

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

وثيقة تعريف مقرّر : إدارة الأعمال الإلكترونية

معلومات أساسية:

اسم المقرّر	إدارة الأعمال الإلكترونية
رمز المقرّر	BMN507
ساعات الجلسات المسجلة	36
ساعات الجلسات المتزامنة	34
ساعات المذاكرة	-
ساعات الامتحان	75 min
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المسجلة	54
ساعات الجهد الدراسي المقابل للجلسات المتزامنة	24
عدد الساعات المعتمدة	6
سوية المقرّر	5

1- المقرّرات المطلوب دراستها قبل المقرّر مباشرة:

المقرّر	الرمز
نظم المعلومات الإدارية	BMN504
اللغة الإنكليزية مستوى 3	Eng3

2- الهدف من المقرّر:

في هذا المقرر، سوف نقدم لكم مفهوم الأعمال الإلكترونية والفئات المختلفة للأعمال الإلكترونية. سيتعلم الطلاب فوائد إجراء الأعمال التجارية الإلكترونية وكيفية تقييم ما إذا كانت الشركة تحتاج أو جاهزة للعمل الإلكتروني.

يهدف هذا المقرر إلى تقديم نظرة ثاقبة حول كيفية عمل الأعمال الإلكترونية، حيث ندرس كيفية تطور الأعمال الإلكترونية، والتقنيات ونماذج الأعمال المرتبطة بها، والتهديد الذي تشكله على نماذج الأعمال التقليدية، وكيفية تطوير فهم أكمل لفرص الأعمال الإلكترونية.

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

الأهداف الرئيسية لهذا المقرر هي:

- تعريف الطلاب بمفاهيم مجال الأعمال الإلكترونية الأساسية، وأشكال وطرق مختلفة من الأعمال الإلكترونية من خلال أمثلة على هذه الممارسات الجيدة، وتقديم تحديات الأعمال والجوانب التقنية للأعمال الإلكترونية.
- تزويد الطلاب بالمهارات الأساسية لاستخدام تقنيات المعلومات المعاصرة التي تدعم عمليات الأعمال الإلكترونية.
- تطوير قدرات الطلاب على تطبيق المعرفة في الحلول الإبداعية لمشاكل الأعمال الملموسة باستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات.

3- المحصّلات التعليمية المرجوة (ILO – Intended Learning Objectives/Outcomes):

المحصّلات التعليمية المرجوة	الرمز
Intended Learning Objectives/Outcomes	ILO
تعريف الأعمال الإلكترونية وشرح الأسباب التي أدت إلى تطورها السريع	ILO1
شرح الأسس النظرية والعملية لتطبيق وتنفيذ الأعمال عبر الإنترنت والشبكات الإلكترونية	ILO2
تحليل وتقييم تقنيات وأدوات وطرق تطبيق الأعمال الإلكترونية	ILO3
تحليل استراتيجيات وأساليب إنشاء القيمة في الأعمال الإلكترونية	ILO4
تحليل وتقييم آليات وأساليب التفاعل مع العملاء والموردين في الأعمال الإلكترونية	ILO5
تصميم خطط متوافقة مع طبيعة الأعمال الإلكترونية	ILO6

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

4- محتوى المقرر: (36 ساعة حد أقصى مجموع الساعات المسجلة، 24 ساعة حد أقصى مجموع الساعات المتزامنة)

المحصولات التعليمية	القسم النظري مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت	ساعات مسجلة	ساعات متزامنة	أنماط المهام	القسم العملي مع ملاحظات وتوضيحات إن وجدت
	الفصل الأول - مقدمة في التجارة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية			<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	<p>قراءات إضافية لتعزيز فهم الطلاب لإدارة الأعمال الإلكترونية ودورها في المنظمات. يمكن إجراء مناقشة حول هذه القراءة أثناء الجلسة.</p> <p>الوظيفة وهي حالة عملية لإدارة الأعمال الإلكترونية في شركة معينة، حيث يُطلب من الطالب من خلالها تطبيق المفاهيم التي يشملها المقرر على حالة الشركة والإجابة على الأسئلة المذكورة في دراسة الحالة.</p>
	الفصل الثاني - التجارة الإلكترونية - الجزء الأول			<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى	<p>قراءات إضافية لتعزيز فهم الطلاب لإدارة الأعمال الإلكترونية ودورها في المنظمات. يمكن إجراء مناقشة حول هذه القراءة أثناء الجلسة.</p> <p>الوظيفة وهي حالة عملية لإدارة الأعمال الإلكترونية في شركة معينة، حيث يُطلب من الطالب من خلالها تطبيق المفاهيم التي يشملها المقرر على حالة الشركة والإجابة على الأسئلة المذكورة في دراسة الحالة.</p>

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

<p>قراءات إضافية لتعزيز فهم الطلاب لإدارة الأعمال الإلكترونية ودورها في المنظمات. يمكن إجراء مناقشة حول هذه القراءة أثناء الجلسة.</p> <p>الوظيفة وهي حالة عملية لإدارة الأعمال الإلكترونية في شركة معينة، حيث يُطلب من الطالب من خلالها تطبيق المفاهيم التي يشملها المقرر على حالة الشركة والإجابة على الأسئلة المذكورة في دراسة الحالة.</p>	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى				الفصل الثالث - التجارة الإلكترونية - الجزء الثاني
<p>قراءات إضافية لتعزيز فهم الطلاب لإدارة الأعمال الإلكترونية ودورها في المنظمات. يمكن إجراء مناقشة حول هذه القراءة أثناء الجلسة.</p> <p>الوظيفة وهي حالة عملية لإدارة الأعمال الإلكترونية في شركة معينة، حيث يُطلب من الطالب من خلالها تطبيق المفاهيم التي يشملها المقرر على حالة الشركة والإجابة على الأسئلة المذكورة في دراسة الحالة.</p>	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى				الفصل الرابع - الأعمال والتجارة النقالة
<p>قراءات إضافية لتعزيز فهم الطلاب لإدارة الأعمال الإلكترونية ودورها في المنظمات. يمكن إجراء مناقشة حول هذه القراءة أثناء الجلسة.</p> <p>الوظيفة وهي حالة عملية لإدارة الأعمال الإلكترونية في شركة معينة، حيث يُطلب من الطالب من خلالها تطبيق المفاهيم التي يشملها المقرر على حالة الشركة والإجابة على الأسئلة المذكورة في دراسة الحالة.</p>	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى				الفصل الخامس - التجارة الاجتماعية

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

<p>قراءات إضافية لتعزيز فهم الطلاب لإدارة الأعمال الإلكترونية ودورها في المنظمات. يمكن إجراء مناقشة حول هذه القراءة أثناء الجلسة.</p> <p>الوظيفة وهي حالة عملية لإدارة الأعمال الإلكترونية في شركة معينة، حيث يُطلب من الطالب من خلالها تطبيق المفاهيم التي يشملها المقرر على حالة الشركة والإجابة على الأسئلة المذكورة في دراسة الحالة.</p>	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى				الفصل السادس - البنية التحتية للأعمال الإلكترونية
<p>قراءات إضافية لتعزيز فهم الطلاب لإدارة الأعمال الإلكترونية ودورها في المنظمات. يمكن إجراء مناقشة حول هذه القراءة أثناء الجلسة.</p> <p>الوظيفة وهي حالة عملية لإدارة الأعمال الإلكترونية في شركة معينة، حيث يُطلب من الطالب من خلالها تطبيق المفاهيم التي يشملها المقرر على حالة الشركة والإجابة على الأسئلة المذكورة في دراسة الحالة.</p>	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى				الفصل السابع - الدفع الإلكتروني
<p>قراءات إضافية لتعزيز فهم الطلاب لإدارة الأعمال الإلكترونية ودورها في المنظمات. يمكن إجراء مناقشة حول هذه القراءة أثناء الجلسة.</p> <p>الوظيفة وهي حالة عملية لإدارة الأعمال الإلكترونية في شركة معينة، حيث يُطلب من الطالب من خلالها تطبيق المفاهيم التي يشملها المقرر على حالة الشركة والإجابة على الأسئلة المذكورة في دراسة الحالة.</p>	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى				الفصل الثامن - استراتيجية الأعمال الإلكترونية

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

<p>قراءات إضافية لتعزيز فهم الطلاب لإدارة الأعمال الإلكترونية ودورها في المنظمات. يمكن إجراء مناقشة حول هذه القراءة أثناء الجلسة.</p> <p>الوظيفة وهي حالة عملية لإدارة الأعمال الإلكترونية في شركة معينة، حيث يُطلب من الطالب من خلالها تطبيق المفاهيم التي يشملها المقرر على حالة الشركة والإجابة على الأسئلة المذكورة في دراسة الحالة.</p>	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى				الفصل التاسع - التسويق الإلكتروني - الجزء الأول
<p>قراءات إضافية لتعزيز فهم الطلاب لإدارة الأعمال الإلكترونية ودورها في المنظمات. يمكن إجراء مناقشة حول هذه القراءة أثناء الجلسة.</p> <p>الوظيفة وهي حالة عملية لإدارة الأعمال الإلكترونية في شركة معينة، حيث يُطلب من الطالب من خلالها تطبيق المفاهيم التي يشملها المقرر على حالة الشركة والإجابة على الأسئلة المذكورة في دراسة الحالة.</p>	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى				الفصل العاشر - التسويق الإلكتروني - الجزء الثاني
<p>قراءات إضافية لتعزيز فهم الطلاب لإدارة الأعمال الإلكترونية ودورها في المنظمات. يمكن إجراء مناقشة حول هذه القراءة أثناء الجلسة.</p> <p>الوظيفة وهي حالة عملية لإدارة الأعمال الإلكترونية في شركة معينة، حيث يُطلب من الطالب من خلالها تطبيق المفاهيم التي يشملها المقرر على حالة الشركة والإجابة على الأسئلة المذكورة في دراسة الحالة.</p>	<input type="checkbox"/> تمارين (TD) <input checked="" type="checkbox"/> وظائف <input checked="" type="checkbox"/> حلقات بحث <input type="checkbox"/> مشاريع <input type="checkbox"/> تجارب <input type="checkbox"/> أخرى				الفصل الحادي عشر - الأعمال الإلكترونية بين الشركات

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

5- معايير التقييم:

نمط التقييم					معايير التقييم لتحقيق المحصلات على الطالب أن يظهر الإمكانيات اللازمة للقيام بالأنشطة التالية:	المحصلات التعليمية	ILO Code
تقارير	عروض ومقابلات	امتحانات	عملي	تفاعل في الجلسات المتزامنة			
X	X	X		X	اشرح ما هي الأعمال الإلكترونية والمفاهيم ذات الصلة	تعريف الأعمال الإلكترونية وشرح الأسباب التي أدت إلى تطورها السريع	ILO1
X	X	X		X	قارن بين التطبيقات المختلفة للأعمال الإلكترونية وأدوارها في المنظمات	شرح الأسس النظرية والعملية لتطبيق وتنفيذ الأعمال عبر الإنترنت والشبكات الإلكترونية	ILO2
X	X	X		X	اشرح كيف يمكن لمنظمة ما استخدام الأعمال الإلكترونية بفعالية	تحليل وتقييم تقنيات وأدوات وطرق تطبيق الأعمال الإلكترونية	ILO3
X	X	X		X	اشرح كيفية بناء استراتيجية الأعمال الإلكترونية	تحليل استراتيجيات وأساليب إنشاء القيمة في الأعمال الإلكترونية	ILO4
X	X	X		X	أثبت أن المنظمة يمكنها تعزيز علاقاتها مع العملاء والموردين باستخدام الأعمال الإلكترونية	تحليل وتقييم آليات وأساليب التفاعل مع العملاء والموردين في الأعمال الإلكترونية	ILO5
X	X	X		X	بين كيفية بناء وتصميم نماذج أعمال جديدة اعتماداً على الأعمال الإلكترونية	تصميم خطط متوافقة مع طبيعة الأعمال الإلكترونية	ILO6

6- أدوات ومختبرات القسم العملي:

اسم الأداة	توصيفها
لا يوجد	-

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

7- المراجع الأساسية:

1. Aithal, P.S. Mobile Commerce. Srinivas Publishers Mangalore (2016).
2. Boardman, R. Blazquez, M. Henninger, C. and Ryding, D. Social Commerce - Consumer Behaviour in Online Environments, Palgrave Macmillan (2019).
3. Chaffey, D. Digital business and E-commerce management - strategy, implementation and practice, 6th edition, Pearson (2015).
4. Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F. Digital Marketing - Strategy, Implementation and practice, Pearson (2016)
5. Charlesworth, A. Digital Marketing- A Practical Approach, 3d edition, Routledge (2018).
6. Diamond, S. Digital marketing all-in-one for dummies, John Wiley & Sons (2019).
7. Duhan, P. and Singh, A. M-commerce - experiencing the phygital retail. Apple Academic Press and CRC Press (2019).
8. Schneider, G. Electronic Commerce. Gengage Learning (2017).
9. Jelassi, T. Martínez-López, F. Strategies for e-Business - Concepts and Cases on Value Creation and Digital Business Transformation, 4th edition. Springer (2020).
10. Laudon, K. and Traver, C. E-Commerce 2016 Business, Technology, Society, 12th edition. Pearson (2017).
11. Martínez-López, F. Handbook of Strategic e-Business Management. Springer (2014).
12. Qin, Z. Chang, Y. Li, S. and Li, F. E-Commerce Strategy, Springer Berlin Heidelberg (2014).
13. Smith, P. R. and Chaffey, D. Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing, 5th edition, Taylor & Francis (2017).
14. Turban, E. Outland, J. King, D. Kyu Lee, J. Liang, T. and Turban, D. Electronic Commerce 2018 - A Managerial and Social Networks Perspective, 9th edition. Springer (2018).
15. Turban, E. Strauss, J. and Lai, L. Social Commerce Marketing, Technology and Management. Springer (2016).
16. Wei, J. Mobile Electronic Commerce - Foundations, Development, and Applications. CRC Press (2014).

8- المراجع الإضافية:

1. Chaffey, D. E-Business and E-Commerce Management - Strategy, Implementation and Practice, 4th edition. FT Prentice Hall (2009).
2. Combe, C. Introduction to e-Business Management and Strategy. Elsevier (2006).
3. Deiss, R. and Henneberry, R. Digital Marketing For Dummies, John Wiley & Sons (2017).
4. Jelassi, T. Enders, A. Marenez-Lopez, F. Strategies for e-business - creating value through

Syrian Arab Republic	 الجامعة الافتراضية السورية SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY	الجمهورية العربية السورية
Ministry of Higher Education and Scientific Research		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Syrian Virtual University		الجامعة الافتراضية السورية

electronic and mobile commerce - concepts and cases. Pearson (2014).

5. Kutz, M. Introduction to E-Commerce – Combaining Business and Information Technology, Bookboon (2016).
6. Meier, A. Stormer, H. eBusiness & eCommerce - Managing the Digital Value Chain. Springer (2009).
7. Radovilsky, Z. Business models for e-commerce-Business. Cognella Academic Publishing (2015).
8. Radovilsky, Z. Application models for e-commerce-Business. Cognella Academic Publishing (2015).
9. Qin, Z. Introduction to E-commerce. Springer (2009).
10. Strauss, J. and Frost, R. E-marketing, 7th edition, Perason (2014).
11. Turban, E. Whiteside, J. King, D. Outland, J. Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce, 4th edition. Springer (2017).
12. d mobile commerce _ concepts and cases, 3th Ed, Pearson (2014)