

المقدمة:

تشهد حياة الإنسان المعاصر تحولاً جذرياً في أنماط ممارسته للأنشطة اليومية، نتيجة الاعتماد المتزايد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التي تتميز بالسرعة وسهولة الوصول إلى المعرفة. ومن بين المفاهيم الحديثة التي برزت نتيجة لهذا التحول، يبرز مصطلح **"التجارة الإلكترونية"**، الذي بات اليوم جزءاً لا يتجزأ من المفهوم الموسع للتجارة، ويتزايد استخدامه بين الأفراد والمؤسسات على حد سواء.

لقد ظهرت التجارة الإلكترونية قبل ما يزيد عن ثلاثة عقود، حيث تعتمد على بنية معرفية رقمية، تُدار أدواتها بشكل كامل من خلال الحواسيب وملحقاتها، وتشمل الإنترنت، الهاتف، الفاكس، التلكس، وغيرها من التقنيات الحديثة التي تؤدي دوراً أساسياً في تنفيذ العمليات التجارية، بما في ذلك الدفع المالي من خلال التحويلات الإلكترونية، التسوق عبر الإنترنت، وبطاقات الدفع والائتمان.

تغطي التجارة الإلكترونية جميع المعاملات التجارية المرتبطة بشراء وبيع السلع والخدمات. وقد اعتبرها عدد من المحللين الاقتصاديين رافعة بديلة للتنمية الاقتصادية نظراً لفعاليتها وسرعتها في إبرام الصفقات، توزيع المنتجات، وتسويق الخدمات.

وانطلاقاً من الأهمية المتزايدة لهذا النمط من التجارة، تسعى هذه الدورة التدريبية إلى تسليط الضوء على المفاهيم الأساسية للتجارة الإلكترونية، وشرح مدى تأثيرها على الاقتصاد الوطني والدولي، مع التركيز على موقع العالم العربي ضمن هذا السياق العالمي المتغير، واستكشاف إمكانات المستقبل الاقتصادي في ظل تبني هذا النموذج التجاري الحديث.

الفئات المستهدفة:

- مدراء المؤسسات والشركات الراغبون في التحول نحو النماذج الرقمية.
- رواد الأعمال الذين يسعون لتطوير مهاراتهم في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- طلاب وخريجو كليات إدارة الأعمال ممن يطمحون للانخراط في مجال التجارة الإلكترونية.
- المدراء التنفيذيون وموظفو الأقسام المختلفة في البنوك والمصارف.
- المحاسبون والمساعدون الماليون العاملون في القطاع المصرفي.
- أي شخص يرى في نفسه الحاجة لاكتساب المعرفة والخبرة في هذا المجال.

الأهداف التدريبية:

بنهاية البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- امتلاك معرفة دقيقة بمفهوم التجارة الإلكترونية وتأثيراتها على الاقتصاد العالمي.
- فهم الدوافع الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية، والخصائص الإيجابية المرتبطة بها.
- استيعاب أهمية التجارة الإلكترونية على الصعيد الدولي.
- تحليل واقع التجارة الإلكترونية وموقعها في النظام العالمي، مع التركيز على الدول العربية.
- فهم نظم الدفع الإلكترونية المختلفة المستخدمة ضمن بيئة التجارة الإلكترونية.
- التعرف على الجرائم الإلكترونية الشائعة المرتبطة بهذا النوع من التجارة، وسبل الحماية منها.
- تقييم مستوى التوجه في الوطن العربي نحو الانخراط في التجارة الإلكترونية.

- تكوين رؤية واضحة حول واقع التجارة الإلكترونية في السياق العربي.

الكفاءات المستهدفة:

- الإلمام المتقدم بمفاهيم التجارة الإلكترونية وتأثيراتها الاقتصادية.
- فهم السياق الذي نشأت فيه التجارة الإلكترونية والدوافع التي ساهمت في انتشارها.
- التعرف على مكانة التجارة الإلكترونية ضمن الاقتصاد العالمي.
- القدرة على التعامل مع النظم الحديثة في التجارة الرقمية.
- إثراء المعرفة الأكاديمية بموضوعات تتعلق بالثورة التكنولوجية وتأثيرها على الاقتصاد.
- التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر والعالم العربي، ومقارنتها بالممارسات العالمية.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: التجارة الإلكترونية

- التعريف بمفهوم التجارة الإلكترونية من زوايا متعددة.
- إعداد خطة عملية للتحويل من التجارة التقليدية إلى التجارة الرقمية.
- استعراض المتطلبات الأساسية لإقامة بيئة تجارية إلكترونية فعالة على المستوى الوطني.

الوحدة الثانية: توجهات الدول العربية نحو التجارة الإلكترونية

- الربط بين مفهوم التحول من النموذج التجاري التقليدي إلى الإلكتروني.
- دراسة متطلبات التجارة الإلكترونية ضمن الإطار القومي العربي.
- تحليل سلوك مجتمع الأعمال العربي واستجابته لمفاهيم التجارة الإلكترونية.
- تحديد العقبات والتحديات التي تواجه التوسع في التجارة الرقمية في العالم العربي.

الوحدة الثالثة: واقع التجارة الإلكترونية

- تحليل شامل لواقع التجارة الإلكترونية على المستويين المحلي والدولي.
- مناقشة المتطلبات العامة اللازمة لتبني نموذج التجارة الإلكترونية.
- استشراف مستقبل الاقتصاد بعد اعتماد التجارة الإلكترونية كأحد محركات النمو.

الوحدة الرابعة: وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني

- عرض أنواع بطاقات الدفع: بطاقات الائتمان، بطاقات الدفع الشهري، والبطاقات الذكية.
- مناقشة أحدث الأساليب المصرفية في الدفع والسداد، مثل الهاتف المصرفي.
- استعراض مفهوم النقود الرقمية والصكوك الإلكترونية.
- شرح تفصيلي للشبكات الإلكترونية وآليات استخدامها في بيئة رقمية.

الوحدة الخامسة: خصائص وأشكال ومستويات التجارة الإلكترونية

- أشكال التبادل التجاري البسيط والتحويلات المالية.
- التوزيع الإلكتروني للسلع والخدمات غير المادية.
- الترويج والدعاية للمنتجات عبر القنوات الرقمية.
- المعاملات التجارية المباشرة بين أطراف السوق.
- الاعتماد على البنى التحتية الإلكترونية في تنفيذ العمليات.
- التفاعل المتزامن بين أطراف المعاملات عبر الإنترنت.
- التسليم الرقمي للسلع غير المادية وتبادل الوثائق إلكترونياً.
- سلسلة تبادل البيانات والمعلومات بين الجهات المعنية.

الوحدة السادسة: أشكال التجارة الإلكترونية

- التجارة الإلكترونية بين الشركات (B2B).
- التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين (B2C).
- التجارة الإلكترونية بين الشركات والحكومات (B2G).
- التجارة الإلكترونية بين الأفراد والإدارات الحكومية (C2G).

الوحدة السابعة: دوافع التجارة الإلكترونية

- تبسيط وتيسير المعاملات التجارية.
- تعزيز الكفاءة التشغيلية والتجارية.
- المساهمة في فتح أسواق جديدة وتحقيق انتشار أوسع.