وزارة التعليم العلي والبحث العلمي

جامعة المستقبل

كلية العلوم الإدارية والمالية

قسم نظم معلومات الادارية

موقع تسوق إلكتروني

لمنتجات شركة سوني

هذا المشروع مقدم كجزء متطلب لنيل شهادة البكالوريوس

في تخصص نظم معلومات إدارية

مشروع الطالبات

مرام عبد الله الأنسي

سارة محسن معيض

ندى عبد الله كُباس

الدكتور المشرف

د. ياسر الدبعي

للعام الجامعي

2021-2022


بسم الله الرحمن الرحيم

بسم الله الرحمن الرحيم

قال تعالى:

"يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات والله بما تعملون خبير"

الإهداء

إلى بسمة الحياة وسر الوجود .. إلى معنى الحب والحنان والتفاني.. إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم حياتي

إلى أغلى الحبايب ...

(أمهاتنا الغاليات)

إلى من كله الله بالهيبة والوقار. . إلى من علمني العطاء بدون انتظار.. إلى من أحمل اسمه بكل فخر..

(آبائنا الغاليين)

إلى من أتقاسم معهم أجواء المحبة الأسرية إلى من هم سندي في الدنيا ولا أحّصي لهم فضل..

(أخوتنا وأصدقائنا)

وإلى جميع أهلي وأصدقائي وكل من كان إلى جانبنا وساندنا ونصحنا أهديكم جميعاً ثمرة هذا الجهد المتواضع، وأسأل الله أن يكون به النفع لديننا، وبلدنا، اللهم آمين.

والله الموفق.

الباحثون

شكر وعرفان

الحمد لله أولاً وأخيرً ... الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، ونصلي ونسلم على المبعوث رحمةً للعالمين بشيراً ونذيراً وعلى آلة وصحبه التابعين بإحسان إلى يوم الدين،

وبعد:

نقدم الشكر كل الشكر لجامعة المستقبل عامه، ونخص بالشكر دراسات العلوم الإدارية والمالية

ونخص بالشكر والاحترام فضيلة الدكتور ياسر الدبعي رئيس قسم نظم المعلومات الإدارية بكلية دراسات العلوم الإدارية والمالية بالجامعة، لتفضله وإشرافه على هذا المشروع.

كما نتقدم بالشكر للدكتور القدير / ياسر الدبعي على تقديم المساعدة في إنجاز الجانب النظري من المشروع.

كما نتقدم بالشكر للدكتور القدير / عبد الرحمن الضبيبي على تقديم المساعدة في إنجاز الجانب العملي من المشروع.

وأخيراً نقدم الشكر والتقدير لكل من أسهم لإنجاز هذا المشروع ونخص بالذكر .. . .

جزاهم الله خيراً.

والله الموفق،

الباحثون

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
الفصل الأول	١٠
المقدمة	١١
مشكلة المشروع	١٢
الهدف العام للمشروع	١٢
أهداف المشروع	١٢
أهمية المشروع	١٢
تعريف المشروع	١٣
خصائص المستخدم للموقع	١٣
صعوبات التنفيذ	١٣
الحلول البديلة	١٣
حدود الدراسة	١٣
منهجية تطوير النظام	١٤
خطة المشروع	١٥
الجدوى التقنية	١٥
الجدوى الرقمية	١٥

الجدوى الاقتصادية	١٦
الخطة الزمنية	١٧
الفصل الثاني	١٨
المقدمة	١٩
طرق جمع البيانات	١٩
طرق تسجيل البيانات	١٩
الأعمال الالكترونية	٢٠
التسويق الالكتروني	٢٢
الإدارة الالكترونية	٢٥
مبادئ نظم المعلومات	٢٦
العوامل التي أثرت على تطور نظم المعلومات	٢٧
أنواع نظم المعلومات الجديدة	٢٨
نظم معالجة البيانات	٣٠
نظم دعم القرارات	٣١
الأنظمة الخبيرة	٣٢
المحتوى الالكتروني وإدارته	٣٢
معايير تقويم جودة المعلومات في المواقع الالكترونية من قبل المستفيد	٣٤
معايير جودة المواقع الالكترونية	٣٦

معايير تقييم المواقع الالكترونية	٣٧
الخاتمة	٤٤
الفصل الثالث	٤٥
المقدمة	٤٦
جميع المتطلبات	٤٦
وثيقة المتطلبات	٤٨
مخطط تدفق سير البيانات	٤٩
نمذجة العمليات	٥٠
مخطط العلائقي	٥١
مخطط قواعد البيانات	٥٢
وصف العمليات (الخوارزميات)	٥٣
تسجيل حسابات العملاء	٥٣
تسجيل دخول الموقع	٥٢
مخطط عملية الحذف	٥٤
عملية إضافة منتج	٥٥
الفصل الرابع	٥٦
المقدمة	٥٧
قاموس البيانات	٥٨

واجهة الموقع	٦٧
الفصل الخامس	٧١
المقدمة	٧٢
المقترحات	٧٢
التوصيات	٧٢
النتائج	٧٢
المراجع	٧٢
الملحقات	٧٣
الخاتمة	٧٦

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة



١.١ المقدمة

يمتاز العصر الحالي الذي نعيشه بزيادة المعلومات من حولنا وزيادة استخدامنا لهذه المعلومات واعتمادنا عليها في الحياة اليومية ويظهر ذلك بصورة واضحة في النمو الواسع لشبكة الانترنت واعتمادنا المتزايد على البريد الالكتروني والخدمات التي تقدمها المواقع على الشبكة العالمية وكان لابد لدول العالم أن تتجه نحو الاستفادة من هذه التقنية في كافه المجالات ,بما في ذلك كافه المجالات الإدارية للتخلص من الإدارة التقليدية فالإدارة الإلكترونية تمثل مدخلا فاعلا في كافة العمليات الإدارية وعلى النحو الذي يضفي الطبيعة الإلكترونية إلى خدمة المستفيدين ومن ثم الإيفاء بمتطلباتهم عبر شتى الوسائل الإلكترونية

وتعد شركة سوني من اكبر الشركات وأكثرها شعبيه حول العالم , وذلك نظرا لكونها مسؤوله عن ابتكار العديد من المنتجات الرائدة منذ تأسسها عام 1946 بالإضافة لأعمالها في مختلف المجالات التي تمس حياة معظم الأشخاص حول العلم, بما في ذلك خدمات وأجهزة الألعاب والشبكات والموسيقى والإنتاج السينمائي والمنتجات الإلكترونية التي تتضمن الأجهزة المحمولة والكاميرات وحلول التصوير المتنوع وأجهزة الترفيه المنزلي والصوت بالإضافة الى الكاميرات والمستشعرات والخدمات المالية والعديد من الاعمال الأخرى , وهو ما يجعل شركة سوني من الشركات العملاقة حول العالم .

وتقول شركة سوني ان هدفها الرئيسي هو ملء العالم بالعاطفة من خلال قوة الابداع والتكنولوجيا وأن قيمتها تتلخص في ريادة المستقبل بالأحلام والفضول مع السعي لخلق الأفضل من خلال الاستفادة من التنوع ووجهات النظر المختلفة بالإضافة لتعزيز علامة سوني التجارية من خلال السلوك المسؤول والأخلاقي.

١.٢مشكلة المشروع

- غياب تقييم محتويات الموقع والشهادات
- غياب الألوان المناسبة
- عدم متابعة الموقع بشكل دائم
- صور ذات جودة منخفضة
- تهميش الموقع في محركات البحث
- غياب التواصل مع الزوار
- غياب إصدار خاص للموقع بحيث يكون قابل للقراءة على شاشة الهاتف
- غياب الدقة في المحتوى
- بطء في التصفح

١.٣ الهدف العام للمشروع

تسعى الشركة إلى عمل موقع إلكتروني تفاعلي مع العملاء و الوكلاء يضمن إظهار الهوية البصرية والرسالة الإعلامية المختلفة لشركة سوني وكذلك المنتجات بكافة أنواعها في مكان واحد وبشكل احترفي.

١.٤ أهداف المشروع

- إنشاء موقع الكتروني يمثل واجهه الكترونية للشركة
- عمل قاعدة بيانات للمنتجات المختلفة الخاصة بسوني
- تفعيل عملية شراء المنتجات للعملاء أو الطلبات للوكلاء عبر الموقع في المراحل المتقدمة للمشروع
- ترتيب المعلومات بشكل جميل وسلس من أجل لفت انتباه الزائر
- توفير المعلومات عن جميع خدمات ومنتجات الشركة

١.٥ اهمية المشروع

- **ان يكون الموقع قادرا على عرض الهوية البصرية للشركة بشكل جيد.**
- **ان يكون الموقع قادرا على عرض منتجات الشركة بشكل سهل وواضح وسهل الاستخدام بالنسبة للعميل.**

١.٦ تعريف المشروع

موقع إلكتروني يعرض الرسائل الإعلامية والمنتجات المتنوعة لشركة سوني ليمكن العملاء والوكلاء من التفاعل بشكل أسهل وأوسع مع الشركة.

١.٧ خصائص المستخدم للموقع

- **القدرة على استخدام الحاسوب.**
- **التعامل مع الإنترنت.**
- **القدرة على إدارة المواقع ولوحات التحكم من قبل مسئول الموقع.**

١.٨ صعوبات التنفيذ

- **انقطاع التيار الكهربائي.**
- **التأخر في تسليم المشروع بسبب سوء الأوضاع الراهنة.**
- **ضعف او انقطاع شبكة الأنترنت.**

١.٩ الحلول البديلة

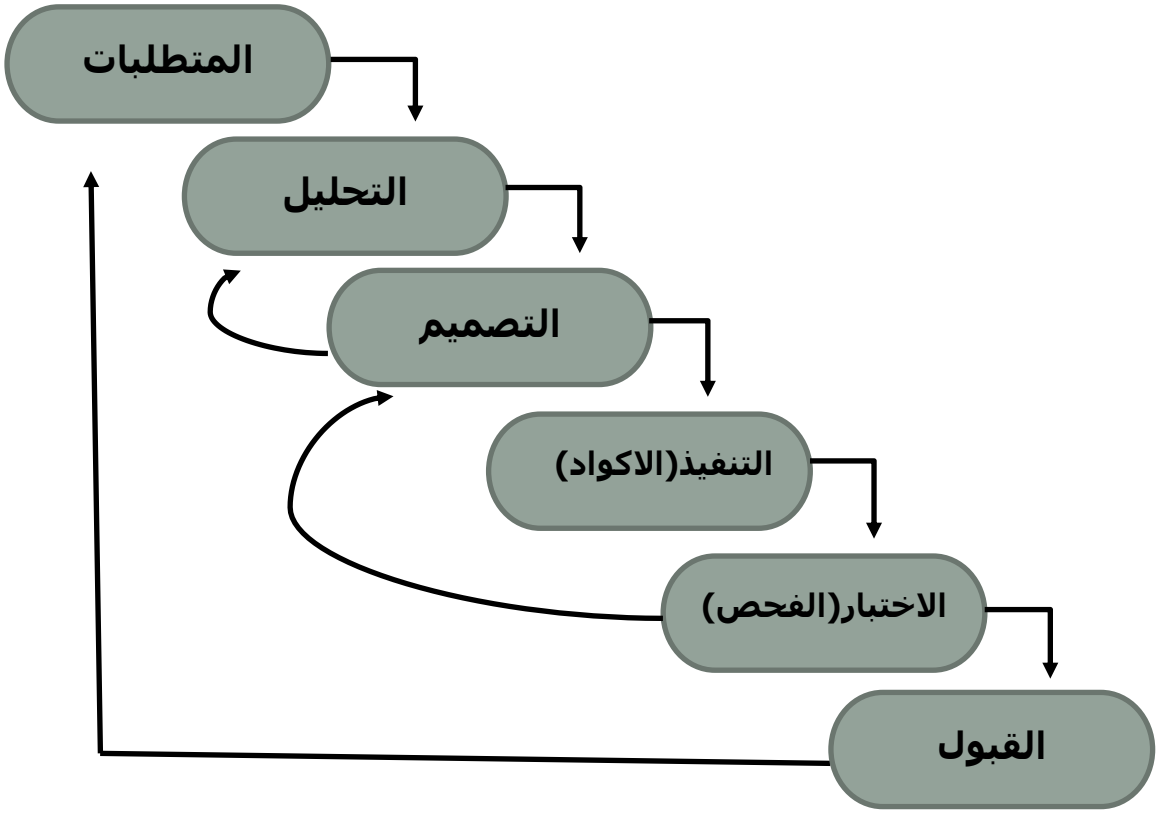
- **توفير مصادر طاقة بديله مثل الطاقة الشمسية.**
- **إيجاد أماكن مناسبه للعمل مثل مقاهي الإنترنت.**
- **التعاون مع مستشار في مجال الإعلان والهوية البصرية**

١.١٠ حدود الدراسة

- **حدود مكانية: الجمهورية اليمنية /امانة/العاصمة/شركة سوني.**
- **حدود الزمنية: سوف يتم تنفيذ المشروع خلال العام الدراسي 2022/2021م.**

١.١١ منهجية تطوير النظام

هناك العديد من المنهجيات المتبعة في مشاريع تطوير الأنظمة، أما بالنسبة لمشروعنا فقد اخترنا منهجية Model Waterfall Iterative لأنها منهجية تقوم ببناء النظام خطوه بخطوه وتتميز بسهولة الاستخدام والفهم وإمكانية الرجوع إلى أي مرحله من المراحل السابقة عند الرغبة في التعديل عليها .



١.١٢ خطة المشروع:

دراسة الجدوى:

الجدوى التقنية

يتم فيها تحديد مدى القدرة على بناء النظام وأن تكون الأدوات والتقنيات اللازمة لبناء الموقع متوفرة أو يمكن توافرها أثناء بناء الموقع بالكفاءة والجودة المطلوبة لضمان عمل الموقع بفعالية للحصول على النتائج المطلوبة وذلك عن طريق توفرها الآتي:

أولاً: الأجهزة المستخدمة:

أجهزة حاسوب شخصيه لبناء وتشغيل النظام

مواصفات الأجهزة المستخدمة

نوع نظام التشغيل Windows 10

مساحة القرص الصلب GB500

نوع المعالج COREI5

RAM:8GB

طابعه ملونه لطباعة الأوراق

ثانياً: البرامج المستخدمة:

نظام تشغيل Windows 10,8

MY SQL, لإنشاء قاعدة البيانات

Visual studio code

drow_max لتصميم المخططات والرسومات

الجدوى الزمنية

تم تحديد مدة عشرة أيام بسبب الظروف الراهنة وضيق الوقت، وقد تم خلال الفترة المحددة مرحلة التهيئة والتخطيط، مرحلة التحليل، مرحلة التصميم على ان تتم مرحلة التطبيق خلال الفترة القادمة.

الجدوى الاقتصادية

الفوائد الملموسة:

زيادة شريحة الزبائن والعملاء والشركاء.

توفير المساحة اللزمة لعرض المنتجات وخاصه الكبيرة منها في المحلات ونقاط البيع.

الفوائد الغير ملموسه:

رضى العملاء والوكلاء من خلال توفير الجهد والوقت والمال الزم للذهاب إلى محلات عرض المنتجات ونقاط البيع لمعرفة المنتجات والجديد منها

م	العدد	التكاليف الثابتة	السعر	العملة
١	٣	اجهزة كمبيوتر	٣٦٠٠	$
٢	١	طابعة	٣٠٠	$
٣	٣	مودم	١٨٠	$
٤	٢	برامج	١٠٠٠	$
٥	١	نظام التشغيل	٥٠٠	$

الخطة الزمنية ل ٢٠٢٢

الأنشطة	يناير				فبراير				مارس				ابريل				مايو			
جمع البيانات	الأسابيع																			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
المشروع																				
الدراسة التمهيدية																				
الدراسة التفصيلية																				
التحليل																				
التصميم																				
التنفيذ																				
التوثيق																				

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة



٢.١ المقدمة:

في الفصل الأول تم توضيح الدراسة التمهيدية للموقع لتحديد المشاكل التي سيتم معالجتها ووضع دراسة اقتصادية وتقنية ووضع الأدوات المطلوبة كما تم وضع الخطة الزمنية لسير المشروع وفي هذا الفصل سيتم دراسة هذا المشروع دراسة شاملة ودقيقة ومفصلة توضح الهيكل التنظيمي واجزاءه والخطة التي يسير بها وكذلك طرق جمع البيانات التي يتم استخدامها للحصول على المعلومات الكافية وتسجيل هذه البيانات والاحتفاظ بها ثم تحليلها للاستفادة منها..

٢.٢ طرق جمع البيانات:

وهي عملية جمع البيانات المتعلقة باحتياجات الشركة لإنشاء موقع الكتروني لديها، ومن هذه الطرق الآتي:

- **النزول الميداني: حيث تم النزول إلى شركة سوني في أمانة العاصمة.**
- **المقابلة الشخصية: حيث قمنا بطرح مجموعة من الاسئلة لتحديد احتياجات الشركة لإنشاء موقع الكتروني لها.**

٢.٣ طرق تسجيل البيانات:

هناك عدة طرق لحفظ وتسجيل البيانات التي تم جمعها للاستفادة منها في إنشاء الموقع والطريقة التي قمنا باستخدامها هي:

- **الكتابة: وهي عبارة عن تسجيل البيانات والمعلومات التي تم جمعها والأفكار التي تم الحصول عليها وتوثيقها للاحتفاظ بها.**

٢.٤ الأعمال الالكترونية:

يقصد بالأعمال الالكترونية كافه الأنشطة التجارية التي تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وغيرها ويشتمل مصطلح الاعمال الالكترونية على كافة الأنشطة الالكترونية الاخرى مثل: التجارة الالكترونية، التسويق الالكتروني، الاتصالات الالكترونية ومنها البريد الالكتروني، الدفع الالكتروني B2B.. والتي يتم تبادل المنتجات والخدمات بين الشركات والجماعات والافراد حيث يمكن رؤيتها بأنها واحدة من الانشطة الاساسية في أي عمل وتركز التجارة الالكترونية على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتمكين الشركات من الاستفادة من الانشطة والعلاقات الخارجية مع الافراد والجماعات والشركات الاخرى..

٢.٥ خصائص الأعمال الالكترونية:

- **استقلالية المكان: وتعني أن التعامل مع الاعمال الالكترونية يمك ان يتم من اي مكان سواء كان مكان العمل او البيت او اي مكان وحتى من خارج البلد..**
- **استقلالية الزمان: وتعني أن التعامل مع الاعمال الالكترونية يمكن أن يتم في أي وقت سواء كان ضمن الدوام الرسمي للمؤسسة أو خارج الدوام طالما والمعاملة لا تستلزم تواجد الموظف..**
- **الشفافية: وتعني أن المعلومات وكافة البيانات متاحة للجميع..**

٢.٦ أنواع الأعمال الالكترونية:

- **التجارة الالكترونية: وهي التي يمكن من خلالها تبادل المنتجات والسلع والبيع والشراء عن طريف الانترنت كما يمكنها ايضا مشاركة المعلومات وكذلك الخدمات بكل سهولة ويسر..**
- **التسويق الالكتروني: يتم عن طريق بعض الاعلانات المعروفة على مواقع الويب والتي من خلالها يستطيع العميل التواصل مع المعلنين وشراء ما يريد..**

٢.٧ فوائد الأعمال الالكترونية:

- **تسهيل المعاملات.**
- **السرعة\الجهد\الكلفة\الوقت.**
- **رفع مستوى الاداء والجودة.**

٢.٨ مميزات الاعمال الالكترونية:

- **التكلفة: أهم ما يميز الاعمال الالكترونية أنها لا تحتاج الى تكلفة كبيرة مثل التي يحتاجها انشاء متجر حيث يجب وجود موظفين ومحصلين ومحاسبين الخ..**
- **الإتاحة: هي أكثر ما يميز الاعمال الالكترونية حيث تستطيع تلقي طلبات في اي وقت والخدمات والمنتجات معروضة على مدار اليوم..**
- **سهولة الاستخدام: عرض الاعمال الالكترونية يعتبر أسهل الاعمال لتحديد وشراء المنتجات عن طريق الصورة..**

مدخل عام للبحث:

الانترنت:

يمكن تعريف الإنترنت على انه شبكة اتصالات عالميه يمكن من خلا لها تبادل المعلومات والرسائل تبعا لوحدات متفق عليها جعلت شبكة الإنترنت العالم كله مثل قرية صغيرة حيث يمكن لأي شخص من أي مكان التواصل مع الاخرين في أي مكان من خلال جهاز الحاسب الآلي Wwwتبدأ مواقع الانترنت بهاذه الحروف الثلاثة، وهي اختصار لكلمة Word wide wedأي الشبكة العنكبوتية العالمية. (١١)

فوائد الانترنت:

- يعمل الانترنت على سهولة وسرعة نقل أي معلومات وبيانات أو صور في أقل من ثواني إلى أي مكان في العالم.

- كما يسهل الانترنت عمليات البحث عن المعلومات والكلمات التي نجهل معناها. كما يمكنك معرفة أي معلومات عن أي شركة أو مؤسسة من خلال الانترنت.

- من خلال الانترنت يمكنك التسوق ومعرفة المبيعات التي تحتاجها وبالمواصفات التي تناسبك كما يمكنك الشراء والدفع عبر الإنترنت.

- يساعد الانترنت الأشخاص في التعامل مع البنوك بدون أي مجهود أو إهدار للمال والوقت حيث البنوك المتعاملين معها علة استخدام الانترنت لتخفيف الضغط على العاملين بها.

٢.٩ التسويق الالكتروني:

هو عبارة عن الترويج والتسويق لسلعة أو خدمة معينة عبر الانترنت وامكانية تبادل عملية البيع والشراء..

٢.١٠ خصائص التسويق الالكتروني:

- **وضوح المعلومات عن السلعة أو الخدمة.**
- **توفر بيانات تفصيلية ودقيقة عن خصائص السلعة.**
- **توفر بيانات واضحة عن الاجراءات لطلب السلعة أو الخدمة.**
- **قابلية الارسال الموجة.**
- **التفاعلية.**
- **الذاكرة.**
- **الرقابة.**
- **قابلية الوصول.**
- **الرقمية.**

٢.١١ مميزات التسويق الالكتروني:

- **عرض السلعة أو الخدمة على نطاق واسع بأقل كلفة.**
- **تلقي الطلبات بسهولة ويسر.**
- **الحفاظ على البيئة بتقليص الملصقات الاعلانية.**
- **تقليص كلفة التسويق.**
- **رخص أسعار المنتجات التي يتم تسويقها عبر شبكة الانترنت مقارنة بالسلع الأخرى المباعة باستخدام الكتالوجات المرسلة بالبريد او المباعة من خلال المتاجر التقليدية.**
- **يساعد التسوق الالكتروني للمستهلكين على التسوق على مدار ٢٤ ساعة.**
- **يمنح التسوق الالكتروني للمستهلكين الفرصة لأجراء مقارنات لأسعار المنتجات قبل شراءها بشكل أفضل وأسرع حيث لا يبذل المستهلكون جهدا ووقتا كبيرا.**
- **يساعد التسويق عبر الانترنت المستهلكين الذين لا يتوافر لديهم الوقت الكافي للتسويق.**
- **يساعد التسويق عبر الانترنت على التغلب على الحواجز الجغرافية حيث يمكن للمستهلكين معرفه المتاح في السواق من منتجات وخدمات حتى خارج حدود المدينة السكنية التي يعيشون بها.**

٢.١٢ هيكلية المزيج التسويقي للتسويق الالكتروني:

ويمكن تحديد هيكلية المزيج التسويقي للتسوق الالكتروني من خلال العناصر الاتية:

١-التكامل integration: أعرف عميلك
٢-التفاعلية interactivity: من اتصال في اتجاه واحد الحوار
٣-الفردية individualization: امكانية تفصيل معلومات
٤-استقلالية الموقع: independence القضاء على المسافات
٥- الذكاء: intelligence استراتيجية تحليل المعلومات
٦- اعادة هيكلية الصناعة: industry restructuring: إعادة رسم الخريطة التسويقية

٢.١٣ خطوات ومراحل التسويق الالكتروني

اقتراح مكتب ارتري لنيل للاستشارات الإدارية نموذجا يحتوي على أربعة مراحل بدور التسوق الالكتروني وهي:

١- مرحلة الاعداد:
وفيها يتم جمع المعلومات الضرورية حول العملاء المرتقبين (حاجات، رغبات والأسواق المستهدفة وطبيعية المنافسة بشتى الوسائل التقليدية او الالكترونية.

٢- مرحلة الاتصال
وفيها يتم الاتصال بالعميل لتعريفة بالمنتجات الجديدة التي يجري طرحها في السوق عبر الانترنت
وتتكون هذه المرحلة في حد ذاتها من أربعة مراحل فرعية وهي

***مرحلة جذب الانتباه (attention)**

***مرحلة اثارة الاهتمام (interest)**

***مرحلة تكوين الرغبة (desire)**

وأخيرا حمل العميل على القيام بالتصرف (action) والذي يعني في النهاية اتخاذ القرار الشرائي

٣- مرحلة التبادل
في هذه المرحلة يتم عملية التبادل والتي تعتبر جوهر عملية التسويق الالكتروني فيحصل العميل على سلعة او الخدمة بينما تحصل المنظمة على المقابل النقدي باستخدام نقطة الدفع الامنة.

٤- مرحلة ما بعد البيع
ان التسويق الالكتروني لا ينتهي بانتهاء عملية التبادل وانما يجب المحافظة على العميل من خلال التواصل معه وخدمته عبر الوسائل المتعددة ومنها المجتمعات الافتراضية وعرف المحادثة والبريد الالكتروني وتوفير قوائم الأسئلة المتكررة (FAQ)وخدمات الدعم الفنية والتحديث

فرص وتحديات التسويق الإلكتروني:

الفرص:

أدى تطور التسويق الإلكترونية إلى توفير فرص حقيقيه أمام رجال التسويق وللمنظمات والنتجة

ومنشأة التوزيع والتخليص هذه الفرصة فيما يلي :(٣)

١.عوائق قليلة

٢.التفاعل مع العميل

٣.الإحتفاض بالعملاء

٤.المسأولية

٥.التسويق التعاوني

٦.التسويق الجزئية

٧.الوظائف المتكاملة

٨.القيمة المضافة

٩.تعديل مفهوم الإعلان

١٠.إنهاء دور المسوق التقليدي

١١.تعويض العملاء

اما التحديات التي تقف امام التسويق الإلكتروني فيمكن تلخيصها فيما يلي

١.مشكلة الوصول الى الانترنت (خصوصا ف البلدان النامية والفقيرة)

٢.تكاليق تكنلوجيا وتطبيقات الانترنت التجارية

٢.١٤ الإدارة الالكترونية:

هي منظومة الكترونية متكاملة تهدف الى تحويل العمل الاداري العادي من ادارة يدوية الى ادارة باستخدام الحاسب وذلك بالاعتماد على نظم معلوماتية قوية تساعد في اتخاذ القرار الاداري بأسرع وقت وبأقل التكاليف.

٢.١٥ أهداف الإدارة الالكترونية:

- **القيام بتطوير الإدارة العامة وذلك عن طريق انخفاض بعض الأعمال الورقية.**
- **تساعد في تحسين بعض الخدمات.**
- **تساهم كذلك في التقرب من المواطنين.**

٢.١٦ فوائد الإدارة الالكترونية:

- **تؤدي الى السرعة في انجاز العمل.**
- **تساعد في اتخاذ القرار لتوفير المعلومات.**
- **يتم معالجة البيروقراطية والرشوة.**
- **يتم تطوير آلية العمل الى جانب مواكبة التطورات.**

٢.١٧ المبحث الأول: نظم المعلومات الجديدة

تعتبر نظم المعلومات الجديدة تلك النظم المرتبطة بالحاسب وتعرف على النحو التالي: هو نظام المعلومات الذي يستخدم الحاسب وبرمجيات الحاسب وقواعد البيانات والإجراءات والأفراد لتجميع وتحويل وإرسال المعلومات إلى المؤسسة.

٢.١٧.١ المطلب الأول: مبادئ نظم المعلومات الجديدة

إن العصر الذي نشهده الآن هو عصر المعلومات وبالتالي فإنه مما لاشك فيه أن تكون المعلومات أساس كل قرار; لذلك لابد أن تتوفر في نظم المعلومات الحديثة المبادئ التالية:

١.الخدمة:

ينبغي أن يصمم النظام وأن يدار بالطريقة التي تضمن أعلى كفاءة في تقديم الخدمات للمستفيدين.

٢.التوقيت:

ينبغي أن يعمل النظام على تقديم المعلومات لطالبها حين يحتاجها وليس عندما يستطيع النظام أن يحصل عليها.

٣.التوحيد:

تتطلب سهولة تداول المعلومات بين أجزاء النظام ذاته وبين غيره من النظم ضرورة إتباع طرق التوحيد القياسي في معالجة المعلومات.

٤.التطوير:

وهو أساس المحافظة على استمرار كفاءة النظام في مواجهة التغيرات المتعددة لتحسين طرق معالجة وزيادة سرعة توصيل المعلومات.

٢.١٧.٢ المطلب الثاني: العوامل التي أثرت على تطور نظم المعلومات

كانت نظم المعلومات في الخمسينيات عبارة عن نظم لتشغيل البيانات أما في السبعينيات ظهرت نظم تخدم المستويات الإدارية، ثم ظهرت نظم أخرى تخدم المستويات التي تحدد استراتيجيات المنظمة في الثمانينات..

ويمكننا إيضاح العوامل التي أدت هذه التطورات في نظم المعلومات في النقاط التالية:

١.التطور في تكنولوجيا المعلومات:

أدى نمو تكنولوجيا المعلومات إلى تزايد الدور الذي تلعبه نظم المعلومات داخل المؤسسات. هذا النمو أدى إلى ضرورة استخدام المحاسبات في كافة المستويات خاصة إذا اخذنا بعين الاعتبار سهولة تعلم البرمجيات الجديدة وأيضا انخفاض التكاليف التي أصبحت في متناول أغلبية المؤسسات.

٢.التطور في خصائص التطبيقات :

بدأت نظم المعلومات بتقديم نظم ذات اغراض عامة متعلقة بالوظائف المتداولة في أغلبية المؤسسات مثل تلك المتعلقة بالمخزون، المبيعات، الإنتاج، التسويق والتمويل لكن مع تطور دور نظم المعلومات وتطور تكنولوجيا الحاسبات الآلية ظهرت برامج جديدة تهدف إلى خدمة تخصصات محددة لأفراد أو مجموعات معينة داخل المؤسسة مثل نظم دعم القرار للإدارة الوسطى والنظم الخبيرة وهذا ما سنتطرق اليه في المبحث الثاني...

٢.١٨ المبحث الثاني: أنواع نظم المعلومات الجديدة

لم تظهر نظم المعلومات من فراغ بل تمت وتطورت في بيئة محددة، إذ تمتد جذورها إلى الحضارات الإنسانية القديمة وفي العصر الذي نشهده الان الذي يمتاز بانفجار المعلومات أصبح من الصعب التحكم فيها نتيجة التطور التكنولوجي في نقل وتخزين وتجميع المعلومات ومع تعقد احتياجات المستفيدين وخاصة المؤسسات الكبرى طورت نظم حيث تطورت نظم المعلومات التي تحتاجها في تسييرها لأعمالها أو دعمها لاتخاذ قراراتها أو معالجة بياناتها.

وسندرج فيما يلي أهم نظم المعلومات الجديدة:

٢.١٨.١ المطلب الأول: نظم المعلومات الإدارية

كان عقد السبعينات بمثابة مرحلة ولادة ونمو لأنظمة المعلومات الإدارية حيث اتسعت تطبيقاتها في مختلف أنشطة الأعمال، وتعرف نظم المعلومات الإدارية بانها: نوع من أنواع أنظمة المعلومات المصممة لتزويد إداريّ المنظمة بالمعلومات الازمة للتخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة على نشاط المنظمة أو لمساعدتهم على اتخاذ القرارات.

من خلال هذا التعريف نلاحظ أن نظم المعلومات الإدارية هو نظام شامل أي يعمل على جمع كل المعلومات الضرورية لجميع وظائف الإدارة بهدف دعم الإداريين وخاصة المديرين بإتاحة المعلومات الدقيقة والواضحة في الوقت المناسب لمساعدتهم على التخطيط وتنظيم اعمالهم وبالتالي اتخاذ القرارات المناسبة ومن أجل توفير المعلومات اللازمة تستعمل وسائل يدوية أو آلية وتستعمل أيضا أنظمة التحليل وبرمجة هذه المعلومات وعملية الرقابة عليها لتتمكن من استخلاص معلومات ذات كفاءة عالية لاتخاذ قرارات ذات فعالية ومردودية.

إن أنظمة المعلومات الإدارية هي مزيج من معطيات علوم الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات وبحوث العمليات والرياضيات. **كل هذه التخصصات شاركت في تطوير أنظمة المعلومات الإدارية وإثرائها**

بالمعلومات الضرورية لإنتاج تقارير دورية تصف الأوضاع والمنجزات الحالية كتقارير المخزون.

يتكون نظام المعلومات الإدارية من:

١.الأجهزة:

أي نظام معلوماتي يجب أن يحوي على حواسيب آلية سواء تخصصية أو متوسطة الحجم أو كبيرة أو شبكة من الحواسيب المتنوعة.

٢.البرمجيات:

البرامج التي تساعد على تنفيذ العمليات مثل ترتيب البيانات واسترجاعها من الذاكرة وبرمجيات التطبيقات وهي التي تقوم بتشغيل البيانات المنظمة مثل برامج الأجور والمحاسبة وبرامج التصنيع. هذه البرامج يتم إعدادها من طرف مختصين في البرمجة بالمنظمة نفسها أو الحصول عليها جاهزة أما برامج النظم فيتم الحصول عليها من طرف موردي الأجهزة.

٣.قواعد البيانات:

وهي عبارة عن المخزون الذي يحوي على البيانات التي تصف كل الأحداث والعمليات الجارية في المنظمة وتكون مخزونة في شكل ملفات يدوية أو إلكترونية بواسطتها يعمل نظام المعلومات على تحويلها إلى معلومات لذلك تعتبر جد مهمة لأي نظام معلوماتي.

٤.الإجراءات:

هي عملية تقوم بوصف وترتيب مجموع الخطوات والتعليمات المحددة لإنجاز العمليات الحاسوبية وتسمى بخريطة مسار النظام وتقوم بشرح ما الذي يجب عمله.

٥.الأفراد:

هو المورد الأساسي لتشغيل المكونات الأخرى والسيطرة عليها ويعتبر من أهم عناصر النظام حيث يقوم بتحليل المعلومات ووضع البرامج وإدارة نظم المعلومات

٢.١٨.٢ المطلب الثاني: نظم معالجة البيانات

يعرف أيضا بنظم معالجة المعاملات Transaction Processing System.يهدف هذا النوع من أنظمة المعلومات إلى خدمة المستويات التشغيلية داخل المؤسسة إذ يقوم بحصر وتجميع البيانات التي تعكس حركة المعاملات مثل فواتير المبيعات، المصروفات، الإيرادات ويجعلها متاحة لاستخدامات أنظمة اخرى. لذلك يمكننا تعريف نظام معالجة البيانات على انه (نظام المعلومات المرتبط بالحاسب الذي يجمع ويخزن ويصنف ويحدث ويسترجع بيانات حركة المعاملات داخل المؤسسة من أجل حفظ السجلات ومدخلات نظام المعلومات الإدارية لمزيد من المعالجات.

يعمل هذا النظام على:

١.رسم حدود المنظمة وبيئتها من خلال ربط العملاء بالمنظمة وإدارتها وبالتالي فإن نظم تشغيل البيانات يؤدي إلى فشل النظام في الحصول على المدخلات من البيئة أو تصدير المخرجات إلى البيئة.

٢.تعد نظم تشغيل البيانات بمثابة منتج للمعلومات كي تستخدم بواسطة أنواع اخرى من نظم المعلومات سواء داخل المنظمة أو خارجها.

يتضح من خلال هذا الشكل أن دورة معالجة البيانات تبدأ بتسجيل المعاملات داخل المؤسسة وتتم هذه الخطوة غالبا بطريقة يدوية في سجل المعاملات. ثم تجمع في دفعات ليتم ادخالها لاحقا أين تجري عملية التحقيق (validation) (تنتقل السجلات الصحيحة الى التشغيل بينما

يتم مراجعة وتصحيح السجلات الخاطئة وبعد إدخالها ينتج من تشغيل المعاملات:

- **الملفات الرئيسية المحدثة**
- **مستندات المعاملات**
- **المعاملات وسجلات المراقبة**

٢.١٨.٣ المطلب الثالث: نظم دعم القرارات

صممت نظم دعم القرارات في بداية السبعينات على اساس دعم القرارات الفردية. لكن في نهاية الثمانينات توسع مفهوم نظم دعم القرارات بعد ان تبين ان معظم القرارات لا تتخذ بشكل فردي بل بشكل جماعي لذلك جرى تطوير على هذه النظم لتلبي حاجة الجماعة وهذا ما ظهر تحت اسم نظم دعم القرارات الجماعية.

- **ويعرف نظام دعم القرارات على انه هو نظام مرتبط بالحاسب، ذو تفاعل متبادل يقدم للمتدربين طريقة تداول سهلة ومبسطة للمعلومات ونماذج اتخاذ القرار من اجل دعم مهام عملية اتخاذ القرارات البرمجية (الروتينية) والغير مبرمجة.**

كما تعرف نظم دعم القرارات الجماعية بانها, نظام تفاعلي مبني على الحاسب الالي يسهم في تسيير وحل المشكلات غير المبرمجة التي تسمى لحلها مجموعة من متخذي القرارات الذين يعملون معا كفريق, من خلال التعريفين نلاحظ ان كلا النظامين يعتمد على الحواسيب الالية التي تقوم بأعداد التقارير التي تدعم عملية اتخاذ القرار بتزويدها ببعض البيانات التي تتناسب مع متخذي القرارات و تستخدم هذه النظم في مجال مشاكل محددة كاسترجاع معلومات معينة ترتبط بملامح عملية اتخاذ القرار وبالتالي تقدير المؤثرات والقيود المتعددة التي تحيط بهذه العملية.

ومن اهم القدرات التي تقدمها نظم دعم القرارات:

١- التحليل المعمق للمعلومات باستخدام النماذج والرسومات والخرائط.
٢- الوصول المباشر الى البيانات الوصفية والكمية التي تتوفر في قاعدة بيانات النظام.
٣- تبرير البيانات المستخدمة التي تتلاءم مع ظروف المعين.
٤- عرض البيانات في الشكل الملائم الذي يفضله المستخدم.
٥- الاجابة الفورية على الاجابات الفردية.
٦- تأكيد العلاقات والاتجاهات المقارنة مما يساعد في عملية حل المشاكل.
٧- امكانية التفاعل مع كل عناصر النظام المختلفة باستخدام لغة الأوامر التي تسمح بالوصول الى النظام وسؤاله مباشرة.

ومن خلال هذه القدرات تظهر اهداف نظم دعم القرارات وتتمثل في:

* **مساعدة المديرين في عمليات اتخاذ قراراتهم للأنشطة شبه البنائية أو شبه المرئية وغير البنائية.**
* **الدعم الإداري بدلا من إحلال الحكم**
* **تحسين فعالية اتخاذ القرارات بدلا من كفاءتها من خلال جمع البيانات ونماذج التحليل المعقدة.**

٢.١٨.٤ المطلب الرابع: الأنظمة الخبيرة

تندرج الأنظمة الخبيرة ضمن مجال الذكاء الاصطناعي. تستخدم لمساندة متخذي القرار في التعامل مع القرارات غير الروتينية والتي لا يمكن التنبؤ بخطواتها. يتم تصميم النظام الخبير عمليا

بالاعتماد على خبراء كلا في ميدان تخصصه. ويتكون النظام من العناصر الموضحة في الشكل

٢.١٩ المبحث الثالث: المحتوى الإلكتروني وإدارته ومعاييره

٢.١٩.١ ماهي جودة المعلومات:

ينطوي مفهوم الجودة على مجموعة من المعايير التي تحدد مدى توافق المنتج أو الخدمة مع حاجات المستفيد وعليه فإن المعلومات إلى مستوى الجودة لا يكون لها قيمة استعمالية إلا إذا كانت مطابقة لحاجة المستفيد منها والذي يوظفها في مجال معين لحل مشكلة أو قضاء حاجة.

جودة المعلومات(المحتوى)من أنظمة المعلومات التقليدية إلى شبكة الإنترنت.. لم تكن مسألة جودة المعلومات وليدة الإنترنت بل كانت تشكل في كل أنظمة المعلومات التقليدية في مختلف مراحل تطورها الغاية التي تسعى من أجل تحقيقها خدمة القراء وتمر مراقبة جودة المعلومات عبر عملية التقنية التي يحدد من خلالها المحتوى المناسب لحاجيات القراء وعليه فإن التقنية إجراء ضروري تقوم به أنظمة المعلومات وفق سياسة واضحة مبنية على معايير تقويم مضبوطة وإن سياسة الانتقاء مبنية أساسا على ثلاث اهتمامات:

أولا: المشرفون على عملية الانتقاء أو المنتقون.

ثانيا: مناهج تقدير قيمة العمليات في حد ذاتها.

ثالثا: مناهج تقدير التوافق بين المعلومات وحاجيات القراء.

٢.١٩.٢ المشرفون أو المنتقون :

باعتبار أن التقنية عملية جوهرية للتحكم في جودة المعلومات الموضوعة تحت تصرف القراء.. فإنه يستوجب على المتلقي أن يرتقي إلى مستوى هذه المسؤولية التي تقتضي أن يجمع صاحبها بين مجموعة من المميزات منها:

- **معرفة حاجيات القراء.**
- **الكفاءة في ميدان المعلومات.**
- **الاهتمام بالاعتبارات الاقتصادية والسياسية والثقافية التي لها علاقات مباشرة أو غير مباشرة بموضوع الانتقاء.**

وعليه تستند مهمة الانتقاء إلى من هم أهل لها منهم:

- **المختصون في الميادين العلمية المعنية بالتقنية.**
- **المختصون في المعلومات والمكتبيون الذين يمتلكون مؤهلات معرفية في الميادين المعنية.**
- **لجان الاختيار المكونة حسب الحالات من أهل الاختصاص والمكتبيين والقراء.**

٢.١٩.٣ تقدير قيمة المعلومات:

تأتي مرحلة اختيار الطريقة أو المنهج المناسب بعد تعيين المنتقين لتقدير جودة المعلومات وصلاحيتها وصحتها وتنطوي عليها الوثائق المختارة ولتفادي الأحكام الذاتية توجد موضوعية نذكر منها:

- **الدراسات المكتبية (البيلومترية).**
- **الاستعانة بآراء الخبراء.**
- **الاعتماد على كشافات الاستشهادات.**
- **المنهج المقارن.**

٢.١٩.٤ الاستجابة إلى حاجيات القراء:

إن عملية الانتقاء ليست غاية بحد ذاتها بل هي وسيلة لبلوغ غاية في تقديم المعلومات للقراء حسب الحاجة وحسب الاهتمام ..وفي هذه الحالة يمكن للمعلومات أن تكون ذات جودة في حد ذاتها لكنها لا تتوافق وحاجيات جمهور معين من القراء, ولهذا عندما تكون المعلومات موجهه ألي فئة معينة من القراء فالتنقية ينبغي أن تكون على أساس الجودة مقرونة بالحاجيات التي تعرف عن طريق دراسات المستفيدين التي تعتمد هي الاخرى على مناهج متعددة ومختلفة ..وفي كثير من الحالات يحتاج المنتقي إلى الاستعانة بمختلف الإجراءات كتحليل استعمالات القراء أو تحليل طلباتهم أو اللجوء إلى الاستبيان أو المقابلة..

إن أهمية التنقية في تسيير أنظمة المعلومات أدت بالمختصين في المعلومات إلى التفكير في وضع سياسات للانتقاء.
وتهدف سياسة الانتقاء إلى تحديد أو اختيار هذه المعايير التي تؤسس عليها القرارات النهائية للتمييز بين مختلف المعلومات لاختيار أنسبها وأجودها بالنسبة للجمهور المعني. وأن تحديد أو اختيار حدة المعايير عملية معقدة وبالتالي تختلف نتائجها بين نظام ونظام آخر لهذا يعمل كل نظام على تحديد هذه المعايير وفق ثلاثة عناصر:

- حاجيات القراء.
- ميدان التغطية.
- مصادر المعلومات.

وأن كل هذه الضوابط التي تعتمد عليها أنظمة المعلومات التقليدية بقصد التحكم في جودة المعلومات التي تختارها لقرائها غير معمول بها في شبكة الانترنت مما يؤدي بنا حتما إلى القول بأن المعلومات الموجودة في الموقع الإلكتروني لا تتوفر على الحد الأدنى من ضمانات الجودة وهذا لا يعني أن كل ما ورد في هذه المواقع من معلومات غير جديد لأن هذا القول غير صحيح وحيال هذا الوضع فإن الاشكالية القائمة هي كيف يمكن لمستعملي الشبكة أن يميزوا بين المعلومات المعروضة على الشبكة في ظل قياس ضوابط الجودة.
وأن الوضعية التي توجد عليها المواقع الإلكترونية اليوم تجعل من مستعمليها المسؤول الأول والأخير من نوعية المعلومات التي يستعملها وبالتالي أصبح من الضروري على مستعمل المعلومات الواردة في المواقع الإلكترونية أن يكون على قدر من الدراية والتحكم في معايير جودة المعلومات وفق نظرة تقويمية لما يعرض في هذه الشبكة.

٢.١٩.٥ معايير تقويم جودة المعلومات(المحتوى)في المواقع الإلكترونية من قبل المستفيد:

نظرا لحداثة نشأة الانترنت كمصدر للمعلومات فإن الآليات الكفيلة في التحكم الأمثل في هذا الفضاء لاتزال غير كافية وينتج عن هذه الفجوة سلوك التحفظ من مصداقية هذه الشبكة من جهة ومن جهة اخرى عدم إمكانية الاستغناء عن هذا المصدر الذي لا يضاهيه أي مصدر اخر على الأقل فيما يخص جوانبه الايجابية.
إن العملية التقويمية تؤسس على جملة من المعايير التي تحدد الظاهرة المدروسة للوصول إلى نموذج لا يجب أن يكون عليه هذه الظاهرة ومقارنة ذلك بما يتجسد في الواقع والحكم على قيمة الشيء يكون حسب درجة التوافق بين صورتي الواقع والنموذج.

والجودة ظاهرة معقدة فإن المعايير التي تحددها تختلف حسب الأهداف والمجالات وعلى هذا الأساس هناك العديد من الدراسات الخاصة بتقويم جودة المعلومات الإلكترونية لا تتفق أو لا تجمع في مجملها على نفس المعايير التي يمكن أن تكون موضوع إجماع يمكن العمل بها كلما دعت الحاجة إلى ذلك..

في الواقع لا توجد هناك صيغ نهائية لقياس جودة المعلومات، ولكن إنما يوجد نوع من الإجماع حول بعض خاصيات المعلومات إذا يمكن أن نتكلم عن معلومات صحيحة أو خاطئة، حديثة أو قديمة أو عامة واضحة أو غامضة ...الخ

وهذه الخاصيات مجتمعة ومترجمة إلى معايير هي التي تحدد جودة المعلومات.

من هذا المنطلق نحاول أن نتطرق إلى مجموعة المعايير التي نراها كفيلة بمساعدة مستعملي المواقع الإلكترونية للتمييز بين المعلومات المختلفة للتمكن من انتقاء أفضلها وأنسبها لحاجة المستفيد. وتتمثل هذه المعايير فيما يلي:

- **القيمة الاستعمالية: إن الغاية من المعلومات هو الاستعمال وبالتالي لا قيمة ولا معنى لأية معلومة إلا ففي حدود استجابتها الجزئية أو الكلية لحاجة المستفيد منها. وعلى هذا الأساس ينبغي عند تصميم المواقع الإلكترونية مهما كان نوعها أن يهتم صاحبها بجمهور المستفيدين من هذا المواقع لضبط محتوى المعلومات الواردة فيه حسب حاجيات الجمهور المعنى.**
- **أصالة المادة: لا قيمة لموقع يحتوي على معلومات سبق نشرها في مصادر أخرى باعتبار ان التطور يتوقف على مدى التجديد والإضافة في المعلومات وفي المعارف بشكل تراكمي ومستمر عبر الزمن والمستعمل تشده تلك المواقع التي تضيف إلى رصيده من المعلومات والمعارف شيئا جديدا وأصليا بإمكانه أن يؤثر على تطوير مجال اهتمامه.**
- **الدقة: إن المعلومات الدقيقة توفر للقارئ الكثير من الجهد والوقت واستعمالها يفضي إلى نتائج وأحكام لا مجال فيها للتأويل.**
- **الصحة: أن التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة عملية انتقائية تعتمد أساسا على عامل التخصص كما يمكن أيضا الاستعانة ببعض المؤشرات الأخرى كالتجربة والمقارنة ونسبة الاستعمال...الخ.**
- **التحديث: إن المعلومات تخضع لظاهرة التعطل أو التقادم عبر الزمن وكلما تقادمت المعلومات وبخاصة العملية والتقنية كلما قلت قيمتها الاستعمالية وبالتالي ظهرت الحاجة إلى تحديثها أو استبدالها بمعلومات حديثة وجديدة.**

- **التغطية: من المهم جدا أن تكون المعلومات ملمة لكل جوانب الموضوع المدروس أما في حالة ما إذا كانت التغطية جزئية؛ فهذا يستدعى من المستفيد إيجاد أبحاث أخرى للحصول على بقية المعلومات التي يحتاج إليها وهذا على حساب وقت المستفيد.**
- **الصلة بالموضوع: إن العلاقة بين المعلومات وموضوع البحث أو الدراسة تحددها الصلة الوثيقة ومدى تطابق هذه المعلومات مع حاجيات المستفيد منها وكلما زادت هذه الصلة زادت قيمة المعلومات.**
- **المصداقية: إن المعلومات المتداولة عبر شبكة الانترانت لا تخضع لأي ضابط، وبالتالي يمكن لأي شخص أن ينشر في أي موضوع، وفي أي وقت، وفي أي مكان، ولذلك تولدت أزمة ثقة في مصداقية المعلومات مما يستدعى من صاحب الموقع أن يوضح ويبين جملة من العلامات أو الإشارات الخاصة بالناشر.**
- **الجدارة: يحدد هذا المعيار فيما إذا كانت المعلومات يمكن أن يمول ويعتمد عليها لإيجاد حل لمشكلة معينة، علما أن المعلومات في شبكة الانترنت كثيرة ومتنوعة فيها مما يتعلق بالواقع، وجهات نظر، وقصص، وإحصائيات.. الخ وتختلف الأهداف التي تسعى هذه المعلومات إلى تحقيقها، فهناك ما يستعمل للإعلام أو الإقناع أو الدعاية أو الإشهار أو المعارضة.. الخ، وإلى جانب هذا التنوع تتدرج مستويات الجدارة بين الحد الأعلى والحد الأدنى.**
- **الموضوعية: لأسباب نفعية اقتصادية أو نفسية فإن الكثير من المواقع الإلكترونية تعرض معلومات يغطي عليها الجانب الذاتي، لهذا ينبغي توخي الحذر عند زيادة هذه المواقع تحريا للموضوعية التي تعتبر أساس جودة المعلومات المستعملة، وإذا كانت هذه المعايير كفيلة لتوخي جودة المعلومات الإلكترونية فإن مسألة تطبيقها تبقى إشكالا قائما وخاصة بالنسبة لكثير من زوار الوسطاء من مكتتبين ومعلوماتيين الذين تقع على عاتقهم مسؤولية التفكير في إيجاد الحلول المناسبة أو الاليات اللازمة للتحكم في مسألة جودة المعلومات الإلكترونية.**

٢.١٩.٦ معايير جودة المواقع الالكترونية

اختلفت الآراء في معايير جودة المواقع والخدمات الالكترونية المقدمة بسبب الوجهات العلمية والتخصصية، ولكن يمكن حصر أهم المعايير في تقييم جودة المواقع الالكترونية وهي:

أولا: المحتوى

(وتقدر درجة تقييم هذا المعيار30%) ويشمل: المعاصرة ومقدار مواكبة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي والتحديث المستمر الدائم ومعرفة

تاريخ ظهور الملف الإلكتروني ومواعيد التحديث والتغطية المعرفية والاشارة إذا كان المحتوى لم تكتمل معلوماته بعد، والموضوعية، والابتعاد عن أشكال التحريف المقصود بما يؤدي إلى فقدان مصداقية الموقع. ولابد أن يرافق الموضوعية الدقة في المعلومات لخلق ثقة لدى المتصفح، والتأكد من خلو المعلومة من القصور والأخطاء العلمية وكذلك الطباعية واللغوية والنحوية ووضوح مصادر المعلومة.

ثانيا: التصميم

(وتقدر درجة تقييم هذا المعيار 20%) ويشمل: وهو أحد العناصر الرئيسية في عملية التقويم ويقصد به: إظهار الموقع بأبهى صورة بحيث يجذب المستفيدين إليه، ومكوثه أطول مدة وتكرار زيارته مرات أخرى.

ثالثا: التنظيم أو الترتيب

(وتقدر درجة تقييم هذا المعيار 20%): هو من أهم عناصر عملية التقويم ويعني المنهجية الواضحة والميسرة والمنظمة، مثل الترتيب الزمني أو الأبجدي أو الجغرافي أو الهيكل التنظيمي، وكل ذلك لغرض تسهيل مهمة المستفيد.

رابعا: سهولة التعامل

(وتقدر درجة تقييم هذا المعيار 30%): وهي تعني سهولة استعمال الموقع من قبل المستفيد بغض النظر خلفية العلمية، للحصول على المعلومة المطلوبة، وسرعة الإنجاز بأقل قدر من الوقت والجهد مما يحفز على معاودة الاستعمال؛ وهذا من قيمة الموقع.

٢.١٩.٧ معايير تقييم المواقع الالكترونية:

يتكون من أربعة معاير رئيسة، وهي المحتوى، والتصميم، والتنظيم، وسهولة التعامل، وينبثق من كل معيار من معايير التقويم مجموعة من المؤشرات المستخدمة في تقويم جودة الموقع الإلكتروني وصولا إلى موقع إلكتروني مثالي.

١. جودة المحتوى

١,١التحديث:

حداثة المعلومات على الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- **المعلومات على الموقع حديثة.**
- **عدد مرات التحديث خلال فترة زمنية محددة، ومعقول.**
- **وضوح وقت آخر تحديث للمستخدم.**

١,٢الصلة:

مدى صلة الموقع بالمؤسسة من حيث المحتوى والشمولية والتفصيل في المعلومات. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- **يحتوي الموقع معلومات عن أهداف المؤسسة**
- **يحتوي الموقع معلومات عن نشأة المؤسسة**
- **يحتوي الموقع معلومات عن المستفيدين من المؤسسة**
- **يحتوي الموقع معلومات عن المنتجات أو الخدمات التي تقدمها المؤسسة**
- **يحتوي الموقع صورا توضيحية عن المؤسسة ومرافقها**

١,٣ تعدد اللغات والثقافة:

توفر التصفح بأكثر من لغة ومراعاته لاختلاف ثقافة المتصفحين بغض النظر عن الدولة التي ينتمون إليها. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- **توفر التصفح بأكثر من لغة**
- **يراعي الموقع اختلاف ثقافة المستخدمين بغض النظر عن الدولة التي ينتمون لها**

١,٤ تنوع أسلوب العرض:

عرض المعلومات بإشكال مختلفة. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- **يحتوي الموقع على ملفات نصية**
- **يحتوي الموقع على ملفات صوت**
- **يحتوي الموقع على ملفات فيديو**
- **يحتوي الموقع على ملفات صور**

١,٥ الدقة:

دقة المعلومات. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- **دقة المعلومات على الموقع**
- **المعلومات على الموقع موثقة**

٦,١ الموضوعية:

عرض المعلومات موضوعي دون أي تحيز.

٧,١ المسؤولية:

مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- **توافر العنوان الفعلي للشركة على الموقع**
- **يوجد معلومات عن الإدارة العليا مع الصفحة الوظيفية للإداريين**
- **يوجد معلومات عن حقوق الطبع للموقع**
- **يوجد بريد الكتروني للقائمين على الموقع للاتصال بهم**

٢- جودة التصميم

٢,١ الجاذبية:

جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- **الموقع يتصف بالجمال في الصور والحركات**
- **الموقع له تأثير عاطفي بحيث يجعل المستخدم متحمساً لزيارته**

٢,٢ الملائمة:

ملائمة التصميم والصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- **التصميم ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع**
- **الصور المستخدمة داخل الموقع ملائمة لطبيعة الموقع**
- **توازن توزيع الصور والنصوص والألوان داخل الصفحة الواحدة**
- **عدد الشاشات داخل الصفحة الواحدة معقول**

٣,٢ اللون:

خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات او ألوان النصوص نفسها عند التصميم. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- استخدام الألوان الفاتحة كخلفيات
- عدم استخدام أكثر من اربعة ألوان للنصوص داخل أي صفحة في الموقع

٤,٢ الفيديو والصوت والصورة:

خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

يستخدم اقل عدد ممكن من ملفات الفيديو والصوت والصورة داخل الموقع

- حجم ملفات الفيديو والصوت والصور صغير بحيث لا تؤثر على سرعة تحميل الصفحة
- يستخدم النصوص المصاحبة لجميع ملفات الفيديو والصوت والصورة لمعرفة موضوعها في حالة صعوبة تحميلها

٥,٢ النص:

خواص النصوص المستخدمة في صفحات الموقع. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- يستخدم خط واحد وبحجم واحد وبنفس السمة في الصفحة الواحدة باستثناء العناوين
- الخطوط المستخدمة يسهل قراءتها وحجمها مناسب
- لا تستخدم الحروف الكبيرة لجميع النصوص إلا في العناوين
- يستخدم فراغات واضحة بين الفقرات لتسهيل القراءة
- تستخدم عناوين رئيسية أو فرعية تختلف عن النصوص العادية لتمييزها
- أعمدة التصفح المستخدمة داخل الصفحة لا تخفى جزءا كبيرا من الصفحة
- ظهور النصوص قبل الصور، بحيث يقوم المستخدم بالقراءة خلال تحميل الصور

جودة التنظيم

٣,١ الفهرس:

يحتوي الموقع على فهرس أو وصلات تساعد المستخدم على الانتقال من جميع صفحات الموقع من الصفحة الرئيسة.

٣,٢ خريطة الموقع:

خريطة مناسب للموقع ووصلات في كل صفحة لسهولة التصفح. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

أ) **يوجد خريطة مناسبة للموقع أو وصلات في كل صفحة بحيث يستطيع المستخدم الانتقال إلى أي صفحة أخرى داخل الموقع**

ب) **يستطيع المستخدم معرفة الصفحة الحالية التي يتصفحها من خلال إظهار عنوانها بالكامل**

٣,٣ الاتساق:

اتساق وتوافق جميع الصفحات في طريقة عرضها

٣,٤ الروابط:

عمل الروابط والوصلات بشكل صحيح ووجود روابط المساعدة في كل صفحة، بحيث يتم الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- **تعمل الروابط والوصلات بشكل صحيح بحيث يتم الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح**
- **يوجد روابط مساعده في كل صفحة بحيث تسهل للمستخدم الانتقال إلى الصفحة الرئيسة من خلال أي صفحة أخرى في الموقع**
- **عند تصفح صفحات طويلة يوجد روابط مساعده في الصفحة بحيث تسهل للمستخدم الانتقال إلى أعلى الصفحة**
- **عند استخدام رابط من الموقع الأصلي إلى موقع خارجي يستطيع المستخدم الرجوع إلى الموقع الأصلي**
- **يوجد روابط لموقع مفيدة ذات علاقة بالموقع الحالي**
- **يتغير لون الروابط التي تم استخدامها**

٣,٥ الشعار:

وجود شعار الشركة أو في مكان واضح على كل صفحة من صفحات الموقع.

٤- جودة سهولة التعامل

٤,١ السهولة:

سهولة استخدام الموقع، وإيجاد المعلومات، والتصفح فيه. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- **سهولة استخدام الموقع وفهمه والتعامل معه**
- **سهولة إيجاد المعلومات والتصفح في الموقع**
- **سهولة إيجاد الموقع من محركات البحث**
- **سهولة معرفة المستخدم بإضافة معلومات جديدة للموقع عند استخدامه**

٤,٢ الاعتمادية:

مناسبة عنوان وخصائص الموقع لطبيعته. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- **مناسبة عنوان الموقع للموقع وطبيعته وسهولة تذكره**
- **قصر وقت تحميل الموقع**
- **يدعم الموقع بشكل صحيح باستخدام أوضاع شاشات مختلفة**
- **يوجد عداد لمعرفة عدد المستخدمين للموقع في فترة معينة**
- **يعمل الموقع بشكل صحيح باستخدام أوضاع شاشات مختلفة**
- **يحتوي الموقع على أقل عدد ممكن من الإعلانات لتفادي طول مدة التحميل**
- **يوفر الموقع جميع الخدمات باستمرار دون انقطاع في أي وقت من نهار أو ليل**

٤,٣ الميزات التفاعلية:

وجود تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع، وبرنامج مساعدة لمساعدة المستخدمين، وأدوات اتصال وتغذية راجعة بين المستخدمين والموقع من خلال وسائل اتصال مختلفة. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- **يوجد تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع**
- **يوجد برامج مساعدة ورسائل خطأ لمساعدة المستخدمين عند حدوث مشكلة**

- يوجد أسئلة متكررة مع إجاباتها على الموقع
- يوجد أداة بحث داخل محتوى الموقع
- يوجد أدوات اتصال وتغذية راجعة بين المستخدمين والموقع من خلال البريد الالكتروني أو الدردشة أو نماذج التقويم ونحوه
- المقدرة على متابعة الطلبيات ومعرفة أين وصلت

٤,٤ الأمان والخصوصية:

للحصول على ثقة المستخدمين من خلال أمان العمليات والخدمات المقدمة، إضافة إلى الحفاظ على خصوصية المعلومات الشخصية. ويمكن قياس هذا المؤشر حسب البنود التالية:

- يحافظ الموقع على أمان العمليات والخدمات التي يقدمها
- يحافظ الموقع على خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم

٤,٥ التكيف وفق الحاجة:

عملية تكييف محتوى الموقع حسب رغبة وحاجة مستخدم معين.

٢٠.٢ الخاتمة

لقد حاولنا من خلال هذا البحث الحديث عن التطورات الحديثة في نظم المعلومات المبنية على الكمبيوتر، وادراج مختلف هذه الأنظمة باختصار، لكننا نود في الأخير الإشارة إلى أنه لا يزال هذا المجال مفتوح على تحديات أخرى لابد من تجاوزها، فبالرغم من كل التطور الذي تحدثنا عنة إلا أن هناك بعض المعلومات الهامة لا يمكن إدخالها في النظام ويتعلق الأمر بالمعلومات التي يصعب التعبير عنها مثل الأفكار بشأن تقديم منتجات جديدة، أراء المستهلكين حول منتج معين إلى غير ذلك، بالإضافة إلى أن قيمة المعلومات في حد ذاتها تتناقص مع مرور الزمن لذلك يعتبر توقيت ظهور المعلومة عامل أساسي في تحديد إمكانية الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات.

كما أن التغيرات البيئية تؤدي إلى تغيرات في الاحتياجات من المعلومات بمعنى أنه نتيجة لكون المؤسسة تنشط بيئة ديناميكية يجعلها عرضة لصرف أموال معتبرة تكون دون جدوى إذا حدثت تغيرات في بيئتها، كما أن أصعب تحدي يواجه أنظمة المعلومات في المؤسسات هو التطور السريع في علم تكنولوجيا الحاسبات الآلية ويؤدي هذا التطور إلى تقادم نظم المعلومات المبنية على الحاسب الآلي بعد فترة قصيرة هذا يجعل المؤسسة أمام خيارين إما تغيير النظام وهذا يترتب عنه أعبا مالية تضطر المؤسسة على تحملها وإما أن تبقى على الأنظمة كما هي وهو ما يؤدي إلى استخدام نظم معلومات أقل حداثة لفترة من الزمن .

وبالتالي يمكننا أن نقول فب الأخير أن الأنظمة التي أوردناها ضمن أنظمة المعلومات الجديدة يمكن أن تكون هي الأخرى أنظمة قديمة بعد فترة وجيزة.

الفصل الثالث

التحليل



٣.١ المقدمة:

تم في هذا الفصل تحليل النظام وتحديد متطلباته حيث يعمل هذا الفصل على الانتقال من العمل النظري والأوراق إلى البدء في الجزء العملي للمشروع

وتعتبر مرحلة التحليل من أهم مراحل بناء النظام فهي عملية مهمة تستخدم للتعرف بدقة على النظام من حيث مزاياه وعيوبه ومن خلال هذه المرحلة يتم تصور مكونات النظام لبناء نظام يضم المزايا ويقلل من العيوب وإيجاد الحلول المناسبة للمشاكل الموجودة حيث يتم تحديد المواصفات اللازمة للنظام وذلك بناء على دراسته ومعرفة المتطلبات التي ينبغي أن يقوم بها ليتم تحسين ادائه وتمكينه من القيام بالعمليات المطلوبة بفاعلية عالية

وهنا تم اقتراح موقع إلكتروني لمنتجات شركة سوني يوفر إمكانية الحصول على المعلومات بأسهل الطرق ومن خلال استغلال أجهزة الحواسيب وشبكة الأنترنت وذلك لتوفير معلومات للزائر بأقل وقت وجهد ممكن..

3.2 متطلبات النظام المقترح:

هي مخرجات هذه المرحلة والتي تهدف إلى وضع تعريف موجز المتطلبات الوظيفية والغير وظيفية للنظام الجديد بناء على المعلومات التي تم تجميعها وتحليلها.

3.2.1 المتطلبات الوظيفية للنظام:

هي الخدمات والمهام التي يجب على النظام القيام بها ويمكن تلخيصها بالآتي:

1-الإدخال:

حيث يوفر الموقع إمكانية إدخال البيانات والمتمثلة بالآتي:

- إدخال البيانات
- إدخال بيانات الإعلانات
- إدخال بيانات مستخدمي النظام

2-العرض:

يتطلب أن يقدم النظام إمكانية عرض البيانات المدخلة التي حفظها مسبقا بالإضافة إلى إمكانية التحكم في عرض البيانات، كما يسمح النظام لمستخدميه عرض البيانات التي يحتاج المستخدم التعديل عليها

3-التعديل:

هو ضرورة أن يكون النظام قادر على تعديل البيانات التي تم إدخالها للنظام ومن ثم عرضها نظرا لاحتمال حدوث أخطاء من المستخدمين أثناء عملية الإدخال والمتمثلة بالآتي:

- **تعديل أسعار المنتجات**
- **تعديل بيانات الآمن**
- **تعديلات إضافية**

4-الحذف:

يوفر النظام إمكانية إلغاء أو حذف البيانات من ما يزيد فعالية الاستقلال الأمثل لقاعدة البيانات الخاصة بالنظام المقترح وتنبيه المستخدم إلى ضرورة التأكد من البيانات المراد حذفها وذلك بإظهار رسالة التأكد من الحذف

3.2.2المتطلبات غير الوظيفية للنظام:

تصنف هذه المرحلة أهداف ومميزات وحدود النظام وهي متطلبات لها دور كبير في زيادة فاعلية النظام والمتمثلة في الآتي:

1-سهولة الاستخدام:

وتتمثل في قدرة الموقع على توفير سهولة في الاستخدام وذلك من خلال تصميم واجهات واضحة ومرنة بحيث تتوافق مع معايير تصميم المواقع الإلكترونية

2-الكفاءة:

وذلك بإن يكون النظام قادر على أداء المهام التي صمم من أجلها بالإضافة وأيضا بإن

يكون النظام سريع الاستجابة لطلبات الزائر

3-الموثوقية:

وذلك بإن يكون النظام قادر على توفير معلومات صحيحة وغير مغلوطة ومن مصادر موثوق بها

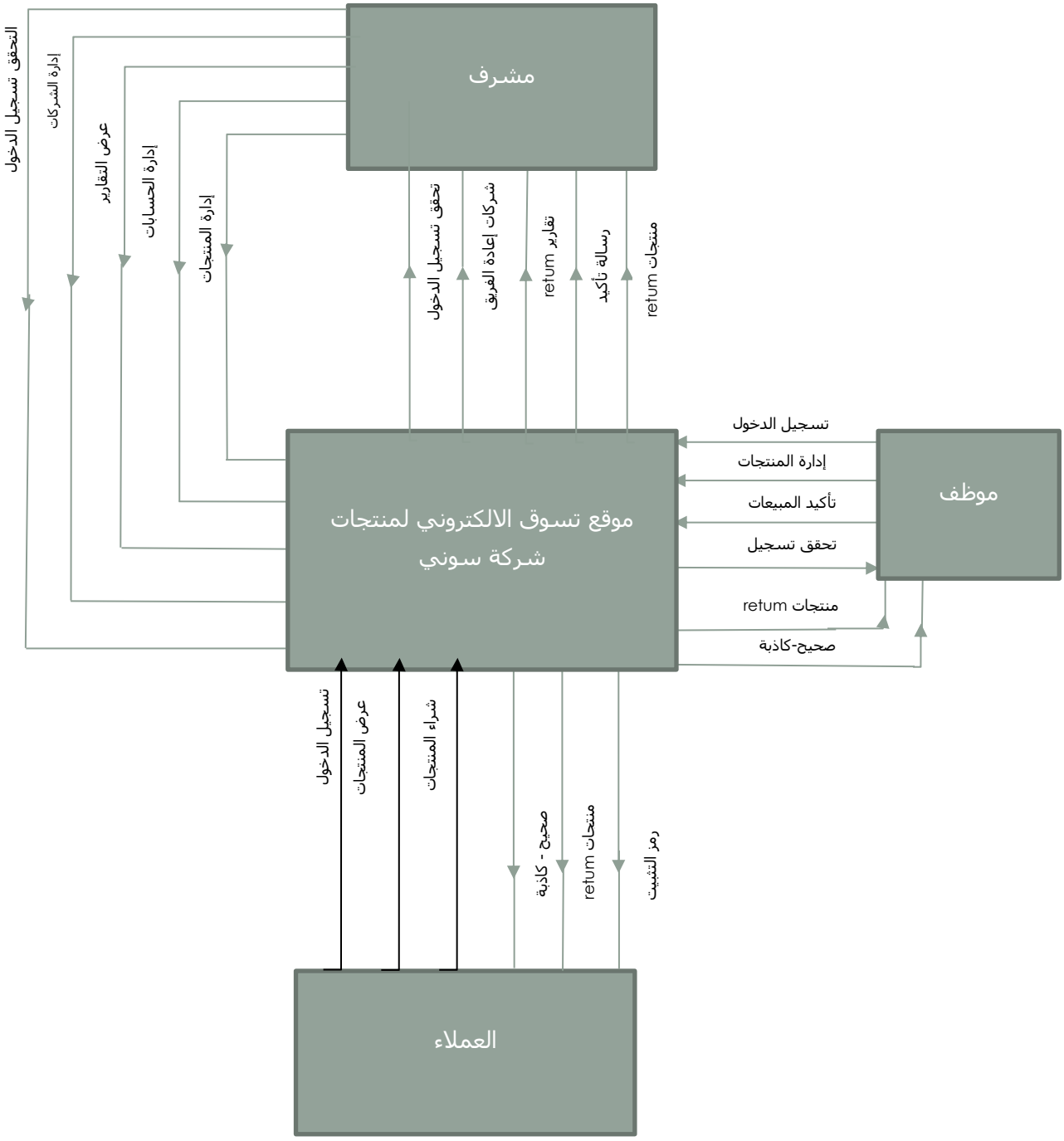
4-قابلية التطوير والتعديل:

يجب أن يكون النظام مرن قابل للتحديث والتطوير ليواكب التطورات والتغيرات والتقدم الممكن حدوثه مستقبلا

5-الأمنية:

وهي تتمثل في عدم السماح للمستخدمين الغير مخول لهم بالدخول إلى قاعدة البيانات وذلك من خلال قدرة النظام على توفير سبل الحماية الممكنة كذلك تمكين المستخدمين من الدخول إلى قاعدة البيانات كلا حسب صلاحيات

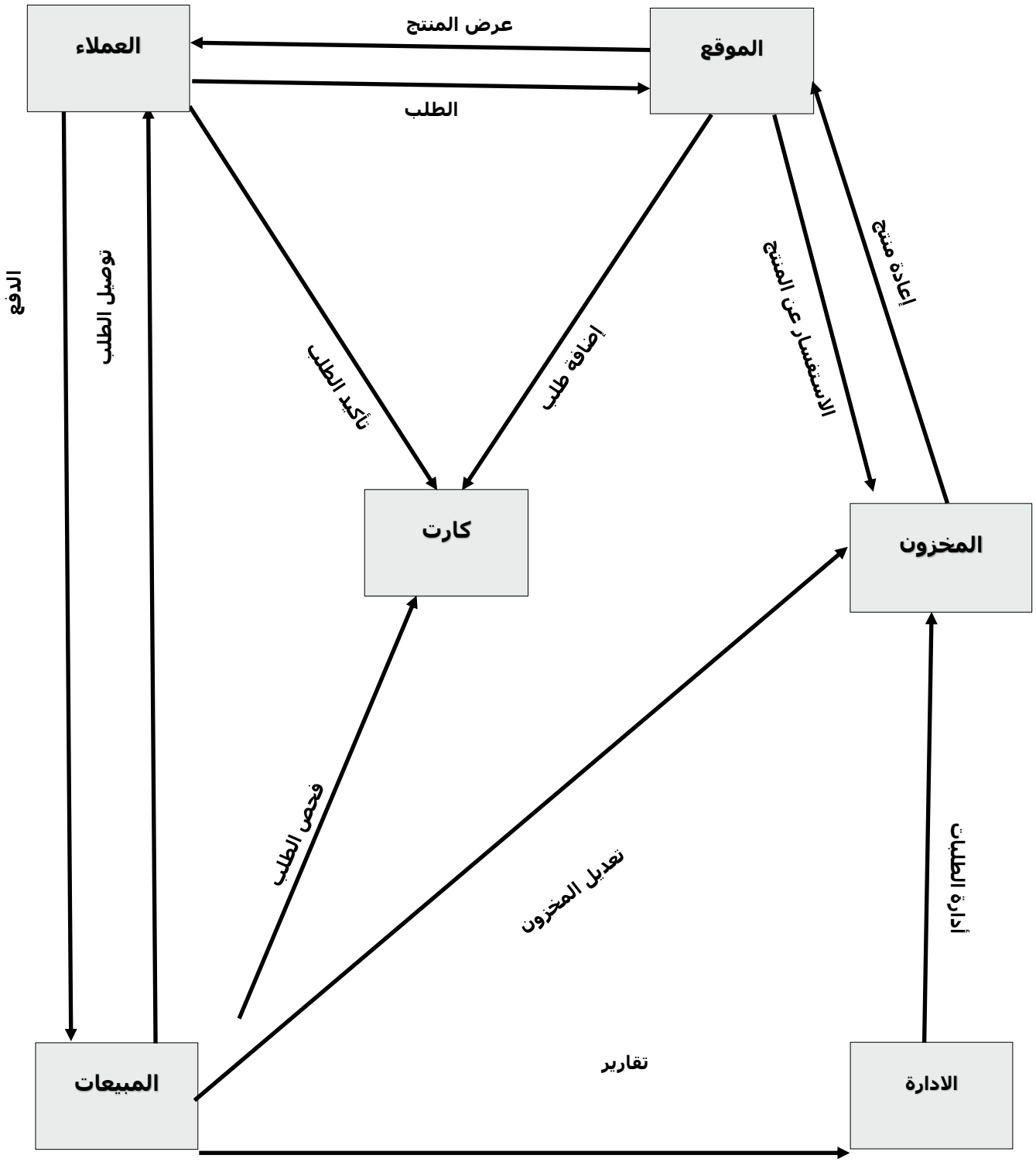
١. المخطط البيئي



الشكل (٣,١) مخطط تدفق سير البيانات (context diagram)

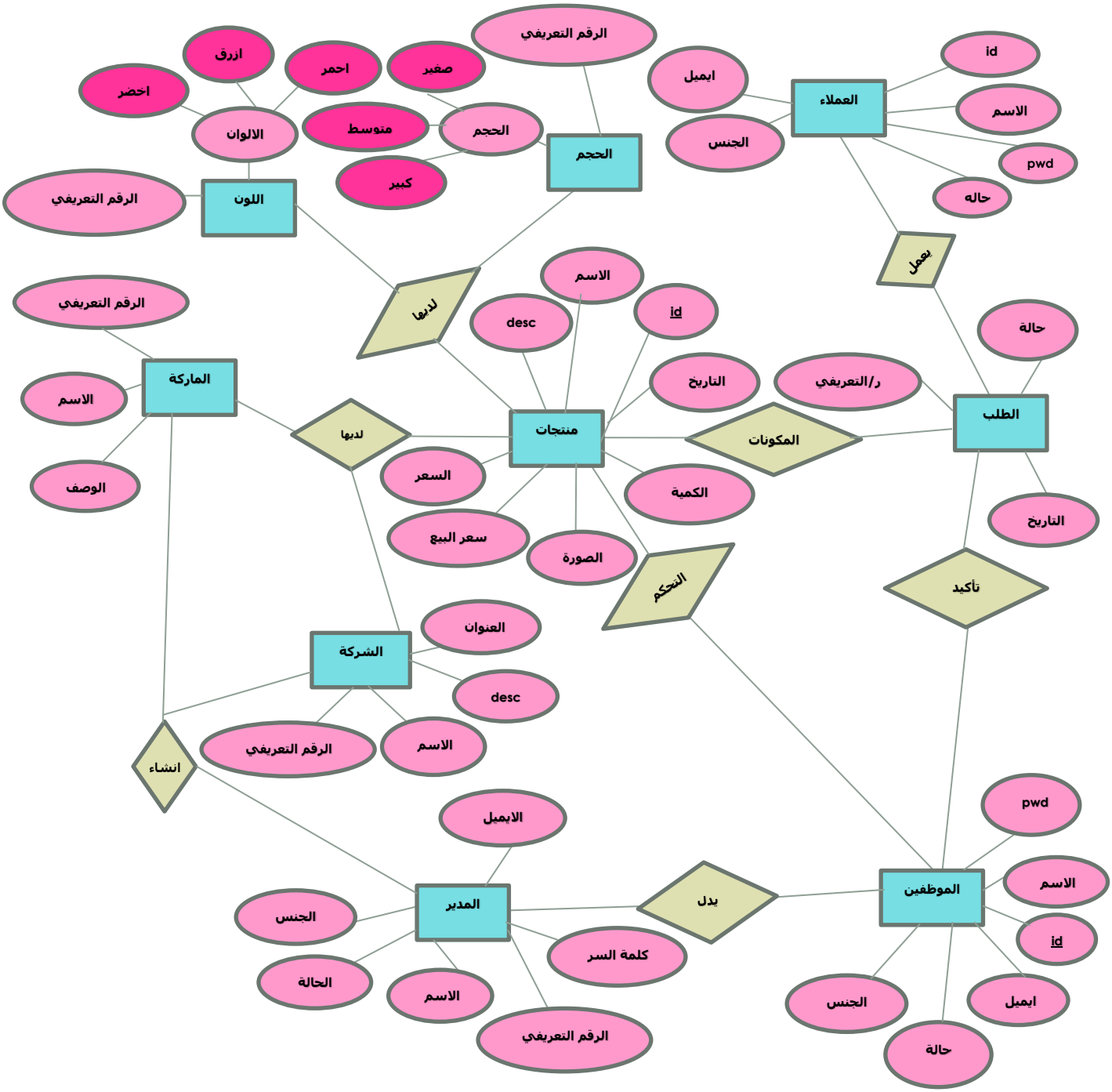
٢. نمذجة العمليات

: Data flow diagram



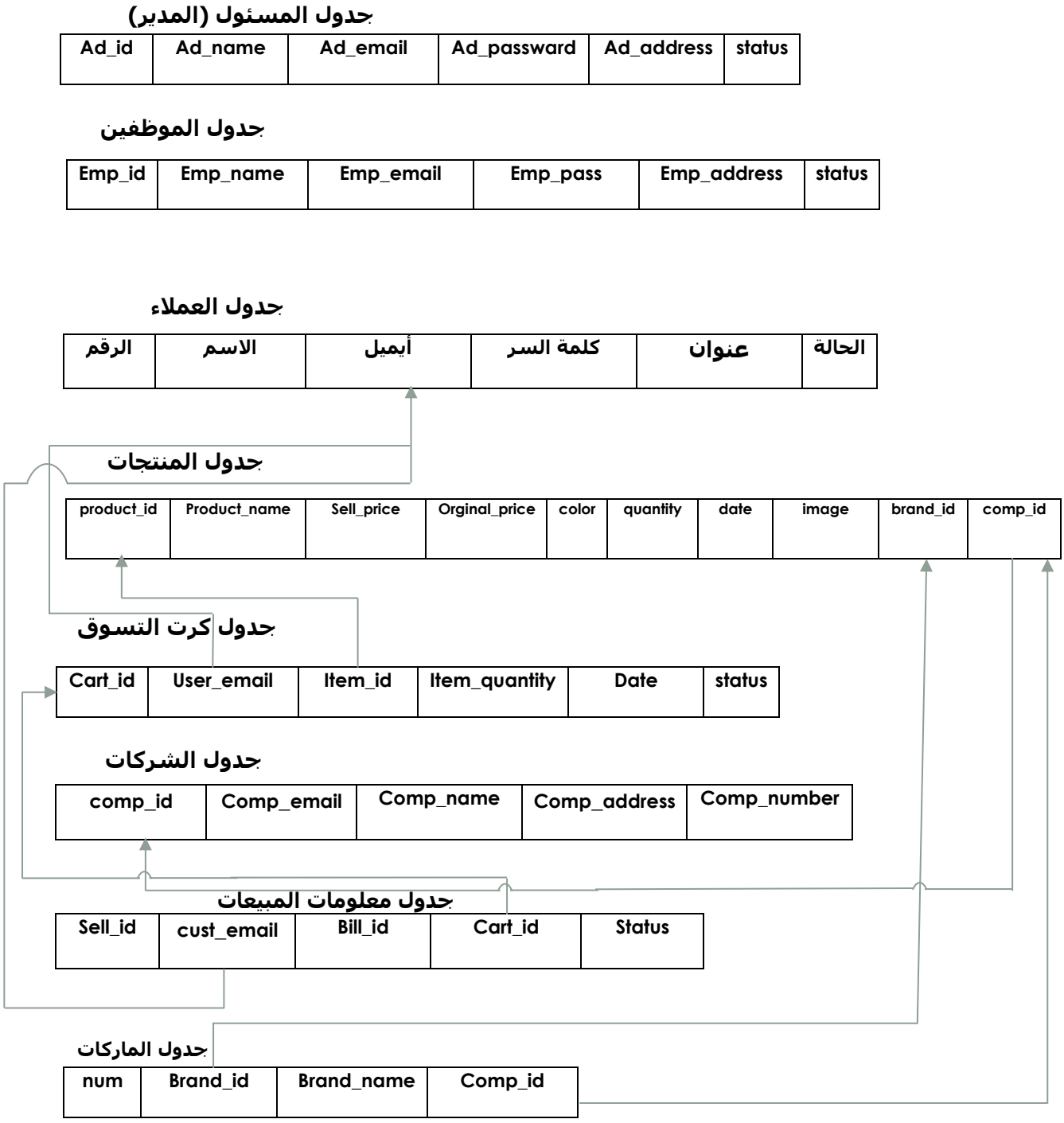
الشكل (٣,٢) نمذجة العمليات Data flow diagram

٣.مخطط العلائقي



الشكل (٣,٣) مخطط ال (ERD)

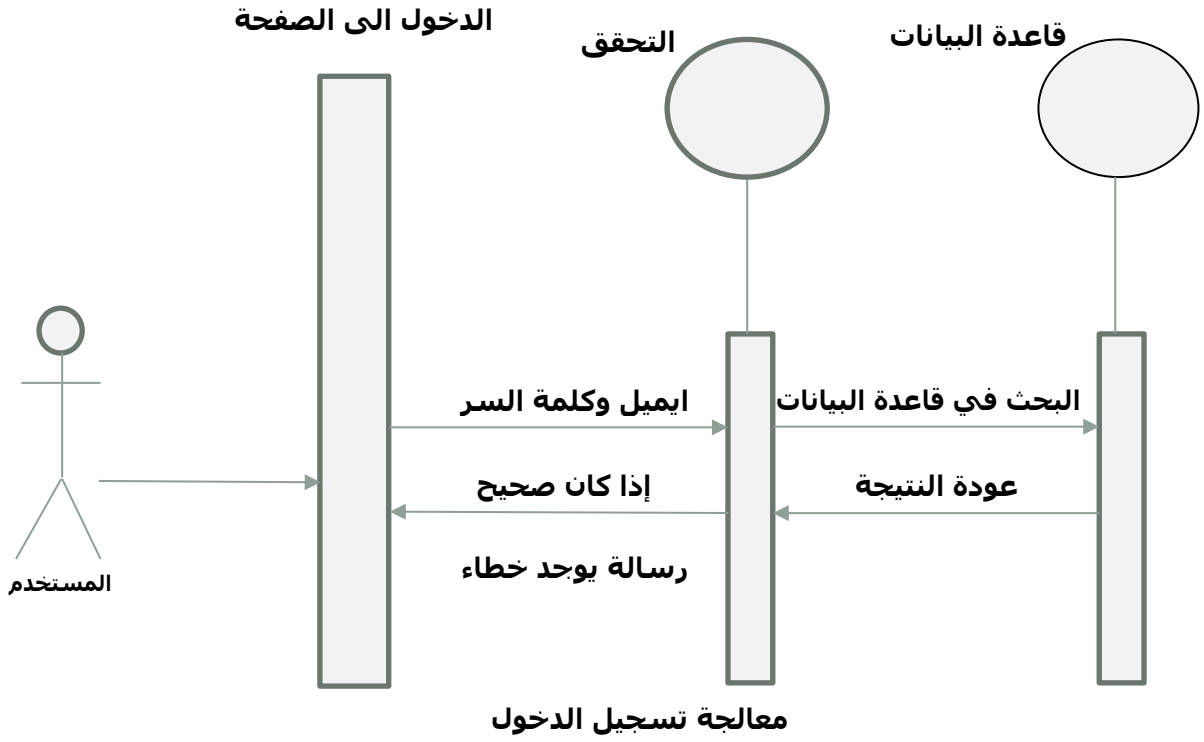
٤. مخطط قواعد البيانات (DB Mapping):



٥. وصف العمليات (الخوارزميات):

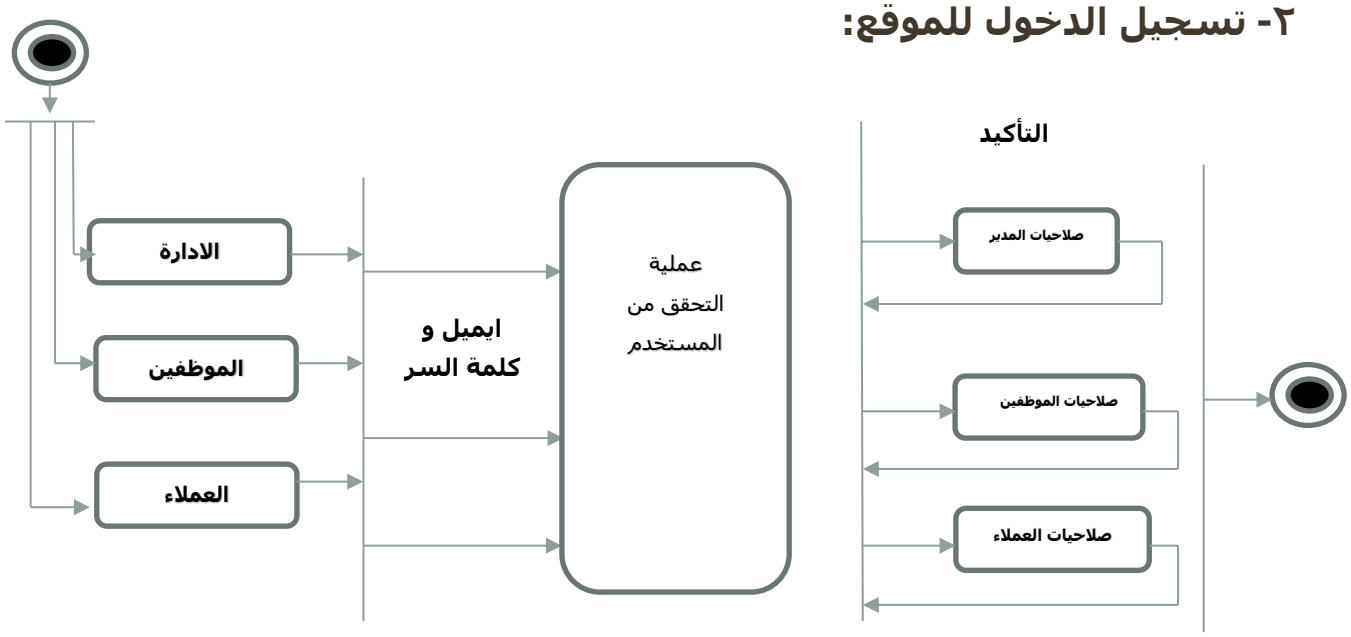
في الجزء توضح عمليات النظام.

١- تسجيل حسابات العملاء:



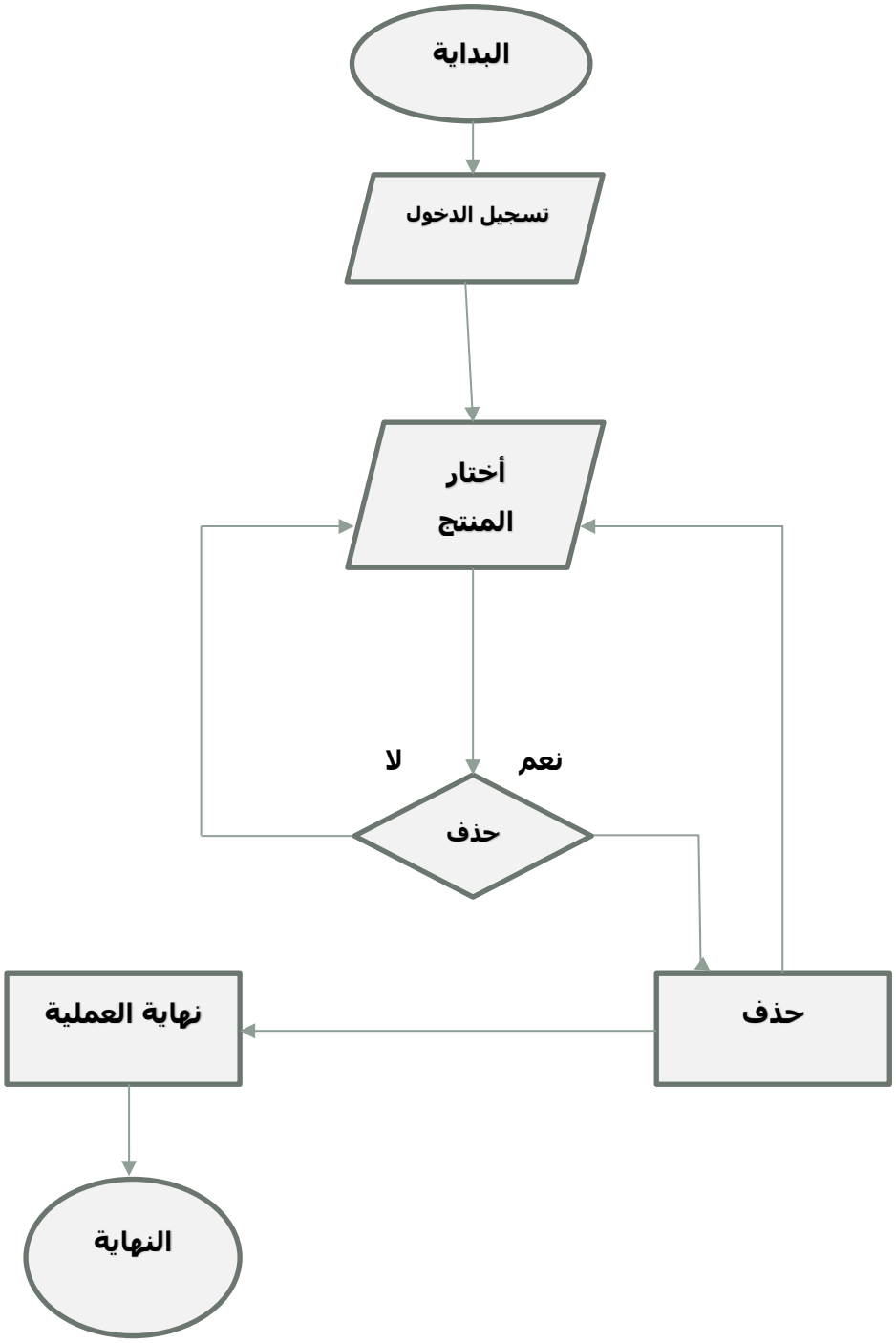
الشكل (١,٣) يبين عملية تسجيل حسابات مستخدمي الموقع.

٢- تسجيل الدخول للموقع:



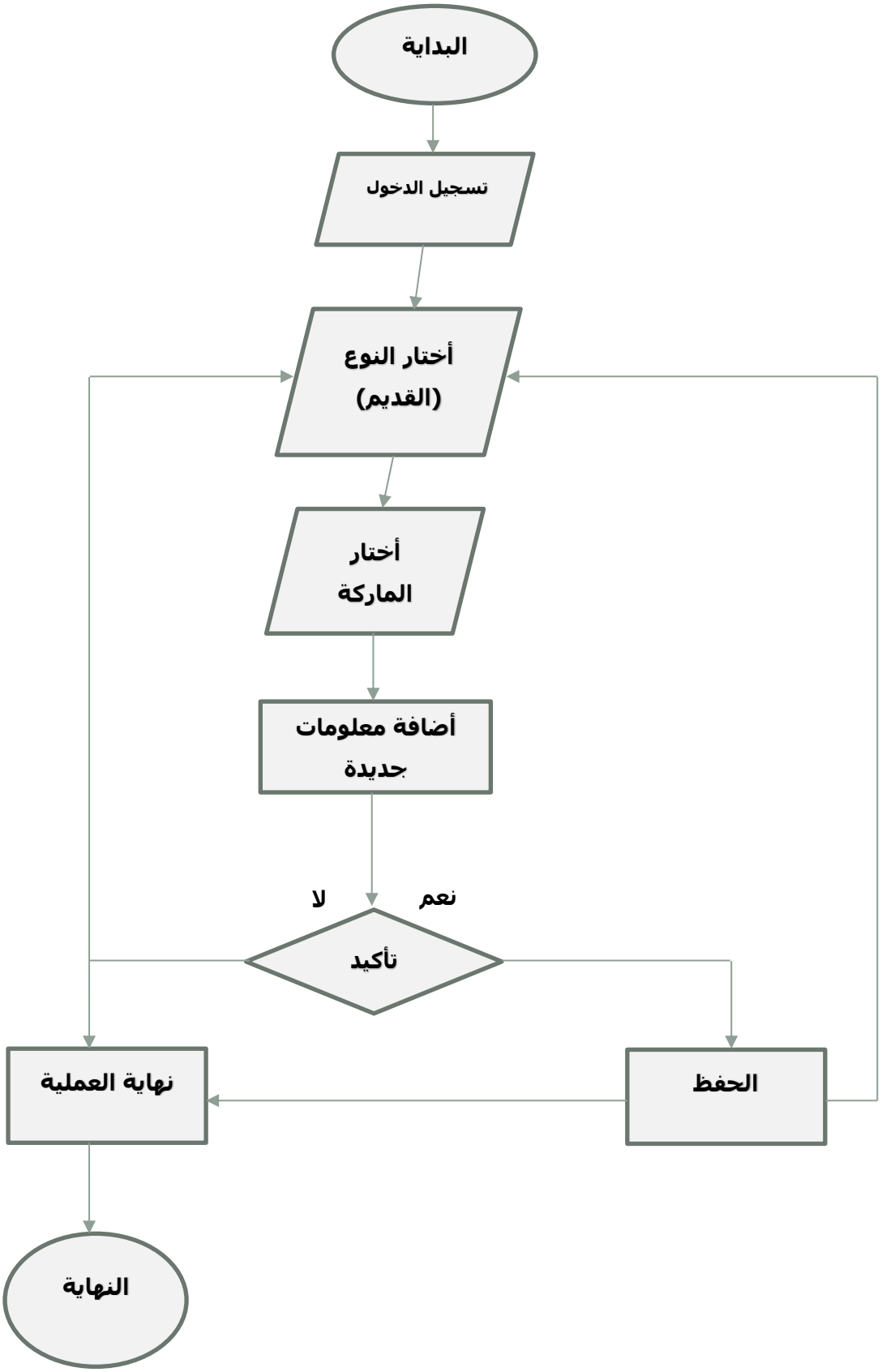
الشكل (٢,٢) يبين عملية تسجيل الدخول وتخصيص الواجهات.

١- مخطط عملية الحذف:



الشكل (٥,٣) يبين عملية الحذف

٢- عملية إضافة منتج:



الشكل (٦,٣) يبين عملية إضافة منتج

الفصل الرابع

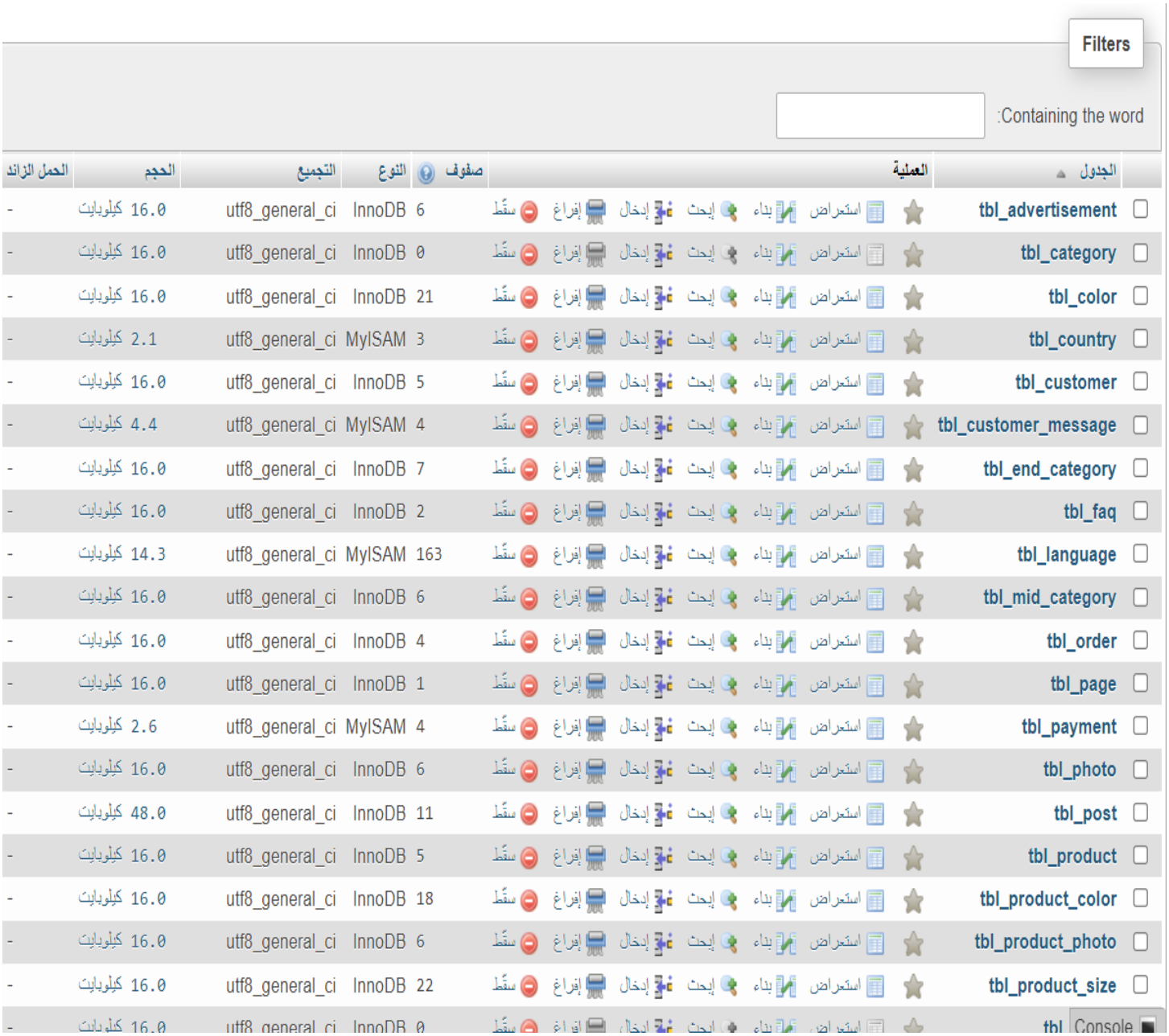
التنفيذ



٤.١ المقدمة:

تعتبر مرحلة التنفيذ من أهم مراحل تنفيذ المشروع وذلك لإنه يجب أن يتم تنفيذ المشروع بشكل واقعي وفعلي ليتم الاستفادة منه وفي هذا الفصل سوف يتم شرح خطوات تنفيذ المشروع..

قاموس البيانات الخاصة بالموقع



Filters

Containing the word:

	الجدول	العملية	صفوف	النوع	التجميع	الحجم	الحمل الزائد
☐	tbl_advertisement	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	6	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_category	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	0	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_color	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	21	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_country	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	3	MyISAM	utf8_general_ci	2.1 كيلوبايت	-
☐	tbl_customer	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	5	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_customer_message	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	4	MyISAM	utf8_general_ci	4.4 كيلوبايت	-
☐	tbl_end_category	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	7	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_faq	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	2	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_language	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	163	MyISAM	utf8_general_ci	14.3 كيلوبايت	-
☐	tbl_mid_category	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	6	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_order	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	4	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_page	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	1	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_payment	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	4	MyISAM	utf8_general_ci	2.6 كيلوبايت	-
☐	tbl_photo	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	6	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_post	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	11	InnoDB	utf8_general_ci	48.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_product	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	5	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_product_color	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	18	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_product_photo	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	6	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl_product_size	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	22	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-
☐	tbl	استعراض بناء إبحث إدخال إفراغ سقّط	0	InnoDB	utf8_general_ci	16.0 كيلوبايت	-

Console

قاعدة جدول الالون

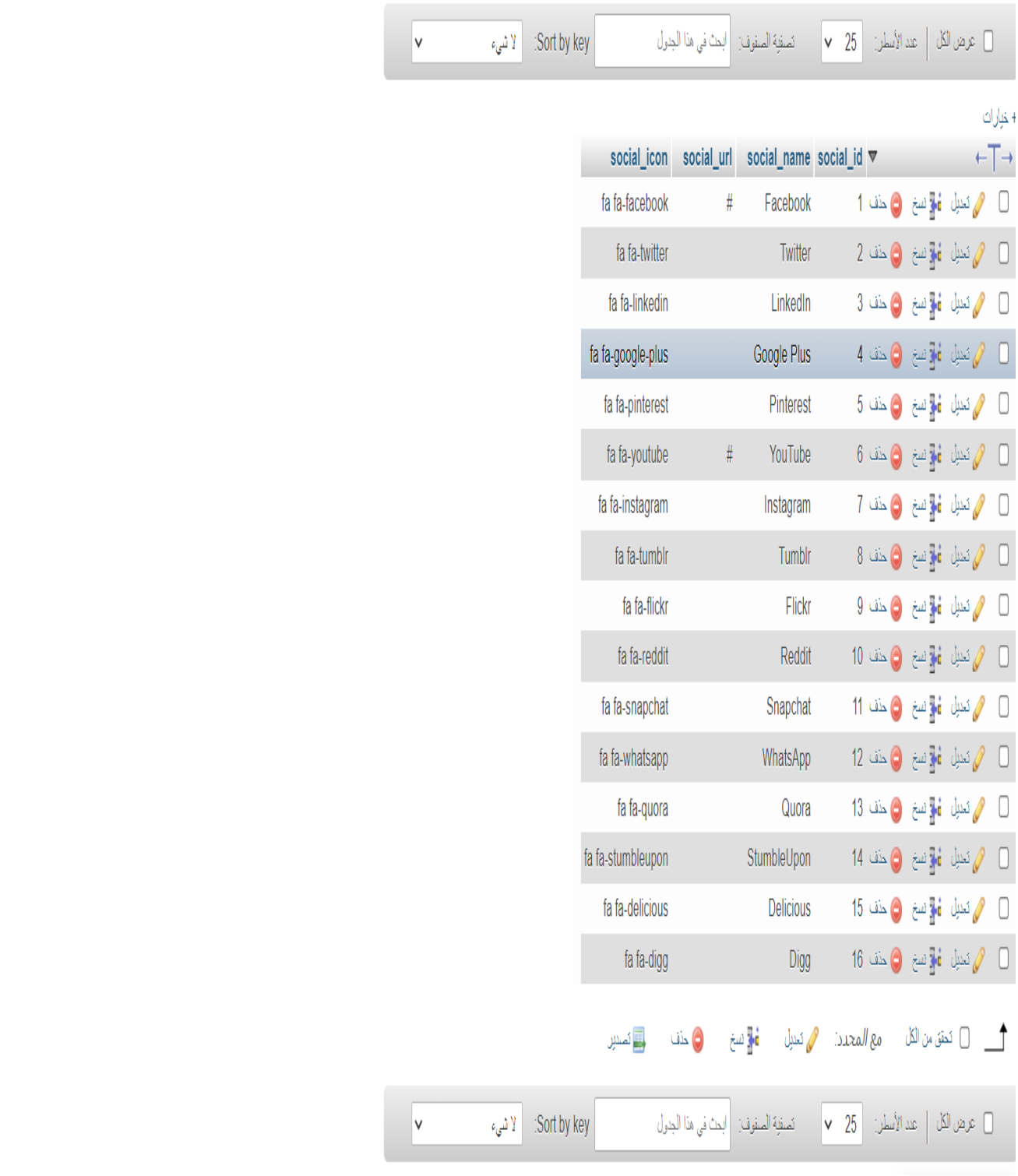
		تعديل	نسخ	حذف	color_id	color_name
☐		تعديل	نسخ	حذف	1	Red
☐		تعديل	نسخ	حذف	2	Black
☐		تعديل	نسخ	حذف	3	Blue
☐		تعديل	نسخ	حذف	4	Yellow
☐		تعديل	نسخ	حذف	5	Green
☐		تعديل	نسخ	حذف	6	White
☐		تعديل	نسخ	حذف	7	Orange
☐		تعديل	نسخ	حذف	8	Brown
☐		تعديل	نسخ	حذف	9	Tan
☐		تعديل	نسخ	حذف	10	Pink
☐		تعديل	نسخ	حذف	11	Mixed
☐		تعديل	نسخ	حذف	12	Lightblue
☐		تعديل	نسخ	حذف	13	Violet
☐		تعديل	نسخ	حذف	14	Light Purple
☐		تعديل	نسخ	حذف	15	Salmon
☐		تعديل	نسخ	حذف	16	Gold
☐		تعديل	نسخ	حذف	17	Gray
☐		تعديل	نسخ	حذف	18	Ash
☐		تعديل	نسخ	حذف	19	Maroon
☐		تعديل	نسخ	حذف	20	Silver
☐		تعديل	نسخ	حذف	21	احمر

Console تحقق من الكل مع المحدد: تعديل نسخ حذف تصدير

قاعدة جدول الحجم



قاعدة جدول التواصل الاجتماعي



قاعدة جدول التعليمات



قاعدة جدول الدفع

خيارات

	id	customer_id	customer_name	customer_email	payment_date	txnid	paid_amount	card_number	card_cvv	card_month	card_year	ank_transaction_info
تعديل نسخ حذف	44	4	user 1	user@gmail.com	2022-05-16 18:43:43		42					1321231250
تعديل نسخ حذف	45	5	nada	n@gmail.com	2022-05-29 13:33:12		61					44444
تعديل نسخ حذف	47	7	الاء قسلم	a@gmail.com	2022-05-31 00:09:55		605					عصارات 2 772222144
تعديل نسخ حذف	48	8	سحر محمد	m@gmail.com	2022-05-31 00:32:19		1505					شاشات لون البيض 770000998

تحقق من الكل مع المحدد: تعديل نسخ حذف تصدير

عرض الكل | عدد الأسطر: 25 تصفية الصفوف: ابحث في هذا الجدول Sort by key: لا شيء

قاعدة جدول العملاء



قاعدة جدول المبيعات

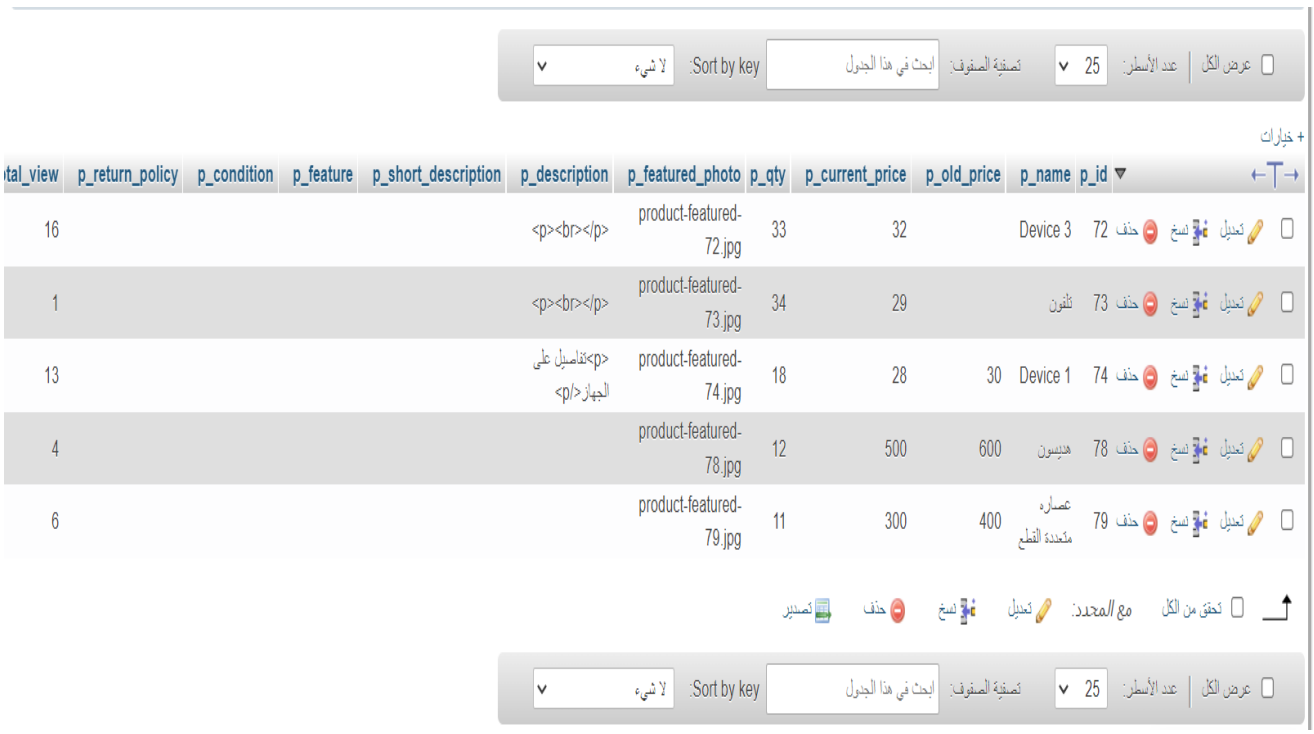


قاعدة جدول المستخدمين



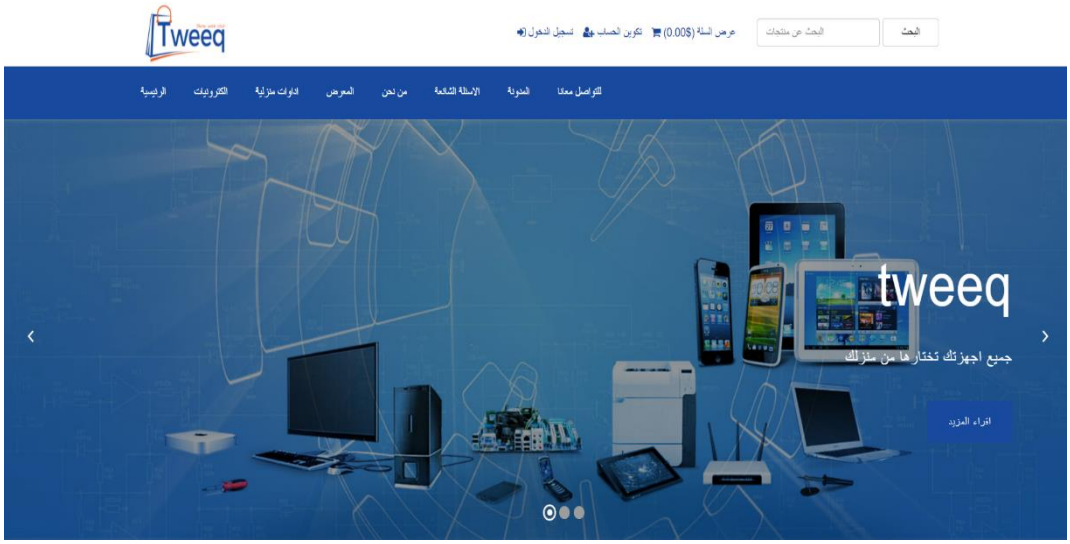
id	full_name	email	phone	password	photo	role	status
1	المدير	sadmin@gmail.com	0177777777	81dc9bdb52d04dc20036dbd8313ed055	user-1.jpg	Super Admin	Active
13	مدير النظام	admin@gmail.com		81dc9bdb52d04dc20036dbd8313ed055	user-13.jpg	Admin	Active
14	بائع	publisher@gmail.com		81dc9bdb52d04dc20036dbd8313ed055		Publisher	Active

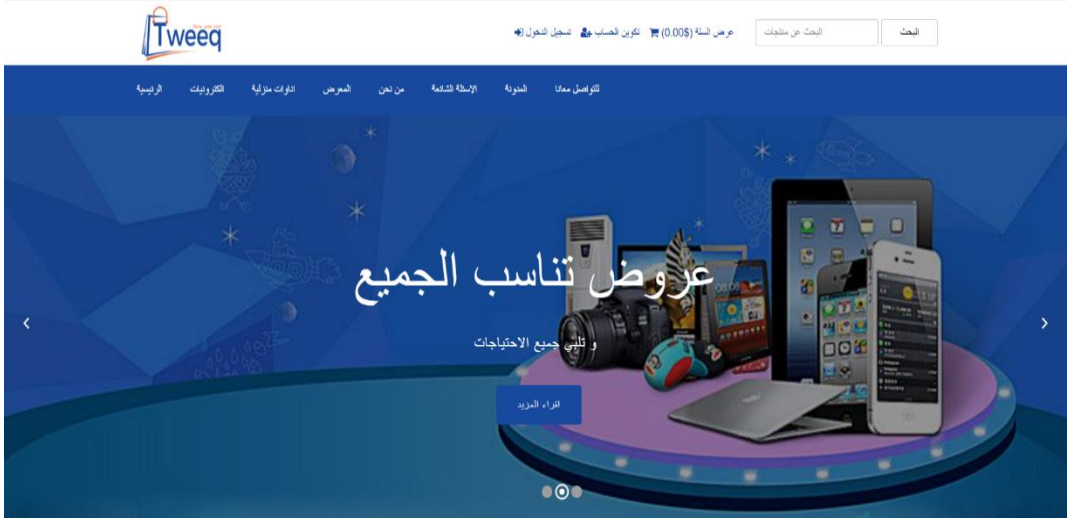
قاعدة جدول المنتجات

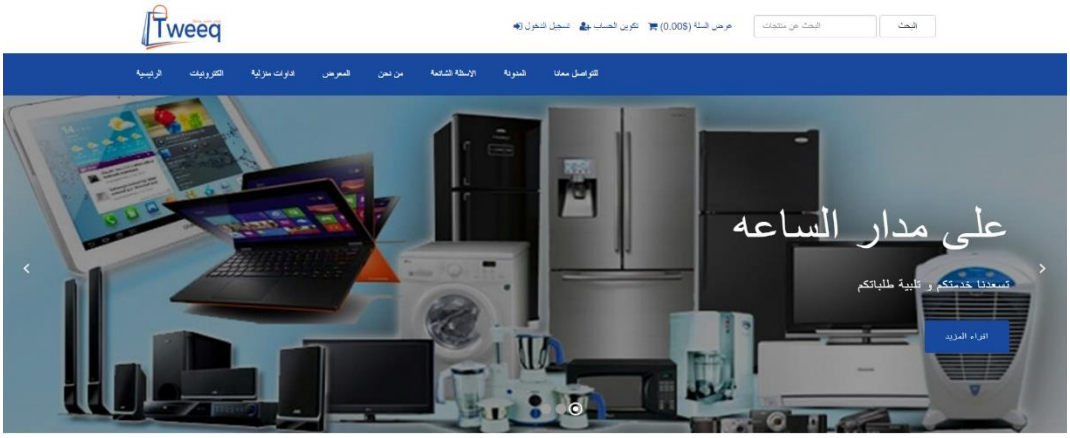


p_id	p_name	p_old_price	p_current_price	p_qty	p_featured_photo	p_description	p_short_feature	p_condition	p_return_policy	total_view
72	Device 3		32	33	product-featured-72.jpg	 				16
73	تلفون		29	34	product-featured-73.jpg	 				1
74	Device 1	30	28	18	product-featured-74.jpg	تفاصيل على الجهاز				13
78	هيبسون	600	500	12	product-featured-78.jpg					4
79	عصاره متعددة القطع	400	300	11	product-featured-79.jpg					6

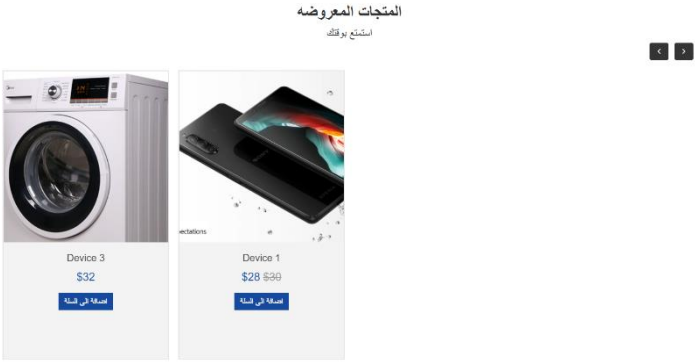
واجهات بداية الموقع



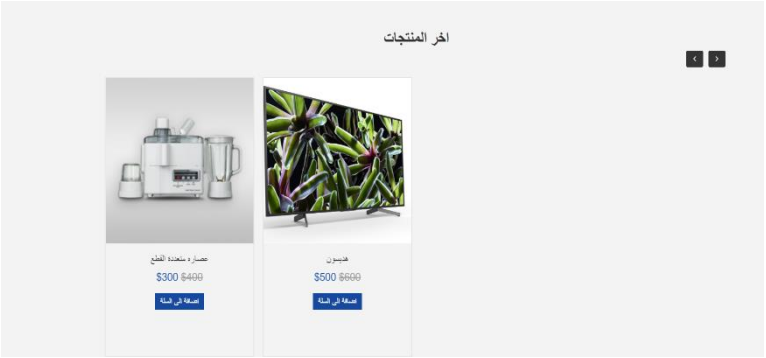




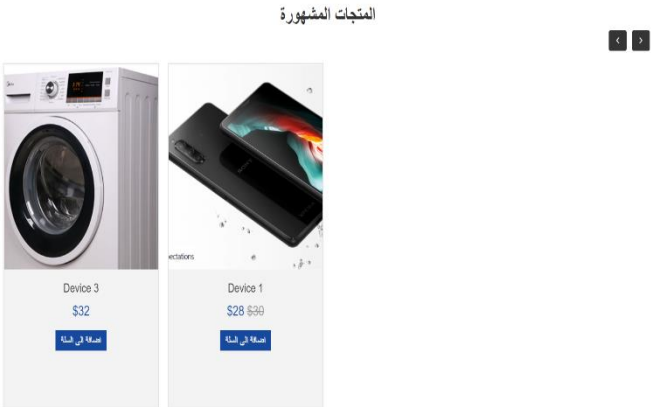
المنتجات المعروضة



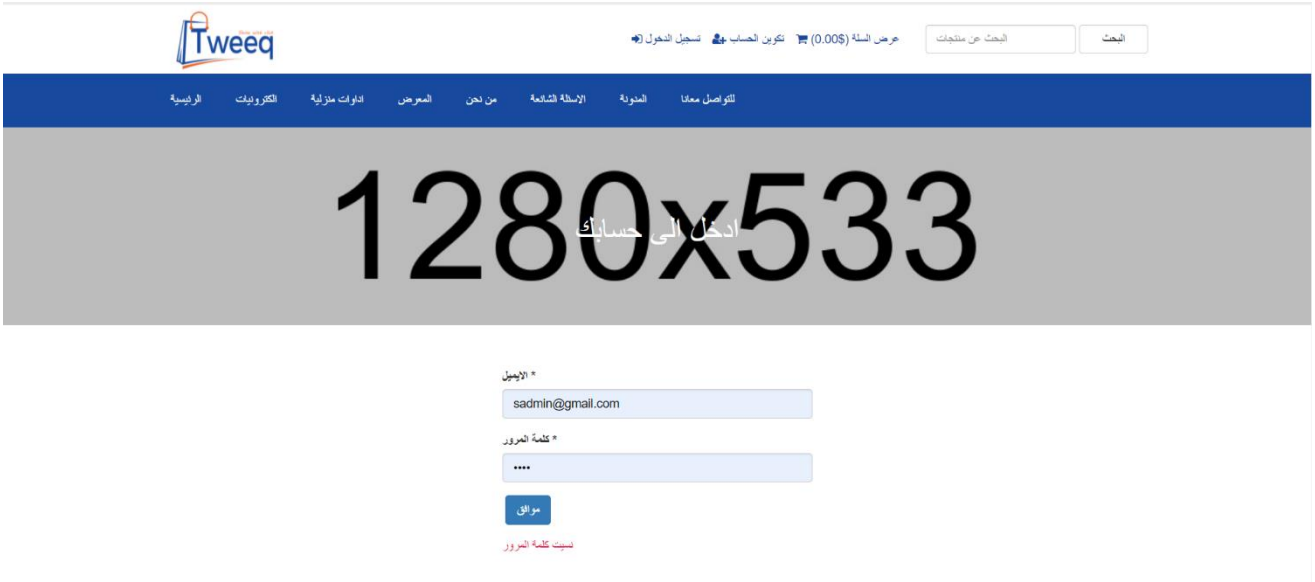
اخر المنتجات



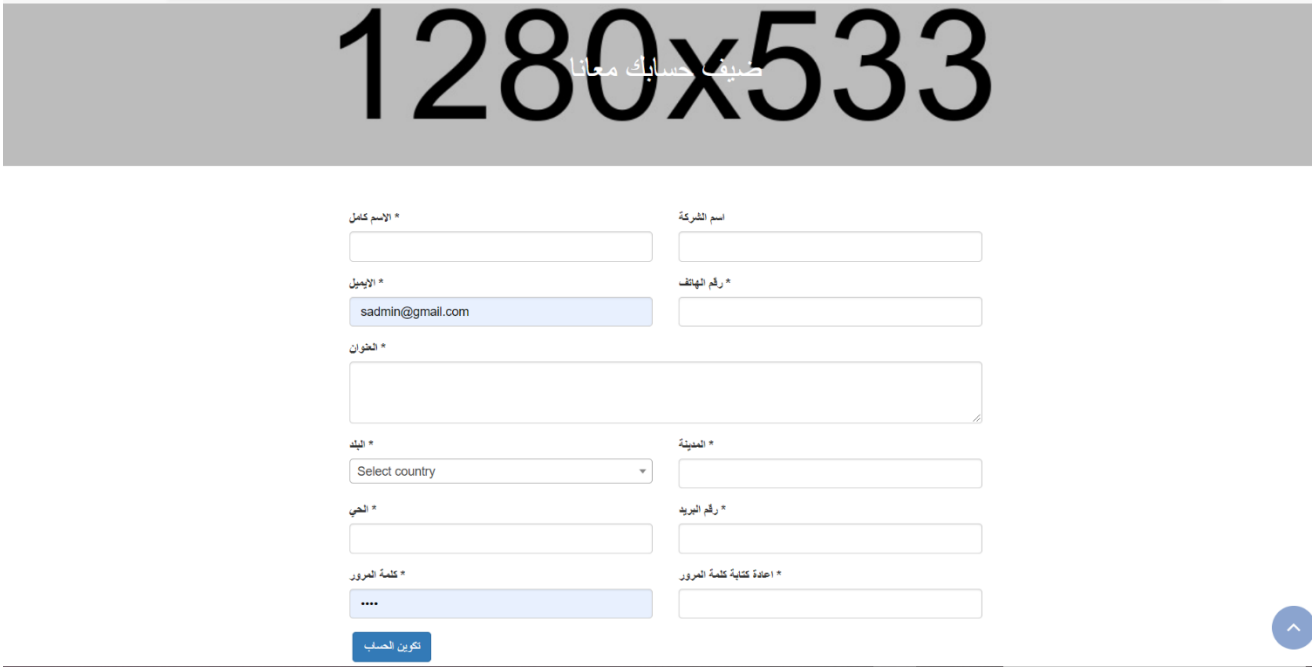
المنتجات المشهورة



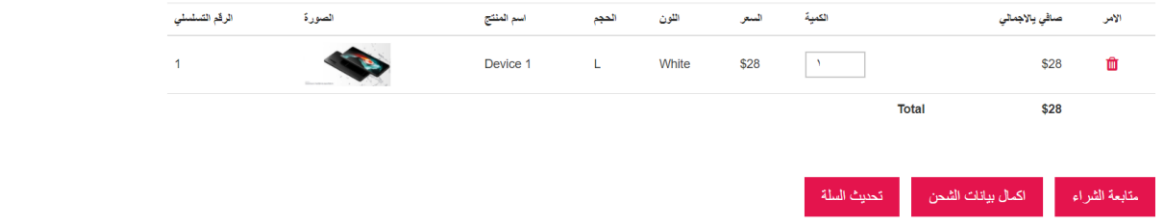
واجهة تسجيل الدخول

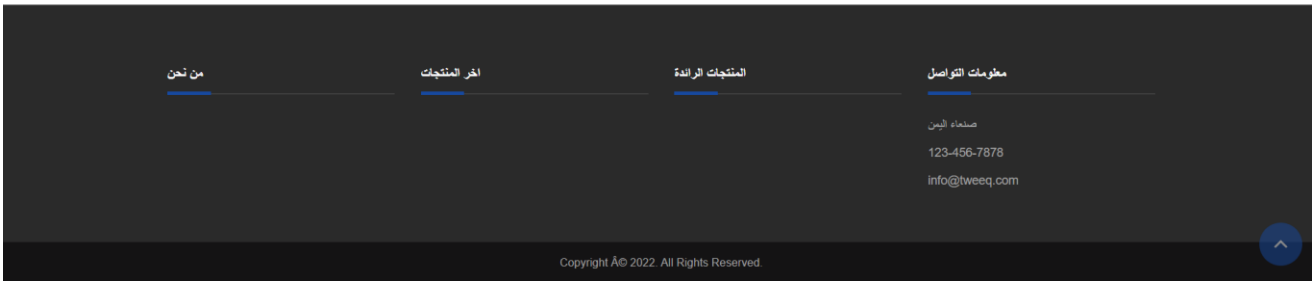


واجهة تكوين الحساب

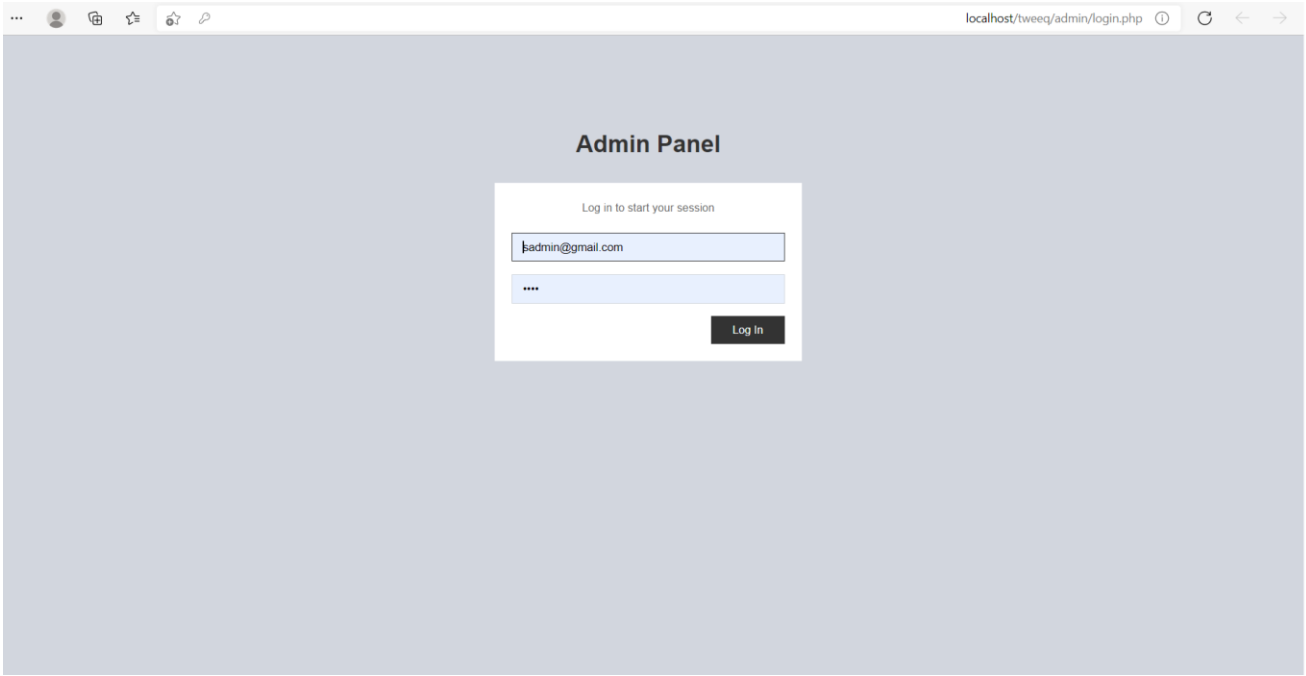


واجهة سلة الشراء





واجهة لوحة التحكم



الفصل الخامس

التوصيات والمقترحات



٥.١ المقدمة:

شركة سوني هي الجهة المستفيدة من المشروع حيث تم عمل موقع لمنتجاتها وذلك لمواكلة التطورات الجديدة في عصرنا الحالي حيث تعتبر التجارة الالكترونية من الأنشطة الحياتية والتي هي ذات ارتباط كبير بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

٥,٢ التوصيات والمقترحات:

- **تطوير بعض واجهات الموقع**
- **عمل تطبيق خاص بالمواقع في الهواتف الذكية**
- **توفير صفحة لدليل الاستخدام الخاصة بالموقع**

٥,٣ النتائج:

- **إدخال البيانات بسهولة والقدرة على التعامل معها**
- **العمل على توفير الوقت والجهد**
- **تقليل التكاليف**
- **سهولة التنقل بين الواجهات**

٥,٤ المراجع:

- **د. علا عبد الرزاق السالمي، الإدارة الإلكترونية دار وائل للنشر، الاردن 2011,م**
- **أ.د جواد مطر الموسوي جامعة بغداد**
- **تقييم جودة المواقع الإلكترونية محمد مصطفى حسين مجلة تكريت للعلوم الإدارية الاقتصادية**
- **نموذج تقييم المواقع الإلكترونية د. عماد الرب كلية العلوم وتكنولوجيا المعلومات جامعة الزرقاء الأهلية**
- **محمد غالب ياسين نظم المعلومات الإدارية دار البازوري عمان الأردن**

٥.٥ الملحقات

كود الصفحة الرئيسية

File Edit Format View Help

```
<?php require_once('header.php'); ?>

<section class="content-header">
        <h1>Dashboard</h1>
</section>

<?php
$statement = $pdo->prepare("SELECT * FROM tbl_top_category");
$statement->execute();
$total_top_category = $statement->rowCount();

$statement = $pdo->prepare("SELECT * FROM tbl_mid_category");
$statement->execute();
$total_mid_category = $statement->rowCount();

$statement = $pdo->prepare("SELECT * FROM tbl_end_category");
$statement->execute();
$total_end_category = $statement->rowCount();

$statement = $pdo->prepare("SELECT * FROM tbl_product");
$statement->execute();
$total_product = $statement->rowCount();

$statement = $pdo->prepare("SELECT * FROM tbl_payment WHERE payment_status=?");
$statement->execute(array('Completed'));
$total_order_completed = $statement->rowCount();

$statement = $pdo->prepare("SELECT * FROM tbl_payment WHERE shipping_status=?");
$statement->execute(array('Completed'));
$total_shipping_completed = $statement->rowCount();

$statement = $pdo->prepare("SELECT * FROM tbl_payment WHERE payment_status=?");
$statement->execute(array('Pending'));
$total_order_pending = $statement->rowCount();

$statement = $pdo->prepare("SELECT * FROM tbl_payment WHERE payment_status=? AND shipping_status=?");
$statement->execute(array('Completed','Pending'));
$total_order_complete_shipping_pending = $statement->rowCount();
?>

<section class="content">
        <div class="row">
```

كود تسجيل الدخول

File Edit Format View Help

```php
<?php
ob_start();
session_start();
include("inc/config.php");
include("inc/functions.php");
include("inc/CSRF_Protect.php");
$csrf = new CSRF_Protect();
$error_message='';

if(isset($_POST['form1'])) {

    if(empty($_POST['email']) || empty($_POST['password'])) {
        $error_message = 'Email and/or Password can not be empty<br>';
    } else {

                $email = strip_tags($_POST['email']);
                $password = strip_tags($_POST['password']);

        $statement = $pdo->prepare("SELECT * FROM tbl_user WHERE email=? AND status=?");
        $statement->execute(array($email,'Active'));
        $total = $statement->rowCount();
        $result = $statement->fetchAll(PDO::FETCH_ASSOC);
        if($total==0) {
            $error_message .= 'Email Address does not match<br>';
        } else {
            foreach($result as $row) {
                $row_password = $row['password'];
            }

            if( $row_password != md5($password) ) {
                $error_message .= 'Password does not match<br>';
            } else {

                                $_SESSION['user'] = $row;
                header("location: index.php");
            }
        }
    }


}
?>
```

كود صفحة التواصل

File Edit Format View Help

```
<?php require_once('header.php'); ?>

<?php
$statement = $pdo->prepare("SELECT * FROM tbl_page WHERE id=1");
$statement->execute();
$result = $statement->fetchAll(PDO::FETCH_ASSOC);
foreach ($result as $row) {
    $contact_title = $row['contact_title'];
    $contact_banner = $row['contact_banner'];
}
$statement = $pdo->prepare("SELECT * FROM tbl_settings WHERE id=1");
$statement->execute();
$result = $statement->fetchAll(PDO::FETCH_ASSOC);
foreach ($result as $row) {
    $contact_map_iframe = $row['contact_map_iframe'];
    $contact_email = $row['contact_email'];
    $contact_phone = $row['contact_phone'];
    $contact_address = $row['contact_address'];
}
?>

<div class="page-banner" style="background-image: url(assets/uploads/<?php echo $contact_banner; ?>);">
    <div class="inner">
        <h1><?php echo $contact_title; ?></h1>
    </div>
</div>

<div class="page">
    <div class="container">
        <div class="row">
            <div class="col-md-12">
                <h3>Contact Form</h3>
                <div class="row cform">
                    <div class="col-md-8">
                        <div class="well well-sm">

                            <?php
// After form submit checking everything for email sending
if(isset($_POST['form_contact']))
{
    $error_message = '';
    $success_message = '';
```

جامعة المستقبل
FUTURE UNIVERSITY

الـرقـم: 25 / ص
التـاريخ: 2021/12/25م

الإخـوة / سوني للإلكترونيات **المحترمون**

تحية طيبة وبعد :

يسر جامعة المستقبل أن تهديكم أطيب تحياتها، وتتمنى لكم التوفيق والنجاح في جميع أعمالكم، ونود إحاطتكم علماً بأن الجامعة تقوم بتكليف الطلاب بإعداد أبحاث ميدانية، وكذا تنظيم زيارات ميدانية إلى الجامعات والمؤسسات والشركات العامة والخاصة، من أجل ربط الجانب النظري بالواقع العملي، وهو ما يعزز من مستوى التحصيل العلمي والعملي لطلاب الجامعة.

وفي هذا الإطار فقد قامت كلية العلوم الإدارية والمالية بتكليف الطالبات التالية اسمائهن بعمل زيارة ميدانية لمركزكم المرموق بهدف النزول الميداني : -

قسم نظم معلومات اداية – المستوى الرابع

1. **سارة محسن معيض**
2. **ندى عبدالله كباس**
3. **مرام عبدالله الانسي**

نرجو التكرم بتقديم التسهيلات اللازمة للطلاب المشار إليهم.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير ،،،

أ.د/أحمد النويهي
رئيس الجامعة

بالمعرفة.. نصنع المستقبل
with Knowledge .. we build Future

٥.٦ الخاتمة

بفضل الله وكرمه وصلنا إلى نهاية مشروعنا والذي حاولنا من خلاله تطبيق ما تعلمناه ووصلنا إليه خلال رحلتنا الجامعية..

راجين من الله تعالى أن ينال عملنا وماقمنا به قبولكم واستحسانكم..

وصلى الله على سيدنا وحبيبنا محمد وعلى إله الطيبين الطاهرين..