

المحتويات

5	توطئة
9	المحتويات
13	الفصل الأول: مدخل إلى التسويق الإلكتروني
15	تقديم
15	أولاً: مفهوم التسويق الإلكتروني:
18	ثانياً: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على التسويق بشكل عام
20	ثالثاً: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على عناصر المزيج التسويقي
33	الفصل الثاني: الشبكات واستخداماتها في التسويق
35	تقديم:
35	أولاً: التمييز بين شبكة العنكبوت الدولي وشبكة الانترنت
38	ثانياً: التسويق عبر الشبكات:
47	ثالثاً: مبادئ العمل الشبكي الفعال
51	رابعاً: أبرز قنوات الأعمال التجارية الشبكية
55	الفصل الثالث: نجاحات التسويق الإلكتروني
57	تقديم:
58	أولاً: الثورة الرقمية وسلوك العميل الشرائي
60	ثانياً: الثورة الرقمية وسلوك البيع والشراء للأعمال التجارية
62	ثالثاً: الثورة الرقمية والتجارة الإلكترونية
68	رابعاً: فرص التسويق الإلكتروني تجارياً
72	خامساً: التسويق الإلكتروني والأسواق العالمية (التسويق الدولي الإلكتروني)

79	الفصل الرابع: المبيعات الالكترونية
81	تقديم:
81	- إعادة اختراع تنظيم المبيعات
85	أولاً: إرساء وإدامة علاقات طويلة الأمد مع العملاء
89	ثانياً: تبني تغيير التنظيم
95	ثالثاً: الحصول على الالتزام (ضمان الالتزام)
99	رابعاً: التوجيه بدلاً من إصدار الأوامر
100	خامساً: قياس أداء مندوب المبيعات
104	سادساً: انتهاج طرق مختلفة للوصول إلى العملاء
107	سابعاً: إزالة حواجز الأداء
109	ثامناً: تفعيل التكنولوجيا
113	الفصل الخامس: الخدمات الإلكترونية وأساليب تسويقها
115	تقديم:
115	أولاً: الخدمة الإلكترونية من حيث المفهوم
119	ثانياً: أسباب نجاح الخدمات الإلكترونية
122	ثالثاً: تطبيقات الخدمات الإلكترونية
131	الفصل السادس: أساليب التسعير في بيئة الأعمال الإلكترونية
133	تقديم:
133	أولاً: التسعير عبر الانترنت
136	ثانياً: دور تكنولوجيا والمعلومات والاتصالات في التسعير
140	ثالثاً: ثورة تغيير واقع التسعير الحالي
145	رابعاً: وسائل الدفع الإلكترونية

151	دراسة حالة التغيرات من حيث أساليب تسعير الإعلان
153	الفصل السابع: الاتصالات التسويقية الإلكترونية
155	تقديم:
155	أولاً: متطلبات استخدام الوب من أجل الترويج الفعال
157	ثانياً: قنوات الاتصالات التسويقية الإلكترونية
167	البيع الشخصي
171	الفصل الثامن: قنوات التوزيع في البيئة الإلكترونية
173	تقديم:
173	أولاً: ما الجديد في الفضاء السوقي؟
176	ثانياً: الوسطاء الجدد في بيئة الأعمال الإلكترونية (وسطاء المعرفة الإلكترونية)
178	ثالثاً: خصوصية الأسواق الإلكترونية والوساطة فيها
183	المراجع والمجلات والمواقع الشبكية
183	المراجع:
192	المجلات والمواقع الشبكية: