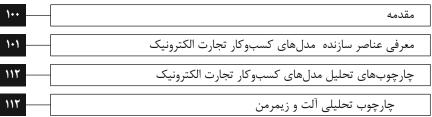
``

19	نظریهها و رویکردها در مدلهای کسبوکار تجارت الکترونیک	فصل ۱
۲۰	تاريخچه مدلهاي كسبوكار تجارت الكترونيك	
۲۱	رويكردهاي پژوهشي مدلهاي كسبوكار الكترونيك	
۲۳	مكاتب علمي مدلهاي كسبوكار	
76	مكتب تجارت الكترونيك	
۲۵	مکتب استراتژی	
۲۶	مکتب مدیریت نوآوری و انتقال فناوری	
۲۷	روندهای آتی در توسعه مدل کسبوکار	
۲۷	توسعه پايدار	
۲۸	اکوسیستمهای کسبوکار	
۲۸	نوآوری باز	
۲۹	مدل رایگان و پرداختهای اندک	
۳۱	مزاياي مدل كسبوكار تجارت الكترونيك	
۳۳	خلاصه و جمعبندی	

۳۵	مفاهیم و کاربردهای مدلهای کسبوکار تجارت الکترونیک در سازمان	فصل ۲
۳۶	واژەشناسى مدل كسبوكار	
۳۹	تعاريف و مفاهيم مدلهاي كسبوكار	
FF	کاربرد مدل کسبوکار در سازمانها	
۴۵	جایگاه مدل کسبوکار در سازمان	
۴۵	استراتژی و مدل کسبوکار	
۵۲	فرایندهای کسبوکار و مدل کسبوکار	
۵۵	خلاصه و جمعبندی	







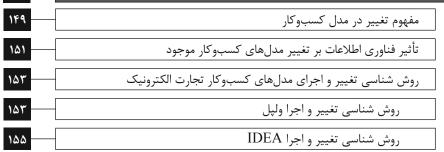
147



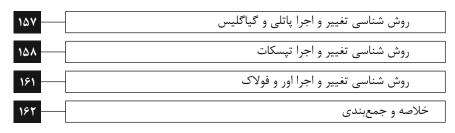
خلاصه و جمعبندی



روش شناسی تغییر و اجرای مدلهای کسبوکار تجارت الکترونیک



17



171	معیارهای ارزیابی و انتخاب مدلهای کسبوکار تجارت الکترونیک	فصل ۷
174	معیارهای ارزیابی موفقیت اجرا و پیادهسازی مدلهای کسبوکار تجارت الکترونیک	
172	معیارهای ارزیابی هامل	
١٧٣	معیارهای ارزیابی گوردین و آکرمانس	
176	معیارهای ارزیابی آفو و توسی	
۱۷۵	معیارهای ارزیابی ویل و ویتیل	
178	چارچوبهای ارزیابی و تصمیم گیری انتخاب مدلهای کسبوکار الکترونیک	
144	چارچوب ارزیابی و تصمیم گیری فینگان و هایز	
۱۸۰	چارچوب ارزیابی و تصمیم گیری هایز	
١٨١	چارچوب ارزیابی و تصمیم گیری ماهادوان	
١٨٣	چارچوب ارزیابی و تصمیم گیری باگچی و تالسکی	
144	چارچوب ارزیابی و تصمیم گیری اریک آن.جی.	
198	خلاصه و جمعبندی	

فصل ۸

روشهای مدلسازی گرافیکی مدلهای کسبوکار تجارت الکترونیک



197

۲۷۳



پيوست

مراجع