

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مفاهیم بنیادی بالاترین الکترونیک

مؤلف:

مهندس محمدرضا شیخ بهائی (کارشناس ارشد تجارت الکترونیک)

سرشناسه	شیخ بهائی، محمدرضا، ۱۳۶۶ -
عنوان و نام پدیدآور	مفاهیم بنیادی بازاریابی الکترونیکی / مؤلف محمدرضا شیخ بهائی.
مشخصات نشر	تهران: آتی نگر، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	۱۶۸ص: مصور (رنگی)، جدول (رنگی).
شابک	۹۵۰۰۰ ریال 5-94-6004-600-978
وضعیت فهرست نویسی	فیا
موضوع	بازرگانی الکترونیکی
موضوع	بازرگانی الکترونیکی -- تدابیر ایمنی
موضوع	بازاریابی اینترنتی
رده بندی کنگره	۱۳۷۳ م ۸۷۷ ش / HF۵۵۴۸/۳۲
رده بندی دیویی	۳۸۱/۱۴
شماره کتابشناسی ملی	۳۸۱۰۱



انتشارات آتی نگر

عنوان: مفاهیم بنیادی بازاریابی الکترونیکی

مؤلف: مهندس محمدرضا شیخ بهائی

صفحه آرای و طراحی جلد: همتا بیداریان

ناشر: آتی نگر

تیراژ: ۱۰۰۰

چاپ اول: ۱۳۹۳

قیمت: ۹۵,۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۰۴-۹۴-۵

تلفن مرکز پخش: ۶۶۵۶۵۳۳۶-۸

آدرس: تهران - خیابان جمال زاده جنوبی - روبه روی کوچه رشتچی - پلاک ۱۴۴ - واحد ۲

www.ati-negar.com

(هر گونه کپی و نسخه برداری از مطالب این کتاب ممنوع می باشد).

فهرست مطالب

فصل اول: کسب و کار الکترونیکی

- ۱-۱ مقدمه‌ای بر کسب و کار الکترونیکی ۶
- ۱-۲ معماری کسب و کار الکترونیکی ۱۵
- ۱-۳ رچوب ارزش کسب و کار الکترونیکی ۱۹
- ۱-۴ کاربردهای سمت خرید ۲۵
- ۱-۵ کاربردهای سمت فروش سازمانی ۲۸
- ۱-۶ کاربردهای سمت فروش ۳۱
- ۱-۷ ایجاد کسب و کار الکترونیکی ۳۵
- ۱-۸ امنیت کسب و کار الکترونیکی ۳۹
- ۱-۹ معیار موفقیت کسب و کار الکترونیکی ۴۴
- ۱-۱۰ معیارهای عدم موفقیت کسب و کار الکترونیکی ۵۰

فصل دوم: برنامه‌ریزی الکترونیکی

- ۲-۱ مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی بازاریابی الکترونیکی ۶۲
- ۲-۲ تحلیل موقعیت ۶۸
- ۲-۳ اهداف ۷۸
- ۲-۴ استراتژی ۸۱
- ۲-۵ تاکتیک‌ها ۹۴
- ۲-۶ اقدامات ۹۹
- ۲-۷ کنترل ۱۰۲
- ۲-۸ منابع - نیروی انسانی، پول و زمان ۱۰۷

فصل سوم: ابزارهای الکترونیکی

- ۳-۱ مقدمه‌ای بر ابزارهای الکترونیکی ۱۱۸
- ۳-۲ توسعه فناوری و تأثیر آن بر مشتری ۱۲۰
- ۳-۳ تلویزیون دیجیتال تعاملی ۱۲۴

- ۱۳۱ ۳-۴ رادیوی دیجیتال
- ۱۳۶ ۳-۵ دستگاه‌های (بی‌سیم) سیار
- ۱۴۳ ۳-۶ کیوسک‌های سلف سرویس تعاملی
- ۱۴۶ ۳-۷ ابزارهای متفرقه
- ۱۵۲ ۳-۸ استفاده دوباره به از محتوا به فرمتی دیگر
- ۱۵۴ ۳-۹ هم‌گرایی
- ۱۵۷ ۳-۱۰ رقابت‌های یکپارچه