

كشف النقاط لمادة التسويق الإلكتروني / UEM32 / وحدات التعليم المنهجية تاريخ النسخ: 2017/01/12

الرقم	رقم التسجيل	اللقب و الإسم	الحالة	إ.ن.	أ.م.	أ.ت.	محاضرة	ملقى	مشروع	تريص	أخرى
1	20111500318	حشاييف صفية	ع	07,00	12,00						
2	20111500319	هبري خيرة	ع	07,50	13,00						
3	20111500320	سعير عبد الكريم	ع	11,00	14,50						
4	20111500321	فروج عالية	ع	07,00	13,50						
5	20111500322	ديدي نور الدين	ع	10,00	14,00						
6	20111500323	حفصي حنان	ع	08,00	14,00						
7	20111500324	بودريالة فيصل	ع	09,00	13,50						
8	20111500325	بوعصامة جمال الدين	ع	09,00	12,50						
9	20111500326	كثنة مغنية	ع	09,00	13,50						
10	20111500327	جبوري ايمان	ع	10,00	14,00						
11	20111500328	موفق وسيلة	ع	09,00	14,00						
12	20111500329	حجاج محمد	ع	05,50	14,00						
13	20111500330	بن نومية نومية	ع	08,00	14,00						
14	20111500331	توهامي محمد	ع	06,50	13,00						
15	20111500332	داودي نور الهدى	ع	06,50	13,50						
16	20111500333	مالكي محمد	ع	05,00	12,00						
17	20111500334	بن عدة شهبانار	ع	06,00	14,50						
18	20111500336	بن جلال لعرج	ع	08,00	13,50						
19	20111500337	بلحاج عبد المجيد	ع	06,50	13,50						
20	20111500338	درقاري عمر	ع	06,50	13,50						
21	20111500339	بوتارن حلوية السعيدة	ع	09,00	13,50						
22	20111500342	خميسي محمد امين	ع	02,00	13,00						
23	20111500343	عادل كمال الدين	ع	04,00	12,50						
24	20111500344	بلال الطاهر	ع	07,00	13,00						
25	20111500345	بلخادم جمال الدين	ع	06,00	12,50						
26	20111500412	قدور اسيا	ع	08,50	14,00						
27	20111500413	توزالة محمد	ع	17,00	15,00						
28	20111500414	قاسمي لعيد	ع	02,50	12,00						
29	20111500415	بايل محمد امين	ع	07,00	13,00						
30	20111500417	محمدي امال	ع	07,50	14,00						

*Handwritten signature*

**السؤال الأول : (03 نقاط)**

أهداف جمع المعلومات عن الزبائن:

تقديم الخدمات الأفضل للزبون عن طريق التوقع المستمر لحاجاته - العمل على بناء علاقات طويلة الأمد بين المنظمة و الزبون - تصميم و تطوير المنتجات استنادا إلى احتياجات و توقعات الزبون - تسهيل عملية تسويق المنتجات.

طرق جمع المعلومات عن الزبائن:

الفلتر - السكاكر cookies - أسلوب طلب البيانات و المعلومات من المتجر الإلكتروني - أسلوب التسجيل - أسلوب الدراسات : (questionnaire électronique) - أسلوب الاقتراع - برامج تجسس - برامج تنصت.

**السؤال الثاني : (03 نقاط)**

متطلبات التعاملات المالية الإلكترونية الآمنة : توفير ضمانات كافية و أدلة وافية على أن التعاملات المالية عبر الإنترنت هي تعاملات آمنة - توافر الإمكانيات التكنولوجية التي تكفل إنشاء البنى الأساسية الآمنة - التأكد من سلامة عملية الدفع - ضمان سرية نقل و إرسال البيانات و المعلومات - يجب أن تظل محتوى أية عملية تبادل غير قابلة للتغيير أثناء عملية نقل البيانات و المعلومات - يجب التأكد من حامل بطاقة الدفع الإلكتروني هو المالك الشرعي لرقم حساب بطاقة الدفع - يجب أن يكون حامل بطاقة الدفع الإلكتروني قادرا على التحقق من هوية مالك المتجر الإلكتروني- توفير التوقيع الإلكتروني - ضبط كلمات المرور ( طول الكلمة - تجنب استخدام الأسماء وتواريخ الميلاد)

تطبيق العناصر التالية مواصفة التعاملات الإلكترونية الآمنة SET secure electronic transaction - مواصفة التبادل المالي المفتوح - بروتوكولات SSL (secure socket layer) - جدار النار firewall .

**السؤال الثالث : (04 نقاط)**

الموقع الإلكتروني-استخدام محركات البحث - استخدام الفهارس كأداة من أدوات الترويج الإلكتروني - الإعلان الإلكتروني عبر الإنترنت - الوصول إلى الزبائن من خلال الإعلانات التقليدية - أسلوب المحادثة الفورية( الجماعية و الفردية ) - استخدام البريد الإلكتروني التسويق الفيروسي - الترويج عبر مواقع للألعاب - الترويج عن طريق المدونات الخاصة بالمؤسسة BLOG - التسويق السري أو الحرب التسويقية - الهدايا و الحوافز goodies .

**السؤال الرابع : (03 نقاط)**

مراحل إنشاء الموقع الإلكتروني للمنظمة:

اختيار مضيف للموقع - تسجيل اسم النطاق أو المجال - إنشاء و إدارة محتوى الموقع الإلكتروني - تصميم الموقع الإلكتروني - التسويق و الترويج للموقع.

**السؤال الخامس : (04 نقاط)**

لابد من القيام بدراسة تحليلية لدور كل المشتري الإلكتروني و منظمة الأعمال الإلكترونية و الهيئات الحكومية فري نجاح عملية التجارة الإلكترونية .

**السؤال السادس : (03 نقاط)**

شرح المصطلحات التالية :

Pure players: هي المؤسسات التي تمارس نشاطها التسويقي و التجاري فقط عبر الإنترنت.

Click and mortar: هي المؤسسات التقليدية التي تجمع بين التسويق التقليدي و التسويق عبر الإنترنت.

Netnographie: هي طريقة بحث عن المعطيات و المعلومات عبر الإنترنت و تخزينها على شكل رقمي و الاطلاع عليها كلما تطلبت الدراسة التسويقية ذلك .

Phishing: (التصيد) هي عملية احتيال عبر الإنترنت و تتمثل في ادعاء بعض الأشخاص بأنهم منظمة إلكترونية بهدف تحويل

مستخدمي الإنترنت نحو موقع محتال حيث تطلب منه الرموز السرية للدخول إلى حسابه.

yield management (إدارة العائدات ): و تعرف بأنها تقنية تسمح بعرض الكميات المناسبة من المنتجات و الخدمات المتميزة

و في الوقت المناسب و بأسعار جيدة .

undercover marketing (التسويق السري - الحرب التسويقية) ممارسة التسويق بشكل متستر مثل مشاركة شخصيات

وهية تدافع عن العلامة التجارية عبر مواقع مختلفة من الإنترنت.

# إعلان



ليكن في علم جميع الطلبة السنة الأولى ماجستير علوم تجارية تخصص بيزنس... انه سيعاد

النظر في أوراق الامتحان للمقياس البيزنس الإلكتروني يوم 7/1/2017

على الساعة 11:00 في القاعة رقم 05

الادارة





## إعلان

ليكن في علم جميع الطلبة السنة الثانية ماجستير علوم التجارية تخصص: تسويق..... السداسي:

الثالث..... والمبررة غياباً تهم سيعاد الامتحانات للمعيار: السبتمبر الذي يليه يوم: 102.107..... 2017

على الساعة: 11<sup>h</sup>00..... في القاعة رقم 05.....



الادارة