

أولاً: الحاجة إلى حماية الشبكات والمعلومات

١) عرف شبكة الانترنت؟

مجموعة من شبكات الحاسوب المتصلة مع بعضها بعضاً من خلال وسائل اتصالات تسمح لمستخدميها بالانتقال من شبكة إلى أخرى بطريقة سلسلة لذا تتميز شبكة الانترنت بالانفتاح وانعدام السيطرة المركزية.

٢) أذكر اثنتين من المخاطر التي تهدد المعلومات المتناقلة عبر الانترنت؟

- ١ - الاعتراض من قبل جهات غير شرعية أو من قبل المتلصقين.
- ٢ - التغيير أو الاستعمال غير القانوني.

٣) أذكر أنواع الجرائم الإلكترونية؟ (أذكر ثلاثة أمثلة على الجرائم الإلكترونية)؟

- ١ - سرقة أرقام البطاقات الإئتمانية لاستخدامها في شراء المنتجات عبر الانترنت.
- ٢ - سرقة كلمات السر الخاصة بالدخول إلى مواقع معينة على الانترنت.
- ٣ - عمليات السطو لسرقة الأجهزة ومعدات الشبكات مباشرة.
- ٤ - عمليات الاختراق سواء من خارج الشبكة ام داخلية.

٤) ما هي آثار عمليات الاختراق (نتائج عمليات الاختراق)؟

- ١ - التجسس على الأسرار الشخصية والابتزاز.
- ٢ - نشر الفيروسات المختلفة.

٥) الشكل الآتي يمثل أنواع الهجمات عبر الانترنت بالنسبة المئوية حسب تقرير مكتب التحقيقات الفيدرالي FBI :

النسبة المئوية	أنواع الهجمات عبر الانترنت
١١%	الاحتيال المالي
١٧%	تخريب البيانات/ شبكات
٢٠%	سرقة المعلومات المملوكة
٢٥%	اختراق نظام من خارجه
٢٧%	حجب الخدمة
٧١%	الوصول غير المخول من قبل الداخليين
٨٥%	الفيروسات

- أكثر المخاطر التي تتعرض لها أنظمة الحاسوب على الانترنت هي الفيروسات.
- الأخطار التي يتعرض لها النظام من الداخل أكبر من الأخطار التي يتعرض لها من الخارج.
- لا يمكن ان يكون مجموع نسب تهديدات الهجمات على النظام ١٠٠% حيث يمكن ان يتعرض النظام لأكثر من تهديد في نفس الوقت.

٦) أذكر التهديدات (المخاطر) الأكثر شيوعاً في أنظمة الشبكات المتصلة بالإنترنت؟

- ١ - الفيروسات والبرامج الخبيثة.
- ٢ - الاختراق.
- ٣ - احتيال البطاقات الإلكترونية.
- ٤ - انتحال الشخصية.
- ٥ - حجب الخدمة.
- ٦ - التنصت.
- ٧ - الوصول غير المخول من قبل الداخليين.

٧) أذكر أنواع الفيروسات (البرامج الخبيثة)، مع ذكر مثال على كل نوع، وطرق انتشار (الإصابة) بكل نوع منها؟

اسم الفيروس	مثال	طرق الانتشار (الإصابة)
١) الفيروسات	فيروس تشرنوبل	١ - البريد الإلكتروني. ٢ - البرامج التي يتم تحميلها من الانترنت.
٢) الدودة (برنامج استهلاك الذاكرة)	دودة ميليسا، برنامج WORM	١ - على شكل برامج للتسلية. ٢ - على شكل الرسائل الإلكترونية.
٣) أحصنة طروادة	حصان طروادة	١ - الألعاب. ٢ - الرسائل الإلكترونية. ٣ - البطاقات الإلكترونية. ٤ - البرامج المجانية مجهولة المصدر.

٨) عرف كل من المصطلحات والمفاهيم الآتية؟

- ١) الفيروسات: هي برامج أعدها أشخاص تهدف للتخريب و شطب البيانات.
وهي مبرمجة حيث تعمل من خلال برنامج آخر ولها القدرة على نسخ ذاتها.
- ٢) الدودة: هو برنامج يقوم بتكرار نفسه عندما يتم تحميله في ذاكرة الحاسوب و ينتقل من خلال الشبكات و يعمل بصورة مستقلة دون الحاجة إلى برنامج يرتبط به وليس لها شكل معين.
- ٣) أحصنة طروادة: برامج تبدو ظاهرياً مفيدة، إلا أنها تقوم بأعمال إضافية غير مشروعة كحذف الملفات والتجسس لذا تعد من أكثر البرامج الضارة الموجودة على شبكة الانترنت.

٩) عرف الاختراق؟

هو قيام أشخاص من غير المخولين بالدخول إلى النظام عن طريق بعض الثغرات في أساليب الحماية.

١٠) أذكر أهداف الاختراق؟

١) الإطلاع على المعلومات.
٢) تخريب المعلومات.

١١) أذكر أنواع الاختراق؟

- ١) الاختراق الداخلي: تجاوز أساليب الحماية وحواجز العبور الخاصة بالشبكات من خارج النظام.
٢) الاختراق الخارجي: الاختراق من داخل الشبكة من مستخدمي الشبكة والعاملين عليها أنفسهم.

١٢) قارن بين المتسللون و المخربون؟

- ١ - المتسللون: هم أشخاص من غير المخولين يقومون بالدخول إلى النظام بهدف الإطلاع على المعلومات فقط.
٢ - المخربون: هم أشخاص من غير المخولين يقومون بالدخول إلى النظام بهدف التخريب.

١٣) ما المقصود بعملية حجب الخدمة؟

إغراق لصوص الكمبيوتر موقع الويب بالمرور عديم الفائدة مما يؤدي إلى تعطيل الشبكة وحجب الخدمة عن المستخدمين.

١٤) ما المقصود بالتنصت؟

هي مراقبة حركة المعلومات على الشبكة من خلال برنامج لسرقة المعلومات المملوكة من أي مكان على الشبكة.

١٥) ما المقصود بانتحال الشخصية؟

هي الإساءة بالتكرار كشخص آخر أو استعمال عناوين البريد الإلكتروني المزيفة.

١٦) ما المقصود باحتيال البطاقات الائتمانية؟

هي عملية سرقة البطاقات الائتمانية أو الوصول إلى الملفات التي تحوي معلومات بطاقات الائتمان على خادمت المواقع التجارية الإلكترونية

١٧) علل: تعد أنظمة المعلومات عرضة وبشكل أكبر للاعتراض من قبل المستخدمين الداخليين لأنظمة المعلومات.

حيث أنهم يكونون في مأمن من أساليب الحماية الخارجية كحواجز العبور وأساليب التشفير، وبالتالي يكون بمقدورهم الدخول إلى أنظمة المعلومات بدرجة أكبر من المستخدمين الخارجيين.

١٨) علل: من الواجب حماية الشبكات والمعلومات المتناقلة عبر هذه الشبكات.

- ١ - بسبب طبيعة المعلومات المخزنة على شبكة الانترنت أو المرسله عبر الانترنت من حيث قيمتها وأهميتها التجارية والمالية خاصة عمليات الدفع مقابل مشتريات التسوق الإلكتروني والقانونية.
- ٢ - المحافظة عليها من العبث وسوء الاستعمال.
- ٣ - منع الخسائر المالية التي قد تتعرض لها الشركات والمؤسسات.
- ٤ - تجنب وضع الشركات في موقف تجاري أو قانوني حرج.

١٩) ما علاقة حماية الشبكات والمعلومات المتناقلة عبرها بازدهار التجارة الإلكترونية؟

يعد وجود حماية للمتعاملين بالتجارة الإلكترونية على الانترنت من عوامل تشجيع الشركات والعملاء والزبائن على استخدام الانترنت للتجارة الإلكترونية.

٢٠) أذكر متطلبات حماية الشبكات المتصلة بالانترنت لضمان السلامة والسرية وتوفر المصادر في نظام خادم الويب والأنظمة

المتصلة به؟

- ١ - حماية خادم الويب والبيانات المخزنة فيه.
- ٢ - حماية البيانات المتزاسلة بين خادم الويب والمستخدم.
- ٣ - حماية حاسوب المستخدم والأجهزة المستخدمة.

٢١) وضح آلية الحماية في كل مما يأتي:

١ - حماية خادم الويب والبيانات المخزنة فيه.	بحيث يستمر خادم الويب في عمله ولا يتمكن من الوصول للبيانات على خادم الويب إلا الأشخاص المخولين، و لا يتمكن من تغيير البيانات عليه إلا الأشخاص الذين لديهم الصلاحيات بذلك.
٢ - حماية البيانات المتزاسلة بين خادم الويب والمستخدم.	بحيث لا يمكن اعتراض أو قراءة أو تعديل البيانات المرسله من المستخدم(الرقم السري،البيانات المالية) إلى خادم الويب وبالعكس.
٣ - حماية حاسوب المستخدم والأجهزة المستخدمة.	يتطلب أمن خادمت الويب ضمان حماية حاسوب المستخدم من الفيروسات وحماية معلوماتهم الشخصية.

ثانياً: خيارات الحماية المادية

(٢٢) أذكر المتطلبات اللازمة لحماية شبكة خادم الويب والبيانات المخزنة عليه؟

- ١ - التحقق من هوية المستخدمين الذين يحاولون الدخول إلى تلك الشبكات.
- ٢ - التحقق من شرعية استخدامهم للشبكة ووصولهم إلى المعلومات التي لديهم تحويل باستخدامها والوصول إليها فقط.
- ٣ - الحماية من التهديدات الطبيعية مثل الحريق والزلازل و الدخول غير الشرعي للنظام وسرقة الممتلكات.
- ٤ - الحماية من الفيروسات والبرامج الضارة بأنظمة المعلومات باستخدام البرامج المضادة للفيروسات.

(٢٣) أذكر ثلاثاً من الأساليب المستخدمة بالتحقق من هوية المستخدمين؟

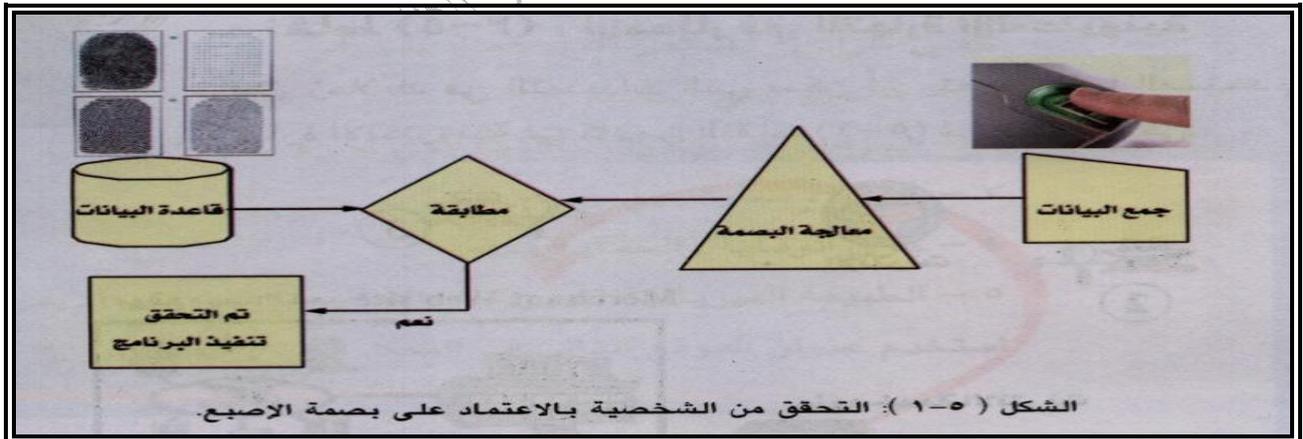
- ١ - كلمة السر.
- ٢ - البطاقة الذكية.
- ٣ - البصمات العضوية.

(٢٤) وضح المقصود بالمصطلحات الآتية:

- ١ - كلمة السر: مجموعة من الحروف والأرقام يتم طباعتها عند الدخول للنظام وتظهر كنجوم بالنسبة للشخص.
- ٢ - البطاقة الذكية: بطاقة تحتوي على معالج دقيق لديه القدرة على معالجة البيانات وتغييرها. ولزيادة الحماية باستخدام البطاقة الذكية تستخدم معها كلمة السر.
- ٣ - البصمة العضوية: نظام يهتم بالتحقق من شخصية الفرد استناداً إلى الخصائص الفسيولوجية والسلوكية له. مثل: بصمة الأصابع ، بصمة قرحة العين ، تمييز الأصوات.

(٢٥) وضح مبدأ العمل بنظام البصمة العضوية (بصمة الإصبع)؟

أولاً: يتم تسجيل البصمة في قاعدة بيانات النظام.
ثانياً: التحقق من مطابقة البصمة لما هو مخزن فعلاً في قاعدة البيانات.



(٢٦) قارن بين طرق التحقق من الشخصية مبيناً سلبيات كل طريقة منها خلال الجدول الآتي:

- ١ - كلمة السر: يمكن سرقتها.
- ٢ - البطاقة الذكية: يمكن تعطلها وتلفها.
- ٣ - البصمة العضوية: يمكن تعطل الجهاز وبالتالي انقطاع الخدمة.

ثالثاً: حواجز العبور

(٢٧) ما المقصود بحواجز العبور؟

هو برنامج أو جهاز يسمح بمرور الرسائل الخاصة بالمستخدمين الخارجيين إلى شبكة المؤسسة المحلية (الانترنت) أو مواقعها على الانترنت فقط إذا توافرت فيهم خصائص معينة، في حين تسمح للمستخدمين الداخليين وموظفي الشركة بالعبور إلى شبكة الانترنت من خلال حاجز العبور بسهولة.

(٢٨) علل: يتم توصيل حاجز العبور عادة في المنطقة الفاصلة بين شبكة الانترنت وشبكة حاسوب الشركة الخاصة.

حيث يعد حاجز العبور الممر الوحيد للدخول والخروج بين الشبكة المحلية للشركة وشبكة الانترنت.

(٢٩) وضح طريقة عمل حواجز العبور؟

تقوم طريقة عمل حواجز العبور على تصفية حزم البيانات القادمة من خارج الشبكة (الانترنت) إلى الشبكة الداخلية (الانترنت) بناءً على مجموعة من القواعد التي يزودها بها مدير النظام والتي يتم بموجبها السماح أو الرفض لحزم البيانات من الدخول إلى شبكة المؤسسة الداخلية.

(٣٠) أذكر القواعد المستخدمة في حواجز العبور لتصفية (يتم بموجبها السماح أو الرفض بالدخول للشبكة) حزم البيانات؟

- ١ - عنوان مصدر حزمة البيانات الخارجية. حيث يتم السماح لبعض العناوين من الدخول إلى الشبكة والرفض لعناوين أخرى.
 - ٢ - وجهة حزم البيانات الخارجية؛ حيث يتحقق حاجز العبور فيما إذا كان بمقدور حزمة البيانات الوصول إلى التطبيق الذي يطلبه مصدرها أم لا.
 - ٣ - نوع البروتوكول المستخدم في حزمة البيانات الواردة.
- إذ إن لكل تطبيق متوافر على الشبكة بروتوكولاً يمكن الحزمة من الوصول إليه، ومن أشهر البروتوكولات المستخدمة (TCP , UDP).

ملاحظة :

تتوافر في حاجز العبور مجموعة من المنافذ، كل منها مخصص لخدمة أو مجموعة من الخدمات المتوافرة على خادم الشبكة الداخلية. حيث يحكم كل من تلك المنافذ مجموعة من الشروط والقواعد التي تحدد الصلاحيات الخاصة باستخدام الخدمات المتوافرة على كل منها. يقوم حاجز العبور بالتحقق فيما إذا كان بمقدور حزمة البيانات الوصول إلى التطبيق الذي يطلبه مصدرها، وإذا كان التحقق إيجابياً يقوم بفتح البوابة الخاصة لتلك الخدمة أمام البيانات الواردة من خارج الشبكة.

(٣١) أذكر ثلاثاً من الخدمات التي يوفرها خادم الشبكة الداخلية من خلال المنافذ المتوافرة في حواجز العبور؟

- ١ - إرسال الرسائل واستقبالها.
- ٢ - تحميل الملفات فقط FTP.
- ٣ - تحميل الملفات وتنزيلها HTTP.

(٣٢) أذكر أنواع حواجز العبور؟

- ١ - موجه المسارات وتصفية الحزم.
- ٢ - برنامج حاسوب وسيط

٣٣) وضع المقصود بموجه المسارات؟

هو جهاز بحجم الطابعة ترتبط به الشبكات المحلية وواسعة المجال بحيث يعمل على تحديد مصدر البيانات المرسله وتوجيهها عبر إحدى بواباته إلى الطرف المستقبل اعتماداً على مجموعة من القواعد.

٣٤) أذكر الوظائف التي يقوم بها موجه المسارات وتصفية الحزم؟

- ١ - تصفية حزمة البيانات الواردة إلى شبكة المؤسسة الداخلية.
- ٢ - تحديد المسار الذي سيتم توجيه الحزمة له فيما لو سمح لها بعبور الحاجز.
- ٣ - يوفر موجه المسارات حماية بسيطة للمؤسسة، ولكنها رخيصة ولا تعيق أداء الشبكة.

٣٥) وضع المقصود ببرنامج حاسوب وسيط؟

هو برنامج حاسوب يعمل على جهاز مضيف يسمى بوابة تطبيقات يركب بين شبكة الشركة والانترنت، يعمل كوسيط بين المستخدمين الداخليين والخارجيين للشبكة.

٣٦) أذكر ثلاثاً من وظائف برنامج الحاسوب الوسيط؟

- ١ - يوفر الوسيط حماية عالية للشبكة من المتسللين.
- ٢ - يتحكم الوسيط بشكل أساسي بحركة الوثائق والملفات من الشبكة وإليها.
- ٣ - يمكن أن يؤثر الوسيط على أداء الشبكة.

٣٧) قارن بين موجه المسارات وبرنامج الحاسوب الوسيط من حيث:

وجه المقارنة	موجه المسارات	برنامج الحاسوب الوسيط
١ - مستوى الحماية	حماية بسيطة	حماية عالية
٢ - التأثير على أداء الشبكة	لا يؤثر على أداء الشبكة	يؤثر على أداء الشبكة
٣ - الكلفة.	رخيصة	غالي الثمن
٤ - آلية العمل	تصفية حزمة البيانات الواردة إلى شبكة المؤسسة الداخلية. تحديد المسار الذي سيتم توجيه الحزمة له فيما لو سمح لها بعبور الحاجز.	- يتحكم الوسيط بشكل أساسي بحركة الوثائق والملفات من الشبكة وإليها

يتكون نظام الحاسوب من:

- ١ - الأجهزة.
- ٢ - المعدات.
- ٣ - البرامج.

رابعاً: مستويات الحماية باستخدام حواجز العبور

ملاحظة:

تستند حواجز العبور إلى القواعد المحددة لها ولذلك إذا لم يتم اختيار القواعد بصورة جيدة فلن تؤدي حواجز العبور إلى حماية مناسبة.

٣٨) أذكر ثلاثاً من محددات (سلبيات) حواجز العبور؟

- ١ - لا تمنع حواجز العبور الفيروسات؛ لذا يجب استعمال برامج ضد الفيروسات.
- ٢ - لا تستطيع حواجز العبور منع المستخدم الداخلي من تحميل البرامج على الحواسيب الشخصية في الشبكة وتشغيلها.
- ٣ - لا تستطيع الحماية بناءً على محتوى حزم البيانات.

٣٩) أذكر السياسات المستخدمة في إدارة حواجز العبور؟

أذكر أهم القضايا الإدارية التي يجب الاهتمام بها عند تصميم وتركيب حواجز العبور؟

- ١ - تحديد سياسات عمل حواجز العبور من حيث أسس قبول تقديم خدمات للمستخدمين أو رفضها بأجر أو مجاناً.
- ٢ - تحديد مهام حواجز العبور والخدمات التي يسمح بها أو يرفضها، وفي أي أوقات خلال اليوم.
- ٣ - تحديد نوع حواجز العبور المناسب لاستخدامات الشركة.
- ٤ - تحديد فيما إذا كان سيتم شراء حواجز العبور أم سيتم بناؤه برمجياً في الشركة.

ملاحظة:

يجب أن يتوخى مديرو الشبكات الحذر في اختيار حواجز العبور المناسب حيث يتوافر أنواع ومواصفات متعددة لحواجز العبور في السوق

التجارة الإلكترونية

خامساً: أنواع البيانات (المعلومات) المتبادلة إلكترونياً عبر شبكة الانترنت

٤٠) علل ما يأتي: أصبحت حماية المعلومات المتراسلة على شبكة الانترنت من القضايا المهمة.

- ١ - بسبب استخدام الانترنت للتجارة.
- ٢ - بسبب تبادل المعلومات المالية والتجارية القانونية والتي تتصف بالخصوصية والسرية.
- ٣ - لان المعلومات بحاجة أن تصل سليمة من الطرف المرسل إلى الطرف المستقبل دون التعرض للتغيير أو التشويه أو العبث أو السرقة.
- ٤ - حتى تتكون لدى مستخدمي الانترنت الثقة باستخدامه للاتصال وتبادل المعلومات.

٤١) أذكر أنواع البيانات (المعلومات) الموجودة على الانترنت (المتراسلة عبر الانترنت)؟

- ١ - معلومات (بيانات) عامة.
- ٢ - معلومات (بيانات) مملوكة.
- ٣ - معلومات (بيانات) خاصة.
- ٤ - معلومات (بيانات) سرية.

٤٢) حدد نوع المعلومات (البيانات) في كل حالة من الحالات الآتية:

نوع البيانات (المعلومات)	الحالة
<u>معلومات (بيانات) عامة</u>	١ - لا تحتاج هذه المعلومات إلى الحماية والسرية لانها متاحة لاطلاع جميع مستخدمي شبكة الانترنت دون تحديد ولكنها تحتاج إلى الحماية من التغيير والتشويه والعبث.
<u>معلومات (بيانات) مملوكة</u>	٢ - هذه البيانات/المعلومات تعد ملكية خاصة للجهة المالكة لها، لكنها ليست سرية إنما لا يحق لأحد نسخها أو تغييرها أو إعادة استخدامها لغاية غير التي تحددها الجهة المالكة دون أخذ موافقتها، يجب حماية هذه المعلومات لضمان عدم استغلالها أو نسخها بطريقة غير شرعية.
<u>معلومات (بيانات) خاصة</u>	٣ - هي بيانات/معلومات ذات طبيعة خاصة و شخصية من حيث المحتوى وليس الوجود، يجب حمايتها من وصول جهات غير مخولة أو مسموح لها الوصول إليها.
<u>معلومات (بيانات) سرية</u>	٤ - هي بيانات/معلومات وجودها ومحتواها من أسرار المؤسسة، يجب حمايتها دائماً وحصراً الوصول إليها ورصد محاولات الوصول إليها وتوثيق عمليات الوصول إليها.

٤٣) تحتاج المعلومات العامة إلى الحماية من التغيير أو العبث أو التشويه، علل ذلك؟

لأنها قد تصبح بلا قيمة أو قد تنقل رسالة خاطئة عن المؤسسة التي أرسلتها.

٤٤) صنف المعلومات (البيانات) في الجدول إلى النوع المناسب من الآتية:

(معلومات عامة ، معلومات مملوكة ، معلومات خاصة ، معلومات سرية)

<u>نوع المعلومات</u>	<u>المعلومات</u>
<u>سرية</u>	١ - أرقام حسابات العملاء.
<u>خاصة</u>	٢ - المعلومات المرضية.
<u>عامة</u>	٣ - تعليمات إصدار بطاقة الأحوال المدنية.
<u>عامة</u>	٤ - الأخبار اليومية التي يتم عرضها عبر شبكة الانترنت.
<u>مملوكة</u>	٥ - مؤلفات وزارة التربية والتعليم.
<u>خاصة</u>	٦ - طلبات الشراء الخاصة بمؤسسة ما.
<u>سرية</u>	٧ - أسماء المواقع العسكرية في إحدى البلدان.
<u>عامة</u>	٨ - البرامج الترفيهية المجانية عبر شبكة الانترنت.
<u>مملوكة ، خاصة</u>	٩ - السيرة الذاتية.
<u>مملوكة ، خاصة</u>	١٠ - رسالة ماجستير أعدها طالب للمناقشة.

٤٥) تقدم إحدى المؤسسات موقعاً على الشبكة النسيجية تستعرض فيه مجموعة من الأمراض السارية وطرق الوقاية منها، كما يوجد بداخل ذلّم الموقع ارتباطاً تشعبياً لخدمة المرضى الذين ليس لديهم القدرة المادية على العلاج من تلك الأمراض، حيث يقوم المريض بإدخال معلوماته الشخصية لتمكن المؤسسة من الاتصال به وتقديم الخدمة له.

أ - ما نوع المعلومات التي يقدمها موقع الشركة.

معلومات عامة و مملوكة.

ب - ما نوع المعلومات التي يقدمها الارتباط التشعبي الموجود بداخله.

معلومات سرية.

ج - ما أثر تسرب المعلومات الشخصية للمرضى على المؤسسة وموثوقيتها؟

إن تسرب المعلومات السرية الخاصة بالمرضى، قد يؤثر على سمعة المؤسسة وموثوقيتها ويعرضها للملاحقات القانونية والقضائية.

سادساً: المخاطر الأمنية لتكنولوجيا المعلومات التي تواجه الزبون

٤٦) عدد أربعاً من متطلبات حماية المعلومات المتراسلة عبر الانترنت؟

- ١ - سرية التراسل. ٢ - موثوقية التراسل. ٣ - سلامة التراسل. ٤ - عدم القدرة على الإنكار.

٤٧) وضح المقصود بكل مما يأتي:

- ١ - سرية التراسل: عدم الاطلاع على البيانات أو المعلومات المتراسلة عبر الانترنت من قبل طرف ثالث غير مخول ولا يحق له الإطلاع أو اعتراض هذه المعلومات.
- ٢ - موثوقية التراسل: أي أن يكون لدى كل من طرفي تبادل البيانات القدرة على التحقق من هوية الطرف الآخر والتعريف بنفسه كما لو كانت الأعمال التجارية والمالية تؤدي وجهاً لوجه، فيكون العميل مطمئناً لتعامله مع موقع حقيقي موثوق به وليس مع موقع أو بنك وهمي.
- ٣ - سلامة التراسل: عملية حماية البيانات ضد التغيير أو التعويض عنها ببيانات أخرى.
- ٤ - عدم القدرة على الإنكار: عدم قدرة الشخص الذي يقوم بالطلب إلكترونياً أو الشخص الذي يقوم بإرسال رسالة إلكترونية في ظروف اتصال آمنة على إنكار قيامه بهذا الفعل وكذلك عدم قدرة مستلم رسالة معينة على إنكار استلامه لها.

٤٨) بين أي من متطلبات حماية المعلومات المتراسلة عبر الانترنت تجيب عن الأسئلة الآتية:

السؤال	اسم المتطلب
١ - هل الاتصال آمن؟	سرية التراسل
٢ - هل الطرف الآخر على الانترنت هو حقاً من يدعي؟	موثوقية التراسل
٣ - هل تم استبدال الرسالة؟	سلامة التراسل
٤ - من الذي أرسل الرسالة ومن استقبلها؟ ومتى تم ذلك؟	عدم القدرة على الإنكار

٤٩) أي من متطلبات الحماية الآتية متوافرة وأيها غير متوافرة في إرسال البريد الإلكتروني واستقباله عبر الانترنت؟

١ - سرية التراسل.	متوافرة	بسبب تشفير البيانات في أثناء إرسالها عبر الشبكة.
٢ - موثوقية التراسل.	غير متوافرة	بسبب عدم معرفة مصدر الرسائل التي ترسل عبر الانترنت.
٣ - سلامة التراسل.	متوافرة	بسبب تشفير البيانات في أثناء إرسالها عبر الشبكة.
٤ - عدم القدرة على الإنكار.	متوافرة	بسبب وجود تقرير يؤكد إرسال واستلام الرسالة.

سابعاً: أساليب تشفير البيانات.

٥٠) وضح المقصود بمفهوم التشفير؟

هو وسيلة لتغيير محتوى الرسالة المتراصلة عبر شبكة عامة كالانترنت باستخدام رموز تشفير أو مفتاح ترميز سري مما يجعل عملية فهم الرسالة غير ممكنة من قبل المتطفلين الذين يعترضونها خلال مرورها في قنوات الاتصال على شبكات الحاسوب.

٥١) أذكر مثلاً على إحدى أساليب (طرق) التشفير المستخدمة؟

ومن أشهر أساليب (طرق) التشفير وأقدمها هو أسلوب (طريقة) يوليوس قيصر.

٥٢) يتضمن التشفير عمليتين، أذكرهما مع توضيح كل منهما؟

- ١ - التشفير: ترميز النص بطريقة غير مفهومة بناءً على خوارزمية معينة عند الطرف المرسل.
- ٢ - فك التشفير: إعادة النص إلى وضعه الأصلي باستخدام مفتاح أو خوارزمية معينة عند الطرف المستقبل.

٥٣) يعتمد أسلوب يوليوس قيصر على نوعين من التشفير، أذكرهما؟

- ١ - التشفير بالتبديل.
- ٢ - التشفير بالتعويض.

٥٤) قارن بين التشفير بالتبديل و التشفير بالتعويض؟

- التشفير بالتبديل: إعادة ترتيب الحروف في النص الأصلي لإنتاج النص المشفر.
مثلاً: كتابة النص الأصلي في مصفوفة عمودياً ومن ثم قراءة النص المشفر أفقياً.
التشفير بالتعويض: عملية تغيير الأحرف في النص الأصلي بناءً على مفتاح محدد من حروف أو رموز أو أرقام.

التشفير باستخدام أسلوب التبديل

٥٥) استخدم الطالب أحد أساليب يوليوس قيصر في تشفير النص : **Welcome to jordan** في مصفوفة ذات ٣ صفوف وكانت الكتابة عمودية. اكتب النص المشفر؟

خطوات الحل:

عدد الحروف والارقام والرموز ١٧

١ - عدد الأعمدة = _____ = _____ = ٦ أعمدة

عدد الصفوف ٣

٢ - كتابة النص الأصلي عمودياً في المصفوفة وقراءة النص المشفر أفقياً.

W	c	e	o	o	a
e	o	▼	▼	r	n
l	m	t	j	d	

٣ - النص المشفر من القراءة الأفقية هو:

Wceooaeo ▼ ▼ rnlmtjd

٥٦) لديك النص الآتي : **t ▼ enil ▼ emimyeko** والذي تم تشفيره باستخدام التبديل بأربعة صفوف والنص ناتج من القراءة الأفقية، جد النص الأصلي؟

خطوات الحل:

١٥

عدد الأعمدة = _____ = ٤ أعمدة.

٤

النص المشفر ناتج عن القراءة الأفقية:

t	▼	e	n
i	l	▼	e
m	i	m	y
e	k	o	

إذن يكون النص الأصلي على النحو الآتي ومن خلال القراءة العمودية:

time like money

٥٧) بالاعتماد على أسلوب فك التشفير باستخدام طريقة التبدل، جد النص الأصلي قبل التشفير، علماً بأن طريقة التشفير قد تمت باستخدام ٤ صفوف، وأن النص المشفر ناتج عن القراءة الأفقية لمحتوى المصفوفة بعد التشفير:

TMTODTHIRFUIENY ▼ CO ▼ S ▼ EAN

٢٤

عدد الأعمدة = $\frac{24}{4}$ = ٦ أعمدة

٤

النص المشفر ناتج عن القراءة الأفقية حسب معطيات السؤال إذن:

T	M	T	O	D	T
H	I	R	F	U	I
E	N	Y	▼	C	O
▼	S	▼	E	A	N

من خلال القراءة العمودية يكون النص الأصلي هو:

THE MINISTRY OF EDUCATION

٥٨) استخدم الطالب وسام أحد أساليب يوليوس قيصر في تشفير البيانات في الجدول الآتي، ادرس الجدول ثم أجب عن

الأسئلة التي تليه:

I	L	V	▼	O	D	N
▼	O	E	J	R	A	

١ - ما نوع التشفير المستخدم (طريقة التشفير المستخدمة)؟

التشفير بالتبدل.

٢ - هل تم التشفير باستخدام الصفوف ام بالأعمدة؟

باستخدام الصفوف.

٣ - اكتب النص الأصلي والنص المشفر داخل الجدول الآتي:

I LOVE JORDAN	النص الأصلي
ILV▼ODN▼OEJRA	النص المشفر

٥٩) استخدم طالب أحد أساليب يوليوس قيصر في تشفير النص : (العلامة الكاملة) في مصفوفة ذات ٣ صفوف وكانت الكتابة بطريقة عمودية.

أ. كم عدد الأعمدة؟

$$\text{عدد الأعمدة} = \frac{15}{3} = 5 \text{ أعمدة}$$

ب. اكتب النص المشفر(النص بعد التشفير)؟

ا	ل	ة	ل	م
ل	ا	▼	ك	ل
ع	م	ا	ا	ة

- من خلال القراءة الأفقية يكون النص المشفر هو: ال ة ل م ل ا ▼ ك ل ع م ا ة

ملاحظة هامة جداً:

يمكن استخدام التشفير بالتبديل في حالة الأحرف العربية والأرقام الهندية. لأن التشفير يعتمد على الآلية وليس على محتوى البيانات ويمكن تحسينها باستخدام اتجاه الكتابة من اليسار إلى اليمين في حالة الأحرف العربية والأرقام الهندية.

٦٠) بالاعتماد على أسلوب فك التشفير باستخدام طريقة التبديل، اكتب النص الأصلي للنص المشفر التالي باستخدام ٤ صفوف. إذا علمت أن النص المشفر يقرأ أفقياً.

وي ي ر ك ▼ ك ت ▼ ▼ ▼ ر ا ا ع ق ا ا ل ر ت ل د ل م م

$$\text{عدد الأعمدة} = \frac{28}{4} = 7 \text{ أعمدة}$$

النص الاصلي ينتج عن القراءة العمودية حسب معطيات السؤال إذن:

و	ي	ي	ر	ك	▼	ك
ت	▼	▼	▼	ر	ا	ا
أ	ع	ق	ا	ا	ل	ر
ت	ل	د	ل	م	م	م

و تأتي على قدر الكرام المكارم

٦١) مستخدماً طريقة التشفير بالتبديل، قم بتشفير النص الآتي في مصفوفة مكونة من ٥ أعمدة وبحيث تكون الكتابة بطريقة أفقية، ثم اكتب النص الناتج عن عملية التشفير.

AMMAN IS THE CAPITAL OF JORDAN

$$\text{عدد الصفوف} = \frac{30}{6} = 5$$

- النص المشفر من خلال القراءة الأفقية:

A	M	M	A	N
▼	I	S	▼	T
H	E	▼	C	A
P	I	T	A	L
▼	O	F	▼	J
O	R	D	A	N

A▼HP▼OMIEIORMS▼TFDA▼CA▼ANTALJN

٦٢) بالاعتماد على أسلوب فك التشفير باستخدام طريقة التبديل، اكتب النص الأصلي للنص المشفر التالي باستخدام ٦ أعمدة إذا علمت أن النص المشفر يقرأ عمودياً.

Wibeses▼sattmh▼▼e

$$\text{عدد الصفوف} = \frac{17}{6} = 2,8 = 3 \text{ صفوف}$$

W	e	s	a	m	▼
i	s	▼	t	h	e
b	e	s	t	▼	▼

النص الأصلي للنص المشفر يقرأ أفقياً في هذه الحالة وهو:

Wesam is the best

٦٣) استخدم الطالب مجد إحدى طرق التشفير في تشفير رسالة لأخيه وسام والواردة في الجدول الآتي، أدرس الجدول؛

ثم أجب عن الأسئلة التي تليه:

Y	o	u	▼	a	r	e	▼
t	h	e	▼	b	e	s	t
▼	b	r	o	t	e	e	r

أ - اكتب النص الأصلي قبل التشفير؟

yt ▼ ohbuer ▼ ▼ oabtrehese ▼ tr

ب - اكتب النص بعد التشفير.

You are the best brother

ج - ما هي الطريقة المستخدمة في عملية التشفير.

طريقة بوليوس قيصر.

د - ما هو نوع الأسلوب المستخدم في عملية التشفير.

التشفير بالتبديل.

هـ - هل تم التشفير باستخدام الصفوف ام الأعمدة.

تم التشفير باستخدام الأعمدة.

مجموعة الكاملة في التجارة الإلكترونية

التشفير باستخدام أسلوب التعويض

٦٤) قام إحدى الطلاب بتشفير النص **Welcome To Jordan** بناءً على المفتاح الآتي:

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

١ - ما هو النص بعد التشفير؟

7PWZXP4ZAUZ2OLY

٢ - ما هي الطريقة أو الأسلوب المستخدم في عملية التشفير؟

اسلوب يوليوس قيصر

٣ - ما نوع هذا الأسلوب؟

التشفير بالتعويض

٦٥) بالاعتماد على أسلوب فك التشفير بطريقة التعويض، اكتب النص الأصلي للنص المشفر الآتي:

ANTHLJT9DJOHT42KOTHLJTEA66T8299

إذا علمت أن عملية التشفير تمت باستخدام المفتاح:

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
Z	Y	X	W	R	S	U	V	0	1	2	Q	P	O	3	N	4	A	5	M	6	B	7	L	8	C	K	9	D	J	I	E	F	H	G	T

IF YOU STUDY HARD YOU WILL PASS

كتب العالم تمام الفراهيدي كتاباً في تشفير النصوص؛ استخدمت طريقة الفراهيدي في الحرب العالمية الثانية.

ثامناً: تطبيقات التشفير

٦٦) استعملت وسيلة التشفير باستخدام المفتاح العام في تطبيقات متعددة تتعلق بالتجارة الالكترونية، أذكر اثنتين منها؟
١ - التوقيع الالكتروني. ٢ - الشهادة الرقمية.

١ - التوقيع الالكتروني

٦٧) وضح المقصود بالتوقيع الالكتروني؟
عبارة عن بيانات ملخصة من الرسالة ذاتها (جزء صغير من البيانات) يجري تشفيره وإرساله مع الرسالة؛ بحيث يتم التوثيق من صحة الرسالة من قبل المستقبل وتطابق محتوى التوقيع على الرسالة.

٦٨) أذكر وجه الشبه بين التوقيع الالكتروني و التوقيع العادي؟
تقنية التوقيع الالكتروني مشابهة للتوقيع العادي المستخدم في توثيق الوثائق المستخدمة في العمليات التجارية وتأصيلها.

٦٩) أذكر ثلاثاً من فوائد التوقيع الالكتروني؟
١ - إثبات صحة الوثائق المتراسلة عبر الانترنت وأصوليتها (ضمان سرية الرسالة المرسله).
٢ - التحقق من هوية الطرف المرسل للرسالة.
٣ - عدم إنكار المرسل لعملية الإرسال.

٧٠) وضح آلية عمل التوقيع الالكتروني؟
تبنى طريقة التوقيع الالكتروني على استخدام المفتاح العام في التشفير:
يقوم المرسل باستخدام مفتاحه الخاص بتوقيع الرسالة، بينما يقوم المستقبل باستخدام المفتاح العام للمرسل في فك التشفير.
ولكن يتم ذلك بالاستعانة ببعض الدالات الرياضية.

٧١) يتضمن استخدام التوقيعات الالكترونية عادةً عمليتين؛ أذكرهما؟
١ - إنشاء التوقيع الالكتروني.
٢ - التثبت من صحة التوقيع الالكتروني.
يتم إنجاز هذه العملية من قبل الموقع.
يتم إنجازها من قبل مستلم التوقيع الالكتروني.

٧٢) وضح آلية إنشاء التوقيع الالكتروني؟
١ - يقوم الموقع (المرسل) باستخدام دالة رياضية خاصة تدعى هاش باحتساب نتيجة هاش المختصرة على الرسالة و استخراج البصمة الالكترونية للرسالة.
٢ - يقوم الموقع بتشفير البصمة الالكترونية (نتيجة هاش) باستخدام المفتاح السري الخاص به.

٧٣) علل: سبب اختلاف التوقيع الالكتروني مع كل رسالة جديدة (إن لكل رسالة توقيع رقمي خاص بها)؟
حيث يعتمد التوقيع الالكتروني على محتوى الرسالة و المفتاح الخاص المستخدم في إنشائه.

٧٤) عرف البصمة الالكترونية للرسالة؟

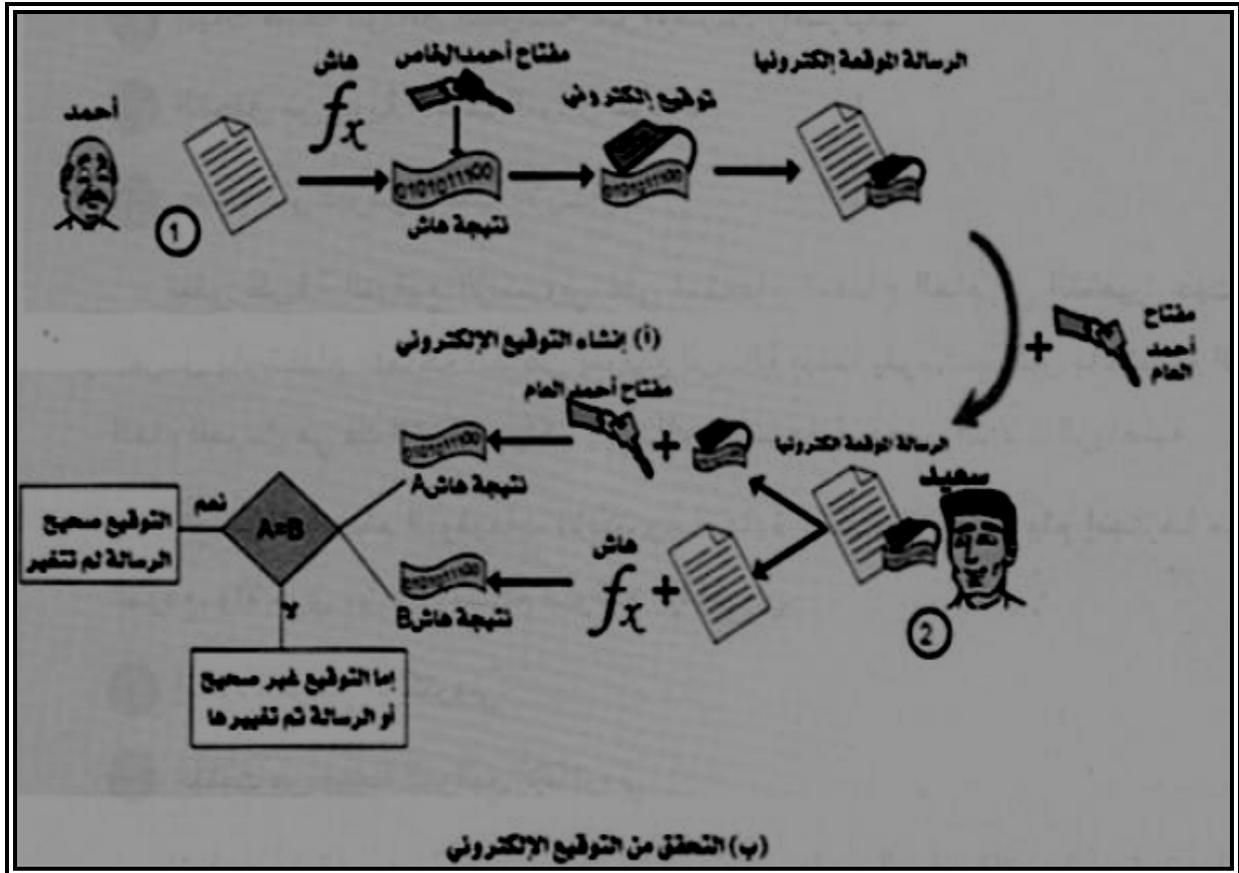
هي ملخص من بيانات الرسالة لها طول ثابت (يتراوح عادة بين ١٢٨ - ١٦٠ بت) وتؤخذ من الرسالة المحولة ذات الطول المتغير.

٧٥) وضح آلية الثبوت من صحة التوقيع الالكتروني؟

١ - عند استقبال الرسالة يقوم المستقبل باحتساب نتيجة هاش جديدة للرسالة الأصلية بواسطة وظيفة هاش نفسها المستخدمة في إنشاء التوقيع الالكتروني وأيضاً احتساب نتيجة هاش عن طريق فك تشفير التوقيع الالكتروني باستخدام مفتاح التشفير العام للرسالة المستقبلية.

٢ - تتم مقارنة نتيجتي هاش، فإذا كانت النتيجة إيجابية فإن هذا يثبت أنه:

أ. تم إنشاء التوقيع الالكتروني باستخدام المفتاح الخاص بالمرسل.
ب. لم يتم تغيير الرسالة.



مراحل التوقيع الالكتروني

- ١ - يقوم المرسل "احمد" بتمويه الرسالة باستخدام دالة التمويه هاش لإنشاء بصمة إلكترونية لها.
- ٢ - يقوم بتشفير البصمة الإلكترونية باستخدام المفتاح الخاص به، فينتج عنه التوقيع الالكتروني للرسالة.
- ٣ - يقوم المستقبل "سعيد" عند وصول الرسالة الموقعة الكترونياً بالتحقق من صحة التوقيع باستخدام مفتاح "احمد" العام لفك شيفرة التوقيع. فإن نجحت عملية فك شيفرة التوقيع (إعادتها إلى ناتج اقتران التمويه Hash function) فهذا يعني أن المرسل "احمد" قد وقع الرسالة بالفعل إذ أن أي تغيير يحصل على الرسالة الموقعة يتسبب في فشل عملية التحقق.
- ٤ - يقوم المستقبل "سعيد" بعد ذلك بتطبيق دالة هاش (تمويه) الرسالة الأصلية لإستخراج البصمة الالكترونية للرسالة. فإن تطابقت نتيجتي هاش (نتيجة هاش الناتجة عن فك تشفير التوقيع الالكتروني و نتيجة هاش الناتجة عن الرسالة الأصلية) فهذا يعني أن الرسالة لم تتغير أثناء النقل.

ملاحظة:

التوقيع الإلكتروني لا يضمن خصوصية الرسالة (سرية الرسالة) فقد تكون مرئية للجميع ولكنه يضمن هوية المرسل.

٧٦) كيف يتم ضمان سرية الرسالة الموقعة إلكترونياً؟

لضمان سرية الرسالة الموقعة إلكترونياً يتم تشفيرها باستخدام المفتاح العام للمستقبل.

٧٧) كيف يمكن اعطاء الرسالة الموقعة إلكترونياً حماية وسرية أكبر.

بالتشفير المزدوج ويعني توقيع الرسالة بالتوقيع الإلكتروني باستخدام وظيفة هاش ومن ثم إعادة تشفير الناتج مرة أخرى بالطريقة نفسها مما يعطي الرسائل المتراصلة حماية مزدوجة عبر الشبكات.

٧٨) ما المقصود بالتشفير المزدوج؟

يعني توقيع الرسالة بالتوقيع الإلكتروني باستخدام وظيفة هاش ومن ثم إعادة تشفير الناتج مرة أخرى بالطريقة نفسها مما يعطي الرسائل المتراصلة حماية مزدوجة عبر الشبكات.

٧٩) هل يمكن استخدام المفتاح السري الوحيد لإنشاء التوقيع الإلكتروني؟

لا يمكن ذلك، لأن عملية التوقيع الإلكتروني تحتاج لمفتاح المرسل الخاص لاستخدامه في التشفير ومفتاحه العام لاستخدامه في فك التشفير بالإضافة لدالة هاش المختصرة، واستخدام المفتاح السري الوحيد يكشف المفتاح للمتطفلين على الرسالة.

٨٠) وضح المقصود بالتوقيع الحيوي؟

شكل من أشكال التوقيع الإلكتروني يقوم من خلاله المرسل بالتوقيع اليدوي على إحدى اللوحات الإلكترونية، ويتم عندها التحقق من أصالة الموقع من خلال تدقيق سرعة التوقيع و مطابقة حركة اليد الموقعة على اللوحة.

٨١) وضح آلية التحقق من صحة التوقيع الحيوي؟

من خلال تدقيق سرعة التوقيع و مطابقة حركة اليد الموقعة على اللوحة الإلكترونية.

٨٢) أذكر مثلاً واحداً على استخدام التوقيع الحيوي؟

يستخدم كأحد أساليب الحماية الفيزيائية لأنظمة المعلومات.

٢ - الشهادة الرقمية

٨٣) وضح المقصود بالشهادة الرقمية؟

(دور الشهادات الرقمية في عملية الإرسال والاستقبال عبر الشبكات؟)

هي نوع خاص من المستندات الالكترونية تعمل على توفير الثقة والضمان بأن المفتاح العام وبالتالي المفتاح الخاص المقابل المحتفظ به من قبل المشترك هو خاص بالشخص المذكور اسمه في الشهادة و بأن التوقيع الالكتروني قد تم إنشاؤه من قبل ذلك المشترك.

٨٤) ما هو الدور الذي تلعبه هيئة التصديق الالكتروني (الطرف الثالث) في عملية التراسل في الشبكات؟

ضمان هوية طرفي الرسالة.

٨٥) علل: ظهور الحاجة إلى طرف ثالث موثوق به (هيئة التصديق الالكتروني) في عملية التراسل؟

ضمان هوية طرفي الرسالة

حيث إن التشفير عن طريق المفتاح العام لا يؤمن التراسل بصورة مطلقة؛ إذ كيف يمكن التحقق من أن المفتاح العام المعلن عنه هو لذات الشخص المرسل للرسالة؛ إذ يمكن لمطفل الإعلان عن مفتاح عام والإدعاء أنه لشخص ما مما يمكنه من فك الرسائل المشفرة والمرسلة لذلك الشخص.

٨٦) عدد محتويات الشهادة الرقمية؟

١ - اسم صاحب المفتاح. ٢ - مفتاح التشفير العام التابع له.

٣ - مدة صلاحية الشهادة الالكترونية. ٤ - توقيع الشهادة من قبل هيئة التصديق الالكتروني باستخدام المفتاح الخاص بهذه الهيئة.

٨٧) علل: تعد الشهادات الالكترونية الصادرة عن طرف ثالث موثوق من أقوى وسائل الحماية في التجارة الالكترونية لتراسل المعلومات.

لقيام هذا الطرف الثالث بحماية المتعاملين في التجارة الالكترونية و توفير بيئة من الثقة والاطمئنان بين المتعاملين.

٨٨) طرق نشر الشهادة الرقمية (الالكترونية) (شهادات المفاتيح العامة)؟

١ - يمكن نشر شهادات المفاتيح العامة عن طريق إيداعها في دليل خاص بالانترنت يشبه دليل التليفونات.

٢ - عن طريق الشخص صاحب الشهادة ذاته.

٨٩) عند قيامك بزيارة لموقع الكتروني، كيف يمكنك التحقق من شهادة الموقع الرقمية؟

١ - انقر المزدوج على رمز المفتاح في شريط المعلومات لمتصفح الانترنت.

٢ - لائحة ملف --- خصائص --- انقر على زر الشهادة.

للتأكد من أن الموقع حقيقي وليس وهمياً.

٩٠) اذكر خطوات استعراض الشهادات الرقمية في متصفح الانترنت.

قائمة أدوات --- خيارات الإنترنت --- تبويب محتوى ومنها الشهادات.

تاسعاً: القضايا القانونية المتعلقة بالتجارة الالكترونية

١ - قضايا مهمة في التشفير والحماية.

٩١) هناك مجموعة من القضايا الواجب الانتباه لها عند تصميم التشفير وتقنياته وتطبيقاته وإدارته في التجارة الالكترونية؛ أذكرها؟

- ١ - التشفير بالأجهزة أم البرمجيات.
- ٢ - إدارة مفاتيح التشفير.
- ٣ - مراعاة قوانين التصدير والتبادل التجاري.
- ٤ - قضايا تجارية.
- ٥ - قضايا قانونية.

٩٢) يمكن تطبيق تقنيات التشفير باستخدام أجهزة أو برمجيات؛ قارن بين التشفير باستخدام الأجهزة والتشفير باستخدام البرمجيات

التشفير بالبرمجيات	التشفير بالأجهزة	مجال المقارنة
أقل تكلفة	أكثر تكلفة	الكلفة
أقل حماية من الأجهزة لسهولة الدخول عليها وتغييرها	حماية أعلى	مستوى الحماية

٩٣) إن إدارة مفاتيح التشفير والمحافظة عليها من القضايا المهمة في التجارة الالكترونية؛ وضح ذلك؟

لوجود احتمالية للوصول إلى هذه المفاتيح من قبل أطراف غير محولة أو إحصائية تغييرها. وتعلق الإدارة بالإجراءات والبروتوكولات المستخدمة يدوياً أو أوتوماتيكياً لإنتاج المفاتيح وتخزينها وتوزيعها واستخدامها خلال دورة حياتها.

٩٤) علل: تتحكم الحكومة الأمريكية بعملية تصدير أجهزة التشفير وأنظمتها.

لأنها تعد من الأسرار العسكرية ومتطلبات الأمن القومي.

٩٥) تسمح القوانين الأمريكية باستخدام التشفير في حالات ثلاث فقط؛ أذكرها؟

- ١ - إذا كانت المعلومات المراد تشفيرها مالية بين بنوك معروفة.
- ٢ - إذا كانت المعلومات معروفة المحتوى وذات طول محدد.
- ٣ - إذا توافرت أدلة تفيد بأن التشفير لا يمكن استخدامه بسهولة لأغراض أخرى.

٩٦) تقف ثلاث عقبات أمام استخدام التشفير في التجارة الالكترونية، أذكرها؟

- ١ - أن نجاح التشفير يعتمد على أن كل من المتعاملين في السوق الالكتروني يستخدمون تكنولوجيا التشفير نفسها.
- ٢ - أن عملية توزيع المفاتيح تتطلب جهداً كبيراً مما يجد من انتشارها بين المتعاملين.
- ٣ - صعوبة استخدام طرق التشفير وبرمجياته من قبل المستخدم العادي.

تضع بعض الدول قوانين وتشريعات تتعلق بالتشفير واستخدام مفاتيح الترميز والتشفير.

٩٧) يجب وضع معايير قياسية لتقنيات التشفير بين مجموعة من المتعاملين في السوق الإلكتروني؛ علل ذلك.
حيث أن نجاح التشفير يعتمد على أن كل من المتعاملين في السوق الإلكتروني يستخدمون تكنولوجيا التشفير نفسها.

٩٨) تعتبر القضايا القانونية من القضايا الواجب الانتباه لها عند تصميم التشفير؛ علل ذلك؟

حيث تعتمد تقنيات التشفير على وجود وثائق يستطيع عدد قليل من الموظفين فك شفرتها، مما قد يوجد مشكلة إذا ترك بعض هؤلاء الموظفين العمل ورفضوا التعاون على فك شفرتها، هذا بالإضافة إلى القيمة القانونية للوثائق والمحاكم عند نشوب خصومات أو خلافات عليها.

٢ - القضايا القانونية المتعلقة في التجارة الإلكترونية.

٩٩) تهدف القوانين الوطنية والدولية على السواء إلى حماية التجارة الإلكترونية من عدة نواحي، أذكر ثلاثاً منها؟

١ - الخصوصية. ٢ - الملكية الفكرية. ٣ - منع جرائم الحاسوب.

الخصوصية

الخصوصية من القضايا القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية والحماية بموجب القوانين الأردنية و المعاهدات الدولية.
لا يوجد حماية خاصة للخصوصية في المعاملات الإلكترونية وإن كان هناك بعض الأسرار التي يعد إفشاؤها جريمة عبر الانترنت.

الملكية الفكرية

- تمنع جميع القوانين ومن ضمنها القوانين الأردنية الاعتداء على الملكية الفكرية وحقوق النشر.
- إن أمر كشف الإعتداء على الملكية الفكرية والأسماء التجارية بصورة الكترونية و معاقبة مرتكبي هذه الأفعال أمر بالغ الصعوبة.
- تقوم هيئات دولية بحل النزاعات الناشئة عن الملكية الفكرية بوسائل إلكترونية تمتاز بالسرعة وقد أنشأت محاكم لهذا الخصوص.
- المنظمة الدولية لحقوق الملكية الفكرية (WIPO) تعتبر من المحاكم الخاصة بمتابعة قضايا الملكية الفكرية.

منع جرائم الحاسوب

عالج القانون الأردني جرائم الحاسوب بصورة عامة في قانون المعاملات الإلكترونية.

أهم ما عالجه القانون الأردني لمنع جرائم الحاسوب:

العقوبة

الحبس أو الغرامة أو كلتا العقوبتين.

الجريمة

- ١ - إنشاء شهادة توثيق (الشهادة الرقمية) لغرض الاحتيال أو لغرض غير مشروع.
- ٢ - تقديم معلومات غير صحيحة لجهة توثيق المستندات الإلكترونية لغايات إصدار شهادة توثيق أو إلغائها.
- ٣ - تقديم معلومات غير صحيحة أو إفشاء أسرار أحد العملاء من قبل جهة توثيق المستندات الإلكترونية.

الغرامة

الحبس و الغرامة

أو العقوبة الأشد إن كان التجريم في القوانين الأخرى
يضع عقوبة أشد

٤ - ارتكاب فعل مجرم في القانون (الاحتيال) باستخدام الوسائل الإلكترونية.

٥ - حماية المشتري:

- حماية المشتري وامن عمليات الدفع الالكتروني وسريتها من واجب المؤسسة المالية التي تمارس أعمال التحويل والدفع الالكتروني.
على المشتري تبليغ المؤسسة المالية بإمكانية معرفة الغير لرقم بطاقة الدفع الالكتروني الخاصة به.
لإعفائه من مسؤولية استخدام حسابه بصورة غير مشروعة، و نقل تبعة المسؤولية إلى المؤسسة المالية ما لم يثبت أن إهمال المشتري هو السبب وأن المؤسسة المالية لم تقم بما يلزم للحيلولة دون وقوع سحبات غير مشروعة.

١٠٠) إذا صدرت رسالة الكترونية من عنوان المرسل فتعد الرسالة صحيحة وملزمة للمرسل بإستثناء إحدى الحالتين الآتيتين، ما هما؟
إذا ثبت أن المرسل لم يقوم بإرسال هذه الرسالة أو يعلم بإرسالها، وذلك بتبليغ المرسل إليه ذلك.
أو إذا كان واضحاً للمرسل إليه بأن المرسل لم يقم بإرسالها.

حجية العقود الإلكترونية والاعتراف بالمعاملات الإلكترونية:

- يعترف القانون الأردني بالبرهان المتبادل المقصود بها إنشاء التزامات متبادلة وتعد صحيحة وملزمة للأطراف.

لا يمكن إجراء بعض العقود والمعاملات إلكترونياً وفقاً للقانون الأردني.

١٠١) لا يمكن إجراء بعض العقود والمعاملات إلكترونياً ويشترط تسجيلها لدى الدوائر الخاصة بها، أذكر ثلاثة أمثلة على ذلك؟

- ١ - بيع الأراضي والسيارات.
- ٢ - الدعاوي القضائية.
- ٣ - بيع الأوراق المالية.
- ٤ - الوصية.
- ٥ - الوقف.

١٠٢) السجلات الإلكترونية (كالرسائل الواردة) لها حجية الوثائق الورقية بشرط توافر ثلاثة شروط، أذكرها؟

- ١ - أن تكون المعلومات الموجودة في السجل قابلة للحفظ والتخزين والاسترجاع.
- ٢ - إمكانية احتفاظ السجل بالمعلومات المخزنة فيه بشكل دقيق وإمكانية إثبات هذه المعلومات.
- ٣ - إمكانية إثبات هوية منشئ الرسالة الإلكترونية ومستلمها وتواريخ الاستلام والتسليم.

إن شروط حجية الوثائق الالكترونية يمكن تطبيقها باستخدام أنظمة الحماية والتشفير.

ملاحظة ١:

- إذا كانت المعلومات المرسله ثانوية ولا يقصد بها انعقاد العقد؛ فيمكن إثباتها دون توافر شروط حجية العقود.

ملاحظة ٢:

المعلومات المشفرة المرسله للغير لا يمكن اعتبارها وثيقة بحد ذاتها ما لم يرسل المفتاح العام لفك التشفير للمرسل إليه.

٧ - الضرائب

لم تحدد القوانين الأردنية ضريبة معينة على المعاملات الالكترونية، لذلك يرجع بشأن هذا الموضوع إلى القوانين المتعلقة بضريبة المبيعات المفروضة على الاستيراد والبيع والضرائب الأخرى بوجه عام.

٨ - التوثيق

١٠٣) وضع المشرع الأردني القواعد اللازمة لحماية أمن الرسائل الالكترونية وسلامتها وحجبتها ونفاذها، أذكر أربعاً من هذه القواعد؟
(وضع المشرع الأردني القواعد اللازمة لضمان إعطاء التوقيع الالكتروني فعالية التوقيع العادي، أذكر أربعاً من هذه القواعد؟)

- ١ - الاعتراف بالتوقيع الالكتروني كبديل للتوقيع العادي إذا أمكن تحديد هوية المنشع.
- ٢ - يجب أن يكون التوقيع الالكتروني موثقاً حتى يعد دليلاً على مضمون الرسالة الالكترونية، وإلا فلا يعد توقيعاً للغايات القانونية.
- ٣ - يعد التوقيع الالكتروني موثقاً توثيقاً سليماً إذا صدر عن إحدى الجهات المعتمدة في التوثيق شريطة ان يكون التوقيع الالكتروني قد أرسل خلال مدة سريان شهادة التوثيق و مطابقاً لرمز التعريف المبين في تلك الشهادة.
- ٤ - جهة توثيق غير مرخصة ولكن اتفق الأطراف على اعتمادها كمصدر للشهادة.

١٠٤) أذكر الجهات المعتمدة لإصدار شهادات التوثيق (الشهادة الرقمية) على التوقيع الإلكتروني (توثيق التوقيع الالكتروني)؟

- ١ - جهة ترخيص معتمدة في المملكة الأردنية الهاشمية.
- ٢ - جهة ترخيص معتمدة ومرخصة من سلطة مختصة في دولة اخرى.
- ٣ - دائرة حكومية أو مؤسسة أو هيئة مفوضة قانوناً بإصدار هذه الشهادة.
- ٤ - جهة توثيق غير مرخصة ولكن اتفق الأطراف على اعتمادها كمصدر للشهادة.

أولاً: أنظمة الدفع الإلكتروني

(١) ما سبب ظهور الحاجة إلى النقود؟

وذلك بسبب مساوئ عملية المقايضة ومن أهمها صعوبة التقاء رغبات المشتريين مع الباعين.

(٢) أذكر ثلاثاً من خصائص النقود؟

- (١) وسيط للتبادل ذي قابلية عامة.
- (٢) يتم دفعه مقابل للسلع والخدمات.
- (٣) قابل للتخزين والتجزئة.

(٣) أذكر مراحل تطور التبادل المالي؟

- ١ - تم استخدام الملح كوسيلة للتبادل المالي في البداية.
- ٢ - استخدمت العملات المعدنية مثل الذهب والفضة.
- ٣ - ظهر الصيرفي.
- ٤ - النقود الورقية والمصرفية.

(٤) من هو الصيرفي؟

هو الشخص الذي كان يقبل الودائع (المعادن الثمينة) مقابل إيصال أو شهادات إيداع بمبلغ الوديعة ويحصل مقابل ذلك على عمولة.

(٥) تستخدم وسائل متعددة للدفع في التجارة التقليدية، أذكر أربعاً منها؟ (وسائل الدفع التقليدية)

- ١ - الدفع نقداً.
- ٢ - الدفع عن طريق البطاقات.
- ٣ - الدفع عن طريق الشيكات.
- ٤ - التحويل المالي.

ملاحظة هامة:

يعد الدفع المالي عنصراً متمماً للتجارة سواء التقليدية أم الإلكترونية.

(١) الدفع نقداً

(٦) يعد النقد الوسيلة الأكثر شيوعاً في عمليات الشراء، علل ذلك؟

- ١ - حيث يتميز بالقبول العالمي لدى أغلبية التجار.
- ٢ - عدم الحاجة لمعرفة هوية المشتري.
- ٣ - لا توجد تكلفة للدفع.

(٢) الدفع عن طريق البطاقات

(٧) ما هو شرط الدفع عن طريق البطاقات؟

يتم الدفع عن طريق البطاقات في حال ان التاجر يقبل هذا النوع من الدفع.

(٨) أذكر خطوات الدفع عن طريق البطاقات؟

- ١ - يقوم المشتري باختيار السلعة وعند الدفع يسلم المشتري (حامل البطاقة) بطاقته إلى التاجر.
- ٢ - يقوم التاجر بالتأكد من مطابقة المعلومات المثبتة على البطاقة بتمريرها في جهاز نقاط البيع الموصول بشبكة البنوك. أو إدخال رقم البطاقة يدوياً من خلال الجهاز.
- ٣ - يوقع المشتري على إيصال الشراء ويحتفظ بنسخة منه.
- ٤ - تنتقل المبالغ المالية عبر النظم المصرفية إلى حساب التاجر بمقابل عمولة على كل عملية شراء.
- ٥ - يقوم بنك المشتري بإصدار كشف شهري يبين المشتريات التي قام المشتري بإجرائها.

(٩) ما المقصود بحساب التاجر؟

لكي يتقبل التاجر البطاقات الائتمانية وغيرها كوسيلة للدفع يجب أن يقوم التاجر بفتح حساب خاص في البنك يطلق عليه حساب التاجر. مما يمكنه من الارتباط بالشبكة الخاصة للبنوك والمؤسسات المالية المصدرة للبطاقة، للتحقق من البطاقة وإكمال عملية تحويل الأموال مقابل رسوم مالية.

(١٠) علل كل من العبارات الآتية:

- ١ - قد يقوم البائع برفع سعر السلعة مقابل الدفع بالبطاقات. حيث تنتقل المبالغ المالية عبر النظم المصرفية إلى حساب التاجر بمقابل عمولة على كل عملية شراء.
- ٢ - تتم عملية الدفع باستخدام البطاقات بسرية وأمان. لأن المعلومات تنتقل عبر شبكة خاصة بالبنوك.
- ٣ - لا يرغب بعض التجار باستخدام البطاقات كوسيلة للدفع. وذلك بسبب وجود عمولة على البطاقات.
- إمكانية التعرض إلى عملية الإحتيال (قيام شخص باستخدام بطاقة لشخص آخر في عملية الشراء).
- لأن عملية التسوية تتم عقب أيام قليلة من أيام الشراء.

(١١) اذكر اوجه الشبه وأوجه الاختلاف في بطاقات الدفع؟

تتفق جميع البطاقات في أنها أدوات مقبولة لتسوية المدفوعات الشخصية وتختلف فيما تؤديه لحاملها من خدمة وفي زمن تسوية المدفوعات.

(١٢) هناك انواع مختلفة من البطاقات ، أذكر أنواع بطاقات الدفع؟

- ١ - بطاقة الخصم (الدين).
- ٢ - بطاقة التسجيل على الحساب.
- ٣ - بطاقة الإئتمان.

١٣) قارن بين بطاقة الخصم و بطاقة الإئتمان وبطاقة التسجيل على الحساب؟

بطاقة الخصم

- إصدار هذا النوع من البطاقات مشروطاً بفتح العميل لحساب مصرفي لدى البنك أو إيداع مبلغ لدى المؤسسة المالية المصدرة للبطاقة.
- تتطلب من المشتري إدخال رقم خاص بالبطاقة من خلال جهاز نقاط البيع.
- لا يسمح بإتمام عملية الشراء إذا قل الرصيد عن قيمة الشراء.
- كلما استخدم العميل البطاقة يقوم البنك المصدر بالسحب مباشرة من حسابه لسداد قيمة الفاتورة الواردة من التاجر.

بطاقة الإئتمان

- بطاقة خاصة يصدرها المصرف أو المؤسسة المالية لعميله، تمكنه من الحصول على السلع والخدمات من محلات وأماكن معينة.
- لا يلزم للحصول عليها وجود رصيد في حساب العميل لدى مصدر البطاقة.
- يمكن لحامل البطاقة أن يسدد ما عليه على شكل دفعات منتظمة أو غير منتظمة ولكنه يتحمل دفع الفوائد بصفة يومية على رصيده المدين.

بطاقة التسجيل على الحساب

- بطاقة يمنح بها البنك المصدر حامل البطاقة قرضاً في حدود معينة ولزمن معين.
- يجب تسديد المبلغ كاملاً في وقت محدد متفق عليه عند إصدار البطاقة.
- يترتب حاملها لدى تأخير السداد دفع فائدة مالية.
- تتقاضى البنوك رسوماً على إصدار هذه البطاقة وعلى التجديد.

١٤) اذكر اسم البطاقة الالكترونية التي تحقق كل من المواصفات الآتية:

صيفية ٢٠٠٨

اسم البطاقة	مواصفات البطاقة
	١ - شرط فتح العميل لحساب مصرفي .
	٢ - يجب تسديد المبلغ كاملاً في وقت محدد متفق عليه عند إصدار البطاقة.
	٣ - لا يلزم وجود رصيد.
	٤ - يتقاضى البنك رسوماً على إصدارها.
	٥ - بطاقة يمنح بها البنك المصدر حامل البطاقة قرضاً في حدود معينة ولزمن معين.

١٥) وضح المقصود بخدمة عكس عملية الدفع؟

هي خدمة قامت المؤسسات المالية المصدرة للبطاقات باستحداثها لتشجيع الأفراد على استخدام البطاقات، حيث يُعطي الحق لبنك العميل (حامل البطاقة) في استرداد المبالغ التي خصمت على حسابه إذا لم يقرها أو اعترض على صحتها وتخضم بالتالي من حساب التاجر.

(٣) الدفع عن طريق الشيكات

١٦) عرف الشيك؟

الشيك هو أمر مكتوب غير مشروط معنون من شخص إلى آخر، وموقع من كاتب الشيك للبنك ليدفع عند الطلب مبلغاً محدداً من المال.

١٧) تفضل المؤسسات التجارية والمالية استخدام الشيكات كوسيط للدفعات ، علل ذلك؟

وذلك لما لها من تأييد قانوني كامل، حيث أن حامل الشيك يمكن أن يأخذ إجراءً قضائياً ضد مانح الشيك في حال عدم القدرة على صرف الشيك بسبب عدم كفاية الرصيد.

(٤) التحويل المالي

ملاحظة:

تعد فروع البنوك وآلات الصراف الآلي من وسائل الدفع الشائعة؛ حيث يزور العميل أحد فروع البنك أو آلات الصراف لإيصال الدفعات إلى الباعة.

١٨) قارن بين الدفع نقداً والدفع بالبطاقات من حيث:

وجه المقارنة	الدفع نقداً	الدفع بالبطاقات
كمية المبلغ المدفوع	قليلة غالباً	كبيرة
الأمن	يوجد خطر السرقة أو النسيان أو التزوير	الأمن عالٍ حيث يتم التأكد من صحة البطاقات.
مدى تقبل التجار لاستخدامها	لها قبول واسع خاصة في الدول العربية	ليس لها قبول واسع لأسباب متعددة.

١٩) أذكر المشكلات أو العوائق التي تعاني منها وسائل الدفع التقليدية؟

صيفية ٢٠١١

- ١ - تكاليف الصيانة العالية.
- ٢ - حاجتها لقوة بشرية كبيرة للتشغيل.
- ٣ - عائق الحدود الجغرافية.

٢٠) عرف نظام الدفع كما عرفه المصرف المركزي الأوروبي؟

مجموعة من الوسائل والإجراءات التي تسهل عملية التسليم أو التحويل عبر وسائل الدفع لحل الالتزامات المالية التي تنتج عن النشاطات الاقتصادية

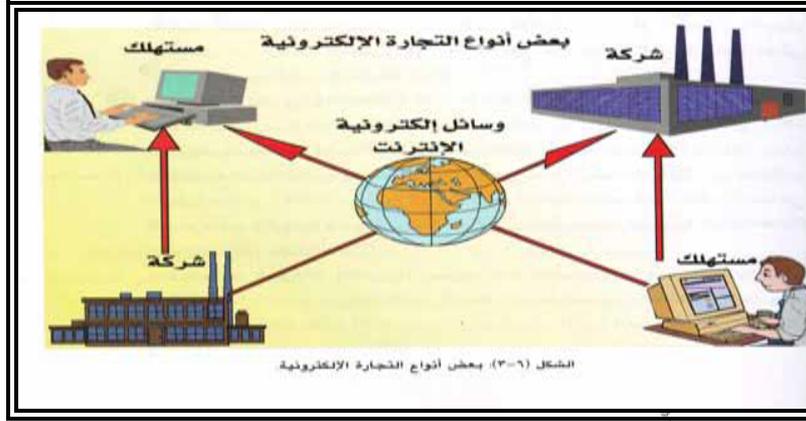
٢١) أذكر مكونات نظام الدفع المالي؟

- ١ - مؤسسات وأفراد يشار إليهم بالدافع والمدفوع له.
- ٢ - الإجراءات القانونية و اللوائح والتعليمات التي تحدد المسؤوليات والعلاقة بين الأفراد و المؤسسات.
- ٣ - وسائل الدفع: هي الوسائل التي تمكن الزبائن من تحويل الأموال إلى التجار مثل النقد والسندات المالية والبطاقات والوسائل الالكترونية.
- ٤ - طرف ثالث: هي مؤسسات مالية غير بنكية تزود الاتصال بالشبكات المالية لتنشيط الصفقات وتحويلها للحسابات الموجودة في البنوك.

ثانياً: وسائل الدفع الالكترونية

٢٢) أذكر أنواع التجارة الالكترونية مع ذكر الاختصار الدال على كل منها؟

- ١ - الشركة إلى الشركة (B2B)
- ٢ - الشركة إلى المستهلك (B2C)
- ٣ - المستهلك إلى الشركة (C2B)
- ٤ - المستهلك إلى المستهلك (C2C)



٢٣) وضح العبارة الآتية: تتعدد وسائل الدفع والتي تناسب كل نوع من أنواع التجارة الالكترونية؟
وذلك لاختلاف أنواع التجارة الالكترونية.

١ - وسائل الدفع الالكتروني في نموذج شركة إلى شركة (B2B)

٢٤) أذكر وسائل الدفع المستخدمة في نموذج شركة إلى شركة (B2B)؟

- ١ - شبكات التحويل المالي الالكتروني (EFT).
- ٢ - التحويل البنكي (LC).
- ٣ - الشيكات الالكترونية.

أ - شبكات التحويل المالي الالكتروني.

٢٥) ما أهمية شبكات التحويل المالي الالكتروني؟

وفرت وسيلة سريعة لنقل المعاملات المالية من أوامر الدفع بين البنوك؛ مما يقلل كلفة العملية ووقتتها خصوصاً عندما تكون المبالغ المتداولة بين الشركات كبيرة.

ب - الاعتماد البنكي

٢٦) وضح المقصود بالاعتماد البنكي؟

هي اتفاقية مكتوبة من قبل المصرف يُدفع بمقتضاها للبائع من حساب المشتري مبلغ من المال بناءً على تقديم بعض الوثائق من البائع.

٢٧) أذكر فوائد الاعتماد البنكي بالنسبة للبائع؟

- ١ - يعطي البائع درجة عالية من الأمان للدفع إذا تحققت كل الشروط.
- ٢ - تقل فيها نسبة المخاطرة إلى أدنى مستوياتها.

٢٨) أذكر فوائد الاعتماد البنكي بالنسبة للمشتري؟

- ١ - تعطي المشتري فرصة أكبر للتفاوض والمساومة.
- ٢ - الأموال لا تسحب من رصيد المشتري إلا بعد التحقق من جميع الوثائق مما يعطي المشتري فرصة أكبر للاحتفاظ بماله.

ج - الشيكات الالكترونية

٢٩) عرف الشيك الالكتروني؟

رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مُصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله).
والشيك الالكتروني هو المكافئ الالكتروني للشيكات الورقية التقليدية وتصمم الشيكات الالكترونية بحيث تشبه الشيكات الورقية.

٣٠) قارن بين الشيك التقليدي و الشيك الالكتروني من حيث:

وجه المقارنة	الشيك التقليدي	الشيك الالكتروني
الجهة المصدرة	البنك - البنك الالكتروني	البنك الالكتروني
كيفية التوقيع	يدوياً	التوقيع الالكتروني
التحقق من هوية الدافع	مطابقة التوقيع بالاضافة للهوية الشخصية	استخدام تطبيق هاش للتحقق من التوقيع
التحقق من توافر المبلغ	المقاصة اليدوية	المقاصة الالكترونية
تكلفة المعالجة	تتراوح بين ٧٥,٠٠ من الدولار إلى ٣ دولار	تبلغ تكلفة معالجته ٠,٥٠ من الدولار

٣١) علل العبارة الآتية: توقع الشيكات الالكترونية الكترونياً باستخدام مفتاح التشفير الخاص للجهة المصدرة للشيك.

وذلك للحفاظ على سرية المعلومات وحماية البيانات من أي تغيير أو تطفل.

٣٢) اكتب الخطوات اللازمة لعملية الدفع من خلال الشيكات الالكترونية؟

- ١ - يقوم المشتري بالحصول على نماذج شيكات الكترونية من بنك مرخص بذلك بناءً على حساب يفتحه في البنك.
- ٢ - يقوم المشتري بعملية الشراء وطلب السلعة ويكتب شيكاً إلكترونياً موقعاً إلكترونياً ويرسله للتاجر.
- ٣ - يقوم التاجر بالتحقق من كل مما يأتي: هوية المشتري - هوية البنك.
- ٤ - يرسل التاجر الشيك إلى البنك الخاص به لإيداعه في الحساب.
- ٥ - تتم التسوية بين بنك المشتري وبنك التاجر من خلال المقاصة الالكترونية.
- ٦ - يحول بنك المشتري قيمة الشيك إلى بنك التاجر.

٣٣) أذكر فوائد استخدام الشيكات الالكترونية؟

- ١ - يفيد التاجر في معرفة الشيكات المرتجعة إلكترونياً.
- ٢ - يقلل من استخدام الأوراق.
- ٣ - تعتبر وسيلة لتجميع الشيكات والأموال من المشتريين.

٢ - وسائل الدفع الالكتروني في أنموذج شركة إلى مستهلك (B2C)

٣٤) أذكر وسائل الدفع المستخدمة في أنموذج شركة إلى مستهلك (B2C)؟ شتوية ٢٠١٠

- ١ - البطاقات
- ٢ - الدفع بضمان طرف ثالث.
- ٣ - الشيكات الالكترونية.
- ٤ - البطاقة الذكية.
- ٥ - النقد الرقمي الالكتروني.

أ - البطاقات

٣٥) ما هو الأمور التي يجب ان يقوم بها التاجر للدفع باستخدام البطاقات؟

- ١ - يجب على التاجر فتح حساب لدى إحدى البنوك.
- ٢ - الحصول على شهادة رقمية للموقع وتوقيع إلكتروني لضمان التعامل مع الموقع بسرية وأمان.

٣٦) بماذا يختلف بين الدفع باستخدام البطاقات عن الدفع التقليدي؟

يختلف الدفع بالبطاقات عن الدفع التقليدي في وسيلة التحقق من صحة البيانات في أنها تتم عبر شبكة الإنترنت دون وجود البطاقة.

٣٧) علل العبارة الآتية: تحتاج عملية الدفع باستخدام البطاقات لدرجة حماية عالية عند إرسال معلومات البطاقة لموقع التاجر.

حيث يتم التحقق من صحة البيانات عبر شبكة الإنترنت دون وجود البطاقة.

٣٨) أذكر البروتوكولات المستخدمة في حماية المعلومات المرسله عند الدفع باستخدام البطاقات الائتمانية؟

- (١) بروتوكول التراسل الآمن (SSL).
- (٢) بروتوكول التبادل الالكتروني الآمن (SET).

٣٩) قارن بين بروتوكول (SSL) والبروتوكول (SET)؟ صيفية ٢٠١٠

بروتوكول (SET)	بروتوكول (SSL)	وجه المقارنة
١ - التاجر.	١ - الخادم.	الأطراف التي يتحقق من هويتها
٢ - حامل البطاقة الائتمانية.	٢ - المستخدم.	
يتحقق	لا يتحقق	التحقق من حصول الأطراف على الشهادة الرقمية

٤٠) علل العبارة الآتية: لا يصلح الدفع بالبطاقة الائتمانية المشفرة في الدفعات التي تقل عن ١٠ دولارات؟

حيث أن لكفة معالجة عملية التحويل المالي تكون مرتفعة بالنسبة لقيمة الدفع في هذه الحالة.

ملاحظة ١: عملية الدفع بالبطاقة الالكترونية المشفرة باستخدام البروتوكول (SET) تتطلب حصول المشتري على شهادة رقمية.

ملاحظة ٢: من المواقع الالكترونية التي تسمح بهذا النوع من الدفع موقع www.cybercach.com

ب - الدفع بضمانة طرف ثالث

٤١) أذكر خصائص الدفع بضمانة طرف ثالث؟

- ١ - لا يحتاج المشتري استخدام بيانات بطاقته الائتمانية عبر الانترنت عند الدفع مما يعطيها حماية أكبر.
- ٢ - لا يحتاج المتعاملون بهذه الطريقة إلى شراء برمجيات أو أجهزة ولكن يحتاجون فقط إلى حساب بريد الكتروني وإلى حساب مع الطرف الثالث
- ٣ - تعد كلفة الاشتراك والتبادل المالي من خلال الطرف الثالث غير مكلفة لكل من المشتري والبائع.
- ٤ - يحقق الطرف الثالث الأرباح من خلال حجز المال بعض الوقت قبل إرسالها للتاجر.

٤٢) ما المقصود بالطرف الثالث في عملية الدفع؟

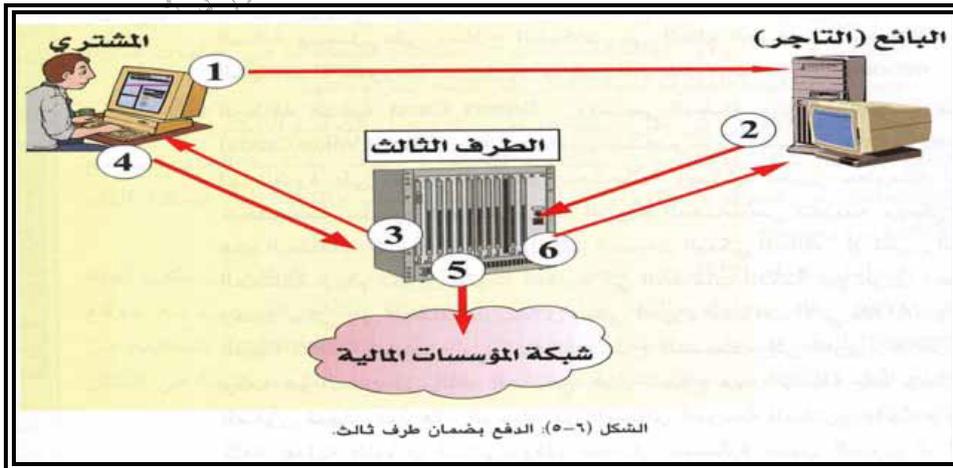
الطرف الثالث قناة اتصال بين مؤسسات بطاقات الائتمان والبنوك والشركات التي تعالج معلومات البطاقات والانترنت.

٤٣) ما هي الخطوات التي يجب أن يقوم بها كلاً من التاجر والمشتري للقيام بالدفع بضمانة طرف ثالث؟

يجب أن يقوم كل من المشتري والتاجر بتسجيل حساب لدى الطرف الثالث، وتقديم المعلومات الضرورية بالإضافة إلى وسيلة دفع مثل بطاقة الائتمان العادية فيحصل على رقم خاص (PIN).

٤٤) اذكر خطوات عملية الدفع بضمانة طرف ثالث؟

- ١ - يرسل المشتري طلب الشراء ورقم هويته (PIN) لموقع التاجر.
- ٢ - يرسل التاجر معلومات الشراء وهوية المشتري إلى الطرف الثالث.
- ٣ - يطلب الطرف الثالث تأكيد الصفقة من المشتري.
- ٤ - يقوم المشتري بتأكيد الصفقة أو رفضها.
- ٥ - يرسل الطرف الثالث المعلومات خلال بوابة دفع إلى الشبكة المالية المغلقة لإكمال العملية.
- ٦ - يستلم التاجر النتيجة سواء تم الدفع من بطاقة الائتمان أم لا.



٤٥) بماذا قامت المؤسسات المصدرة للبطاقات لحماية المشتري من التحايل؟

قامت المؤسسات المصدرة للبطاقات بتوفير خدمة عكس الدفعات المالية Chargeback لحماية المشتري من التحايل.

٤٦) ما المقصود بخدمة عكس الدفعات المالية؟

هي خدمة تقدمها المؤسسات المصدرة للبطاقات لحماية المشتري من التحويل والتي يُلزم فيها التاجر بإرجاع قيمة المشتريات إذا ثبت ادعاء المشتري بأنه لم يتم بعملية الشراء، أو كانت السلعة غير للمواصفات التي تم الاتفاق عليها.

٤٧) بماذا تقوم شبكة المؤسسات المالية (الطرف الثالث) لحماية معلومات وأرقام بطاقات الإئتمان؟

يحتفظ الطرف الثالث بمعلومات وأرقام بطاقات الإئتمان على أجهزة غير متصلة بالشبكة لحمايتها.

ج - الشيكات الالكترونية

٤٨) ما طبيعة الدفعات المالية التي تستخدم فيها الشيكات الالكترونية؟

تستخدم للدفعات المالية الكبيرة نسبياً.

٤٩) ما هو شرط الدفع عن طريق الشيكات الالكترونية؟

يشترط وجود حساب بنكي للمشتري للتعامل بالشيكات الالكترونية.

٥٠) أذكر طرق الحصول على نماذج الشيكات الالكترونية؟

١ - من خلال بنك مرخص
٢ - عن طريق طرف ثالث مثل www.checksecure.com

د - البطاقة الذكية

٥١) ما المقصود بالبطاقة الذكية؟

هي بطاقة تستخدم شريحة مدمجة لها القدرة على تخزين البيانات ومعالجتها وتسمى البطاقات ذات القيمة المخزنة. ومنها تخزين معلومات أكثر من ٥٠٠ ضعف مما تستطيع البطاقات ذات الشريط المغناطيسي تخزينه.

٥٢) اذكر ثلاثة مجالات لاستخدام البطاقات الذكية؟

- ١ - الوصول إلى الحساب البنكي للمالك.
 - ٢ - لشراء المنتجات.
 - ٣ - تخزين المعلومات المختلفة.
- تلاميذ المدارس في هونج كونج يستعملون البطاقات الذكية لتسجيل الدخول والخروج من المدرسة.

٥٣) وضح آلية (طريقة) تخزين القيمة النقدية في البطاقات الذكية واستخدامها؟

- يتم تخزين القيمة النقدية في البطاقات الذكية عن طريق تحويلها من رصيد بنكي إلى البطاقة من خلال بعض أجهزة الصراف الآلي (ATM).
- ولاستخدام القيمة النقدية المخزنة في البطاقة يحتاج المستخدم إلى قارئ خاص للبطاقة.

٥٤) ما وجه الشبه بين النقد الحقيقي والقيمة النقدية المخزنة في البطاقة الذكية؟

إن ضياع البطاقة الذكية يعد خسارة للمبلغ المخزن فيها.

٥٥) علل العبارة الآتية: تعد وسيلة الدفع عن طريق البطاقة الذكية وسيلة مربحة للمشتري والبائع.

١ - بسبب كلفة عملية التبادل المالي. ٢ - قلة احتمال الخسارة بسبب التزوير أو الاحتيال. ٣ - سرعة عملية التبادل المالي.

٥٦) أذكر مثلاً واحداً على المؤسسات التي توفر خدمة الدفع عن طريق البطاقة الذكية؟

Mondex

Blue American Express

سامر جديد (العلامة الكاملة في التجارة الإلكترونية)

٣ - وسائل الدفع الإلكتروني في نموذج مستهلك إلى مستهلك (C2C)

٥٧) أذكر وسائل الدفع المستخدمة في نموذج مستهلك إلى مستهلك (C2C)؟

- ١ - النقد الإلكتروني. ٢ - الشيكات الإلكترونية.

٥٨) أذكر مثلاً على مواقع التجارة الإلكترونية من النوع (C2C)؟

تمثل مواقع المزادات الإلكترونية أشهر مواقع هذا النوع من التجارة الإلكترونية.

٥٩) ما أهمية وسائل الدفع الإلكترونية عبر الانترنت في نموذج (C2C)؟

لقد ساعدت وسائل الدفع الإلكترونية عبر الانترنت التحويل المالي بين الأفراد بطريقة ميسرة وغير مكلفة للدفعات الصغيرة.

٦٠) أذكر اثنتين من استخدامات النقد الرقمي الإلكتروني؟

- ١) الدفع من المشتري للبائع. ٢) التبادل المالي بين الأفراد.

٦١) أذكر مثلاً على الأنظمة التي تسمح بالتبادل المالي بين الأفراد؟

النظام *PayPal* يسمح للأفراد بالتسجيل مجاناً في الموقع www.paypal.com ومن ثم إرسال النقد الإلكتروني بواسطة البريد الإلكتروني لشخص آخر وقيمة هذه الدفعات يمكن أن تكون صغيرة ويعمل الموقع كطرف ثالث موثوق به في موقع المزادات.

٦٢) أذكر مثلاً على المواقع الإلكترونية التي تسمح بالتبادل المالي بين الأفراد (المزادات الإلكترونية)؟

www.paydiect.yahoo.com

٤ - وسائل الدفع الإلكتروني في نموذج مستهلك إلى شركة (C2B)

٦٣) أذكر وسائل الدفع المستخدمة في نموذج مستهلك إلى مستهلك (C2B)؟

- ١ - النقد الإلكتروني. ٢ - الشيكات الإلكترونية.

٦٤) أذكر مميزات الدفع الإلكتروني في نموذج "مستهلك إلى شركة" (C2B)؟

- ١ - في النوع من التجارة الإلكترونية يكون طرف الشركة هو البادئ في عملية الدفع والتحويل المالي.
٢ - عادةً يكون هناك اتفاق على إعادة النقود في حال عدم مطابقة المنتج للمواصفات المتفق عليها.

تصنيف وسائل الدفع الإلكتروني

٦٥) يمكن تصنيف وسائل الدفع الإلكتروني لأكثر من نوع من أنواع التجارة الإلكترونية اعتماداً على عدة معايير، عدد أربعاً منها؟

- ١ - طبيعة عملية التبادل الإلكتروني.
- ٢ - طريقة التسوية أو المقاصة.
- ٣ - أسلوب حماية عملية الدفع الإلكتروني والتأكد من هوية الدافع، مثل عمليات التشفير والتوقيع الإلكتروني والشهادات الرقمية.
- ٤ - المخاطرة المتعلقة بعملية الدفع الإلكتروني والتزوير و الاحتيال.

٦٦) أذكر ثلاثاً من الأساليب المستخدمة في حماية عمليات الدفع الإلكتروني والتأكد من هوية الدافع؟

- ١ - عمليات التشفير.
- ٢ - التوقيع الإلكتروني.
- ٣ - الشهادات الرقمية.

٦٧) قارن بين طرق الدفع الإلكتروني باستخدام النقد الإلكتروني *E-chach* والدفع بضمان طرف ثالث من حيث:

وجـه المقارنة	الدفع بالنقد الإلكتروني	الدفع بضمان طرف ثالث
الحاجة لبرمجيات خاصة	تحتاج لبرمجية المحفظة الإلكترونية	لا تحتاج إلى برمجيات
مستوى الأمن	منخفض	عالي
طبيعة السلع التي يمكن شراؤها	البضائع التي تقل قيمتها عن ١٠ دولارات	جميع أنواع البضائع.

يارب

إذا أعطيتني علماً أعطني معه حكمة...
 وإذا أعطيتني مالاً أعطني معه كرمًا...
 وإذا أعطيتني قوة أعطني معها رحمة...
 وإذا أعطيتني سلطة أعطني معها عدلاً...
 وإذا أعطيتني مسئولية أعطني معها أمانة...
 وإذا أعطيتني نجاحاً أعطني معه تواضعاً

ثالثاً: أثر التجارة الالكترونية على العمل البنكي

٦٨) عرف البنك؟

البنك هو مؤسسة مالية تنصّب عملياتها الرئيسية على حشد الموارد المالية والنقود الفائضة عن حاجة الجمهور ورجال الأعمال والدولة بغرض توظيفها أو إقراضها لآخرين وفق أسس وقواعد معينة.

٦٩) عدد مكونات الجهاز المصرفي؟ (عدد أنواع البنوك؟)

- ١ - البنوك المركزية.
- ٢ - المصارف التجارية.
- ٣ - المصارف الإسلامية.
- ٤ - المصارف الزراعية.
- ٥ - المصارف الصناعية.

١ - البنوك المركزية.

٧٠) أذكر أهم مميزات (وظائف) البنك المركزي؟

- ١ - يعد البنك المركزي قلب الجهاز المصرفي.
 - أ. فهو يشرف على النشاط المصرفي بشكل عام.
 - ب. يقوم بإصدار أوراق النقد.
 - ج. يعمل على المحافظة على استقرار قيمة أوراق النقد.
- ٢ - يسمى "بنك الحكومة".
 - أ. حيث يتولى القيام بالخدمات المصرفية للحكومة.
 - ب. يشارك الحكومة في رسم السياسات النقدية والمالية.
- ٣ - هو أيضاً "بنك البنوك".
 - أ. يحتفظ بحسابات المصارف لديه.
 - ب. يقوم بإجراءات المقاصة بين البنوك.

٢ - المصارف التجارية.

٧١) علل العبارة الآتية: سميت المصارف التجارية بـ"مصارف الودائع".

- حيث تمثل الودائع المصدر الأساسي لمواردها.
- أ - تقوم بقبول اموال المودعين التي تستحق عند الطلب او بعد فترة من الزمن.
 - ب - تقوم بمنح التجار ورجال الأعمال والصناعة قروضاً قصيرة الأجل بضمانات مختلفة.

٧٢) تعد المصارف التجارية مثلاً على انواع المصارف، أذكر ثلاثة أنواع أخرى؟

- ١ - المصارف الاسلامية.
- ٢ - المصارف الزراعية.
- ٣ - المصارف الصناعية.

٧٣) أذكر خمساً من الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية لعملائها سواءً أكانوا أفراداً أو مؤسسات وشركات؟

- ١ - الإيداع.
- ٢ - السحب.
- ٣ - القروض.
- ٤ - صرف العملات الأجنبية.
- ٥ - تسديد فواتير الخدمات مثل الهاتف، الكهرباء، الماء.

٧٤) وضح أثر التطور في تكنولوجيا التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات في العمل النكي؟ صيفية ٢٠٠٧

- ١ - دخول شركات و مؤسسات غير بنكية إلى سوق الخدمات البنكية والمالية مثل شركات الدفع المالي المباشر عبر الإنترنت. مما هدد البنوك في أحد أهم الخدمات الأساسية التي تقدمها.
 - ٢ - تقصير الفترة الزمنية اللازمة لتطوير خدمات جديدة مقارنة مع الوضع التقليدي الذي كان يعتمد على القدرة المالية للبنك.
 - ٣ - تغيير في حاجات عملاء البنوك؛ وخاصةً فيما يتعلق بوقت وكيفية الحصول على الخدمات البنكية والمالية.
 - ٤ - فاعلميل اليوم يتوقع أن يحصل على الخدمات من أي مكان يستطيع منه الوصول إلى الإنترنت وفي أي وقت من النهار، مع التزام البنك بالمحافظة على خصوصية معلومات العميل وسريتها ضمن نظام أمن وقطعاً.
 - ٤ - تقليل كلف التشغيل في البنوك.
- تبلغ تكلفة تنفيذ الخدمة في البنك تقريباً ١,٠٧ دولار، وتقل في حالة استخدام الصراف الآلي وتصل ادنى مستوياتها في حالة الخدمة عن طريق الإنترنت.

٧٥) وضح كيف أدى التطور في تكنولوجيا التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات إلى تغيير حاجات عملاء البنوك؟ شتوية ٢٠٠٩

وذلك بتحريهم من قيود الزمان والمكان أو توفير الوقت والجهد والمال.

٧٦) توسعت البنوك في تقديم خدماتها الإلكترونية وتنوعت قنوات تقديم الخدمات المصرفية ، أذكر ثلاثاً من هذه القنوات؟

- ١ - أجهزة الصراف الآلي (ATM)
- ٢ - نقاط البيع الإلكترونية (EPOS)
- ٣ - خدمات البنك المحمول (Mobile Banking).

٧٧) علل: لماذا حررت البنوك الإلكترونية عملائها من قيود الزمان والمكان؟ شتوية ٢٠٠٧

حيث باستطاعة العميل الحصول على الخدمات البنكية بأي وقت من الليل أو النهار ومن أي مكان. ويفضل استخدام شبكة الإنترنت.

٧٨) تقدم البنوك الافتراضية مجموعة من الخدمات المالية لتوسيع قاعدة عملائها، أذكر أربعاً منها؟ شتوية ٢٠٠٧

- ١ - تحويل الأموال بين الحسابات.
- ٢ - دفع الفواتير إلكترونياً.
- ٣ - إنزال بيان حساب.
- ٤ - الحصول على أرصدة الحساب الجاري.
- ٥ - توفر خدمات دعائية لتسويق خدمات المصرف مثل بطاقات الدفع الإلكتروني وبطاقات التسوق عبر الإنترنت.

السؤال؛ صفحة ٢٢٥ اسئلة الوحدة

وضح كيف تساعد البنوك الإلكترونية في تقليل كلفة الخدمات البنكية والمصرفية؟

- ١ - تقليل الحاجة لمكاتب إضافية.
- ٢ - تقليل الحاجة لموظفين إضافيين.
- ٣ - تقليل استخدام الكهرباء والماء.

٧٩) يمكن تصنيف مواقع البنوك الإلكترونية على الانترنت حسب الخدمات التي توفرها إلى مستويات ثلاثة، أذكرها مع التوضيح؟

شتوية ٢٠٠٩ صيفية ٢٠٠٩ شتوية ٢٠١٠ شتوية ٢٠١١ شتوية ٢٠١٢

١ - المستوى الأول: موقع خدمات المعلومات: يقدم البنك معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

٢ - المستوى الثاني: الموقع التفاعلي:

يسمح الموقع بنوع ما من التبادل والاتصال بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة الطلبات أو النماذج.

٣ - المستوى الثالث: موقع خدمة الحركات المالية:

يسمح البنك فيه للعميل بالوصول إلى حساباته وإدارتها، وإجراء الحركات المالية، مثل التحويل من حساباته ودفع الفواتير.

٨٠) علل: توجهت إدارة البنوك نحو استخدام شبكة الانترنت كوسيط للعمليات البنكية وبناء فروع إلكترونية لها (البنوك الإلكترونية)

١ - كلفة بناء البنوك الإلكترونية أقل بكثير من الفروع الحقيقية المبنية بالحجارة.

٢ - ساعدها في توسيع قاعدة عملائها وتقديم خدمات مالية متنوعة.

٨١) وضح المقصود بالبنك الإلكتروني؟

هو النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أي وسيلة أخرى.



رابعاً: تكنولوجيا الأعمال البنكية.

١٢) علل: تعتمد الأعمال المصرفية القائمة على الانترنت على بيئة الشبكات؟

حيث يتم الاتصال بالشبكة من خلال الحواسيب الشخصية و الهواتف و بطاقات الشبكة المتضمنة في الحاسوب.

١٣) أذكر ثلاثاً من الوسائل المستخدمة في الارتباط بالشبكة؟

- ١ - يتم الارتباط بصورة أساسية من خلال خطوط الهواتف.
- ٢ - في بعض الحالات من خلال تكنولوجيا اللاسلكي.
- ٣ - في اغلب الأحيان بدعم من خدمة الطرف الثالث.

١٤) ما المقصود بالمصطلح نقل الأموال بين البنوك إلكترونياً (التحويل المالي الإلكتروني) (EFT)؟

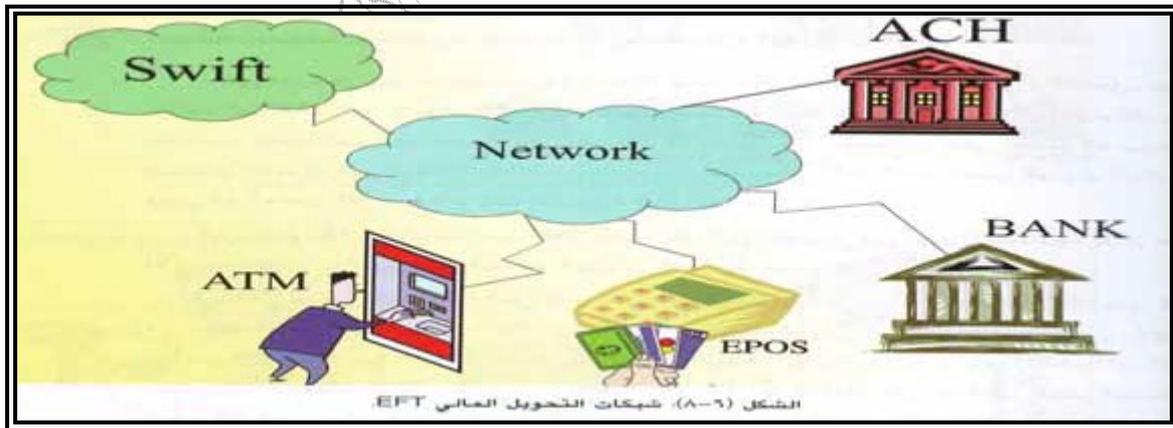
هو مصطلح عام يشير لأي عملية تحويل للأموال تتم من خلال وسائل إلكترونية او اتصال أو حواسيب أو أشرطة مغناطيسية بهدف إعطاء التعليمات أو الصلاحيات لمؤسسة مالية لإيداع أو سحب الأرصدة من حساب ما.

ملاحظة:

يرتبط المركز الرئيس للبنك وباقي فروع شبكة تضمن سرعة تداول البيانات الخاصة بالعملاء وإجراء التسويات اللازمة عليها. إضافة إلى الارتباط بالشبكات الإلكترونية الخاصة بالبنوك والمؤسسات المالية الأخرى.

١٥) هناك أربعة أنواع من الشبكات المكونة لشبكة التحويل المالي الإلكتروني (EFT) التي ترتبط بها البنوك، أذكرها؟

- ١ - شبكات الصراف الآلي (ATM).
- ٢ - شبكة نقاط البيع (EPOS).
- ٣ - شبكة المقاصة الآلية (ACH).
- ٤ - شبكة التحويل الدولية (SWIFT).



السؤال رقم ٢٣ صفحة ٢٢٥ أسئلة الوحدة اذكر العوامل التي ساهمت في الاهتمام بالتبادل المالي الإلكتروني؟

- ١ - توسع الأسواق التي يمكن أن يحصل عليها الفرد.
- ٢ - بطء الإجراءات الاعتيادية في عملية الدفع التقليدية من تحويل الأموال التي يمكن أن تكون التكلفة فيها أكبر من قيمة السلعة.
- ٣ - سهولة الدفع عن طريق الانترنت فلا يحتاج انتقال الشخص من مكانه إلى مكان آخر لإكمال عملية الدفع.
- ٤ - تشجيع عمليات البيع فرما تكون صعوبة الدفع عائقاً يسبب فشل عملية البيع بأكملها.

١ - شبكة أجهزة الصراف الآلي (ATM)

ملاحظة :

تبدو عملية سحب النقود من خلال أجهزة الصراف الآلي للمساهلك آنية وسهلة، وفي الحقيقة تربط اتصالات بنية تحتية معقدة كالأ من اجهزة الصراف الآلي والبنوك ومالكي هذه الأجهزة والتجار.

٨٦) أذكر ثلاثاً من أماكن وجود أجهزة الصراف الآلي (ATM)؟

- ١ - داخل فروع البنوك وخارجها.
- ٢ - في صالات السفر والوصول في المطارات.
- ٣ - في المجمعات التجارية.

٨٧) أذكر ثلاثة من الخدمات التي تقدمها أجهزة الصراف الآلي (ATMs) للعملاء؟

- ١ - أتاحت للعملاء القدرة على مباشرة النشاطات المصرفية طوال ٢٤ ساعة طيلة أيام الأسبوع.
- ٢ - تمكن العميل من سحب المبلغ من خلال أي جهاز صراف آلي تابع لبنك آخر مقابل عمولة بسيطة؛ حيث تتشارك البنوك في شبكة واحدة.
- ٣ - بعض أجهزة الصراف الآلي تمكن العميل من سحب مبالغ مالية من دول أخرى، مثل حاملي بطاقات الفيزا والماستر كارد إذا كان البنك عضواً في شبكة الفيزا العالمية.

٢ - شبكة نقاط البيع (EPOS)

ملاحظة :

ترتبط اجهزة نقاط البيع بشبكة خاصة مرتبطة مع البنوك

٨٨) أذكر وظائف شبكة (أجهزة) نقاط البيع (EPOS)؟

- ١ - التحقق من صحة البيانات التي يعطيها حامل البطاقة و التاجر.
- ٢ - ومن ثم تحصيل المبلغ لاحقاً لإيداعه في حساب التاجر وسحبه من حساب حامل البطاقة.

الأمواج الهادئة... لل تصنع ابدأ بحارة جيدين...!

والسماء الصافية.. لا تصنع ابدأ طيارين جيدين...!

والحياة بدون صعوبات ... لا تجعل ابدأ الشخص قوي وجيد..!

:

كن قوياً كفاية.. وتقبل تحديات الحياة.. ولا تسأل الحياة .. (لماذا أنا) ..!؟

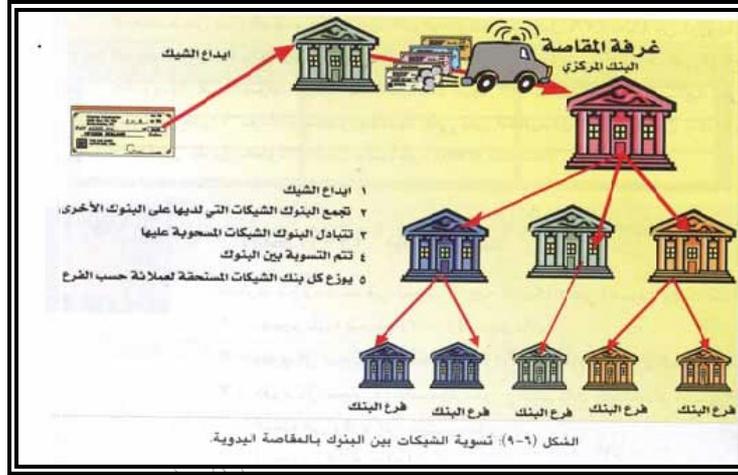
٣ - شبكة المقاصة الآلية (ACH)

١٩) وضح المقصود بغرفة المقاصة؟

هي غرفة خاصة يلتقي فيها مندوبو البنوك العاملة في الدولة لتبادل الشيكات المسحوبة على كل منها، حيث تعقد جلسة أو جلستين يومياً لمندوبي البنوك، حيث تمر الشيكات جميعها التي يصدرها التجار و الأفراد من خلال هذه الغرفة.

٩٠) أذكر خطوات عملية تسوية الشيكات في المقاصة اليدوية (الورقية/ التقليدية)؟

- ١ - تودع الشيكات بواسطة المستفيدين فيها لدى بنوكهم المختلفة.
- ٢ - يقوم كل بنك بتجميع الشيكات المسحوبة على البنوك الأخرى كل مجموعة على حدة.
- ٣ - يجتمع مندوبو البنوك في غرفة المقاصة ويقومون بتصنيف الشيكات حسب البنوك الدافعة.
- ٤ - تحسب الأرصدة وتتم التسوية النهائية بين البنوك.



٩١) أذكر ثلاثاً من سلبيات عملية المقاصة اليدوية؟

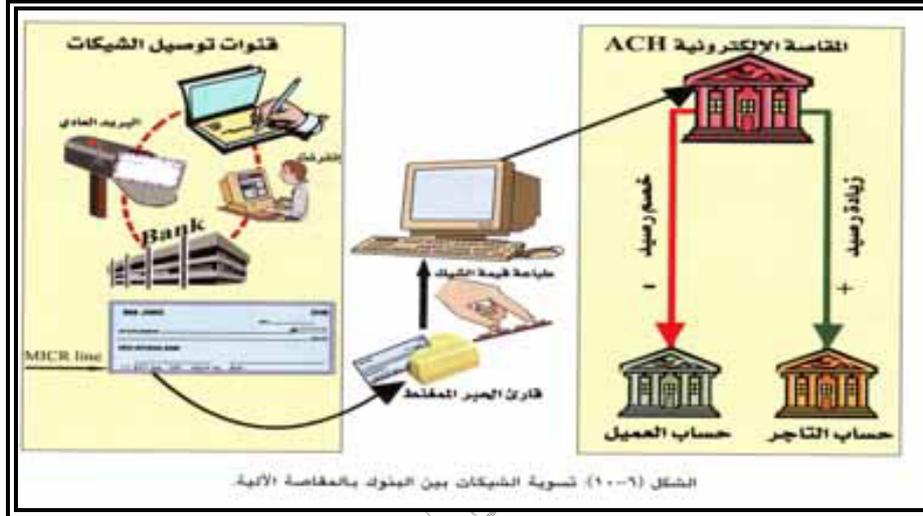
- ١ - هذه الطريقة كانت خاضعة للأخطاء.
- ٢ - التأخير في عملية التسوية يؤثر على الاقتصاديين.
- ٣ - الحجم اليومي المتزايد للشيكات.

٩٢) ما هي المدة الزمنية المستغرقة لإجراء عملية المقاصة اليدوية؟

كانت عملية المقاصة اليدوية تستغرق عادة ثلاثة أيام.

٩٣) أذكر خطوات عملية تقاص الشيكات في المقاصة الآلية (الإلكترونية)؟

- ١ - ترميز الشيكات التي يستعملها العملاء؛ وذلك بتضمين بيانات شفوية أسفل الشيك على خط من الحبر الممغنط تتضمن رقم الشيك ورقم البنك المسحوب عليه الشيك ورقم حساب العميل.
 - ٢ - تتم قراءة البيانات على الشيك آلياً من خلال جهاز خاص.
 - ٣ - ترسل البيانات إلكترونياً إلى البنك المركزي ومنه إلى البنك المصدر للشيك للمصادقة الفنية والمالية على صرف الشيك.
 - ٤ - تعود الإجابة الإلكترونية بالموافقة أو الرفض على صرفه.
- وتتم هذه العملية عبر خطوط اتصال سريعة.



٩٤) وضح المقصود بالخط المشفر (MICR) Code line وعلى ماذا يتضمن؟

هو عبارة عن خط من الحبر الممغنط يوجد أسفل الشيك ويتضمن بيانات شفوية تشمل رقم الشيك و رقم فرع البنك المسحوب عليه الشيك و رقم حساب العميل.

ملاحظات هامة:

- ١ - تجتمع البنوك الأردنية في يومين كل أسبوع لتسوية أرصدة البنوك يدوياً.
- ٢ - أنهت البنوك الأردنية المرحلة الأولى من تطبيق نظام المقاصة الآلية للشيكات في شهر تموز ٢٠٠٥ م.

٤ - شبكة سويفت (SWIFT)

شبكة الهيئة العالمية للاتصالات المصرفية والمالية

٩٥) ما هو الغرض من إنشاء شبكة سويفت؟

أنشئت (سويفت) سنة ١٩٧٣ بغرض اتمنة التيليكس.

٩٦) عرف شبكة (سويفت)؟

هي شبكة تدار من قبل ٢٣٩ بنكاً من أوروبا والولايات المتحدة وكندا ويقع مركزها الرئيس في بروكسل وهي مؤسسة لا تهدف إلى الربح وتقتصر عضويتها على البنوك و يبلغ عدد الأعضاء فيها ٤٠٠٠ بنك ومؤسسة مالية تقريباً تنتمي إلى أكثر من ٩٠ دولة.

٩٧) ما هي وظيفة شبكة (سويفت)؟

تقتصر مهمتها على نقل التعليمات (الأوامر) من بنك لآخر بسرعة فائقة عن طريق خطوط اتصال مستأجرة.

ملاحظة:

أصبحت شبكة سويفت البنية الأساسية المعتمدة في تبادل الرسائل المصرفية والمالية.
أصبحت مرجعاً ثابتاً في مجال توحيد المعايير المعتمدة من قبل المجموعة المالية الدولية.

٩٨) قارن بين الخدمات المصرفية في البنوك التقليدية والبنوك الالكترونية وأثر كل منها في كل مما يأتي: شتوية ٢٠١٠

وجه المقارنة	البنك التقليدي	البنك الإلكتروني
البيئة	يؤثر سلباً على البيئة	لا يؤثر على البيئة
المستخدم	يتعرض للضوضاء والازدحام مما يؤثر عليه نفسياً وصحياً	قد تؤثر عليه أشعة الجهاز وتضر عينيه.
البنية التحتية	مبنى (غرف إضافية لانتظار العملاء) وحراس موظفين	جهاز حاسوب - اتصال بالانترنت - اشتراك في هذه الخدمة مع البنك
وقت الخدمة	محدد بساعات الدوام الرسمي.	٢٤ ساعة طيلة أيام الأسبوع.

٩٩) أكمل الجدول الآتي بكتابة اسم الشبكة المكونة لشبكة التحويل المالي الإلكتروني مقابل عملها. شتوية ٢٠٠٨

اسم الشبكة	عمل الشبكة
	التحقق من صحة البيانات التي يعطيها حامل البطاقة والتاجر.
	تقاص الشيكات بين البنوك بطريقة آلية.
	نقل المعلومات من بنك لآخر بسرعة فائقة.
	عملية سحب النقود.

خامساً: إنجاح الأعمال البنكية الالكترونية

١٠٠) أذكر ثلاثاً من القضايا الملحة في مجال بنوك الانترنت؟

- ١ - امتلاك إدارات هذه البنوك الرؤية والابتكار.
- ٢ - القدرة على تطوير تكنولوجيا الانترنت والتجارة الالكترونية لتقديم خدمات بنكية ومالية إلكترونية مباشرة لتلبي حاجاتهم المتغيرة.
- ٣ - تقديم خدمات ذات نوعية وجودة عالية ملائمة للعملاء باستخدام تقنيات متطورة وبكلفة معقولة.

السؤال ٢٢٥ أسئلة الوحدة

علل حاجة البنوك لتكنولوجيا المعلومات في بناء ميزة تنافسية.

- ١ - وجود منافسة فعلية من قبل المؤسسات المالية غير البنكية التي تقدم خدمات بنكية
- ٢ - وجود منافسة من البنوك الأخرى.
- ٣ - الحاجة للمحافظة على العملاء الحاليين للبنك.
- ٤ - الحاجة لزيادة قاعدة عملاء البنك لزيادة الأرباح.

١٠١) هناك عدة جوانب يجب أن يقوم بها البنك لضمان نجاح أعماله البنكية الالكترونية وبناء ميزة تنافسية، أذكر أربعة من

هذه الجوانب؟

- ١ - تمييز الخدمات والمنتجات التي تقدمها.
- ٢ - تبني المفهوم الحديث للتسويق المصرفي.
- ٣ - توفير الدعم الداخلي لأنظمة بنك الانترنت.
- ٤ - مكاملة خدمات الهاتف مع الانترنت.

١ - تمييز الخدمات والمنتجات التي تقدمها

١٠٢) يجب أن يهتم البنك بالتميز عن البنوك الأخرى لجذب العملاء والمحافظة عليهم من خلال عدة أمور، اذكر ثلاثة منها؟

١٠٢) أذكر ثلاثاً من أوجه تمييز الخدمات البنكية؟

- ١ - المشاركة مع شركات البرمجيات والتحالف معها.
- ٢ - ابتكار وتطوير منتجات وخدمات بنكية إلكترونية مباشرة.
- ٣ - تحسين مزايا ومواصفات الخدمات والمنتجات وتطويرها للمحافظة على العملاء.

٢ - تبني المفهوم الحديث للتسويق المصرفي

١٠٣) تبرز الحاجة إلى تحول البنوك إلى كيان تسويقي يركز على رغبات العملاء وكسب رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم ، وهذا

يستلزم عدة أمور أذكرها؟

١٠٣) أذكر المستلزمات التي يجب مراعاتها لتبني البنوك المفهوم الحديث للتسويق المصرفي؟

- ١) استخدام تكنولوجيا الحديثة في نشر أدوات التسويق المصرفي حول العالم، مثل استخدام شبكة الانترنت في الدعاية والإعلان عن البنك.
- ٢) تهيئة بيئة مصرفية مناسبة للعملاء تمكّن البنك من الاحتفاظ بهم من خلال الاهتمام بتحسين الانطباع المصرفي.
- ٣) تطوير بحوث السوق وجمع تطورات السوق واتجاهاته وفحصها وتحليلها.
- ٤) مراقبة المعلومات التي تتضمن قياس انطباع العملاء عن مزيج الخدمات المقدمة، ومدى تقبلهم لها ورضاهم عنها، وتحديد الأوجه الإيجابية والسلبية التي يتعين الاستفادة منها.

٣ - توفير الدعم الداخلي لأنظمة بنك الإنترنت

ملاحظة:

يجب على البنك إعادة تصميم مراحل تقديم الخدمات المصرفية لضمان تحقيق الاستفادة القصوى من التكنولوجيا المتقدمة. ويتم ذلك بتقليل المدة الزمنية والخطوات والمستندات اللازمة للحصول على الخدمة.

١٠٤) أذكر اثنتين من أهم متطلبات نجاح الخدمات الإلكترونية؟

- ١ - توافر أنظمة حاسب سواء معدات أو برمجيات قادرة على التكيف مع المنتجات الجديدة والتعامل معها.
- ٢ - إمكانية الاستفادة من الدعم الفني الخارجي في مجال التدريب على الأقل في المراحل الأولى لتطوير الأنظمة.

١٠٥) أذكر أربعاً من طرق توفير الدعم الداخلي لأنظمة بنك الإنترنت؟

- ١ - استخدام التحقق من هوية المستخدمين للموقع باستخدام اسم المستخدم وكلمة المرور.
- ٢ - التأكد من صلاحيات استخدامهم للخدمات البنكية باستخدام كلمة مرور إضافية لبعض الخدمات.
- ٣ - استخدام التشفير بالمفتاح العام والخاص لحماية البيانات المتراسلة.
- ٤ - الاهتمام بالحماية المادية للشبكة الداخلية للبنك، بتطبيق سياسة أمنية صارمة واستخدام حواجز العبور.

١٠٦) علل : لماذا يجب أن يحصل البنك على شهادة رقمية لموقعه الإلكتروني؟

وذلك لضمان الأمان والسرية في التعاملات المصرفية وزيادة الموثوقية في تراسل البيانات.

٤ - مكاملة خدمات الهاتف مع الإنترنت

١٠٧) وضح المقصود بمراكز الاتصال؟

١٠٧) اذكر وظيفة مراكز الاتصال؟

هي عملية تقديم خدمات بنكية عبر الهاتف من خلال خدمة الهاتف الآلية أو من خلال خدمة التحدث إلى موظف. وذلك بتسهيل انتقال العميل من الإنترنت إلى موظف مركز الاتصال للحصول على الخدمة المطلوبة مع انتقال نماذج الإنترنت التي أنهى العميل تعبئتها، دون الحاجة لبدء العملية من الصفر.

إذا زرعت الأمانة فستحصد الثقة
إذا زرعت الطيبة فستحصد الأصدقاء
إذا زرعت التواضع فستحصد الاحترام
إذا زرعت المثابرة فستحصد الرضا
إذا زرعت التقدير فستحصد الاعتبار
إذا زرعت الاجتهاد فستحصد النجاح
إذا زرعت الإيمان فستحصد الطمأنينة

أولاً: العلاقة بين الشركة و زبائنها

تعد العلاقة بين الشركة وزبائنها هامة جداً لنجاح الشركة في تحقيق أهدافها الأساسية في زيادة المبيعات والتوسع في الانتاج وتحقيق الربحية من أعمالها التجارية.

١) يندرج تحت العلاقة بين الشركة وزبائنها نشاطات عدة، أذكر ثلاثاً من هذه النشاطات؟

- ١ - التسويق الذي يهدف إلى تعريف الزبائن بالمؤسسة ومنتجاتها والتأثير عليهم لإقناعهم بالشراء.
- ٢ - البيع ويشمل اختيار الزبون للسلعة أو الخدمة والاتفاق على شروط البيع والشراء وقيام المشتري بدفع أثمانها، وتوفير الشركة خدمات ما بعد البيع.
- ٣ - خدمة الزبائن وتقوم على بناء العلاقة الدائمة والمتطورة مع الزبون للمحافظة عليه وتعميق ولائه للمؤسسة.

٢) علل العبارة الآتية:

- تعد استعمال التقنيات الحديثة من أجهزة حاسوب وبرمجيات وشبكات (الانترنت) من العناصر الضرورية لتطوير نشاطات المؤسسة.
- ١ - حيث توفر هذه التكنولوجيا المتقدمة للمؤسسات قدرات كبيرة واساليب جديدة للتعامل مع الزبائن.
 - ٢ - تساعد في تطوير استراتيجيات التسويق والدعاية والإعلان.

تهتم المؤسسات بالتسويق كأداة تسمح للمؤسسة بعرض منتجاتها وإقناع الجمهور بفضائلها ومميزاتها وبالتالي اتأثير عليهم لشراء هذه المنتجات. تزداد أهمية التسويق بازدياد التنافس بين الشركات في السوق. يعطي استخدام التقنيات الحديثة ميزة تنافسية للمؤسسة لا يمكن تجاهلها.

جامعة الكوفة
الكلية التجارية الإلكترونية

ثانياً: التسويق الإلكتروني:

٣) وضح المقصود بالتسويق التقليدي؟

يعتمد التسويق بمفهومه التقليدي جميع النشاطات التي يقوم بها البائع بهدف التأثير على المشتري وسلوكياته، وإقناعه بشراء منتجات البائع وما يقدمه من خدمات؛ ويشمل ذلك ما يقوم به البائع من أعمال تسعى للترويج لبضاعته أو ما يقدمه من خدمات وترغب الزبائن بالحصول عليها.

٤) أذكر أربعاً من وسائل التسويق التقليدي؟

- ١ - الصحف والمجلات والتلفزيون.
- ٢ - المحال التجارية والمعارض.
- ٣ - تقديم العروض والمغريات.
- ٤ - وسائل اتصال مسموعة (المذياع).

لا يختلف نموذج التسويق الإلكتروني عن نموذج التسويق التقليدي في الأهداف وإنما يتميز عنه في الوسائل والأدوات.

فالتسويق الإلكتروني يوظف تكنولوجيا المعلومات الحديثة وخاصة شبكة الانترنت لتسويق أكثر فاعلية وتأثير في المشتريين.

٥) وضح المقصود بالتسويق الإلكتروني؟

عملية ترويج البضائع والخدمات باستخدام الشبكات وتكنولوجيا المعلومات والوسيلة الأساسية المتبعة فيه هي شبكة الانترنت.

٦) أذكر ميزتين من ميزات التسويق الإلكتروني؟

- ١ - لا يتطلب انتقال المشتري إلى موقع البائع ولا انتقال البائع إلى مكان المشتري.
- ٢ - غير محدد بزمان وبل يمكن زيارة المواقع على الشبكة في أي وقت يناسب المشتري.

٧) أذكر أهداف التسويق الإلكتروني؟

- ١ - إعادة تشكيل استراتيجيات وادوات التسويق، وذلك بمزيد من الاستهداف والتمييز.
- ٢ - تخطيط أكثر فعالية لتنفيذ الأفكار والتوزيع والترويج وتسعير البضائع والخدمات.
- ٣ - ابتكار تبادلات تفي بحاجات المستهلكين الفردية وبأهداف المؤسسة المستهلكة.

٨) إن قرار مؤسسة ما استخدام التسويق الإلكتروني كداعم للتسويق التقليدي يؤدي إلى إحداث تغييرات إيجابية في المؤسسة ،

وضح ذلك؟

- ١ - التسويق الإلكتروني يزيد من كفاءة وظائف التسويق الأساسية.
- ٢ - كما أن تكنولوجيا التسويق الإلكتروني تقوم بتحويل العديد من استراتيجيات التسويق التقليدي إلى أشكال جديدة ينتج عنها نماذج جديدة تزيد من المنافع التي يحصل عليها المستهلك وتبني بينه وبين المؤسسة علاقات جديدة.
- ٣ - تزيد من قدرة المؤسسة على النجاح وتحقيق الأرباح.

٩) أذكر خمسة من طرق (وسائل) التسويق الإلكتروني؟

- ١ - بناء موقع البائع على الشبكة.
- ٢ - من خلال الإعلان على مواقع أخرى معروفة وشعبية.
- ٣ - استخدام البريد الإلكتروني.
- ٤ - الرسائل القصيرة للهواتف المنقولة (الخلوية) SMS.
- ٥ - استخدام تقنيات المؤتمرات المصورة.
- ٦ - مجموعات تبادل الأخبار.
- ٧ - استخدام محركات البحث.

١ - بناء موقع الشركة على الشبكة

١٠) علل: يعد بناء موقع لشركة ما على شبكة الانترنت اول الحلول التي تقررها الشركة لتسويق نفسها ومنتجاتها. حيث إن مثل هذه المواقع تنقل الشركة من سوقها المحدود إلى العالمية.

١١) يحتاج بناء موقع للشركة على الشبكة إلى تحديد استراتيجية الشركة التسويقية ويشمل ذلك عدة أمور اذكر ثلاثة منها؟

- ١ - دراسة حاجات المؤسسة التسويقية وأهدافها وطبيعة منتجاتها.
- ٢ - خصائص الأسواق التي تسعى للوصول إليها.
- ٣ - طبيعة الزبائن الذين تسعى للتأثير عليهم وإقناعهم بشراء منتجاتها.

١٢) من أسباب تحقيق نجاح الموقع في تحقيق أهداف المؤسسة التسويقية الاهتمام بمجموعة من متطلبات وعوامل النجاح، أذكرها؟

- ١ - محتوى الموقع: تحديد الخدمات والمنتجات المراد عرضها على الإنترنت.
- ٢ - تصميم واجهة الموقع: تحديد خصائص واجهة موقع الشركة التي يتعامل معها الزبون وما هو السلوب الأفضل لتصميم صفحات الموقع.
- ٣ - سياسة الشركة في تحديد الأسعار: بعملية تسعير المنتجات والخدمات المعروضة على موقع البائع الإلكتروني بحيث يكون مجدياً للزبون.
- ٤ - قياس نسبة الانتشار في التسويق الإلكتروني: أن يحتوي الموقع على وسيلة يمكن من خلالها قياس نسبة عدد المستخدمين للموقع على الشبكة إلى عدد الزبائن المستهدفين.

يلاحظ في اغلب الأحوال أن الشركات تبدأ بناء مواقعها لتستجيب إلى متطلبات التسويق ثم يتطور ذلك ليشمل النشاطات الأخرى. يلاحظ ان الكثير من المؤسسات التي لا تملك القدرة على الانتقال إلى نموذج الأعمال والتجارة الإلكترونية تسعى لاستخدام الانترنت بهدف تحقيق أهدافها التسويقية فقط.

٢ - استخدام محركات البحث:

١٣) علل: يجب التنبيه لضرورة التفكير في كيفية جعل موقع الشركة يظهر لمستخدمي الانترنت المستخدمين محركات البحث.

حيث إن بناء موقع لا يعني بالضرورة أن مستخدمي شبكة الانترنت سيوزونه ويعلمون بوجوده، غير أن الكثير من المستخدمين للشبكة يستخدمون محركات البحث مثل ياهو (Yahoo) و جوجل (Google).

١٤) تستخدم الشركات طرقاً عدة لإظهار اسم موقعها في بداية نتائج البحث عند البحث عنه في محركات البحث، أذكرها؟

- ١ - إضافة كلمات معبرة عن نشاطات الشركة ومنتجاتها في وسوم (ترويسة) الصفحة الأولى من الموقع وهي ما يسمى (Meta Tag).
هذه الترويسة لا يظهرها برنامج المتصفح في الصفحات على الموقع، وإنما يتم استخدامها من قبل محركات البحث لتحديد نتائج البحث عن كلمات أو مواضيع يختارها المستخدم.
- ٢ - الاتفاق مع الشركات المشغلة لمحركات البحث بوضع اسم الشركة في بداية البحث مقابل مبلغ معين.
يعتمد أساساً على تقديم اسم الشركة ضمن قوائم نتائج البحث.

٣ - الإعلان على المواقع المعروفة على الشبكة.

١٥) تحتاج الشركة غالباً إلى الإعلان عن موقعها لتعريف الزبائن بذلك ودعوتهم لزيارته، ويتم ذلك بطريقتين، أذكرهما؟

- ١ - إظهار عنوان الموقع على المواقع الأخرى على الشبكة خاصة المواقع المشهورة والعامه.
- ٢ - إظهار عنوان الشركة وربط ذلك مع عنوانها على الشبكة كجزء من الكتالوجات المشهورة أو على صفحات المواقع العامة أو على شكل إعلان مصور متحرك أو ثابت على مواقع يتم اختيارها على أسس إعلامية أو دعائية.

١٦) تدفع الشركة مبلغاً من المال مقابل إظهار اسمها أو شعارها أو عنوانها الإلكتروني في المواقع المشهورة، وهناك عدد من الطرق التي يتم الاتفاق عليها لتحديد تكلفة ذلك، أذكر اثنتين من هذه الطرق؟

- ١ - تحديد قيمة الإعلان بشكل مقطوع اعتماداً على مدة ظهور اسم الشركة أو شعارها أو عنوانها على الموقع (سنوية أو شهرية أو إسبوعية).
- ٢ - تحديد قيمة الإعلان اعتماداً على عدد الزيارات التي تتم لموقع الشركة (المعلنة) عن طريق الموقع الذي تم الإعلان فيه.

٤ - البريد الإلكتروني:

١٧) يعود انتشار البريد الإلكتروني في التسويق الإلكتروني إلى عدة أسباب، أذكرها؟

- ١ - سهولة الاستعمال.
- ٢ - السرعة التي يتميز بها.
- ٣ - التكلفة المتدنية مقارنة مع الوسائل الأخرى للاتصال.

١٨) يعد اتصال البريد الإلكتروني مع المستهلك الخطوة الأولى من خطوات التسويق الناجح، علل ذلك؟

إذ تقوم الشركة بإرسال رسالة إلكترونية إلى المستهلك المحتمل تتضمن معلومات عن الشركة ومنتجاتها والخدمات التي تقدمها، وغالباً ما تتم دعوة المستهلك إلى الاتصال بالشركة لطلب المزيد من المعلومات وذلك بدعوتها لزيارة موقع الشركة على الشبكة.

١٩) لنجاح الحملة التسويقية التي تعتمد الرسائل الإلكترونية لا بد من أن يتم التخطيط المناسب لهذه الحملة ويشمل ذلك ثلاثة عناصر؟

(أذكر عناصر التخطيط المناسب لنجاح الحملة التسويقية التي تعتمد على الرسائل الإلكترونية؟)

- ١ - تحديد محتوى الرسالة.
- ٢ - تحديد وقت إرسالها.
- ٣ - تحديد الجمهور المستهدف من الحملة.

٢٠) أذكر الأمور التي يجب اعتمادها في تحضير الرسالة الالكترونية المستخدمة في الحملة التسويقية؟

- ١ - عرض محتوى الرسالة بشكل مناسب وبطريقة جاذبة.
- ٢ - أن يكون طول الرسالة معقولاً والابتعاد عن الرسائل الطويلة.
- ٣ - اختيار الزبائن المحتملين بعناية.
- ٤ - اختيار العروض المناسبة المتضمنة في الرسالة.
- ٥ - تضمين الرسالة معلومات كافية عن الشركة.
- ٦ - تشجيع الزبائن على الرد على الرسالة.
- ٧ - اختيار التوقيت المناسب لإرسال الرسالة الالكترونية.

٢١) اذكر طرق معرفة العناوين الالكترونية للزبائن المراد الاتصال بهم باستخدام الرسائل الالكترونية؟

- ١ - بدأت تظهر مواقع على الشبكة تزود المستفسرين بعناوين ومعلومات عن الشركات والزبائن المحتملين الذين يمكن التوجه إليهم وعرض السلع وخدمات الشركة عليهم خاصة. تعتبر هذه الطريقة من الطرق المستخدمة بكثرة في مجال التجارة الالكترونية بين الشركات (B2B)
- ٢ - استخدام محركات البحث على الشبكة وذلك للبحث عن الزبائن المهتمين بنوعية منتجات الشركة وخدماتها.
- ٣ - إضافة اسم موقع الشركة على الانترنت في كتالوجات المواقع المتخصصة لتسهيل عملية الوصول إليه للمستهلكين الذين يبحثون عن الشركات التي تعرض سلع محددة أو تقدم خدمات معينة.

٢٢) قارن بين طرق التسويق الالكتروني وطرق التسويق التقليدي من حيث:

طرق التسويق التقليدي	طرق التسويق الالكتروني	وجه المقارنة
أكثر تكلفة	أقل تكلفة	التكلفة
في تناقص مستمر	في إزدياد مستمر مع انتشار شبكة الانترنت	الوصول إلى الزبائن والتأثير على قراراتهم بالشراء

بالرغم من الانتشار السريع والمستمر في استخدام الانترنت لغايات التسويق إلا ان الطرق التقليدية ما زالت مستخدمة وتلجا إليها الكثير من الشركات. وغالباً ما تقوم الشركات بدمجها مع طرق الاتصال الالكتروني المباشر بهدف الوصول إلى شريحة أوسع من الزبائن.

ثالثاً : إدارة علاقات الزبائن

٢٣) علل: إن علاقات المؤسسة مع زبائنها هامة جداً لنجاح الشركة في تحقيق أهدافها وزيادة حجم مبيعاتها وتحقيق المزيد من الأرباح من أعمالها التجارية.

- ١- حيث تستطيع الشركة من خلال هذه العلاقات التعرف إلى الزبائن وحاجاتهم ورأيهم في منتجات الشركة، مما يساعدها على تسويق منتجاتها بكفاءة عالية.
- ٢- توفر هذه العلاقات المعلومات الضرورية التي تساعد الشركة في اتخاذ القرارات المختلفة، خاصة ذات العلاقة بالانتاج من حيث الكمية والنوعية والتوقيت والتوزيع.

٢٤) أذكر أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (الانترنت) في إدارة العلاقة مع الزبائن؟

- ١- توفر هذه التكنولوجيا المتقدمة للشركة قدرة كبيرة على جمع البيانات وتخزينها ومعالجتها وتحديثها باستمرار.
- ٢- يمكن استخدام هذه التكنولوجيا باستخراج المعلومات المفيدة للشركة في التعرف إلى زبائنها وحاجاتهم ومدى رضاهم عن الخدمات المقدمة.
- ٣- متابعة طلبات الزبائن والإجابة عن تساؤلاتهم واستفساراتهم ومساعدتهم في الحصول على خدمات ما بعد البيع، وتزويدهم بمعلومات عن منتجات الشركة.
- ٤- تساعد الشركة على أن تكون على دراية مستمرة بالتوجهات الاستهلاكية الموجودة في الأسواق من خلال البيانات التي تم جمعها.

٢٥) أذكر أهمية معالجة البيانات التي يتم جمعها من الزبائن باستمرار؟

- ١- معرفة حاجات الزبائن من منتجات الشركة.
- ٢- معرفة سلوكيات الجمهور الاستهلاكية.
- ٣- تحديد استراتيجيات الشركة في الانتاج.

٢٦) تلعب المعلومات دوراً كبيراً في تحديد استراتيجيات الشركة في الانتاج من عدة نواحي، اذكرها؟

- ١- نوعية المنتجات وتعدادها.
- ٢- الكميات المناسبة للأسواق.
- ٣- توقيت طرح المنتجات في الأسواق.

٢٧) أذكر أربعاً من العوامل التي أدت إلى تزايد اهتمام الشركات و المؤسسات بإدارة العلاقة مع الزبائن؟ صيفيه ٢٠٠٩

- ١- التقدم المطرود في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات.
- التي تسمح بجمع البيانات وتصنيفها واستخراج المعلومات منها بشكل يساعد المؤسسات في فهم السوق ورغبات الزبائن وبالتالي يساعد المؤسسات في عملية اتخاذ القرار.
- ٢- انتشار استخدام شبكة الانترنت كوسيلة اتصال سهلة وسريعة.
- ٣- ازدياد رغبة الزبائن انفسهم في الحصول على المعلومات عن المنتجات والخدمات الأخرى التي تقدمها الشركات.
- ٤- ازدياد التنافس بين الشركات واستخدامها للتقنيات الحديثة بما فيها شبكة الانترنت للوصول إلى العملاء.

يعد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في مجال إدارة العلاقات مع الزبائن من العوامل الأساسية لنجاح الشركة في بناء علاقات جيدة معهم ومتابعة الاتصال بهم والحفاظة عليهم زبائن دائمين لها.

يعد إدخال هذه التقنيات الحديثة إلى نشاطات الشركة وتعاملاتها خاصة شبكة الانترنت من العناصر الضرورية لإدخال التجارة الالكترونية ضمن نشاطات الشركة التجارية.

١ - تعريف علاقات الزبائن.

صيفية ٢٠٠٩

٢٨) عرف إدارة علاقات الزبائن؟

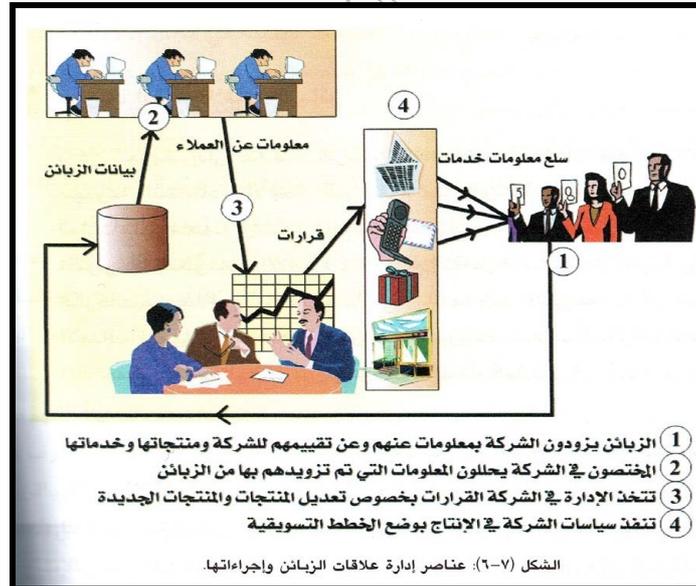
مجموعة النشاطات والأعمال التي تقوم بها المؤسسة بهدف بناء علاقات تبادلية مع المتعاملين معها ويشمل ذلك استخدام الوسائل والتقنيات الحديثة بما فيها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في دعم التفاعل المستمر بين الشركة وزبائنها.

٢٩) وضح دور إدارة علاقات الزبائن في التفاعل المستمر بين الشركة والمتعاملين معها؟

- ١ - تقوم الشركة بعرض منتجاتها على الزبائن وتوفر لهم المعلومات التي يحتاجونها لاتخاذ قرارات الشراء.
- ٢ - يزود الزبون بالمقابل الشركة بمعلومات هامة سواء عند قيامه بالاستفسار عن سلعة أو خدمة ما أو عندما يبدي رأيه بالمنتجات أو عندما يتم إنجاز عملية الشراء.

٣٠) وضح عناصر وإجراءات إدارة علاقات الزبائن من خلال الشكل؟

- ١ - الزبائن يزودون الشركة بمعلومات عنهم وعن تقييمهم للشركة ومنتجاتها وخدماتها.
- ٢ - المختصون في الشركة يحللون المعلومات التي تم تزويدهم بها من الزبائن.
- ٣ - تتخذ الإدارة في الشركة القرارات بخصوص تعديل المنتجات والمنتجات الجديدة.
- ٤ - تنفذ سياسات الشركة في الإنتاج بوضع الخطط التسويقية.



ملاحظات:

- إدارة العلاقات مع الزبائن هامة جداً لكافة نماذج التجارة الالكترونية ولا يمكن لأي من هذه النماذج الاستغناء عن ما توفره الإدارة الصحيحة للعلاقات مع الزبون من فوائد مباشرة لها.
- لا تقتصر أهمية بناء نظام العلاقات مع الزبائن على الشركات المنتجة للسلع الاستهلاكية المباشرة بل تتجاوزها إلى الشركات كافة بما فيها تلك التي تعمل في قطاعات الخدمات كالبنوك والفنادق ووكالات السياحة والسفر وغيرها.

٢ - أهداف إدارة علاقات الزبائن

٣١) أذكر أهداف إدارة علاقات الزبائن؟

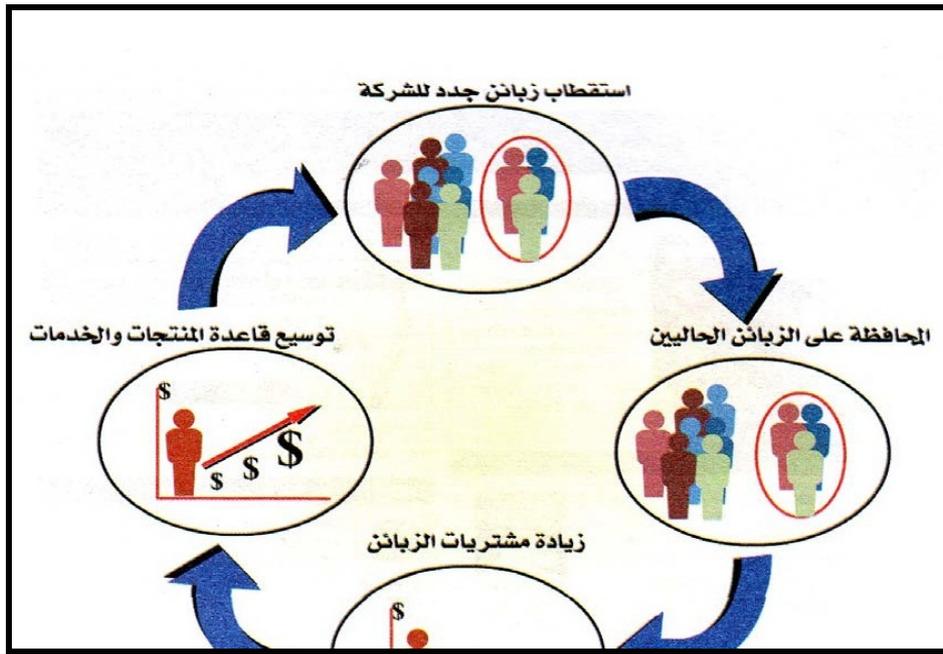
صيفية ٢٠٠٧

تسعى المؤسسات باختلاف أنواعها إلى زيادة المبيعات وزيادة الأرباح المحققة من خلال عدة أهداف، أذكرها؟ شتوية ٢٠٠٩

شتوية ٢٠١٠

أذكر أربعة أهداف لإدارة علاقات الزبائن لزيادة عدد الزبائن المتعاملين معها؟

- ١ - استقطاب مستهلكين جدد وجذبهم للشركة وموقعها الإلكتروني.
- ٢ - المحافظة على الزبائن الحاليين وتعميق ولائهم وارتباطهم بالشركة لاستمرار تعاملهم معها وشراء منتجاتها.
- ٣ - التوسع في العلاقة مع الزبائن.
- ٤ - توسيع قاعدة المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة للمتعاملين معها.



أ. إدارة استقطاب الزبائن

٣٢) عدد أربعة خصائص للعملاء المحتملين لمنتجات الشركة المختلفة؟

صيفية ٢٠١٠

شتوية ٢٠١١

- ١ - قدرات المستهلك المادية والقدرة الشرائية.
- ٢ - التوزيع الجغرافي للمستهلكين.
- ٣ - طريقة أو طرق الشراء المفضلة لدى المستهلك.
- ٤ - ثبات المستهلك في علاقاته مع المزودين.
- ٥ - البعد الثقافي.

٣٣) تقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسائل فاعلة تساعد الشركات في تحقيق أهدافها، أذكر إثنين من هذه الوسائل؟

٢ - خدمة الرسائل الإلكترونية.

١ - موقع الشركة على شبكة الانترنت.

٣٤) تعد الجهود التي تبذلها الشركات في استقطاب الزبائن من أهم النشاطات التي تقوم بها وأكثرها أهمية لتحقيق أهداف الشركة في زيادة مبيعاتها وزيادة ربحية أعمالها، وضح ذلك؟

وذلك لما ينتج عن هذه النشاطات من توسيع قاعدة المتعاملين معها والزبائن لسلعها؛ فغالباً ما تبدأ سلسلة الجهود التي تقوم بها شركة ما من أجل بناء علاقات جيدة ومستمرة مع الزبائن بجهود استقطاب الجدد منهم إليها وإلى موقعها الإلكتروني.

ملاحظات:

تعد إدارة استقطاب أو جذب الزبائن إلى الشركة ومنتجاتها عنصراً هاماً وأساسياً في إدارة علاقات الزبائن وتأتي في المراحل الأولى لسلسلة النشاطات المتعلقة بهذه العلاقات.

٣٥) تتم عملية استقطاب المستهلك الجديد على عدة مراحل، أذكرها؟

١ - الاتصال الأولي مع الزبون. ٢ - بناء قاعدة بيانات الزبائن.

١ - الاتصال الأولي مع الزبائن

٣٦) أذكر ثلاثاً من طرق التسويق التقليدية للاتصال مع الزبائن المحتملين للشركة؟

١ - الاعلان في وسائل الاعلام المختلفة. ٢ - اقامة المعارض.

٣ - الاتصال المباشر مع الزبائن من خلال مندوبي المبيعات أو من خلال الاتصال الهاتف.

٣٧) أذكر ثلاثاً من طرق التسويق الحديثة (الإلكترونية) للاتصال مع الزبائن المحتملين للشركة؟

١ - الرسائل الإلكترونية. ٢ - زيارة المواقع الإلكترونية. ٣ - الرسائل القصيرة SMS.

٣٨) تهتم الشركات برد فعل الزبائن على رسالتهم التسويقية، وتعتمد عادة طريقتين للتعامل مع ردة الفعل هذه، وضح هاتين الطريقتين؟

١ - الاستجابة الإيجابية:

اعتماد الزبائن الذين قاموا بالرد الإيجابي على الرسالة الإلكترونية، وتقرر الشركة بناء على ذلك استمرار الاتصال بهم، ويتم وقف الاتصال مع الذين أجابوا بعدم الرغبة في التعرف على الشركة ومنتجاتها.

٢ - الاستجابة السلبية:

حيث يتم اعتماد الزبائن الذين لم يستجيبوا للرسالة الإلكترونية، ويستمر الاتصال بهم ويتم الاحتفاظ بمعلومات عنهم في ملفات الاتصال.

٢ - بناء قاعدة البيانات

٣٩) وضح الهدف (الفائدة) من بناء قاعدة بيانات الزبائن؟

يعد بناء قاعدة الزبائن من الشروط الأساسية لنجاح أي شركة في مجال علاقاتها مع الزبائن وتشمل مثل هذه القاعدة معلومات عن كل مستهلك يتم الاتصال به أو يقوم بزيارة موقع الشركة، ويتم البدء بتخزين معلومات الزبائن الأساسية التي تساعد في التعرف عليهم والوصول إليهم منذ المراحل الأولى لبناء العلاقة معهم.

- يتم الحصول على معلومات الزبائن الأساسية عن طريق الاستمارة الالكترونية المرفقة بالرسالة الالكترونية أو الموجودة على موقع الشركة الالكتروني.
- تشمل الاستمارة الالكترونية طلب المعلومات التي تهتم الشركة معرفتها عن المستهلك.
 - تختلف المعلومات باختلاف المنتجات والخدمات المقدمة، وباختلاف نوعية الزبائن الذين تسعى الشركة لاستقطابهم.
- فطبيعة المعلومات التي تُطلب من المستهلك المباشر لمنتجات الشركة ضمن تجارة (c2b) تختلف عن تلك التي من الشركات والمؤسسات ضمن تجارة (b2b).

٤٠) ما الهدف من الاستمارة الالكترونية؟

- تهدف الاستمارة الالكترونية إلى تزويد قاعدة البيانات في الشركة بمعلومات أساسية عن المستهلك.

٤١) تشمل الاستمارة الالكترونية على عدة عناصر أساسية، أذكر هذه العناصر؟

- ١ - معلومات أساسية عن المستهلك مثل الاسم، العنوان البريدي ، العنوان الالكتروني.
- ٢ - معلومات مهنية مثل العمل وعنوانه وحجم المؤسسة التي يعمل فيها.
- ٣ - بعض الأسئلة التي تهدف إلى التعرف إلى سلوكيات العميل الاستهلاكية.
- ٤ - طريقة الشراء المفضلة مثل استخدام الانترنت ونقاط البيع المباشرة.
- ٥ - طريقة الدفع المفضلة.

٤٢) ما أهمية المعلومات التي يتم الحصول عليها من الاستمارة الالكترونية؟

استخدام هذه المعلومات في تصنيف العملاء إلى مجموعات مختلفة يتم التعامل معها بأساليب مختلفة تناسب وتوقعات الشركة من هذه المجموعات وأهميتها للشركة.

٤٣) يتم تصنيف العملاء المحتملين للشركة باستخدام معلومات الاستمارة الالكترونية إلى أربع مجموعات، أذكرها؟

المجموعة الأولى:

الزبائن الذين يتم إخراجهم من دائرة اهتمام الشركة.

المجموعة الثانية:

الزبائن الذين يشكلون هدفاً أساسياً للشركة؛ ممن يستجيبون إلى مواصفات العملاء الذين تسعى الشركة لاستقطابهم.

المجموعة الثالثة:

الزبائن الذين لا يتطابقون بالكامل مع صفات المستهلك الذي تسعى الشركة لاستقطابه، ولكن هناك إمكانية لجذبه وإحداث تغيير في سلوكياته الاستهلاكية بما يتلاءم ومصصلحة الشركة.

المجموعة الرابعة:

الزبائن الذين لم يستجيبوا لرسالة الشركة بإيجابية أو لم يقوموا بالرد عليها.

٤٤) أذكر ثلاثاً من الأسباب التي تؤدي إلى إخراج الزبائن من دائرة اهتمام الشركة؟

- ١ - عدم اهتمامهم بمنتجات الشركة.
- ٢ - عدم قدرتهم المالية على شراء منتجات الشركة.
- ٣ - عدم استعدادهم للتعامل بالتجارة الالكترونية.

٤٥) أذكر طريقتين من طرق التعامل مع الزبائن الذين لم يستجيبوا لرسالة الشركة بإيجابية أو لم يقوموا بالرد عليها؟
١ - محاولة الاتصال ثانية معهم.

٢ - استخدام أسلوب مختلف كإرسال الرسائل البريدية أو الهاتفية إليهم.

ب - إدارة المحافظة على الزبائن:

٤٦) علل العبارة الآتية: زيادة الاهتمام بعملية المحافظة على الزبائن؟

حيث تشير الدراسات أن تكلفة المحافظة على مستهلك أقل من تكلفة استقطاب مستهلك جديد. إذ تشير بعض الأرقام أن تكلفة المحافظة على مستهلك تعادل ما يقارب ٢٠% من التكلفة المقدرة لاستقطاب مستهلك جديد.

٤٧) وضح المقصود بإدارة المحافظة على الزبائن؟

السياسات التي تقرها الشركة والإجراءات التي تسعى لتنفيذها من أجل المحافظة على الزبائن والمحافظة على استمرارية العلاقات معهم والمحافظة على تعاملاتهم مع الشركة وشرايتهم لمنتجاتها أو الخدمات التي توفرها.

٤٨) إدارة المحافظة على الزبائن تشمل المحافظة على شرائح مختلفة من الزبائن؛ أذكر ثلاثاً من هذه الشرائح؟

- ١) المحافظة على الزبائن الذين سبق لهم التعامل مع الشركة وقاموا بعمليات شراء مباشر من منتجاتها أو استفادوا من الخدمات التي تقدمها. وتعد الجهود التي تبذلها الشركة في هذا المجال هامة جداً ويجب أن تعطى الأولوية على غيرها لما ينتج عنها من مردود أفضل على الشركة ومبيعاتها وأرباح عملياتها التجارية.
- ٢) المحافظة على الزبائن الذين قاموا بزيارة موقع الشركة على شبكة الانترنت أكثر من مرة، أو قاموا بالاستعلام عن منتجات الشركة. إن متابعة هذه الشريحة توفر مصدراً متجدداً من المشتريين.
- ٣) المحافظة على الزبائن الذين استجابوا إلى الرسائل الالكترونية التي أرسلتها الشركة إليهم، أو قاموا بتزويد الشركة ببعض المعلومات عنهم، أو سجلوا أنفسهم في قاعدة بيانات الشركة وإن لم يقوموا بأي عملية شراء فعلية.

٤٩) أذكر أربعاً من أسباب تسرب الزبائن من شركة إلى أخرى؟

- ١ - عدم توافر الخدمة التي يحتاجها المستهلك.
- ٢ - النقص في الخدمات التي تقدمها الشركة لعملائها.
- ٣ - سوء نوعية الخدمة التي تقدمها الشركة.
- ٤ - الصعوبات التي يلقاها المستهلك في التعرف إلى الجهة ذات الاختصاص في الشركة التي يمكن أن يطلب منها الخدمة.
- ٥ - بطء استجابة الشركة إلى طلبات المستهلك والبطء في الرد على استفساراته.

٥٠) أذكر الإتجاهات والإجراءات التي تتبعها الشركات في المحافظة على الزبائن؟

- ١ - إدامة الاتصال مع الزبائن.
- ٢ - متابعة عمليات البيع.
- ٣ - خدمات ما بعد البيع.
- ٤ - قياس مدى رضا الزبائن.

تشكل عناية الشركة بنوعية الخدمات التي تقدمها عنصراً أساسياً في المحافظة على الزبائن.

١ - إدامة الاتصال مع الزبائن

تمهيد:

إن المحافظة على قنوات الاتصال مع الزبون وإدامتها من أهم الوسائل التي تساهم في المحافظة على الزبون وعلى ارتباطه بالشركة واستمرار تعامله معها على المدى البعيد، وتؤدي بالتالي إلى أن يفضل التعامل مع الشركة على غيرها من الشركات الأخرى.

٥١) إدامة الاتصال مع الزبائن تتم بعدة طرق، أذكر أربعاً منها؟

شتوية ٢٠٠٧

تستخدم الشركات في التجارة الالكترونية مجموعة من الطرق لإدامة الاتصال مع الزبائن، اذكر ثلاثاً من هذه الطرق؟ صيفية ٢٠٠٧

- ١ - ارسال الرسائل الالكترونية إلى الزبائن بشكل منتظم ودوري.
- ٢ - توزيع النشرات الإخبارية الدورية عن الشركة للزبائن الدائمين.
- ٣ - تقديم العروض الخاصة بالزبائن الدائمين (الخصومات).
- ٤ - دعوة الزبائن باستمرار لزيارة موقع الشركة الالكتروني.
- ٥ - تقديم الخدمات المتنوعة والمفيدة للمستهلك على الموقع.

٢ - متابعة عمليات البيع

تمهيد:

تؤدي متابعة الشركة لعملية البيع إلى شعور المستهلك بالارتياح لتعامله معها والاطمئنان على مصالحه. يقصد بالمتابعة المباشرة لعمليات الدفع: متابعة الاجراءات والمعاملات كافة المتعلقة ببيع السلعة.

٥٢) اذكر الإجراءات والمعاملات التي تقوم بها الشركة لمتابعة عمليات البيع؟

صيفية ٢٠١١

- ١ - استلام المستهلك للسلعة أو الخدمة المطلوبة.
- ٢ - توصيل السلعة في وقت مناسب ومتفق عليه.
- ٣ - التأكد من سلامة السلعة عند الاستلام.
- ٤ - تزويد المستهلك بالمعلومات الضرورية للاستخدام الصحيح للسلعة.
- ٥ - إخبار المستهلك بإجراءات تحصيل ثمن السلعة من حسابه.

٣ - خدمات ما بعد البيع

تمهيد:

إن توفير المعلومة الكاملة للعميل عن خدمة ما بعد البيع وتأكيد التزام الشركة بذلك من الأمور التي تعزز علاقة العميل بالشركة وتحافظ على استمرارية هذه العلاقة.

٥٣) تثير الطبيعة التخيلية لعمليات الشراء المباشر عن طريق الانترنت من الشكوك والمخاوف لدى العملاء، وتظهر هذه المخاوف

أكثر ما تظهر في مجال خدمة ما بعد البيع، وضح ذلك؟

حيث تتكرر لدى العملاء التساؤلات عن مدى التزام الشركة بتوفير هذه الخدمة والمدة التي يمكن للعميل أن يحصل خلالها على الضمانات المجانية لصاحبة السلع المشتراة.

٥٤) أذكر المعلومات الواجب توافرها على موقع الشركة لتعزيز خدمة ما بعد البيع؟

- ١ - إعطاء العميل مدة من الزمن لإلغاء عملية البيع واسترجاع ما دفعه من ثمن للسلعة (فترة التجربة).
- ٢ - الاستجابة إلى أي استفسار للعميل عن السلعة واستخدامها.
- ٣ - الإسراع في الرد على أية رسالة يرسلها العميل فيها ملاحظات عن السلعة أو الخدمة التي قام بشرائها.
- ٤ - الاهتمام بالعميل شخصياً وإظهار حرص الشركة على العلاقة معه واستمرارها والاستجابة إلى طلبات العميل.
- ٥ - توفير خدمة الأسئلة المتكررة.
- ٦ - المساعدة في تكوين المجتمعات الإلكترونية؛ وذلك بتوفير التسهيلات التقنية التي تساعد عملاء الشركة على الاتصال وتبادل المعلومات بينهم.

٤ - قياس مدى رضا الزبائن

٥٥) علل ما يأتي: اهتمام الشركات بقياس مدى رضا الزبائن عن المنتجات والخدمات المقدمة لهم. صيفية ٢٠١١

لأن ذلك يساعد الشركة على تعديل أي خلل قد يصيب منتجاتها أو أية مشاكل تواجه عملائها.

٥٦) علل العبارة الآتية: إن قياس مدى رضا المستهلك عن التعامل مع الشركة والخدمات التي توفرها لهم من العناصر الأساسية في استدامة العلاقة مع عملائها.

حيث أن رضا المستهلك عن الشركة ومنتجاتها والخدمات التي تقدمها لعملائها يقود إلى ثبات تعامله مع الشركة واستمرار العلاقة معها وتفضيله للشراء منها على غيرها من الشركات المنافسة.

٥٧) صنف النشاطات الآتية إلى ما يناسبها من الاتجاهات التالية:

(متابعة عمليات البيع - خدمات ما بعد البيع - قياس مدى رضی الزبائن - إدامة الاتصال مع الزبائن).

الرقم	النشاطات	الاتجاه
١	دعوة الزبائن باستمرار لزيارة موقع الشركة الإلكتروني.	إدامة الاتصال مع الزبائن.
٢	التأكد من سلامة السلعة عند الاستلام.	متابعة عمليات البيع.
٣	إخبار المستهلك بإجراءات تحصيل ثمن السلعة من حسابه	متابعة عمليات البيع.
٤	تحليل آراء الزبائن في الخدمات التي تقدمها الشركة لهم.	قياس مدى رضا الزبائن.
٥	الاستجابة إلى أي استفسار للعميل عن السلعة واستخدامها.	خدمات ما بعد البيع.

ج - التوسع في العلاقة مع الزبائن

شتوية ٢٠١١

٥٨) وضح المقصود بمفهوم التوسع في العلاقة مع الزبائن؟

يقصد به إطالة زمن هذه العلاقة لتمتد لأطول فترة ممكنة وزيادة المشتريات التي يقوم بها المستهلك.

٥٩) تهدف الشركات من توسيع قاعدة السلع والخدمات التي توفرها لعملائها إلى تحقيق هدفين أساسيين، أذكرهم؟ شتوية ٢٠٠٧، ٢٠٠٨

١ - المحافظة على المستهلك بالاستجابة إلى حاجاته المتحددة باستمرار.

٢ - ترجمة العلاقة معه إلى معاملات تجارية إضافية تعود بالربح على الشركة.

ملاحظات:

تكون نشاطات الشركة في هذا المجال موجهة أساساً إلى الزبائن الذين سبق لهم التعامل مع الشركة سواء أكان بشراء منتجها أم الاستفادة من الخدمات التي تقدمها.

تسعى الشركات إلى سلوك طرق عديدة واتباع أساليب مختلفة لإقناع عملائها باستمرار التعامل معها، وتوسيع نطاق هذا التعامل كمّاً و نوعاً. يتم التوصل إلى تحقيق هذه الغايات تزويد المستهلك بالمعلومات عن المنتجات الجديدة التي توفرها الشركة والخدمات الأخرى التي تقدمها الشركة ولم يستخدمها المستهلك.

٣ - فوائد إدارة علاقات الزبائن

شتوية ٢٠٠٨

٦٠) يحقق وجود نظام لإدارة علاقات الزبائن في الشركات العديد من الفوائد، أذكر أربعاً منها؟

صيفية ٢٠١١

تحقق الشركات فوائد عديدة من إدارة علاقاتها للزبائن، عدد أربعاً من هذه الفوائد؟

١ - انخفاض تكلفة جهود التسويق.

ويعود ذلك إلى التوجه نحو التسويق الموجه للمستهلكين المحتملين الذين تملك الشركة معلومات عنهم كبديل عن التسويق العام الموجه للجميع.

٢ - المحافظة على عملاء الشركة.

٣ - توسيع قاعدة الزبائن.

٤ - زيادة المبيعات.

٥ - زيادة ربحية العمليات التجارية.

٦ - تعميق ولاء الزبائن للشركة.

٧ - توفير معلومات محدثة ودقيقة باستمرار عن الزبائن والسوق بشكل عام؛ مما يوفر المعلومات الدقيقة الضرورية للشركة لاتخاذ القرارات.

٦١) علل العبارة الآتية: تختلف الفوائد التي يمكن الحصول عليها من إدارة علاقات الزبائن من شركة إلى أخرى؟

وذلك بحسب طبيعة عمل الشركة وحجمها وتداخل التكنولوجيا في نشاطاته.

٤ - وظائف نظام علاقات الزبائن المحوسب

شتوية ٢٠٠٨

٦٢) بين أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في بناء أي نظام محوسب؟

حيث توفر هذه التكنولوجيا القدرة على تخزين كميات هائلة من بيانات الزبائن و معالجتها و استرجاعها واستخدامها في اتخاذ قرارات الشركة.

شتوية ٢٠٠٧

٦٣) يتكون نظام علاقات الزبائن المحوسب من ثلاثة أجزاء (ثلاثة أنظمة فرعية)، أذكرها؟

١ - النظام العملياتي. ٢ - النظام التفاعلي. ٣ - النظام التحليلي.

أ. النظام العملياتي

٦٤) وضح طبيعة عمل النظام العملياتي؟

يهتم هذا الجزء من النظام بالعمليات الأساسية التي يتم إنجازها ضمن العلاقة مع الزبائن.

صيفية ٢٠٠٩

٦٥) أذكر عمليات النظام العملياتي؟

١ - التسويق.

عرض السلعة وخصائصها وبيان إيجابياتها و الإجابة على استفسارات الزبائن و استخدام تكنولوجيا المعلومات للوصول إلى الزبائن بالطريقة المناسبة والوقت المناسب.

٢ - المبيعات.

يشمل كافة مراحل عملية بيع السلعة أو تقديم الخدمة للزبون مثل استقبال الطلبات و تجهيز العقود، ومتابعة الدفع واستلام البضائع وتوريدها. يهدف استخدام التكنولوجيا في هذا النوع من العمليات إلى توفير وقت الزبون وماله وذلك للوصول إليه دونما الحاجة إلى إجباره للتنقل إلى الشركة ومعارضها.

٣ - خدمة ما بعد البيع.

المساعدة في حل المشاكل التي تواجه الزبائن بعد الشراء وكيفية استخدام البضائع والاستفادة منها على الوجه الأكمل و خدمات الصيانة والتطوير والتحديث.

ب. النظام التفاعلي

٦٦) وضح طبيعة عمل النظام التفاعلي؟

هو الجزء من النظام الذي يتيح الفرصة إلى التفاعل مع الزبائن مباشرةً وتبادل الاتصال معهم باستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة.

صيفية ٢٠٠٧

٦٧) اذكر اربعاً من وسائل التكنولوجيا الحديثة المستخدمة في النظام التفاعلي؟

١ - الهاتف أو الرسائل القصيرة. ٢ - الرسائل الالكترونية.

٣ - مواقع الانترنت. ٤ - المؤتمرات المصورة.

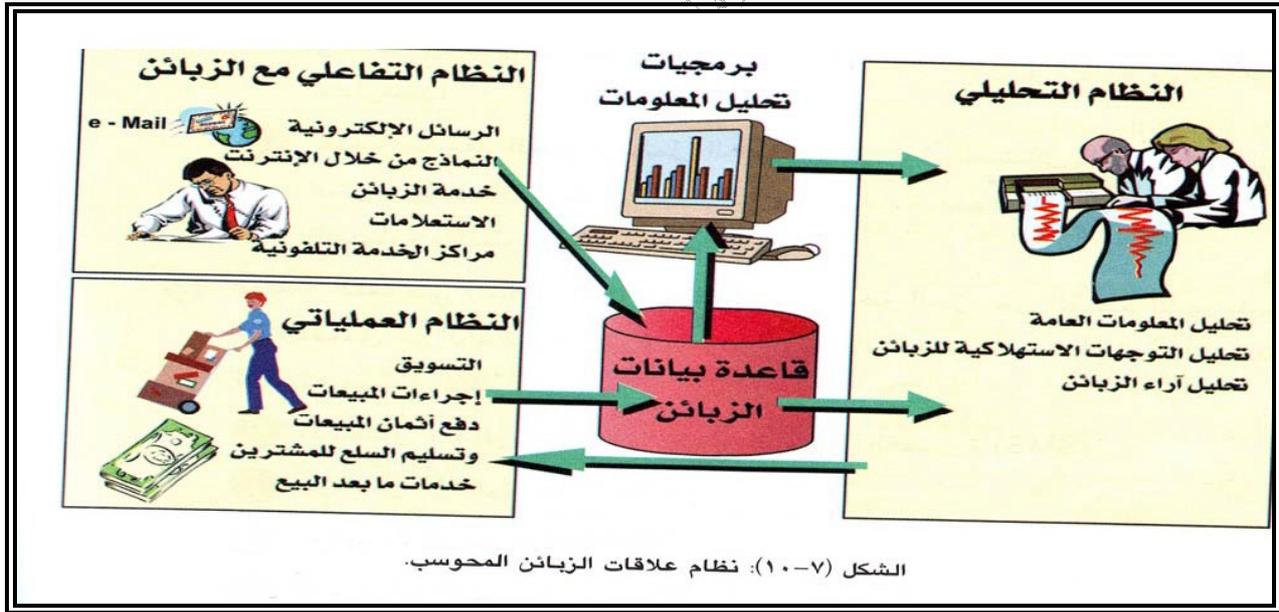
ج. النظام التحليلي

٦٨) ما الهدف من النظام التحليلي؟

معالجة المعلومات التي يتم تجميعها عن الزبائن وحاجاتهم والمعاملات التي تمت معهم. بهدف بناء تصور متكامل عند الشركة أو المؤسسة يساعدها في إتخاذ القرارات الصائبة بخصوص سياساتها الخاصة بتطوير إنتاجها وتحديد كميات منتجاتها، واختياره للسوق المناسب، والوقت المناسب لتسويق سلعها ومنتجاتها.

٦٥) أذكر عمليات النظام التحليلي؟

- ١ - تحليل معلومات الزبائن المختلفة مثل مناطق السكن والقدرة الشرائية، ويساعد ذلك على التعرف على الشرائح السكانية الأكثر تعاملاً مع الشركة.
- ٢ - تحليل توجهات الزبائن: متابعة مشترياتهم والتطور الذي يطرأ عليها من حيث الكميات والأنواع. ويساعد ذلك الشركة في اتخاذ القرارات الخاصة بتوجيهه لإنتاج الأصناف الأكثر مبيعاً.
- ٣ - تحليل آراء الزبائن في ما تبنيه الشركة من سلع من حيث النوعية والخدمة والأسعار المعروضة.



ليست هناك حدوداً لما يمكنك إنجازاه... إلا القيود التي تفرضها على تفكيرك !!!