

۲۴۳۱۴۲۶

بسم الله الرحمن الرحيم

مبانی تجارت الکترونیکی

www.ketab.ir

نویسندگان:

بهزاد سلمانی

استاد گروه اقتصاد دانشگاه تبریز

امیر محمد سلمانی

سر شناسه	سلمانی، بهزاد - ۱۳۴۵
عنوان و پدیدآور	مبانی تجارت الکترونیکی/ نویسنده: بهزاد سلمانی، امیرمحمد سلمانی
مشخصات نشر	تهران، نور علم، ۱۴۰۲.
مشخصات ظاهری	۳۰۶ص. نمودار، جدول.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۱۶۹-۵۸۱-۰
یادداشت	پشت جلد به انگلیسی Principles of E-Commerce
موضوع	تجارت الکترونیکی.
	Electronic commerce
شناسه افزوده	سلمانی، امیرمحمد، ۱۳۷۸، نویسنده.
رده بندی کنگره	HF ۵۵۴۸/۳۲
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۷۲

نشر نورعلم: تهران - انقلاب - خ ۱۲ فروردین - پلاک ۲۹۰ - تلفن: ۶۶۴۰۵۸۸۰ و ۶۶۹۵۷۰۲۱
 فروشگاه: خ ۱۲ فروردین - پلاک ۲۹۰ - کتاب چرتکه و نورعلم -- ۰۹۱۲۲۰۷۹۸۴۹ - ۶۶۱۷۴۹۱۰
 پخش: قلم سینا - ۱۲ فروردین، ساختمان ۲۸۶ تلفن ۶۶۹۵۷۰۲۱ و ۶۶۹۵۷۱۲۰

عنوان کتاب: مبانی تجارت الکترونیکی
 نویسنده: دکتر بهزاد سلمانی - امیرمحمد سلمانی
 ناشر: نور علم
 شمارگان: ۵۰۰ جلد
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۶۹-۵۸۱-۰
 نوبت چاپ: اول ۱۴۰۲
 طراح جلد: فاطمه خانی
 چاپ و صحافی: سورنا
 قیمت: ۲۱۰۰۰۰ تومان

در صورت عدم دسترسی به کتابهای این انتشارات، از طریق تماس با
 ۰۹۱۲۳۳۳۴۲۲۹ کتابها با پست به تمام نقاط ایران ارسال می شود.

پیش گفتار

در این کتاب دانش پایه تجارت الکترونیکی به صورت خلاصه و روزآمد و با بهره‌مندی از نمونه‌های جهانی در چارچوب یک کتاب درسی عرضه شده است. در این نوشتار در راستای اهداف آموزشی از نمودارهای بسیاری استفاده شده است. امید است، نمودارها در تدریس مطالب این کتاب (به‌ویژه در کلاس‌های مجازی) سودمند باشند. دانشجویان می‌توانند از این کتاب به عنوان منبع اصلی در دوره کارشناسی استفاده کنند. همچنین امیدواریم این کتاب برای کارآفرینان، مدیران و کارشناسان مفید باشد.

از همه عزیزانی که به نویسندگان در نگارش و نشر این کتاب کمک کرده‌اند، تشکر می‌کنیم. برای گروه‌های آموزشی اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز برای ارائه فرصت تدریس و تحصیل آرزوی توفیق روزافزون داریم. مراتب سپاس خود را از دانشجویان و استادان در درس‌های گوناگون که مطالب ارزشمندی از آنها آموخته‌ایم، اعلام می‌داریم. از همکاری ارزنده جناب آقای مهدی اشرف گندمی دانش‌آموخته دوره کارشناسی ارشد اقتصاد تجارت الکترونیکی دانشگاه تبریز تشکر می‌کنیم. از ناشر گرامی برای نشر این کتاب و همکاری ارزشمند تقدیر می‌کنیم. همچنین فرصت را مغتنم شمرده و از همراهی، همکاری و پشتیبانی ارزشمند خانواده گرامی نیز تشکر و تقدیر می‌کنیم.

از خوانندگان عزیز درخواست می‌شود نکات و پیشنهادهای خود درباره کتاب را به نشانی زیر اعلام کنند:

- behsalmani@gmail.com

فهرست مطالب

فصل یکم: دیباچه	۷
اهداف آموزشی فصل یکم	۷
۱-۱. توسعه تجارت الکترونیکی	۸
۱-۲. هدف و رویکرد کتاب	۱۳
۱-۳. کاربران کتاب	۱۴
۱-۴. ساختار کتاب	۱۶
فصل دوم: مرور تجارت الکترونیکی	۱۷
اهداف آموزشی فصل دوم	۱۷
۲-۱. تعریف و مفهوم تجارت الکترونیکی	۱۸
۲-۲. دسته بندی تجارت الکترونیکی	۲۴
۲-۳. منافع تجارت الکترونیکی	۲۸
۲-۴. چالش های تجارت الکترونیکی	۳۱
۲-۵. توسعه تجارت الکترونیکی	۳۷
۲-۶. توفیق در تجارت الکترونیکی	۴۱
۲-۷. سیر تحول تجارت الکترونیکی	۴۴
۲-۸. روندهای تجارت الکترونیکی	۵۱
۲-۹. آینده تجارت الکترونیکی	۵۲

۵۴.....	۲-۱۰. ویژگی های فناوری های تجارت الکترونیکی
۶۵.....	پرسش های فصل دوم
۶۷.....	فصل سوم: مدل کسب و کار در تجارت الکترونیکی
۶۷.....	اهداف آموزشی فصل سوم
۶۸.....	۳-۱. مدل کسب و کار
۷۱.....	۳-۲. مدل کسب و کار تجارت الکترونیکی
۷۳.....	۳-۳. مدل های کسب و کار بنگاه با مصرفکننده
۷۶.....	۳-۴. مدل های کسب و کار بنگاه با بنگاه
۷۸.....	پرسش های فصل سوم
۷۹.....	فصل چهارم: بازارهای الکترونیکی
۷۹.....	اهداف آموزشی فصل چهارم
۸۰.....	۴-۱. بازار
۸۳.....	۴-۲. بازارهای الکترونیکی
۸۵.....	۴-۳. دسته بندی بازارهای الکترونیکی
۸۷.....	۴-۴. عناصر بازارهای الکترونیکی
۹۰.....	۴-۵. مشارکت کنندگان در بازارهای الکترونیکی
۹۴.....	۴-۶. کارایی بازارهای الکترونیکی
۹۵.....	پرسش های فصل چهارم

فصل پنجم: سازوکارهای تجارت الکترونیکی..... ۹۶

اهداف آموزشی فصل پنجم..... ۹۶

۵-۱. مرور سازوکارهای تجارت الکترونیکی..... ۹۷

۵-۲. زیرساخت های فناوری تجارت الکترونیکی..... ۹۸

۵-۳. سازوکارهای خرید مشتریان..... ۱۰۲

۵-۴. سازوکارهای ویژه تجارت الکترونیکی..... ۱۰۴

۵-۵. مدل پایه خرید در تجارت الکترونیکی..... ۱۰۶

۵-۶. جستجو در تجارت الکترونیکی..... ۱۰۷

۵-۷. کاتالوگ آنلاین..... ۱۱۳

۵-۸. چرخ خرید الکترونیکی..... ۱۱۸

۵-۹. بسته های برنامه فروش..... ۱۱۹

پرسش های فصل پنجم..... ۱۲۴

فصل ششم: حضور تجارت الکترونیکی..... ۱۲۶

اهداف آموزشی فصل ششم..... ۱۲۶

۶-۱. مرور حضور تجارت الکترونیکی..... ۱۲۷

۶-۲. گام های برنامه ریزی حضور تجارت الکترونیکی..... ۱۳۰

۶-۳. برنامه حضور تجارت الکترونیکی..... ۱۳۴

۶-۴. توسعه برنامه زمانی حضور تجارت الکترونیکی..... ۱۳۶

۶-۵. توسعه حضور تجارت الکترونیکی..... ۱۳۸

۱۴۰	۶-۶. روش های توسعه حضور تجارت الکترونیکی
۱۴۱	۶-۷. حضور موبایل و حضور اجتماعی
۱۴۳	پرسش های فصل ششم
۱۴۴	فصل هفتم: مدل های تجارت الکترونیکی
۱۴۴	اهداف آموزشی فصل هفتم
۱۴۵	۷-۱. مروری بر مدل های تجارت الکترونیکی
۱۴۷	۷-۲. تجارت الکترونیکی بنگاه با مصرف کننده
۱۶۰	۷-۳. تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه
۱۷۱	۷-۴. تجارت الکترونیکی مصرف کننده با مصرف کننده
۱۷۹	پرسش های فصل هفتم
۱۸۲	فصل هشتم: روندهای تجارت الکترونیکی
۱۸۲	اهداف آموزشی فصل هشتم
۱۸۳	۸-۱. مروری بر روندهای تجارت الکترونیکی
۱۸۴	۸-۲. زیرساخت های فناوری تجارت الکترونیکی
۱۸۵	۸-۳. پردازش ابری
۱۸۹	۸-۴. اینترنت اشیا
۱۹۱	۸-۵. داده های بزرگ
۱۹۶	۸-۶. تجارت موبایل
۲۰۲	۸-۷. تجارت اجتماعی

۲۰۶.....	۸-۸. تجارت با فناوری های پیشرفته.....
۲۰۶.....	۸-۹. هوش مصنوعی.....
۲۱۳.....	۸-۱۰. واقعیت مجازی.....
۲۱۴.....	۸-۱۱. واقعیت افزوده.....
۲۱۶.....	پرسش های فصل هشتم.....
۲۱۸.....	فصل نهم: خدمات پشتیبانی تجارت الکترونیکی.....
۲۱۸.....	اهداف آموزشی فصل نهم.....
۲۱۹.....	۹-۱. خدمات پشتیبانی تجارت الکترونیکی.....
۲۱۹.....	۹-۲. بازاریابی دیجیتال.....
۲۲۹.....	۹-۳. پرداخت الکترونیکی.....
۲۳۸.....	۹-۴. اجرای سفارش در تجارت الکترونیکی.....
۲۴۵.....	۹-۵. امنیت تجارت الکترونیکی.....
۲۵۲.....	پرسش های فصل نهم.....
۲۵۵.....	فصل دهم: کاربردهای تجارت الکترونیکی.....
۲۵۵.....	اهداف آموزشی فصل دهم.....
۲۵۶.....	۱۰-۱. کاربردهای تجارت الکترونیکی.....
۲۵۷.....	۱۰-۲. دولت الکترونیکی.....
۲۶۳.....	۱۰-۳. بانکداری الکترونیکی.....
۲۶۶.....	۱۰-۴. گردشگری الکترونیکی.....

۲۶۹.....	۱۰-۵. آموزش الکترونیکی
۲۷۲.....	۱۰-۶. موسیقی و فیلم آنلاین
۲۷۴.....	۱۰-۷. بازی آنلاین
۲۷۷.....	۱۰-۸. کتاب الکترونیکی
۲۸۰.....	پرسش های فصل دهم
۲۸۲.....	فصل یازدهم: برخی موضوعات تجارت الکترونیکی
۲۸۲.....	اهداف آموزشی فصل یازدهم
۲۸۳.....	۱۱-۱. مروری بر برخی موضوعات تجارت الکترونیکی
۲۸۳.....	۱۱-۲. موضوعات اخلاقی در تجارت الکترونیکی
۲۸۵.....	۱۱-۳. حقوق مالکیت فکری
۲۹۰.....	۱۱-۴. حریم خصوصی
۲۹۴.....	۱۱-۵. مالیات در تجارت الکترونیکی
۲۹۶.....	۱۱-۶. انحصار در تجارت الکترونیکی
۲۹۷.....	۱۱-۷. موضوعات اجتماعی در تجارت الکترونیکی
۳۰۱.....	پرسش های فصل یازدهم
۳۰۲.....	منابع