

دیباچه‌ای بر

تجارت الکترونیکی

نویسنده:

دکتر بهزاد سلمان‌ی

استاد گروه اقتصاد دانشگاه تبریز

سر شناسه	: سلمانی، بهزاد، ۱۳۴۵.
عنوان و پدیدآور	: دیباچه‌ای بر تجارت الکترونیکی / نویسنده: دکتر بهزاد سلمانی
مشخصات نشر	: تهران: نشر نور علم، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۸۷ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۱۶۹-۲۹۳-۲
وضعیت فهرست‌نویسی	: براساس اطلاعات فیبا (فهرست‌نویسی پیش از انتشار).
موضوع	: بازرگانی الکترونیکی.
موضوع	: جامعه اطلاعاتی.
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۷ د ۷۸ س / HF ۵۵۴۸/۳۲
رده‌بندی دیویی	: ۶۵۸ / ۸۷

نشر نور علم: تهران - خ انقلاب - خ منیری جاوید (اردیبهشت) - پ ۱۴ - تلفن: ۶۶۴۰۵۸۸۰
 noreelm@yahoo.com ۰۹۱۲۳۳۳۴۲۲۹ فروشگاه: دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران

دیباچه‌ای بر تجارت الکترونیکی

نویسنده: دکتر بهزاد سلمانی

ناشر: نور علم

چاپ و صحافی: نصر

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۶۹-۲۹۳-۲

شمارگان: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۲۲۰۰۰ تومان

در صورت عدم دسترسی به کتاب‌های این انتشارات، از طریق تماس با شماره

۰۹۱۲۳۳۳۴۲۲۹ کتاب‌ها با پست به تمام نقاط ایران ارسال می‌شود.

پیش‌گفتار

هدف این کتاب عرضه دانش پایه در تجارت الکترونیکی به صورت خلاصه و روزآمد است. خوانندگان برای مطالعه جامع تجارت الکترونیکی برای نمونه می‌توانند از سلمانی (۱۳۹۵) استفاده کنند. آشنایی با مبانی فناوری اطلاعات برای درک بهتر مطالب این کتاب مفید است. در این حوزه کتاب‌های بسیاری وجود دارد. سلمانی (۱۳۹۳) یکی از آنهاست. دانشجویان در رشته‌هایی چون کارآفرینی، مهندسی فناوری اطلاعات، مدیریت فناوری اطلاعات، مدیریت بازرگانی، مهندسی صنایع و اقتصاد می‌توانند از این کتاب در درس تجارت الکترونیکی و دوره کارشناسی استفاده کنند. همچنین این کتاب می‌تواند برای کارآفرینان و مدیران و دانشمندان سازمان‌های خصوصی و دولتی مفید باشد. از همه کسانی که به بنده در تهیه این کتاب کمک کردند، صمیمانه تشکر می‌کنم. از جناب آقای مهدی اشرف‌گندمی دانشجوی دوره کارشناسی ارشد اقتصاد تجارت الکترونیکی دانشگاه تبریز و فرزندم امیر حسین به دنیا بیاورنده‌شان تشکر می‌کنم. فرصت را مغتنم شمرده و از همراهی، شکیبایی و پشتیبانی خانواده عزیزم نیز تشکر و تقدیر می‌کنم. از خوانندگان گرامی درخواست می‌شود، دیدگاه‌ها و پیشنهاد‌های خود درباره کتاب را به نشانی زیر اعلام کنند:

- behsalmani@gmail.com

بهزاد سلمانی

استاد گروه اقتصاد دانشگاه تبریز

فهرست مطالب

۱۱	فصل یکم: مقدمه.....
۱۱	اهداف آموزشی فصل یکم.....
۱۲	۱-۱. مقدمه.....
۱۲	۱-۲. توسعه تجارت الکترونیکی.....
۱۴	۱-۳. هدایا، روزکرد و گستره کتاب.....
۱۴	۱-۴. کار، زن کتاب.....
۱۵	۱-۵. سازماندهی کتاب.....
۱۹	بخش یکم: مبانی تجارت الکترونیکی.....
۲۰	فصل دوم: مروری بر تجارت الکترونیکی.....
۲۰	اهداف آموزشی فصل دوم.....
۲۱	۲-۱. مقدمه.....
۲۱	۲-۲. تعریف و مفهوم تجارت الکترونیکی.....
۲۳	۲-۳. انواع تجارت الکترونیکی.....
۲۵	۲-۴. مسیر تحول تجارت الکترونیکی.....
۲۷	۲-۵. مزایای تجارت الکترونیکی.....
۲۷	۲-۶. چالش های تجارت الکترونیکی.....
۲۹	۲-۷. روندهای جاری تجارت الکترونیکی.....
۳۱	پرسش های فصل دوم.....
۳۳	فصل سوم: برخی مفاهیم پایه تجارت الکترونیکی.....
۳۳	اهداف آموزشی فصل سوم.....

۳۴	۱-۳. مقدمه
۳۴	۲-۳. مدل های کسب و کار در تجارت الکترونیکی
۳۶	۳-۳. بازارهای الکترونیکی
۳۷	۴-۳. سازوکارهای تجارت الکترونیکی
۴۳	پرسش های فصل سوم
۴۴	بخش دوم: انواع تجارت الکترونیکی
۴۵	فصل چهارم: تجارت الکترونیکی بنگاه با مصرف کننده
۴۵	اهداف آموزشی فصل چهارم
۴۶	۱-۴. مقدمه
۴۶	۲-۴. مروری بر مبادلات الکترونیکی بنگاه با مصرف کننده
۴۸	۳-۴. روندهای جاری خرده فروشی الکترونیکی
۴۸	۴-۴. مزایا و چالش های خرده فروشی الکترونیکی
۴۹	۵-۴. روش های خرده فروشی الکترونیکی
۵۱	۶-۴. کمک به خریداران در خرده فروشی الکترونیکی
۵۲	۷-۴. موضوعات خرده فروشی الکترونیکی
۵۷	پرسش های فصل چهارم
۶۰	فصل پنجم: تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه
۶۰	اهداف آموزشی فصل پنجم
۶۱	۱-۵. مقدمه
۶۱	۲-۵. مروری بر مبادلات الکترونیکی بنگاه با بنگاه
۶۲	۳-۵. روندهای تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه
۶۳	۴-۵. پیش رانهای مبادلات الکترونیکی بنگاه با بنگاه

۶۳	۵-۵. منافع تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه
۶۴	۵-۶. بازارهای تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه
۶۷	پرسش های فصل پنجم
۶۸	فصل ششم: تجارت الکترونیکی مصرف کننده با مصرف کننده
۶۸	اهداف آموزشی فصل ششم
۶۹	۶-۱. مقدمه
۶۹	۶-۲. مروری بر مبادلات الکترونیکی مصرف کننده با مصرف کننده
۷۲	۶-۳. مروری بر اقتصاد به اشتراک گذاری
۷۸	پرسش های فصل ششم
۸۰	بخش سوم: روندهای جدید تجارت الکترونیکی
۸۱	فصل هفتم: تجارت موبایل
۸۱	اهداف آموزشی فصل هفتم
۸۲	۷-۱. مقدمه
۸۲	۷-۲. پردازش موبایل
۸۵	۷-۳. مروری بر تجارت موبایل
۸۶	۷-۴. پیش رانهای تجارت موبایل
۸۷	۷-۵. منافع و چالش های تجارت موبایل
۸۸	۷-۶. کاربردهای تجارت موبایل
۹۰	۷-۷. تجارت موبایل مکان محور
۹۲	پرسش های فصل هفتم
۹۴	فصل هشتم: تجارت اجتماعی
۹۴	اهداف آموزشی فصل هشتم

۹۵	۱-۸. مقدمه
۹۵	۲-۸. پردازش اجتماعی
۹۷	۳-۸. وب ۲
۱۰۰	۴-۸. شبکه های اجتماعی
۱۰۲	۵-۸. مرور تجارت اجتماعی
۱۰۳	۶-۸. مشتری اجتماعی
۱۰۴	۷-۸. بازاریابی اجتماعی
۱۰۵	۸-۸. خرید اجتماعی
۱۰۷	پرسش های فصل ششم
۱۰۹	بخش چهارم: خدمات پشتیبانی تجارت الکترونیکی
۱۱۰	فصل نهم: بازاریابی الکترونیکی
۱۱۰	اهداف آموزشی فصل نهم
۱۱۱	۱-۹. مقدمه
۱۱۱	۲-۹. مرور بازاریابی الکترونیکی
۱۱۳	۳-۹. رفتار آنلاین مصرف کنندگان
۱۱۵	۴-۹. شخصی سازی در تجارت الکترونیکی
۱۱۷	۵-۹. تحقیقات بازار در تجارت الکترونیکی
۱۱۹	۶-۹. تبلیغات الکترونیکی
۱۲۳	پرسش های فصل نهم
۱۲۵	فصل دهم: پرداخت الکترونیکی
۱۲۵	اهداف آموزشی فصل دهم
۱۲۶	۱-۱۰. مقدمه

۱۲۶	۲-۱۰. مرور پرداخت الکترونیکی
۱۲۸	۳-۱۰. پرداخت کارتی
۱۳۱	۴-۱۰. پرداخت های خرد الکترونیکی
۱۳۲	۵-۱۰. پرداخت موبایل
۱۳۳	۶-۱۰. روش های نوین و متمایز پرداخت الکترونیکی
۱۳۵	۷-۱۰. بول مجازی
۱۳۷	پرسش های فصل دهم
۱۳۹	فصل یازدهم: سایر خدمات پشتیبانی تجارت الکترونیکی
۱۳۹	اهداف آموزشی فصل سیزدهم
۱۴۰	۱-۱۱. مقدمه
۱۴۰	۲-۱۱. امنیت در تجارت الکترونیکی
۱۴۳	۳-۱۱. اجرای سفارش
۱۴۷	پرسش های فصل یازدهم
۱۴۹	بخش پنجم: سایر موضوعات تجارت الکترونیکی
۱۵۰	فصل دوازدهم: کاربردهای تجارت الکترونیکی ^۱
۱۵۰	اهداف آموزشی فصل دوازدهم
۱۵۱	۱-۱۲. مقدمه
۱۵۱	۲-۱۲. دولت الکترونیکی
۱۵۴	۳-۱۲. بانکداری الکترونیکی
۱۵۶	۴-۱۲. مبادلات الکترونیکی سهام
۱۵۷	۵-۱۲. گردشگری الکترونیکی
۱۶۱	پرسش های فصل دوازدهم

۱۶۳	فصل سیزدهم: کاربردهای تجارت الکترونیکی ۲
۱۶۳	اهداف آموزشی فصل سیزدهم
۱۶۴	۱-۱۳. مقدمه
۱۶۴	۲-۱۳. کتاب الکترونیکی
۱۶۵	۳-۱۳. آموزش الکترونیکی
۱۶۷	۴-۱۳. سلامت الکترونیکی
۱۶۹	۵-۱۳. بازارهای آنلاین
۱۷۰	۶-۱۳. سایر کاربردهای تجارت الکترونیکی
۱۷۳	پرسش های فصل سیزدهم
۱۷۵	فصل چهاردهم: موضوعات حقوقی، اخلاقی و اجتماعی تجارت الکترونیکی
۱۷۵	اهداف آموزشی فصل چهاردهم
۱۷۶	۱-۱۴. مقدمه
۱۷۶	۲-۱۴. موضوعات اخلاقی در تجارت الکترونیکی
۱۷۷	۳-۱۴. موضوعات حقوقی در تجارت الکترونیکی
۱۷۹	۴-۱۴. حریم خصوصی در تجارت الکترونیکی
۱۸۱	۵-۱۴. موضوعات اجتماعی در تجارت الکترونیکی
۱۸۳	پرسش های فصل چهاردهم
۱۸۵	منابع