

بسم الله الرحمن الرحيم

آموزش تجارت الکترونیکی

Electronic-Commerce Instruction

مؤلفان:

سهیل سید مومنی - مریم سلاطی

شہریار دواتچی - علیرضا بہرامہ

ترجمہ دانش

عنوان و نام پدیدآور : آموزش تجارت الکترونیکی / مولفان سهیل سیدمومنی (و دیگران)

مشخصات نشر : تهران: حریم دانش، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری : ۳۲۲ ص.: مصور، جدول.

شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۰۶-۴۴-۰

وضعیت فهرست نویسی : فیبا

پلاکست : مولفان سهیل سیدمومنی، مریم سلاطی، شهریار دواتچی و علیرضا بهرامه.

موضوع : بازرگانی الکترونیکی

رده‌بندی کنگر : HF۵۵۴۸/۳۲/۱۸ ۱۳۹۳

رده‌بندی دبلیو : ۶۵۸/۸۷۲

شماره کتابشناس ملی : ۳۵۸۱۸۶۶

عنوان کتاب: آموزش تجارت الکترونیکی

مولفان: سهیل سیدمومنی، مریم سلاطی، شهریار دواتچی و علیرضا بهرامه.

ناشر: حریم دانش

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۳

قیمت: ۱۶۰۰۰۰ ریال

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۰۶-۴۴-۰

کلیه حقوق چاپ و نشر برای انتشارات حریم دانش محفوظ است.

مرکز بخش: میدان انقلاب، ابتدای خیابان آزادی، خیابان کهر، پلاک ۴۲، دارالفنون

تلفن: ۰۹۱۲۳۴۶۰۸۵۹ - ۰۹۱۲۱۲۵۶۳۷۳ - ۴-۰۵۲-۶۶۵۶۶

فروشگاه: میدان انقلاب، ضلع جنوب شرقی میدان انقلاب، پلاک ۱۱ جدید، کتابفروشی گلریزان

تلفن: ۶۶۹۷۶۲۳۰

این کتاب براساس سرفصل وزارت علوم و تحقیقات فناوری اطلاعات نوشته شده است و قابل استفاده و تدریس برای دانشجویان دوره کارشناسی رشته کامپیوتر شامل طراحی صفحات وب برنامه نویسی تحت وب و فناوری اطلاعات در دانشگاه‌های سراسری جامع علمی کاربردی پیام نور، آزاد، غیرانتفاعی و شبانه می‌باشد.

پیش‌گفتاری درباره مولفین

۱- مهندس بهیل سید مومنی؛ بیش از ۱۶ سال است که در دانشگاه‌های کشور مشغول به تدریس درس‌های کامپیوتر هستند. کتاب در رشته‌های کامپیوتری با انتشارات حریم دانش در حال چاپ دارند که از این تعداد دو عنوان آن فعلاً به چاپ رسیده است.

۲- مهندس مریم سلاطی؛ بیش از ۲ سال است که در آموزشگاه‌ها و دانشگاه‌های کشور مشغول به تدریس درس‌های کامپیوتری هستند و ۲۳ عنوان کتاب در رشته‌های کامپیوتری با انتشارات حریم دانش در حال چاپ دارند که از این تعداد نه عنوان آن فعلاً به چاپ رسیده است.

۳- مهندس شهریار دواتچی؛ بیش از ۲ سال است که در دانشگاه‌های کشور مشغول به تدریس در رشته کامپیوتر و مسئول فنی مرکز تراکم استخوان هستند و ۴ عنوان کتاب در رشته‌های کامپیوتری با انتشارات حریم دانش در حال چاپ دارند که از این تعداد دو عنوان آن فعلاً به چاپ رسیده است.

۴- مهندس علیرضا بهرامی؛ بیش از ۱۱ سال است که در آموزشگاه‌ها و دانشگاه‌های کشور مشغول به تدریس درس‌های کامپیوتری هستند و ۲۴ عنوان کتاب در رشته‌های کامپیوتری با انتشارات حریم دانش در حال چاپ دارند که از این تعداد نه عنوان آن فعلاً به چاپ رسیده است.

فهرست مطالب

۳	مقدمه.....
۳	پیشگفتاری درباره مولفین.....
۲۵	فصل اول.....
۲۵	مقدمه.....
۲۵	تعریف تجارت الکترونیکی.....
۲۶	تفاوت تجارت الکترونیکی از جنبه های مختلف.....
۲۶	ماهیت تجارت الکترونیکی چیست؟.....
۲۷	تاریخچه تجارت الکترونیکی.....
۲۹	موقعیت های تعامل الکترونیکی.....
۲۹	شکست های تجارت الکترونیکی.....
۳۰	انقلاب دیجیتال و ظهور تجارت الکترونیکی.....
۳۰	انقلاب دیجیتال.....
۳۲	محیط تجاری برای به جریان انداختن تجارت الکترونیکی.....
۳۲	مدل محیط - پاسخ - پشتیبانی.....
۳۵	استراتژی های عکس العمل سازمانی.....
۴۱	تعریف کسب و کار الکترونیکی.....
۴۱	مقایسه تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی.....
۴۲	رابطه EB با EC چیست؟.....
۴۲	تعریف مبادله الکترونیکی داده ها EDI چیست؟.....
۴۲	مزایای EC برای سازمان چیست؟.....
۴۴	مزایا EC برای مصرف کنندگان چیست؟.....
۴۵	مزایا EC برای جامعه چیست؟.....
۴۶	دسته بندی های تجارت الکترونیکی چیست؟.....

۴۶	مدلهای تجارت الکترونیکی از دیدگاه طرفین معامله چیست؟
۴۶	سایر مدلهای تجارت الکترونیکی چیست؟
۴۷	تجارت الکترونیکی: خالص یا نا خالص چیست؟
۴۸	سازمان های تجارت الکترونیکی
۴۸	تجارت الکترونیکی اینترنتی و غیر اینترنتی
۴۹	بازارهای الکترونیکی و سیستم های اطلاعاتی بین سازمانی و درون سازمانی
۴۹	مزایا و منافع تجارت الکترونیکی چیست؟
۴۹	محدودیت ها و موانع تجارت الکترونیکی چیست؟
۵۲	علت عقب ماندگی تجارت الکترونیکی در ایران برای چیست؟
۵۳	بازیگران اصلی تجارت الکترونیکی چه کسانی هستند؟
۵۳	طبقه بندی ها و محتوای تجارت الکترونیکی چیست؟
۵۴	چارجوب تجارت الکترونیکی چیست؟
۵۶	شرح چارجوب تجارت الکترونیکی
۵۶	برنامه های کاربردی FC چیست؟
۵۶	تجارت الکترونیکی در سازمان ها
۵۷	طبقه بندی تجارت الکترونیکی از روی ماهیت معاملات یا الزامات
۵۸	دسته بندی های تجارت الکترونیکی B۲B
۵۸	خرید نقدی و قراردادی
۵۸	انواع مواد اولیه
۵۹	انواع معاملات بر اساس جهت تجارت
۵۹	طرفین معاملات B۲B
۵۹	انواع معاملات B۲B براساس تعداد خریداران و فروشندگان
۵۹	معامله یک به چند و چند به یک
۶۰	تجارت جمعی یا مشارکتی

۶۰	چندین فروشنده و چندین خریدار.....
۶۱	بازارهای داد و ستد الکترونیکی (e-Marketplace).....
۶۱	وظایف اصلی بازارهای داد و ستد الکترونیکی چیست؟.....
۶۱	اجزای اصلی تشکیل دهنده بازارهای داد و ستد الکترونیکی چیست؟.....
۶۲	انواع بازارهای داد و ستد الکترونیکی چیست؟.....
۶۲	انواع فروشگاهها و مراکز خرید الکترونیکی.....
۶۳	چرخه تجاری (Business Cycle) چیست؟.....
۶۳	بازارهای اصلی معاملات تجارت الکترونیکی B۲B چیست؟.....
۶۴	بازارهای اصلی معاملات تجارت الکترونیکی C۲B چیست؟.....
۷۱	تجارت الکترونیکی در سازمانی یعنی چه؟.....
۷۱	شرکت الکترونیکی چیست؟.....
۷۲	مدلهای تجارت الکترونیکی.....
۷۲	ساختار مدلهای کسب و کار در تجارت الکترونیکی.....
۷۳	مدل های درآمد.....
۷۶	سنجش سود.....
۷۷	مثال از مدل های درآمد.....
۷۷	مدل های کسب و کار رایج در تجارت الکترونیکی چیست.....
۸۵	شبکه های مورد استفاده در تجارت الکترونیکی چیست؟.....
۸۶	نمونه سوالات.....
۸۷	عناوین تحقیقاتی.....
۸۹	فصل دوم.....
۸۹	مقدمه.....
۸۹	عوامل مؤثر بر موفقیت تجارت الکترونیکی چیست؟.....
۹۰	عوامل درونی چیست؟.....

عوامل درونی بنگاه چیست؟.....	۹۱
استراتژی‌های مؤثر در موفقیت تجارت الکترونیکی چیست؟.....	۹۳
کیفیت سیستم کاربردی در چیست؟.....	۹۳
مدل کیفیت نرم افزار در چیست؟.....	۹۳
مقایسه مدل‌های کیفیت.....	۹۴
ساختار مدل کیفیت ISO/IEC ۹۱۲۶ چیست؟.....	۹۴
نمونه سوال.....	۹۶
فصل سوم.....	۹۷
مقدمه.....	۹۷
تعریف و وظایف بازار.....	۹۷
تعریف بازار الکترونیکی.....	۹۸
مولفه های بازارهای مجازی (اجر بازار الکترونیکی) چیست؟.....	۹۹
انواع بازارهای الکترونیکی چیست؟.....	۱۰۳
مراکز خرید الکترونیکی چیست؟.....	۱۰۳
بازارهای الکترونیکی B۲B.....	۱۰۳
فروشگاه چیست؟.....	۱۰۳
فروشگاه‌های الکترونیکی چیست؟.....	۱۰۴
سرویس های فروشگاه الکترونیکی چیست؟.....	۱۰۴
مراکز خرید الکترونیکی.....	۱۰۴
انواع فروشگاه ها و مراکز خرید.....	۱۰۵
انواع بازار الکترونیکی چیست؟.....	۱۰۶
بازار الکترونیکی خصوصی چیست؟.....	۱۰۶
بازارهای الکترونیکی عمومی چیست؟.....	۱۰۶
پورتال های اطلاعات چیست؟.....	۱۰۷

- ۱۰۸..... دلالتان اطلاعات به چه معنی است؟
- ۱۰۹..... واسطه گری در تجارت الکترونیکی
- ۱۰۹..... نقش و ارزش و اعتبار واسطه ها در بازارهای الکترونیکی چیست؟
- ۱۱۱..... توزیع کنندگان الکترونیکی در مدل B2B چه کسانی هستند؟
- ۱۱۱..... توزیع کننده الکترونیکی
- ۱۱۲..... حذف واسطه به چه معناست؟
- ۱۱۲..... حذف واسطه ها و تغییر نقش واسطه ها
- ۱۱۳..... تغییر نقش واسطه به چه معناست؟
- ۱۱۴..... کاتالوگ های الکترونیکی چه هستند؟
- ۱۱۵..... ابعاد کاتالوگ های الکترونیکی چیست؟
- ۱۱۵..... فرآیند خرید در فروشگاه های الکترونیکی
- ۱۱۶..... مبادله پایابای به چه معناست؟
- ۱۱۶..... تعریف خرده فروشی الکترونیکی چیست؟
- ۱۱۷..... ویژگی های خرده فروشی موفق چیست؟
- ۱۱۸..... حراجی الکترونیکی چیست؟
- ۱۱۸..... انواع حراجی الکترونیکی چیست؟
- ۱۱۸..... مزایای حراجی الکترونیکی چیست؟
- ۱۱۸..... روشهای حراجی در اینترنت چگونه است؟
- ۱۱۹..... مزایای استفاده از واسطه حراجی در چیست؟
- ۱۱۹..... محدودیت ها حراجی الکترونیکی در چیست؟
- ۱۱۹..... انواع پرداخت چیست؟
- ۱۱۹..... تعریف پرداخت الکترونیکی چیست؟
- ۱۲۰..... ویژگی های یک روش پرداخت الکترونیکی مناسب در چیست؟
- ۱۲۰..... روش های اصلی پرداخت الکترونیکی چیست؟

- انواع روش های مبتنی بر کارت چیست؟ ۱۲۰
- کارت اعتباری مجازی چیست؟ ۱۲۰
- انواع پول های الکترونیکی ۱۲۰
- کارت های با ذخیره ارزش چیست؟ ۱۲۱
- پول الکترونیکی ۱۲۱
- چکهای الکترونیکی ۱۲۱
- سیستم های بیز پرداخت ۱۲۱
- مجاری فعال الکترونیکی و نحوه ۱۲۲
- کیف الکترونیکی چیست؟ ۱۲۲
- بانکداری الکترونیکی چیست؟ ۱۲۲
- انواع بانکداری الکترونیکی ۱۲۳
- بازاریابی چیست؟ ۱۲۵
- آمیخته بازاریابی چیست؟ ۱۲۵
- بازاریابی الکترونیکی چیست؟ ۱۲۵
- بازاریابی اینترنتی ۱۲۶
- انواع خریداران چه کسانی هستند؟ ۱۲۶
- نقشهایی که افراد در فرآیند تصمیمگیری ایفا میکنند ۱۲۶
- بازاریابی یک به یک چیست؟ ۱۲۷
- مکانیزم بازاریابی یک به یک چیست؟ ۱۲۷
- بازاریابی عمده چیست؟ ۱۲۷
- بازاریابی هدفمند چیست؟ ۱۲۸
- وفاداری مشتریان ۱۲۸
- شخصی سازی چیست؟ ۱۲۸
- ایجاد رضایت مندی در مشتریان چگونه است؟ ۱۲۸

۱۲۹	تعریف اعتماد
۱۲۹	اشکال اعتماد
۱۲۹	اعتماد در تجارت الکترونیکی
۱۲۹	تحقیقات بازار چیست؟
۱۳۰	استراتژی تبلیغات
۱۳۰	روش عمده از تبلیغات آنلاین چیست؟
۱۳۰	اشکال تبلیغات اینترنتی (تکنولوژی تبلیغات) چیست؟
۱۳۰	تبلیغات بنری چیست؟
۱۳۰	تبلیغات مبتنی بر بازی چیست؟
۱۳۱	تبلیغات مبتنی بر موتورهای جستجو چیست؟
۱۳۱	تبلیغات ناخواسته چیست؟
۱۳۲	تبلیغات مبتنی بر حامیگری اسپانسر چیست؟
۱۳۲	مشخصات بنرها چیست؟
۱۳۳	تبلیغات متنی
۱۳۳	سرویسهای امنیتی مورد نیاز تجارت الکترونیک چیست؟
۱۳۳	گواهی الکترونیکی چیست؟
۱۳۴	موضوعات اخلاقی مرتبط با EC چیست؟
۱۳۴	موضوعات قانونی مربوط به EC چیست؟
۱۳۵	تجارت سیار چیست؟
۱۳۵	کاربردهای تجارت سیار
۱۳۵	مزایای تجارت سیار چیست؟
۱۳۵	مدل عمومی تجارت سیار چیست؟
۱۳۶	زیرساخت های تجارت سیار چیست؟
۱۳۶	نمونه سوالات

۱۳۹	فصل چهارم.....
۱۳۹	بازاریابی اینترنتی و خرده فروشی الکترونیکی.....
۱۴۰	اندازه و رشد بازار BYC.....
۱۴۲	چه چیزهایی در اینترنت، فروش خوبی دارند.....
۱۴۶	ویژگی های خرده فروشی الکترونیکی موفق چیست؟.....
۱۴۸	مدل های کسب و کار خرده فروشی الکترونیکی.....
۱۴۸	طبقه بندی وسیله کانال توزیع.....
۱۴۹	بازاریابی مستقیم توسط شرکت های Mail-Order.....
۱۵۱	فروش مستقیم توسط تولیدکنندگان.....
۱۵۳	خرده فروش های الکترونیک Pure-Play.....
۱۵۳	خرده فروش های Brick-and-mortar.....
۱۵۴	خرده فروشی در بازارهای Online.....
۱۵۵	مدل های دیگر BYC و خرده فروشی خاص.....
۱۵۶	خدمات ویژه BYC.....
۱۵۷	خدمات مسافرتی و گردشگری Online.....
۱۵۹	وب سایت، باید مؤثر باشد.....
۱۵۹	در جالب نگه داشتن سایت، بکوشند.....
۱۵۹	مطالبی در زمینه خرده فروشی الکترونیکی.....
۱۶۳	واسطه گری سایر.....
۱۶۴	واسطه گری زیاد.....
۱۶۵	تفکیک.....
۱۶۵	تضاد کانال ها.....
۱۶۶	تعیین قیمت واقعی.....
۱۶۶	شخصی سازی.....

۱۶۷	کلاه برداری و دیگر فعالیت های غیرقانونی
۱۶۷	چگونه مشتریان را راضی نگه دارید
۱۶۷	مباحث مدیریتی
۱۶۸	نمونه سوالات
۱۷۱	فصل پنجم
۱۷۱	رفتار مصرف کنندگان online
۱۷۳	بهره های مستقل
۱۷۵	فرآیند تصمیم گیری مصرف کننده
۱۷۷	مدل تصمیم گیری مشتری در خرید از طریق وب
۱۷۸	مدل تصمیم یار online
۱۷۹	سایر مدل ها
۱۷۹	بازاریابی دوسویه و یک به یک و اعتماد در تجارت الکترونیکی
۱۷۹	چگونه یک رابطه یک به یک و دوسویه ایجاد می شود
۱۸۱	تشخیصی سازی
۱۸۲	کوکی ها در تجارت الکترونیکی
۱۸۳	نمونه سوالات
۱۸۵	فصل ششم
۱۸۵	اعصار جامعه بشری چیست؟
۱۸۵	انواع جوامع بشری
۱۸۶	مشخصات جامعه صنعتی چیست؟
۱۸۶	مشخصات جامعه اطلاعاتی چیست؟
۱۸۶	تحولات جدید در جامعه اطلاعاتی
۱۸۶	زیرساختهای جامعه اطلاعاتی چیست؟
۱۸۷	زیرساختهای ارتباطات از راه دور

زیرساختهای مرتبط با دانش.....	۱۸۷
زیرساختهای فناوری رابط اطلاعات.....	۱۸۷
ویژگی های عصر اطلاعات چیست؟.....	۱۸۷
اقتصاد دیجیتال چیست؟.....	۱۸۷
اصول ده گانه اقتصاد دیجیتال چیست؟.....	۱۸۸
هوشمند سازی اشیا.....	۱۸۹
مشخصات و سوالات هوشمند چیست؟.....	۱۸۹
داده.....	۱۸۹
اطلاعات.....	۱۸۹
دانش.....	۱۸۹
تبدیل اطلاعات به دانش و به چه چیزی منجر می شود؟.....	۱۹۰
نقش یادگیری مادام در زندگی امروز چگونه است؟.....	۱۹۰
نقش آموزش در اقتصاد دانش مدار چگونه است؟.....	۱۹۰
نقش اطلاعات مشتریان برای شرکت ها چیست؟.....	۱۹۰
کاربرد اطلاعات مشتریان در کجاست؟.....	۱۹۰
چرخش از اقتصاد داده به اقتصاد اطلاعات.....	۱۹۱
شش عنصر کسب و کار مبتنی بر دانش چیست؟.....	۱۹۱
آموزش مادام العمر.....	۱۹۲
اقتصاد مبتنی بر دانش.....	۱۹۲
ویژگیهای کلیدی KBE چیست؟.....	۱۹۲
نمونه سوالات.....	۱۹۲
فصل هفتم.....	۱۹۳
مقدمه.....	۱۹۳
مثال : زیمنس به قالب کسب و کار الکترونیکی تغییر شکل می دهد.....	۱۹۳

۱۹۴	 صورت مسأله
۱۹۴	 راه حل
۱۹۵	 دستاوردها
۱۹۵	 آموخته ها
۱۹۶	 کسب و کار در اقتصاد دیجیتال
۱۹۶	 پردازش شبکه ای چیست؟
۱۹۶	 فناوری اطلاعات چیست؟
۱۹۷	 اقتصاد دیجیتال
۱۹۷	 قابلیت های اصلی سیستم های اطلاعات چیست؟
۱۹۸	 بستری جهانی چیست؟
۱۹۸	 فرصت هایی برای کارآفرینان
۱۹۹	 تفاوت بین کسب و کار در اقتصاد نو و اقتصاد کهن چیست؟
۲۰۴	 مدل کسب و کار چیست؟
۲۰۴	 مدل های کسب و کار در اقتصاد دیجیتال
۲۰۴	 فشارهای کسب و کار، واکنش های سازمانی و پشتیبانی فناوری اطلاعات
۲۰۵	 پنج نمونه از مدل های کسب و کار در عصر دیجیتال
۲۰۶	 فشارهای وارد بر سازمان، واکنش های سازمان و پشتیبانی فناوری اطلاعات
۲۰۷	 فشارهای بازار
۲۰۸	 فشارهای بازار
۲۰۸	 فشارهای فناوری
۲۰۹	 فشارهای اجتماعی
۲۱۱	 واکنش های سازمانی
۲۱۱	 مدیریت و سیستم های استراتژی
۲۱۱	 تمرکز بر مشتری

۲۱۱	 بهبود مستمر
۲۱۲	 ساختاردهی مجدد فرآیندهای سازمانی
۲۱۲	 تولید سفارشی و تولید انبوه سفارشی
۲۱۲	 اتحادهای کاری
۲۱۳	 کسب و کار الکترونیکی و تجارت الکترونیکی
۲۱۳	 نمونه سئوالات
۲۱۵	 فصل هفتم
۲۱۵	 مقدمه
۲۱۶	 بینانهای یک فرآیند انعطاف پذیر چیست؟
۲۱۶	 نیاز به بازخورد اطلاعاتی
۲۱۶	 لمس بازار چیست؟
۲۱۷	 کارآزمایی راه حل های فنی
۲۱۷	 تکنیکهای جدید ساخت چیست؟
۲۱۷	 تلفیق نیازهای مشتری با راه حل های فنی چگونه است؟
۲۱۸	 مشاوره مدیریت توسعه محصول جدید
۲۱۸	 وارد کردن عنصر انعطاف پذیری در کارآزمایی ها
۲۱۸	 بازاریابی بلادرنگ
۲۱۸	 برندها
۲۱۹	 اقدامات لازم در بازاریابی بلادرنگ چیست؟
۲۱۹	 از گفت یکسویه تا گفت وگو
۲۱۹	 دسترسی و مقبولیت چگونه است؟
۲۲۰	 همکاری بنگاه - مشتری
۲۲۰	 استفاده از فناوری
۲۲۰	 داشتن درک درست از فناوری اطلاعات در بنگاهها چگونه است؟

- ۲۲۱ نقش سازمان در بازاریابی بلادرنگ چیست؟
- ۲۲۱ به طور کلی بازاریابی چگونه به این همه اهداف دست خواهد یافت؟
- ۲۲۱ نمونه سوالات
- ۲۲۳ فصل نهم
- ۲۲۳ کارخانه مجازی
- ۲۲۳ فناوری اصلی برای خلق کارخانه مجازی چیست؟
- ۲۲۳ ترانزاکشن های اساسی شبکه الکترونیکی مورد استفاده در کارخانه مجازی چیست؟
- ۲۲۴ عناصر اصلی در جامعه شبکه ای چیست؟
- ۲۲۴ وظایف کارکنان اطلاعات چیست؟
- ۲۲۴ نیازهای یک کارخانه مجازی چیست؟
- ۲۲۴ مرحله شناسایی
- ۲۲۴ سطوح متفاوت پیچیدگی فناوری اطلاعات چیست؟
- ۲۲۴ کارکرد بالا چیست؟
- ۲۲۵ EDI چیست؟
- ۲۲۵ کاربردهای EDI کجاست؟
- ۲۲۵ بهترین و کمترین کارایی EDI متعارف کجاست؟
- ۲۲۵ محدودیت های EDI متعارف
- ۲۲۶ گروه افزار چیست؟
- ۲۲۶ مزیت گروه افزارها چیست؟
- ۲۲۶ ضعف های گروه افزارها چیست؟
- ۲۲۶ کارگزاری اطلاعات از طریق اینترنت
- ۲۲۶ استاندارد باز
- ۲۲۷ ارزش در اقتصاد شبکه ای
- ۲۲۷ ارزش افزوده چیست؟

۲۲۷	 زنجیره ارزش
۲۲۷	 فعالیت های اصلی
۲۲۸	 فعالیت های پشتیبان
۲۲۸	 کسب و کارها در دو دنیای متفاوت با هم رقابت می کنند
۲۲۹	 فعالیتهای ارزش افزایی در زنجیره مجازی
۲۲۹	 بهره بردن از زنجیره ارزش مجازی
۲۲۹	 روابط جدید مشتری
۲۲۹	 پنج اصل خلق یک زنجیره ارزش چیست؟
۲۳۱	 نمونه سوالات
۲۳۳	 فصل دهم
۲۳۳	 مقدمه
۲۳۴	 روند پیشرفت تجارت در جهان
۲۳۴	 تجارت الکترونیکی و رایانه
۲۳۵	 ساختار ارگان های مربوط به EDI در سطوح ملی، منطقه ای و بین المللی
۲۳۶	 اجزاء EDI
۲۳۶	 نرم افزار
۲۳۶	 ارتباطات
۲۳۷	 پیامهای استاندارد
۲۳۷	 تبعات مثبت EDI در عرصه های مختلف تجارت
۲۳۸	 نقش EDI در توسعه
۲۳۸	 صرفه جوییهای حاصله از بکارگیری شیوه های نوین تجاری
۲۳۹	 موانع موجود در IDE چیست؟
۲۳۹	 مسائل قانونی EDI چیست؟
۲۳۹	 اثرات EDI در ارتقاء سطح بازرگانی کشور

۲۴۰		بررسی مسائل داخلی (عوامل درونی)
۲۴۰		روش های تجاری دولتی و داخلی
۲۴۱		عوامل فرهنگی
۲۴۲		عوامل موثر بیرونی چیست؟
۲۴۲		امنیت EDI
۲۴۲		موضوع امنیت را تحت عناوین زیر مورد بررسی قرار خواهیم داد
۲۴۲		خطراتی که پیام های در حال انتقال EDI را تهدید می کنند
۲۴۳		امنیت پیام های EDI در مقایسه با سایر سیستم های تجاری
۲۴۳		مکانیسم ها و رویه های امنیتی و تکنولوژی مکانیزم امنیتی
۲۴۴		مدیریت امنیت
۲۴۴		هزینه ها
۲۴۴		بررسی چند پیام
۲۴۶		نمونه سوالات
۲۴۷		فصل یازدهم
۲۴۷		مقدمه
۲۴۷		زیر ساخت حقوقی
۲۴۸		زیر ساخت فنی
۲۴۸		زیر ساخت اقتصادی
۲۴۹		زیر ساخت اجتماعی
۲۴۹		زیر ساخت ارتباطی
۲۵۱		نهادهای پشتیبان
۲۵۲		نمونه سوالات
۲۵۳		فصل دوازدهم
۲۵۳		لایه بندی اجزای سیستم های تجارت الکترونیک

۲۵۵	اجزای کلان سیستمهای تجارت الکترونیک
۲۵۷	شناخت مشکلات، انتظارات و نیازهای وضعیت موجود معماری سازمان تجاری
۲۵۸	ساختار کلی شکست کارکردها و عملیات سازمانی
۲۵۸	نمودار گردش کار فعالیت (۲): فروش تلفنی
	مدلهای عمومی جریان منطقی در فروشگاه کالا لایه فرآیندهای کاری - (فعالیت فروش تلفنی کالا)
۲۵۹	
۲۵۹	مرحله ارزیابی وضعیت موجود معماری سازمان تجاری
۲۶۰	نمونه سوابق
۲۶۱	فصل سیزدهم
۲۶۱	مقدمه
۲۶۳	خصوصیات عاملهای نرم افزاری هوشمند چیست؟
۲۶۳	حضور عاملهای نرم افزاری هوشمند در سیستمهای مختلف تجارت الکترونیک
۲۶۴	عاملهای نرم افزاری در خرید اینترنتی
۲۶۶	حراجهای آنلاین
۲۶۶	عامل های هوشمند در تجارت B2B
۲۶۸	چرا به عاملهای اینترنتی نیاز داریم؟
۲۶۸	عاملهای جستجو
۲۶۹	عاملهای فیلتر کننده چیست؟
۲۶۹	عاملهای آگاه دهنده
۲۷۰	عاملهای هوشمند مرورگر
۲۷۰	دسترسی به اطلاعات ساختاریافته
۲۷۰	سایر عاملهای سرویس دهنده اینترنت چیست؟
۲۷۰	RETSINA@CMU برای مدیریت اطلاعات
۲۷۱	RETSINA چگونه کار می کند؟

۲۷۱	 چارچوب RETSINA چیست؟
۲۷۱	 انواع عاملها
۲۷۱	 WebMate چیست؟
۲۷۲	 WARREN
۲۷۲	 تجارت الکترونیکی به واسطه عامل
۲۷۳	 Auction Bot چیست؟
۲۷۳	 Kasbl چیست؟
۲۷۴	 مدیریت اینترنتی تجاری چیست؟
۲۷۴	 شبکه ارتباطی دوره دور
۲۷۴	 نمونه سوالات
۲۷۷	 فصل چهاردهم
۲۷۷	 مقدمه
۲۷۷	 اهمیت امنیت اطلاعات چیست
۲۷۸	 تفاوت اسناد فیزیکی و الکترونیکی چیست
۲۷۸	 امنیت در تجارت سنتی چگونه است؟
۲۷۹	 Risk Assessment
۲۷۹	 وجوه امنیت اطلاعات الکترونیکی چیست؟
۲۷۹	 ساختار بایدار امنیت در تجارت الکترونیکی چیست؟
۲۸۰	 اجزای سیستمهای امنیتی تجارت الکترونیکی چیست؟
۲۸۱	 اصول امنیت اطلاعات در تجارت الکترونیکی
۲۸۲	 تهدیدات عمومی در تجارت الکترونیکی چیست؟
۲۸۲	 سرویسهای امنیتی
۲۸۳	 حملات امنیتی
۲۸۴	 چهار سرویس امنیتی اصلی در تجارت الکترونیکی

۲۸۵	ایجاد امنیت در تجارت الکترونیکی
۲۸۵	راهکارهای امنیتی چیست؟
۲۸۵	رمزنگاری
۲۸۶	تاریخچه رمزنگاری
۲۸۷	الگوریتم های رمزنگاری
۲۸۷	الگوریتم های متقارن
۲۸۷	مدیریت کلید
۲۸۸	برخی از الگوریتم های متقارن
۲۸۸	مزایا و معایب و موارد استفاده از الگوریتم های متقارن
۲۸۸	الگوریتم های نامتقارن
۲۸۹	مزایا و معایب و موارد استفاده از الگوریتم های نامتقارن
۲۸۹	توابع درهم ساز
۲۹۰	مزایا و موارد استفاده توابع (الگوریتم) درهم ساز
۲۹۰	اقدامات امنیتی جهت تحقق تجارت الکترونیکی چیست؟
۲۹۰	امنیت زیست سنجی
۲۹۰	امضاء دیجیتال
۲۹۱	امضای دیجیتال چیست؟
۲۹۴	امنیت غیر زیست سنجی
۲۹۴	دیوار آتش
۲۹۵	امنیت فیزیکی
۲۹۶	امنیت نرم افزاری
۲۹۸	روش های تأمین امنیت از طریق SET چگونه می باشد؟
۲۹۸	گواهی (تکنولوژی) SSL چیست؟
۲۹۹	گواهی SSL و نقش آن در تأمین امنیت تجارت الکترونیکی چیست؟

۲۹۹	 مراحل شکل‌گیری گواهینامه SSL چگونه است؟
۳۰۰	 مراحل عملیاتی شکل‌گیری گواهینامه SSL چگونه است؟
۳۰۱	 روش تشخیص سایت‌های دارای SSL چگونه است؟
۳۰۲	 پروتکل امن انتقال ابرمتن
۳۰۲	 VeriSign و نقش آن در تحقق امنیت در تجارت الکترونیکی چیست؟
۳۰۳	 روند ارد تأیید قرار گرفتن یک شرکت توسط VeriSign چگونه است؟
۳۰۳	 روش مهم برای بالا بردن امنیت تجارت الکترونیکی
۳۰۶	 نمونه سوال
۳۰۹	 فصل پایانی
۳۰۹	 مقدمه
۳۰۹	 روشهای پرداخت چیست؟
۳۱۰	 مدل های بانکداری الکترونیکی چیست؟
۳۱۰	 شعبه الکترونیکی
۳۱۰	 بانک الکترونیکی
۳۱۱	 چهار دوره تحول در نظام بانکداری
۳۱۱	 طبقه بندی سیستم های پرداخت الکترونیکی به چه صورت است؟
۳۱۱	 کارت های پرداخت
۳۱۲	 طبقه بندی کارت های پرداخت به چه صورت است؟
۳۱۲	 انواع سیستمهای پرداخت چگونه است؟
۳۱۲	 کارت اعتباری
۳۱۳	 کارت بدهکاری
۳۱۴	 کارت هزینه
۳۱۴	 کارت داخلی
۳۱۴	 کارت بین المللی

۳۱۴	کارت غیر هوشمند
۳۱۵	کارت هوشمند
۳۱۶	روش های ارایه خدمات بانکداری الکترونیک چیست؟
۳۱۶	دستگاه PinPad
۳۱۷	بانکداری اینترنتی
۳۱۷	تلفن همراه
۳۱۷	ارزانات بانکی در بانکداری الکترونیک
۳۱۸	سامانه سویه ناخالص آنی (RTGS)
۳۱۹	سامانه حواله الکترونیک بین بانکی (سحاب)
۳۱۹	نمونه سوالات
۳۱۹	مثال پایانی کتاب
۳۳۱	منابع