



بانکداری الکترونیک: رویکرد مدیریت دانش

مؤلف:

دکتر سید احمد شیبثی الحمیدی

(عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه)

مهدی قدس

(مدرس دانشگاه)

سرشناسه	:	شیبت الحمدي، سيداحمد، ۱۳۵۸ -
عنوان و نام پديدآور	:	بانكداري الكترونيكي با رويكرد مديريت دانش / مولف سيداحمد شيبت الحمدي، مهدي قدس.
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات شريفزاده، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهري	:	۳۱۵ص: مصور
شابك	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۴۸۱-۲۶-۳
وضعيت فهرست نويسي	:	فيا
موضوع	:	بانك و بانكداري -- نوآوري
موضوع	:	Banks and banking -- Technological innovations
موضوع	:	بانك و بانكداري -- مديريت
موضوع	:	Bank management
موضوع	:	مديريت دانش -- نوآوري
موضوع	:	Knowledge management -- Technological innovations
شناسه افزوده	:	س، مهدي
رده بندي كنگره	:	۹۱۱ ش ف ۱۶۰۷/۲ HG
رده بندي ديويي	:	۱ ۳۳
شماره كتابشناسي ملي	:	۵۰۳۰۹۶



نام كتاب	:	بانكداري الكترونيكي با رويكرد مديريت دانش
تاليف:	:	دكتور سيداحمد شيبت الحمدي - مهدي قدس
ناشر:	:	شريفزاده
سال انتشار	:	اول - ۱۳۹۶
شمارگان	:	۲۰۰
شابك	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۴۸۱-۲۶-۳
قيمت	:	۲۰۰۰۰۰ ريال

«كلييه حقوق براي انتشارات شريفزاده محفوظ است»

مرکز پخش و فروش: تهران - خ انقلاب - روبروی سینما بهمن - جنب بانک صادرات - پ ۱۳۵۶ - کتابفروشی

محسن

پیشگفتار

در عصر جدید زمان و سرعت، مکان و مسافت معنای تازه ای پیدا می کنند و با ارتباطات الکترونیکی، دنیا به اجتماع مجازی نزدیک به هم و کوچکی تبدیل می گردد که مارشال مک لوهان آن را دهکده جهانی می نامد. در این دهکده فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی به طور گسترده ای با فناوری اطلاعات و ارتباطات الکترونیکی درهم آمیخته و به عباراتی دیجیتالی شده است. امروزه به مدد فناوریهای جدید و شبکه گسترده جهانی و به خصوص اینترنت، شبکه های داخلی و خارجی، شاهد اقتصاد دیجیتالی، کسب و کار، تجارت الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی و غیره هستیم؛ از طرفی انسان هزاره سوم در تلاش است با شتاب دادن به روند توسعه و کاربری فناوری اطلاعات در بخش های مختلف نظام اجتماعی از الگوی سنتی ناصله گرفته و الگوی جدید متناسب با الزامات عصر اطلاعات ایجاد کند. تحولات چشمگیری در عصر بانکداری در جهان به واسطه الکترونیک حاصل شده است و این امر ما را ترغیب می نماید که نگاهی دقیق به ویژگی های مختلف این صنعت داشته باشیم؛ زیرا تحولات مزبور می تواند موجب دگرگونی عظیم در نظام بانکی بانکداری گردد که از آن جمله می توان به کاهش موانع جغرافیایی، عرضه خدمات بانکی به صورت کالایی قابل انتخاب، ظهور رقبای جدید، ایجاد پایگاه اطلاعاتی مشتریان و ... اشاره نمود.

دکتر سید احمد شیبثی الحمیدی^۱ مهدی قاسمی

۱۳۹۶

فهرست مطالب

۱	<u>فصل ۱: بانکداری الکترونیک</u>
۳	مفاهیم و چارچوب بانکداری
۷	اهمیت بانکداری الکترونیک
۱۰	تاریخچه بانکداری
۱۱	بررسی بانکداری الکترونیک در سایر کشورها
۱۳	بانکداری الکترونیک، در ایران
۱۷	شاخه های بانکداری الکترونیک
۲۰	مزایای بانکداری الکترونیک
۲۱	بانکداری اینترنتی
۲۲	خدمات نوین بانکی
۲۵	<u>فصل ۲: مبانی دانش</u>
۲۶	دانش
۳۱	معماری دانش
۳۳	تعاریف دانش
۳۵	طبقه بندی دیدگاههای دانش
۳۶	دلایل گرایش به مدیریت دانش
۳۶	روشهای مدیریت دانش:
۳۷	تسهیم دانش
۵۰	ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری

۴۰	<u>فصل ۳: بازاریابی الکترونیک</u>
۴۰	مفهوم بازاریابی الکترونیک
۴۱	مزایای یکارگیری بازاریابی اینترنتی
۴۳	علل تشکیل و نیاز به بازار الکترونیکی
۴۴	رویکرد شایستگی الکترونیکی
۴۶	اجزاء بازار یابی اینترنتی
۴۷	آینده بازاریابی اینترنتی
۴۸	تاثیر بازاریابی اینترنتیک و اینترنت و بر محصول
۴۹	مدل انتقال از بازاریابی سنتی به بازاریابی الکترونیک
۵۱	توسعه بازاریابی الکترونیک
۵۵	تعیین استراتژی بازاریابی الکترونیک
۵۷	عوامل موفقیت بازاریابی الکترونیک
۶۱	<u>فصل ۴: مدیریت دانش</u>
۶۷	خرد
۶۸	تمایز میان داده ، اطلاعات، دانش، خرد
۶۹	تبدیل داده به دانش
۷۰	انواع دانش
۷۲	تفاوت بین دانش صریح و دانش ضمنی
۸۱	مدیریت اطلاعات
۸۴	مراحل فرایند مدیریت دانش
۹۵	توسعه دانش

۹۸	ذخیره سازی دانش
۹۹	روز آمد سازی دانش
۱۰۱	شیوه های اشتراک دانش
۱۰۴	موانع اشتراک دانش در سازمان
۱۰۸	<u>فصل ۵: مدل‌های کیفیت خدمات</u>
۱۱۳	نظریات اعتماد
۱۱۴	عوامل ایجاد اعتماد و عدم اعتماد
۱۱۷	انواع اعتماد در سازمان
۱۱۹	دلایل ضرورت اعتماد در سازمان
۱۱۰	مزایای بکارگیری اعتماد برای سازمان
۱۱۵	فرایند برقراری اعتماد
۱۲۰	اعتماد مشتری
۱۴۷	کیفیت درک شده
۱۵۳	شاخص رضایت مشتری سوئد
۱۵۴	شاخص رضایت مشتری آمریکا
۱۵۵	شاخص رضایت مشتری سوئیس
۱۵۶	مدل شاخص رضایت مشتری اروپا
۱۸۴	استراتژی‌هایی برای ارائه خدمات باکیفیت به مشتریان
۱۸۷	برنامه مدیریت کیفیت خدمات
۱۹۳	<u>فصل ۶: سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی در بانکداری الکترونیک</u>
۱۹۴	مفهوم سرمایه اجتماعی

- ۱۹۵ زمینه تاریخی سرمایه اجتماعی
- ۱۹۷ نظریه‌های سرمایه اجتماعی
- ۱۹۹ کارکردهای سرمایه اجتماعی
- ۲۰۰ سرمایه اجتماعی در اندیشه جامعه‌شناسان کلاسیک
- ۲۰۳ مدل‌هایی برای سنجش سرمایه اجتماعی
- ۲۰۵ مدل کمی برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی
- ۲۰۸ معرفی مدل‌های مختلف سرمایه اجتماعی
- ۲۱۳ تاریخچه پیدایش مفهوم سرمایه فکری
- ۲۲۱ مدل‌های سنجش سرمایه فکری
- ۲۲۳ سنجش سرمایه فکری
- ۲۲۵ مدل‌های توصیفی سنجش سرمایه فکری
- ۲۴۲ گزارشگری سرمایه فکری
- ۲۴۵ فصل ۷: دانش آفرینی
- ۲۴۵ جنبه‌های دانش آفرینی
- ۲۴۶ تئوری پویایی دانش آفرینی سازمانی
- ۲۴۸ مفروضات تئوری پویایی دانش آفرینی سازمانی
- ۲۵۱ مدل فرایندی دانش آفرینی
- ۲۵۲ دیدگاه‌دارایی‌ها و بنیان دانش سازمان
- ۲۵۴ اکتساب دانش سازمانی
- ۲۵۵ ساختار سازمان و دانش آفرینی
- ۲۲۵ رویکرد پایه‌ای

۲۵۸	فصل ۸: تضمین کیفیت
۲۶۰	تعریف کیفیت از نظر استاندارد ایزو
۲۶۱	عوامل اساسی موثر بر کیفیت
۲۶۴	مستندات سیستم مدیریت
۲۶۵	خط مشی کیفیت
۲۶۷	روش های ارزیابی سیستم مدیریت کیفیت
۲۷۰	الزامات مستحساز
۲۷۲	مسئولیت مدیریت
۲۸۴	متدولوژی تضمین کیفیت
۲۸۷	تضمین کیفیت و نظارت
۳۰۶	نرم افزار تضمین کیفیت