



تجارت الکترونیک

دکتر مهدی آرمانی مهر

حریم دانش

سرشناسه : آرمانی مهر، مهدی، ۱۳۵۲ -

عنوان و نام پدیدآور : تجارت الکترونیک/مؤلف دکتر مهدی آرمانی مهر.

مشخصات نشر : تهران: حریم دانش، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری : ۲۷۸ ص.

شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۰۶-۴۸-۸ :

وضعیت فهرست نویسی : فیا

موضوع : بازرگانی الکترونیکی

رده بندی کنگره : ۱۳۹۳ ت ۳/۴/۳۲/۳۵۵۴۸ HF

رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸۷۲

شماره کتابشناسی ملی : ۳۳۵۹۳۹۰۰

عنوان کتاب: تجارت الکترونیک

مؤلف: دکتر مهدی آرمانی مهر

ناشر: حریم دانش

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۴

قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۰۶-۴۸-۸

کلیه حقوق چاپ و نشر برای انتشارات حریم دانش محفوظ می باشد.

مرکز یخش: میدان انقلاب، ضلع جنوب شرقی میدان انقلاب، پلاک ۱۱ جدید

کتابفروشی گلریزان. تلفن: ۶۶۹۷۶۲۳۰ - ۰۹۱۲۳۴۶۰۸۵۹

پیش گفتار

پیشرفت حیرت انگیز تکنولوژی در شاخه کامپیوتر، ارتباطات دوربرد، دسترسی به داده‌ها و ابزار و تجهیزات نگهداری اطلاعات در سال‌های اخیر زمینه وسیعی از امکانات را برای سازمان‌ها به وجود آورده است. امروزه در جوامع پیشرفته صنعتی با اصطلاح جامعه اطلاعاتی رو به رو هستیم. مفهوم این اصطلاح گذر جوامع پیشرفته از مرحله صنعتی به فراصنعتی است. عامل اصلی نیل به جامعه اطلاعاتی «اطلاعات» می‌باشد. این پدیده که بعضاً به آن انفجار اطلاعات نیز گفته می‌شود، موجب تغییرات اساسی در کلیه زمینه‌ها شده و پیش‌بینی می‌گردد که این تغییرات اساسی با سرعت و عمق بیشتری در آینده دنبال شود. یکی از مهم‌ترین ابزارها جهت تغییر یافتن به جامعه اطلاعاتی اینترنت است. اینترنت یکی از ارکان اصلی بزرگراه اطلاعاتی است که در آن کلیه شبکه‌های کامپیوتری، تلفن، موبایل و... به هم مرتبط گردیده و به طور متقابل با هم به تبادل اطلاعات می‌پردازند. گفته می‌شود که زیربنای اصلی جامعه اطلاعاتی در قرن آینده بزرگراه اطلاعاتی است. توسعه شاهراه اطلاعاتی اینترنت و شبکه‌های محلی تبادل الکترونیکی اطلاعات با سازمان‌ها، یکارگیری پست الکترونیک، استفاده از کارت اعتباری الکترونیکی و مجازی و... همگی باعث می‌شوند تا انجام فعالیت‌های تجاری از قبیل سفارش، خرید و فروش کالا و خدمات بازاریابی محصولات به صورت الکترونیک امکان‌پذیر شود یا توسعه شبکه اینترنت و سهولت کار با آن و متعاقب آن کاهش هزینه‌های ارتباطی بستر مناسبی جهت مبادلات فراهم آمده و ظرف سالیان اخیر به شدت گسترش یافته است و استفاده از این شبکه در میان افراد در سازمان‌ها فراگیر می‌شود. فراگیری این شبکه و همچنین قابلیت‌های متعدد آن از قبیل تکنولوژی چند رسانه‌ای و سهولت استفاده از تسهیلات تجارت الکترونیک باعث شده است تا تجارت بین سازمان‌ها و افراد رونق بگیرد. بسیاری از صاحب‌نظران از اینترنت و تجارت الکترونیک به عنوان مهم‌ترین دستاورد قرن بیستم یاد می‌کنند که موجب برقراری فرصت‌های مساوی برای شرکت‌های تجاری اعم از کوچک و بزرگ جهت عرضه محصولاتشان به جهانیان گردیده است. با استفاده از اینترنت، امکان ورود شرکت‌های متوسط و کوچک و حتی شرکت‌های خانگی که در آن‌ها افراد از داخل منازل خود به تجارت با اقصى نقاط جهان می‌پردازند، فراهم گردیده است. بررسی‌ها حاکی از آن است که ظرف چند سال آینده ارزش کالاها و خدماتی که با استفاده از شیوه‌های تجارت الکترونیکی در سطح بین‌المللی مبادله می‌شود به صورت

فزاینده‌ایی رو به رشد است و پیش‌بینی می‌شود که این روند در سال‌های آتی ادامه یابد. در چنین موقعیتی ناگزیر بایستی شیوه‌های سنتی تجارت در کشورهای در حال توسعه مورد بررسی و بازنگری قرار گرفته و راه‌های بکارگیری و پیاده‌سازی این پدیده جدید در تجارت این کشورها مورد توجه قرار گیرد. بدیهی است عدم توجه به این امر موجب به‌انزوآگراییده شدن کشورها در صحنه رقابت بین‌المللی شده و از دست رفتن بسیاری از فرصت‌های کسب و کار را به دنبال خواهد داشت.

رساله حاضر به‌منظور آشنایی با طراحی یک سرویس تجارت الکترونیک تدوین یافته است. در این رساله ابتدا به آشنایی مختصری با تجارت الکترونیک مزایا و معایب آن و مدل‌های موجود در ارتباط با تجارت الکترونیک و قوانین مربوط به آن و نحوه پرداخت مالیات اشاره خواهیم کرد و در ادامه با استانداردها و زبان برنامه‌نویسی و نرم‌افزارهای موجود آشنا می‌شویم و امنیت در شبکه‌های اینترنتی و متدهای پرداخت الکترونیکی مورد بحث قرار خواهد گرفت و در خاتمه به بررسی انواع business model های موجود و طراحی و ایجاد portal ها می‌پردازیم و مسیر آینده تجارت الکترونیک را ترسیم می‌نماییم.

چکیده

قرن، قرن اطلاعات است. تکنولوژی اطلاعات بسیار حائز اهمیت است زیرا تکنولوژی اطلاعات مبنایی است برای اختراعات و اکتشافات جدید. همانطور که اختراع برق در ابتدا فقط برای مصرف روشنایی بود ولی مبنایی شد برای پا گذاشتن به دنیایی جدید و اختراع وسایل جدید مانند تلویزیون، رادیو، تلفن و غیره.

تکنولوژی اطلاعات نیز فعلاً در ابتدای راه است. این تکنولوژی ما را به دنیایی دیگر خواهد برد. و زمینه‌ای برای ارتباطاتی است که شاید قبلاً قابل تصور نبوده است. یکی از کاربردهای آن تجارت الکترونیکی است. که روز به روز تکنیک‌های جدیدی در این عرصه مطرح می‌شود امید است با مطالعه این گزارش شناخت کاملی از تجارت الکترونیکی، مزایای استفاده از آن و نیز محدودیت‌هایی که سر راه پیاده‌سازی این تکنولوژی وجود دارد، حاصل شده باشد.

با توجه به آمارهایی که در قسمت‌های مختلف گزارش از آن‌ها استفاده شده است، لزوم پیاده‌سازی این سرویس در کشور کاملاً احساس می‌شود استفاده از این سرویس باعث مطرح شدن کشور در سطح رقابت تجاری بین‌المللی خواهد شد. علاوه بر مطالبی که مبنی بر مزایای تجارت الکترونیکی درون گزارش شده است، از مزایای دیگر این سرویس می‌توان به این نکته اشاره نمود که چون پیادات به صورت الکترونیکی انجام می‌شود از کاغذ بازی‌های اداری جلوگیری شده و همین امر باعث صرفه‌جویی در مصرف کاغذ و به دنبال آن کاهش قطع درختان، برای تولید کاغذ خواهد شد. که این امر تلاشی در جهت حفظ محیط زیست خواهد بود. همچنین استفاده از این سرویس، کمک قابل توجهی نیز به بهبود وضعیت ترافیک و مشکل آلودگی هوا خواهد کرد.

نکته مهم این است که شاید کشورهای در حال توسعه مثل ما بتوانند از این پس در ارتباطی به نحوی استفاده کننده که فاصله زیاد خود را با کشورهای توسعه یافته کوتاه‌تر کنند. چون با توجه به این تکنولوژی ممکن است شرکت‌هایی در زمینه‌های مختلف ۵۰ سال سابقه داشته باشند ولی شرکتی با استراتژی مناسب

بتواند آنها را تا مرز ورشکستگی پیش ببرد.

بهر حال استفاده از اینترنت و به دنبال آن تجارت الکترونیکی مانند تلفن عمومی خواهد شد و افراد و سازمان‌هایی موفق هستند که بتوانند برای آینده خود با توجه به تغییر سلیقه‌ها و تغییر الگوی زندگی جامعه، پیش‌بینی مناسب داشته باشند و بتوانند در مقابل این تغییرها انعطاف‌پذیر باشند تا از صحنه رقابت حذف نشوند.

www.ketab.ir

فهرست مطالب

۱	پیش گفتار	
۳	آشنایی با تجارت الکترونیکی	بخش اول
۴	تاریخچه تجارت الکترونیکی	فصل اول
۵	تاریخچه تجارت الکترونیک	۱-۱
۱۰	مروری بر ادبیات تحول الکترونیک	فصل دوم
۱۱	واژه تجارت الکترونیکی	۱-۲
۱۱	واژگان مورد نیاز تجارت الکترونیک	۲-۲
۱۵	تجارت الکترونیکی چیست	فصل سوم
۱۶	تعریف تجارت الکترونیکی	۱-۳
۱۷	مزایای تجارت الکترونیکی	۲-۳
۱۷	برقراری کانال ارتباطی گسترده با دنیای تجارت	۱-۲-۳
۲۱	ریودن زنجیره ارزش	۲-۲-۳
۲۳	ایجاد ارزش افزوده دیجیتالی	۳-۲-۳
۲۴	عوامل پیش برنده تجارت الکترونیکی	۳-۳
۲۶	محدودیت‌ها و معایب تجارت الکترونیک	۴-۳
۲۶	محدودیت‌های غیر فنی	۱-۴-۳
۲۸	محدودیت‌های فنی	۲-۴-۳
۲۹	حد و مرز انقلاب تجارت الکترونیک چقدر می‌باشد؟	۵-۳
۳۰	عواملان پیش برنده انقلاب اینترنتی	۶-۳
۳۲	چرا باید سازمان‌ها تجارت الکترونیک به کار گیرند؟	۷-۳
۳۲	خطر تقاضا	۱-۷-۳
۳۵	کاهش ریسک تقاضا	۱-۱-۷-۳

۳۶	خطر نوآوری	۲-۷-۳
۳۷	مخاطره عدم کارایی	۳-۷-۳
۳۹	چهارجوبی برای تجارت الکترونیکی	فصل چهارم
۴۰	نیازهای ایجاد یک بستر تجارت الکترونیک	۱-۴
۴۰	تدوین قوانین روش تجاری به منظور ایجاد یک بازار الکترونیکی معتبر	۲-۴
۴۱	اصول و قواعد تجارت الکترونیکی	۳-۴
۴۲	مسائل مالی	۱-۳-۴
۴۲	گمرک	۱-۱-۳-۴
۴۳	مالیات	۲-۱-۳-۴
۴۴	معافیت مالیاتی	۳-۱-۳-۴
۴۵	سیستم‌های پرداخت الکترونیکی	۴-۱-۳-۴
۴۶	مسائل حقوقی	۲-۳-۴
۴۶	قوانین متحد الشکل برای تجارت الکترونیک	۱-۲-۳-۴
۴۷	حمایت از مالکیت معنوی	۲-۲-۳-۴
۴۷	محرم‌انگیزی (خصوصی سازی)	۳-۲-۳-۴
۴۸	امنیت	۴-۲-۳-۴
۴۹	مسائل دسترسی به بازار	۳-۳-۴
۴۹	زیرساختار ارتباطات از راه دور و فن‌آوری اطلاعات	۱-۳-۳-۴
۴۹	محتوا	۲-۳-۳-۴
۵۰	استانداردهای فنی	۳-۳-۳-۴
۵۲	رویکردهای تجارت الکترونیک	فصل پنجم
۵۳	مدل‌های اصلی تجارت الکترونیک	۱-۵
۵۶	تجارت بین سازمانی	۲-۵
۵۸	ابعاد بازار جهانی B۲B	۱-۲-۵

۵۹	ورودی‌های B۲B	۲-۲-۵
۵۹	اطلاعات ساختیافته در B۲B	۳-۲-۵
۶۰	مدل‌های B۲B	۴-۲-۵
۶۰	Company Centric	۱-۴-۲-۵
۶۱	Many to many market place	۲-۴-۲-۵
۶۱	مدل‌های دیگر B۲B	۳-۴-۲-۵
۶۱	کانال‌های On line	۱-۳-۴-۲-۵
۶۳	خارج‌ها	۲-۳-۴-۲-۵
۶۳	مجمع تجاری	۳-۳-۴-۲-۵
۶۴	بازارهای دیجیتال	۴-۳-۴-۲-۵
۶۴	بازارهای عمودی در مقابل بازارهای افقی در B۲B	۵-۲-۵
۶۵	صنایع خدماتی مجازی در B۲B	۶-۲-۵
۶۶	B۲B... برای میادلات Site Server	۷-۲-۵
۶۶	مزایای بازرگانی الکترونیکی بین سازمانی	۸-۲-۵
۶۸	تبادل الکترونیکی داده‌ها و B۲B	۹-۲-۵
۶۹	SCM چیست؟	۱۰-۲-۵
۶۹	معماری لایه‌بندی شده در B۲B	۱۱-۲-۵
۷۰	لایه انتقال	۱-۱۱-۲-۵
۷۰	لایه شبکه‌های خصوصی مجازی	۲-۱۱-۲-۵
۷۱	لایه سرویس‌های وب	۳-۱۱-۲-۵
۷۱	لایه سرویس‌های پست الکترونیکی	۴-۱۱-۲-۵
۷۲	لایه کانال امن	۵-۱۱-۲-۵
۷۲	لایه سرویس‌های رسیدگی به پیغام	۶-۱۱-۲-۵
۷۲	لایه سرویس‌های ثبتي	۷-۱۱-۲-۵

۷۳	 لایه ساختار کلید عمومی	۸-۱۱-۲-۵
۷۴	 لایه کاربرد	۹-۱۱-۲-۵
۷۴	 EMS برای معماری مدل B۲B	۱۲-۲-۵
۷۶	 لایه داده	۱-۱۲-۲-۵
۷۶	 لایه ششی	۲-۱۲-۲-۵
۷۶	 لایه سرویس	۳-۱۲-۲-۵
۷۷	 مدل تجارت بین سازمان و افراد	۳-۵
۸۰	 مزایای تجارت الکترونیک از نوع B۲C	۱-۳-۵
۸۲	 ایجاد یک تجارت الکترونیکی از نوع B۲C	۲-۳-۵
۸۲	 مراحل ایجاد یک تجارت الکترونیک از نوع B۲C	۱-۲-۳-۵
۸۴	 Domain و ثبت آن	۱-۱-۲-۳-۵
۸۶	 طراحی سایت	۲-۱-۲-۳-۵
۹۳	 اجاره فضا بر روی اینترنت	۳-۱-۲-۳-۵
۹۷	 اندازه گیری کارایی سایت وب	۴-۱-۲-۳-۵
۹۹	 مدل تجارت مصرف کننده با مصرف کننده	۴-۵
۱۰۱	 نتایج مدل های تجارت الکترونیک در محیط های تجاری	۵-۵
۱۰۲	 فشارهای تجاری	۱-۵-۵
۱۰۳	 واکنش های شرکت ها	۲-۵-۵
۱۰۴	 مهندسی مجدد فرآیندهای تجاری	۳-۵-۵
۱۰۴	 یکپارچگی های تجاری	۴-۵-۵
۱۰۶	 پیکرندی تجارت الکترونیک	بخش دوم
۱۰۷	 طراحی برنامه کاربردی با نگرش مدل های کسب و کار جدید	فصل ششم
۱۰۸	 Bricks and Clicks	۱-۶
۱۰۹	 طراحی برنامه کاربردی بر اساس مدل کسب و کار	۲-۶

۱۱۰	 مدل کسب و کار	۱-۲-۶
۱۱۵	 مدل حراجی	۱-۱-۲-۶
۱۱۸	 مدل تبلیغاتی	۲-۱-۲-۶
۱۲۰	 مدل اطلاع رسانی	۳-۱-۲-۶
۱۲۱	 مدل بازرگانی	۴-۱-۲-۶
۱۲۳	 مدل تولیدی	۵-۱-۲-۶
۱۲۴	 مدل شراکتی	۶-۱-۲-۶
۱۲۴	 مدل ارتباطی	۷-۱-۲-۶
۱۲۵	 مدل حق عضویت	۸-۱-۲-۶
۱۲۶	 مدل کاربردی	۹-۱-۲-۶
۱۲۷	 نوع دیگری از تقسیم‌بندی	۲-۲-۶
۱۲۷	 قیمت‌گذاری کنید	۱-۲-۲-۶
۱۲۷	 بهترین قیمت را پیدا کنید	۲-۲-۲-۶
۱۲۷	 حراج فعال	۳-۲-۲-۶
۱۲۸	 بازاریابی اشتراکی	۴-۲-۲-۶
۱۲۸	 خرید دسته‌جمعی	۵-۲-۲-۶
۱۲۸	 سیستم مزایده الکترونیکی	۶-۲-۲-۶
۱۲۸	 حراج‌های On-Line	۷-۲-۲-۶
۱۲۹	 سیستم خصوصی‌سازی	۸-۲-۲-۶
۱۲۹	 بازارهای الکترونیکی	۹-۲-۲-۶
۱۳۰	 سرویس‌های اشتراکی برنامه کاربردی	۳-۶
۱۳۱	 تهیه رویدادهای کسب و کار در طراحی	۴-۶
۱۳۲	 زیرساخت فنی	۱-۴-۶
۱۳۲	 قابلیت حمل	۲-۴-۶

۱۳۵	قابلیت توزیع توانایی های کاربردی	۳-۴-۶
۱۳۶	قابلیت مقیاس پذیری و پیش بینی توسعه های آتی سیستم	۵-۶
۱۳۷	قابلیت مدیریت	۶-۶
۱۳۸	شناخت زیرساختار	فصل هفتم
۱۳۹	شناخت زیرساختار	۱-۷
۱۳۹	نگاهی به اجزای تشکیل دهنده یک تجارت الکترونیکی	۲-۷
۱۳۹	وب کلاینت ها	۱-۲-۷
۱۴۰	نرم افزارهای وب سرور	۲-۲-۷
۱۴۰	نرم افزار سرور تجاری	۳-۲-۷
۱۴۰	فروش محصولات	۱-۳-۲-۷
۱۴۱	فروش مندرجات دیجیتال	۲-۳-۲-۷
۱۴۳	چرا از صفر شروع کنیم؟	۳-۳-۲-۷
۱۴۶	پیگیری سفارشات	۴-۳-۲-۷
۱۴۸	ثبت نام مشتری	۵-۳-۲-۷
۱۵۱	مدیریت مندرجات	۶-۳-۲-۷
۱۵۱	ابزارهای ارتباط	۴-۲-۷
۱۵۲	سیستم های Back end	۵-۲-۷
۱۵۴	تنظیم و توازن بار سایت	۶-۲-۷
۱۵۶	نسخه برداری	۷-۲-۷
۱۵۶	روترها	۸-۲-۷
۱۵۷	انتخاب بسته نرم افزاری	فصل هشتم
۱۵۸	آشنایی با بسته های نرم افزاری	۱-۸
۱۵۸	سیستم عامل چیست؟	۲-۸
۱۵۹	ویندوز NT	۱-۲-۸

۱۶۰	 یونیکس	۲-۲-۸
۱۶۱	 لینوکس	۳-۲-۸
۱۶۱	 لینوکس دقیقاً چیست؟	۱-۳-۲-۸
۱۶۴	چرا لینوکس می تواند به عنوان بهترین سیستم عامل مطرح شود؟.....	۲-۳-۲-۸
۱۶۶	 نکاتی در مورد نرم افزارهای مطرح در تجارت الکترونیک	۳-۸
۱۶۷	 زبان های برنامه نویسی سرویس دهنده	۴-۸
۱۶۷	 C	۱-۴-۸
۱۶۸	 C++	۲-۴-۸
۱۶۹	 Perl	۳-۴-۸
۱۷۱	 ویزوال بیسیک	۴-۴-۸
۱۷۱	 مزایای زبان ویزوال بیسیک	۱-۴-۴-۸
۱۷۲	 محدودیت های موجود در ویزوال بیسیک	۲-۴-۴-۸
۱۷۳	 جاوا	۵-۴-۸
۱۷۴	 زبان XML	۶-۴-۸
۱۷۵	 DTD چیست؟	۱-۶-۴-۸
۱۷۶	 پارسر XML	۲-۶-۴-۸
۱۷۷	 XLL	۳-۶-۴-۸
۱۷۸	 XSL	۴-۶-۴-۸
۱۷۹	 DOM , SAX	۵-۶-۴-۸
۱۸۰	 مرورگرهای XML	۶-۶-۴-۸
۱۸۱	 محصولات شرکت های بزرگ در زمینه XML	۷-۶-۴-۸
۱۸۲	 اوراکل	۱-۷-۶-۴-۸
۱۸۲	 IBM	۲-۷-۶-۴-۸
۱۸۲	 SUM	۳-۷-۶-۴-۸

۱۸۴	 مایکروسافت	۸-۴-۶-۴
۱۸۶	 کاربردهای XML	۸-۴-۷
۱۸۶	 XML به عنوان ابزاری برای یکپارچه سازی برنامه های کاربردی	۸-۴-۷-۱
۱۸۷	 تبادل الکترونیکی داده ها و XML	۸-۴-۷-۲
۱۸۹	 تجارت الکترونیکی و استانداردها	۸-۵
۱۹۰	 چگونه XML به تجارت الکترونیکی کمک می کند	۸-۶
۱۹۱	 توسعه XML	۸-۷
۱۹۲	 XML و تجارت الکترونیکی	۸-۸
۱۹۳	 پایگاه داده ها	۸-۹
۱۹۳	 SQL server	۸-۹-۱
۱۹۴	 Oracel	۸-۹-۲
۱۹۵	 شبکه ها	فصل نهم
۱۹۶	 شبکه	۹-۱
۱۹۶	 شبکه کامپیوتری چیست	۹-۲
۱۹۷	 کاربرد شبکه های کامپیوتری	۹-۳
۱۹۷	 کاربردهای تجاری	۳-۹-۱۹
۲۰۰	 کاربردهای خانگی	۹-۳-۲
۲۰۵	 کاربران سیار	۹-۴
۲۰۷	 ترکیب شبکه های بیسیم و کامپیوترهای سیار	۹-۵
۲۱۱	 تبعات اجتماعی	۹-۶
۲۱۳	 سخت افزار شبکه	۹-۷
۲۱۵	 شبکه های محلی	۹-۸
۲۱۷	 شبکه های شهری	۹-۹
۲۱۷	 شبکه های گسترده	۹-۱۰

۲۲۰	شبکه‌بندی فیزیکی.....	۱۱-۹
۲۲۱	شبکه‌بندی نقطه به نقطه	۱-۱۱-۹
۲۲۲	شبکه‌بندی میزبان / مشتری.....	۲-۱۱-۹
۲۲۲	مدل نقطه به نقطه در مقابل میزبان / مشتری.....	۳-۱۱-۹
۲۲۳	ساختار شبکه.....	۱۲-۹
۲۲۴	اینترنت.....	۱۳-۹
۲۲۵	اینترانت.....	۱۴-۹
۲۲۶	اکسترانت.....	۱۵-۹
۲۲۸	Portal.....	فصل دهم
۲۲۹	آشنایی با Portal.....	۱-۱۰
۲۳۰	Portal چیست.....	۲-۱۰
۲۳۱	مزایای ایجاد Portal.....	۳-۱۰
۲۳۱	معایب ایجاد Portal.....	۴-۱۰
۲۳۲	چرا Portal‌ها مفیدند.....	۵-۱۰
۲۳۲	منابع درآمد برای صاحبان Portal.....	۶-۱۰
۲۳۳	عواملان پیش‌برنده در گسترش Portal‌ها.....	۷-۱۰
۲۳۴	دسته‌بندی Portal‌ها.....	۸-۱۰
۲۳۴	نوع User level.....	۱-۸-۱۰
۲۳۵	نوع group level.....	۲-۸-۱۰
۲۳۵	Portal افقی.....	۳-۸-۱۰
۲۳۷	Portal عمودی.....	۴-۸-۱۰
۲۳۹	مقایسه Portal‌های عمودی و افقی.....	۵-۸-۱۰
۲۳۹	انواع دیگر Portal.....	۹-۱۰
۲۴۰	CPAD.....	۱-۹-۱۰

۲۴۰	Enterprise Portal	۲-۹-۱۰
۲۴۰	Corporate Portal	۳-۹-۱۰
۲۴۱	Portal های صوتی	۴-۹-۱۰
۲۴۲	Portal های بی سیم	۵-۹-۱۰
۲۴۲	ایجاد یک Portal	۱۰-۱۰
۲۴۴	امنیت در تجارت الکترونی	فصل نهم
۲۴۵	امنیت در تجارت الکترونیک	۱-۱۱
۲۴۶	خطرات شبکه	۲-۱۱
۲۴۶	ورود از درگاه	۱-۲-۱۱
۲۴۷	شناسایی کلمه عبور	۲-۲-۱۱
۲۴۷	تخلیه اطلاعاتی از طریق پست الکترونیکی	۳-۲-۱۱
۲۴۸	تهاجم ویروس	۴-۲-۱۱
۲۵۰	دیگر تهاجمات کاربران غیر مجاز	۵-۲-۱۱
۲۵۱	انواع فناوری حفاظت و ایمنی	۳-۱۱
۲۵۱	مسیریاب	۱-۳-۱۱
۲۵۲	جدا کردن شبکه از Net: دیوارهای آتش و پرواکسی سرورها	۲-۳-۱۱
۲۵۲	دیوارهای آتش	۱-۲-۳-۱۱
۲۵۵	پرواکسی سرور	۲-۲-۳-۱۱
۲۵۷	سیستم های کشف تجاوز IDS	۳-۲-۳-۱۱
۲۵۸	سیستم های کشف تجاوز NIDS	۴-۲-۳-۱۱
۲۵۸	تأیید کننده های صحت سیستم SIU	۵-۲-۳-۱۱
۲۵۸	مانیتورهای Log	۶-۲-۳-۱۱
۲۵۹	سیستم های فریب	۷-۲-۳-۱۱
۲۵۹	ساخت کلیدهای عمومی PKI	۸-۲-۳-۱۱

۲۶۰	رمز نگاری.....	۹-۲-۳-۱۱
۲۶۰	امضاء دیجیتالی.....	۱۰-۲-۳-۱۱
۲۶۲	ویروس ها.....	۴-۱۱
۲۶۲	علائم هشدار دهنده.....	۱-۴-۱۱
۲۶۳	نحوه فعالیت ویروس ها.....	۲-۴-۱۱
۲۶۳	حفاظت در مقابل ویروس ها.....	۳-۴-۱۱
۲۶۶	متدهای پرداخت الکترونیکی.....	فصل دوازدهم
۲۴۷	پرداخت های الکترونیکی.....	۱-۱۲
۲۴۸	ویژگی های یک روش پرداخت الکترونیکی مناسب.....	۲-۱۲
۲۵۰	مدل های پرداخت الکترونیکی.....	۳-۱۲
۲۵۱	روش های پرداخت الکترونیکی.....	۴-۱۲
۲۵۱	کارت اعتباری.....	۱-۴-۱۲
۲۵۳	پردازش کارت های اعتباری.....	۱-۱-۴-۱۲
۲۵۴	چک الکترونیکی.....	۲-۴-۱۲
۲۵۴	پول دیجیتالی.....	۳-۴-۱۲
۲۵۵	ویژگی های پول دیجیتالی.....	۱-۳-۴-۱۲
۲۵۶	انواع دیگر پرداخت های الکترونیکی.....	۵-۱۲
۲۵۶	سیستم Cyber Cash.....	۱-۵-۱۲
۲۵۶	سیستم مایکروسافت.....	۲-۵-۱۲
۲۵۷	کیف الکترونیکی. E-WALLET.....	۳-۵-۱۲
۲۵۸	مشکلات روش های پرداخت الکترونیکی در ایران.....	۶-۱۲
۲۵۹	آینده تجارت الکترونیکی.....	بخش سوم
۲۶۰	تجارت الکترونیکی در مسیر آینده.....	فصل سیزدهم
۲۶۱	آماده باش برای تجارت بی سیم.....	۱-۱۳

۲۶۱	از تجارت الکترونیکی تا تجارت همراه.....	۲-۱۳
۲۶۲	M-Commerce.....	۳-۱۳
۲۶۳	مزایا و مشخصات ارتباط از طریق موبایل.....	۴-۱۳
۲۶۴	وسایل ... اکنون، آینده.....	۵-۱۳
۲۶۶	تلفن‌های همراه و PDAها.....	۱-۵-۱۳
۲۶۶	موارد در دسترس کنونی در تجارت الکترونیکی.....	۶-۱۳
۲۶۷	چه روی صفحه‌ها خواهد بود؟.....	۷-۱۳
۲۶۷	مداخل‌های ارتباط بدون سیم.....	۸-۱۳
۲۶۸	نقش آفرینان چه کسانی هستند؟ کاربران یا مراکز خدمات اینترنتی.....	۱-۸-۱۳
۲۶۹	دومین جنگ بزرگ برای به‌دست آوردن فضای مجازی.....	۲-۸-۱۳
۲۷۰	چه اتفاقی خواهد افتاد.....	۳-۸-۱۳
۲۷۱	دیدگاه جهانی.....	۴-۸-۱۳
۲۷۲	رضایت مشتریان.....	۵-۸-۱۳
۲۷۳	فناوری‌های ترکیبی.....	۶-۸-۱۳
۲۷۴	نرم‌افزارهای پیشرفته در تجارت همراه.....	۹-۱۳
۲۷۵	سال ۲۰۰۵، یک نمونه.....	۱۰-۱۳
۲۷۷	منابع و مراجع.....	