

بہ نام خدا

تجارت و کسب و کار الکٹرونیکی

مؤلفان:

مہندس رامین مولانا پور

دکتر محمد طہماسبی

تجارت و کسب و کار الکترونیکی

مؤلفان: مهندس رامین مولاناپور، دکتر محمد طهماسبی

طراحی جلد و صفحه آرایی: همتا بیداریان

ناشر: انتشارات آتی نگر

ناشر همکار: ویا

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

چاپ اول: ۱۳۹۸

قیمت: ۳۴۰,۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۱۰۲-۳۶-۰

ISBN: 978-622-6102-36-0

حق چاپ برای انتشارات آتی نگر محفوظ است

نشانی دفتر فروش: خیابان جمالزاده جنوبی، بهروزی کوچه رشتچی، پلاک ۱۴۴، واحد ۱

تلفن: ۶۶۵۶۵۳۳۶

تلفن: ۶۶۵۶۵۳۳۶-۸



www.ati-negar.com * info@ati-negar.com

ISBN: 978-622-6102-36-0

سرشناسه: مولاناپور، رامین، ۱۳۵۲ -
تجارت و کسب و کار الکترونیکی / مؤلفان: رامین مولاناپور، محمد طهماسبی

تهران: آتی نگر، وینا ۱۳۹۸

۲۲۴ ص: مصور، جدول، نمودار.

وضعیت فهرست نویسی: فیا.

موضوع: بازرگانی الکترونیکی -- راهنمای آموزشی (عالی)

موضوع: Electronic commerce -- Study and teaching (Higher)

شناسه افزوده: طهماسبی، محمد، ۱۳۴۹ -

رده بندی کنگره:

رده بندی دیویی:

شماره کتابشناسی ملی:

HF۵۵۴۸/۳۲/م۸ت۳ ۱۳۹۸

۳۸۱/۱۴۲

۵۶۳۴۰۱۷

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار.....
۹	فصل اول: مروری بر تجارت و کسب و کار الکترونیکی.....
۹	۱-۱ تجارت الکترونیکی: تعاریف و مفاهیم.....
۱۳	۱-۲ مزایای تجارت الکترونیکی، طبقه‌بندی‌ها و محتوا.....
۲۰	۱-۳ مدل‌های کسب و کار در تجارت الکترونیکی.....
۲۹	مراجع.....
۳۳	فصل دوم: مباحث امنیتی تجارت الکترونیکی.....
۳۳	۲-۱ امنیت فناوری اطلاعات و تهدیدهای امنیتی.....
۳۸	۲-۲ موضوعات مهم امنیت در تجارت الکترونیکی.....
۴۲	۲-۳ مدیریت ریسک در امنیت تجارت الکترونیکی.....
۴۴	۲-۴ روش‌های ایمن‌سازی ارتباطات تجارت الکترونیکی.....
۵۶	مراجع.....
۵۹	فصل سوم: پرداخت الکترونیکی.....
۵۹	۳-۱ تحول در شیوه پرداخت.....
۶۲	۳-۲ استفاده از کارت‌های پرداخت به صورت Online.....
۶۹	۳-۳ کارت‌های هوشمند.....
۷۶	۳-۴ کارت‌هایی با ارزش اندوخته.....
۷۷	۳-۵ پرداخت‌های کوچک الکترونیکی و پرداخت‌های شخص به شخص.....
۷۹	۳-۶ چک‌های الکترونیکی.....
۸۰	۳-۷ نمایش و پرداخت صورتحساب‌های الکترونیکی.....
۸۴	۳-۸ پرداخت‌های الکترونیکی B2B.....
۹۰	مراجع.....
۹۵	فصل چهارم: مسائل حقوقی و قانونی کسب و کار الکترونیکی.....
۹۶	۴-۱ کسب و کار قانونی.....

۹۹	۴-۲ محل کسب و کار (در منزل)
۱۰۲	۴-۳ کسب مجوزهای کسب و کار
۱۰۳	۴-۴ تدوین استراتژی برای بهترین سازمان
۱۰۴	۴-۵ اداره شرکت به عنوان تنها مالک آن
۱۰۶	۴-۶ اشتراک مسئولیت با مشارکت
۱۰۷	۴-۷ شرکت با مسئولیت محدود (LLC)
۱۰۷	۴-۸ رسمی سازی با مشارکت
۱۰۹	۴-۹ تغییر سازمان متناسب با میزان رشد آن
۱۱۰	۴-۱۰ ثبت اهمیت نشان تجاری و حق مالکیت فکری
۱۱۱	۴-۱۱ ایجاد نشان تجاری، رای شما
۱۱۲	۴-۱۲ با کمی ایت از سرمایه گذاری خود محافظت کنید
۱۱۴	۴-۱۳ ثبت نام توسط خ افراد
۱۱۶	۴-۱۴ استفاده از دستیار های
۱۱۷	مراجع
۱۲۱	
۱۲۲	۵-۱ تاریخچه اینترنت و کسب و کار الکترونیکی
۱۲۵	۵-۲ قدرت فروش در اینترنت
۱۲۸	۵-۳ چه چیزهایی را می توان به صورت آنلاین فروخت؟
۱۳۴	۵-۴ مدل های رایج کسب و کار الکترونیکی
۱۳۷	مراجع
۱۳۹	
۱۳۹	۶-۱ استراتژی سازمانی: مفاهیم و اصطلاحات
۱۴۹	۶-۲ برنامه ریزی تجاری
۱۵۲	۶-۳ استراتژی تجارت الکترونیکی: مفاهیم و خصوصیات
۱۵۳	۶-۴ فاز شروع استراتژی الکترونیک
۱۵۹	۶-۵ تدوین استراتژی الکترونیک
۱۶۷	۶-۶ پیاده سازی استراتژی الکترونیکی
۱۷۴	۶-۷ استراتژی الکترونیکی و ارزیابی پروژه
۱۷۷	۶-۸ تجارت الکترونیکی جهانی
۱۸۴	۶-۹ تجارت الکترونیکی در شرکت های کوچک و متوسط

مراجع ۱۸۴

فصل هفتم: سیستم‌های کاربردی در کسب‌وکار الکترونیکی ۱۹۱

۷-۱ انواع سیستم‌های اطلاعاتی کسب‌وکار ۱۹۱

۷-۲ سیستم‌هایی که در کل شرکت مورد استفاده قرار می‌گیرند ۲۰۸

مراجع ۲۲۳

www.ketab.ir

پیشگفتار

این کتاب برطبق سرفصل جدید وزارت علوم برای درس تجارت و کسب و کار الکترونیک در مقطع کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات نگارش شده است. در این کتاب به مفاهیم و کلیات تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی، انواع مدل های تجارت الکترونیکی اعم از B2C، B2B و C2C پرداخته می شود. همچنین استراتژی های تجارت و کسب و کار الکترونیکی، مدل ها و زیرساخت های تجارت الکترونیکی نیز در این کتاب مورد بررسی قرار می گیرد.

امید است کتاب پیش رو مورد توجه کلیه مخاطبان از جمله دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات و اساتید این حوزه قرار گیرد. پیشنهادها، انتقادات و اشکالات احتمالی را با رایانه Kowlanapour@gmail.com یا پست میان بگذارید تا در ویرایش های بعدی ترتیب اثر داده شوند.

رامین مولاناپور

محمد طهماسبی