

جامعة د. الطاهر مولاي - سعيدة

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية و علوم التسيير

قسم علوم تجارية

السنة الجامعية : 2016 / 2015

السنة الثالثة - ميدان: علوم اقتصادية و التسيير و علوم تجارية ل.م.د - فرع: علوم تجارية - تخصص: تسويق - السداسي السادس

الفرع: 1 الفوج: 1

تاريخ النسخ: 2016/05/12

كشف النقاط لمادة وحدات التعليم الأساسية / تسال / تسويق الالكتروني

الرقم	رقم التسجيل	اللقب و الإسم	الحالة	إن.م.	أ.ت.	محاضرة	ملتقى	مشروع	تريص	أخرى
1	20010706608	بن عبدلي ابراهيم	ع	09						
2	20111000523	حلفاوي عبد الكريم	ع	08						
3	20111000608	خنيفر محمد رضا	ع	06						
4	20111100731	بشارف خديجة	ع	M						
5	20111100895	الغالي حكيم	ع	15						
6	20111101138	طالبني عبد القادر	ع	06						
7	20111101163	قويدري عبد الحميد	ع	09						
8	20111201262	شعيب محمد الأمين	ع	07 1/2						
9	20111201310	فريطيس حليلة	ع	10						
10	20111201339	حميدي يمينة	ع	06						
11	20111201357	قدور فضيل	ع	09						
12	20111201514	عمور وردة	ع	12						
13	20111201535	جلال عائشة	م	07 1/2						
14	20111201564	شلف حكيم زاهية	ع	16 1/2						
15	20111301622	عواد اسماء	ع	14 1/2						
16	20111301624	بكوش عبد القادر	ع	14 1/2						
17	20111301696	مكفف هوارية	ع	08						
18	20111301786	بوطالب ناصر	ع	10						
19	20111301824	لعيرج ياسين	ع	14						
20	20111301861	بداوي وليد	ع	16						
21	20111301915	ستي نجاهة	ع	09						
22	20111401949	كوداد قويدر	ع	08						

13
12

جامعة د. الطاهر مولاي - سعيدة

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية و علوم التسيير

قسم علوم تجارية

السنة الجامعية : 2016 / 2015

السنة الثالثة - ميدان: علوم اقتصادية و التسيير و علوم تجارية ل.م.د - فرع: علوم تجارية - تخصص: تسويق - السداسي السادس

الفرع: 1 الفوج: 2

تاريخ النسخ: 2016/05/12

كشف النقاط لمادة وحدات التعليم الأساسية / تسال / تسويق الالكتروني

الرقم	رقم التسجيل	اللقب و الإسم	الحالة	إ.ن.	أ.م.	أ.ت.	محاضرة	ملتقى	مشروع	تريص	أخرى
1	20111000495	سليمانى محمد أمين	ع	10							
2	20111000604	زروقي صباح	ع	08							
3	20111000639	خمسى فاطنة	ع	08½							
4	20111100925	لريبي هاشمي عبد الرحمان	ع	08½							
5	20111100999	يوسف أحمد	ع	10							
6	20111101143	حمداني عائشة	ع	09½							
7	20111201279	بن حمو عبد المؤمن	ع	10½							
8	20111201311	بوشيبية تركية	ع	14							
9	20111201344	عماري حاج بوزيان	ع	10							
10	20111201377	قروج كمال	ع	10							
11	20111201509	حسيني جمال الدين	ع	M							
12	20111201555	زاوي صابرينة زهرة	ع	17							
13	20111201569	قروج عبد العزيز	ع	10							
14	20111301666	لدمك كريمة	ع	M½							
15	20111301707	دحاوي ميلودة	ع	M							
16	20111301789	نايي وحيد	ع	09							
17	20111301910	بوحفص فتيحة	ع	08½							
18	20111301931	ولد والي دهبية	ع	10							
19	20111301936	محسن بداتي سعاد	ع	M							

جامعة د. الطاهر مولاي - سعيدة

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية و علوم التسيير

قسم علوم تجارية

السنة الجامعية : 2015 / 2016

السنة الثالثة - ميدان: علوم اقتصادية و التسيير و علوم تجارية ل.م.د - فرع: علوم تجارية - تخصص: تسويق - السداسي السادس

الفرع: 1 الفوج: 1

تاريخ النسخ: 2016/05/09

كشف النقاط لمادة وحدات التعليم الأساسية / تسال / تسويق الالكتروني

الرقم	رقم التسجيل	اللقب و الإسم	الحالة	إن.	أ.م.	أ.ت.	محاضرة	ملتقى	مشروع	تريص	أخرى
1	20010706608	بن عبدلي ابراهيم	ع		12½						
2	20111000523	حلفاوي عبد الكريم	ع		13½						
3	20111000608	خنيفر محمد رضا	ع		13½						
4	20111100731	بشارف خديجة	ع		12½						
5	20111100895	الغالي حكيمة	ع		13						
6	20111101138	طالبي عبد القادر	ع		13						
7	20111101163	قويدري عبد الحميد	ع		13						
8	20111201262	شعيب محمد الأمين	ع		13						
9	20111201310	فريطيس حليلة	ع		12½						
10	20111201339	حميدي يمينة	ع		12½						
11	20111201357	قدور فضيل	ع		13						
12	20111201514	عمور وردة	ع		13						
13	20111201535	جلال عائشة	م		13						
14	20111201564	ثلف حكيمة زاهية	ع		13½						
15	20111301622	عواد اسماء	ع		13						
16	20111301624	بكوش عبد القادر	ع		12						
17	20111301696	مكف هوارية	ع		13						
18	20111301786	بوطالب ناصر	ع		13						
19	20111301824	لعيرج ياسين	ع		13						
20	20111301861	بداوي وليد	ع		13						
21	20111301915	ستي نجاة	ع		13						
22	20111401949	كوداد قويدر	ع		12						

جامعة د. الطاهر مولاي - سعيدة

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية و علوم التسيير

قسم علوم تجارية

السنة الجامعية : 2016 / 2015

السنة الثالثة - ميدان: علوم اقتصادية و التسيير و علوم تجارية ل.م.د - فرع: علوم تجارية - تخصص: تسويق - السداسي السادس

الفرع: 1 الفوج: 2

تاريخ النسخ: 2016/05/09

كشف النقاط لمادة وحدات التعليم الأساسية / تسال / تسويق الالكتروني

الرقم	رقم التسجيل	اللقب و الاسم	الحالة	إ.ن.	أ.م.	أ.ت.	محاضرة	ملتقى	مشروع	تربص	أخرى
1	20111000495	سليمانى محمد أمين	ع		12 ^{1/2}						
2	20111000604	زروقي صباح	ع		M						
3	20111000639	خمسى فاطنة	ع		M						
4	20111100925	لربيى هاشمى عبد الرحمان	ع		13						
5	20111100999	يوسف أحمد	ع		12 ^{1/2}						
6	20111101143	حمدانى عائشة	ع		13						
7	20111201279	بن حمو عبد المؤمن	ع		13						
8	20111201311	بوشيبية تركية	ع		13						
9	20111201344	عمارى حاج بوزيان	ع		13						
10	20111201377	قروج كمال	ع		13						
11	20111201509	حسينى جمال الدين	ع		13						
12	20111201555	زاوي صابرينة زهرة	ع		12 ^{1/2}						
13	20111201569	قروج عبد العزيز	ع		13						
14	20111301666	لدمك كريمة	ع		13						
15	20111301707	دحاوي ميلودة	ع		13						
16	20111301789	نابى وحيد	ع		09						
17	20111301910	بوخفص فتيحة	ع		13						
18	20111301931	ولد والى ذهبية	ع		13						
19	20111301936	محسن بداتي سعاد	ع		12						

(Handwritten signature)

السؤال الأول : (05 نقاط)

العشر خطوات لتأسيس وإطلاق موقع تجاري رقمي تتلخص فيما يلي :

- تحديد الأهداف المطلوبة من الموقع التجاري على الانترنت حتى تغطي الاحتياجات وتعكس المعلومات المطلوب إظهارها للزبائن.
- تحديد عدد الزبائن والمناطق الجغرافية والشرائح السوقية التي يتعامل معها الموقع، وجمع معلومات دقيقة عن الزبائن في هذه المناطق والشرائح، حيث قد تكون هناك حاجة لوضع أكثر من لغة على الموقع، أو وضع مواقع مختلفة للدول، وتضم معلومات مختلفة عن كل دولة.
- تحديد الموازنة الخاصة بتكاليف مغذي الموقع بالمعلومات، تكاليف الصيانة، تكاليف التسويق، تكاليف تحديث الموقع.
- إشراك إدارات المنظمة في عملية تأسيس وإطلاق الموقع التجاري للمؤسسة فالعمل الإلكتروني يعني تحول أو تأسيس المنظمة على أساس العمل الإلكتروني الشامل بمعنى أن تفكر المنظمة بأسلوب الكتروني.
- تحديد الوسائط المتعددة التي تؤمن الصوت التي تحقق الاتصال بشكل جيد مع المتصفحين؛
- وضع قائمة بمحتويات الموقع وعلاقتها بالزبائن المطلوبين كمرحلة أولية ثم تعديل هذه المحتويات مع تزايد عمليات الزبائن.
- اختيار اسم للموقع، ويفضل أن يكون صغيرا ورمزيا ومعبرا لسهولة التداول والتصفح.
- التأكد من فعالية صلات البريد الإلكتروني للموقع وسهولة الوصول إليه.
- اختيار شركة خاصة بتصميم المواقع يمكنها تصميم الموقع وتقديم خدمات منتظمة له.
- تسويق الموقع ويتم ذلك من خلال الإعلان عن الموقع في مواقع أخرى على الانترنت سواء كانت بشكل محلي أو دولي وذلك حسب فئة المتصفحين المطلوب اجتذابها والسوق الذي يراد اختراقه.

السؤال الثاني : (05 نقاط)-تعريف التجارة الإلكترونية:

تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE التجارة الإلكترونية هي بيع أو شراء السلع أو الخدمات من طرف مؤسسة أو فرد أو ادارة واية وحدة عامة او خاصة بواسطة شبكة الكترونية.

وتعرف منظمة التجارة العالمية OMC التجارة الإلكترونية بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل الكترونية هي تنفيذ بعض وكل العمليات التجارية للسلع والخدمات عبر شبكة الانترنت او باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ويتوقف تطور التجارة الإلكترونية على انتشار الانترنت وتوفر التجهيزات المعلوماتية.

-الفرق بين التجارة الإلكترونية والاعمال الإلكترونية

الاعمال الإلكترونية هي اوسع نطاقا واشمل من التجارة الإلكترونية حيث تمتد الى سائر الانشطة الادارية والانتاجية والمالية والخدماتية ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع او المورد او الزبون بل تمتد لعلاقة المؤسسة بوكلائها وموظفيها وعملائها في حين ان التجارة الإلكترونية نشاط تجاري وبشكل خاص تعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة ضمن اليات وبيئة تقنية.

السؤال الثالث : (05 نقاط)

يمكن بيان بعض المنافع التي يحدثها تطبيق التسويق الإلكتروني وتتمثل بالآتي:

1. توسيع قاعدة العملاء نتيجة إمكانية الدخول اللحظي والدائم فالموقع مفتوح دائماً ويمكن الدخول إليه من قبل العميل الدولي أيضاً. فالتسويق الإلكتروني متاح للجميع على مدار الساعة طوال العام.
2. الانسيابية في العلاقة بين البائع والمشتري من خلال قنوات الاتصال البسيطة والتفاعل المباشر بما يحقق علاقات قوية بينهما.
3. تقليل الأعمال الورقية للاهتمام أكثر بحاجات العميل مما يساهم في توفير الأموال وخفض ميزانية التسويق من خلال استخدام الكتالوجات وكتيبات الدعاية الإلكترونية التي لا تحتاج إلى طباعة أو نقل وتخزين وتوزيع للعملاء.
4. إمكانية الاستفادة من مساعدة ونصيحة الخبراء المتخصصين.
5. الدخول بسهولة لأسواق جديدة وتوفير إمكانية الوصول إلى جميع الأسواق العالمية والتعرف على منتجاتها، حيث جعلت شبكة الإنترنت العالم أجمع يبدو كسوق القرية يستطيع الجميع التعرف على كل ما فيه في جولة سريعة مما يساعد على القضاء على القيود المفروضة على دخول بعض الأسواق والمشاركة في أعمالها المزدهرة.
6. القدرة على تتبع زوار الموقع لتقييمه.
7. الإنترنت وسيلة اتصال ثنائية الاتجاه مما يتيح للشركات الحصول على تغذية مرتدة مباشرة من العمل .
8. المرونة في عرض المعلومات عن المنتجات بسرعة مع تحديث المعلومات بسرعة بما يمكن الشركات أن تكافئ أفضل عملائها من خلال مداهم بمعلومات عن أسعار وعروض خاصة للمنتجات.
9. تحسين القدرة التنافسية للشركات من خلال قدرتها على اختراق وتنمية السوق بالإضافة إلى تنمية المنتج والتنوع في المنتجات المقدمة.

السؤال الرابع : (05 نقاط)

السؤال	الإجابة
اذكر أربع محفزات للشراء عبر الانترنت؟	- الجانب العملي للشراء في البيت. - الربح في الوقت. - الحرية إثر غياب رجل البيع. - الشراء والبحث عن مختلف المعلومات بدون معوقات (الوقت.....الخ).
اذكر أربعة معوقات للشراء عبر الانترنت؟	- غياب اللمس واللقاء المادي بالمنتج. - عدم التأكد بتاريخ التسليم. - الخوف من استعمال المعلومات الشخصية لأغراض أخرى. - استحالة التفاوض حول السعر.