



مفاهيم التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية الإلكترونية



مفاهيم التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية الإلكترونية

المقدمة:

تتميز حياة الإنسان في هذه الحقبة بهماسة العديد من الأنشطة المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتي تتميز بالسرعة ووفرة المعرفة، ومن بين هذه المصطلحات الجديدة ومصطلح التجارة الإلكترونية، الذي أصبح متداولاً ضمن المفهوم التقليدي، استخدام الأفراد. يعود ظهور التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة عقود من القرن الماضي، وتعتمد هذه التجارة على نظام معرفي يتم تمثيل جميع أدواته الإلكترونية داخل الكمبيوتر وملحقاته مثل الإنترنت والهاتف والفاكس والتلكس إلى التقنيات الأخرى التي تلعب دور مؤثر في العمل، بل ودفع مقابل الوفاء، من خلال التحويلات الإلكترونية للنقد أو التسوق، والدفع وبطاقات الائتمان. تشمل التجارة الإلكترونية جميع المعاملات التجارية، من شراء وبيع السلع والخدمات، وقد اعتبرها المهليون للاقتصاديون محركاً بديلاً للتنمية الاقتصادية لأنها فعالة وسريعة بسبب إبرام الصفقات والمنتجات والخدمات والترويج لها. في ضوء جميع النقاط في التجارة الإلكترونية، سنحاول من خلال هذه الدورة توضيح مفهوم التجارة الإلكترونية، وذلك لأن المصطلح حديث على المستوى الوطني، وأما فننا أيضاً بعمل أهم جزء من هذه الدورة هو حقيقة التجارة الإلكترونية وموقعها بين الدول وما هو مدى الاقتصاد النطول من خلال تبني هذا النوع من التجارة.

الفئات المستهدفة:

- مدراء المؤسسات والشركات.
- رجال الأعمال الراغبين في تنمية مهاراتهم في إدارة المصارف.
- طلاب وخريجي كليات إدارة الأعمال في مختلف الجامعات.
- مدراء البنوك وموظفي الأقسام في المصارف.
- المحاسبون والمساعدون لهم في المصارف والبنوك.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- معرفة الحقيقة لمصطلح التجارة الإلكترونية و أثارها في الإقتصاد العالمي.
- فهم الدوافع لإقامة هذه التجارة و ما تتوفر عليه من إيجابيات.
- معرفة أهمية التجارة الإلكترونية بين الدول.
- التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في وموقعها في العالم وخاصة في العالم العربي.
- معرفة مفهوم التجارة الإلكترونية ووسائل ونظم الدفع فيها.
- إدراك أهم الجرائم التي ترتكب في التجارة الإلكترونية وما سبل الحماية منها.
- إدراك ما مدى إتجاه الوطن العربي إلى دخول التجارة الإلكترونية.
- كيف ينظر إلى واقع التجارة الإلكترونية في الوطن العربي.

الكفاءات المستهدفة:

- المعرفة الحقيقة لمصطلح التجارة الإلكترونية و أثارها في الإقتصاد العالمي.
- الدوافع لإقامة هذه التجارة و ما تتوفر عليه من إيجابيات.
- مكانة التجارة الإلكترونية.
- تسليط الضوء على نظام حديث في التجارة.
- محاولة إثراء المكتبة الجامعية بمواضيع تخص المفاهيم الجديدة التي أحدثتها الثورة التكنولوجية في المجال الإقتصادي.
- محاولات التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر و موقعها في العالم وخاصة في العالم العربي.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى، التجارة الإلكترونية:

- مفهوم التجارة الإلكترونية من مختلف الزوايا
- خطة عمل للتحويل من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية
- متطلبات إقامة التجارة الإلكترونية على المستوى القومي

الوحدة الثانية، اتجاهات الوطن العربي نحو التجارة الإلكترونية:

- ربط فكرة التحول من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية
- متطلبات التجارة الإلكترونية على المستوى القومي مع اتجاهات الوطن العربي نحو التجارة الإلكترونية
- دراسة سلوك مجتمع الأعمال العربي نحو التجارة الإلكترونية
- توجه مجتمع الأعمال نحو التجارة الإلكترونية

الوحدة الثالثة، واقع التجارة الإلكترونية:

- بتحليل واقع التجارة الإلكترونية
- سبل و المتطلبات العامة لإعتماد التجارة الإلكترونية
- مستقبل الإقتصاد بعد إعتماد التجارة الإلكترونية

الوحدة الرابعة، وسائل و أنظمة الدفع و السداد في التجارة الإلكترونية:

- بطاقات الدفع
- بطاقات الائتمان
- بطاقات الدفع الشهري
- البطاقات الذكية
- النسياب البنكية الحديثة في الدفع و السداد
- الهاتف المصرفي
- النقود الإلكترونية الرقمية والصكوك الشيكات الإلكترونية
- الشيكات الإلكترونية

الوحدة الخامسة، خصائص التجارة الإلكترونية و أشكالها و مستوياتها:

- تبادل الأعمال والتحويلات البسيطة
- التوزيع الإلكتروني للبضائع و السلع الغير مادية
- الترويج و الدعاية للسلع و المنتجات والخدمات
- المعاملات البسيطة العادية التي تتم بين أطرافها
- الإعتماد على ركائز إلكترونية في تنفيذ المعاملات
- التفاعل المتوازي في أن واحد بين أطراف المعاملات
- تسليم السلع الغير مادية على الشبكة
- التبادل الإلكتروني للبيانات و الوثائق
- إنسياب البيانات و المعلومات بين الجهات المشتركة في العملية التجارية

الوحدة السادسة، أشكال التجارة الإلكترونية:

- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال و وحدة أعمال Business to Business
- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال و مستهلك Customers to Business
- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال و الإدارة المحلية الحكومية
- التجارة الإلكترونية بين المستهلكين و الإدارة المحلية الحكومية

الوحدة السابعة، دوافع التجارة الإلكترونية:

- تسهيل المعاملات التجارية
- الفعالية التجارية



Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

• تطوير أسواق جديدة