

## المحاضرة الاولى

### الفصل الاول

#### التسويق في العصر الرقمي

##### المقدمة :

يشهد العالم الآن العديد من التغيرات السريعة والمتلاحقة في كافة المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية، وقد انعكست هذه التغيرات على واقع منظمات الأعمال ونتج عنها زيادة حدة المنافسة في الأسواق المحلية والعالمية، وأصبح الاهتمام بالجانب التكنولوجي وخاصة في مجال التسويق مطلب ضروري وحتمي لمسايرة التقدم الحادث في هذا المجال في كثير من دول العالم، وذلك بهدف تحقيق رغبات وتوقعات العملاء الحالية والمستقبلية، والتي تتمثل في الحصول على احتياجاتهم بجودة عالية وأداء متميز وسريع وبتكلفة أقل.

##### ونجد هنا أن تعبير التسويق الإلكتروني ينقسم إلى شقين:

**الشق الأول :** وهو " التسويق " وهو شق معروف لدينا يعبر عن الأنشطة التي يتم من خلالها تداول السلع والخدمات فيما بين الفئات المختلفة وتحكمه مجموعه من القواعد والقوانين والنظم.

**الشق الثاني :** وهو " الإلكترونية " ويقصد به هنا أداء الأنشطة السابقة في الشق الأول باستخدام الأساليب الإلكترونية والتي تعتبر شبكة الإنترنت فيها من أهم هذه الوسائل.

##### تعريف السوق:

- هو المكان الذي يلتقى فيه جانبا العرض والطلب بالنسبة لسلعة أو خدمة معينة.
- أو: هو مجموعة من المشترين الحاليين والمرقبين لسلعة أو خدمة معينة.

##### تعريف التسويق:

- هو عملية اكتشاف رغبات وحاجات المستهلكين وترجمتها إلى سلع وخدمات ثم إتاحة استهلاكها إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين.

## المحاضرة الثانية

### • تعريف السوق الإلكتروني:

• هو المكان الذي يقوم فيه البائعون والمشترون بتبادل المنتجات والمعلومات والأموال بطريقة إلكترونية.

### • ويتكون السوق الإلكتروني من المكونات الرئيسية التالية:

١- العملاء: وهنا يسعى العملاء في السوق الإلكتروني إلى الحصول على أكبر منفعة ممكنة من المنتجات وبأفضل الأسعار.

٢- البائعون: وهم أصحاب الشركات أو المنظمات الإلكترونية والذين يعرضون منتجاتهم من خلال مواقعهم المتواجدة على شبكة الإنترنت.

٣- المنتجات: والمنتجات في السوق الإلكتروني يمكن أن تكون منتجات مادية ملموسة أو منتجات رقمية.

٤- البنية التحتية للسوق الإلكترونية: وهي عبارة عن البرمجيات والشبكات اللازمة لإتمام العمليات التجارية.

٥- الواجهات: وهي التي يتم من خلالها التفاعل بين البائعين والمشتريين للسلع والخدمات المختلفة وتتكون من: الموقع-الفهرس-عربة التسوق-محركات البحث.

٦- الأقسام الخلفية: وهي تشمل كافة أنشطة إدارة المخزون والعمليات المحاسبية والمالية.

٧- الوسطاء: وهم الطرف الثالث لعملية البيع والشراء حيث يعملون كطرف ثالث بين البائع والمشتري من خلال عرض خدماتهم على مواقعهم الخاصة.

٨- الشركاء التجاريون الآخرون: وتكون وظيفتهم القيام بعمليات التغليف والشحن والتأمين

٩- خدمات الدعم: وهي شركات تقدم خدمات الاعتماد والتوثيق وضمان وحماية وتزويد المعرفة.

### • تعريف التسويق الإلكتروني:

هو عملية تفاعلية بين طرفين أو أكثر يتم من خلالها تبادل البيانات والمعلومات، وكذلك إجراء جميع العمليات التسويقية بصورة إلكترونية من خلال شبكة الإنترنت أو أي وسيلة إلكترونية أخرى، ومن ثم يستطيع كافة الأفراد والشركات والهيئات الحكومية الحصول على احتياجاتهم المختلفة من السلع والخدمات في المكان والزمان المناسبين.

القوى الرئيسية التي تشكل العصر الرقمي الجديد

اولا : القوى الرئيسية التي تشكل عصر الإنترنت

١ - التقنيات الرقمية وآليات التواصل :حيث تحولت الان الأجهزة والانظمة من العمل بالنظام الغير رقمي (Analog) إلى العمل بالنظام الرقمي (Digital) والتي تأتي كخلايا ثنائية Bits من أصفار وأحاد أو يسمى بالنظام الثنائي، ولقد سهل ذلك تحويل الكثير من الاشياء مثل الكتب والبيانات والاصوات إلى هذا النظام ومن ثم العمل من خلال الحاسب الآلي وانتقالها من خلال الشبكات المتعددة.

ومن أمثلة تلك الشبكات ما يلي:

شبكة الانترنت " Internet : هي شبكة تربط عدد هائل من الحاسبات الالية في شتى أنحاء العالم بحيث يمكن من خلالها تبادل البيانات فيما بين هذه الحاسبات في أي مكان في العالم بشكل إلكتروني ومن اشهر خدماتها " ، : E-Mail, World Wide Web (WWW)

وتقوم شبكة الانترنت على بروتوكول هام جدا وهو بروتوكول TCP/ IP Transmission Control protocol/ Internet Protocol