

کسب و کار در شبکه های مجازی

www.ketab.ir

تالیف:

میرداود کاظمی زکریا

سرشناسه: کاظمی زکریا، میرداود، ۱۳۶۰-

عنوان و نام پدیدآور: کسب و کار در شبکه‌های مجازی/ تألیف میرداود کاظمی زکریا. - مشخصات
نشر: تهران : انتشارات ماهواره، ۱۳۹۹. - مشخصات ظاهری: ۱۱۲ ص.؛ ۲۱×۱۴ س.م. - شابک: ۲-
۷۹۸-۴۵۹-۶۰۰-۹۷۸-وضعیت فهرست نویسی: فیا-یادداشت: کتابنامه. - موضوع: بازرگانی
الکترونیکی-موضوع: Electronic commerce-موضوع: اینترنت -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع: Internet -- Economic aspects -رده بندی کنگره: ۳۲/۵۵۴۸HF
رده بندی دیویی: ۸۷۲/۶۵۸- شماره کتابشناسی ملی: ۶۱۸۶۹۱۳

کسب و کار در شبکه‌های مجازی

تألیف: میرداود کاظمی زکریا

ناشر مجوز: تهران، ماهواره

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۹

شابک: ۲-۷۹۸-۴۵۹-۶۰۰-۹۷۸

ناظر کتاب: هانیه داودی

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

تیراژ: ۵۰۰ جلد

آماده سازی و چاپ: ایده پردازان ره جوی شریف

آدرس: تهران، خ انقلاب - خ منبری جاوید - بخش شش - طبقه ۴ واحد ۸

موسسه ایده پردازان ره جوی شریف تلفن ۳۱ - ۶۶۴-

مسئولیت صحت مطالب و پاسخگویی به شکایت‌های حقوق‌مداری و مالی بر عهده مولف است.

کلیه حقوق محفوظ است.

ماده ۲۳ قانون حمایت از مولفان و مصنفان - هرکس تمام یا قسمتی از اثر دیگری را
که مورد حمایت این قانون است به نام خود یا به نام پدید آورنده این اجازه او و یا
عالمی‌عامداً به شخص دیگری غیر از پدید آورنده نشر یا پخش یا عرضه کند به حبس
تادیبی از شش ماه تا سه سال محکوم خواهد شد.

پیش‌گفتار:

خداوند! به من توفیق تلاش در شکست، صبر در نومیدی، رفتن بی همراه،
جهاد بی سلاح، کائنات پاداش، فداکاری در سکوت، دین بی دنیا، مذهب
بی عوام، عظمت بی نام، محبت بی نان، ایمان بی ریا، خوبی بی نمود،
گستاخی بی خامی، ساعت بی زور، عشق بی هوس، تنهایی در انبوه
جمعیت و دوست داشتن بی آینه دوست بدارند، را عنایت فرما.

فهرست کتاب

صفحه	عنوان
۱	بخش ۱: کسب و کار اینترنتی
۲	تجارت الکترونیک
۹	انواع تجارت الکترونیک
۱۴	خرید و فروش الکترونیکی
۱۵	از تجارت الکترونیکی تا خرید و فروش الکترونیکی
۱۵	فروش بهنگام و مصادرات
۱۶	عوامل موفقیت در فروش اینترنتی
۱۷	ایجاد یک فروشگاه مجازی
۱۹	سیستم خرید از طریق اینترنت
۲۰	کسب و کار الکترونیکی
۲۱	تفاوت کسب و کار الکترونیکی و تجارت الکترونیکی
۲۴	مدل پیکربندی مجدد کسب و کار اینترنتی
۲۶	الکترونیکی کردن کسب و کار
۳۰	ساختن ارزش بصورت مجازی
۳۱	ارزش سازی در کسب و کار مجازی
۳۴	تجارت الکترونیکی در مقابل کسب و کار مجازی
۳۵	مدل مراحل کسب و کار مجازی

۳۷	فرایند پذیرش کسب و کار مجازی
۴۰	مزایای کسب و کار الکترونیک
۴۲	منابع بخش اول
۴۵	بخش ۲: مدل های کسب و کار الکترونیکی
۴۶	مدل های کسب و کار الکترونیکی
۴۶	مدل ارائه اطلاعات
۴۶	مدل بازرگان استفاده از کانالوگ الکترونیکی
۴۷	مدل فرو نگاه الکترونیکی
۴۹	مدل مراکز خرید الکترونیکی
۵۰	مدل مزایده سنتی
۵۰	مدل مزایده معکوس
۵۱	مدل پورتال
۵۱	مدل پورتال عمومی / افقی
۵۱	مدل پورتال تخصصی / عمودی
۵۲	مدل واسطه تبادل
۵۳	مدل گردآورنده خریداران
۵۳	مدل ارائه دهنده تحفیف
۵۳	مدل واسطه اعتباری
۵۴	مدل جوامع مجازی
۵۵	مدل اکسپانانت
۵۶	مدل خرید سازمانی الکترونیکی
۵۷	مدل واسطه اطلاعاتی

۵۸	مدل یکپارچه ساز وب با سیستم های داخلی کسب و کار
۵۹	مدل سیستم های همکاری غیر یکپارچه با سیستم های داخلی کسب و کار
۶۱	مدل بازار الکترونیکی یکپارچه گردشگری
۶۳	مدل بازار الکترونیک طرف سوم
۶۴	مدل خدمات دهی به زنجیره تأمین
۶۴	مدل سکروهای همکاری
۶۶	منابع س دو
۶۹	بخش ۳ بررسی عوامل موثر بر ایجاد تمایل به خرید الکترونیکی در فضای مجازی
۷۷	عوامل موثر بر ایجاد تمایل به خرید و خرید الکترونیکی
۸۰	حریم خصوصی
۸۲	ادراکات از امنیت وب
۸۴	درخور بودن محصول
۸۷	خودکفایتی اینترنتی
۹۲	نوآوری شخصی کاربر در بکارگیری فناوری اطلاعات
۹۵	جمع بندی
۹۸	منابع بخش سوم