

فهرست مطالب

۱۱	فصل اول: آشنایی با مدل کسب و کار (Business Model)
۱۲	۱-۱ مقدمه
۱۳	۲-۱ مفهوم مدل کسب و کار
۱۴	۱-۲-۱ اجزای اصلی مدل کسب و کار
۱۵	۳-۱ آشنایی با مفاهیم و اصطلاحات تخصصی در Business
۱۹	فصل دوم: کسب و کار الکترونیکی
۲۰	۱-۲ مقدمه
۲۱	۲-۲ مدیریت دانش
۲۱	۳-۲ کسب و کار الکترونیکی
۲۲	۴-۲ مدیریت روابط مشتری
۲۳	۵-۲ نقش مدیریت دانش در محیط کسب و کار الکترونیکی
۲۶	۶-۲ نقش مدیریت دانش در محیط مدیریت روابط مشتری
۲۹	۷-۲ مدیریت زنجیره تأمین (SCM)
۲۹	۱-۷-۲ اجزای اصلی مدیریت زنجیره تأمین
۳۰	۲-۷-۲ کاربرد مدیریت زنجیره تأمین
۳۱	۸-۲ آشنایی با برنامه‌ریزی جامع منابع ERP
۳۱	۱-۸-۲ اجزای یک سیستم ERP
۳۲	۲-۸-۲ کاربران سیستم ERP
۳۲	۳-۸-۲ محدوده سیستم ERP
۳۳	۴-۸-۲ مزایای سیستم ERP
۳۶	۹-۲ تجارت هوشمند (BI)
۳۷	۱-۹-۲ نقش سیستم‌های اطلاعاتی در تجارت هوشمند



۳۹	۲-۹-۲ اهمیت استراتژیک هوش تجاری در تصمیمات سازمان
۴۰	۲-۹-۳ تکنیک های تسهیل تصمیم گیری هوش تجاری
۴۲	۲-۹-۴ عوامل موثر بر هوش تجاری سازمان
۴۳	۲-۱۰-۱ شناخت بازاریابی اینترنتی E-BUSINESS
۴۳	۲-۱۰-۱ فرمول اصلی E-BUSINESS
۴۵	فصل سوم: ارزش افزوده در کسب و کار الکترونیکی
۴۶	۳-۱ مقدمه
۴۷	۳-۲ مفهوم ارزش افزوده (VA)
۴۸	۳-۲-۱ آروشهای محاسبه ارزش افزوده
۴۹	۳-۲-۲ محاسبه تولید ناخالص ملی به روش ارزش افزوده
۴۹	۳-۲-۳ ارزش افزوده اقتصادی (EVA)
۵۲	۳-۲-۴ ارزش افزوده بازار
۵۳	۳-۳ معرفی مدل یازده گانه ی Timmers_FrameWork
۵۴	۳-۴ ابرمدل Reypport-framework
۵۹	فصل چهارم: چارچوب و جامعیت اجرایی EB
۶۰	۴-۱ مقدمه
۶۱	۴-۲ معرفی عوامل چهار گانه EB
۶۱	۴-۳ فرصتها و تهدیدها ایجاد EB برای SME ها
۷۱	۴-۴ مراحل فرآیند راه اندازی کسب و کار الکترونیکی
۷۳	۴-۵ مدیریت ریسک در مبادلات الکترونیکی
۷۶	۴-۶ تجارت الکترونیک و ریسک های بانکی
۷۷	۴-۷ مدیریت ریسک در سیستم پرداخت الکترونیکی
۷۹	۴-۸ مدیریت ریسک بازار
۸۳	فصل پنجم: تحلیل و مقایسه علمی معماریهای EB

۸۴	۱-۵ مقدمه
۸۵	۲-۵ معماری کسب و کار
۸۵	۳-۵ معماری کسب و کار در شهر الکترونیکی
۸۶	۴-۵ شهرهای کسب و کار مجازی الکترونیکی
۸۷	۵-۵ طراحی مدل‌های کسب و کار
۸۸	۱-۵-۵ انواع مدل‌های کسب و کار تحت Web
۸۹	۶-۵ مدل‌های کسب و کار موفق
۹۲	۷-۵ مدل‌های کسب و کار موفق در ایران
۹۵	فصل ششم: پیش‌نیازهای ایجاد یک کسب و کار الکترونیکی
۹۶	۱-۶ مقدمه
۹۹	۲-۶ اطلاعات لازم برای کسب و کار اینترنتی
۱۰۰	۱-۲-۶ الزامات لازم کسب و کار اینترنتی
۱۰۴	۳-۶ نقش موثر شبکه‌های اجتماعی در تجارت الکترونیکی
۱۱۲	۴-۶ نقش تبلیغات در کسب و کار الکترونیکی
۱۲۰	۵-۶ بزرگترین اشتباهات برای کسب و کار اینترنتی با فعالیت کسب و کار آنلاین
۱۲۲	۶-۶ چگونه یک E-Business Plan بنویسیم؟
۱۲۲	۱-۶-۶ مراحل یک طرح توجیهی
۱۲۷	فصل هفتم: مقایسه کسب و کار سنتی با کسب و کار الکترونیکی
۱۲۸	۱-۷ مقدمه
۱۲۹	۲-۷ تجارت الکترونیکی یا سنتی
۱۳۰	۳-۷ مزایای تجارت الکترونیک نسبت به تجارت سنتی
۱۳۲	۱-۳-۷ مزایای فروشگاه‌های الکترونیکی یا تجارت الکترونیک از دید مشتریان
۱۳۳	۲-۳-۷ مزایای فروشگاه‌های الکترونیکی یا تجارت الکترونیک از دید فروشندگان و یا ارائه‌دهندگان خدمات

۱۳۴	۳-۳-۷ مزایای تجارت الکترونیک نسبت به تجارت سنتی
۱۳۷	۴-۷ تفاوت تجارت الکترونیکی و تجارت سنتی
۱۴۰	۵-۷ تجارت الکترونیک یا تجارت اینترنتی کدامیک؟
۱۴۱	۶-۷ جایگاه تجارت الکترونیک در ایران
۱۴۲	۷-۷ دلایل عقب ماندگی تجارت الکترونیک در ایران
۱۴۳	۸-۷ بورس الکترونیک یا بورس سنتی کدام بهتر است؟
۱۴۷	فصل هشتم: قوانین کسب و کار و تجارت الکترونیکی
۱۴۸	۱-۸ مقدمه
۱۵۰	۲-۸ نیازهای تجارت الکترونیکی
۱۵۰	۳-۸ استانداردهای ایجاد اسناد در کسب و کار تجاری
۱۵۶	۴-۸ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیکی شکل های قانونی سازمان
۱۵۸	۴-۸-۱ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیکی - شماره های شناسایی و گواهینامه ها
۱۵۹	۴-۸-۲ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیکی - کپی رایت و علامت تجار
۱۵۹	۴-۸-۳ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیکی - بنیادهای اخلاق کسب و کار
۱۶۰	۴-۸-۴ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیکی - ایجاد خط مشی های آنلاین
۱۶۱	۵-۸ قوانین تجارت الکترونیک
۱۷۱	فصل نهم: پیدایش اقتصاد مقاومتی سیستمها و شرکتهای دانش بنیان
۱۷۲	۱-۹ مقدمه
۱۷۴	۲-۹ تعریف اقتصاد دانش بنیان
۱۷۵	۱-۲-۹ رابطه اقتصاد دانش بنیان و شرکت های دانش بنیان
۱۷۶	۲-۲-۹ اقتصاد مقاومتی
۱۸۳	۳-۹ پارک علم و فناوری چیست؟
۱۹۴	۴-۹ مرکز رشد