

تجارت الکترونیک: مفاهیم، کاربردها و چالشها

فرزانه زارع مهرجردی



شماره شابک ۹۷۸-۶۲۱-۶۷۲۷-۱۷-۴

سرشناسه: زارع مهرجردی، فرزانه، ۱۳۶۶-

عنوان و نام پدیدآور: تجارت الکترونیک: مفاهیم، کاربردها و چالشها/فرزانه زارع مهرجردی.

مشخصات نشر: مشهد: دستور، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری: ۲۰۸ص.

فروست: بازاریابی و بازرگانی، ۳.

شابک: 978-622-6727-17-4

وضعیت فهرست‌نویس: فیا

یادداشت: کتابنامه، ۲۰۶-۲۰۸.

موضوع: بازرگانی، اینترنتی

موضوع: Electronic commerce

رده‌بندی کنگره: HF ۵۵۴۸/۳۲۵

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷۲

شماره کتابشناسی ملی: ۶۲۱۶۴۴۰



- تجارت الکترونیک: مفاهیم، کاربردها و چالشها
- پدیدآورنده:
- فرزانه زارع مهرجردی
- نویسنده: چاپ: اول، تابستان ۱۳۹۹، قطع: وزیری (۲۰۸ صفحه)
- شابگردگان ۲۰ جلد، قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان
- رده‌بندی و صفحه‌آرایی: نویسنده
- طرح جلد: رضا تنجی، مورفتی و چاپ و صحافی: چاپ سپینا
- شماره ثبت: ۱۷-۶۷۲۷-۶۲۲-۹۷۸
- حق چاپ محفوظ است
- نشانی، مشهد، صندوق پستی ۹۱۸۰۵-۹۱۸۸۸ تلفن: ۰۹۱۵۳۱۴۸۲۷۷
- نمابر: ۰۵۱۳۷۶۶۴۴۶۱ پیام‌نگار: dasturpress93@gmail.com
- وبگاه: dasturpress.com

فهرست مندرجات

فصل اول	۹
تجارت الکترونیک	۹
پیش گفتار	۹
مفهوم تجارت الکترونیک	۱۰
تکامل تجارت الکترونیک	۱۳
ساختار تجارت الکترونیک	۱۶
ابعاد تجارت الکترونیک	۱۸
مزایای تجارت الکترونیک	۲۴
فصل دوم	۲۹
بازاریابی الکترونیک	۲۹
پیش گفتار	۲۹
مفهوم بازاریابی الکترونیک	۳۰
انواع بازاریابی های الکترونیک	۳۲
بازاریابی ویروسی	۳۵
بازاریابی محتوا	۳۶
تبلیغات الکترونیک	۳۹
چرخه بازاریابی الکترونیک	۴۱
فصل سوم	۴۵
فروشگاه الکترونیک	۴۵
پیشگفتار	۴۵
فروشگاه اینترنتی	۴۵
رضایت الکترونیک از فروشگاه اینترنتی	۴۹

تجارت الکترونیک: مفاهیم، کاربردها و چالشها

۵۲	اثر بخشی فروشگاه
۵۴	طراحی فروشگاه اینترنتی
۵۷	مؤلفه های موفقیت فروشگاه اینترنتی
۵۸	نماد
۵۹	پاسخگویی
۶۰	فضای بصری وبسایت
۶۳	انگازای دهنده گی
۶۴	وب نوال
۶۹	فصل چهارم
۶۹	تجارت شبکه های اجتماعی
۶۹	پیشگفتار
۶۹	شبکه های اجتماعی
۷۵	تجارت اجتماعی
۸۰	بازاریابی شبکه های اجتماعی
۸۵	مدل های تجارت اجتماعی
۸۹	فصل پنجم
۸۹	اعتماد در تجارت الکترونیک
۸۹	پیشگفتار
۹۰	اعتماد در تجارت الکترونیک
۹۱	تعاریف اعتماد
۹۴	ابعاد اعتماد
۱۰۰	سطوح اعتماد
۱۰۱	اعتماد در شکل گیری رابطه فروشنده و مشتری

۱۰۳	 شکل گیری اعتماد در محیط آنلاین
۱۰۸	 ریسک های موجود در خرید آنلاین
۱۱۰	 رویکردهای ایجاد اعتماد در فروشگاه های اینترنتی
۱۱۴	 فصل ششم
۱۱۴	 مدیریت رابطه با مشتری
۱۱۴	 پیشگفتار
۱۱۵	 بازاریابی رابطه مند
۱۱۸	 سرمایه بطةای
۱۲۰	 مشتری گرایی
۱۲۲	 مدیریت رابطه با مشتری
۱۳۱	 فصل هفتم
۱۳۱	 تبلیغات دهان به دهان الکترونیک
۱۳۱	 پیشگفتار
۱۳۲	 بازاریابی دهان به دهان
۱۳۳	 بازاریابی دهان به دهان الکترونیک
۱۳۷	 چگونگی تأثیر تبلیغات دهان به دهان
۱۴۰	 قدرت تأثیر گذاری تبلیغات شفاهی
۱۴۲	 عوامل مؤثر بر تبلیغات دهان به دهان
۱۴۷	 عوامل مؤثر بر تمایل خرید از طریق بازاریابی دهان به دهان
۱۵۱	 فصل هشتم
۱۵۱	 گیمیفیکیشن
۱۵۱	 پیشگفتار
۱۵۲	 بازی وار سازی (گیمیفیکیشن)

تجارت الکترونیک: مفاهیم، کاربردها و چالشها

کارکردهای گیمیفیکیشن	۱۵۶
مؤلفه‌های گیمیفیکیشن	۱۶۰
گیمیفیکیشن در تجارت الکترونیک	۱۶۲
فصل نهم	۱۶۶
رفتار مشتری در تجارت الکترونیک	۱۶۶
پیشگفتار	۱۶۶
مفهوم رفتار خرید	۱۶۶
رفتار خرید در تجارت الکترونیک	۱۶۸
تئوری‌های رفتار خرید آنلاین	۱۷۴
فصل دهم	۱۷۹
پذیرش تجارت الکترونیک	۱۷۹
پیش‌گفتار	۱۷۹
پذیرش تجارت الکترونیک	۱۷۹
-سودمندی ادراک شده	۱۸۴
سهولت ادراک شده	۱۸۶
اثر اجتماعی درک شده	۱۸۹
لذت درک شده	۱۹۲
درگیر شدن	۱۹۴
فصل یازدهم	۱۹۸
چالش‌های تجارت الکترونیک	۱۹۸
پیشگفتار	۱۹۸
موانع تجارت الکترونیکی	۱۹۹
کمبود زیرساخت‌ها	۲۰۲