

بسم الله الرحمن الرحيم

بررسی و ارزیابی تجارت الکترونیک و ارتباط آن با

سطح سواد اقتصادی کارکنان

مؤلف:

زهرا پور ابراهیم



سرشناسه	: پورا ابراهیم، زهرا، ۱۳۶۳-
عنوان و نام پدیدآور	: بررسی و ارزیابی تجارت الکترونیک و ارتباط آن با سطح سواد اقتصادی کارکنان/مؤلف زهرا پورا ابراهیم.
مشخصات نشر	: تهران: سنجش و دانش، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۱۴ ص.: جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۰۵-۲۷۳۳-۶-۶: ۲۵۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	: فیفا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۰۶ - ۱۱۴.
موضوع	: بازرگانی الکترونیک -- ایران -- نمونه‌پژوهی
موضوع	: studies Case -- Iran -- commerce Electronic
موضوع	: بانکداری اینترنتی -- ایران -- نمونه‌پژوهی
موضوع	: studies Case -- Iran -- banking Internet
موضوع	: سواد مالی -- ایران -- نمونه‌پژوهی
موضوع	: studies Case -- Iran -- literacy Financial
موضوع	: بانک و بانکداری -- ایران -- کارمندان و کارکنان -- نمونه‌پژوهی
موضوع	: studies Case -- Iran -- employees Bank
رده بندی کنگره	: ۳۲۵/۵۵۴۸HF
رده بندی دیویی	: ۸۷۲۰۹۵۵/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۴۳۰۹۶۹
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیفا

عنوان: بررسی و ارزیابی تجارت الکترونیک و ارتباط آن با سطح سواد اقتصادی کارکنان	 www.sanjesh.ir sanjeshodanesh@iran.ir
مؤلف: زهرا پورا ابراهیم	
ناشر: سنجش و دانش	
نوبت چاپ: چاپ اول - ۱۴۰۰	
تیراژ: ۳۰ نسخه	
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۰۵-۲۷۳۳-۶-۶	قیمت: ۲۵۰۰۰۰ ریال
نشانی: میدان انقلاب، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه، پلاک ۱۲۶، تلفن: ۰۲۱۶۱۲۶	
«کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ می باشد»»	

فهرست مطالب

۹	فصل اول: کلیات
۹	مقدمه:
۱۳	تعریف واره ها، مفاهیم و متغیرها
۱۳	تعریف نظری واره ها
۱۳	تجارت الکترونیک:
۱۳	۱-۶-۲- تعریف عملیاتی واره ها
۱۴	۱-۷- نوع متغیرها
۱۴	خلاصه
۱۵	فصل دوم:
۱۵	مقدمه:
۱۵	۲-۱- تجارت الکترونیک
۱۵	۲-۱-۱- تجارت الکترونیکی چیست؟
۱۵	۲-۱-۲- تعریف و تبیین مفهوم تجارت الکترونیکی
۱۸	۲-۱-۳- تاریخچه تجارت الکترونیکی
۱۹	۲-۱-۴- الگوهای مختلف بلوغ تجارت الکترونیکی
۱۹	۲-۱-۴-۱- الگوی آسیای جنوب شرقی و اقیانوسیه
۱۹	۲-۱-۴-۲- الگوی سازمان ملل برای بلوغ تجارت الکترونیکی
۲۱	۲-۱-۴-۳- الگوی مراحل رشد فناوری اطلاعات تیلان
۲۱	۲-۱-۴-۴- الگوی گارتنر
۲۱	۲-۱-۴-۱- الگوی بلوغ دولت الکترونیکی گارتنر
۲۲	۲-۱-۴-۲- الگوی بلوغ تجارت الکترونیکی گارتنر
۲۳	۲-۱-۴-۵- الگوی میسرا و دینگرا
۲۴	۲-۱-۴-۶- الگوی ایالت یوتا
۲۵	۲-۱-۴-۷- الگوی گروه مشاوره دلویت و تاج
۲۶	۲-۱-۴-۸- الگوی نقشه راه تجارت الکترونیکی
۲۷	۲-۱-۴-۹- الگوی دموکراسی الکترونیکی
۲۷	۲-۱-۴-۱۰- الگوی بلوغ دو بعدی
۲۸	۲-۱-۵- محرک های تجارت الکترونیک
۲۹	۲-۱-۶- الگوهای تجارت الکترونیک
۲۹	الگوی B2B
۳۰	الگوی B2C
۳۰	الگوی C2C
۳۰	الگوی C2B
۳۱	۲-۱-۷- مفهوم دولت الکترونیک
۳۳	۲-۱-۷-۱- مراحل دولت الکترونیک
۳۳	۲-۱-۷-۲- فرایند استقرار دولت الکترونیک

۳۴	۲-۱-۳-۲ شرایط اجرای موفق استراتژی دولت الکترونیک
۴۱	۲-۱-۸-۲ دولت الکترونیک در ایران
۴۴	۲-۱-۹-۲ بکارگیری تجارت الکترونیکی در شرکتها و موسسات
۴۸	۲-۱-۹-۱ چالشهای SME ها در پذیرش و استفاده از ICT و تجارت الکترونیکی
۴۸	۲-۱-۹-۲ مزایای استفاده از تجارت الکترونیکی در SMEs
۴۹	۲-۱-۹-۳ مشکلات SME ها در پذیرش تجارت الکترونیکی
۵۵	۲-۱-۹-۴ سیاستهای حمایتی از SME ها در توسعه تجارت الکترونیکی
	۲-۱-۹-۵ پیشنهادات آکناد برای توسعه تجارت الکترونیکی بین شرکتهای کوچک و متوسط در کشورهای در حال توسعه
۵۸	۲-۲-۲ سواد اقتصادی
۵۸	۲-۲-۱-۲ تاریخچه سواد اقتصادی
۵۹	۲-۲-۲-۲ اهمیت سواد اقتصادی
۶۱	۲-۲-۳-۲ برخی عوامل موثر بر سواد مالی
۶۲	۲-۲-۴-۲ تعاریف مختلف سواد اقتصادی و مالیه شخصی
۶۳	۲-۲-۵-۲ مفاهیم مرتبط با سواد اقتصادی تحت عنوان مالیه شخصی
۶۴	۲-۲-۶-۲ برنامه ریزی مالیه شخصی
۶۵	۲-۲-۷-۲ اجزای برنامه ریزی مالیه شخصی
۶۸	۲-۲-۸-۲ لزوم سنجش سواد اقتصادی مدیران
۶۹	۲-۳-۱-۲ تحقیقات انجام شده در مورد تجارت الکترونیک در داخل کشور
۷۱	۲-۳-۲-۲ تحقیقات انجام شده در زمینه تجارت الکترونیک در خارج کشور
۷۲	۲-۳-۳-۲ تحقیقات انجام شده در مورد سواد اقتصادی در داخل کشور
۷۴	۲-۳-۳-۲ تحقیقات انجام شده در مورد سواد اقتصادی در خارج از کشور
۷۶	۳-۴ چارچوب نظری، مدل مفهومی، فرضیه های تحقیق
۷۶	۲-۴-۱-۲ چارچوب نظری
۷۹	۲-۴-۲-۲ مدل مفهومی تحقیق
۸۰	۲-۴-۲-۲ مدل تحلیلی تحقیق
۸۱	۲-۴-۳-۲ فرضیات تحقیق
۸۲	فصل سوم
۸۲	مقدمه
۸۲	۳-۱ روش و طرح تحقیق
۸۲	۳-۲ فرایند تحقیق
۸۳	۳-۳ جامعه آماری
۸۳	۳-۴ روش نمونهگیری و حجم نمونه
۸۴	۳-۵ روایی و پایایی ابزار جمع آوری
۸۵	۳-۶ روش تجزیه و تحلیل دادهها
۸۶	فصل چهارم
۸۶	مقدمه