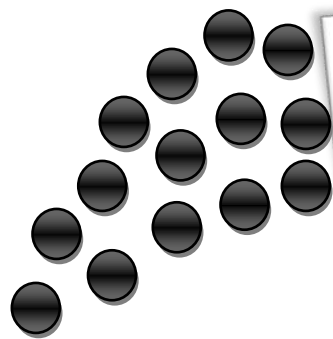




خواطر محبكم توجيهي

عالم جرابي

التجارة الالكترونية
2016 صيفي

#سأنجح_بنفسي_لنفسي

1

الوحدة الاولى : مبادئ الحماية وأمن المعلومات

س : تتعرض الشركات المتصلة بالانترنت بالاحتيال والدخول غير الشرعي لغير المخول لهم ؟

أولا : الحاجة إلى حماية الشبكات

س : علل تتميز شبكة الانترنت بالانفتاح وانعدام السيطرة المركزية ؟

لانها تتكون من مجموعة شبكات الحاسوب المتصلة مع بعضها بعضا من خلال وسائل اتصالات تسمح لمستخدميها بالانتقال من شبكة لأخرى

س : ما التهديدات والمخاطر التي تهدد أنظمة الشبكات المتصلة بالانترنت أو الأكثر شيوعا ؟

١. الفيروسات التقليدية والبرامج الخبيثة : وهي أ. الفيروس ب. الدودة ب. أحصنة طرواده
٢. الاختراق : قيام اشخاص من غير المخولين بالدخول الى النظام عن طريق بعض الثغرات في اساليب الحماية بهدف الاطلاع عليها او تخريبها
٣. التنصت : مراقبة حركة المعلومات على الشبكة من خلال برنامج لسرقة المعلومات المملوكة من اي مكان على الشبكة
٤. انتحال الشخصية : الاساءة بالتكرار كشخص اخر أو باستعمال عناوين البريد الالكتروني المزيفة
٥. احتيال البطاقات الائتمانية : سرقة معلومات بطاقات الائتمانية والوصول لملفات التي تحوي معلومات البطاقة على خادمت المواقع التجارية
٦. حجب الخدمة : اغراق لصوص الكمبيوتر موقع الويب بالمرور عديم الفائدة مما يؤدي الي تعطيل الشبكة وحجب الخدمة عن المستخدمين

خاطر
توجيهي

الفيروسات : برامج أعدها أشخاص بهدف التخريب وشطب البيانات من ذاكرة الحاسوب

(تعمل من خلال برنامج آخر / قدره نسخ ذاتها / تنتشر بالبريد الالكتروني أو المحمله من الانترنت مثل : تشرنوبل)

الدودة : علل تسمى (برامج استهلاك الذاكرة) برامج يقوم بتكرار نفسه ينتقل خلال الشبكات يعمل بصورة مستقلة دون الحاجة لبرنامج آخر يرتبط به ليس له شكل معين على شكل برامج للتسلية أو رسائل الكترونية / يكرر نفسه عندما يحمل بالذاكرة مثل worm / ميلسيا يصيب معالج نصوص

س: ما هي المخاطر التي تهدد المعلومات المتناقلة عبر الانترنت ؟

الاعتراض من جهات غير شرعية أو من قبل المتلصصين مما يعرضها للتغير أو الاستعمال غير القانوني

علل : تعد أنظمة المعلومات عرضة بشكل أكبر للاعتراض من " قبل المستخدمين الداخليين " اي أكثر الاخطار ؟

الجواب : لانهم بمأمن من اساليب الحماية الخارجية كحواجز العبور واساليب التشفير ، وبمقدورهم الدخول للأنظمة بشكل اكبر من الخارجيين

انواع الاختراق : ١. اختراق خارجي : تجاوز اساليب الحماية وحواجز العبور ٢. اختراق داخلي : من مستخدمي الشبكة انفسهم

المتسللون : الدخول بهدف الاطلاع فقط / المخربون : الدخول بهدف التخريب

حصان طرواده : برامج تبدو ظاهريا مفيدة الا انها تقوم باعمال اضافية غير مشروعه كحذف الملفات أو التجسس

جرائم الكترونية : نوع جديد من الجرائم أوجدته تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (الانترنت) وتتمثل بـ (صورها)

١. سرقة ارقام بطاقات الائتمان ٢. عمليات السطو لسرقة الاجهزة ٣. عمليات الاختراق ٤. سرقة كلمات المرور

س : علل من الضروري توفير الحماية للمعلومات والشبكات المتصلة بالانترنت ؟

بسبب قيمتها وأهميتها التجارية المالية / للمحافظة عليها من العبث أو سوء الاستعمال / منع الخسائر المالية التي قد تتعرض لها الشركات

س : عدد متطلبات واجراءات حماية الشبكات المتصلة بالانترنت والمستخدمه في نمو التجارة الالكترونية ؟

١. حماية خادم الويب و البيانات المخزنة فيه

٢. حماية البيانات المتراسلة بين خادم الويب والمستخدم (امثلة عليها : ١. كلمة السر ٢. البيانات المالية)

٣. حماية حاسوب المستخدم والأجهزة المستخدمة للاتصال بالانترنت (من الفيروسات وحماية معلوماته الشخصية)

س : علل من الضروري حماية خادم الويب والبيانات المخزنة وذلك لحماية الشبكات في نمو التجارة الالكترونية ؟

حتى يستمر الخادم في عمله ولا يتمكن من الوصول الى البيانات الا الاشخاص المخولين ولا يتمكن من تغيير البيانات الا من لديهم صلاحيات

س : مما يتكون نظام الحاسوب أو الحاسب الالى ؟ ١. أجهزة ٢. برامج ٣. معلومات

ثانيا :خيارات الحماية المادية

2

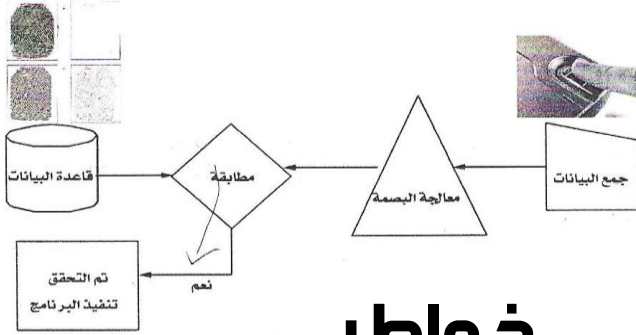
حماية شبكة خادم الويب والبيانات المخزنة عليه يمكن تحقيقها من خلال عدة خيارات ؟

١. التحقق من هوية المستخدمين
٢. التحقق من شرعية استخدامهم ووصولهم للمعلومات
٣. طرق الحماية من التهديدات الطبيعية (الزلازل)
٤. برامج مضادة للفيروسات

يتم حماية شبكات خادم الويب والبيانات المخزنة عليه من خلال التحقق من هوية المستخدمين الذين يدخلون للشبكة باساليب متنوعة ؟

١. كلمة السر :
 ٢. البطاقة الذكية :
 ٣. البصمات العضوية :
- مجموعة من الحروف والارقام يتم طباعتها عند الوصول إلى النظام وتظهر كنجوم بطاقة تحتوي على معالج دقيق لديه القدرة معالجة البيانات وتغييرها وتحتوي على كلمة سر لزيادة الأمن نظام يهتم بالتحقق من شخصية الفرد اعتمادا على خصائص فسيولوجية وسلوكية

س : انواع البصمات العضوية ؟ بصمة الاصابع / بصمة قزحية العين / الصوت



س : أثر حماية المعلومات المتناقلة عبرها ؟

حماية للمتعاملين بالتجارة الالكترونية على الانترنت وتشجيع للشركات على استخدام الانترنت للتجارة الالكترونية

ثالثا : حواجز العبور

س : عرف " حاجز العبور " ؟؟؟

برنامج او جهاز يسمح بمرور الرسائل الخاصة بالمستخدمين الخارجيين الى شبكة المؤسسة المحلية أو مواقعها على الانترنت

س : يتم توصيل حاجز العبور بين شبكة الانترنت وشبكة الشركة الخاصة ؟ لانه يعتبر الممر الوحيد بين شبكة الانترنت وشبكة الشركة المحلية

س : عرف " موجه حزم المسارت " ؟ جهاز بحجم الطابعة ترتبط به الشبكات المحلية والواسعة بحيث يعمل على تحديد مصدر البيانات المرسله وتوجيهها عبر

احدى بواباته الى الطرف المستقبل اعتمادا على مجموعة من القواعد

س : يتوافر في حاجز العبور منافذ مخصصة لخدمات ؟ ١. ارسال الرسائل واستقبالها ٢. تحميل الملفات فقط FTP ٣. تحميل وتنزيل HTTP

س : ما هي القواعد التي يتم بموجبها الرفض والسماح لحزم البيانات من الدخول للشبكة حسب حاجز العبور ؟

١. عنوان مصدر حزمة البيانات الخارجية
٢. وجهة حزمة البيانات الخارجية
٣. نوع البروتوكول المستخدم : مثل TCP / IP

س : ما هي انواع حاجز العبور ووظيفة كل منها / ثم قارن بينهم من خلال التأثير على الشبكة وطبيعة الحماية ؟

١. موجه المسارات وتصفية الحزم : وظائفه

١. تصفية حزم البيانات الواردة الى شبكة المؤسسة الداخلية
٢. تحديد المسار الذي سيتم توجيه الحزمة له
٣. يوفر حماية بسيطة لا تعيق الشبكة

٢. برنامج حاسوب وسيط : برنامج حاسوب يعمل على جهاز مضيف يسمى بوابة التطبيقات PROXY SERVER وظائفه

١. يوفر حماية عالية للشبكة من المتسللين
٢. يتحكم الوسيط بحركة الوثائق والملفات من الشبكة واليها
٣. يؤثر على اداء الشبكة

س علل يؤثر الوسيط على أداء الشبكة : لانه يتحكم بشكل اساسي بحركة الملفات والوثائق فالبيانات الداخلة والخارجة من الشبكة تمر من خلاله

رابعاً : مستويات الحماية باستخدام حواجز العبور

س : سلبيات حاجز العبور أو محدّدات حواجز العبور ؟

١. لا تمنع الفيروسات
٢. لا تمنع المستخدم الداخلي من تحميل البرامج على الحواسيب الشخصية
٣. لا تستطيع الحماية بناء على محتوى حزم البيانات

س : قضايا ادارية يجب على مديرو الشبكات المعنيون بالاهتمام بها عند تصميم وبناء حواجز العبور ؟

١. تحديد سياسات عمل حاجز العبور من حيث اسس القبول او الرفض
٢. تحديد مهام حاجز العبور والخدمات التي يسمح بها او يرفضها
٣. تحديد أي انواع حاجز العبور المناسبة لاستخدامات الشركة
٤. تحديد اذا كان سيتم شراء حاجز العبور أم سيتم بناؤه بالشركة

خامسا : أنواع البيانات المتبادلة الكترونيا عبر لشبكة الانترنت

س : تقسم المعلومات والبيانات المتبادلة الكترونيا عبر شبكة الانترنت الى أربع أنواع . اذكرها ؟

- ١ . **معلومات عامة** : معلومات متاحة لاطلاع عامة مستخدمي شبكة الانترنت دون تحديد ولا تحتاج إلى الحماية والسرية وتحتاج الى الحماية من العبث
مثال : الجرائد / الأخبار / تعليمات تسجيل الطلاب / س: **علل تحتاج الى الحماية من العبث والتتبع** : تصبح بلا قيمة أو قد تنقل رساله خاطئه عنه
- ٢ . **معلومات مملوكة** : معلومات ليست سرية إنما لا يحق لأحد نسخها أو تغييرها أو إعادة استخدامها لغاية غير التي تحددها الجهة المالكة
مثال : السيرة الذاتية / البرامج / رسالة الدكتوراه والمجستير / كتب وزارة التربية والتعليم
- ٣ . **معلومات سرية** : معلومات وجودها ومحتواها من اسرار المؤسسة يجب حمايتها دائما وحصر الوصول إليها وتوثيق عمليات الوصول إليها
مثال : ملفات شخصيه في مؤسسه / رقم حساب العميل في البنك
- ٤ . **معلومات خاصه** : معلومات ذات طبيعة شخصية من حيث المحتوى وليس الوجود ، ويجب حمايتها من وصول جهات غير مخوله أو مسموح لها
مثال : المعلومات او السجلات المرضيه / وطلبات الشراء الخاصة بالمؤسسة

3

سادسا : المخاطر الأمنية لتكنولوجيا المعلومات التي تواجه الربون

س : ما هي متطلبات حماية المعلومات والبيانات المتبادلة عبر الانترنت ؟

- ١ . **سرية التراسل** : عدم الإطلاع على البيانات والمعلومات المتبادلة عبر الانترنت من قبل طرف ثالث ولا يحق له الاطلاع أو الاعتراض لها
- ٢ . **موثوقية التراسل** : أن يكون لدى كل من طرفي تبادل المعلومات والبيانات القدرة على التحقق من هوية الطرف الآخر والتعريف بنفسه
- ٣ . **سلامة التراسل** : عملية حماية البيانات ضد التغيير أو التعويض عنها ببيانات أخرى ويعد أحد المتطلبات للتجارة الالكترونية
- ٤ . **عدم القدرة على الإنكار** : عدم قدرة الشخص الذي قام بارسال رسالة الكترونية في ظروف اتصال معينة على انكار قيامه بهذا الفعل وكذلك المستقبل

سابعا : أساليب تشفير البيانات

س : يتضمن التشفير عمليتين أساسيتين . اذكرها ؟

- ١ . التشفير : ترميز النص بطريقة غير مفهومة بناء على خوارزمية معينة عند المرسل ٢ . فك التشفير : إعادة النص إلى وضعه الأصلي عند المستقبل

س : ما هي اساليب او طرق التشفير ؟

يوليوس قيصر حيث يستخدم نوعين وهما ١ . التبديل ٢ . التعويض

التبديل : إعادة ترتيب الحروف في النص الأصلي لانتاج النص المشفر مثلا كتابة نص في مصفوفة عاموديا ومن ثم قرائتها افقيا
التعويض : عملية تغيير الحروف في النص الأصلي بناء على مفتاح محدد من حروف او رموز أو ارقام

سؤال : قام أحد الطلبة بتشفير النص (Amman Jordan) بناء على المفتاح الآتي :

	A	D	J	M	N	O	R	
	A	O	U	M	Y	Z	2	X

لنص المشفر أو النص بعد التشفير : AMMAYXUZ2OAY تم التشفير باستخدام طريقة..... التعويض

**خاطر
توجيهي**

عائثرا : القضايا القانونية المتعلقة بالتجارة الالكترونية

هنالك مجموعة من **القضايا المهمة في التشفير** والحماية يجب الانتباه لها عند تصميم وتطبيق وادارته في التجارة الالكترونية . عددها ؟

- ١ . التشفير بالأجهزة أم بالبرمجيات ٢ . إدارة مفاتيح التشفير ٣ ، قضايا تجارية ٤ . قضايا قانونية ٥ . مراعاة قوانين التصدير

التشفير بالأجهزة : أكثر كلفه / أكثر حماية **التشفير بالبرمجيات** : أقل كلفه / أقل حماية (علل : لسهولة الدخول عليها وتغييرها)

س : سبب تحكم الحكومة الأمريكية بعملية تصدير أجهزة التشفير وانظمتها ؟ لانها تعددها من الاسرار العسكرية ومن متطلبات الامن القومي

س : علل من الضروري

حماية المعلومات المخزنة

على شبكة الانترنت ؟

بسبب قيمتها وأهميتها
التجارية والمالية وللمنع
الخسائر المالية وتجنب
وضع الشركات في موقف
تجاري أو قانوني حرج
وللمحافظة عليها من
العبث أو سوء الاستعمال

س: ما هي الحالات التي تسمح فيها القوانين الأمريكية بالتشفير ؟

١. اذا كانت المعلومات المراد تشفيرها ماله بين بنوك معروفه
٢. اذا كانت المعلومات معروفة المحتوى وذات طول محدد
٣. اذا توافرت ادله تفيد ان التشفير لا يستخدم لاغراض اخرى

س: تواجه عملية التشفير في التجارة الالكترونية مجموعة من العقبات . اذكرها ؟

١. نجاح عملية التشفير يعتمد على أن المتعاملين في السوق الالكتروني يستخدمون تكنولوجيا التشفير نفسها

٢. عملية توزيع المفاتيح تتطلب جهدا كبيرا

٣. صعوبة استخدام طرق التشفير وبرمجياته من قبل المستخدم العادي

س: القوانين الوطنية والدولية تهدف لحماية التجارة الالكترونية من عدة نواحي ؟

١. الخصوصية

٢. الملكية الفكرية

٣. منع جرائم الحاسوب

س: عدد الامور التي عالجها القانون الاردني لمنع جرائم الحاسوب ؟

١. الضرائب

٢. التوثيق

٣. حماية المشتري

٤. يعاقب بالحبس أو بالغرامة او بكلتيهما لمن ينشئ شهادة رقمية لغرض الاحتيال أو غير مشروع

٥. جحية العقود الالكترونية والاعتراف بالمعاملات الالكترونية : يعترف القانون الاردني بالرسائل المتبادلة المقصود بها انشاء التزامات متبادلة وتعد صحيحة وملزمة

س: على المشتري تبليغ المؤسسة المالية بامكانية معرفة لرقم بطاقة الدفع الالكتروني الخاصة به ؟

لإعفاءه من مسؤولية استخدام حسابه بصورة غير مشروعة ونقل تبعية المسؤولية الى المؤسسة المالية ما لم يثبت اهمال المشتري انه السبب

س: للسجلات الإلكترونية حجية الوثائق الورقية بشرط توافر شروط . اذكرها ؟

١. أن تكون المعلومات الموجودة في السجل قابلة للحفظ والتخزين والاسترجاع

٢. إمكانية احتفاظ السجل بالمعلومات المخزنة فيه بشكل دقيق

٣. إمكانية اثبات منشئ الرسالة الالكترونية ومرسلها

س: عدد المعاملات والعقود وفقا للقانون الأردني التي لا يمكن اجرائها الكترونيا ؟

١. الدعاوى القضائية

٢. الوصية

٣. الوقف

٤. بيع الاوراق المالية

٥. بيع الاراضي وما يشترط تسجيله

س: وضع المشروع الاردني مجموعة من النواحد اللازمة لحماية أمن الرسائل الالكترونية وسلامتها وحجيتها وحماية التوقيع الالكتروني ؟

١. الاعتراف بالتوقيع الالكتروني كبدل للتوقيع التقليدي

٢. يجب ان يكون التوقيع الالكتروني موثقا حتى يعد دليلا على مضمونها

٣. يعد التوقيع الالكتروني موثقا توثيقا سليما إذا صدر عن الجهات المعتمدة بشرط (خلال مدة ١. سريان الشهادة ٢. مطابق لرمز تعريفها)

جهات تصدرها أو مسؤولة عنها : ١. جهة ترخيص معتمدة في المملكة الاردنية الهاشمية

٢. جهة ترخيص معتمدة ومرخصه من سلطه مختصه بدولة اخرى ٣. دائرة حكومة أو مؤسسة أو هيئة مفوضة قانونيا باصدار الشهادة

سؤال: استخدم الطالب فوقو دراغمه أحد أساليب (يوليوس قيصر) في تشفير البيانات في الجدول الآتي :

س: ما هو الأسلوب أو الطريقة المستخدمة في عملية التشفير ؟ يوليوس قيصر

س: ما نوع هذا الأسلوب ؟ التبدل

س: هل تم التشفير بالصفوف أم بالأعمدة ؟ بالصفوف وعددها ٣

س: ما هو النص بعد التشفير و ما هو النص المشفر ؟

النص الأصلي : MINISTRY OF EDUCATION

النص المشفر : M I R O E C I I S Y F D A O N T U T N

هل يمكن استخدام التشفير السابق في الاحرف العربية والارقام الهندية ؟ فسّر إجابتك ؟

نعم . لان التشفير يعتمد على الالية وليس على محتوى البيانات ويمكن تحسينها بتغير اتجاه الكتابة في حالة الاحرف العربية والارقام الهندية

4

عامر جرابه

خواطر توجيهي

M	I	R	O	E	C	I
I	S	Y	F	D	A	O
N	T	U	T	N		

س: انواع الهجمات عبر شبكة الانترنت بالنسبة المنوية ؟

١. الفيروسات (٨٥٪)
٢. الوصول غير المخول من قبل الداخليين (٧١٪)
٣. حجب الخدمة (٢٧٪)
٤. اختراق النظام من خارجه (٢٥٪)
٥. سرقة المعلومات المملوكة (٢٠٪)
٦. تخريب البيانات (١٧٪)
٧. الاحتيال المالي (١١٪)

الوحدة الثانية : طرق التبادل المالي والبنوك الالكترونية

أولا : أنظمة الدفع الالكترونية

الصيرفي : شخص أو جهة كان يقبل الودائع مقابل ايصالات أو شهادات ايداع بمبلغ الوديعة ويحصل على عمولة

س : متى اخذ البنك شكله الاولي ؟ **س : علل فكر الصيرفي في إقراض الودائع ؟**

١. كان للايصالات قبولا عاما في التداول وفاء لبعض الالتزامات ٢. كان أصحاب الودائع لا يتقدمون لسحب ودايعهم دفعة واحدة

س : ما هي وسائل الدفع التقليدي ؟ ١. نقدا (الاكثر قبولا لدى التجار) ٢. البطاقات ٣. الشيكات ٤. التحويل المالي

نقدا : مميزات

١. الاكثر شيوعا في عملية الشراء ٢. قبول عالي لدى اغلبيه التجار ٣. عدم الحاجة لمعرفة هوية المشتري ٤. لا يوجد تكلفه تذكر للدفع

الدفع عن طريق البطاقات :

س : علل تتم عملية الدفع خلالها بكل سرية وأمان ؟؟؟؟؟ لان المعلومات تنتقل عبر شبكة خاصة بالبنوك

س : علل يقوم البائع برفع سعر السلعه مقابل الدفع بالبطاقات ؟؟؟ لان المبالغ تنتقل لحساب التاجر مقابل عمولة على كل عملية شراء

س : علل لماذا لا يرغب بعض التجار باستخدام البطاقات كوسيلة دفع ؟؟؟

١. لان التاجر قد يقوم برفع سعر السلعه مقابل عموله على كل عملية شراء ٢. غالبا ما تتم عملية التسوية عقب ايام قليله من عملية الشراء

س : حساب التاجر ؟؟؟ ه و حساب خاص في البنك يفتحته التاجر حتى يتمكن من تقبل البطاقات كوسيلة دفع

س : المؤسسات المالية ؟؟؟

منشآت اقتصادية متخصصة تعمل في ادارة الاموال حفظا وإقراضا أو بيعا وشراء وتتضمن هذه المؤسسات ما يلي

١. البنوك ٢. صناديق التوفير ٣. بيوت الاستثمارات ٤. شركات التأمين ٥. البورصات وهيئاتها

س : عدد انواع البطاقات المستخدمة لتسوية المدفوعات الشخصية وخصائص كل بطاقة ؟

١. البطاقة الائتمانية :

أ. لا يلزم للحصول عليها وجود رصيد في حسابه ب. يمكن التسديد بدفعات منتظمة او غير منتظمة والفوائد بصفة يومية على رصيده المدين

ج. يصدرها المصرف للحصول على السلع والخدمات من محلات وأماكن معينه

٢. بطاقة التسجيل على الحساب :

أ. يجب تسديد المبلغ كاملا بوقت محدد متفق عليه

ب. يتقاضى البنك رسوما على اصدارها والتجديد

ج. يمنح حاملها قرضا في حدود معينة ولزمن معين

د. يترتب على حاملها لدى تأخير السداد دفع فائدة ماليه

٣. بطاقة الخصم او الدين :

أ. شرط فتح العميل حساب مصرفي لدى البنك أو ايداع مبلغ للمؤسسة المصدرة للبطاقة ب. لا يسمح باقام عملية الشراء اذا قل الرصيد عن قيمة الشراء ج.

تتطلب ادخال رقم خاص بها من خلال جهاز نقاط البيع د. كلما استخدم العميل البطاقة يتم السحب مباشره من حسابه لسداد الفاتورة

س : قيام المؤسسات الماليه باستحداث خدمة عكس عملية الدفع ؟ لتشجيع الافراد على استخدام البطاقات

س : خدمة عكس عملية الدفع ؟؟؟

يعطي الحق لبنك العميل باسترداد المبالغ التي خصمت على حسابه في حال لم يقرها أو اعترض على صحتها وتخضع بالتالي من حساب التاجر

الدفع عن طريق الشيكات :

س : علل تفضل المؤسسات التجارية والماليه استخدام الشيكات كوسيط للدفعات ؟؟؟ لها تأييد قانوني كامل

س : الشيك ؟؟؟ هو امر مكتوب غير مشروط معنون من شخص لآخر وموقع من كاتب الشيك للبنك ليدفع عند الطلب مبلغ محدد من المال

التحويل المالي : س : المشكلات التي تعاني منها وسائل الدفع التقليدي أو سلبياتها ؟؟؟

١. تكاليف الصيانه عاليه ٢. حاجتها لقوة بشرية كبيره للتشغيل ٣. عائق الحدود الجغرافيه

خواطر
توجيهي

عامر
جرايمه

س: عرف "نظام الدفع" كما عرفه ... المصرف المركزي الاوروبي ؟؟؟

مجموعة من الوسائل والاجراءات التي تسهل عملية التسليم أو التحويل عبر وسائل الدفع لحل الالتزامات المالية التي تنتج عن النشاط الاقتصادي

س: يتكون نظام الدفع من مكونات رئيسية وهي ؟؟؟

١. مؤسسات وأفراد ٢. الاجراءات القانونية واللوائح والتعليمات التي تحدد المسؤوليات والعلاقات ٣. وسائل الدفع ٤. طرف ثالث

س: عرف الطرف ثالث ؟؟؟

مؤسسات مالية غير بنكية تزود الاتصال بالشبكات المالية لتنشيط الصفقات وتحويلها للحسابات في البنوك مثل (CyberCash)

س: عرف وسائل الدفع ؟؟؟

وسائل تمكن الزبائن من تحويل الاموال الى التجار مثل (١. النقد ٢. السندات المالية ٣. البطاقات ٤. الوسائل الالكترونية)

ثانيا : وسائل الدفع الالكترونية

س: عدد نماذج أو أشكال أو أنواع التجارة الالكترونية ووسائل الدفع في كل منها ؟

١. شركة إلى شركة (B - B) (الشيكات الالكترونية \ شبكات التحويل المالي الالكتروني \ الاعتماد البنكي)
٢. شركة إلى مستهلك (B - C) (الشيكات الالكترونية \ النقد الرقمي (الالكتروني) \ البطاقات \ البطاقات الذكية \ طرف ثالث)
٣. مستهلك إلى شركة (C - B) (الشيكات الالكترونية \ النقد الرقمي (الالكتروني))
٤. مستهلك إلى مستهلك (C - C) (الشيكات الالكترونية \ النقد الرقمي (الالكتروني))

س: عرف التجارة الالكترونية ؟؟؟

هي عمليات الاعلان والتعريف بالبضائع والخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات و ابرام العقود ثم الشراء والبيع ثم سداد القيمة عبر شبكات الاتصال سواء الانترنت او غيرها التي تربط بين المشتري والبائع

س: علل تعدد وسائل الدفع الالكترونية ؟ نظرا لاختلاف انواع التجارة الالكترونية

خواطر توجيهي

B 2B

تتبعات التحويل المالي الالكتروني :

س: ميزاتها ؟ ١. وفرت وسيلة سريعة لنقل المعاملات المالية من اوامر الدفع بين البنوك ٢. قللت كلفة العمليات ووقتها خصوصا بين الشركات الكبيره

الاعتماد البنكي :

س: عرف الاعتماد البنكي ؟؟؟ س: يعتبر الاعتماد البنكي LC أحد وسائل الدفع والتي تعطي البائع درجة أمان عاليه ؟؟؟

هي اتفاقية مكتوبة من قبل المصرف (يدفع بمقتضاها للبائع من حساب المشتري مبلغ من المال بناء على تقديم بعض الوثائق من البائع)

س: فوائد الاعتماد البنكي للبائع ؟؟؟

١. يعطي البائع درجة عالية من الامان اذا تحققت الشروط ٢. تقل نسبة المخاطره الى ادنى مستوياته

س: فوائد الاعتماد البنكي للمشتري ؟؟؟

١. فرصه أكبر للتفاوض والمساومه ٢. الاموال لا تسحب من رصيد المشتري الا بعد التحقق من الوثائق ٣. يعطيه فرصه اكبر للاحتفاظ بماله

الشيكات الالكترونية :

س: الشيك الالكتروني ؟؟؟

هو المكافئ الالكتروني للشيكات الورقيه التقليديه وهو رساله موثقه ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك لمستلمه

س: علل توقع الشيكات الالكترونية باستخدام مفتاح التشفير الخاص بالجهة المصدرة للشيك ؟؟؟

١. التحقق من الطرف المرسل للشيك ٢. اثبات صحة الشيك ٣. المحافظة على السرية والامان

س: ما هي خطوات عملية الدفع بالشيكات الالكترونية ؟؟؟

الشكل (٦ - ٤)

عامر جرايمه

البطاقات : هو أكثر النماذج انتشارا بعد B2B / يشبه محلات التجزئة ووسائل الدفع الالكترونية التي يستخدمها المشتري / هو المستهلك



س: ما الامور التي يجب أن يقوم بها التاجر حتى يتعامل بالبطاقات ؟؟؟

١. فتح حساب خاص لدى احد البنوك ٢. الحصول على شهادة رقمية للموقع ٣. وتوقيع الكتروني لضمان السرية والامان

س: تختلف البطاقات في B - C عن البطاقات في الدفع التقليدي ؟؟؟

في وسيلة التحقق من صحة البيانات بانها تتم عبر شبكة الانترنت دون وجود بطاقة ولذلك تحتاج لدرجة حماية عالية عند ارسال المعلومات ببروتوكول بروتوكول SSL : الاطراف التي يتحقق منها الخادم والمستخدم / لا يتحقق من حصوله على شهادة رقميه بروتوكول SET : الاطراف التي يتحقق من هويتها التاجر وحامل بطاقة الاعتماد / يتحقق من حصوله على شهادة رقميه

طرف ثالث :

س: علل الدفع بضمان طرف ثالث يعطي حماية اكبر للمشتري ؟؟؟

لانه لا يحتاج المشتري استخدام بيانات بطاقة الائتمانية عبر الانترنت عند الدفع

س: عرف الطرف الثالث كما في نوع B - C ؟

قناة اتصال بين مؤسسات بطاقات الائتمان والبنوك والشركات التي تعالج معلومات البطاقات والانترنت

س: ماذا يحتاج كل من المشتري والبائع للتعامل بالدفع بضمان طرف ثالث ؟؟؟

١. لا يحتاجون الى برمجيات واجهزة ٢. يحتاجون الى حساب بريد الكتروني والى فتح حساب مع الطرف الثالث

س: مهم جدا حل سؤال ٤ فرع ب من سنة ٢٠١٠ صيفي ؟؟؟ مهم جدا جدا

س: كيف يحقق الطرف الثالث الارباح ؟؟؟

نتيجة لحجز المال بعض الوقت قبل ارسالها للتاجر

الشيكات الالكترونية :

س: متى تستخدم ؟؟؟ في الدفعات المالية الكبيرة

س: كيف يحصل المشتري على الشيكات الالكترونية بنموذج B - C ؟؟؟

ان يكون له حساب بنكي وعندها يحصل على نماذج شيكات من البنك المرخص أو من خلال طرف ثالث مثل : ECHECKSECURE.COM

البطاقة الذكية : (البطاقات ذات القيمة المخزونة)

س: عرف البطاقات الذكية ؟؟؟ بطاقة تستخدم شريحة مدمجة لها القدرة على تخزين البيانات ومعالجتها

معلومه : يمكنها تخزين معلومات اكثر من ٥٥٠ ضعف مما تستطيع البطاقات ذات الشريط المغناطيسي / ضياعها يعني خسارة المبلغ فيها

س: ما هي استخدامات البطاقات الذكية ؟؟؟؟ ١. الشراء ٢. الوصول للحساب البنكي للمالك ٣. لخص المعلومات المختلفة

س: كيف يتم تخزين القيمة النقدية في البطاقة الذكية ، وماذا يحتاج المستخدم ليستخدم القيمة النقدية فيها ؟؟؟؟

عن طريق تحويلها من رصيد بنكي الى البطاقة من خلال بعض اجهزة الصراف الالي / ويحتاج الى قارئ خاص بالبطاقة

س: علل تعد وسيلة البطاقة الذكية من الوسائل المريحة للمشتري والبائع ؟؟؟؟

١. بسبب قلة كلفة عملية التبادل المالي ٢. قلة احتمال الخسارة بسبب التزوير والاحتيال ٣. سرعة عملية التبادل المالي

س: المؤسسات التي توفر هذه الخدمة ؟؟؟؟ ١. BLUE AMERICAN EXPRESS ٢. MONDEX

مواقع المزادات تمثل اشهر المواقع فيه / من المواقع التي تسمح بالتبادل المالي بين الافراد WWW.PAYDIECT.YAHOO.COM

ما هو دور نظام paybal في التبادل المالي بين الأفراد (C2C) ؟

١. يسمح للأفراد التسجيل مجانا في الموقع ٢. ارسال النقد الالكتروني بواسطة البريد الالكتروني ٣. يعمل كطرف ثالث موثوق به

**خواطر
توجيهي**

**عامر
جراعه**



الشركة هي البادئ في عملية الدفع / ويكون هنالك اتفاق على اعادة النقود في حال عدم مطابقة المنتج للمواصفات المتفق عليها

س: **تصنف وسائل الدفع الالكتروني اعتمادا على عدة معايير أو أسس ؟؟؟ (طاطا)**

١. طبيعة عملية التبادل الالكتروني
٢. طريقة التسوية أو المقاصة : على ان تكون الدفعات الالكترونية مغطاة بدفعات حقيقه **مثل** : النقد / الرصيد البنكي / شيكات مدفوعة
٣. اسلوب حماية عملية الدفع الالكتروني والتأكد من هوية الدافع
٤. المخاطر المتعلقة بعملية الدفع الالكتروني والتزوير والاحتيال

ثالثا : أثر التجارة الالكترونية على العمل البنكي

س : **البنك ؟؟؟**

مؤسسة مالية تنصب عملياتها على حشد الموارد المالية والنقود الفائضة عن حاجة الجمهور ورجال الاعمال والدولة بغرض توظيفها أو اقراضها لآخرين وفق اسس وقواعد معينه

س : **يتكون الجهاز المصرفي من عدد من البنوك تختلف وفقا ل (١. تخصصها ٢. الدور الذي تؤديه في المجتمع) ؟؟؟**

١. البنوك المركزية :

س : **يعد البنك المركزي قلب الجهاز المصرفي ؟؟؟** فهو يشرف على النشاط المصرفي بشكل عام

س : **وظائف البنك المركزي بشكل عام ؟؟؟** ١. يشرف على النشاط المصرفي بشكل عام ٢. اصدار اوراق النقد ٣. المحافظة على استقرار قيمتها

س : **وظائف يقدمها البنك المركزي للحكومة فقط ؟؟؟** س : **علل يطلق على البنك المركزي بنك الحكومة ؟؟؟**

١. القيام بالخدمات المصرفية للحكومة ٢. يشاركها في رسم السياسات النقدية والمالية

س : **وظائف يقدمها البنك المركزي للبنوك الاخرى فقط ؟؟؟** س : **علل يطلق على البنك المركزي بنك البنوك ؟؟؟**

١. يحتفظ بحسابات المصارف لديه ٢. يقوم باجراء المقاصة بينها

٢. المصارف التجارية :

س : **علل يطلق على المصارف التجارية بمصارف الودائع ؟؟؟** حيث تمثل الودائع المصدر الاساسي لمواردها

س : **ما هي وظائف المصارف التجارية ؟؟؟ أمثله (المصارف التجارية والزراعية والصناعية)**

١. تقوم بقبول اموال المودعين التي تستحق عند الطلب أو بعد فترة من الزمن

٢. تقوم بمنح التجار ورجال الاعمال والصناعة قروضا قصيره الاجل بضمانات مختلفة

س : **ما هي الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية لعملائها سواء أفرادا أم مؤسسات ؟؟؟**

١. السحب ٢. الابداع ٣. القروض ٤. صرف العملة الاجنبية ٥. تسديد فواتير الخدمات مثل الهاتف ، الكهرباء ، الماء

س : **ما الذي أدى اليه (ما هو اثر) التطور في تكنولوجيا التجارة الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات على العمل البنكي ؟؟؟**

١. دخول شركات ومؤسسات غير بنكية الى سوق الخدمات البنكية والمالية مثل شركات الدفع المباشر عبر الانترنت مما هدد اهم خدمات البنوك

٢. تقصير الفترة الزمنية اللازمة لتطوير خدمات جديده مقارنة مع الوضع التقليدي الذي كان يعتمد على القدرة المالية للبنوك

٣. تغير في حاجات عملاء البنك ، خاصة فيما يتعلق بالوقت وكيفية الحصول على الخدمات البنكية والمالية

٤. تقليل كلف التشغيل في البنوك (تكلفة تنفيذ الخدمة في البنك تقريبا ١٠٧ وتقل باستخدام الصراف الالي وتصل ادنى مستوى بالانترنت

س : **علل توجهت ادارات البنوك نحو استخدام شبكة الانترنت كوسيط للعمليات البنكية وبناء فروع الكترونية لها على الانترنت ؟**

أقل كلفه بكثير من الفروع الحقيقة المبنية بالحجارة مما ساعدها على توسيع قاعدة عملائها وتقديم خدمات مالية متنوعة منها

خواطر
توجيهي

س: عرف "البنك الالكتروني" ؟ النظام الذي يتيح للزبون الوصول الى حساباته والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو اية وسيلة أخرى

س: علل حررت البنوك الالكترونية عملائها من قيود الزمان والمكان ؟

بإستطاعة العميل الحصول على الخدمات البنكية بأي وقت من الليل او النهار وبأي مكان وذلك بفضل استخدام شبكة الانترنت

س: علل أدى التوسع والتطور في تكنولوجيا التجارة الإلكترونية الى تغير في حاجات العملاء ؟

لتحرير العملاء من قيود الزمان والمكان وتوفير الوقت والجهد لعملاء البنك والانترنت

س: ما هي الخدمات المالية المتنوعة التي تقدمها البنوك الافتراضية أو الالكترونية لعملائها ؟؟؟

١. تحويل الاموال بين الحسابات ٢. دفع الفواتير الكترونيا ٣. انزال بيان حساب ٤. الحصول على ارصدة الحساب الجاري

س: يمكن تقسيم مواقع البنوك الالكترونية على الانترنت حسب الخدمات التي توفرها الى ٣ مستويات ؟؟؟

١. المستوى الاول: **موقع خدمات المعلومات** : حيث يقدم البنك معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية

١. المستوى الثاني: **الموقع التفاعلي** : بحيث يسمح بنوع من التبادل والاتصال بين البنك وعملائه بالبريد الالكتروني وتعبئة طلبات ونماذج

١. المستوى الثالث: **موقع خدمات الحركات المالية** : حيث يسمح البنك فيه للعميل بالوصول الى حساباته وادارتها واجراء الحركات المالية

مثل التحويل بين حساباته ودفع الفواتير وانشطة أخرى

رابعا : تكنولوجيا الاعمال البنكية

س: ما هي انواع الشبكات المكونة لشبكة التحويل المالي الالكتروني ؟

١. **شبكة التحويل الدولي** : SWIFT (عرف : البنية الاساسية لتبادل الرسائل المصرفية والمالية و مرجع ثابت في توحيد المعايير المعتمدة من المجموعة المالية

الدولية) أنشئت swift (علل) بغرض أتمتة التيليكس :

مهامها : نقل التعليمات والاورام من بنك لآخر بسرعة فائقة عن طريق خطوط اتصال مستأجره

٢. **الصراف الآلي** : سحب النقود / توجد داخل فروع البنك أو خارجها / مباشرة النشاطات المصرفية ٢٤ ساعه

٣. **المقاصة الآلية** : سلبيات المقاصة اليدوية : ١. خاضعة للاخطاء ٢. التأخير في عملية التسوية يؤثر على الاقتصاديين ٣. الحجم اليومي المتزايد للشيكات

٤. **نقاط البيع** : ترتبط بشبكة خاصة بالبنوك فوائدها ١. التحقق من صحة البيانات التي يعطيها حامل البطاقة والتاجر ٢. تحصيل المبلغ لحساب التاجر

س: ما هي خطوات أو اجراءات تقاص الشيكات بين البنوك (خطوات المقاصة الآلية) ؟

١. ترميز الشيكات بتضمينه بيانات شفريه أسفل الشيك على خط الخبر الممغنط **تتضمن** (١. رقم الشيك ٢. رقم فرع البنك المسحوب عليه ٣. رقم حساب العميل)

٢. قراء البيانات التي على الشيك بجهاز خاص ٣. ترسل للبنك المركزي الالكتروني ومنه للبنك المصدر للشيك ٤. تعود الاجابة الكترونيا بالموافق أو الرفض

س: عرف "غرفة المقاصة" ؟؟؟

غرفة خاصة يلتقي فيها مندوبو البنك في الدول لتبادل الشيكات المسحوبة وتعقد جلسه أو جلستين يوميا لتمرير الشيكات جميعها التي يصدرها التاجر

والافراد من خلال هذه الغرفة

س: ما هو دور المقاصة الآلية في التقليل من عدد الشيكات المرتجعة في البنوك حسب رأيك ؟؟؟

ساهمت في تقليل عدد الشيكات المرتجعة لانه يقوم بالتحقق من الشيك مباشرة

س: قارن بين الخدمات المصرفية في البنوك التقليدية والبنوك الالكترونية وأثر كل منها ؟؟؟

البنك التقليدي : البيئه تؤثر سلبا / المستخدم الضوضاء والازدحام / البنية التحتية تحتاج لمباني وغرف انتظار وحراس / وقت الخدمه يكون بالدوام الرسمي

البنك الالكتروني : البيئه لا تؤثر / المستخدم الاشعة الضارة من الشاشة / البنية التحتية جهاز كمبيوتر وانترنت وموقع على الشبكة / وقت الخدمه ٢٤ ساعه

س: ما هي خطوات تسوية الشيكات بين البنوك بالمقاصة اليدوية ؟؟؟

١. إيداع الشيك ٢. تجمع البنوك الشيكات التي لديها على البنوك الأخرى ٣. تتبادل البنوك الشيكات المسحوبة عليها

٤. تتم تسوية بين البنوك ٥. يوزع كل بنك الشيكات المستحقة لعملائه حسب الفرع



خواطر
توجيهي

عامر
جراعه

خامسا :إنجاح الأعمال البنكية الالكترونية

س : **لضمان نجاح بنوك الانترنت** وإنجاح الأعمال البنكية الالكترونية وبناء ميزة تنافسية لابد من تحقيق مجموعة من **الجوانب** . اذكرها ؟

- ١ . تميز الخدمات والمنتجات التي تقدمها
- ٢ . تبني المفهوم الحديث للتسويق المصرفي
- ٣ . مكاملة خدمات الهاتف مع الإنترنت
- ٤ . توفير الدعم الداخلي لإنظمة بنك الأنترنت

س : **يهتم البنك الالكتروني (الافتراضي) بالتميز بالخدمات والمنتجات التي يقدمها عن البنوك الأخرى لجذب العملاء والمحافظة عليهم بعدة أمور ؟**

- ١ . المشاركة مع شركات البرمجيات والتحالف معها
- ٢ . ابتكار وتطوير منتجات وخدمات بنكية الكترونية مباشرة
- ٣ . تحسين مزايا ومواصفات الخدمات والمنتجات وتطويرها للمحافظة على العملاء

س : ان **تبني المفهوم الحديث للتسويق المصرفي** يعد مهما لضمان نجاح الاعمال البنكية ويستلزم القيام **بعدة امور** **للتحول لكيان تسويقي . ؟**

- ١ . استخدام أدوات التكنولوجيا الحديثة في نشر أدوات التسويق مثل الانترنت
- ٢ . تهيئة بيئة مصرفية مناسبة للعملاء تمكن البنك من الاحتفاظ بهم
- ٣ . تطوير بحوث السوق وجمع تطورات السوق
- ٤ . مراقبة المعلومات التي تتضمن قياس انطباع العملاء عن مزيج الخدمات المقدمة

س : **علل يجب على البنك إعادة تصميم مراحل تقديم الخدمات المصرفية ؟**

لضمان تحقيق الاستفادة القصوى من التكنولوجيا المتقدمة وذلك من خلال : ١ . تقليل المدة الزمنية ٢ . وتقليل الخطوات والمستندات اللازمة للخدمة

س : **من عوامل نجاح البنوك الالكترونية الإهتمام بدرجة كبيرة من الحماية والأمن للبيانات المتراصة عبر البريد الإلكتروني ؟**

- ١ . استخدام التحقق من هوية المستخدمين للموقع
- ٢ . التأكد من صلاحية استخدامه للخدمات البنكية
- ٣ . استخدام التشفير بالمفتاح العام والخاص لحماية البيانات المتراصلة
- ٤ . الاهتمام بالحماية المادية للشبكة الداخلية بحاجز العبور

س : عرف " مكاملة خدمات لهاتف مع الانترنت " ؟؟؟

تقديم الخدمات البنكية عبر الهاتف وذلك من خلال تسهيل انتقال العميل من الانترنت الى موظف مركز الاتصال للحصول على الخدمات المطلوبة

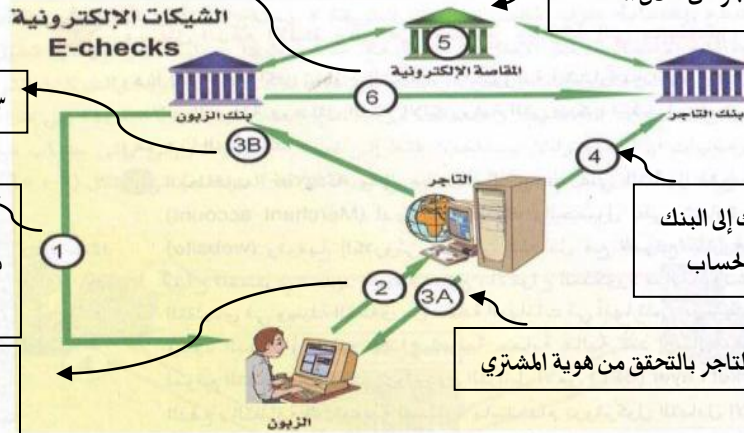
س : عرف " مراكز الاتصال " ؟؟؟ تقديم الخدمات البنكية عبر الهاتف

س : **خطوات الدفع الالكتروني من خلال الشيكات الالكترونية ؟**

التوضيح من خلال الرسم

٦ . يحول بنك المشتري قيمة الشيك الى بنك التاجر

٥ . تتم تسوية الشيكات بين بنك المشتري وبنك التاجر من خلال المقاصة



٣ . يقوم التاجر بالتحقق من هوية البنك

١ . يقوم المشتري بالحصول على فاذج شيكات إلكترونية من بنك مرخص بذلك بناء على حساب يفتحه بالبنك

٢ . يقوم المشتري بعملية الشراء وطلب السلعة و يكتب شيكا إلكترونيا موقعا إلكترونيا و يرسله للتاجر

٤ . يرسل التاجر الشيك إلى البنك الخاص به لإداعه في الحساب

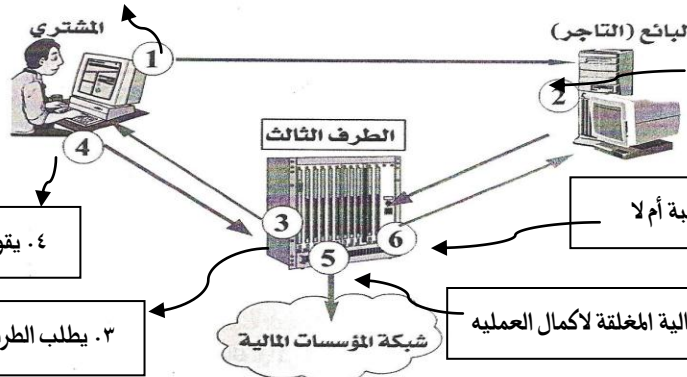
٣ . يقوم التاجر بالتحقق من هوية المشتري

عامر جرابه

خواطر توجيهي

١ . يرسل المشتري طلب الشراء ورقم هويته لموقع التاجر

س : **خطوات الدفع بضمان طرف ثالث ؟؟؟**



٢ . يرسل التاجر معلومات الشراء و هوية المشتري إلى الطرف الثالث

٦ . يستلم التاجر النتيجة سواء تم الدفع من البطاقة الائتمانية أم لا

٤ . يقوم المشتري بتأكيد الصفقة او رفضها

٣ . يطلب الطرف الثالث تأكيد الصفقة من المشتري

٥ . يرسل الطرف الثالث المعلومات خلال بوابة دفع الى الشبكة المالية المخلقة لاكمال العملية

الوحدة الثالثة : التسويق الالكتروني وإدارة علاقات الزبائن

أولا : العلاقة بين الشركة وزبائنها

11

س: علل تعد العلاقة بين اي شركة وزبائنها هامة جدا ؟ ص ٢٣١

لنجاح الشركة في تحقيق اهدافها الاساسية في زيادة المبيعات والتوسع في الانتاج وتحقيق الربحية في تعاملاتها التجارية

س: ما هي الأنشطة التي تندرج وتحقق العلاقة بين الشركة وزبائنها ؟ ص ٢٣١

١. التسويق : تعريف الزبائن بالمؤسسة والتأثير عليهم لاقناعهم بالشراء

٢. البيع : يشمل ١. اختيار الزبون للسلعة او الخدمة ٢. الاتفاق على شروط البيع والشراء ٣. قيام المشتري بدفع الثمن ٤. توفير خدمة ما بعد البيع

٣. خدمة الزبائن : تقوم على بناء العلاقة الدائمة والمتطورة مع الزبون للمحافظة عليه وتعميق ولائه للمؤسسة

س: وضح (أثر) استخدام التقنيات الحديثة وبالأخص (شبكة الانترنت) على تطوير أنشطة المؤسسة المختلفة ؟ ص ٢٣٢

١. توفر قدرات كبيره وأساليب جديدة للتعامل مع الزبائن ٢. تساعد في تطوير استراتيجيات التسويق والدعاية والاعلان

٣. اعطاء ميزة تنافسية لا يمكن تجاهلها

خواطر توجيهي

ثانيا : التسويق الالكتروني

س: علل تزداد أهمية التسويق ؟ ص ٢٣٢

بازدياد التنافس بين الشركات في السوق

س: عرف التسويق بمفهومه التقليدي ؟ ص ٢٣٢

جميع النشاطات التي يقوم بها البائع بهدف التأثير على المشتري وسلوكياته واقناعه بشراء منتجات البائع وما يقدمه من خدمات

س: عدد وسائل او طرق التسويق التقليدي (العادي) ؟ ص ٢٣٢

١. مطبوعه : كالصحف والمجلات ٢. اتصال مرئي : التلفزيون ٣. اتصال مباشر : المعرض ٤. اتصال مسموع : المذياع

س: عرف التسويق الالكتروني ؟ ص ٢٣٣

هو تسويق يتم اساسا باستخدام الشبكات و تكنولوجيا المعلومات والوسيلة المتبعة فيه هي شبكة الانترنت من خلال موقع البائع على الشبكة أو من خلال الاعلان على المواقع الاخرى المعروفة أو الشعبية

س: ما هي أهداف التسويق الالكتروني (هو تطبيق لمجموعة واسعة من الوسائل وادوات تكنولوجيا المعلومات و (يهدف الى) ؟

١. اعادة تشكيل استراتيجيات وادوات التسويق وذلك بمزيد من الاستهداف والتميز

٢. تخطيط اكثر فعالية لتنفيذ الافكار ، والتوزيع والترويج وتسعير البضائع والخدمات

٣. ابتكار تبادلات تفي بحاجات المستهلكين الفردية وبأهداف المؤسسات المستهلكة

ص ٢٣٣

س: ما الدافع الاقتصادي لاستخدام الانترنت في البيع والتسويق الالكتروني ؟ ص ٢٣٣

بأنها تغطي شريحة كبيره من الزبائن وبأقل تكلفه

س: علل طرق التسويق الالكتروني تقلل التكلفة على المشتري ؟ ص ٢٣٣

لا يتطلب انتقال البائع الى مكان المشتري ولا انتقال المشتري الى موقع البائع وغير محدد مكان أو زمان بل يمكن زيارة المواقع على الشبكة في اي وقت .

س: ان قرار المؤسسة باستخدام التسويق الالكتروني كداعم للتسويق التقليدي يؤدي الى احداث تغيرات ايجابية بالمؤسسة ؟ ص ٢٣٣

١. يزيد من كفاءة وظائف التسويق الاساسيه

٢. تحويل العديد من استراتيجيات التسويق التقليدي الى اشكال جديده ينتج عنها نماذج تجارية جديدة تزيد من المنافع للمستهلك

٣. تبني بينه وبين المؤسسات علاقات جديده ٤. كما تزيد من قدرة المؤسسة على النجاح وتحقيق الارباح

بناء موقع الشركة على شبكة الإنترنت / استخدام محركات البحث / البريد الإلكتروني / رسائل قصيره / مؤتمرات مصورة / الاعلان بمواقع معروفة
س: علل يعد بناء موقع للشركة على شبكة الانترنت أول الحلول التي تقررها الشركة لتسويق نفسها ومنتجاتها ؟

تنتقل الشركة من سوقها المحدود جغرافيا الى العالمية

س: ما (الإستراتيجيات) التي يجب (تحديدها) عند (بناء موقع الشركة على شبكة الانترنت) ؟

١. دراسة حاجة المؤسسة التسويقية وأهدافها وتحديد طبيعة منتجاتها

٢. و خصائص الأسواق التي تسعى للوصول إليها

٣. و طبيعة الزبائن الذي تسعى للتأثير عليهم واقناعهم بشراء المنتج

س: وضع المقصود بالعبارة التالية من خلال المثال؟ ص ٢٣٤ - ٢٣٥

"المؤسسات تأخذ عند تصميمها لمواقعها البعد الثقافي اللغوي" اذا استهداف الشركة دخول الاسواق العربية فإنها تقوم بتصميم صفحات موقعها باللغة العربية مما يسمح بالاتصال مع الزبائن المستهدفين أما إذا استهدف الاطفال تضع الصور المتحركة و صور ألعاب

س: من (اسباب نجاح الموقع) في تحقيق اهداف المؤسسة التسويقية ، الاهتمام بمجموعة من (متطلبات النجاح وعوامله) عند تطويره وادارته ؟

١. محتوى الموقع ٢. تصميم واجهة الموقع ٣. سياسة الشركة بتحديد الأسعار ٤. قياس نسبة الانتشار بالسوق الإلكتروني ص ٢٣٥

س: علل ضرورة التفكير في كيفية جعل موقع الشركة يظهر لمستخدمي الانترنت بمحركات البحث مثل (Yahoo / google) ؟

س: علل ان بناء موقع لايغني بالضرورة ان مستخدمي شبكة الانترنت سيزورونه ويعلمون بوجوده فهناك الملايين من المواقع ؟

١. هنالك ملايين المواقع ٢. الكثير من المستخدمين للشبكة يستخدمون محركات بحث للوصول الى المواقع التي تهمهم

٣. يزداد عدد المواقع على الشبكة باستمرار

خواطر توجيهي

س: هنالك طريقتان رئيسيتان تجعلان اسم الموقع يظهر في بداية نتائج البحث ذات صلة بالشركة ؟ ص ٢٣٥

١. إضافة كلمات معبرة عن نشاط الشركة ومنتجاتها في وسوم (ترويسية) في الصفحة الاولى من الموقع (عرف Meta Tag)

٢. الاتفاق مع الشركات المشغلة لمحركات البحث بوضع اسم الشركة في بداية النتائج البحث مقابل دفع مبلغ معين يعتمد اساسا على تقديم اسم الشركة ضمن قوائم نتائج البحث

س: ما الطرق التي يمكن من خلالها اظهار اسم الاعلان على المواقع المعروفة على الشبكة؟ ص ٢٣٦

١. إظهار عنوان الموقع على المواقع الأخرى على الشبكة خاصة المواقع المشهورة و العامة

٢. إظهار عنوان الشركة و ربط ذلك مع عنوانها على الشبكة (link) كجزء الكتالوجات المشهورة أو الصفات المواقع العامة (portal) أو على شكل اعلان مصور متحرك أو ثابت (banner advertising) على المواقع يتم اختيارها على أسس اعلامية و دعائية

س: ما هي (الطرق) التي يتم الاعتماد عليها (لتحديد تكلفة الاعلان عن الموقع) ؟ ص ٢٣٦

١. تحديد قيمة الاعلان بشكل مقطوع اعتمادا على مدة ظهور اسم الشركة أو شعارها أو عنوانها على الموقع

٢. تحديد قيمة الاعلان اعتمادا على عدد الزيارات التي يتم لموقع الشركة المعلنه عن طريق الموقع الذي تم الاعلان عنه

ص ٢٣٧

س: أسباب جعلت من (البريد الإلكتروني) الوسيلة الأكثر استخداما وانتشارا لتحقيق الاتصال بالزبائن / ميزاته ؟ (الخطوة الاولى بالتسويق الناجح)

١. سهولة الاستعمال ٢. السرعة التي يتميز بها ٣. التكلفة المتدنية مقارنة مع الوسائل الاخرى للاتصال

س: لنجاح (الحملة التسويقية) التي تعتمد على (الرسائل الالكترونية) لابد من (التخطيط المناسب لها) ؟ ص ٢٣٧

١. تحديد وقت ارسالها ٢. تحديد محتوى الرسالة ٣. تحديد الجمهور المستهدف من الحملة

س: ما هي (الأمور) التي يجب الاهتمام بها أو مراعاتها عند (تحضير الرسالة) ؟ ص ٢٣٨

١. اختيار الزبائن المحتملين بعناية ٢. تشجيع الزبائن على الرد على الرسالة ٣. أن يكون طول الرسالة معقولا والابتعاد عن الطويلة

٤. اختيار التوقيت المناسب لإرسال الرسالة الإلكتروني ٥. عرض محتوى الرسالة بشكل مناسب وبطريقة جذابة

س: تتضمن (الرسالة المرسله) من الشركة الى الزبائن مجموعة من (المعلومات) لتكون (مقنعة ومغرية للزبائن) اذكر هذه المعلومات ؟

13

ص ٢٣٨

١. عروض مناسبة بتكلفة معقولة ومنافسة لما تقدمه التجارة التقليدية
٢. توفير الكفالة للمستهلك لتشمل كفالة تزييده بالسلعة و منحه امكانية إلغاء عملية الشراء خلال صرته محددته إن م تمل السلعة رضاه
٣. توفير معلومات كامله عن السلع المعروضه و تشمل مواصفات السلعة و خصائصها و صورة عنها و عن طريقة الاستعمال
٤. توفير خدمة ما بعد البيع
٥. توفير امكانية الاجابة عن اي تساؤلات لدى الزبائن قبل عملية توريدها (علل) مما يساعد في بقاء ثقة المستهلك بالشركة و منتجاتها

س: رغم سهولة استخدام الرسائل الالكترونية للاتصال مع الزبائن ، الا ان ذلك يتطلب معرفة عناوين العملاء ، ولمعرفة العناوين ؟

ص ٢٣٨

١. بدأت تظهر مواقع على الشبكة تزود المستفسرين بعناوين ومعلومات عن الشركة والزبائن المحتملين
٢. يمكن استخدام محركات البحث على الشبكة وذلك للبحث عن الزبائن المهتمين بنوعية منتجات الشركة
٣. إضافة اسم موقع الشركة على الانترنت في كتالوجات المواقع المتخصصة لتسهيل عملية الوصول اليه للمستهلكين

س: قارن بين التسويق الالكتروني والتسويق التقليدي (العادي) ؟ من حيث كل مما يلي

التسويق الالكتروني: أقل تكلفه / أكثر تأثيرا / غير محدد بزمان ومكان لذلك التواصل سهل بسبب الانترنت / أكثر فاعليه / صعوبة المعاينة تعتمد على عرض الصور

التسويق التقليدي: أكثر تكلفه / أقل تأثيرا / محدود بزمان ومكان لذلك التواصل صعب نوعا ما / أقل فاعليه

ص ٢٣٩

خواطر
توجيهي

ثالثا : إدارة علاقات الزبائن

س: علل ازدياد اهتمام الشركات باختلاف أنشطتها الاقتصادية والتجارية (بادارة العلاقات مع الزبائن) يعود ذلك لعدة (أمور أو عوامل) ؟

١. انتشار استخدام شبكة الانترنت كوسيلة اتصال سهلة وسريعة
٢. ازدياد التنافس بين الشركات واستخدامها للتقنيات الحديثة مما يمتلكه الانترنت
٣. التقدم المطرد في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات التي تسمح بجمع البيانات و تصنيفها و استخراج المعلومات
٤. ازدياد رغبة الزبائن انفسهم في الحصول على المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة

ص ٢٢٤ - ٢٤٣

س: عرف إدارة علاقات الزبائن ؟ ص ٢٤٣

مجموعة نشاطات واعمال تقوم بها المؤسسة بهدف بناء علاقات تبادلية مع المتعاملين باستخدام الوسائل وتقنيات حديثه مما فيها تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لدعم التفاعل بين الشركة و زبائنها

س: وضع دور العلاقات الزبائن في التفاعل المستمر و المتعاملين معها؟ ص ٢٤٣

تقوم الشركة بعرض منتجاتها وتوفر الشركة المعلومات للزبائن التي يحتاجونها لاتخاذ قرار الشراء ثم يزود الزبون الشركة بالمقابل بالمعلومات عن السلعة والخدمه

س: ما هي (عناصر) إدارة (علاقات الزبائن) و إجراءاتها ؟

١. الزبائن يزودون الشركة بمعلومات عنهم وعن تقييمهم للشركة ومنتجاتها وخدماتها
٢. المختصون في الشركة يحللون المعلومات التي تم تزويدهم بها من الزبائن
٣. تتخذ الإدارة في الشركة القرارات بخصوص تعديل المنتجات والخدمات الجديدة
٤. تنفذ سياسات الشركة في الإنتاج بوضع الخطط التسويقية

ص ٢٤٥

س : يسعى نظام ادارة علاقات الزبائن الى تحقيق مجموعة من الأهداف ؟ (علل)

س: تسعى المؤسسات باختلاف انواعها الى زيادة المبيعات وزيادة الأرباح من خلال أهداف ؟(علل)

ص ٢٤٤ - ٢٤٥

١. استقطاب مستهلكين جدد وجذبهم للشركة وموقعها الالكتروني
٢. المحافظة على الزبائن الحاليين وتعميق ولائهم وارتباطهم بالشركة لاستمرار تعاملهم معها وشراء منتجاتها
٣. التوسع في العلاقة مع الزبائن (زيادة مشتريات الزبائن) ٤. توسيع قاعدة المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة للمتعاملين معها

التوسع في العلاقة مع الزبائن : يعني اطالة الفترة الزمنية في العلاقة مع المستهلك لتمتد لاطول فترة ممكنة وزيادة المشتريات التي يقوم بها المستهلك

س: بالمرحلة الاولى لبناء نظام لادارة العلاقات مع الزبائن يجب تحديد صوره لعناصر أو صفات أو خصائص العملاء المحتملين ؟

١. قدرات المستهلك المالية وقدرته الشرائية
٢. التوزيع الجغرافي
٣. طريقة أو طرق الشراء المفضلة لدى المستهلك
٤. ثبات المستهلك في علاقته مع المزودين
٥. البعد الثقافي : لغة المستهلك / وسلوكياته

س: تتأثر عناصر أو صفات أو خصائص العملاء المحتملين بعدد من (الامور أو العوامل) ؟

١. نوعية الشركة
٢. حجمها الانتاجي
٣. طبيعة منتجاتها
٤. أسعار سلعها
٥. وسائل توصيل الخدمات للعملاء

س: علل من اهم النشاطات التي تقوم بها الشركات استقطاب الزبائن ؟

١. وذلك لتحقيق أهداف الشركة في زيادة مبيعات وزيادة ربحية أعمالها
٢. لما ينتج عن هذه النشاطات من توسيع قاعدة المتعاملين معها والزبائن لسلعها

س: طرق تقليدية للاتصال مع الزبائن ؟

١. الاعلان في وسائل الاعلام المختلفة
٢. اقامة المعارض
٣. الاتصال المباشر مع الزبائن
٤. الرسائل الالكترونية
٥. زيارة الموقع
٦. SMS

س: تتم عملية استقطاب المستهلك الجديد على عدة مراحل. اذكرها ؟

١. الاتصال الأولي المباشر معه وتزويده بالمعلومات الأساسية عن الشركة
٢. بناء قاعدة للمعلومات عن الزبائن
٣. تعميق الصلات التسويقية مع المستهلك ومتابعة العلاقات معه

خواطر توجيهي

س: هنالك طريقتان تتعامل بها الشركات مع ردة فعل الزبائن على الرسائل التسويقية . اذكرها مع التوضيح ؟ ص ٢٤٨

١. **الاستجابة الايجابية**: اعتماد الزبائن الذين قاموا بالرد الايجابي على الرسالة الكترونية ووقف الاتصال مع الذين اجابو بعدم الرغبة أو لم يجيبوا نهائيا
٢. **الاستجابة السلبية**: اعتماد الزبائن الذين لم يجيبو على الرسائل الكترونية واستمرار الاتصال بهم واحتفاظ بمعلوماتهم مملف

ص ٢٤٩

س: وسائل وتقنيات شبكة الانترنت لاستقطاب الزبائن ؟

١. موقع الشركة على شبكة الانترنت
٢. الرسائل الالكترونية

س: كيف يتم الحصول على المعلومات الخاصة بالزبائن لبناء قاعدة البيانات ؟

عن طريق الاستمارة الالكترونية

ص ٢٥٠

س: بماذا تختلف المعلومات التي تحتويها الاستمارة الالكترونية ؟

١. باختلاف المنتجات أو الخدمات المقدمة
٢. باختلاف نوعية الزبائن الذي تسعى الشركة لاستقطابهم

س: ما هو هدف الاستمارة ؟ س: ما المعلومات التي تحتويها الاستمارة الالكترونية ؟

١. تزويد قاعدة البيانات في الشركة بمعلومات اساسية عن المستهلك مثل (الاسم)
٢. المعلومات المهنية مثل (العمل وعنوانه)
٣. التعرف على سلوكيات العميل الاستهلاكية
٤. طرق الشراء المفضلة
٥. طرق الدفع المفضلة

ص ٢٥١

س: عند بناء قاعدة بيانات الزبائن تستخدم الإستمارة الإلكترونية للحصول على معلومات تتعلق بالزبائن ويقسم العملاء لمجموعات ؟

١. المجموعة الاولى : **تم إخراجهم من دائرة الاهتمام** : لعدم اهتمامهم بالمنتجات / عدم قدرتهم المالية على الشراء / لا استعداد عندهم للتعامل بالتجارة الالكترونية

٢. المجموعة الثانية : **الزبائن الذين يشكلون هدفا أساسيا** : لسلوكهم الاستهلاكي / ولقدرتهم الشرائية / واهتمامهم بالمنتج والخدمة

٣. المجموعة الثالثة : **زبائن لا يتطابقون مع صفات المستهلك** : تسعى الشركة لاستقطابهم ولجذبهم / تتوجه باساليب وعلى فترات / يملكون قدرة مالية بدون اهتمام

٤. المجموعة الرابعة : **زبائن لا يستجيبون لرسالة الشركة بإيجابية أو لم يردوا** : تتعامل معهم بطرق مختلفة : محاولة الاتصال / بريد الكتروني / او بالهاتف

ص ٢٥٣

سياسات تقررها الشركة والاجراءات التي تسعى لتنفيذها من اجل المحافظة على الزبائن و على استمرارية العلاقات معهم وتعاملهم مع الشركة
تقسم ادارة المحافظة على الزبائن الى ثلاث شرائح مختلفة من الزبائن ؟

١. **المحافظة على الزبائن الذين** سبق لهم التعامل مع الشركة

س: (علل) يجب ان تكون لهم الاولوية على غيرهم من الشرائح ؟ لما ينتج عنها من مردود أفضل على الشركة ومبيعاتها وارباح عملياتها

٢. **المحافظة على الزبائن الذين** قاموا بزيارة موقع الشركة على الشبكة أكثر من مره أو استعلموا عن منتجاتها

ملاحظه : متابعتهم توفر للشركة مصدر متجدد من المشتريين

٣. **المحافظة على الزبائن الذين** استجابوا الى الرسائل الالكترونية وزودوها بالمعلومات وسجلوا انفسهم في قاعدة البيانات حتى لو لم يشتروا

س: اذكر أسباب **تسرب الزبائن** من شركة الى أخرى ؟

١. عدم توفر الخدمة التي يحتاجها المستهلك

٢. سوء نوعية الخدمة التي تقدمها الشركة

٣. بطء استجابة الشركة الى طلبات المستهلك و البطء في الرد على استفساراتهم

٤. النقص في الخدمات التي تقدمها الشركة لعملائها

٥. الصعوبات التي يتلقاها المستهلك في التعرف الى جهة الاختصاص في الشركة التي يمكن ان طلب منها الخدمة

س: تحتاج الشركة الى بذل جهود كبيره ومستمرة لتحقيق النجاح في بناء علاقات وثيقة ومستمره للمدى البعيد في هذه **الاتجاهات** ؟

١. **ادامة** الاتصال مع الزبائن ٢. **متابعة** عملية البيع ٣. **خدمات** ما بعد البيع ٤. **قياس** مدى رضا الزبائن

خواطر توجيهي

ص ٢٥٤ - ٢٥٥

س: طرق **ادامة الاتصال** مع الزبائن ؟

١. **إرسال** الرسائل الألكترونية إلى الزبائن

٢. **توزيع** نشرات إخبارية دورية عن الشركة بشكل منتظم للزبائن الدائمين

٣. **تقديم** عروض وخدمات خاصة للزبائن الدائمين

٤. **دعوة** الزبائن باستمرار لزيارة موقع الشركة الالكتروني

٥. تقديم الخدمات المنوعة والمفيدة للمستهلك على الموقع : مثل (أدوات البحث على الشبكة أو على الموقع / توفير عناوين البريد الالكتروني)

س: تؤدي متابعة عملية البيع الى شعور المستهلك بالارتياح أو الاطمئنان على مصالحه . ما **الاجراءات والمعاملات المتعلقة بعملية البيع** ؟

ص ٢٥٦

١. **توصيل** السلعة في وقت مناسب ومتفق مع ما كان معلن

٢. **استلام** المستهلك السلعة أو حصوله على الخدمة

٣. **التأكد** من سلامة السلعة عند الاستلام

٤. **تزويد** المستهلك بالمعلومات الضرورية للاستخدام الصحيح للسلعة

٥. **إخبار** المستهلك باجراءات تحصيل ثمن السلعة من حسابه

ص ٢٥٧

س: ما هي **المعلومات التي يجب ان توفرها الشركة لتعزيز خدمة ما بعد البيع** ؟

١. **توفير** خدمة الاسئلة المكررة على الموقع الالكتروني

٢. **الاستجابة الى اي استفسار** للعميل عن السلعة واستعمالها

٣. **الاسراع في الرد** على اية رسالة يرسلها العميل فيها

٤. **إعطاء العميل** مدة من الزمن لالغاء عملية البيع واسترجاع ما دفعه

٥. المساعدة في تكوين "**المجتمعات الالكترونية**" : توفير التسهيلات التقنية التي تساعد عملاء الشركة على الاتصال وتبادل المعلومات فيما بينهم

س: **تهدف الشركات من توسيع قاعدة السلع والخدمات التي توفرها لعملائها الى تحقيق (هدفين اساسيين)** . اذكرهما ؟

١. المحافظة على المستهلك بالاستجابة إلى حاجاته المتجددة باستمرار

٢. ترجمة العلاقة معه الى معاملات تجارية اضافية تعود بالربح

ص ٢٥٨

س: يعتبر التعرف عن **مدى رضى الزبائن** عن منتجات الشركة عنصر اساسي لنجاح الشركة ؟

س: تهتم الشركات عادة بالتعرف على **مدى رضى الزبائن** عن منتجاتها المبيعة اليهم والخدمات المقدمة لهم ؟

لانه يساعد الشركة في تعديل أي خلل قد يصيب منتجاتها او اي مشاكل تواجه عملائها

س: يحقق وجود نظام لإدارة علاقات الزبائن في الشركات العديد من الفوائد . اذكرها ؟

١. توسيع قاعدة الزبائن ٢. زيادة المبيعات ٣. تعميق ولاء الزبائن للشركة ٤. زيادة ربحية العمليات التجارية ٥. المحافظة على عملاء الشركة

س: علل رغم اختلاف الفوائد التي يمكن عليها من ادارة علاقات الزبائن من شركة الى اخرى؟

بحسب طبيعة عمل الشركة و حجمها و تداخل التكنولوجيا في نشاطاتها

س: اهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات أو أهمية معلومات الزبائن في بناء نظام علاقات الزبائن المحوسب ؟

تخزين كميات هائلة من بيانات الزبائن و معالجتها و استرجعها و استخدامها في اتخاذ قرارات الشركة او المؤسسة

16

س: يتكون نظام علاقات الزبائن المحوسب من ثلاثة أنظمة . اذكرها واذكر الوسائل التكنولوجية المستخدمة في كل منها او عملياتها ؟

١. **النظام العملياتي** : يهتم بالعمليات الاساسية التي يتم انجازها ضمن العلاقة مع الزبائن **له عمليات اساسية وهي ما يلي**

١. **التسويق** : ١. عرض السلع وخصائصها وبيان ايجابياتها ٢. الاجابة على استفسارات الزبائن ٣. استخدام تكنولوجيا المعلومات للوصول للزبون

٢. **المبيعات** : ويشمل كافة مراحل عملية بيع السلعة او تقديم الخدمة للزبون مثل استقبال الطلبات وتجهيز العقود

٣. **خدمة ما بعد البيع** : ١. تشمل المساعدة في حل مشاكل الزبون بعد الشراء ٢. كيفية استخدام البضائع ٣. خدمات الصيانة والتطوير

٢. **النظام التفاعلي** : يتيح الفرصة الى التفاعل مع الزبائن مباشرة وتبادل الاتصال معهم **بالاستخدام وسائل تكنولوجية حديثة منها ... ما يلي**

١. هواتف ٢. الرسائل القصيرة ٣. الرسائل الالكترونية ٤. مواقع الانترنت ٥. المؤتمرات المصورة

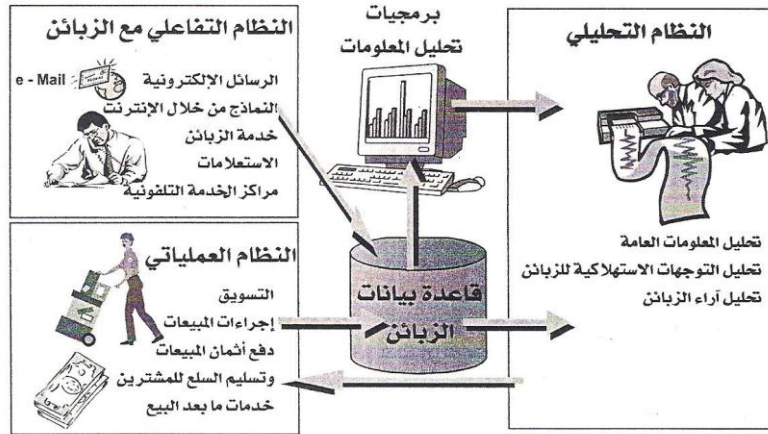
٣. **النظام التحليلي** : نظام يهدف الى معالجة المعلومات التي يتم تجميعها عن الزبائن وحاجاتهم والمعاملات التي تمت **له عمليات اساسية وهي ما يلي**

١. **تحليل معلومات الزبائن المختلفة** : كالمناطق والقدرة الشرائية

٢. **تحليل توجهات الزبائن** : من خلال متابعة مشترياتهم والتطور عليها من حيث الكميات والانواع لتوجيه الشركة نحو انتاج اصناف اكثر مبيعا

٣. **تحليل آراء الزبائن** : اي في ما تبينه الشركة من سلع من حيث النوعية والخدمة والاسعار المعروضة . ص ٢٦٠ - ٢٦١ - ٢٦٢

خواطر
توجيهي



س: ما هدف نظام علاقات الزبائن المحوسب من النظام التحليلي ؟

بناء تصور متكامل عند الشركة أو المؤسسة يساعدها في اتخاذ قرارات صائبة بخصوص سياساتها الخاصة بتطوير انتاجها

س: خدمة الرسائل القصيرة SMS:

خدمة متوافرة على الهواتف المحمولة الرقمية تسمح بإرسال الرسائل القصيرة النصية