

فهرست

گفتار ۱ - معرفی کتاب

۱-۱. معرفی کتاب ۱۴

بخش یکم: رویکرد عمومی ارزشیابی

گفتار ۲ - ارزشیابی دارایی‌های نامشهود

- ۱-۲. هدف از ارزشیابی شرکت ۲۶
- ۲-۲. مدل‌سازی و برنامه‌ریزی تجاری دیجیتال به عنوان پیش‌نیاز ارزشیابی ۲۹
- ۳-۲. رویکرد ترازنامه‌ای ۳۳
- ۴-۲. رویکرد درآمدی ۳۵
- ۱-۴-۲. سود نرمال‌شده برآوردی ۳۵
- ۲-۴-۲. انتخاب نرخ سرمایه‌ای کردن ۳۷
- ۳-۴-۲. انتخاب فرمول سرمایه‌ای کردن ۳۸
- ۵-۲. رویکرد سرمایه - سود ترکیبی ۳۸
- ۶-۲. برتری رویکرد مالی ۴۱
- ۱-۶-۲. مدل قیمت‌گذاری دارایی سرمایه‌ای و مدل تنزیل سودهای سهام ۵۰
- ۷-۲. رویکردهای تجربی ۵۵
- ۱-۷-۲. ارزش افزوده اقتصادی ۶۱
- ۸-۲. بدهی‌های مالیاتی بالقوه ۶۲
- ۹-۲. صرف‌های اکثریت و کسرهای اقلیت ۶۲
- ۱۰-۲. رویکرد کنترل ۶۴
- ۱۱-۲. ارزش حسابداری دارایی‌های نامشهود ۶۴
- ۱-۱۱-۲. دارایی‌های نامشهود و مخارج به دارایی منظور شده ۶۶
- ۲-۱۱-۲. مؤلفه‌های ارزشیابی، غلبه بر معمای حسابداری ۶۷
- ۱۲-۲. ارزشیابی دارایی‌های نامشهود طبق استاندارد بین‌المللی ارزشیابی ۲۱۰ ۷۰
- ۱-۱۲-۲. رویکرد بهای تمام شده ۷۳
- ۲-۱۲-۲. رویکرد درآمدی/مالی ۷۴
- ۳-۱۲-۲. رویکرد بازار ۷۷
- ۱۳-۲. دارایی‌های نامشهود با عمر مفید معین و نامعین ۷۸
- ۱۴-۲. دارایی‌های نامشهود مازاد ۸۰
- ۱۵-۲. دارایی‌های نامشهود با ارزشیابی دشوار ۸۱
- ۱۶-۲. دیدگاه مبتنی بر منبع و کارت امتیاز متوازن: نکات مقدماتی ۸۱

- ۱۷-۲. نقشه راه نامشهود: از حق اختراع‌ها و نام‌های تجاری تا بلاک‌چین‌ها، و ... ۸۳
- ۱۸-۲. سود قبل از بهره و مالیات و استهلاک حاصل از دارایی‌های نامشهود ۸۴
- پیوست ۱: ارتباط متقابل میانگین موزون هزینه سرمایه و سایر نسبت‌های مالی مهم ۸۵

گفتار ۳- مقیاس‌پذیری دیجیتال و اختیارات رشد

- ۱-۳. مقدمه ۸۸
- ۲-۳. مقیاس‌پذیری افقی و عمودی ۸۹
- ۳-۳. مقیاس‌پذیری دیجیتال ۹۲
- ۴-۳. مقیاس‌پذیری به عنوان یک اختیار در دسترس ۹۴
- ۵-۳. تأثیر دارایی‌های نامشهود مقیاس‌پذیر بر مخارج سرمایه‌ای و مخارج عملیاتی ۹۵
- ۶-۳. زمینه حسابداری: اهرم عملیاتی ۹۹
- ۷-۳. تجزیه و تحلیل نقطه سر به سر ۱۰۳
- ۸-۳. تأثیر مقیاس‌پذیری بر ارزشیابی شرکت ۱۰۶
- ۹-۳. سودآوری شرکتی و مقیاس‌پذیری ۱۰۹
- ۱۰-۳. قانون متکالف ۱۱۰
- ۱۱-۳. قانون مور و سایر الگوهای مقیاس‌پذیری ۱۱۳
- ۱۲-۳. رشد تصاعدی ۱۱۹
- ۱۳-۳. مکان‌یابی جغرافیایی و قابلیت ردیابی ۱۲۳
- ۱۴-۳. از مقیاس‌پذیری دیجیتال تا گسترش رعدآسا ۱۲۴
- ۱۵-۳. تجارت الکترونیک و مبادلات اینترنتی مقیاس‌پذیر ۱۲۶
- ۱۶-۳. زنجیره‌های عرضه دیجیتال و مقیاس‌پذیر ۱۲۶
- ۱۷-۳. تبدیل دیجیتال ۱۲۹
- ۱۸-۳. پلتفرم‌های دیجیتال مبتنی بر شبکه ۱۳۱
- ۱۹-۳. برنامه‌ریزی تجاری پایدار ۱۳۳
- ۲۰-۳. نمونه‌هایی از تغییرات اهرم عملیاتی ۱۳۵

بخش دوم: فناوری

گفتار ۴- ارزشیابی دانش فنی

- ۱-۴. محیط توأم با عدم اطمینان پیرامون «دانش فنی»، میان سازمان و فناوری ۱۴۰
- ۲-۴. تکرارپذیری گاليله و صنعتی‌سازی روش‌های علمی تجربی ۱۴۳
- ۳-۴. حفاظت، هم‌رسانی و انتقال دانش فنی ۱۴۴
- ۴-۴. ارزشیابی اقتصادی و مالی ۱۴۶
- ۱-۴-۴. رویکرد رهایی از حق امتیاز ۱۴۸

- ۲-۴-۴. رویکرد درآمدهای اضافی ایجاد شده..... ۱۴۸
- ۳-۴-۴. برآورد مخارج تحمل شده (یا مخارج تولید مجدد)..... ۱۴۹
- ۴-۴-۴. رویکرد ترازنامه‌ای پیچیده..... ۱۵۰
- ۵-۴-۴. رویکرد ترکیبی سرمایه - درآمد، با برآورد مستقلی از سرفلی..... ۱۵۰
- ۵-۴. نوآوری در محصول و فرایند..... ۱۵۱
- ۶-۴. دانش فنی و شایستگی اعتباری..... ۱۵۲
- ۷-۴. تأثیر هوش مصنوعی و دیجیتال شدن بر دانش فنی..... ۱۵۲

گفتار ۵ - ارزشیابی حق اختراع

- ۱-۵. حق اختراع: معرفی..... ۱۵۶
- ۲-۵. از دانش فنی تا حق اختراع..... ۱۵۸
- ۳-۵. حسابداری به عنوان پیش‌نیاز ارزشیابی..... ۱۵۸
- ۴-۵. اعطای مجوز یا فروش؟..... ۱۵۹
- ۵-۵. رویکرد ارزشیابی جامع..... ۱۶۳
- ۶-۵. رویکردهای بر پایه بهای تمام شده..... ۱۶۷
- ۷-۵. ارزشیابی‌های بازار و خالص ارزش فعلی..... ۱۶۸
- ۸-۵. عوامل مقایسه‌پذیر..... ۱۷۰
- ۹-۵. رویکرد بر پایه درآمد..... ۱۷۲
- ۱۰-۵. اختیارات در دسترس..... ۱۷۴
- ۱۱-۵. تکنیک‌های ارزشیابی سرانگشتی..... ۱۷۵
- ۱۲-۵. پیش‌بینی نتایج حق اختراع با کلان‌داده‌ها و برآوردهای تصادفی..... ۱۷۵
- ۱۳-۵. شرکت‌های فناوری پزشکی و زیست‌فناوری و چرخه انتقال فناوری..... ۱۷۶
- ۱۴-۵. تأثیر دیجیتال شدن بر حق اختراع..... ۱۷۷

گفتار ۶ - ارزشیابی شرکت‌های نوبنیان و فناوری‌های مالی

- ۱-۶. سرمایه ریسکی برای رشد..... ۱۸۰
- ۲-۶. انواع سرمایه‌گذاری‌ها، واسطه‌ها و توانایی جذب پول..... ۱۸۱
- ۱-۲-۶. وام‌های شرکت‌های نوبنیان و فعالیت‌های سرمایه مخاطره‌پذیر..... ۱۸۲
- ۲-۲-۶. تأمین مالی برای گسترش و توسعه..... ۱۸۴
- ۳-۲-۶. تأمین مالی تغییر و اصلاح ساختارهای مالکانه..... ۱۸۵
- ۴-۲-۶. ارزشیابی شرکت در مقیاس تجاری..... ۱۸۷
- ۳-۶. فرایند سرمایه‌گذاری..... ۱۸۷
- ۴-۶. رهنمودهای بین‌المللی ارزشیابی سرمایه خصوصی و سرمایه مخاطره‌پذیر..... ۱۹۵

- ۱۹۷..... ۱-۴ع. برآورد ارزش منصفانه در شرکت‌های سرمایه‌پذیر
- ۱۹۸..... ۲-۴ع. برآورد ارزش منصفانه سرمایه‌گذاری در شرکت‌های پرتفوی
- ۱۹۸..... ۵ع. ارزیابی شرکت نوبینان با درخت‌های دوجمله‌ای
- ۲۰۱..... ۶ع. روش سرمایه مخاطره‌پذیر
- ۲۰۲..... ۷ع. ارزش تصفیه شرکت‌های با پشتوانه مخاطره‌پذیر
- ۲۰۴..... ۸ع. پذیرفته شدن در بورس سهام و سایر رویه‌های خروج از شرکت
- ۲۰۵..... ۹ع. ارزشیابی پرتفوی سرمایه‌گذاری با ارزش خالص دارایی‌ها
- ۲۰۶..... ۱۰ع. ارزشیابی فناوری مالی
- ۲۰۷..... ۱-۱۰ع. مدل‌های تجاری
- ۲۱۳..... ۲-۱۰ع. سنجش‌های ارزشیابی
- ۲۱۷..... ۱۱ع. تک‌شاخ‌ها
- ۲۲۰..... ۱۲ع. کسر ناشی از کارکنان کلیدی

گفتار ۷ - ارزشیابی نرم‌افزار و پایگاه داده

- ۲۲۲..... ۱-۷. تعریف و ویژگی‌های اصلی
- ۲۲۴..... ۲-۷. جنبه‌های حسابداری و مالی
- ۲۲۵..... ۳-۷. محافظت قانونی از نرم‌افزار: ملاحظات مقدماتی
- ۲۲۶..... ۴-۷. ارزشیابی اقتصادی و مالی
- ۲۲۷..... ۱-۴-۷. مدل درآمد شرکت‌های نرم‌افزاری
- ۲۲۹..... ۲-۴-۷. کاربرد رویکردهای تجربی و تحلیلی ارزشیابی برای نرم‌افزارها
- ۲۳۲..... ۳-۴-۷. روش مدل مخارج سازنده
- ۲۳۳..... ۵-۷. نرم‌افزار متن باز
- ۲۳۳..... ۶-۷. خدمات ابری نرم‌افزار
- ۲۳۴..... ۷-۷. تعریف و ویژگی‌های پایگاه‌های داده
- ۲۳۵..... ۸-۷. حفاظت قانونی
- ۲۳۵..... ۹-۷. جنبه‌های حسابداری و مالی پایگاه‌های داده
- ۲۳۶..... ۱۰-۷. زنجیره ارزش اطلاعات، داده‌کاوی و تعامل با شبکه‌ها، کلان‌داده‌ها، و اینترنت اشیا
- ۲۳۸..... ۱۱-۷. ارزشیابی اقتصادی پایگاه‌های داده و پیوند با رایانش ابری
- ۲۴۰..... ۱۱-۱-۷. رویکرد بر پایه بهای تمام شده
- ۲۴۱..... ۲-۱۱-۷. رویکرد بر پایه درآمد - مالی
- ۲۴۱..... ۳-۱۱-۷. رویکرد تجربی

گفتار ۸ - ارزشیابی هوش مصنوعی

۲۴۴	۱-۸. مقدمه
۲۴۶	۲-۸. اصول بنیادی هوش مصنوعی
۲۴۷	۳-۸. برنامه‌های کاربردی و مدل‌های تجاری
۲۵۰	۴-۸. سنجش‌های ارزشیابی
۲۵۴	۶-۸. روش مالی
۲۵۵	۷-۸. روش تجربی ضرایب بازار
۲۵۶	۸-۸. پیش‌بینی نتایج منطقی مورد انتظار: پیش‌بینی فروش

بخش سوم: بازاریابی

گفتار ۹ - ارزشیابی نشان تجاری و برند دیجیتال

۲۶۴	۱-۹. ارزش استراتژیک نشان تجاری
۲۶۸	۲-۹. حسابداری نشان تجاری
۲۶۹	۱-۲-۹. نشان‌های تجاری و استانداردهای حسابداری
۲۷۰	۳-۹. استاندارد ارزیابی ایزو ۱۰۶۶۸
۲۷۰	۴-۹. تجزیه و تحلیل اقتصادی، مالی و حسابداری
۲۷۱	۵-۹. رویکردهای ارزشیابی
۲۷۲	۱-۵-۹. رویکرد بر پایه درآمد
۲۷۳	۲-۵-۹. رویکرد رهایی از حق امتیاز
۲۷۳	۳-۵-۹. رویکرد سود اضافی
۲۷۴	۴-۵-۹. رویکرد بر پایه بازار
۲۷۴	۵-۵-۹. رویکرد بهای تمام شده
۲۷۵	۶-۹. حقوق مالکانه برند
۲۷۶	۸-۹. ارزشیابی برند در بحران‌های تجاری و ارزش اعتبار باقیمانده
۲۷۷	۹-۹. متناقض‌نمای «برند قوی - شرکت ضعیف»
۲۸۳	۱۰-۹. لوگوها
۲۸۳	۱۱-۹. برندسازی دیجیتال
۲۸۴	۱۲-۹. تأثیر پلتفرم‌های تبلیغاتی بر برندها
۲۸۶	۱۳-۹. فناوری مد و پوشاک ورزشی
۲۸۸	۱۴-۹. دیجیتال‌شدن و برندهای ورزشی

گفتار ۱۰ - ارزشیابی نام مطبوعات، رسانه‌های دیجیتال و حق نشر

- ۱۰-۱. ویژگی‌های نام روزنامه‌ها..... ۲۹۲
- ۱۰-۲. مسائل حسابداری و برخورد مالیاتی..... ۲۹۳
- ۱۰-۳. رویکردهای ارزشیابی..... ۲۹۴
- ۱۰-۳-۱. بسترسازی برای ارزیابی، بسته به نوع نشریه..... ۲۹۸
- ۱۰-۳-۲. تناقض ارزشیابی «نام قوی، شرکت ناشر ضعیف»..... ۲۹۸
- ۱۰-۴. مطبوعات آنلاین..... ۲۹۹
- ۱۰-۵. ارزشیابی کانال‌های موضوعی..... ۳۰۰
- ۱۰-۶. چشم‌اندازهای صنعت رسانه، از کاغذ تا دیجیتال..... ۳۰۱
- ۱۰-۶-۱. حفاظت حقوقی از نام مطبوعات و حق نشر..... ۳۰۲
- ۱۰-۷. نشر دیجیتال..... ۳۰۳
- ۱۰-۷-۱. شیوه‌های نشر دیجیتال..... ۳۰۵
- ۱۰-۸. توانایی جذب پول توسط مطبوعات..... ۳۰۵
- ۱۰-۸-۱. حق نشر و دارایی‌های نامشهود هنری (خلاقانه)..... ۳۰۵
- ۱۰-۸-۲. رسانه‌های دیجیتال و بازی‌های ویدیویی..... ۳۰۹