

به نام ایزد یکتا

تجارت الکترونیکی

مهندس آرشد احمدی اصفهانی
«کارشناس ارشد مدیریت، کسب و کار»

۱۳۹۹

مؤسسه آموزشی تألیفی ارشدان

سرشناسه	: احمدی اصفهانی، آرش، ۱۳۶۲-
عنوان و نام پدیدآور	: تجارت الکترونیکی/مولف آرش احمدی اصفهانی.
مشخصات نشر	: تهران: موسسه آموزشی تالیفی ارشدان، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۹۰ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۲۵۱-۴۸۱-۵
حیثیت فهرست نویسی	: فیفا
موضوع	: بازرگانی الکترونیکی
موضوع	: Electronic commerce
رده بندی کنگر	: HF۵۵۴۸/۳۲
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۶۱۲۴۰۹۱

ارشدان

مؤسسه آموزشی تالیف ارشدان

تجارت الکترونیکی

مهندس آرش احمدی اصفهانی

آموزشی تالیفی ارشدان

اول

اول ۱۳۹۹

www.irantypist.com

www.irantypist.com

۹۷۸-۶۲۲-۲۵۱-۴۸۱-۵

۱۰۰۰

www.arshadan.com

www.arshadan.net

۰۲۱۴۷۶۲۵۵

۳۲۰۰۰ تومان

■ نام کتاب:

■ تألیف:

■ ناشر:

■ ویرایش:

■ نوبت چاپ:

■ حروفچینی و صفحه آرایی:

■ طراح و گرافیکست:

■ شابک:

■ شمارگان:

■ مرکز خرید آنلاین:

■ مرکز پخش و توزیع:

■ قیمت:

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
پیشگفتار	۵
فصل اول: تجارت الکترونیکی، واژه‌ها و الگوها	۷
فصل دوم: بستری‌های مانی تجارت الکترونیکی	۲۷
فصل سوم: پول و بانکداری الکترونیکی	۴۷
فصل چهارم: بورس اوراق بهادار	۶۳
فصل پنجم: شناخت مالی برای مدیران	۶۹
فصل ششم: بسترهای بورس الکترونیکی	۷۹

پیشگفتار

تجارت الکترونیکی (Electronic commerce) انجام تمام فعالیت‌های تجاری اعم از فرایند خرید، فروش یا تبادل محصولات، خدمات و اطلاعات از طریق شبکه‌های کامپیوتری و اینترنت تحت عنوان تجارت الکترونیکی شناخته می‌شود. در نگاهی جامع تر و از منظر خود مفهوم تجارت، تجارت الکترونیکی یکی نه تنها مواردی را در بر می‌گیرد که در آن از «تبادل الکترونیکی داده» استفاده شده، بلکه فناوری‌های قدیمی‌تر همچون تلکس و تلکپی را هم شامل می‌شود، زیرا تجارت و تبادل اطلاعات و معامله در هر بستری در مفهوم تجارت الکترونیکی اشاره به تجارت الکترونیکی صرفاً اشاره مستقیم به روش و بستر تبادل اطلاعات و انجام معامله دارد.

امروزه با افزایش حضور مخاطب تجارتی در شبکه‌های اجتماعی، این قابلیت در تجارت الکترونیکی فراهم شده است که حاملات و رفتار ارائه‌کننده کالا و خدمات در بستر تجارت الکترونیکی با یک بازدیدکننده ناشناس یک وب سایت، بلکه با یک فرد کاملاً شناسایی شده‌ای که کمک هوش مصنوعی حتی سلیق او نیز بر ما آشکار است تغییر یابد. به عبارتی دیگر، اکنون در لحظه تماس، می‌توان حتی سریعاً به سراغ ارائه پیشنهاد برای مخاطب رفت و چیدمان ارائه کالا و محصول را مطابق سلیقه و سوابق رفتاری او تنظیم و ارائه کرد.

کتاب حاضر با رویکردی جامع و آرایه‌ی مدل‌ها و راهکارهای مختلف علمی و عملی برای استادان، صاحب نظران و دانشجویان رشته‌ی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار دانشگاه پیام نور و رشته‌ی کارشناسی مهندسی فناوری اطلاعات دانشگاه جامع علمی کاربردی و مدیران سازمان‌های دولتی، خصوصی و تعاونی به رشته‌ی تحریر در آمده است. در نگارش این کتاب

سعی شده است مطالب به صورت خلاصه، کامل و روان برگرفته از کتاب «تجارت و بورس الکترونیک - مبانی و کاربردها» از آقای دکتر بهروز لاری سمنانی و خانم مهندس اکرم سماواتیان به همراه نکات و پروژه‌های اجرایی تکمیلی مطرح شود.

در پایان از تمامی دوستان و همکارانی که زمینه‌ی تهیه، تدوین و چاپ این اثر را فراهم کرده اند، صمیمانه سپاس‌گزاری می‌شود. همچنین از خوانندگان گرامی خواهشمند است نظرها و انتقادهای خود را برای اصلاح و بهبود این کتاب در چاپ‌های بعدی از طریق پست الکترونیکی arashahmadiesfahani@gmail.com ارسال فرمایند.

مهندس آرش احمدی اصفهانی

کارشناس ارشد مدیریت کسب و کار