جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي -

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية السنة الثانية ماستر علوم تجارية: تخصص تسويق الخدمات

السنة الجامعية 2020/2021

**البرنامج السداسي لمقياس التسويق الإلكتروني للخدمات**

**الفصل الأول: مدخل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال**

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

* مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال
* أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال
* خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المبحث الثاني: تكنولوجيا الشبكات الخاصة (الإنترانت والإكسترانت)

* الإنترانت
* الإكسترانت

المبحث الثالث: تكنولوجيا الشبكات العامة (الإنترنت)

* تعريف الانترنت
* تقنيات الإتصال بالإنترنت
* خدمات الانترنت

**الفصل الثاني: ماهية التسويق الالكتروني**

المبحث الأول: عموميات حول التسويق الإلكتروني

* تعريف التسويق الإلكتروني
* خصائص التسويق الالكتروني

المبحث الثاني: مزايا استخدام التسويق الإلكتروني ومجالاته

* مزايا وفوائد استخدام للتسويق الإلكتروني
* مجالات التسويق الإلكتروني

المبحث الثالث: صور التسويق الالكتروني ومتطلباته

* الصور المختلفة للتسويق الإلكتروني
* العناصر المتطلبة في عملية التسويق الالكتروني
* متطلبات التسويق الالكتروني من الناحية الفنية (إنشاء الموقع)

**الفصل الثالث: دراسة سلوك مستهلك الخدمة الالكترونية**

* تعريف سلوك مستهلك الخدمة الإلكترونية
* أهمية دراسة سلوك مستهلك الخدمة الإلكترونية
* نموذج سلوك مستهلك الخدمة الإلكترونية
* متطلبات سلوك مستهلك الخدمة الإلكترونية أثناء التسويق الإلكتروني

**الفصل الرابع: المزيج التسويقي الإلكتروني للخدمات**

* تأثير الأنترنت على الخدمة
* تأثير الأنترنت على تسعير الخدمات
* أثر الأنترنت على توزيع الخدمات
* تأثير الأنترنت على ترويج الخدمات
* تأثير الأنترنت على المزيج التسويقي الممتد للخدمات

**المراجع المعتمدة:**

1. بشير عباس العلاق، **الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2004
2. يوسف أحمد أبو فارة، **التسويق الالكتروني-عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت**-، الطبعة الأولى، دار وائل، الأردن، 2004
3. يوسف حجيم سلمان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، **التسويق الإلكتروني،** الطبعة الأولى، الوراق للّنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2009
4. بشير عباس العلاق، **تطبيقات الانترنت في التسويق**، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2003
5. Michel Badoc ,Bertrand Lavayssiére et Emmannual copin(2000), **E-marketing de la banque et de l’assurance**, 2 éme édition, édition d’organisation, Paris
6. Philip Kotler et autre(2006) : **marketing management**, 12eme édition, Pearson éducation

 **الأستاذة: د. نايلي إلهام**