



بجارت الکترونیک

نویسنده

دکتر عادل دانشی



۱۳۹۱

سرشناسه	: دشتی، عادل، ۱۳۴۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: تجارت الکترونیک / نویسنده عادل دشتی.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات شریانی، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۱۴ ص
شابک	: 978-600-97831-2-0: ۱۴۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
موضوع	: بازرگانی الکترونیکی
موضوع	: Electronic commerce
رده بندی کنگره	: ۳۷۳.۲۵ / ۳۲ / ۵۴۸ / ۵۵ HF۵۵۴۸
رده بندی دیویی	: ۶۵۰ / ۸۷۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۱۲۸۵۰

تجارت الکترونیک



نویسنده: عادل دشتی

ناشر: انتشارات شریانی

حروفچینی و صفحه‌آرایی: انتشارات شریانی (tn@shariyani.com)

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول- بهار ۱۳۹۷

بهاء: ۱۲۰۰۰ تومان

ISBN: 978-600-97831-2-0

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۷۸۳۱-۲-۰

نشانی انتشارات: تهران، خیابان انقلاب اسلامی، خیابان منیری جاوید

(اردیبهشت)، بن بست مبین شماره ۶، واحد ۵

۶۶۴۷۵۰۵۳ و ۶۶۴۷۸۲۳۶

فروشگاه اینترنتی: www.shbook.ir

سخن مؤلف

خدای منان را شاکریم که بر کالبد وجودمان تفکر، تعقل و قدرت انتخاب را دمید تا نه به اجبار عبادت کنند و نه دلاش باشیم بلکه خود با چشم دل و تحلیل اندیشه، عظمتش را در دنیای درون خود و برون از خود، دیده منت بنگریم و از اعطای این همه الطاف و نعماتنازل شده شاكرانه و تعظیم كنان بر برگزیده اش فرود آورده و خود را در عظمتش محو نماییم.

انسان همواره با تاکید بر ذات كجكای خود به دنبال شناخت اسرار هستی و قوانین طبیعت بوده تا به کمالات خود بیفزاید. این سیر کمالی، سیری ناپذیر بوده چرا که ذات انسان نشأت گرفته از ذات الهی می باشد و بین نوع علم رازیایی عقل باید دانست علمی که انسان خداپرست در ذره ذره اش نشانی از آفریدگار می یابد و هرچه علمش افزون گردد، تقریبش به خدای تعالی بیشتر می شود.

اما علم و علم آموزی محتاج ابزاری است که مهمترین آن کتاب است. کتاب دریچه ای به سوی علم و ترقی است و باعث پیشرفت آموزش و کیفیت آموزش در هر مکانی می باشد و از آنجا که آموزش باید بطور مداوم و مستمر تحت نظارت و بررسی باشد تالیفات جدید نشریات و کتب همواره از اهم معیار خود می دانم. و این مسئله با تلاش و فعالیت همه جانبه دوستان و همکاران اندیشمند م صورت پذیرفته که حاصل آن کتاب حاضر می باشد.

عادل دشتی

فهرست

فصل ۱- تاریخچه کامپیوتر.....	۵
فصل ۲- تاریخچه مفاهیم و مروری بر تجارت الکترونیک.....	۱۳
فصل ۳- اهمیت و اهمیت تجارت الکترونیک.....	۲۱
فصل ۴- واژه ها و اصطلاحات، ربط با تجارت الکترونیک.....	۳۱
فصل ۵- گام های اجرای و به دنیای تجارت الکترونیک.....	۳۷
فصل ۶- مراحل راه اندازی کسب و کار الکترونیکی.....	۴۳
فصل ۷- مقایسه تجارت سنتی با تجارت کنونی.....	۵۱
فصل ۸- بازاریابی الکترونیک (اهداف، مکانیزم و پویایی).....	۶۵
فصل ۹- بررسی اجمالی صنعت تجارت الکترونیکی و بررسی بازاریابی اینترنتی در ایران.....	۸۳
فصل ۱۰- مشکلات عدم گسترش تجارت الکترونیکی در ایران.....	۹۳
فصل ۱۱- استراتژی های پویا برای تجارت الکترونیک.....	۹۹
منابع.....	۱۱۳