

د. إبراهيم بختي

# النجارة الإلكترونية

مفاهيم و إستراتيجيات التطبيق في المؤسسة



ديوان المطبوعات الجامعية



## المحتويات

|     |                                                |
|-----|------------------------------------------------|
| 03  | المحتويات                                      |
| 05  | تقديم                                          |
| 07  | <b>I- الفصل الأول : مدخل عام</b>               |
| 07  | 1 - المؤسسة الإقتصادية                         |
| 11  | 2 - إدارة الأعمال                              |
| 14  | 3 - نظام المعلومات                             |
| 22  | 4 - الشبكات المعلوماتية والإنترنت              |
| 39  | <b>II- الفصل الثاني : التجارة الإلكترونية</b>  |
| 39  | 1- هيكلية التجارة الإلكترونية                  |
| 72  | 2- النقود الإلكترونية                          |
| 75  | 3- أمن التحويلات وأنظمة الدفع المالية          |
| 82  | 4- التسويق الإلكتروني                          |
| 89  | <b>III- الفصل الثالث : إستراتيجيات المؤسسة</b> |
| 89  | 1- الإنترنت ونشاط المؤسسة                      |
| 101 | 2 - الإنترنت ومحيط المؤسسة                     |
| 126 | 3- الإنترنت والإشهار التجاري                   |

|     |                                                |
|-----|------------------------------------------------|
| 138 | IV- الفصل الرابع : إستراتيجيات الويب web ..... |
| 138 | 1- إستراتيجيات التواجد .....                   |
| 146 | 2- أسس بناء المواقع التجارية وحلولها .....     |
| 161 | 3- وظائف مواقع الويب .....                     |
| 173 | 4- متطلبات وأسلوب التسوق عبر الويب .....       |
| 182 | الملاحق .....                                  |
| 185 | المراجع .....                                  |
| 194 | الفهرس .....                                   |