشراء ضمن فترة محددة.

س9: ما هي المشكلة التي يعاني منه الاتصال مع الزبائن بواسطة الرسائل الإلكترونية؟ وما هو الحل لذلك؟

المشكلة: عدم معرفة عناوين العملاء مسبقاً. (كيف لنا الحصول على عناوين العملاء)؟

الحل: 1. ظهور مواقع على الشبكة تزود المستفسرين بعناوين ومعلومات عن الشركات والزبائن المحتملين الذين يمكن عرض سلع وخدمات الشرطة عليهم (تظهر هذه الطريقة بكثرة في B-B)

2. استخدام محركات البحث. للبحث عن الزبائن المهتمين بمنتجات الشركة.
3. إضافة موقع الشركة على الإنترنت في كئالوجات المواقع المتخصصة لتسهيل الوصول إليه للمستهلكين الذين يبحثون عن الشركات التي تعرض سلع أو خدمات محددة.

س10: عدد عناصر (إجراءات) إدارة علاقات الزبائن وإجراءاتها؟ وضح كيفية التفاعل وتبادل المعلومات بين أي شركة والمتعاملين معها؟

1. يزود الزبائن الشركة بمعلومات عنهم وعن تقييمهم للشركة ومنتجاتها وخدماتها.
2. المختصون في الشركة يحللون المعلومات القادمة من الزبائن.
3. تتخذ إدارة الشركة القرارات المناسبة بخصوص تعديل المنتجات والمنتجات الجديدة
4. تنفذ سياسات الشركة في الإنتاج بوضع الخطط التسويقية.

س11: يحقق وجود نظام لإدارة علاقات الزبائن في الشركات العديد من الفوائد. أذكرها؟

1. توسيع قاعدة الزبائن
2. زيادة المبيعات
3. زيادة ربحية العمليات التجارية.
4. تعميق ولاء الزبائن للشركة.
5. انخفاض تكلفة جهود التسويق التي تبذلها الشركة
6. المحافظة على عملاء الشركة.
7. توفير معلومات دقيقة ومحدثة باستمرار عن الزبائن والسوق بشكل عام.

س12: تتم عملية استقطاب المستهلك الجديد على عدة مراحل. أذكر هذه المراحل؟

1. الاتصال الأولي المباشر معه وتزويده بالمعلومات الأساسية عن الشركة
2. بناء قاعدة معلومات عن الزبائن
3. تعميق الصلات التسويقية مع المستهلك ومتابعة العلاقات معه

س13: ما هي الأهداف المرجوة من الاستمارة الإلكترونية؟

1. تزويد قاعدة البيانات في الشركة بمعلومات أساسية عن المستهلك
2. معلومات مهنية
3. التعرف إلى سلوكيات العميل الاستهلاكية
4. التعرف على طرق الشراء المفضلة للمستهلك
5. طرق الدفع التي يرغب بها المستهلك.

- س14: يتم تصنيف العملاء (الزبائن) إلى مجموعات بناءً على المعلومات التي تم الحصول عليها منهم بواسطة الاستمارة.
1. المجموعة الأولى: الزبائن الذين تم إخراجهم من دائرة اهتمام الشركة. بسبب:
* عدم استعدادهم للتعامل بالتجارة الإلكترونية * وعدم اهتمامهم بمنتجات الشركة. * عدم قدرتهم على الشراء.
 2. المجموعة الثانية: الزبائن الذين يشكلون هدفاً للشركة: ممن انطبقت عليهم المواصفات التي ترغبها الشركة
 3. المجموعة الثالثة: الزبائن الذين لا يتطابقون بالكامل مع صفات المستهلك التي ترغب الشركة لاستقطابهم.
 4. المجموعة الرابعة: الزبائن الذين لم يستجيبوا لرسالة الشركة أو لم يقوموا بالرد.
- س15: هناك مجموعة من الأسباب التي تؤدي إلى تسرب الزبائن من شركة لأخرى. أذكر أربعة منها.
1. عدم توافر الخدمة التي يحتاجها المستهلك. 2. النقص في الخدمات التي تقدمها الشركة لعملائها.
 3. سوء نوعية الخدمة التي تقدمها الشركة 4. الصعوبات التي يلقاها المستهلك في التعرف على الجهة ذات الاختصاص في الشركة
 5. بطء استجابة الشركة إلى طلبات المستهلك والبطء في الرد على استفساراته.
- س16: تشمل الجهود التي تحتاجها الشركة للمحافظة على زبائنها اتجاهات عدة. أذكر ثلاثاً منها؟
1. إدامة الاتصال مع الزبائن 2. متابعة عمليات البيع 3. خدمات ما بعد البيع 4. قياس مدى رضا الزبائن
- س17: ما هي الطرق المتبعة لإدامة الاتصال مع الزبائن؟
1. إرسال رسائل إلكترونية إلى الزبائن تعرفهم بأخر المعلومات عن الشركة وعن منتجاتها والخدمات التي تقدمها.
 2. توزيع النشرات الإخبارية الدورية عن الشركة على الزبائن الدائمين. 3. تقديم العروض الخاصة بالزبائن الدائمين.
 4. دعوة الزبائن باستمرار لزيارة موقع الشركة الإلكتروني. 5. تقديم الخدمات الممنوعة والمفيدة للمستهلك على الموقع.
- س18: تشمل عملية متابعة عمليات البيع متابعة عدة (أمور) إجراءات أذكر خمساً منها؟
1. استلام المستهلك السلعة أو الخدمة المطلوبة. 2. التأكد من سلامة السلعة عند الاستلام.
 3. توصيل السلعة في وقت مناسب ومتفق مع ما كان معلناً عنه في الموقع
 4. تزويد المستهلك بالمعلومات الضرورية للاستخدام الصحيح للسلعة 5. إخبار المستهلك بإجراءات تحصيل ثمن السلعة من حسابه
- س19: ما هي الأهداف التي تسعى الشركة لتحقيقها في توسيع قاعدة السلع والخدمات التي توفرها لزبائنها؟
1. المحافظة على المستهلك بالاستجابة إلى حاجاته المتجددة باستمرار.
 2. ترجمة العلاقة معه إلى معاملات تجارية إضافية تعود بالربح على الشركة
- س20: أ- بين أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في بناء أي نظام محوسب؟
1. توفير قدرة على تخزين كميات كبيرة من بيانات الزبائن.
 2. القدرة على معالجة هذه البيانات.
 3. القدرة على استرجاعها وقت الحاجة.
 4. القدرة على استخدام هذه البيانات في اتخاذ قرارات إدارة الشركة.
- ب- وضح أهمية معلومات الزبائن باستخدام تكنولوجيا المعلومات في بناء نظام علاقات الزبائن المحوسب؟
1. القدرة على تخزين كميات كبيرة من البيانات 2. استخدامها في اتخاذ القرار
- س21: عدد أجزاء (أنظمة فرعية) نظام علاقات الزبائن المحوسب؟ أ. النظام العملي ب. النظام التفاعلي ج. النظام التحليلي.
- س22: وضح عمل النظام العملي؟ هو جزء من النظام يهتم بالعمليات الأساسية التي يتم إنجازها ضمن العلاقة مع الزبائن
- س23: وضح العمليات التي يتم إنجازها في النظام العملي؟ 1. التسويق 2. المبيعات 3. خدمة ما بعد البيع

س24: يتيح النظام التفاعلي إلى التفاعل مع الزبائن والاتصال معهم باستخدام وسائل تكنولوجية حديثة. اذكر أربعاً من هذه

- الوسائل؟
 1. الاتصال مع الزبائن بالهاتف أو الرسائل القصيرة SMS
 2. الرسائل الإلكترونية (e-mail)
 3. المؤتمرات المصورة (video conferencing)
 4. موقع الإنترنت (websites)

بعض المصطلحات

إدارة علاقات الزبائن: مجموعة من النشاطات والأعمال التي تقوم بها المؤسسة بهدف بنا علاقات تبادلية مع المتعاملين معها. ويشمل ذلك استخدام الوسائل والتقنيات الحديثة لإدارة المحافظة على الزبائن: السياسات التي تقرها الشركة والإجراءات التي تسعى لتنفيذها من أجل المحافظة على الزبائن والمحافظة على استمرارية العلاقات معهم والمحافظة على تعاملهم مع الشركة وشرايتهم لمنتجاتها والخدمات التي توفرها.

التوسع في العلاقة مع الزبائن: إطالة زمن هذه العلاقة لتمتد لأطول فترة ممكنة، وزيادة المشتريات التي يقوم بها المستهلك.

هام: لا تنس الحصول على ورقة " التقييم الذاتي" للتأكد من حفظك للمادة.

بعض أسئلة علل " مبادئ الحماية وأمن المعلومات"

<p>7. لقد أصبحت حماية المعلومات على شبكة الإنترنت من القضايا المهمة.</p> <p>* استخدام الإنترنت للتجارة لتبادل المعلومات المالية والتجارية القانونية والتي تنصف بالخصوصية والسرية</p> <p>* حاجة المعلومات أن تصل سليمة للمستقبل دون التعرض للتغيير أو التشويه أو العبث</p> <p>* باتصال الشركة بالإنترنت تصبح عرضة للدخول الغير شرعي أو الاحتيال أو سوء الاستخدام.</p> <p>10. يجب حماية المعلومات المملوكة. لضمان عدم استغلالها أو نسخها بطريقة غير شرعية</p> <p>12. تقوم هيئات دولية بحل النزاعات الناشئة عن الملكية الفردية بوسائل إلكترونية سريعة. لأن الكشف عن الاعتداءات على الملكية الفردية بشكل إلكتروني أمر بالغ بالصعوبة وكذلك فيما يتعلق بمعاينة مرتكبي هذه الأفعال.</p> <p>13. تتحكم الإدارة الأمريكية بعملية تصدير أجهزة التشفير وأنظمتها لأنها تعدها من الأسرار العسكرية ومتطلبات الأمن القومي.</p> <p>14. إن إدارة مفاتيح التشفير والمحافظة عليها من القضايا المهمة. بسبب وجود احتمالية للوصول إلى هذه المفاتيح من قبل الغير مخولين أو تغييرها.</p> <p>يجب حماية المعلومات العامة من العبث والتغيير؟</p> <p>لأنها تصبح بلا قيمة أو قد تنقل رسالة خاطئة عن المؤسسة التي أرسلتها</p>	<p>1. تتميز شبكة الإنترنت بالانفتاح وانعدام السيطرة.</p> <p>لأنها تتكون من مجموعة شبكات متصلة وينقل المستخدم بين هذه الشبكات من خلال وسائل اتصال.</p> <p>2. من الضروري توفير الحماية للشبكات المتصلة بالإنترنت والمعلومات المرسله من خلالها عبر الإنترنت.</p> <p>* بسبب قيمة وأهمية المعلومات التجارية والمالية المرسله عبر الإنترنت</p> <p>* للمحافظة على المعلومات من العبث وسوء الاستعمال. من قبل المتلصقين.</p> <p>* منع الخسائر المالية التي قد تعرض لها الشركات</p> <p>* تجنب وضع الشركة في موقف قانوني وتجاري حرج.</p> <p>* لضمان السرية والسلامة وتوفير المصادر في نظام خادم الويب والأنظمة المتصلة به</p> <p>3. من الضروري حماية البيانات المتراسلة بين خادم الويب والمستخدم حتى لا يتم اعتراض أو قراءة أو تعديل البيانات المرسله من المستخدم إلى الخادم وبالعكس</p>
---	---

بعض أسئلة علل : طرق التبادل المالي"

<p>12. لا يصلح استخدام الدفع بالبطاقة الائتمانية المشفرة باستخدام بروتوكول التبادل الالكتروني الآمن للدفعات التي تقل عن 10 دولارات؟</p> <p>لأن تكلفة معالجة عملية التحويل المالي تكون مرتفعة بالنسبة لقيمة الدفع في هذه الحالة.</p> <p>13. عند استخدام الطرف الثالث كوسيلة دفع فإن ذلك يعطي المشتري حماية أكبر.</p> <p>لأنه لا يحتاج إلى استخدام بيانات بطاقته الائتمانية عبر الإنترنت عند الدفع.</p> <p>14. تعد البطاقة الذكية من الوسائل المريحة للمشتري وللبائع.</p> <p>بسبب قلة كلفة عملية التبادل المالي</p> <p>قلة احتمال الخسارة بسبب التزوير أو الاحتيال.</p> <p>سرعة عملية التبادل المالي.</p>	<p>1. ظهور وسائل دفع مختلفة بدلاً من المقايضة.</p> <p>هناك مشكلتين للمقايضة:</p> <p>يجب أن يكون ما يراد استبداله في المكان والزمان نفسه.</p> <p>إذا أراد الطرف الآخر سلعة غير المعروضة من الطرف الأول.</p> <p>2. ظهور الصيرفي. لصعوبة حمل النقود المعدنية الثمينة.</p> <p>3. يعد الدفع نقداً الوسيلة الأكثر شيوعاً في عمليات الشراء.</p> <p>تتميز بالقبول العالي لدى التجار</p> <p>عدم الحاجة معرفة هوية المشتري</p> <p>لا توجد تكلفة للدفع</p>
---	---

13. يعتبر البنك المركزي بنك البنوك.

لأنه يحتفظ بحسابات المصارف لديه ويقوم بإجراء المقاصة بينها

14. أ. لماذا حورت البنوك الإلكترونية عملائها من قيود الزمان والمكان؟

* بسبب استخدام الإنترنت (E-MOBILE) (الوسائل الحديثة)

* بسبب مقدرة العميل الحصول على الخدمة في أي وقت وأي مكان (ليل ونهار) (توفير الوقت والجهد).

ب. تصل تكلفة تنفيذ العمليات المصرفية إلى أدنى مستوياتها في حال الخدمة عن طريق الإنترنت،

* الوفرة في كلفة الخدمة حيث أنها عائد تشاركي بين البنك والعميل.

* البنك الإلكتروني يوفر في كلفة موجودات الوجود الفعلي للبنك (المقر والموظفين والمصروفات والفروع وغيرها)

15. توسعت البنوك في تقديم خدماتها الإلكترونية وتنوعت قنوات الخدمات المصرفية (ATM, EPOS).

بسبب تقليل كلفة التشغيل في البنوك.

16. توجهت إدارة الكثير من البنوك نحو استخدام شبكة الإنترنت كوسيط للعمليات

البنكية. // علل: ظهور البنوك الافتراضية (الإلكترونية)

لأنها أقل تكلفة من الفروع الحقيقية المبنية على الأرض.

لما أدى إلى زيادة عدد العملاء وتنوع الخدمات المقدمة.

17. يمكن للعميل سحب المبلغ من أي جهاز صراف آلي تابع لبنك آخر.

بسبب تشارك البنوك في شبكة واحدة.

18. يجب على البنك الإلكتروني أن يهتم بالتميز عن البنوك الأخرى لجذب العملاء

والمحافظة عليهم.

بسبب وجود بنوك منافسة على الإنترنت. إذ لا يعني وجود البنك على الإنترنت أنه

سيجذب العملاء

19. يجب على البنك إعادة تصميم مراحل تقديم الخدمات المصرفية؟

لضمان تحقيق الاستفادة القصوى من التكنولوجيا. وذلك بتقليل المدة الزمنية والخطوات والمستندات اللازمة للحصول على الخدمة.

20. حاجة البنوك الإلكترونية لتكنولوجيا المعلومات في بناء الميزة التنافسية:

1. وجود منافسة فعليا من قبل المؤسسات المالية غير البنكية التي تقدم خدمات بنكية.

2. وجود منافسة من البنوك الأخرى

3. الحاجة للمحافظة على الزبائن الحاليين للبنك.

4. الحاجة لزيادة قاعدة عملاء البنك لزيادة أرباح البنك.

4. تتم عملية الدفع بواسطة البطاقات بكل سرية وأمان.

لأن المعلومات تنتقل عبر شبكة خاصة بالبنوك.

5. لا يرغب بعض التجار باستخدام البطاقة كوسيلة للدفع.

* لأن عملية تسوية البيع تتم بعد أيام من عملية الشراء.

* قد يضطر التاجر لرفع سعر السلعة بسبب العمولة التي يأخذها البنك مقابل كل عملية بيع.

6. قد يقوم البائع برفع سعر السلعة مقابل الدفع بالبطاقات.

بسبب العمولة التي يأخذها البنك مقابل كل عملية بيع.

7. يثير استعمال بطاقات الدفع الائتمانية على شبكة الإنترنت مشكلة

كبيرة

* لأنه عكس الدفع الذي يتم مباشرة بين البائع والمشتري في دقائق

معدودة.

* لأن الإنترنت ساحة مفتوحة لمئات الألوف ممن يحاولون اصطياذ بيانات

بطاقة الائتمان وأرقامها ليقوموا باستعمالها في الشراء.

8. يستخدم مفتاح التشفير الخاص لتوقيع الشيك الإلكتروني.

* للتحقق من الطرف المرسل للشيك وعدم إنكار المرسل لعملية الإرسال.

* إثبات صحة الشيك. * للمحافظة على السرية والأمان.

9. يجب على التاجر عند استخدام البطاقات كوسيلة دفع في أنموذج

(B - C) الحصول على شهادة رقمية وتوقيع إلكتروني.

لضمان التعامل مع الموقع بسرية وأمان بحيث يتاح للمشتري تحديد طريقة الدفع

10. تحتاج البطاقات إلى درجة عالية من الحماية عند استخدامها

كوسيلة دفع في أنموذج (B - C)؟ لأن وسيلة التحقق من البيانات تتم

عبر الإنترنت دون وجود بطاقة.

11. تسمى المصارف التجارية بمصارف الودائع؟

لأن الودائع تمثل المصدر الأساسي لمواردها. حيث تقوم بـ:

1. قبول أموال المودعين

2. منح التجار ورجال الأعمال والصناعة قروضا قصيرة الأجل

بضمانات مختلفة

12. يعتبر البنك المركزي بنك الحكومة

* لأنه يقوم بالخدمات المصرفية للحكومة * يشارك في رسم السياسات

والمالية للحكومة

بعض أسئلة علل "التسويق الإلكتروني وإدارة علاقات الزبائن"

1. تعد العلاقات بين أي شركة وزبائنهم أمراً هاماً لنجاح وأولوية من أولوياتها.
 - * لنجاح الشركة في تحقيق أهدافها الأساسية في زيادة المبيعات.
 - * التوسع في الإنتاجية * تحقيق الربحية في أعمالها التجارية.
 2. يعد استعمال التقنيات الحديثة من أجهزة إنترنت وبرمجيات من العناصر المهمة لتطوير نشاطات المؤسسة.
 - * توفر هذه التكنولوجيا للمؤسسة قدرات كبيرة وأساليب جديدة للتعامل مع الزبون. * إعطاء الشركة ميزة تنافسية.
 - * تساعد هذه التكنولوجيا في تطوير استراتيجيات التسويق والدعاية والإعلان.
 3. التسويق الإلكتروني لا يتطلب انتقال المشتري إلى موقع البائع ولا انتقال البائع إلى مكان المشتري؛ لأن التسويق الإلكتروني يتم أساساً باستخدام الشبكات وتكنولوجيا المعلومات.
 - 4. إن المحافظة على الزبائن ومنع انتقالهم من الغايات الرئيسية التي يجب على نظام إدارة العلاقات مع الزبائن تحقيقها؛
 - لأن تكلفة المحافظة على عملاء الشركة أقل من تكلفة استقطاب عميل جديد
 5. أصبح البريد الإلكتروني الوسيلة الأكثر استخداماً لتحقيق الاتصال مع الزبائن. سهولة الاستعمال / السرعة التي يتميز بها / بسبب انتشار شبكة الإنترنت / توفر البريد الإلكتروني لعدد كبير من الناس / التكلفة المتدنية مقارنة مع الوسائل الأخرى للاتصال
 6. تختلف فوائد إدارة علاقات الزبائن من شركة لأخرى. باختلاف طبيعة عمل الشركة وحجمها وتداخل التكنولوجيا في نشاطاتها.
7. طرق التسويق الإلكتروني يقلل التكلفة على المشتري.
 - * لا تتطلب انتقال المشتري إلى موقع البائع ولا انتقال البائع إلى مكان المشتري فهي (توفر مصاريف الانتقال والبحث عن السلع) * توفير الوقت والجهد
 - * حررت شبكة الإنترنت التسويق من حدود الزمان والمكان.
 8. يعد بناء موقع الإنترنت أول الحلول التي تقرها الشركة لتسويق نفسها ومنتجاتها. لأن الموقع ينقل الشركة من سوقها المحلي المحدود جغرافياً إلى العالمية.
 9. اهتمام المؤسسات بالتسويق. يعتبر التسويق أداة تسمح للمؤسسة بعرض منتجاتها وإقناع الجمهور بها وبالتالي التأثير عليهم لشراؤها.
 10. استخدام محركات البحث كوسيلة من وسائل التسويق الإلكتروني.
 - لأن بناء موقع إلكتروني لا يعني أن مستخدم الإنترنت سيروونه ويعلمون به
 - فالمواقع كثيرة/ كثير من المستخدمين يستخدمون محركات البحث للوصول إلى المواقع التي تمهم
 11. يتم إخراج بعض الزبائن من دائرة اهتمام الشركة بناءً على المعلومات التي تم الحصول عليها من الاستمارة الإلكترونية.
 - بسبب: * عدم استعدادهم للتعامل بالتجارة الإلكترونية
 - * عدم اهتمامهم بمنتجات الشركة. * عدم قدرتهم على الشراء
 12. من فوائد نظام إدارة علاقات الزبائن انخفاض تكلفة جهود التسويق التي تبذلها الشركة. السبب في ذلك يعود إلى التوجه نحو التسويق الموجه للزبائن المحتملين الذي تملك الشركة معلومات عنهم بدلاً من التسويق العام الذي يوجه للجميع.
 - 13؛ لم يعد لموقع الشركة أو أماكن تواجد معارضها أهمية في تحديد النطاق الجغرافي لعملائها. بسبب استخدام الشبكة وتزايد التجارة الإلكترونية.

صفحتنا على الفيسبوك <https://www.facebook.com/mohammad.tawfeeq.fares>

(الأستاذ محمد توفيق)

هام: لا تنس الحصول على ورقة " التقييم الذاتي" للتأكد من حفظك للمادة.

- عمليات التشفير: 1. ترميز الرسالة باستخدام خوارزمية معينة (التشفير) أنواع التشفير: 1. التبدل (لا تتغير الحروف الأصلية)
2. إعادة الرسالة إلى وضعها الأصلي المفهوم (فك التشفير) 2. التعويض (تتغير الأحرف الأصلية)

1. شفر النص الآتي باستخدام طريقة التبدل في مصفوفة ذات 3 صفوف.

Welcome to Jordan - 1

• عدد الأحرف = 17

• $3/17 = 5$ والباقي 2، إذا نحتاج إلى 6 أعمدة

• نشكل مصفوفة مكونة من 3 صفوف و6 أعمدة ونكتب النص بشكل عمودي.

• نشير للفراغ بالرمز ∇

• عند قراءة النص بشكل أفقي ينتج النص المشفر

النص المشفر →

W	C	E	O	O	A
E	O	∇	∇	R	N
I	M	T	J	D	

النص المشفر: wceonrnlmtjd

2. فك تشفير النص الآتي باستخدام التبدل بأربعة صفوف والنص ناتج من القراءة الأفقية. (الجواب: time like money)

t	∇	e	n
i	l	∇	e
m	i	m	y
e	k	O	

من المصفوفة التالية استخراج النص الأصلي والنص المشفر. (ش 2012)

E	T	I	O	R
L	R	C	M	C
E	O	∇	M	E
C	N	C	E	

1. النص الأصلي الناتج من القراءة العمودية:

ELECTRONIC COMMERCE

2. النص المشفر الناتج من القراءة الأفقية:

ETIORLRMCCEO ∇ MECNCE

3. هل تم التشفير بالأعمدة أم بالصفوف؟

تم التشفير بالصفوف.

4. ما الأسلوب (الطريقة) المستخدم في التشفير؟ يوليوس قيصر

5. ما نوع هذا الأسلوب؟ التبدل

1. قام أحد الطلاب بتشفير النص GOOD LUCK بناء على المفتاح التالي:

2. ما النص الأصلي للنص AMA ZYX2T6P2

1. ما هو النص بعد التشفير لـ GOOD LUCK

RZZOXW5NV

2. النص الأصلي لـ AMA ZYX2T6P2

هو AMAZON RIVER

* ما هو الطريقة أو الأسلوب المستخدم في عملية

التشفير؟ يوليوس قيصر

* ما نوع هذا الأسلوب؟ التعويض

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
A	L	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	M	Y	Z	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	X