

عنوان اليسانس: تجارة الكترونية

السداسي: السادس

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

الرمز: وت م 2.3

اسم المادة: تصميم وإدارة المنصات التجارية الرقمية

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

في النهاية سيكون بإمكان الطالب فهم تحديات تصميم المنصات الرقمية لأغراض تجارية

المعارف المسبقة المطلوبة :

يتوجب على الطالب أن يكون ملما بأساسيات التسويق الرقمي والاعلام الآلي وتكنولوجيا المعلومات،
التي درسها في السداسيات السابقة.

محتوى المادة:

- مدخل لمنصات الأعمال الرقمية
- التحكم بني البيئة وبناء استراتيجيات للتجارة الالكترونية Maitrise de l'environnement et construction de la stratégie e-commerce
- تصميم واجهة المستخدم وانشاء القيمة للزائر Conception de l'interface de la plateforme et création de valeur pour le visiteur
- تحويل الزوار إلى عملاء وتطوير متوسط سلة الشراء Conversion des visiteurs en clients et développement du panier moyen
- اقامة نظام لوجستيك (شحن وتوصيل) للتجارة الالكترونية Mise en place de la logistique du commerce électronique
- اقامة نظام الدفع للمنصة الرقمية Mettre en place un système de paiement sur la plateforme digitale
- تأمين المنصات الرقمية Sécuriser les plateformes digitales
- انشاء حركة ارتياد للمنصة الرقمية Création de trafic vers la plateforme digitale

- الولاء وإدارة علاقة العملاء Fidélisation et gestion de la relation client
- تحليل وتقييم المنصات الرقمية L'analyse et l'évaluation des plateformes digitales

طريقة التقييم: تقييم مستمر + امتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للمحاضرة والأعمال التطبيقية.

المراجع: (كتب ومطبوعات ، مواقع انترنت، إلخ)

- 1- Henri ISAAC, E-COMMERCE, 4E EDITION, Pearson 5e édition (2014).
- 2- DARIO MAISTO , The Digital Platforms Handbook, , KDP (2020).