

التجارة الإلكترونية و تطبيقاتها

Language: AR · الدكتور عامر ابراهيم قنديلجي by

التجارة الإلكترونية-و-تطبيقاتها/ar/country/booksummaryai.com — Summary by booksummaryai.com

Overview

والتجارة بين الشركات والمستهلكين (B2C)، وغيرها من النماذج الناشئة، موضحا خصائص كل منها ومجالات تطبيقها. نماذج الأعمال التقليدية. كما يستعرض الكتاب الأنواع المختلفة للتجارة الإلكترونية، مثل التجارة بين الشركات (B2B)، بتعريف التجارة الإلكترونية وتطورها التاريخي، مستعرضا أهميتها المتزايدة في الاقتصاد العالمي الحديث وتأثيرها على التجارة الإلكترونية من منظور شامل، مقدما للقارئ فهما عميقا لمفاهيمها وأسسها وتطبيقاتها العملية. يبدأ الكتاب يتناول كتاب "التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها" للدكتور عامر ابراهيم قنديلجي

قيما للطلاب والباحثين والمهنيين المهتمين بفهم واستغلال إمكانيات التجارة الإلكترونية في عالم الأعمال المعاصر. العملاء (CRM) في البيئة الرقمية، والجوانب القانونية والأخلاقية التي تحكم المعاملات الإلكترونية. يعد هذا الكتاب مرجعا الأهمية المرتبطة بها وكيفية مواجهتها. كما يغطي الكتاب موضوعات حيوية مثل التسويق الإلكتروني، وإدارة علاقات اللازمة، بما في ذلك الشبكات والبرمجيات وقواعد البيانات، بالإضافة إلى أنظمة الدفع الإلكتروني الآمنة والتحديات على الجوانب التقنية والإدارية التي تعد حجر الزاوية في نجاح أي مشروع تجارة إلكترونية. فهو يتطرق إلى البنية التحتية يركز الكتاب بشكل كبير

Key Takeaways

الشركات فهم الأنواع المختلفة للتجارة الإلكترونية (B2B, B2C, C2C) لاختيار النموذج الأنسب لأعمالها وأهدافها. يجب على
القوية، بما في ذلك الشبكات الآمنة والبرمجيات الفعالة، أساسا لا غنى عنه لنجاح أي منصة تجارة إلكترونية. تعد البنية التحتية التقنية
إيلاء اهتمام خاص لأمن المعاملات الإلكترونية وحماية بيانات العملاء لضمان الثقة والموثوقية في البيئة الرقمية. يجب
ذلك استخدام محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي، ضروريا لجذب العملاء وزيادة المبيعات عبر الإنترنت. يعد التسويق الإلكتروني الفعال، بما في
في التجارة الإلكترونية فهما عميقا للجوانب القانونية والأخلاقية المتعلقة بالمعاملات الرقمية وحماية المستهلك. يتطلب النجاح
رواد الأعمال مواكبة التطورات المستمرة في التجارة المتنقلة والتقنيات الناشئة للاستفادة من الفرص الجديدة. يجب على
بناء علاقات قوية مع العملاء عبر أدوات إدارة علاقات العملاء (CRM) في تعزيز الولاء وتحقيق النمو المستدام. يسهم

Chapter Summaries

مقدمة في التجارة الإلكترونية

والمستهلكين، بالإضافة إلى استعراض أبرز المزايا والتحديات التي تواجهها المنظمات عند تبنيها لهذا النموذج التجاري. وبين الأعمال الإلكترونية. يتناول الفصل أيضا أهمية التجارة الإلكترونية في الاقتصاد الحديث وتأثيرها على الشركات يقدم هذا الفصل تعريفا شاملا للتجارة الإلكترونية، مستعرضا نشأتها وتطورها التاريخي، وموضحا الفرق بينها

أنواع ونماذج التجارة الإلكترونية

ويقدم أمثلة عملية لنماذج الأعمال الشائعة في كل فئة، مما يساعد القارئ على فهم كيفية عمل هذه النماذج في الواقع. (B2C)، والتجارة بين المستهلكين (C2C)، والتجارة بين الحكومة والمواطنين (G2C). يشرح الفصل خصائص كل نوع، تصنيف التجارة الإلكترونية إلى أنواعها المختلفة، مثل التجارة بين الشركات (B2B)، والتجارة بين الشركات والمستهلكين يركز هذا الفصل على

البنية التحتية للتجارة الإلكترونية

بناء وإدارة المتاجر الإلكترونية. كما يسلط الضوء على أهمية اختيار البنية التحتية المناسبة لضمان الأداء والكفاءة والأمان. الإلكترونية. يشمل ذلك الحديث عن شبكة الإنترنت وتقنياتها، والخوادم، وقواعد البيانات، والبرمجيات المستخدمة في يتناول هذا الفصل المكونات الأساسية للبنية التحتية التقنية اللازمة لدعم عمليات التجارة

أنظمة الدفع الإلكتروني والأمن

ذلك التشفير، والتوقيعات الرقمية، وجدران الحماية، والبروتوكولات الآمنة، لضمان حماية المعاملات وبيانات العملاء. بطاقات الائتمان، والمحافظ الإلكترونية، والتحويلات البنكية. كما يركز بشكل مكثف على قضايا الأمن السيبراني، بما في هذا الفصل من الأجزاء المحورية، حيث يتناول أنظمة الدفع الإلكتروني المختلفة المستخدمة في التجارة الإلكترونية، مثل يعد

التسويق الإلكتروني وإدارة علاقات العملاء

إدارة علاقات العملاء (CRM) في بناء ولاء العملاء وتحسين تجربتهم، وكيفية استخدام التقنيات الرقمية لتحقيق ذلك. عبر محركات البحث (SEO)، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق بالبريد الإلكتروني. كما يناقش أهمية يستعرض هذا الفصل استراتيجيات التسويق الرقمي الفعالة في بيئة التجارة الإلكترونية، بما في ذلك التسويق

الجوانب القانونية والأخلاقية للتجارة الإلكترونية

والشفافية، والمسؤولية الاجتماعية للشركات في الفضاء الرقمي، مما يعد ضروريا للممارسات التجارية المستدامة. وحماية البيانات الشخصية، والملكية الفكرية، والعقود الإلكترونية. كما يتناول القضايا الأخلاقية المرتبطة بالخصوصية، هذا الفصل الضوء على الإطار القانوني والتنظيمي الذي يحكم التجارة الإلكترونية، بما في ذلك قوانين حماية المستهلك، يسلط

التجارة المتنقلة والاتجاهات المستقبلية

مثل الذكاء الاصطناعي، وسلسلة الكتل (Blockchain)، والواقع الافتراضي والمعزز، وتأثيرها المحتمل على القطاع. والتطبيقات المتوافقة مع الأجهزة المحمولة. كما يتناول الفصل أبرز الاتجاهات المستقبلية في عالم التجارة الإلكترونية، الكتاب باستعراض التجارة المتنقلة (M-commerce) وتطبيقاتها المتزايدة، مع التركيز على أهمية تصميم المواقع يختتم هذا الفصل

Themes

التحول الرقمي للأعمال

أمن المعلومات
التسويق الرقمي
الابتكار التكنولوجي
البيئة القانونية الرقمية

Frequently Asked Questions

What is التجارة الإلكترونية و تطبيقاتها about?

الرقمي وإدارة علاقات العملاء، ويختتم بالحديث عن التجارة المتنقلة والاتجاهات المستقبلية في هذا المجال الحيوي. البنية التحتية اللازمة لها، أنظمة الدفع الإلكتروني، والجوانب الأمنية والقانونية. كما يستعرض استراتيجيات التسويق يتناول كتاب "التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها" للدكتور عامر ابراهيم قنديلجي مفاهيم التجارة الإلكترونية، أنواعها،

Is التجارة الإلكترونية و تطبيقاتها worth reading?

الرقمية. يقدم الكتاب رؤى قيمة حول التحديات والفرص في عالم التجارة الرقمية، مما يجعله مصدرا أساسيا للمعرفة. الإلكترونية وتطبيقاتها. يعد مرجعا شاملا ومفيدا للطلاب والباحثين ورجال الأعمال الذين يسعون لبناء أو تطوير مشاريعهم نعم، يستحق الكتاب القراءة لكل مهتم بفهم التجارة

Who should read التجارة الإلكترونية و تطبيقاتها?

آليات التجارة الإلكترونية وتطبيقها في أعمالهم، أو تطوير استراتيجياتهم الرقمية لمواكبة التطورات السريعة في السوق. المعلومات، التسويق، وعلوم الحاسوب. كما يستفيد منه رواد الأعمال، والمدراء، والمستشارون الذين يرغبون في فهم يعد هذا الكتاب مناسباً لطلاب تخصصات إدارة الأعمال، نظم