

تدريب 2

صل بين العناصر في العمود الأول ووظيفتها في العمود الثاني:

الأسواق الافتراضية تعزز فرص التبرع الفردية للحالات المحتاجة في مختلف المجالات.



منصات عامة تملكها مؤسسات ربحية مستقلة، الغرض منها إتاحة المساحة للبائعين والمشتريين لممارسة عملية التبادل التجاري.



تستخدمه بكثرة شركات التصنيع وخاصة الإلكترونيات، وذلك لترويج منتجاتها وخدماتها لغيرها من الموردين.



منصات متخصصة يستخدمها عادةً الموردون لعرض البضائع والخدمات الموجهة لفئة محددة من المستهلكين.



يتم في هذا النمط تبادل السلع أو الخدمات بين الشركات.



يتداول المستهلكون المنتجات والخدمات والمعلومات مع بعضهم البعض عبر شبكة الإنترنت، وتتم التعاملات بشكل عام من خلال طرف ثالث كمنصة على الإنترنت يتم تنفيذ التعاملات عليها.



تبيع الشركات منتجات أو خدمات أو معلومات بشكل مباشر للمستهلكين.



1 الأسواق المستقلة

2 نموذج التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين (B2C)

3 الأسواق الموجهة للمورد

4 نموذج التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى المستهلك (C2C)

5 نموذج التجارة الإلكترونية من شركة إلى شركة (B2B)

6 الأسواق الموجهة للمشتري