

فهرست مطالب

مقدمه مترجم	۹
-------------------	---

فصل ۱: ظهور و تحول تجارت الکترونیک

اهداف آموزشی	۱۳
مقدمه	۱۳
۱.۱. ۳۰ ثانیه اول: اهمیت مطالعه تجارت الکترونیک	۱۵
۱.۲. مقدمه‌ای بر تجارت الکترونیک	۱۷
تجارت الکترونیک چیست؟	۱۷
تفاوت تجارت الکترونیک و کسب‌وکار الکترونیک	۱۸
فناوری‌های پایه‌ای و سازنده تجارت الکترونیک: اینترنت،	۲۰
وب و بستر دستگاه‌های همراه	۲۰
تحولات مهم در تجارت الکترونیک	۲۴
تجارت و کسب‌وکار	۲۶
فناوری	۲۷
جامعه	۲۸
۱.۳. هشت ویژگی منحصربه‌فرد فناوری تجارت الکترونیک	۳۱
فراگیربودن	۳۴
دسترسی جهانی	۳۵

استانداردهای جهانی	۳۵
پرمایگی	۳۷
ارتباط دوطرفه	۳۷
تراکم اطلاعات	۳۸
شخصی‌سازی و سفارشی‌سازی	۴۰
فناوری اجتماعی: محتوای ایجادشده توسط کاربران و شبکه‌های اجتماعی	۴۱
۱.۴. انواع تجارت الکترونیک	۴۲
تجارت الکترونیک بنگاه-مصرف‌کننده (B2C)	۴۲
تجارت الکترونیک بنگاه-بنگاه (B2B)	۴۵
تجارت الکترونیک مصرف‌کننده-مصرف‌کننده (C2C)	۴۷
تجارت الکترونیک سیار (M-Commerce)	۴۸
تجارت الکترونیک اجتماعی	۴۹
تجارت الکترونیک محلی	۵۰
۱.۵. تجارت الکترونیک: مرور تاریخی کوتاه	۵۲
دوره اول: دوره اختراع و ابداع تجارت الکترونیک (سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۰۰)	۵۴
دوره دوم: دوره تقویت و تثبیت تجارت الکترونیک (سال‌های ۲۰۰۱-۲۰۰۶)	۶۱
دوره سوم: دوره ابداع و نوآوری مجدد در تجارت الکترونیک	۶۲
(از سال ۲۰۰۷ تاکنون)	۶۲
ارزیابی تجارت الکترونیک: موفقیت‌ها، شگفتی‌ها، و شکست‌ها	۶۳
۱.۶. درک تجارت الکترونیک: سازماندهی موضوعات	۷۱
فناوری: زیرساخت‌ها	۷۳
کسب‌وکار: مفاهیم پایه	۷۴
جامعه: مهارکردن نیروی عظیم مخرب	۷۴
۱.۷. رشته‌های دانشگاهی و علمی مرتبط با تجارت الکترونیک	۷۶
رویکردهای فنی	۷۶
رویکردهای رفتاری	۷۷
۱.۸. مرور فصل	۷۸
مفاهیم کلیدی	۷۸
پرسش‌های فصل	۸۳

طرح‌های پژوهشی	۸۴
منابع	۸۵

فصل ۲: مفاهیم و الگوهای کسب‌وکار

اهداف آموزشی	۸۹
۲.۱. الگوهای کسب‌وکار در تجارت الکترونیک	۸۹
مقدمه	۸۹
هشت عنصر کلیدی الگوی کسب‌وکار	۹۰
قضیه ارزش کالا	۹۱
الگوی درآمد	۹۳
فرصت بازار	۹۷
محیط رقابتی	۹۹
مزیت رقابتی	۱۰۰
راهبرد بازار	۱۰۳
توسعه سازمانی	۱۰۴
گروه مدیریت	۱۰۵
تأمین سرمایه	۱۰۷
طبقه‌بندی الگوهای کسب‌وکار در تجارت الکترونیک: برخی مشکلات	۱۱۳
۲.۲. الگوهای اصلی کسب‌وکار بنگاه-مصرف‌کننده (B2C)	۱۱۵
خرده‌فروشی الکترونیک	۱۱۵
ارائه‌دهندگان فضای اجتماعی	۱۱۹
ارائه‌دهندگان محتوا	۱۲۲
پورتال‌ها	۱۲۳
واسطه‌های معاملات	۱۲۵
بازارسازها	۱۲۷
ارائه‌دهندگان خدمات	۱۲۹
۲.۳. الگوهای اصلی کسب‌وکار بنگاه-بنگاه (B2B)	۱۳۱
توزیع‌کننده‌های الکترونیک	۱۳۲
تدارکات الکترونیک	۱۳۴

۱۳۵	بورس‌ها
۱۳۶	ائتلاف یا کنسرسیوم صنعتی
۱۳۷	شبکه‌های صنعتی خصوصی
۱۳۸	۲.۴. چگونه اینترنت و وب باعث تحول کسب‌وکار می‌شوند:
۱۳۸	راهبرد، ساختار و فرایند
۱۳۹	ساختار صنعت
۱۴۴	زنجیره‌های ارزش صنعت
۱۴۶	زنجیره‌های ارزش بنگاه
۱۴۷	شبکه‌های ارزش بنگاه‌ها
۱۴۸	راهبرد کسب‌وکار
۱۵۷	فناوری تجارت الکترونیک و تخریب الگوهای کسب‌وکار
۱۶۱	۲.۶. مرور فصل
۱۶۱	مفاهیم کلیدی فصل
۱۶۴	پرسش‌های فصل
۱۶۶	طرح‌های پژوهشی
۱۶۷	منابع