

التسويق عبر الإنترنت

الأستاذ الدكتور
محمد الصيرفي

obeikandi.com

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ هَذَا إِلَّا إِفْكُ افْتَرَاهُ وَأَعَانَهُ عَلَيْهِ

قَوْمٌ آخَرُونَ فَقَدْ جَاءُوا ظُلْمًا وَزُورًا﴾ ﴿٤﴾

صدق الله العظيم

سورة الفرقان [آية: ٤]

obeikandi.com

فهرس

رقم الصفحة	الموضوع
٩	مقدمة
١٣	الفصل الأول: الأسس والمبادئ العامة
١٣	* مفهوم التسويق عبر الإنترنت
١٤	* الفروق بين التسويق التقليدي والتسويق عبر الإنترنت
١٦	* الأهداف الأساسية للتسويق عبر الإنترنت
١٧	* مبادئ استخدام الإنترنت للتسويق
١٨	* مزايا التسويق عبر الإنترنت
٢١	* الأبعاد الأساسية لاستخدام الإنترنت في التسويق
٢٣	* الإستراتيجيات التي يجب مراعاتها عند اختيار الشركة للتسويق عبر الإنترنت
٢٤	* المؤشرات المستقبلية للتسويق عبر الإنترنت
٢٨	* مجالات تطبيق التسويق عبر الإنترنت
٣٢	* عيوب التسويق عبر الإنترنت
٣٧	* مفاتيح النجاح للتعامل مع التسويق عبر الإنترنت
٤٢	* من هم الزبائن المتوافرون على الإنترنت
٤٥	* كيف يبدأ التسويق عبر الإنترنت
٥٠	* عناصر كفاءة التسويق عبر الإنترنت
٥١	* ما هي الإستراتيجيات التسويق على الإنترنت
٥٣	* متطلبات تطبيق نموذج التسويق عبر الإنترنت
٥٥	الفصل الثاني: (١) الإنترنت
٥٥	* ما الإنترنت ؟
٥٨	* كيفية الاتصال بشبكة الإنترنت
٦٦	* الشبكة العالمية Web

الصفحة رقم	الموضوع
٦٩	★ المصطلحات الفنية لـ WWW
٧١	★ طرق تصميم صفحات الموقع
٧٥	★ بروتوكولات الإنترنت
٨٦	★ أساليب العنوان في الإنترنت
٨٨	★ المجال (Domain)
٩٣	★ التجوال عبر الإنترنت
٩٦	★ خدمة نقل الملفات FTP
١٠٣	★ أدوات التفتيش في الويب
١٠٩	الفصل الثالث: (٢) تصميم موقع إلكتروني
١١٠	★ شروط التعامل مع المواقع الإلكترونية
١١١	★ العوامل التي ينبغي مراعاتها عند تصميم موقع
١١٧	★ خطوات إنشاء موقع إلكتروني
١٢١	★ أنواع المواقع الإلكترونية
١٣٩	الفصل الرابع: (٣) النقود الإلكترونية
١٤٤	★ خصائص النقود الإلكترونية
١٤٦	★ طبيعة النقود الإلكترونية
١٥٩	★ ضوابط إصدار النقود الإلكترونية
١٦٥	★ الجهات المصدرة للنقود الإلكترونية
١٦٨	★ المخاطر الأمنية القانونية للنقود الإلكترونية
١٧٢	★ العوامل المؤثرة على انتشار النقود الإلكترونية
١٧٦	★ مزايا ومشكلات النقود الإلكترونية
١٨٩	★ مواقع مختارة للنقود الإلكترونية
١٩١	★ الشيك الإلكتروني
١٩٥	★ التوقيع الإلكتروني
٢٠٧	★ البصمة الإلكترونية

رقم الصفحة	الموضوع
٢٠٩	الفصل الخامس: (٤) التشفير
٢١٩	★ تشفير الملفات
٢٢٢	★ إخفاء الملفات
٢٢٣	★ إظهار الملفات المخبأة
٢٢٥	★ نظم التشفير التقليدية
٢٢٨	★ كفاءة الـ (DES) في الحماية من التهديدات
٢٣٣	★ التشفير في اتجاه واحد
٢٣٨	★ ضوابط ومستويات التشفير
٢٤١	الفصل السادس: (٥) الأسواق الإلكترونية
٢٤٢	★ أطراف التعامل في السوق الإلكترونية
٢٤٥	★ الوكيل والوسيط الإلكتروني
٢٥٠	★ وسيط المعرفة الإلكترونية
٢٥٥	الفصل السابع: (٦) الواجهة الإلكترونية الجذابة
٢٥٦	★ الأدوات التي يمكن استخدامها في الواجهة الإلكترونية
٢٥٦	١- الوسائط الإلكترونية المتعددة.
٢٦١	٢- إضافة الصور.
٣٠٧	الفصل الثامن: (٧) البريد الإلكتروني كأداة للاتصال
٣٠٧	★ ما هو البريد الإلكتروني.
٣٠٧	★ خصائص البريد الإلكتروني
٣٠٩	★ عناوين البريد الإلكتروني
٣١١	★ نيتيكتيت Netiquette
٣١٢	★ كيفية إرسال رسائل إلكترونية
٣١٥	★ استلام البريد الإلكتروني
٣١٦	★ الرد والإرسال
٣١٧	★ تحويل الرسائل
٣١٧	★ التوقيعات

رقم الصفحة	الموضوع
٣١٩	★ إنشاء مجلدات الخاتمة
٣٢٠	★ إدارة البريد الإلكتروني
٣٢١	★ تصنيف البريد الإلكتروني
٣٢٢	★ المجموعات الإخبارية ولوائح النقاش
٣٢٥	★ إيجابيات وسلبيات البريد الإلكتروني
٣٢٧	الفصل التاسع: (٨) التفاوض الإلكتروني
٣٢٧	★ من حيث الإبرام والتنفيذ
٣٢٩	★ عقد التفاوض الإلكتروني
٣٣١	★ خصائص عقود التفاوض
٣٣٥	★ غرف الدردشة كأداة للتفاوض
٣٣٨	★ الاتصال بوحدة خدمة الدردشة
٣٤٢	★ اختيار حجرة الدردشة
٣٤٥	★ التواصل مع الآخرين
٣٤٩	الفصل العاشر: البيع والشراء عبر شبكة الإنترنت
٣٤٩	★ البيع عبر شبكة الإنترنت
٣٦٣	★ الشراء عبر شبكة الإنترنت
٣٧١	الفصل الحادي عشر: القضايا القانونية المرتبطة بالتسويق عبر الإنترنت
٣٧١	★ المفاهيم القانونية الأساسية الخاصة بالتجارة الإلكترونية
٣٧٤	★ القوانين الخاصة بحقوق النشر والتأليف
٣٧٧	★ قانون الملكية الفكرية والإنترنت
٣٧٨	★ النسخ غير المصرح به لبرامج الكمبيوتر
٣٧٩	★ القضايا المتعلقة بأسماء مواقع الويب
٣٨٦	★ حماية موقعك من الدعاوى القضائية
٣٨٨	★ الإنترنت والضرائب
٣٩٠	★ النواحي القانونية الدولية الخاصة بصفقات التجارة الإلكترونية
٣٩٣	★ التعريف الجمركية
٣٩٥	★ قائمة المراجع

نقد

مرحباً بك في سلسلة كتب المعارف التسويقية والتي داوم على قراءتها والوقوف بها ملايين من الأشخاص وعلى الرغم من أنك قد تشاهد اسم هذه السلسلة على كتب أخرى إلا أن هذه السلسلة هي السلسلة التي تتميز بها تمنحك جميع المعلومات التي تحتاجها حتى تتعلم بسرعة وسهولة...

كما أن القراء قد خلبوا أن يتعلموا عن خريق التطبيق العملي وليس النظري كما خالبوا بأن يتعرفوا على أكبر قدر من المعلومات في أقل وقت ممكن... ولقد بذلنا الجهد حتى نوفر لكم كل ما أملت فيه وعملنا على إخراج هذا الكتاب بهذه الصورة وما يحتوي عليه من معلومات ومهام تمكنك من تعليم نفسك جميع المفاهيم والمصطلحات التسويقية كما تعمل على تدعيم المهارات التي تعلمتها من قبل وتساعدك في التأكد من أنك استفدت من الوقت الذي قضيته في قراءة تلك السلسلة التسويقية.

ونحن في هذا الجزء من السلسلة التسويقية تتناول مفهوم التسويق عبر الإنترنت وذلك استجابة لما شهده العالم خلال عقد التسعينات وحتى الآن من التغيرات والمتغيرات التي أدت إلى إعادة هيكلة النظام العالمي الجديد وأثرت بالتالي على اقتصاديات العديد من الدول وأنظمتها الاقتصادية والإستراتيجيات والآليات المستخدمة في التعامل.

ولعل أكثر المتغيرات تأثيراً على مستوى العالم هي الثورة المعلوماتية وسيادة تكنولوجيا المعلومات والتي أدت إلى تحول العديد من اقتصاديات الدول إلى الاقتصاد

المعرفي الذي يعتمد على تفوق رأس المال الذهني مما أدى إلى تغير الأسس التي تستند إليها منظمات الأعمال في التنافس وتحقيق المزايا التنافسية التي يمكنها من خدمة أسواقها المستهدفة بكفاءة.

واليوم أو في المستقبل القريب جداً فإن الثورة المعلوماتية سوف تكون كفيلاً بتوفير فرص أعظم للانتفاع منها والتحكم فيما توفره من معلومات وفي استخدامها فالثورة المعلوماتية قد بدأت فعلاً في تفكيك النظام القديم واستبداله بنظام جديد هو اقتصاد الشبكة أو اقتصاد الإنترنت.

الإنترنت هو مجموعة هائلة من أجهزة الحاسوب المتصلة فيما بينها حيث يتمكن مستخدموها من المشاركين في تبادل المعلومات وقد أوجد ذلك الوضع ثلاثة أساسية من الاحتمالات هي:

١- إحداث نوع من الموازنة بين قنوات التوزيع التقليدية وقنوات التوزيع المبتكرة من خلال الإنترنت إما باستخدام كل منهما على حدة أو جعلهما يكملان بعضهما البعض.

٢- اللجوء إلى نوع جديد من الوسطاء يسمون بوسطاء المعرفة الإلكترونية وهم منظمات تعمل في السوق الإلكترونية لتسهيل عمليات التبادل بين المنتجين والعملاء من خلال تلبية حاجات كل منهما.

٣- اعتماد جميع هذه القنوات ضمن نظام توزيع متكامل يضع في الاعتبار خبيعة المنتجات والخدمات التي يطرحها المنتجون في السوق وخبيعة العملاء والإمكانيات المتاحة لكافة أكراف عملية التبادل.

ونحن من خلال الصفحات القادمة سوف نحاول التعمق في هذه الموضوعات بقدر من السهولة والإيضاح الذي يتبعه القارئ المبتدئ في هذا المجال.

والله ولي التوفيق

أ. د. محمد الصيرفي

٠١٢/٣٦٩٥٨٧١

٠١١/٢٠٢٠٥٧١

٠٦٢/٣١٩٣٦٠١