

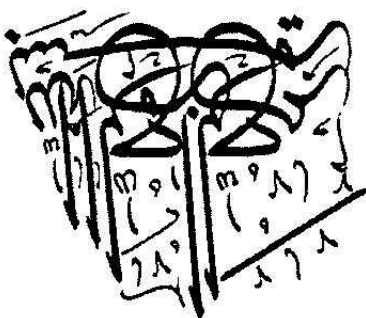
فصلنامه علمی پژوهشی

مجله:

(MBA) کار و کسب و مدیریت

دانشگاه آزاد اسلامی

www.ketab.ir



۰۲۱-۶۶۴۹۲۶۶۲ - تلفن - کتابروشی محسن

۱۳۵۴ پ صادرات - بانک بانک بهمن - روبروی سینما بهمن - انقلاب - تهران: فروش و فروش - مرکز پیش

«کتاب حقوق برای انتشارات شریفزاده محفوظ است»

نام کتاب : اکوسیستم بانکداری با رویکرد مدیریت حرفه ای کسب و کار (MBA)
 تألیف : فاطمه حکیمی سینی
 ناشر : شریفزاده
 سال انتشار : ۱۴۰۰ - چاپ اول
 شمارگان : ۵۰۰
 شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۲۱-۲۹-۴
 قیمت : ۸۰۰۰۰ تومان



حکیمی سینی، فاطمه، ۱۳۵۹ -
 اکوسیستم بانکداری با رویکرد مدیریت حرفه ای کسب و کار (MBA) / مولف: فاطمه حکیمی سینی.
 تهران: شریفزاده، ۱۴۰۰.
 ۲۳۶ ص: جدول.
 ۹۷۸-622-7721-29-4
 شابک.
 بانکداری اینترنتی
 Internet banking
 بانک و بانکداری -- تکنولوژی اطلاعات
 Banks and banking -- Information technology
 بانکداری الکترونیکی
 Electronic commerce
 v/HB۱۷۰۸
 ۰۲۴۰۰۲۸۲۴۶۷۸/۳۳۲
 رده بندی دیویی
 رده بندی کنگره
 شماره کتابخانه ملی
 اطلاعات رگورد کتابخانه
 موضوع
 یادداشت
 وضعیت فهرست نویسی
 سایر
 مشخصات ظاهری
 مشخصات نشر
 عنوان و نام پدیدآور
 سرشناسه

فهرست مطالب

۱۳	پیشگفتار
۱۵	فصل اول
۱۵	مبانی اکوسیستم بانکداری
۱۵	مقدمه
۱۹	تشریح ابعاد اصلی اکوسیستم بانکداری دیجیتال
۱۹	هسته اصلی مدل
۱۹	لایه فعالیت‌های اصلی بانکداری دیجیتال
۲۰	لایه توانمند سازها در بانکداری دیجیتال
۲۰	لایه ابعاد چهارگانه زیرساخت‌ها بانکداری دیجیتال
۲۱	لایه ابزارها، خدمات و محصولات بانکداری دیجیتال
۲۳	اکوسیستم‌های مشتری محور: شبکه ای از شرکت‌های در هم تنیده
۲۳	۱- هم آهنگ ساز لحظه‌های چرخه عمر (Life moments orchestrator)
۲۳	۲- هم آهنگ ساز بازارگاه (Marketplace orchestrator)
۲۳	۳- شرکت کننده در اکوسیستم شخص ثالث (Third party ecosystem participant)
۲۳	۴- بستر (سکوی) بانکداری باز (Open banking platform)
۲۴	۵- بستر ارجاع (Referral platform)
۲۴	خلق ارزش از طریق اکوسیستم‌های بانکی
۲۴	گسترش و توسعه روابط مبنایی
۲۴	ایجاد جریان‌های درآمدی جدید
۲۴	کاهش ریزش (ترک) مشتری
۲۵	دورنمای محرک‌های کلیدی تغییرات در اکوسیستم‌های بانکی

۲۵	• گرایش (نگرش) مشتری
۲۵	• فن آوری
۲۵	• رقبا
۲۶	• مبانی پیشرفت اکوسیستم های بانکی
۲۶	• داده ها
۲۷	• مقررات و الزامات نظارتی
۲۷	• زیرکی، چالاکی و مهارت
۲۷	• توجه به تجربیات
۳۰	• بانکداری یکپارچه یا همه کاره (بانکداری امنی چنل)
۳۱	• بانکداری مازولار
۳۱	• بانکداری رسانه اجتماعی
۳۱	• بانکداری باز
۳۱	• بانکداری هوشمند و بانکداری شناختی
۳۲	• بانکداری بر بستر بلاکچین
۳۲	• اکوسیستم بانکداری دیجیتال
۳۵	• فصل دوم
۳۵	• کیفیت خدمات الکترونیک بانکی
۳۵	• مقدمه:
۳۷	• اهمیت تجارت الکترونیک
۳۸	• مدل های تجارت الکترونیک
۳۸	• تجارت الکترونیک بنگاه با بنگاه
۳۹	• تجارت الکترونیکی بین بنگاه و مصرف کننده (خرده فروشی)

۳۹	تجارت الکترونیکی بین مصرف کننده و مصرف کننده
۳۹	هر گونه امور کسب و کار بین دولت و بنگاه
۴۰	مزایای تجارت الکترونیک
۴۱	نفوذ تجارت الکترونیک در کسب و کارهای ایران و جهان
۴۳	کیفیت خدمات الکترونیک
۴۳	مفهوم کیفیت خدمات
۴۵	تعریف کیفیت خدمات
۴۶	کیفیت فنی
۴۶	کیفیت عملیاتی
۴۷	ابعاد کیفیت خدمات
۵۱	دلایل پیروی سازمان ها از استراتژی بهبود کیفیت خدمات
۵۲	کیفیت خدمات و رضایتمندی مشتریان
۵۵	فصل سوم
۵۵	سیاست های مدیریت حرفه ای کسب و کار
۵۵	مقدمه
۵۵	تجارت الکترونیکی
۵۶	منافع تجارت الکترونیکی
۵۶	منافع تجارت الکترونیکی برای بنگاهها و سازمانها
۵۸	منافع تجارت الکترونیک برای مشتریان یا مصرف کنندگان
۵۹	منافع تجارت الکترونیکی برای جامعه
۵۹	بازار الکترونیکی
۶۱	اجزای تشکیل دهنده بازار الکترونیکی

۶۲	انواع بازار الکترونیکی
۶۲	بازار الکترونیکی عمومی
۶۲	بازار الکترونیکی مشارکتی
۶۲	آمادگی الکترونیکی
۶۴	لزوم آمادگی الکترونیکی
۶۵	اهداف آمادگی الکترونیکی
۶۶	ارزیابی آمادگی الکترونیکی
۷۲	نمونه ای از بازارهای الکترونیکی عمومی
۷۲	ebay
۷۳	علی بابا
۷۴	بازار الکترونیکی ایران
۷۷	فصل چهارم
۷۷	هوشمندی و مدیریت حرفه ای کسب و کار و بانکداری
۷۷	مقدمه
۷۹	مبانی نظری پژوهش
۷۹	هوشمندی کسب و کار
۸۵	هوشمندی کسب و کار الکترونیک
۸۸	تاریخچه هوشمندی کسب و کار
۸۹	سیر تکامل هوش کسب و کار
۹۰	اهداف سیستم‌های هوش کسب و کار
۹۲	اهمیت هوش تجاری
۹۵	سودمندی های بالقوه کاربرد سیستم‌های هوش تجاری

۹۷	عوامل موثر بر هوشمندی کسب و کار
۹۸	موانع هوشمندی کسب و کار
۱۰۱	اجزاء و مهارت‌های لازم برای ارتقاء هوشمندی کسب و کار
۱۰۳	دسته بندی کلی ابزارهای هوشمندی کسب و کار
۱۰۳	انباره داده:
۱۰۴	مرکز داده:
۱۰۴	صفحات گسترده:
۱۰۴	پردازش برخط:
۱۰۴	داشبوردهای مدیریتی:
۱۰۵	داده کاوی:
۱۰۶	کاوش فرایندها:
۱۰۸	ریسک‌های اجرای هوش تجاری
۱۱۰	تعیین عوامل کلیدی موفقیت هوش تجاری
۱۱۲	شرح برخی از عوامل کلیدی موفقیت هوش تجاری
۱۱۴	هوش کسب و کار اجتماعی
۱۱۵	مقایسه هوش کسب و کار اجتماعی و هوش کسب و کار
۱۱۷	فصل پنجم
۱۱۷	هوش مصنوعی و فناوری های مالی در کسب و کار حرفه ای
۱۱۷	مقدمه:
۱۱۷	۱. جستجوی تصویری:
۱۱۷	۲. یکپارچه شدن دنیای واقعی و مجازی:
۱۱۸	۳. شخصی سازی:

۱۱۸	۴. ظهور دستگاه های خرید مجازی:
۱۱۸	تاثیر AI در کسب و کار
۱۱۹	تاثیر هوش مصنوعی AI بر کرونا
۱۱۹	ژاپنی ها پیشگام در زمینه هوش مصنوعی
۱۲۰	بانکها و استفاده از AI
۱۲۱	استفاده از هوش مصنوعی جهت تصمیم گیری بهتر در خرید
۱۲۱	بحث داغ رباتها
۱۲۲	هوش مصنوعی و رباتها در تجارت الکترونیک
۱۲۲	فین تک
۱۲۳	کاربردهای فین تک
۱۲۴	افقهای گستردهی فین تک
۱۲۵	فین تک و فناوریهای نو
۱۲۵	چشم انداز فین تک
۱۲۷	قوانین فین تک
۱۲۹	فصل ششم
۱۲۹	اخلاق حرفه ای در مدیریت حرفه ای کسب و کار
۱۲۹	مقدمه:
۱۲۹	اعتماد سازمانی
۱۳۰	تاریخچه اعتماد
۱۳۱	واژه شناسی اعتماد
۱۳۲	تعاریف اعتماد از دیدگاه دانشمندان مختلف
۱۳۴	تعریف مفهومی اعتماد

۱۳۵	اطمینان
۱۳۵	همکاری
۱۳۶	قابلیت پیش بینی
۱۳۶	ابعاد اعتماد
۱۳۸	اعتماد در عرصه تعاملات فردی
۱۴۰	تصویر اعتماد در روابط سازمانی
۱۴۰	مفهوم سازی اعتماد در ادبیات سازمانی
۱۴۲	اعتماد سازمانی چیست؟
۱۴۳	ویژگی های اعتماد سازمانی
۱۴۴	اعتماد و نظریه پردازان سازمانی
۱۴۴	مک گریگور
۱۴۴	لیکرت
۱۴۵	آرجیس
۱۴۵	پیترز
۱۴۵	تاثیر متقابل اعتماد سازمانی و فردی
۱۴۶	اعتماد سازی
۱۵۰	بی اعتمادی و پیامدهای کمبود اعتماد
۱۵۸	شایستگی:
۱۵۸	خود ارجاعی و روابط اقتضایی دوگانه:
۱۵۸	برابری:
۱۵۹	امنیت و ثبات:
۱۵۹	فلسفه مدیریتی:

پیشگفتار

به طور سنتی سازمانها از رویکرد استراتژی رقابتی در تدوین راهبردهای خود استفاده میکنند. در صورتی که در فضای کسبوکار امروز که در آن سازمانها تعامل بیشتری با یکدیگر داشته و بر یکدیگر اثر میگذارند، مدیریت استراتژیک نیازمند طرز فکری جدید و دیدگاهی تعاملی به منظور جایگزین کردن رویکرد رقابتی - مشارکتی با رویکرد رقابتی است. این دیدگاه جدید در مفهوم «اکوسیستم کسب وکار» تجلی پیدا میکند. اکوسیستم کسب وکار شبکه ای از بازیگران مختلفی است که موفقیت و بقای آنها به یکدیگر وابسته است. براساس این مفهوم، سازمانهای امروزی نه به صورت بازیگران مجزا بلکه باید به صورت جزئی از یک اکوسیستم در نظر گرفته شوند. این سازمانها درون شبکه ای متشکل از بازیگران مختلف به فعالیت میپردازند، از این رو استراتژی آنها باید هم براساس محیط درون و برون سازمان (استراتژی سطح سازمان) و هم براساس تعامل با سایر بازیگران (استراتژی سطح اکوسیستم کسب وکار) تدوین شود مدل کسبوکار کنونی بانکداری دارای رویکرد مبتنی بر محصول است و فرآیندهای اصلی در این مدل باعث افزایش سطح پیچیدگی و عدم انعطاف پذیری آن شده اند. بنابراین، بانکها جهت حفظ عملکرد مناسب خود مجبور به افزایش سرمایه انسانی خود شده اند و به این ترتیب در سالهای اخیر، نسبت به تغییرات در محیط کسبوکار به کندی واکنش نشان داده اند و تمایل زیادی برای نوآوری نداشته اند. اکوسیستم بانکداری دیجیتال به عنوان بانکداری آینده، راهکاری برای ایجاد تحول دیجیتال در صنعت بانکداری است. در راستای حرکت از مدل کسبوکار بانکداری سنتی به رویکرد اکوسیستمی، استراتژی بانکها دچار تغییر اساسی شده و تمرکز آنها به جای محصولات بر مشتریان قرار گرفته است. بر این اساس، بانکها باید شیوه عملیات خود را تغییر دهند تا بتوانند انعطاف پذیری، میزان دسترسی و شفافیت را برای مشتریان افزایش دهند.

حکیمی.