

عنوان الماستر: تجارة إلكترونية

السداسي: الثاني

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 2.1

اسم المادة: التجارة الالكترونية للخدمات

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

تمكين الطالب من التحكم في تقنيات التجارة الالكترونية للخدمات، والاستجابة لمتطلبات المحيط الاقتصادي والاجتماعي في الإدارة الحديثة لكونه يواجه منافسة أجنبية قوية في ظل نظام العولمة، ومواكبة التغير السريع في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

المعارف المسبقة المطلوبة :

يتوجب على الطالب أن يكون على دراية ببعض الجوانب المتعلقة باستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال وطرق استخدامها في تجارة الخدمات.

محتوى المادة:

- ماهية الخدمات الالكترونية
- التجارة في قطاع الخدمات
- البيئة التجارية الإلكترونية للخدمات
- الميزات الرئيسية لقطاع الخدمات عبر الإنترنت.
- الاتجاهات الحديثة في صناعة الخدمات المالية عبر الإنترنت.
- الاتجاهات الحديثة في صناعة خدمات السفر عبر الإنترنت.
- الاتجاهات الحديثة في صناعة الخدمات المهنية عبر الإنترنت.
- الاتجاهات الحديثة في خدمات التوظيف عبر الإنترنت.
- نماذج الأعمال لشركات الخدمات عند الطلب.
- خدمات أخرى عبر الانترنت

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- Kenneth C. Laudon; Carol Guercio Traver, E-commerce business. technology. society. eventeenth Edition Pearson, Year: 2022.
- Dann, S., & Dann, S. (2011). E-marketing: theory and application. Macmillan International Higher Education.
- Michel Badoc ,Bertrand Lavayssiére et Emmannual copin(2000), E-marketing de la banque et de l'assurance, 2 éme édition, édition d'organisation, Paris
- يوسف أحمد أبو فارة(2004)، التسويق الالكتروني-عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت-، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن.
- بشير عباس العلق ، الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2004.