



رأية الشعبية  
ث العلمي



علوم التجارية وعلوم التسيير

قسم : العلوم التجارية

تخصص : مالية و تجارة الدولية

**مخطط مقرر المقياس**

مسمى المقياس : إدارة الأعمال الدولية

الفصل الدراسي : السداسي الأول

المستوى الدراسي : السنة أولى ماستر مالية و تجارة دولية.

السنة الجامعية : 2021 / 2020

اسم أستاذ المادة : د. يحيى عبد الحفيظ

القسم و التخصص : العلوم التجارية، تخصص التجارة الدولية.

البريد الإلكتروني : hafidhyahiaoui@yahoo.fr

**الهدف العام للمقرر:** يهدف المقرر إلى دراسة إدارة الأعمال الدولية والبحث في فهم ومعرفة الأعمال و المؤسسات والشركات الدولية والتي تعتبر من أهم السمات الأساسية للنظام الاقتصادي العالمي الجديد. فيتعرض المنهج لدراسة مفاهيم إدارة الأعمال الدولية وإلى بيئتها ونظرياتها، فضلا عن معرفة الأعمال الكونية واستراتيجيات الانتشار في الأسواق الدولية، كما يدرس التنظيم في الشركات الدولية، إدارة الموارد البشرية على المستوى الدولي، إضافة إلى الاطلاع على أهم الأعمال الالكترونية الدولية وتصنيفها.....الخ. بعد استكمال المقرر يتوقع أن يكون الطالب قادر على اكتساب المهارات التالية:

- التعرف على المفاهيم العامة لإدارة الأعمال الدولية.
  - التفرقة بين التقنيات المختلفة للهيكل و المهام التنظيمية والوظيفية للمؤسسات والشركات الدولية (م ج).
  - اكتساب محددات واستراتيجيات اختيار وتحليل الأسواق الدولية (الأعمال الكونية واستراتيجيات الانتشار).
  - الإحاطة بالتقنيات اللازمة في ميدان الإدارة المالية الدولية من نواحي المصدر، الزمن، التكلفة.
  - القدرة على المقارنة بين مختلف نماذج الإدارة الدولية من خلال الاتجاهات الحديثة لأعمال الدولية.
- تنويه:

عزيزي الطالب، إن هذه المذكرة لا تغني الطالب عن متابعة المحاضرات المقررة (التي قد تذكر نقاط إضافية أو توضيح وتشرح أكثر) فهي ليست ملخص، إنما إعادة ترتيب لمحتوى المادة ليسهل فهمه و طباعته، لذا عليك تحضير المقياس بتمعن، بالاستعانة بهذه المذكرة، فهذه المذكرة عبارة عن تبسيط للمقياس وتشرح أهم النقاط المطلوب من الطالب فهمها من المنهج المقرر.

نسأل الله التوفيق والسداد

للمزيد يرجى المراسلة على البريد الإلكتروني أعلاه

## المحاضرة السادسة: الأعمال الإلكترونية

**1- الأعمال الإلكترونية:** هي أوسع نطاقا واشمل من التجارة الإلكترونية، فهي تقوم على فكرة الكترونية الأداء، في إطار العلاقة بين إطارين من العمل، وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدمية، ولا تتعلق فقط بلاعة المورد بالعميل، بل تمتد لعلاقة المؤسسة بوكلائها وموظفيها وعمالئها، والى أنماط أداء العمل والرقابة عليه.

**2- التجارة الإلكترونية:** تعرفها المنظمة العالمية للتجارة على أنها: "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج و توزيع وتسويق و بيع المنتجات(سلع وخدمات) بوسائل إلكترونية".  
كما تعرف بأنها: "استخدام وسائل الكترونية لتمكين عمليات التبادلن بما في ذلك بيع وشراء المنتجات والخدمات التي تتطلب النقل في صورة رقمية او مادية من مكان الى اخر.  
و على ضوء ما تقدم، فمجالات التجارة الإلكترونية :

- البيع و الشراء، و التفاوض؛
- الاستلام الفوري للسلع و الخدمات عبر الشبكات أو خارجها؛
- إبرام عقود السلع و الخدمات الإلكترونية (الصفقات)؛
- إعطاء أوامر البيع و الشراء؛
- المتابعة الإلكترونية لعمليات التعاقد و تنفيذ الصفقات؛
- تقديم المعلومات عن السلعة أو الخدمة؛
- إضافة إلى تسوية المدفوعات و السداد الفوري للالتزامات المالية.

**1-2- مفهوم وطبيعة التجارة الإلكترونية:** يعني مصطلح -التجارة الإلكترونية- للكثير من الناس، التجارة من خلال الأنترنت المسمى الشبكة العنكبوتية العالمية .

فهي ( Electronic Commerce or e-Commerce ) ، تشتمل الكثير من الأنشطة، مثل :

- تجارة الأعمال مع الأعمال الأخرى B to B .
- تجارة الأعمال مع الأفراد B To C.
- العمليات الداخلية التي تستخدمها الشركات في دعم أنشطة شرائها، وبيعها، و تعيينها الأفراد، و تخطيطها، و غير ذلك من الأنشطة الأخرى في المجال.

**2-2- مجالات التجارة الإلكترونية :**

- - البيع و الشراء، و التفاوض ؛

- تقديم المعلومات عن السلعة أو الخدمة ؛
- إبرام عقود السلع و الخدمات الإلكترونية (الصفقات) ؛
- إعطاء أوامر البيع و الشراء؛
- المتابعة الإلكترونية لعمليات التعاقد و تنفيذ الصفقات؛
- الاستلام الفوري للسلع و الخدمات عبر الشبكات أو خارجها
- إضافة إلى تسوية المدفوعات و السداد الفوري للالتزامات المالية.

### 2-3- فوائد التجارة الإلكترونية :

- بناء على كل ما تقدم لا شك أن الشركات المتعددة الجنسيات و الشركات التابعة لها، هي المستفيد الأول والمطور الأول لما يعرف حالياً بالتجارة الإلكترونية.
- ومن أهم فوائد التجارة الإلكترونية عموماً :
- توفير المعلومات اللازمة لدعم اتخاذ القرارات الخاصة بالأعمال الدولية على اختلاف أشكالها و أنماطها.
  - إمكانية الشراء من المكان الذي نتواجد فيه (المكتب، البيت، السيارة.. الخ)،
  - تمكين المستهلك الحصول على منتجات ذات جودة عالية كنتيجة لزيادة المنافسة في الأسواق (المحلية و الدولية)،
  - معاينة المنتجات مباشرة (اللون، الشكل.. الخ)،
  - تمكين الشركات من التخفيض في التكاليف التسويقية (التوزيع والإعلان).
  - تمكين الاتصال السريع و تسهل عملية التفاوض (تقليل الجهد) .
- 3-التسويق الإلكتروني:** يقصد به إدارة التفاعل مع العملاء عبر الانترنت، وتحقيق المنافع المشتركة بغض النظر إلى نوع الأعمال الإلكترونية، فقد يستخدم لتسويق خدمات التعليم الإلكتروني، أو التسويق لخدمات الحكومة الإلكترونية، فهو لا يركز على بيع المنتجات للمستهلك بل يركز أيضاً على إدارة العلاقة بين المؤسسة والمستهلك من جانب، وعناصر البيئة الداخلية والخارجية من جانب آخر، وبالتالي فوظيفة التسويق الإلكتروني هي تحقيق التنسيق والتكامل مع بقية وظائف المؤسسة كالإنتاج، والتخزين، والمالية، والبحث والتطوير وغيرها.