



۱۱	فصل اول اصول تجارت الکترونیکی
۱۳	تاریخچه مختصر تجارت الکترونیکی
۱۴	تعاریف تجارت الکترونیکی
۲۰	تجارت الکترونیکی در برابر تجارت سنتی
۲۲	طبقه بندی تجارت الکترونیکی از دیدگاه های متفاوت
۲۶	جایگاه تجارت الکترونیکی در آینده
۲۸	عوامل محرک تجارت الکترونیکی
۳۳	منافع و محدودیت های تجارت الکترونیکی
۴۱	فصل دوم بازارهای الکترونیکی (ساختارها، مکانیزم ها و تاثیرات اقتصادی)
۴۲	بازارهای الکترونیکی
۴۴	انواع بازارهای الکترونیکی: از فروشگاه ها تا پورتال ها
۴۸	واسطه ها در تجارت الکترونیکی
۵۱	کاتالوگ های الکترونیکی و دیگر مکانیزم های بازاریابی
۵۵	مبادلات کالا به کالا و مذاکرات آنی
۵۵	مفهوم رقابت در اقتصاد دیجیتال
۵۹	فصل سوم خرده فروشی در تجارت الکترونیکی (محصولات و خدمات)
۶۱	بازاریابی اینترنتی و خرده فروشی الکترونیکی
۶۴	مدل کسب و کاری خرده فروشی الکترونیکی
۶۶	خدمات مسافرتی و گردشگری الکترونیکی
۶۸	کاریابی الکترونیکی و بازار آنی
۷۱	بنگاه های خرید و فروش مسکن، بیمه و بورس الکترونیکی
۷۲	بانکداری الکترونیکی



۷۷	فصل چهارم تاثیر تجارت الکترونیکی بر رفتار مصرف کننده، تحقیقات بازار و تبلیغات
۷۸	مدل رفتار مصرف کننده تجارت الکترونیکی
۸۳	نقش افراد در فرآیند تصمیم گیری خرید
۸۵	بازاریابی یک به یک، وفاداری و اعتماد در تجارت الکترونیکی
۹۱	ارائه خدمات به مشتریان در فضای اینترنت
۹۲	نقش عوامل هوشمند در رفتار مصرف کنندگان
۹۳	تحقیقات بازار در تجارت الکترونیکی
۹۸	بازاریابی اینترنتی در B2B
۹۹	تبلیغات در اینترنت
۱۰۰	انواع روش های تبلیغاتی در اینترنت
۱۰۲	استراتژی های تبلیغاتی
۱۰۷	فصل پنجم تجارت الکترونیکی B2B (خرید و فروش در بازارهای الکترونیکی خصوصی)
۱۰۸	عوامل محرک تجارت الکترونیکی B2B
۱۱۰	تبادلات یک به چند: بازارهای الکترونیکی طرف فروش
۱۱۲	روش های خرید
۱۱۳	بازارهای الکترونیکی و خرید الکترونیکی
۱۱۴	سازمان مجازی
۱۱۷	فصل ششم زیرساخت ها و شبکه های سازمانی در تجارت الکترونیکی
۱۱۸	امکانات ارتباطی موجود در اینترنت
۱۱۸	بستر فیزیکی اینترنت
۱۱۹	جانمایی (Topology) متداول اینترنت
۱۲۰	پروتکل های اینترنت

۱۳۲	روش های امنیتی در اینترنت
۱۳۳	مجموعه های تجارت الکترونیکی
۱۳۵	ویژگی های اینترنت، اینترنت و اکسترنت
۱۳۶	فصل هفتم موضوعات امنیتی و قانونی تجارت الکترونیکی
۱۳۲	امنیت وظیفه ای فراگیر
۱۳۳	ملاحظات اساسی امنیت
۱۳۴	انواع تهدیدات و تهاجمات امنیتی در تجارت الکترونیکی
۱۳۷	مدیریت امنیت تجارت الکترونیکی
۱۳۸	موضوعات اخلاقی
۱۳۹	موضوعات قانونی
۱۴۳	فصل هشتم سیستم های پرداخت الکترونیکی
۱۴۴	تاریخچه پرداخت ها
۱۴۵	کارت های الکترونیکی پرداخت
۱۴۹	کارت های هوشمند
۱۵۰	کارت های با ارزش ذخیره شده
۱۵۱	پول الکترونیکی
۱۵۱	امنیت در پرداخت الکترونیکی
۱۵۵	فصل نهم استراتژی تجارت الکترونیکی
۱۵۶	فرآیند برنامه ریزی استراتژیک
۱۵۹	برنامه ریزی کسب و کار
۱۶۱	استراتژی تجارت الکترونیکی
۱۶۳	فرآیند برنامه ریزی استراتژیک تجارت الکترونیکی



۱۷۰

ملاحظات اساسی در زمان اتمام برنامه ریزی استراتژیکی

۱۷۱

گام هایی در جهت موفقیت برنامه های تجارت الکترونیکی

۱۷۳

منابع