

درگاه‌های پرداخت اینترنتی PG

با رویکردی بر بازاریابی الکترونیکی

نویسنده: **امیرحسین سالمی فرد**

صفحه‌آرایی و طراح جلد: دکتر علی قنبریان

ناشر: میراث فرهیختگان Miras Farhikhtegan Publications

ناظر چاپ: مؤسسه فرهنگی هنری نوین پژوهش فیاض Novin Pazhuhesh Fayyaz Art and Cultural Institute

چاپ اول / خرداد ۱۳۹۹ شمسی / شمارگان: ۵۰۰ نسخه / قیمت: ۴۰۰۰۰ تومان

حقوق مادی و معنوی اثر، برای نویسنده محفوظ است

شابک ۹۷۸-۶۲۲-۷۰۱۳-۸۳-۲

ISBN: 978-622-7013-83-2



۰۹۱۲ ۸۵ ۱۹۹ ۸۵
WWW.MIRASFAHRIKHTEGAN.CO



۰۹۱۲ ۸۵ ۱۹۹ ۸۵
WWW.MIRASFAHRIKHTEGAN.CO



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه : سالمی فرد، امیرحسین، ۱۳۵۹-

عنوان و نام پدیدآور : درگاه‌های پرداخت اینترنتی IPG با رویکردی بر بازاریابی الکترونیکی / نویسنده: امیرحسین سالمی فرد.

مشخصات نشر : تهران: میراث فرهیختگان، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری : ۱۹۴ص.: مصور.

شابک : 978-622-701383-2 : ۴۰۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست‌نویسی : فیفا

موضوع : بانک کشاورزی -- ارزشیابی -- نمونه پژوهی

موضوع : بانکداری اینترنتی -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع : Internet banking -- Iran -- Case studies

موضوع : بازاریابی اینترنتی -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع : Internet marketing -- Iran -- Case studies

موضوع : انتقال الکترونیکی وجوه -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع : Electronic funds transfers -- Iran -- Case studies

رده‌بندی کنگره : HG۱۷۰۸/۷

رده‌بندی دیویی : ۳۳۲/۱۰۲۸۵

شماره کتابشناسی ملی : ۶۱۷۱۷۷۵

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات و مفاهیم

۱۳	مقدمه
۱۵	بیان مسئله
۱۸	اهمیت و ضرورت تحقیق
۱۸	مرور بر مبانی نظری (نظریه ها، مدل‌های مرتبط با موضوع)
۲۰	مدن با چارچوب مفهومی تحقیق با بیان علت انتخاب
۲۱	اهداف تحقیق
۲۱	اهداف اصلی تحقیق
۲۱	سؤالات تحقیق
۲۱	سؤال اصلی تحقیق:
۲۲	سؤالات فرعی تحقیق:
۲۲	جامعه آماری تحقیق
۲۲	قلمرو تحقیق
۲۲	قلمرو موضوعی
۲۳	قلمرو مکانی
۲۳	روش و نوع تحقیق
۲۴	روش و ابزار گردآوری اطلاعات
۲۴	روش تأیید پایانی و روایی ابزار جمع آوری داده‌ها
۲۵	تعداد و روش نمونه‌گیری
۲۵	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
۲۶	تعریف مفاهیم و واژگان اختصاصی طرح

فصل دوم: مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

۲۹	مقدمه
۳۱	ادبیات تحقیق
۳۱	مفهوم بخش بندی بازار
۳۱	سرچشمه بخش بندی بازار
۳۳	جایگاه بخش بندی بازار
۳۷	تعاریف بخش بندی
۳۹	اهمیت بخش بندی بازار
۴۰	مزایای بخش بندی
۴۵	اهداف مورد نیاز در سر بندی بازار
۴۵	قواعد و اصول بخش بندی
۴۷	تقسیم بندی کلی روشهای بخش بندی
۴۹	محدودیت های بخش بندی
۵۰	مسئله اول: موانع زیرساختی
۵۱	مسئله دوم: موانع فرآیندی
۵۴	مسئله سوم: موانع اجرایی
۵۴	متغیر های بخش بندی بازار
۵۵	معیار های بخش بندی بازار
۵۵	بخش بندی جغرافیایی
۵۶	مزایای و معایب روش
۵۶	بخش بندی جمعیت شناختی
۵۹	مزایا و معایب روش
۶۰	بخش بندی روانشناختی
۶۵	طبقه بندی معیار های بخش بندی

۶۷.....	مقایسه معیار های اصلی بخش بندی
۶۹.....	مدل های بخش بندی بازار (فرآیند یا گام ها در بخش بندی بازار)
۶۹.....	مدل لامب و دیگران
۷۰.....	مدل راجریست
۷۱.....	پالمر و میلر
۷۲.....	مدل کاتلر
۷۲.....	مدل بب و سیمکین
۷۴.....	مدل مک دونالد و دانبار
۷۸.....	مروری بر بانکداری اینترنتی
۷۸.....	مفهوم اینترنت
۷۹.....	تجارت الکترونیک
۸۲.....	مزایای استفاده از تجارت الکترونیک
۸۲.....	بستر های لازم برای تجارت الکترونیک
۸۳.....	بازاریابی الکترونیک
۸۴.....	بانک و بانکداری در گذر زمان
۸۴.....	تاریخچه بانک ها
۸۶.....	تاریخچه بانکداری در ایران
۸۷.....	پیدایش بانکداری در ایران
۸۸.....	تاریخچه بانک کشاورزی
۹۱.....	بانکداری الکترونیک
۹۲.....	بانکداری الکترونیک در ایران
۹۳.....	مزایا و معایب بانکداری الکترونیک
۹۵.....	شاخه های بانکداری الکترونیک
۹۵.....	کانال های بانکداری الکترونیک
۹۶.....	ابزارهای بانکداری الکترونیک

۹۷.....	درگاه های بانکداری الکترونیک
۹۸.....	خدمات بانکداری الکترونیک
۹۹.....	محصولات بانکداری الکترونیک
۱۰۰.....	بانکداری اینترنتی
۱۰۲.....	پیشینه تحقیق
۱۰۲.....	تحقیقات خارجی
۱۰۶.....	تحقیقات داخلی

فصل سوم:

روش شناسی تحقیق

۱۱۳.....	مقدمه
۱۱۴.....	روش تحقیق
۱۱۴.....	از نظر هدف:
۱۱۵.....	از نظر گردآوری اطلاعات
۱۱۵.....	کتاب توصیفی (غیر آزمایشی):
۱۱۷.....	جامعه آماری، روش نمونه گیری و تعیین حجم نمونه
۱۱۹.....	ابزار گردآوری داده ها و اطلاعات
۱۲۱.....	روایی و پایایی ابزار
۱۲۲.....	روایی سنجی ابزار
۱۲۲.....	روایی محتوایی:
۱۲۲.....	روایی تجربی:
۱۲۲.....	روایی نمادی (ظاهری):
۱۲۳.....	پایایی سنجی ابزار
۱۲۵.....	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات و آزمون های آماری مورد استفاده
۱۲۵.....	فنون آماری بخش بندی:
۱۲۶.....	تحلیل خوشه ای

- ۱۲۶..... برخی از مفاهیم خوشه بندی
- ۱۲۷..... الگوریتم خوشه ای کردن داده ها

فصل چهارم:

تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات

- ۱۳۵..... مقدمه
- ۱۳۶..... آمار توصیفی
- ۱۵۲..... آمار استنباطی
- ۱۵۲..... پایایی و روش های پرسشنامه
- ۱۵۴..... سنجش نرمال بودن توزیع متغیرها
- ۱۵۶..... آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن
- ۱۶۰..... تحلیل خوشه ای (کستر)
- ۱۶۴..... رگرسیون چندگانه
- ۱۷۲..... جمع بندی:

فصل پنجم:

پیشنهادات و نتیجه گیری

- ۱۷۵..... مقدمه
- ۱۷۶..... جمع بندی نتایج کلی پژوهش
- ۱۸۱..... کاربرد یافته های پژوهش
- ۱۸۲..... مقایسه نتایج پژوهش با پژوهش های مشابه
- ۱۸۵..... پیشنهادات برای تحقیقات آتی
- ۱۸۶..... موانع و محدودیت های تحقیق
- ۱۹۲..... پیشنهادات:
- ۱۹۴..... نتیجه گیری