



هوشمند سازی کسب و کار و هوش تجاری
(با رویکرد تجاری سازی)

www.ketab.ir

مؤلف: دکتر شهرام آبرلو

❖ سرشناسه : آجرلو ، شهرام ، ۱۳۵۷-	
❖ عنوان و نام پدیدآورنده : هوشمند سازی کسب و کار و هوش تجاری (با رویکرد تجاری سازی)، شهرام آجرلو	
❖ مشخصات نشر: البرز کرج، انتشارات ملرد ۱۴۰۰	
❖ مشخصات ظاهری : ۲۸۸ ص. مصور، جدول، نمودار	
❖ شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۴۹۱-۴۰۰-۰ ISBN:	
❖ وضعیت فهرست نویسی : فیفا یاد داشت : واژه نامه کتابنامه : ص. ۲۸۹.	
❖ موضوع : هوشمندسازی، هوش تجاری ، شرکت های اقتصادی جدید، بازرگانی الکترونیکی، موفقیت در کسب و کار	
❖ موضوع : Electronic -Success in business-Business intelligence New business enterprises-commerce	
❖ رده بندی کنگره ۷/۳۸HD	
❖ شماره کتابشناسی ملی : ۸۵۱۴۶۷۳	
❖ رده بندی دیویی : ۱۵۸/۴۲۷	



- نام نشر : ملرد
- نام کتاب : هوشمند سازی کسب و کار و هوش تجاری (با رویکرد تجاری سازی)
- مؤلف : دکتر شهرام آجرلو
- صفحه آرا : روزینا اکبری
- نوبت چاپ : اول ۱۴۰۰
- شمارگان : ۱۰۰۰ نسخه قیمت : ۶۰۰۰۰ تومان
- شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۴۹۱-۴۰۰-۰
- چاپ : موسسه فرهنگی هنری روزنه روجیم rozaneh.rojim@gmail.com
- آدرس انتشارات ملرد : البرز، کرج، چهار راه مصباح، بلوار ذوب آهن، ایستگاه اول
- (شهید چمران) ساختمان بهار ۰۹۱۲۵۶۴۸۸۰۲ ۳۲۵۶۷۵۶۷

ISBN:978-600-491-400-0



سخنی با خوانندگان

سالهاست که مدرس دانشگاه هستم و در دانشگاههای مختلف برای رشته های متفاوت در مقاطع مختلف تدریس میکنم و شاهد نگرانی بسیاری از دانشجویان به دلیل حجم زیاد مطالب ، آن هم به صورت تئوری و بعضا غیر کاربردی بودن مطالب در فضای کسب و کار امروز هستیم. همیشه سعی کرده ام تا با روش های به روز تر و جذاب تر یادگیری را برای آنها لذت بخش تر کنم. از جمله مهمترین ویژگی های این کتاب - کاربردی برای رشته های مهندسی و مدیریتی و کاملاً ساده بودن و قابل فهم بودن آن می باشد. کتابهای دیگری که حاصل کسب تجربه شخصی ام در صنعت و تحصیل رشته های دانشگاهی و تدریس بیش از یک دهه در رشته ها و مقاطع مختلف دانشگاهی داشته ام، شاید به فراخور رشته دانشگاهی و شغلی که در آن مشغول به فعالیت هستید و به صورت زیر ساختی برای شما کاربرد داشته باشد و تا امروز چاپ رسانده ام به شرح زیر می باشد:

- کاربرد فناوری اطلاعات در جهان الکترونیک (با رویکرد اقتصاد دیجیتال دیجیتال خلاق)
- کاربرد کامپیوتر و راه کارهای فناوری اطلاعات در صنعت
- دیجیتال خلاق حرفه ای در تجارت
- اصول سرپرستی
- سیستم های اطلاعات مدیریت
- آموزش مهارتهای حرفه ای
- تحلیل و طراحی سیستم ها
- مدیریت ریسک و امنیت اطلاعات
- مدیریت استراتژی در تحول سازمان
- کسب و کار الکترونیک
- خدمات الکترونیک
- دولت الکترونیک
- تجارت الکترونیک
- دیجیتال مارکتینگ
- مدیریت خدمات فناوری اطلاعات
- مدیریت پروژه و مدیریت راهبردی
- کاربرد کامپیوتر و فناوری اطلاعات و اینترنت
- هوشمندسازی کسب و کار

دکتر شهرام آجرو

دکترای فناوری اطلاعات گرایش کسب و کار هوشمند (هوش تجاری)

و دکترای مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی

فصل اول: استارت‌آپ و کسب و کار

۱۳	مفهوم مدل کسب و کار
۱۴	بوم مدل کسب و کار و بوم ناب
۱۴	اجزای اصلی مدل کسب و کار و بوم ناب
۱۵	بوم مدل کسب و کار چیست؟
۱۶	چرا باید بوم مدل کسب و کار داشته باشیم؟
۱۷	تمرکز اصلی بوم مدل کسب و کار روی چیست؟
۱۸	اجزای مهم بوم مدل کسب و کار
۲۱	بوم مدل کسب و کار و بوم ناب چه فرقی دارند؟
۲۲	طرح تجاری استارت‌آپ
۲۲	بخش اول: خلاصه مدیریتی
۲۳	بخش دوم: معرفی عمومی طرح
۲۴	بخش سوم: طرح بازاریابی
۲۴	بخش چهارم: مدیریت و سازمان
۲۵	بخش پنجم: ضمانت
۲۵	آشنایی با مفاهیم و اصطلاحات تخصصی در BUSINESS
۲۶	فرمول محاسبه نرخ بازگشت سرمایه
۲۹	کسب و کار الکترونیکی
۳۰	مدیریت زنجیره تأمین SCM
۳۱	اجزای اصلی مدیریت زنجیره تأمین
۳۱	کاربرد مدیریت زنجیره تأمین
۳۲	آشنایی با برنامه‌ریزی جامع منابع ERP
۳۳	اجزای یک سیستم ERP
۳۳	کاربران سیستم ERP
۳۴	محدوده سیستم ERP
۳۵	مزایای سیستم ERP
۳۸	شناخت کسب و کار الکترونیکی E-BUSINESS
۴۰	محاسبه تولید ناخالص ملی به روش ارزش افزوده
۴۱	ارزش افزوده اقتصادی (EVA)
۴۲	تعاریف
۴۴	مزایای استفاده از ارزش افزوده اقتصادی
۴۴	معایب ارزش افزوده اقتصادی

۴۵	ویزگیهای ارزش افزوده بازار
۴۵	معرفی مدل یازدهگانه TIMMERS FRAMEWORK
	فصل دوم: پیدایش اقتصاد دیجیتال خلاق شرکت های دانش بیان
۴۹	مقدمه
۵۰	تعریف اقتصاد دانش بنیان
۵۱	رابطه اقتصاد دانش بنیان و شرکت های دانش بنیان
۵۳	اقتصاد دیجیتال خلاق
۵۳	نقش شرکتهای دانش بنیان در اقتصاد دیجیتال خلاق
۵۵	وجه تمایز شرکت های دانش بنیان با شرکت های دیگر
۵۷	نقش دانشگاه
۶۰	پارک علم و فناوری چیست؟
۶۳	در پارک فناوری چه سرویسهایی ارائه می شود؟
۶۴	محل استقرار پارک فناوری در کجاست؟
۶۷	رتبه بندی پارکهای علم و فناوری
۷۱	مرکز رشد
۷۲	انواع مراکز رشد
۷۳	خدمات مراکز رشد
۷۳	دوره پیش رشد یا رشد مقدماتی
۷۴	دوره رشد
۷۴	واحدهای فناور
۷۴	ایده محوری
۷۴	مرکز نوآوری
۷۴	نوآوری
۷۵	محصول (کالا/خدمت)
۷۵	مزایای پذیرش و استقرار در مرکز رشد
۷۶	مراکز رشد چه خدماتی به واحدهای فناور ارائه می دهد؟
۷۶	تجاری سازی محصول و تکنولوژی
۷۶	تعاریف تجاری سازی
۷۶	مقدمه
۷۹	مفاهیم تجاری سازی
۷۹	اهمیت تجاری سازی
۷۹	از تجاری سازی ایده تا کار آفرینی نو آورانه
	فصل سوم: داده کاوی و هوش تجاری
۹۲	اهداف یادگیری

۹۲	درک مباحث اصلی در استقرار هوش تجاری
۹۲	تغییرات محیط کسب و کار و کامپیوتری شدن پشتیبانی تصمیم
۹۳	مدل فشار - پاسخ پشتیبانی تجاری
۹۳	محیط کسب و کار
۹۳	پاسخ سازمانی: واکنش پذیر، پیشگو، تطبیق گر و پیش فعال باشید
۹۴	کاهش شکاف راهکار
۹۵	چارچوبی برای هوش تجاری
۹۵	تعریف هوش تجاری
۹۵	ریشه و عوامل هوش تجاری
۹۶	عناصر و معماری هوش تجاری
۹۶	داده
۹۷	کیفیت داده
۱۰۰	مشکلات داده ازمنبع شروع میشوند
۱۰۳	معماری دادههای موفق
۱۰۵	مدیریت داده اصلی (MDM)
۱۰۷	داده اصلی مشتری
۱۰۹	داده در زمان درست
۱۱۱	مزیت کاهش تاخیر
۱۱۳	مثلاً نامشخص کیفیت داده
۱۱۵	تجارب برتر هوش تجاری موفق
۱۱۶	کشف دانش و داده کاوی
۱۱۶	مقدمه
۱۱۶	داده کاوی
۱۱۷	محرکهای کسب و کار
۱۱۸	داده کاوی، انبار داده، عظیم داده
۱۱۹	چرخه مطلوب
۱۲۱	مزایای داده کاوی
۱۲۲	برنامه های کاربردی داده کاوی
۱۲۳	مشن کاوی و وب کاوی
۱۲۳	وب کاوی با تحلیل پیش بینانه
۱۲۴	کشف دانش به صورت مستقیم در مقابل غیر مستقیم
۱۲۴	شش فعالیت اصلی داده کاوی
۱۲۸	تکنیکهای داده کاوی
۱۳۶	انتظارات فناوری

۱۳۸	مدیریت عملکرد کسب و کار
۱۳۹	رابط کاربری؛ داشبورد و سایر ابزارهای انتشار اطلاعات
۱۳۹	مزایای هوش تجاری
۱۴۰	ارزش هوش تجاری در کسب و کار
۱۴۰	چگونه هوش تجاری می تواند کمک کند
۱۴۲	ایجاد و به کار گیری هوش تجاری و مدیریت آن
۱۴۲	فرایند چرخهای ایجاد و به کار گیری هوش
۱۴۲	مدیریت هوش تجاری
۱۴۳	هوش و جاسوسی
۱۴۴	تنوری ها و ویژگی های اصلی هوش تجاری
۱۴۴	پردازش مبادله ای در مقابل تحلیل
۱۴۵	تنوری های هوش تجاری
۱۴۶	کارخانه و انبار
۱۴۶	انبارش داده و هوش تجاری
۱۴۶	متدلوژی تحلیل پیشرفته ترادیتا
۱۴۷	چارچوب هوش تجاری اوراکل
۱۴۷	کسب و کار (تجارت) هوشمند (BI)
۱۴۷	هوش تجاری از منظر دیگر
۱۴۸	ضرورت استفاده از هوش تجاری در سازمانها
۱۴۹	نقش سیستمهای اطلاعاتی در تجارت هوشمند
۱۵۰	اجزا و مهارتهای لازم برای ارتقای هوشمند کسب و کار
۱۵۱	اهمیت استراتژیک هوش تجاری در تصمیمات سازمان
۱۵۲	تکنیکهای تسهیل تصمیمگیری هوش تجاری
۱۵۴	عوامل مؤثر بر هوش تجاری سازمان
۱۵۴	هوش تجاری در سازمان
۱۵۵	به سوی مزیت و هوش رقابتی
۱۵۵	بایسته های راهبردی هوش تجاری
۱۵۶	هوش رقابتی
۱۵۶	راهکار رقابتی در صنعت
۱۵۷	حفظ مزیت رقابتی
۱۵۸	استقرار موفقیت آمیز هوش تجاری
۱۵۸	جامعه کاربران عام هوش تجاری
۱۵۹	برنامه ریزی صحیح و همسویی آن با راه کار کسب و کار
۱۶۱	هوش تجاری تقاضامحور و بلادرنگ دست یافتنی است