

کسب و کار الکترونیکی

مؤلفین:

دکتر روره > ییی، ضو هیات علمی دانشگاه پیام نور

گیل آوا سعادتیان، کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه پیام نور

سرشناسه : حبیبی، روزبه، ۱۳۵۹
 عنوان و نام پدیدآور : کسب و کار الکترونیکی
 مشخصات نشر : رشت: سروش ایرانیان، ۱۳۹۷.
 مشخصات ظاهری : ۱۳۹ ص
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۱۵-۵-۸ ۱۷۰۰۰۰ ریال
 وضعیت فهرست نویسی : فیفا
 موضوع : کسب و کار
 موضوع : کار
 موضوع : work
 شناسه افزوده : سعادتیان، گیل آوا، ۱۳۷۰
 رده بندی کنگره : ۱۳۹۷، ۳۴۵/ح۶۱۵ HB
 رده بندی دیویی : ۳۳۸/۱۵
 شماره کتابشناسی ملی : ۵۰۵۴۴۷۱

عنوان: کسب و کار الکترونیکی
 تألیف: روزبه حبیبی - گیل آوا سعادتیان

نوبت: چاپ اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۷

ناشر: مؤسسه انتشارات سروش ایرانیان

چاپ و صحافی: چاپ گاندی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۹۱۵-۵-۸

آدرس: رشت - بلوار امام خمینی - خیابان پیام نور - انتشارات سروش ایرانیان

تلفن: ۰۱۳-۳۳۶۱۴۶۱۹

پست الکترونیک: Souroshirianian@yahoo.com

صفحه	عنوان
۵	مقدمه.....
	بخش اول (تاریخچه، مفاهیم و تعاریف)
	فصل اول: کسب و کار الکترونیکی، تاریخچه، مفاهیم و تعاریف
۱	۱-۱- تاریخچه کسب و کار و تجارت الکترونیکی.....
۱	۲-۱- کسب و کار الکترونیکی.....
۲	۳-۱- طبقه بندی مدل های کسب و کار الکترونیکی.....
۳	۱-۳-۱ مصرف کننده به مصرف کننده (CtoC).....
۳	۲-۳-۱ کسب و کار به کسب و کار (BtoB).....
۴	۳-۳-۱ کسب و کار به مصرف کننده (BtoC).....
۵	۴-۳-۱ مصرف کننده به کسب و کار (CtoB).....
۵	۵-۳-۱ دولت با کسب و کار (GtoB).....
۵	۶-۳-۱ دولت با مصرف کننده (GtoC).....
۵	۷-۳-۱ نظیر با نظیر (PtoP).....
۶	۸-۳-۱ دولت با دولت (GtoG).....
۷	۹-۳-۱ کسب و کار با ادارات دولتی (BtoA).....
۷	۱۰-۳-۱ مصرف کننده یا ادارات دولتی (AtoA).....
۷	۱۱-۳-۱ کسب و کار با کسب و کار به مصرف کننده (BtoBtoC).....
۷	۴-۱ مزایای کسب و کار و تجارت الکترونیکی.....
۸	۱-۴-۱ مزایا برای جامعه.....
۸	۲-۴-۱ مزایا برای سازمان ها.....
۸	۳-۴-۱ مزایا برای مصرف کنندگان.....
۹	۵-۱ معایب و محدودیت های کسب و کار و تجارت الکترونیکی.....
	فصل دوم: شبکه کسب و کار
۱۰	۲-۱- طبقه بندی شبکه های کسب و کار.....
۱۰	۱-۱-۲ آگورا.....
۱۱	۲-۱-۲ تجميع کننده.....
۱۳	۳-۱-۲ تلفیق کننده.....
۱۴	۴-۱-۲ ائتلاف.....
۱۶	۵-۱-۲ توزیع کننده.....
۱۷	۲-۲ مقایسه شبکه ها.....

فصل سوم: محیط و جامعه الکترونیکی، تجارت اجتماعی

- ۳-۱- محیط الکترونیکی ۲۰
- ۳-۲- انواع محیط ۲۰
- ۳-۳- محیط کسب و کار در دیدگاه صاحب نظران علوم سازمانی ۲۰
- ۳-۴- مقدمه ای بر مسائل اجتماعی، قانونی و اخلاقی ۲۲
- ۳-۵- عوامل اداره کننده ی پذیرش خدمات تجارت الکترونیکی ۲۴
- ۳-۶- انگیزش برای استفاده از خدمات اینترنتی ۲۵
- ۳-۷- حریم و اعتماد در تجارت الکترونیکی ۲۷
- ۳-۸- تجارت اجتماعی ۲۷
- ۳-۸-۱- انواع تجارت اجتماعی ۲۸
- ۳-۸-۲- آینده تجارت اجتماعی ۲۹
- ۳-۸-۳- ویژگی های تجارت اجتماعی ۳۰
- ۳-۸-۴- چالش های تجارت اجتماعی ۳۲
- ۳-۸-۵- کارکردهای تجارت اجتماعی ۳۴

فصل چهارم: مباحث اخلاق، در کسب و کار الکترونیکی

- ۴-۱- اخلاق ۳۶
- ۴-۲- اخلاق تجاری ۳۶
- ۴-۳- اخلاق فناوری اطلاعات ۴۰
- ۴-۴- اخلاق کسب و کار و تجارت الکترونیکی ۴۲
- ۴-۵- تدوین منشور اخلاق در کسب و کار و تجارت الکترونیکی ۴۳
- ۴-۶- کسب و کار و تجارت الکترونیکی عادلانه ۴۶

بخش دوم (استراتژی و مدیریت)

فصل پنجم: فناوری و کسب و کار الکترونیکی

- ۵-۱- توسعه اینترنت ۴۸
- ۵-۲- وب جهان گستر (WWW) ۴۹
- ۵-۳- زیربنای اطلاعات ۵۱
- ۵-۳-۱- پهنای باند ۵۱
- ۵-۴- تبادل الکترونیکی داده ۵۳
- ۵-۵- زبان های برنامه ریزی ۵۴
- ۵-۵-۱- زبان های ماشین ۵۵
- ۵-۵-۲- زبان های گردآور ۵۵
- ۵-۵-۳- زبان های سطح بالا ۵۵

۵۵	۴-۵-۵ زبان های نسل چهارم
۵۶	۵-۵-۵ زبان های برنامه ریزی هدفمند
۵۶	۶-۵-۵ جاوا
۵۶	۷-۵-۵ XML
۵۷	۸-۵-۵ Jini
۵۷	۹-۵-۵ سطح میانی ورودی مشترک
۵۸	۶-۵-۵ استانداردهای صنعتی
۵۹	۱-۶-۵ ارزیابی سطح میانی چندگانه و منفرد برای کسب و کار الکترونیکی
۶۰	۲-۶-۵ سیستم ارتباطی XML
۶۱	۳-۶-۵ ebXML
۶۱	۴-۶-۵ زبان تجارت جهانی
۶۲	۵-۶-۵ RosettaNet
۶۲	۶-۶-۵ UDDI
۶۳	۷-۵ فناوری بی سیم
۶۴	۱-۷-۵ پیشرفت ها در فناوری بی سیم
۷۰	۸-۵ تلویزیون تعاملی
۷۲	۹-۵ سیستم های پرداخت
۷۳	۱-۹-۵ خرید آزاد بر روی اینترنت
۷۳	۲-۹-۵ پروتکل تجارت آزاد
	فصل ششم: بازارها و الگوهای کسب و کار الکترونیکی
۷۴	۱-۶ شرکت های الکترونیکی
۷۵	۲-۶ محیط کسب و کار الکترونیکی
۷۵	۱-۲-۶ عناصر کلیدی محیط کسب و کار الکترونیکی
۷۹	۲-۲-۶ بازارهای الکترونیکی
۸۱	۳-۶ بازارهای کسب و کار الکترونیکی
۸۱	۱-۳-۶ کسب و کار با کسب و کار (BtoB)
۸۲	۲-۳-۶ کسب و کار با مصرف کننده (BtoC)
۸۴	۳-۳-۶ مصرف کننده با مصرف کننده (CtoC)
۸۴	۴-۶ الگوهای کسب و کار الکترونیکی
۸۵	۵-۶ انواع الگوهای کسب و کار الکترونیکی
۸۵	۱-۵-۶ دلالتی ها
۸۶	۲-۵-۶ فروشگاه های الکترونیکی

۸۶	۳-۵-۶ تفرجگاه های الکترونیکی
۸۶	۴-۵-۶ حراج های الکترونیکی
۸۷	۵-۵-۶ انجمن های تجاری
۸۷	۶-۵-۶ انجمن های مجازی
۸۷	۷-۵-۶ الگوهی جمع کننده های خریدار
۸۸	۸-۵-۶ طبقه بندی شده ها
۸۸	۹-۵-۶ واسطه های اطلاعات
۸۸	۱۰-۵-۶ تهیه الکترونیکی
۸۹	۱۱-۵-۶ الگوی توزیع
۸۹	۱۲-۵-۶ پورتال سازی
۹۰	۱۳-۵-۶ سکون های همکاری
۹۰	۱۴-۵-۶ بازارهای شخص ثالث
۹۱	۱۵-۵-۶ متحد کنندگان: مات زنجیره ارزش
۹۱	۱۶-۵-۶ فراهم کنندگان خدمات زنجیره ارزش
۹۱	۱۷-۵-۶ الگوی تولید کننده
۹۲	۱۸-۵-۶ الگوی آشنا سازی
۹۲	۱۹-۵-۶ الگوی آبونمان
۹۲	۲۰-۵-۶ الگوهای برای فناوری بی سیم
۹۳	۶-۶ چارچوبی برای تحلیل الگوهای کسب و کار الکترونیکی
۹۴	۱-۶-۶ خصوصیات فضای بازار الکترونیکی
۹۵	۲-۶-۶ افزودن ارزش به مشتری ها
۹۵	۳-۶-۶ دست یافتن به زیست پذیری اقتصادی
	فصل هفتم: بازاریابی الکترونیکی
۹۷	۱-۷ بازاریابی اینترنتی
۹۷	۲-۷ طرح بازاریابی الکترونیکی
۹۸	۱-۲-۷ محیط بازاریابی الکترونیکی
۹۹	۲-۲-۷ بررسی بازاریابی الکترونیکی
۹۹	۳-۷ ترکیب بازاریابی
۹۹	۱-۳-۷ محصول
۱۰۰	۲-۳-۷ قیمت
۱۰۱	۳-۳-۷ مکان
۱۰۱	۴-۳-۷ ترویج

۱۰۲	۵-۳-۷ مارک سازی
۱۰۳	۴-۷ تبلیغ آنلاین
۱۰۳	۱-۴-۷ تبلیغ پرجمی
۱۰۴	۲-۴-۷ بازاریابی مرتبط
۱۰۴	۳-۴-۷ بازاریابی ویروسی
۱۰۴	۵-۷ مدیریت ارتباط با مشتری
۱۰۶	۱-۵-۷ مسائل مرتبط با CRM
۱۰۷	۱-۱-۵-۷ قابلیت مدیریت دانش
۱۰۷	۲-۱-۵-۷ اندازه گیری عملکرد CRM
۱۰۷	۳-۱-۵-۷ انتظارات مشتری
۱۰۷	۴-۱-۵-۷ اندازه گیری کاهش هزینه
۱۰۸	۵-۱-۵-۷ اشباع صنعت

بخش سوم (طراحی، الزامات و تبلیغات)

فصل هشتم: پیش‌نماهای ایجاد یک کسب و کار الکترونیکی

۱۰۹	۱-۸ اطلاعات لازم برای کسب و کار اینترنتی
۱۰۹	۱-۱-۸ الزامات لازم برای کسب و کار اینترنتی
۱۱۱	۲-۸ نقش موثر شبکه‌های اجتماعی در تجارت الکترونیکی
۱۱۲	۱-۲-۸ ویژگی‌های عمده شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی
۱۱۳	۲-۲-۸ مزایای بازاریابی با شبکه‌های اجتماعی
۱۱۳	۳-۲-۸ معایب بازاریابی با شبکه‌های اجتماعی
۱۱۴	۳-۸ بزرگترین اشتباهات برای کسب و کار اینترنتی یا فعالیت کسب و کار آنلاین
۱۱۴	۴-۸ چگونه یک E-Business Plan بنویسیم؟
۱۱۴	۱-۴-۸ مراحل یک طرح توجیهی
۱۱۴	۱-۱-۴-۸ آنالیز فرصت
۱۱۵	۲-۱-۴-۸ ایجاد و توسعه وب‌سایت
۱۱۶	۳-۱-۴-۸ برنامه بازاریابی الکترونیکی
۱۱۶	۴-۱-۴-۸ اجرا
۱۱۶	۵-۱-۴-۸ توسعه و تجارت الکترونیکی

فصل نهم: قوانین کسب و کار و تجارت الکترونیکی

۱۱۸	۱-۹ ابهامات اولین معامله از طریق تجارت الکترونیکی
۱۱۹	۲-۹ ابهامات اولین معامله از طریق تجارت الکترونیکی
۱۱۹	۳-۹ استاندارد‌های ایجاد اسناد در کسب و کار تجاری

- ۹-۴ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیکی شکل های قانونی سازمان..... ۱۲۱
- ۹-۴-۱ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیکی-شناسایی و گواهینامه ها..... ۱۲۲
- ۹-۴-۲ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیکی-کپی رایت و علامت تجار..... ۱۲۳
- ۹-۴-۳ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیکی-ایجاد خط مشی های آنلاین..... ۱۲۳
- ۹-۵ قوانین کسب و کار الکترونیکی..... ۱۲۳
- منابع..... a

www.ketab.ir

در حال حاضر برتری اصلی کشورها نسبت به یکدیگر استفاده مناسب و سریع از اطلاعات موجود در جهان است. پارامترهایی نظیر قدرت، وسعت فیزیکی و ... در اولویت های بعدی قرار میگیرند. برای رشد بهتر و سریع یک کشور استفاده مناسب از علم تکنولوژی اطلاعات (IT) و آماده سازی ابزارهای مورد نیاز برای استفاده از این تکنولوژی یک سیاست اساسی تعریف میگردد.

با وقوع انقلاب اطلاعاتی و شکل گیری جهان به عنوان یک دهکده جهانی فعالیتهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در حال تغییر میباشد و کشورها برای یافتن جایگاه خود در این انقلاب باید دانش فناوری اطلاعات خود را پیدا و ارتقا دهند.

با رشد سریع در این آوری اطلاعات و کاربران اینترنت، روابط تجاری و اقتصادی اینترنتی شکل جدیدی به خود گرفته و موجب کسب و کار الکترونیکی (EB) و بعد از آن تجارت الکترونیک (EC) از طریق اینترنت شد و جایگاه ویژه ای پیدا کرد که بعنوان یکی از منابع اصلی درآمد برای کشورهای توسعه یافته تبدیل گردد.

از این رو کشورهای در حال توسعه بایست با سیاست گذاری منطقی و اصلاح زیرساخت های مورد نیاز، سهم خود را در کسب و کار الکترونیک در جهان ارتقا دهند تا زمینه ساز رفاه عمومی مردم توسط راه اندازی کسب و کار و تجارت الکترونیکی فراهم شود.

در صورت موفقیت کسب و کار الکترونیک، قدمهای اساسی برای اندازه ای دولت الکترونیک (EG) برداشته شده و تمام خدمات اداری از طریق اینترنت در اختیار مردم قرار میگیرد که مزایای بی شماری برای کشور از جمله اقتصاد، محیط زیست، حمل و نقل و ... به همراه دارد.

در این کتاب مفاهیم اساسی کسب و کارهای تجاری الکترونیک با بیان مزایای این تجارت، مدیریت و استراتژی ها، پیش نیازها ایجاد یک کسب و کار و همچنین برخی از قوانین آن مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت.