

E-commerce 2013

business. technology. society.

ninth edition

Kenneth C. Laudon

Carol Guercio Traver



Chapter 8

Ethical, Social, and Political Issues in E-commerce

القضايا الأخلاقية والاجتماعية والسياسية في
التجارة الإلكترونية



Class Discussion

Internet Free Speech: Who Decides?

الإنترنت حرية الكلام: من يقرر؟

- Is the Internet a form of “public speech”?
- How can the different national perspectives on free speech be managed in a global environment like the Internet?
- Given that the Internet is supported by governments and private companies, should these institutional and corporate needs supersede the free speech rights of individuals on the Internet?

هل الإنترنت شكل من أشكال "الخطاب العام"؟

كيف يمكن إدارة مختلف وجهات النظر الوطنية بشأن حرية التعبير في بيئة عالمية مثل الإنترنت؟

وبالنظر إلى أن الإنترنت تدعمها الحكومات والشركات الخاصة، فهل ينبغي لهذه الاحتياجات المؤسسية والشركات أن تحل محل حقوق حرية التعبير للأفراد على الإنترنت؟



Understanding Ethical, Social, and Political Issues in E-commerce

فهم القضايا الأخلاقية والاجتماعية والسياسية في التجارة الإلكترونية

■ Internet, like other technologies, can:

- ❖ Enable new crimes
- ❖ Affect environment
- ❖ Threaten social values

■ Costs and benefits must be carefully considered, especially when there are no clear-cut legal or cultural guidelines

الإترنت، مثل غيرها من التكنولوجيات، يمكن:

تمكين جرائم جديدة
تؤثر على البيئة
تهدد القيم الاجتماعية

ويجب النظر بعناية في التكاليف
والمنافع، لا سيما عندما لا تكون هناك
مبادئ توجيهية قانونية أو ثقافية واضحة
المعالم



A Model for Organizing the Issues

نموذج لتنظيم القضايا

- Issues raised by Internet and e-commerce can be viewed at individual, social, and political levels
- Four major categories of issues:
 - ❖ Information rights
 - ❖ Property rights
 - ❖ Governance
 - ❖ Public safety and welfare

ويمكن النظر إلى القضايا التي
يثيرها الإنترنت والتجارة
الإلكترونية على المستويات
الفردية والاجتماعية والسياسية
أربع فئات رئيسية من القضايا:
حقوق المعلومات
حقوق الملكية
الحكم
السلامة العامة والرعاية
الاجتماعية



The Moral Dimensions of an Internet Society

الأبعاد الأخلاقية لمجتمع الإنترنت

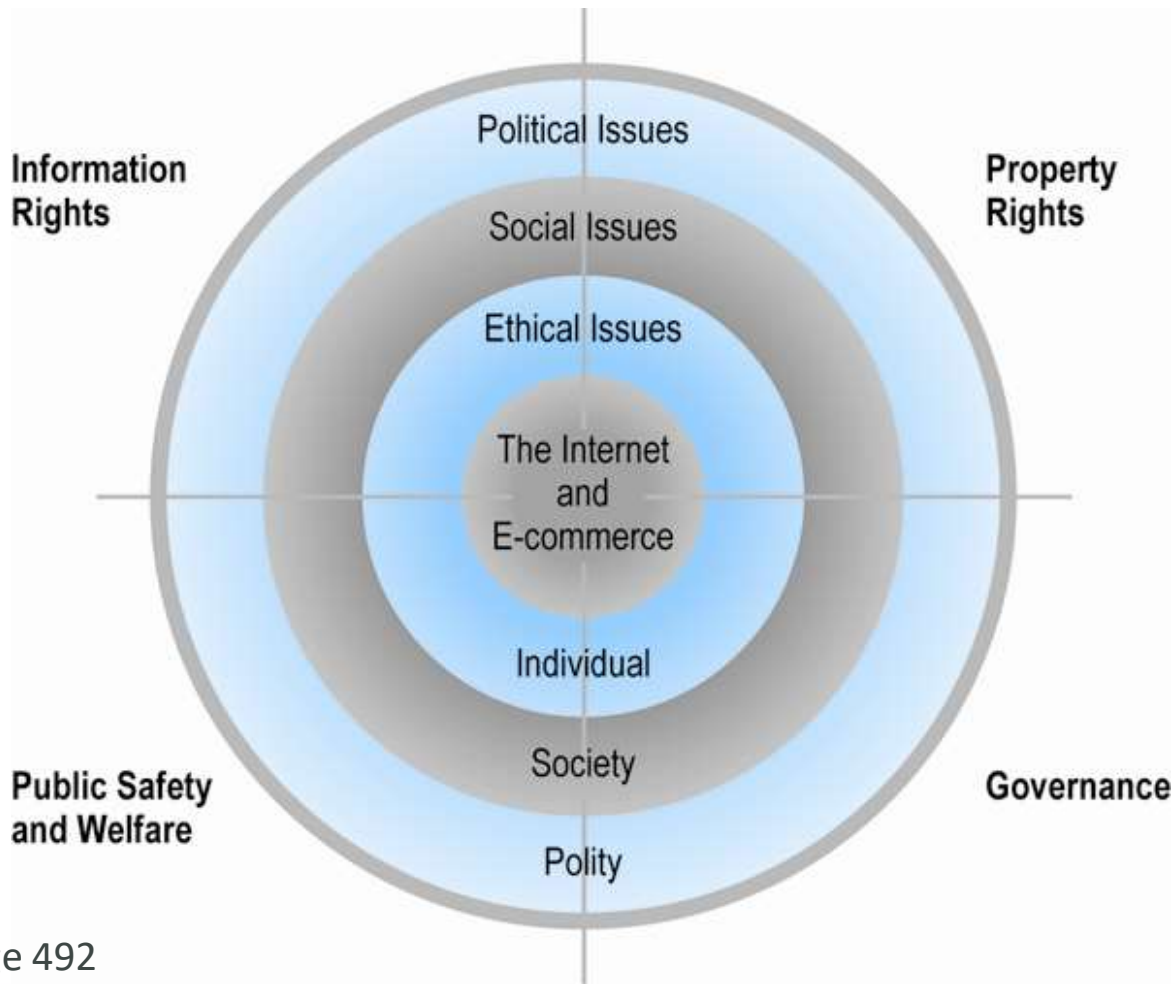


Figure 8.1, Page 492

Basic Ethical Concepts

المفاهيم الأخلاقية الأساسية

■ Ethics

- ❖ Study of principles used to determine right and wrong courses of action

■ Responsibility

■ Accountability

■ Liability

- ❖ Laws permitting individuals to recover damages

■ Due process

- ❖ Laws are known, understood
- ❖ Ability to appeal to higher authorities to ensure laws applied correctly

أخلاق

دراسة المبادئ المستخدمة لتحديد مسارات العمل الصحيحة والخاطئة

المسئولية

المسائلة

مسؤولية

قوانين تسمح للأفراد باسترداد الأضرار

الاجراءات القانونية

القوانين معروفة، مفهومة

القدرة على الطعن إلى السلطات العليا

لضمان تطبيق القوانين بشكل صحيح



Analyzing Ethical Dilemmas

تحليل المعضلات الأخلاقية

■ Process for analyzing ethical dilemmas:

1. Identify and clearly describe the facts
2. Define the conflict or dilemma and identify the higher-order values involved
3. Identify the stakeholders
4. Identify the options that you can reasonably take
5. Identify the potential consequences of your options

عملية تحليل المعضلات الأخلاقية:

- تحديد الحقائق ووصفها بوضوح
حدد الصراع أو المعضلة وحدد القيم
الأعلى ذات الصلة
تحديد أصحاب المصلحة
حدد الخيارات التي يمكنك اتخاذها بشكل
معقول
حدد العواقب المحتملة لخياراتك

Candidate Ethical Principles

المرشح المبادئ الأخلاقية

- Golden Rule
- Universalism
- Slippery Slope
- Collective Utilitarian Principle
- Risk Aversion
- No Free Lunch
- The *New York Times* Test
- The Social Contract Rule

قاعدة ذهبية
الشمولية
منحدر زلق
مبدأ النفع الجماعي
العزوف عن المخاطرة
لا وجبة غداء مجانية
نيو يورك تيمس تيست
قاعدة العقد الاجتماعي

Privacy and Information Rights

الخصوصية وحقوق المعلومات

■ Privacy

- ❖ Moral right of individuals to be left alone, free from surveillance, or interference from other individuals or organizations

■ Information privacy

- ❖ Subset of privacy
- ❖ Claims:
 - Certain information should not be collected at all
 - Individuals should control the use of whatever information is collected about them

الإجمالية

حق الأفراد الأخالقي في أن يتركوا وحيدا، بعيدا عن المراقبة، أو تدخل من أفراد أو منظمات أخرى

خصوصية المعلومات

مجموعة فرعية من الخصوصية
مطالبات:

وينبغي عدم جمع معلومات معينة على الإطلاق

يجب على الأفراد التحكم في استخدام أي معلومات يتم جمعها عنهم



Privacy and Information Rights (cont.)

■ Major ethical issue related to e-commerce and privacy:

- ❖ Under what conditions should we invade the privacy of others?

■ Major social issue:

- ❖ Development of “expectations of privacy” and privacy norms

■ Major political issue:

- ❖ Development of statutes that govern relations between recordkeepers and individuals

القضية الأخلاقية الرئيسية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية والخصوصية:

في أي ظروف يجب أن نغزو خصوصية الآخرين؟

القضية الاجتماعية الرئيسية:

تطوير "توقعات الخصوصية" وقواعد الخصوصية

القضية السياسية الرئيسية:

وضع القوانين التي تحكم العلاقات بين المحققين والأفراد



Information Collected at E-commerce Sites

المعلومات التي يتم جمعها في مواقع التجارة الإلكترونية

- **Data collected includes**
 - ❖ Personally identifiable information (PII)
 - ❖ Anonymous information
- **Types of data collected**
 - ❖ Name, address, phone, e-mail, social security
 - ❖ Bank and credit accounts, gender, age, occupation, education
 - ❖ Preference data, transaction data, clickstream data, browser type

وتشمل البيانات التي تم جمعها
معلومات التعريف الشخصية (بي)
معلومات مجهولة المصدر
أنواع البيانات التي تم جمعها
الاسم والعنوان، والهاتف، والبريد
الإلكتروني، والضمان الاجتماعي
البنك والحسابات الائتمانية والجنس
والعمر والمهنة والتعليم
بيانات التفضيل، بيانات المعاملات،
بيانات النقر، نوع المتصفح



Social Networks and Privacy

الشبكات الاجتماعية والخصوصية

■ Social networks

- ❖ Encourage sharing personal details
- ❖ Pose unique challenge to maintaining privacy

■ Facebook's facial recognition technology and tagging

■ Personal control over personal information vs. organization's desire to monetize social network

شبكات اجتماعية

شجع على مشاركة التفاصيل الشخصية

تشكل تحديا فريدا للحفاظ على الخصوصية

الفيسبوك تقنية التعرف على الوجه ووضع العلامات

التحكم الشخصي في المعلومات الشخصية مقابل رغبة المؤسسة في تحقيق الدخل من الشبكة الاجتماعية



Mobile and Location-based Privacy Issues

مشكلات الخصوصية على الجوال والموقع الجغرافي

■ Smartphone apps

- ❖ Funnel personal information to mobile advertisers for targeting ads
- ❖ Track and store user locations

■ 42% of users say privacy a concern

■ Mobile Device Privacy Act

- ❖ Not yet passed
- ❖ Requires informing consumers about data collection

تطبيقات الهاتف الذكي

المعلومات الشخصية لمسار التحويل إلى المعلنين عبر الجوال لاستهداف الإعلانات

تتبع مواقع المستخدمين وتخزينها

42% من المستخدمين يقولون

الخصوصية قلق

قانون خصوصية جهاز الجوال

لم يتم تمريرها بعد

يتطلب إعلام المستهلكين حول جمع

البيانات

Profiling and Behavioral Targeting

التميط والاستهداف السلوكي

■ Profiling

- ❖ Creation of digital images that characterize online individual and group behavior
- ❖ Anonymous profiles
- ❖ Personal profiles

■ Advertising networks

- ❖ Track consumer and browsing behavior on Web
- ❖ Dynamically adjust what user sees on screen
- ❖ Build and refresh profiles of consumers

■ Google's AdWords program

جانبي

إنشاء الصور الرقمية التي تميز السلوك الفردي والجماعي عبر الإنترنت

ملفات شخصية مجهولة المصدر
الملفات الشخصية
شبكات الإعلانات

تتبع سلوك المستهلك والتصفح على الويب

يمكنك ضبط ما يراه المستخدم على الشاشة ديناميكيا

بناء وتحديث ملامح المستهلكين
برنامج غوغل أدورس



Profiling and Behavioral Targeting (cont.)

- Deep packet inspection
- Business perspective:
 - ❖ Increases effectiveness of advertising, subsidizing free content
 - ❖ Enables sensing of demand for new products and services
- Critics' perspective:
 - ❖ Undermines expectation of anonymity and privacy
 - ❖ Consumers show significant opposition to unregulated collection of personal information

تفتيش حزمة عميقة
منظور تجاري:
يزيد من فعالية الإعلان، ودعم
محتوى مجاني
تمكن من استشعار الطلب على
المنتجات والخدمات الجديدة
منظور النقاد:
يضعف توقع عدم الكشف عن
هويته والخصوصية
ويظهر المستهلكون معارضة
كبيرة لجمع المعلومات الشخصية
دون تنظيم



The Internet and Government Invasions of Privacy

الإنترنت والحكومة الغزوات للخصوصية

- Various laws strengthen ability of law enforcement agencies to monitor Internet users without knowledge and sometimes without judicial oversight
 - ❖ CALEA, USA PATRIOT Act, Cyber Security Enhancement Act, Homeland Security Act
- Government agencies are largest users of private sector commercial data brokers
- Retention by ISPs and search engines of user data

وهناك قوانين مختلفة تعزز قدرة أجهزة إنفاذ القانون على رصد مستخدمي الإنترنت دون علم، وأحيانا دون إشراف قضائي كاليفورنيا، أوسا باتريوت أكت، سبير سيكوري تي إنهانسمنت أكت، سيكوري تي سيكوري تي أكت وتعد الوكالات الحكومية أكبر مستعملي وسطاء البيانات التجارية في القطاع الخاص الاحتفاظ من قبل مزودي خدمة الإنترنت ومحركات البحث من بيانات المستخدم

Legal Protections الحماية القانونية

■ In United States, privacy rights explicitly granted or derived from:

❖ Constitution

- First Amendment—freedom of speech and association
- Fourth Amendment—unreasonable search and seizure
- Fourteenth Amendment—due process

❖ Specific statutes and regulations (federal and state)

❖ Common law

في الولايات المتحدة، تمنح حقوق الخصوصية صراحة أو مستمدة من:

دستور

التعديل الأول - حرية التعبير وتكوين الجمعيات

التعديل الرابع - بحث غير معقول والضبط

الإجراء الرابع عشر للمراعاة الواجبة للتعديل

القوانين والأنظمة المحددة (الاتحادية والدولة)

القانون العام

Informed Consent موافقة مسبقة

- U.S. firms can gather and redistribute transaction information without individual's informed consent
 - ❖ Illegal in Europe
- Informed consent:
 - ❖ Opt-in
 - ❖ Opt-out
 - ❖ Many U.S. e-commerce firms merely publish information practices as part of privacy policy or use opt-in as default

يمكن للشركات الأمريكية جمع وإعادة توزيع معلومات المعاملات دون موافقة الأفراد المستتيرة غير قانوني في أوروبا موافقة مسبقة: التقيد في انسحب تقوم العديد من شركات التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة بنشر ممارسات المعلومات كجزء من سياسة الخصوصية أو استخدام التمكين كإعداد افتراضي

The FTC's Fair Information Practices

ممارسات المعلومات العادلة لفتس

■ Guidelines (not laws)

- ❖ Used to base assessments and make recommendations
- ❖ Sometimes used as basis for law (COPPA)

المبادئ التوجيهية (وليس القوانين)
تستخدم لتقييم التقييمات وتقديم
التوصيات

تستخدم أحيانا كأساس للقانون (كوبا)
مبادئ ممارسة المعلومات العادلة
تنويه

■ Fair Information Practice principles

- ❖ Notice
- ❖ Choice
- ❖ Access
- ❖ Security
- ❖ Enforcement
- ❖ Restricted collection

خيار
التمكن من
الأمان
تطبيق
مجموعة مقيدة



The FTC's Fair Information Practices

■ New privacy framework (2010)

- ❖ Scope
- ❖ Privacy by design
- ❖ Simplified choice
- ❖ Greater transparency

إطار الخصوصية الجديد (2010)

نطاق

الخصوصية حسب التصميم

خيار مبسط

المزيد من الشفافية

2012 تقرير: أفضل الممارسات

الصناعة

■ 2012 Report: Industry best practices

- ❖ Do not track
- ❖ Mobile privacy
- ❖ Data brokers
- ❖ Large platform providers
- ❖ Development of self-regulatory codes

لا تتبع

خصوصية الجوال

سماسة البيانات

مقدمي منصة كبيرة

تطوير قوانين التنظيم الذاتي



The European Data Protection Directive

التوجيه الأوروبي لحماية البيانات

- Privacy protection much stronger in Europe than United States
- European approach:
 - ❖ Comprehensive and regulatory in nature
- European Commission's Directive on Data Protection (1998):
 - ❖ Standardizes and broadens privacy protection in European Union countries
- Department of Commerce safe harbor program:
 - ❖ For U.S. firms that wish to comply with directive

حماية الخصوصية أقوى بكثير في أوروبا من الولايات المتحدة النهج الأوروبي: شاملة وتنظيمية في طبيعتها توجيه المفوضية الأوروبية بشأن حماية البيانات (1998): يوسع ويوسع حماية الخصوصية في بلدان الاتحاد الأوروبي وزارة التجارة برنامج أمن الميناء: بالنسبة للشركات الأمريكية التي ترغب في الامتثال للتوجيه

Private Industry Self-Regulation

الصناعة الخاصة التنظيم الذاتي

- **Safe harbor programs:**
 - ❖ Private policy mechanism to meet objectives of government regulations without government involvement
 - ❖ Privacy seal programs
 - ❖ TRUSTe
- **Industry associations include:**
 - ❖ Online Privacy Alliance (OPA)
 - ❖ Network Advertising Initiative (NAI)
 - CLEAR Ad Notice Technical Specifications
- **Privacy advocacy groups**
- **Emerging privacy protection business**

برامج الملاذ الآمن:
آلية السياسة الخاصة لتحقيق أهداف
الأنظمة الحكومية دون مشاركة
الحكومة
برامج ختم الخصوصية
TRUSTe
وتشمل الرابطات الصناعية:
تحالف الخصوصية عبر الإنترنت
(أوبا)
مبادرة إعلانات الشبكة (ناي)
كلير أد نوتيس المواصفات الفنية
مجموعات الدعوة الخصوصية
الناشئة حماية الخصوصية الأعمال



Technological Solutions

الحلول التكنولوجية

- Spyware blockers
- Pop-up blockers
- Secure e-mail
- Anonymous remailers, surfing
- Cookie managers
- Disk/file erasing programs
- Policy generators
- Privacy Policy Reader—P3P
- Public key encryption

برامج حظر برامج التجسس
حاصرات النوافذ المنبثقة
تأمين البريد الإلكتروني
ريميلرز مجهول، وركوب الأمواج
مديرو ملفات تعريف الارتباط
القرص / ملف مسح البرامج
مولدات السياسة
P3P سياسة الخصوصية ريدر-
تشفير المفتاح العمومي

Intellectual Property Rights

حقوق الملكية الفكرية

- **Intellectual property:**
 - ❖ All tangible and intangible products of human mind
- **Major ethical issue:**
 - ❖ How should we treat property that belongs to others?
- **Major social issue:**
 - ❖ Is there continued value in protecting intellectual property in the Internet age?
- **Major political issue:**
 - ❖ How can Internet and e-commerce be regulated or governed to protect intellectual property?

الملكية الفكرية:
جميع المنتجات الملموسة وغير الملموسة للعقل البشري
القضية الأخلاقية الرئيسية:
كيف ينبغي لنا أن نعامل الممتلكات التي تخص الآخرين؟
القضية الاجتماعية الرئيسية:
هل هناك قيمة مستمرة في حماية الملكية الفكرية في عصر الإنترنت؟
القضية السياسية الرئيسية:
كيف يمكن تنظيم الإنترنت والتجارة الإلكترونية أو تحكمها لحماية الملكية الفكرية؟



Intellectual Property Protection

حماية الملكية الفكرية

- Three main types of protection:
 - ❖ Copyright
 - ❖ Patent
 - ❖ Trademark law
- Goal of intellectual property law:
 - ❖ Balance two competing interests—public and private
- Maintaining this balance of interests is always challenged by the invention of new technologies

ثلاثة أنواع رئيسية من الحماية:
حقوق النشر
براءة الإختراع
قانون العلامات التجارية
الهدف من قانون الملكية الفكرية:
توازن اثنين من المصالح المتنافسة
العامة والخاصة
إن الحفاظ على توازن المصالح هذا
يواجه تحديا دائما باختراع
التكنولوجيات الجديدة

حقوق النشر Copyright

- Protects original forms of expression (but not ideas) from being copied by others for a period of time
- “Look and feel” copyright infringement lawsuits
- Fair use doctrine
- Digital Millennium Copyright Act, 1998
 - ❖ First major effort to adjust copyright laws to Internet age
 - ❖ Implements WIPO treaty that makes it illegal to make, distribute, or use devices that circumvent technology-based protections of copyrighted materials

يحمي أشكال التعبير الأصلية (ولكن ليس الأفكار) من نسخها من قبل الآخرين لفترة من الزمن "الشكل والمظهر" قضايا انتهاك حقوق الطبع والنشر مبدأ الاستخدام العادل قانون الألفية الجديدة لحقوق طبع ونشر المواد الرقمية، 1998 أول جهد كبير لتعديل قوانين حق المؤلف إلى عصر الإنترنت تنفذ معاهدة الويبو التي تجعل من غير القانوني جعل أو توزيع أو استخدام الأجهزة التي تتحايل على الحماية القائمة على التكنولوجيا للمواد المحمية بحقوق الطبع والنشر

براءات الاختراع Patents

■ Grant owner 20-year monopoly on ideas behind an invention

- ❖ Machines
- ❖ Man-made products
- ❖ Compositions of matter
- ❖ Processing methods

■ Invention must be new, non-obvious, novel

■ Encourages inventors

■ Promotes dissemination of new techniques through licensing

■ Stifles competition by raising barriers to entry

منح صاحب الاحتكار لمدة 20 عاما على الأفكار وراء اختراع آلات

منتجات من صنع الإنسان
تركيبات المادة
طرق المعالجة

يجب أن يكون الاختراع جديداً، غير واضح، رواية

يشجع المخترعين

يشجع نشر التقنيات الجديدة من خلال الترخيص

خلق المنافسة من خلال رفع الحواجز أمام الدخول



E-commerce Patents

براءات الاختراع والتجارة الإلكترونية

■ 1998 State Street Bank & Trust vs. Signature Financial Group

- ❖ Business method patents

■ Most European patent laws do not recognize business methods unless based on technology

■ Patent reform

- ❖ Patent trolls
- ❖ 2011 America Invents Acts

1998 ستات ستريت بنك والثقة مقابل

المجموعة المالية سيغناتور

براءات الاختراع أسلوب الأعمال

ولا تعترف معظم قوانين البراءات الأوروبية

بأساليب العمل ما لم تستند إلى التكنولوجيا

إصلاح البراءات

المتصيدون براءات الاختراع

2011 أمريكا أعمال الخرق



Insight on Technology: Class Discussion

Theft and Innovation: The Patent Trial of the Century

السرقه والابتكار: محاكمة براءات الاختراع للقرن

- Do you agree with the jury finding that Samsung violated Apple's patents in the Samsung Galaxy design?
- Should "trade dress" patents cover basic shape elements, such as round-cornered squares used for icons?
- The Apple "look and feel" has inspired the "looks and feel" of many other Web sites and devices. How is this different from the Samsung case?

هل توافق على نتيجة لجنة المحلفين أن سامسونج انتهكت براءات الاختراع أبل في تصميم سامسونج غالاكسي؟

هل ينبغي أن تغطي براءات الاختراع "لباس تجاري" عناصر الشكل الأساسية، مثل الساحات المستديرة المستديرة المستخدمة للرموز؟ وقد ألهمت "مظهر ومظهر" أبل "تبدو ويشعر" العديد من المواقع والأجهزة الأخرى. كيف يختلف هذا عن حالة سامسونج؟

Trademarks العلامات التجارية

- Identify, distinguish goods, and indicate their source
- Purpose
 - ❖ Ensure consumer gets what is paid for/expected to receive
 - ❖ Protect owner against piracy and misappropriation
- Infringement
 - ❖ Market confusion
 - ❖ Bad faith
- Dilution
 - ❖ Behavior that weakens connection between trademark and product

تحديد السلع وتمييزها والإشارة إلى مصدرها

غرض

ضمان حصول المستهلك على ما يتم دفعه / المتوقع الحصول عليه

حماية المالك من القرصنة والاختلاس انتهاك

ارتباك السوق

أيمان سيى

تخفيف

السلوك الذي يضعف الاتصال بين العلامة التجارية والمنتج



Trademarks and the Internet

العلامات التجارية والإنترنت

■ Cybersquatting

- ❖ Anticybersquatting Consumer Protection Act (ACPA)

السطو الإلكتروني
قانون حماية المستهلك لمكافحة الأكسدة (أكبا)
القرصنة الإلكترونية

Typosquatting

■ Cyberpiracy

- ❖ Typosquatting

ميتا تاجينغ

الكلمات الدالة

ربط وربط عميق

صياغة

■ Metatagging

■ Keywording

■ Linking and deep linking

■ Framing



Governance الحكم

■ Primary questions

- ❖ Who will control Internet and e-commerce?
- ❖ What elements will be controlled and how?

■ Stages of governance and e-commerce

- ❖ Government Control Period (1970–1994)
- ❖ Privatization (1995–1998)
- ❖ Self-Regulation (1995–present)
- ❖ Government Regulation (1998–present)

الأسئلة الأساسية

من سيتحكم بالإنترنت والتجارة الإلكترونية؟

ما هي العناصر التي سيتم التحكم فيها وكيف؟

مراحل الحكم والتجارة الإلكترونية
فترة الرقابة الحكومية (1970-

1994

الخصخصة (1995-1998)

التنظيم الذاتي (1995 إلى الوقت الحاضر)

اللائحة الحكومية (1998 إلى الوقت الحاضر)



Who Governs E-commerce and the Internet?

من الذي يحكم التجارة الإلكترونية والإنترنت؟

■ Mixed mode environment

- ❖ Self-regulation, through variety of Internet policy and technical bodies, co-exists with limited government regulation

■ ICANN : Domain Name System

■ Internet can be easily controlled, monitored, and regulated from a central location

بيئة الوضع المختلط

والتنظيم الذاتي، من خلال مجموعة متنوعة من سياسات الإنترنت والهيئات التقنية، يتوافق مع تنظيم حكومي محدود
إيكان: نظام أسماء النطاقات
يمكن التحكم في الإنترنت بسهولة
ومراقبتها وتنظيمها من موقع مركزي

Taxation فرض الضرائب

- Non-local nature of Internet commerce complicates governance and jurisdiction issues
- Sales taxes
- MOTO retailing tax subsidies
- Internet Tax Freedom Act
- Unlikely that comprehensive, integrated rational approach to taxation issue will be determined for some time to come

الطبيعة غير المحلية للتجارة الإنترنت
تعقيد قضايا الحكم والولاية القضائية
ضرائب المبيعات
موتو دعم الضرائب التجزئة
قانون حرية الضرائب على الإنترنت
من غير المرجح أن يتم تحديد نهج
شامل ومتكامل العقلاني لمسألة
الضرائب لبعض الوقت في المستقبل



Insight on Business: Class Discussion

Internet Sales Tax Battle

مبيعات الإنترنت معركة الضرائب

- Given the nature of the Internet, should sales tax be based on the location of the consumer rather than the seller?
- Why is there a struggle to define the nature of “small business”? How big do you think a “small business” is?
- Are bricks-and-clicks retailers disadvantaged by local sales tax laws?

نظرا لطبيعة الإنترنت، هل ينبغي أن تستند ضريبة المبيعات على موقع المستهلك بدلا من البائع؟

لماذا هناك صراع لتحديد طبيعة "الأعمال الصغيرة"؟ إلى أي مدى تعتقدون أن "الأعمال التجارية الصغيرة" هي؟

هل الطوب والنقرات تجار التجزئة محرومة من قبل قوانين ضريبة المبيعات المحلية؟

Net Neutrality صافي الحياد

- **Neutrality: All Internet activities charged the same rate, regardless of bandwidth used**
- **Differentiated pricing strategies**
 - Cap pricing (tiered plans)
 - Speed tiers
 - Usage metering
 - Congestion pricing
 - Highway ("toll") pricing
- **Comcast slows users for certain traffic**
- **FCC's 2010 "compromise" net neutrality rules**

الحياد: جميع أنشطة الإنترنت تحمل نفس المعدل، بغض النظر عن عرض النطاق الترددي المستخدم استراتيجيات التسعير متباينة التسعير كاب (خطوط متدرجة) مستويات السرعة قياس الاستخدام التسعير الازدحام الطريق السريع ("حصيلة") التسعير كوماتست يبطئ المستخدمين لبعض حركة المرور لجنة الاتصالات الفيدرالية لعام 2010 "التسوية" قواعد الحياد الصافي

Public Safety and Welfare

السلامة العامة والرعاية الاجتماعية

■ Protection of children and strong sentiments against pornography

- ❖ Passing legislation that will survive court challenges has proved difficult

■ Efforts to control gambling and restrict sales of drugs and cigarettes

- ❖ Currently, mostly regulated by state law
- ❖ Unlawful Internet Gambling Enforcement Act

حماية الأطفال ومشاعر قوية ضد المواد الإباحية

وقد ثبت أن إصدار التشريعات التي ستبقى على قيد الحياة يواجه تحديات صعبة

الجهود المبذولة للسيطرة على المقامرة وتقييد مبيعات الأدوية والسجائر حالياً، معظمها ينظمها قانون الولاية قانون إنفاذ قوانين المقامرة عبر الإنترنت غير المشروع



Insight on Society: Class Discussion

The Internet Drug Bazaar **بازار المخدرات الإنترنت**

- What's wrong with buying prescription drugs online, especially if the prices are lower?
- What are the risks and benefits of online pharmacies?
- Should online pharmacies require a physician's prescription?
- How do online pharmacies challenge the traditional business model of pharmacies and drug firms?
- What are the challenges in regulating online pharmacies?
- Who benefits and who loses from online pharmacies?

ما هو الخطأ في شراء العقاقير الطبية عبر الإنترنت، خاصة إذا كانت الأسعار أقل؟

ما هي مخاطر وفوائد الصيدليات على الإنترنت؟

هل يجب أن تتطلب صيدليات الإنترنت وصفة طبية من الطبيب؟

كيف تتحدى صيدليات الإنترنت نموذج الأعمال التقليدي للصيدليات وشركات الأدوية؟

ما هي التحديات التي تواجه تنظيم صيدليات الإنترنت؟

من يستفيد ومن يفقد من صيدليات الإنترنت؟



This work is protected by United States copyright laws and is provided solely for the use of instructors in teaching their courses and assessing student learning. Dissemination or sale of any part of this work (including on the World Wide Web) will destroy the integrity of the work and is not permitted. The work and materials from it should never be made available to students except by instructors using the accompanying text in their classes. All recipients of this work are expected to abide by these restrictions and to honor the intended pedagogical purposes and the needs of other instructors who rely on these materials.