



انتشارات ادیبان روز

# طراحی کسب و کار الکترونیکی E-Business Design Patern

سارنگ قربانیاں  
حسین نظریان  
نیلوفر محمد زاده

www.ketab.ir



سرشناسه: قربانیان، سارنگ، ۱۳۵۳ -  
 عنوان و نام پدیدآور: طراحی کسب و کار الکترونیکی - E-Business Design Patern  
 مشخصات نشر: سارنگ قربانیان، حسین نظریان، نیلوفر محمدزاده.  
 مشخصات ظاهری: تهران: ادیبان روز، ۱۳۹۴.  
 شابک: ۲۰۰ ص، مصور، جدول  
 وضعیت فهرست نویسی: فیبا  
 یادداشت: ۲۰۰ - ۱۹۷ ص.  
 موضوع: بازرگانی الکترونیکی  
 شناسه افزوده: نظریان، حسین، ۱۳۶۵ -  
 شناسه افزوده: محمدزاده، نیلوفر، ۱۳۶۶ -  
 رده بندی کنگره: ۱۳۹۴ ط ۴/۳۲/۵۵۴۸ HF  
 رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۴  
 شماره کتابشناسی ملی: ۳۹۶۹۱۹۵

مؤلفین: سارنگ قربانیان - حسین نظریان - نیلوفر محمد زاده  
 طراح جلد: وحد بناهی شایق  
 صفحه آرا: فاطمه هادی نژاد  
 شمارگان: ۱۰۰۰  
 قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان  
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۲۸۱-۲-۷  
 تاریخ انتشار: تابستان ۱۳۹۴  
 نوبت چاپ: اول  
 چاپ و صحافی: طوس

کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز می باشد و هرگونه استفاده از این کتاب (کپی، تکثیر، استفاده در کارگاه های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، پلاک ۲۸۶، طبقه اول، واحد ۵، تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۵۶۸۱۲-۱۵

خرید الکترونیکی از طریق:

[Http://adibanbook.com](http://adibanbook.com)

[Http://adibanbook.ir](http://adibanbook.ir)



مهندسی فناوری اطلاعات - تجارت الکترونیک

عملی	نظری	واحد
-	۲	واحد
-	۲۲	ساعت

نام درس: طراحی کسب و کار الکترونیکی

پیش نیاز: سیستم های ارتباط با مشتری - سیستم های پرداخت الکترونیکی -

طراحی سایت های تجارت الکترونیکی

الف) سر فصل آموزشی و رئوس مطالب:

ردیف	سر فصل و ریز محتوا		زمان یادگیری (ساعت)	عملی	نظری
۱	مفهوم <i>Business Model</i> و اجزای اصلی آن ( <i>Value . Market Segment.Value Proposition . Position In Value Network. Revenue Generation And Margin.Chain Structure . Competitive Strategy</i> )		۳	-	
۲	آشنایی با مفاهیم و اصطلاحات تخصصی در <i>Business</i> (مانند <i>ROI=Return of .VA=Value-Added</i> و <i>MP=Market Plan .SME.Investigation</i> )		۱	-	
۳	آشنایی با مدیریت زنجیره تامین ( <i>SCM</i> ) و کاربرد آن		۲	-	
۴	آشنایی با برنامه ریزی جامع منابع ( <i>ERP</i> ) و کاربرد آن		۲	-	
۵	مفهوم بازرگانی هوشمند ( <i>BI</i> ) و نقش سیستم های اطلاعاتی بر آن		۲	-	
۶	شناخت <i>E-Business</i> و فرمول اصلی آن ( <i>EB=EC+BI+CRM+SCM+ERP</i> )		۲	-	
۷	مفهوم کارکرد و روش های محاسبه ارزش افزوده ( <i>VA</i> ) و مشتقات آن ( <i>JVA .EVA</i> )		۴	-	
۸	معرفی کامل مدل ۱۱ گانه <i>Timmers-Framework</i> و ایرمدل <i>Rayport-Framwork</i> برای ایجاد ارزش افزوده ( <i>VA</i> ) و درآمدزایی در <i>EB</i>		۴	-	
۹	معرفی عوامل چهارگانه <i>EB</i> و حوزه فعالیت آنها ( <i>Employee .Agent .Consumer .Business</i> )		۲	-	
۱۰	معرفی چهارچوب یکپارچه ( <i>Integrity Framework</i> ) مدل های <i>EB</i> براساس عوامل چهارگانه <i>BCAE</i>		۲	-	
۱۱	مراحل (فازهای) ایجاد <i>EB</i> برای <i>SME</i> ها و فرصت ها و تهدیدهای پیش روی آنها		۲	-	
۱۲	مدیریت ریسک در کسب و کار الکترونیکی		۲	-	
۱۳	نمایش و تحلیل چند مورد موفق <i>EB</i> در <i>SME</i> ها و مقایسه علمی آنها براساس <i>Business-Model</i> و معماری های معرفی شده ( <i>Case-Study</i> )		۴	-	



## پیشگفتار

گروه فناوری اطلاعات انتشارات ادیان روز با سال‌ها تدریس در دانشگاه‌های سراسری، آزاد، علمی کاربردی و پیام نور و با برگیری تجارب از برگزاری دوره‌های آموزش عالی و در نظر گرفتن خواسته‌های دانشجویان رشته‌های متفاوت فناوری اطلاعات، مهندسی و علوم کامپیوتر سعی بر آن دارد تا با گردآوری و تالیف کتب مختلف فناوری اطلاعات به دانشجویان و دانش پژوهان در این رشته بزرگ علمی در کشور گام جدیدی را بردارد.

نگرش ما در این سلسله از کتاب‌ها نگرش علمی و در جهت عملی و پیاده‌سازی درست مفاهیم فناوری اطلاعات است.

این گروه با ترکیبی از متخصصین فناوری و مدیریت فناوری و مهندسی کامپیوتر و تجربه عملی در این زمینه دانش فنی خود را طبق سرفصل‌های مورد تایید وزارت علوم و تحقیقات و فناوری در این سلسله از کتاب‌ها به طور روشن و با صراحت کلام به مخاطب خود منتقل می‌سازد.

لازم به توضیح است که مخاطب ما فقط دانشجویان دوره‌های فناوری اطلاعات نیست بلکه عموم علم‌آموزان رشته فناوری اطلاعات می‌توانند برای یادگیری و خودآموزی از این مجموعه استفاده نمایند.

## فهرست مطالب

۱۱	فصل اول: آشنایی با مدل کسب و کار (Business Model)
۱۲	۱-۱ مقدمه
۱۳	۱-۲ مفهوم مدل کسب و کار
۱۴	۱-۲-۱ اجزای اصلی مدل کسب و کار
۱۵	۱-۳ آشنایی با مفاهیم و اصطلاحات تخصصی در Business
۱۹	فصل دوم: کسب و کار الکترونیکی
۲۰	۱-۲ مقدمه
۲۱	۲-۲ مدیریت دانش
۲۱	۲-۳ کسب و کار الکترونیکی
۲۲	۲-۴ مدیریت روابط مشتری
۲۳	۲-۵ نقش مدیریت دانش در محیط کسب و کار الکترونیکی
۲۶	۲-۶ نقش مدیریت دانش در محیط مدیریت روابط مشتری
۲۹	۲-۷ مدیریت زنجیره تأمین (SCM)
۲۹	۲-۷-۱ اجزای اصلی مدیریت زنجیره تأمین
۳۰	۲-۷-۲ کاربرد مدیریت زنجیره تأمین
۳۱	۲-۸ آشنایی با برنامه‌ریزی جامع منابع ERP
۳۱	۲-۸-۱ اجزای یک سیستم ERP
۳۲	۲-۸-۲ کاربران سیستم ERP
۳۲	۲-۸-۳ محدوده سیستم ERP
۳۳	۲-۸-۴ مزایای سیستم ERP
۳۶	۲-۹ تجارت هوشمند (BI)
۳۷	۲-۹-۱ نقش سیستم‌های اطلاعاتی در تجارت هوشمند



۳۹	۲-۹-۲ اهمیت استراتژیک هوش تجاری در تصمیمات سازمان
۴۰	۲-۹-۳ تکنیک های تسهیل تصمیم گیری هوش تجاری
۴۲	۲-۹-۴ عوامل موثر بر هوش تجاری سازمان
۴۳	۲-۱۰ شناخت بازاریابی اینترنتی E-BUSINESS
۴۳	۲-۱۰-۱ فرمول اصلی E-BUSINESS
۴۵	<b>فصل سوم: ارزش افزوده در کسب و کار الکترونیکی</b>
۴۶	۳-۱ مقدمه
۴۷	۳-۲ مفهوم ارزش افزوده (VA)
۴۸	۳-۲-۱ روشهای محاسبه ارزش افزوده
۴۹	۳-۲-۲ محاسبه تولید ناخالص ملی به روش ارزش افزوده
۴۹	۳-۲-۳ ارزش افزوده اقتصادی (EVA)
۵۲	۳-۲-۴ ارزش افزوده بازار
۵۳	۳-۳ معرفی مدل یازده گانه ی Timmers_FrameWork
۵۴	۳-۴ ابرمدل Reypot-framework
۵۹	<b>فصل چهارم: چارچوب و جامعیت اجرایی EB</b>
۶۰	۴-۱ مقدمه
۶۱	۴-۲ معرفی عوامل چهارگانه EB
۶۱	۴-۳ فرصتها و تهدیدها ایجاد EB برای SME ها
۷۱	۴-۴ مراحل فرآیند راه اندازی کسب و کار الکترونیکی
۷۳	۴-۵ مدیریت ریسک در مبادلات الکترونیکی
۷۶	۴-۶ تجارت الکترونیک و ریسک های بانکی
۷۷	۴-۷ مدیریت ریسک در سیستم پرداخت الکترونیکی
۷۹	۴-۸ مدیریت ریسک بازار
۸۳	<b>فصل پنجم: تحلیل و مقایسه علمی معماریهای EB</b>

۸۴	۱-۵ مقدمه
۸۵	۲-۵ معماری کسب و کار
۸۵	۳-۵ معماری کسب و کار در شهر الکترونیکی
۸۶	۴-۵ شهرهای کسب و کار مجازی الکترونیکی
۸۷	۵-۵ طراحی مدل‌های کسب و کار
۸۸	۱-۵-۵ انواع مدل‌های کسب و کار تحت Web
۸۹	۶-۵ مدل‌های کسب و کار موفق
۹۲	۷-۵ مدل‌های کسب و کار موفق در ایران
۹۵	<b>فصل ششم: پیش‌نیازهای ایجاد یک کسب و کار الکترونیکی</b>
۹۶	۱-۶ مقدمه
۹۹	۲-۶ اطلاعات لازم برای کسب و کار اینترنتی
۱۰۰	۱-۲-۶ الزامات لازم کسب و کار اینترنتی
۱۰۴	۳-۶ نقش موثر شبکه‌های اجتماعی در تجارت الکترونیکی
۱۱۲	۴-۶ نقش تبلیغات در کسب و کار الکترونیکی
۱۲۰	۵-۶ بزرگترین اشتباهات برای کسب و کار اینترنتی یا فعالیت کسب و کار آنلاین
۱۲۲	۶-۶ چگونه یک E-Business Plan بنویسیم؟
۱۲۲	۱-۶-۶ مراحل یک طرح توجیهی
۱۲۷	<b>فصل هفتم: مقایسه کسب و کار سنتی با کسب و کار الکترونیکی</b>
۱۲۸	۱-۷ مقدمه
۱۲۹	۲-۷ تجارت الکترونیکی یا سنتی
۱۳۰	۳-۷ مزایای تجارت الکترونیک نسبت به تجارت سنتی
۱۳۲	۱-۳-۷ مزایای فروشگاه‌های الکترونیکی یا تجارت الکترونیک از دید مشتریان
۱۳۳	۲-۳-۷ مزایای فروشگاه‌های الکترونیکی یا تجارت الکترونیک از دید فروشندگان و یا ارائه‌دهندگان خدمات

۱۳۴	۳-۳ مزایای تجارت الکترونیک نسبت به تجارت سنتی
۱۳۷	۷-۴ تفاوت تجارت الکترونیک و تجارت سنتی
۱۴۰	۷-۵ تجارت الکترونیک یا تجارت اینترنتی کدامیک؟
۱۴۱	۷-۶ جایگاه تجارت الکترونیک در ایران
۱۴۲	۷-۷ دلایل عقب ماندگی تجارت الکترونیک در ایران
۱۴۳	۷-۸ بورس الکترونیک یا بورس سنتی کدام بهتر است؟
۱۴۷	<b>فصل هشتم: قوانین کسب و کار و تجارت الکترونیک</b>
۱۴۸	۸-۱ مقدمه
۱۵۰	۸-۲ نیازهای تجارت الکترونیک
۱۵۰	۸-۳ استانداردهای ایجاد استاد در کسب و کار تجاری
۱۵۶	۸-۴ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیک شکل های قانونی سازمان
۱۵۸	۸-۴-۱ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیک - شماره های شناسایی و گواهی نامه ها
۱۵۹	۸-۴-۲ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیک - کی رایب و علامت تجار
۱۵۹	۸-۴-۳ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیک - بنیادهای اخلاق کسب و کار
۱۶۰	۸-۴-۴ آشنایی با مباحث اخلاقی و حقوقی کسب و کار الکترونیک - ایجاد خط مشی های آنلاین
۱۶۱	۸-۵ قوانین تجارت الکترونیک
۱۷۱	<b>فصل نهم: پیدایش اقتصاد مقاومتی سیستمها و شرکتهای دانش بنیان</b>
۱۷۲	۹-۱ مقدمه
۱۷۴	۹-۲ تعریف اقتصاد دانش بنیان
۱۷۵	۹-۲-۱ رابطه اقتصاد دانش بنیان و شرکت های دانش بنیان
۱۷۶	۹-۲-۲ اقتصاد مقاومتی
۱۸۳	۹-۳ پارک علم و فناوری چیست؟
۱۹۴	۹-۴ مرکز رشد