**السنة الثانية ماستر تسويق الخدمات المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة**

**الامتحــــــان الدورة العادية في مادة التسويق الالكتروني الخدمي 2022/2023**

**المدة: ساعة ونصف**

**اسم واللقب: التصحيح النموذجي الفوج:1-2**

**أولا: عرف المصطلحات التالية:(4ن)**

* تكنولوجيا المعلومات والإتصال: مجموعة التقنيات التي تستخدم للحصول على المعلومات وتخزينها وتبادلها وتوفيرها لطالبها بسرعة وفاعلية.
* إستراتيجية التسويق الإلكتروني: استراتيجية التسويق لاستغلال القدرات التكنولوجية للمؤسسة للوصول إلى أهداف محددة الخدمة الإلكترونية: خدمة غير ملموسة تتم وفقا لمجموعة من الإجراءات الإلكترونية، يقوم بها المستهلك بالترتيب حتى يتحصل في النهاية على الخدمة المطلوبة.
* جودة الخدمة الإلكترونية: درجة تسهيل الموقع ويب لعمليات التخزين، الشراء والتسليم الفعال للمنتجات، بالإضافة إلى مجمل العواطف التي يشعر بها مستخدم الإنترنت عند زيارته للموقع الإلكتروني.

**ثانيا: أذكــــــــــر ما يــــــــلي:**

* فوائد التجارة الإلكترونية للمؤسسة الخدمة: (1ن)

1-تولد التجارة الإلكترونية عائدا جديدا لمؤسسات من خلال عمليات البيع الإلكتروني.

2- تساهم التجارة الإلكترونية في تخفيض التكلفة.

* مشاكل ومعوقات التجارة الإلكترونية: (1ن)

1-ما تزال الأدوات لتطوير البرمجيات في مراحل التطوير.

2-ما تزال هناك صعوبات في برمجيات التجارة الإلكترونية وتكاملها مع الإنترنت.

* أهم استعمالات الخارجية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الخدمية: (1ن)

1-استخدامها كوسيلة إعلان عن المنتجات والخدمات حتى تجلب أكبر عدد من الزبائن؛

2-الحصول على المعلومات عن المنتجات المنافسة حتى تبقى المؤسسة في وضعية تنافسية جديدة؛

* أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة (اختيار بعدين مع تقديم الأثر): (2ن)

 1-سهولة الاستخدام والوصول: بإلغاء الحواجز المكانية والزمانية مع مراعاة لاحتياجات المستخدمين، مع التواصل مع المؤسسة من أي موقع مناسب 24سا/24سا.

 2-التفاعل: باستخدام التسويق الإلكتروني تمكن من استحداث أشكال وقنوات جديدة للتوزيع فيها التفاعل بين طرفين عملية التبادل دون الحاجة للوسطاء ، بالإضافة إلى استخدام أساليب ترويجية تفاعلية مع زبون كالإعلان الإلكتروني.

* العناصر والمواصفات التي تتعلق بالمنتج التي تأثر في سلوكه: (1ن)

بعض المنتجات التي تجد لها فرصة سريعة ومتاحة لتسويقها وتنفيذ الأعمال الإلكترونية بصورتها الكاملة (ترويج، تسعير، تقديم...). ومن جانب آخر فإن هناك بعض المنتجات التي لا يمكن التعامل معها بمنهج الأعمال الإلكترونية الكاملة، ويجرى الاكتفاء بترويجها على الإنترنت، ومن أسباب ذلك أن هذه المنتجات تحتاج إلى التعامل بها عن قرب في الواقع الحقيقي، ولا يمكن بناء قرار شرائها اعتمادا على البيانات والمعلومات التي تتوفر في الواقع الافتراضي، وعليه أن طبيعة المنتج نفسه ومواصفاته هي عناصر تحدد مستوى إمكانية التعامل به بصورة كلية على الإنترنت وبالتالي تؤثر على سلوك المستهلك الالكتروني.

* عناصر المزيج التسويق الخدمي الالكتروني:(1ن)

المنتج الالكتروني، الترويج الالكتروني، التسعير الالكتروني، التوزيع الالكتروني، الموقع الالكتروني، الخصوصية، الأمان، التخصيص، المجتمع الافتراضي.

* أهم نماذج التجارية على مستوى المؤسسة التي تبني منها إستراتيجية التسويق الإلكتروني الخدمي:(2ن)

1-التسويق الإلكتروني 2-التسويق المباشر

3- الدعاية المشتركة للمحتويات 3- الوسائط عبر الانترنت

* عناصر البيئة الداخلية للأعمال الإلكترونية المؤثرة على سلوك المستهلك الالكتروني: (1.5ن)
1. طبيعة تصميم الموقع.
2. المستوى الفني وحسن الأداء في استقبال وتنفيذ الأعمال الإلكترونية من جانب المنظمة.

3- الالتزام بتلبية وتنفيذ الطلبيات في مواعيدها.

* أهم التحولات التي طرأت على المزيج التسويق الإلكتروني (اختر تحولين مع شرح واضح لهما): (4ن)

1-**ظهور قنوات جديدة**: ظهور قنوات جديدة بديلة عن القنوات التقليدية القائمة في العالم الواقعي من بينها قنوات الكتالوجات، قنوات المصنع المباشر، قنوات الوسطاء الإلكترونية...إلخ

 2-**المرونة السعرية عبر الإنترنت**: بدأ التسعير يأخذ منحى جديد في عصر الإنترنت يطلق عليه التسعير المرن حيث يجد تطبيقاته من خلال الإنترنت التي أضافت قناة تسويقية جديدة لعالم الأعمال والتسويق حيث توفر تطبيقات متطورة وهائلة تمكن المشتري البحث عن أفضل الأسعار المتوفرة عبر الإنترنت، إضافة لذلك فإن المناقصات العلنية عبر الإنترنت أحدثت ثورة في عالم التسعير.

**ثالثا: اشرح ما يلي: (2ن)**

* في مرحلة تصميم وإنشاء الموقع الإلكتروني وتكوين الصورة الذهنية له: يمكن الاستعانة في تصميم صفحة أو الموقع الإلكتروني على شبكة الإنترنت بإحدى شركات نظم المعلومات المتخصصة وذلك في حالة عدم توافر المهارات البشرية القادرة على القيام بذلك لدى المنظمة، ويمكن أن تعتمد المشروعات على أدوات سهلة الاستخدام لتصميم صفحات خاصة بها، ومن أهم عوامل نجاح المتجر التخطيط للصورة الذهنية، بالاهتمام بواجهة المتجر (متحركة ومرنة بها ما يوجي بالثقة والأمان ....
* من فوائد التسويق الالكتروني توجيه الإنتاج وفقا لاحتياجات ورغبات الزبون(كيف ذلك): فمن خلال شبكة الإنترنت يمكن للعميل أن يقوم بتحديد المكونات والإضافات المختلقة التي يرغبها في الخدمة اي مشاركته في تصميم وانتاج الخدمة وبالتالي تحقيق رغباته وحاجاته أي اعتبار الزبون شريكا استراتيجيا للمؤسسة.