

عنوان الماستر: إدارة إلكترونية

السداسي: الأول

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

اسم المادة: الإدارة الاستراتيجية للأعمال الإلكترونية.

الرصيد: 5

المعامل: 2

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

الأعمال الإلكترونية مصطلح يستخدم على نطاق واسع لممارسة الأعمال التجارية باستخدام الإنترنت والوسائل الإلكترونية الأخرى. ولعل من أهم نماذجها: التجارة الإلكترونية، إدارة العلاقة مع الزبون، التوريد الإلكتروني، إدارة سلسلة الامداد.... تختلف الأعمال الإلكترونية عن الأعمال التقليدية، حيث تسمح بالوصول إلى العملاء والموردين على نطاق عالمي، وترفع من مستوى التنسيق والتعاون معهم، كما أنها تسرع الأنشطة التجارية. الأمر الذي يوفر فرصا استراتيجية هائلة ويسمح بتحقيق مستويات غير مسبقة من الأداء لم تتمتع بها أي نماذج أعمال أخرى.

وعلى الرغم من هذه الفرص، إلا أن مشاريع الأعمال الإلكترونية تتميز بمخاطر واحتمالات فشل مرتفعة، الأمر الذي يفرض على مديري تكنولوجيات ونظم المعلومات تقييم التأثير الاستراتيجي للأعمال الإلكترونية على المنظمات، تقدير تكلفتها وأدائها المتوقع والمخاطر المرتبطة بها، وصياغة وتنفيذ خطط استراتيجية ملائمة للأعمال التجارية الإلكترونية. في هذا السياق، تعرف هذه المادة الطلاب على مراحل وأساليب إعداد إستراتيجية الأعمال الإلكترونية.

المعارف المسبقة المطلوبة :

من أجل الاستيعاب الجيد للمحتوى التعليمي للمادة، وتطوير الكفاءات والمهارات المستهدفة، يجب أن يمتلك الطالب نظرة شاملة وواضحة حول الأعمال الإلكترونية، وتكنولوجيات ونظم المعلومات الحديثة. كما يجب أن يتحكم في مبادئ الإدارة الاستراتيجية.

محتوى المادة:

تتمثل محاور هذه المادة التعليمية فيما يلي:

- مفاهيم أساسية حول استراتيجية الأعمال الإلكترونية

- التحليل الاستراتيجي

- الخيارات الاستراتيجية (Strategy choice)

- تنفيذ استراتيجيات الأعمال الإلكترونية (Strategy Implementation).

- الإستراتيجيات المالية للأعمال الإلكترونية

- حوكمة تكنولوجيا المعلومات

طريقة التقييم:

تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%)
والأعمال الموجهة (40%)
- امتحان 60%

المراجع:

-محمد الجيزاوي، (2018)، الإدارة الاستراتيجية والأعمال الإلكترونية: إشكاليات النظرية والتطبيق، 2018

-Dave Chaffey. (2009), E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice, Prentice Hall.

-GABAY, J., GEBRE,B., (1999), « La conduite des projets d'évolution des systèmes d'information », éd Dunod, Paris, 1999

-Jelassi, T., Enders, A., (2008), Strategies for E-Business: concepts and cases, Prentice Hall. 2007

-Khosrow-Pour, M., Oliva, L., (2004), E-Business Strategy, Sourcing, and Governance, IT Solutions series, Cybertech Publishing, p. 373.

-M. H. DELMOND, Y. PETIT, J. M GAUTIER(2003), Management des Systèmes d'Information, Ed DUNOD, Paris.

-REIX, R., (2002), Systèmes d'information et management des organisation, 4ème édition, éd Vuibert.

-Stephen Chen (2004) Strategic Management of e-Business, Wiley. P. 366.