



مبانی تجارت الکترونیکی - ۸۱۰۱۹۷۶

Fundamentals of e-Commerce										نام انگلیسی درس	
واحد: ۳	مهندسی کامپیوتر			مهندسی برق						نوع درس	
	فناوری اطلاعات	سخت افزار	نرم افزار	دیجیتال	کنترل	پزشکی	قدرت	الکترونیک	مخابرات		
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	اجباری
	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	اختیاری
										مقطع کارشناسی <input checked="" type="checkbox"/> تحصیلات تکمیلی <input type="checkbox"/>	
										همنیازها -	
										پیش نیازها	
										مطالب پیش نیاز مبانی فناوری اطلاعات	
[1]G. Schneider, Electronic Commerce, Course Technology, Ninth Edition 2011.										کتاب‌های مرجع	
[۲] محمد فتحیان، رامین مولاناپور، تجارت الکترونیکی، انتشارات آتی‌نگر، چاپ پنجم، مهر ۱۳۹۱											
<p>علیرغم گذشت بیش از دو دهه از ظهور تجارت الکترونیکی به عنوان یکی از پدیده های متحول کننده معادلات سنتی اقتصاد، بهره‌وری، و تجارت، در پایان دهه ۹۰ میلادی، و با وجود فراز و نشیب‌هایی که در این مدت طی نموده است، تجارت الکترونیکی همچنان رو به رشد و در حال متحول شدن است. در سالهای اخیر شاهد گسترش چشم‌گیر نمونه‌های موفق تجارت الکترونیکی در ایران هستیم. در این درس سعی داریم ضمن معرفی مبانی تجارت الکترونیکی، پیش نیازهای آن برای یک بنگاه، تبعات فنی و اقتصادی این پدیده برای هر بنگاه، چالشهای فنی و ساختاری برای استقرار تجارت الکترونیکی در یک بنگاه، و امنیت و اعتماد در تجارت الکترونیکی، دانشجویان را با مراحل، فرآیندها، و اقدامات لازم برای راه اندازی یک تجارت الکترونیکی موفق آشنا نماییم.</p>										اهداف درس	
<p>دانشجویانی که این درس را با موفقیت پشت سر می گذرانند، به خوبی با مبانی تجارت الکترونیکی آشنا می شوند. این درس دانشجویان را قادر می سازد:</p> <p>۱- چارچوب کاری تجارت الکترونیکی را توصیف کرده و مورد بحث قرار دهند.</p> <p>۲- برخی از مدل‌های تجارت الکترونیکی و مزایای آن برای ذی‌نفعان (بنگاه‌ها، مصرف‌کنندگان) را بیان</p>										نتایج درس	

<p>کنند.</p> <p>۳- مدل‌ها و ویژگی‌های تجارت همراه را بیان نمایند.</p> <p>۴- بازاریابی الکترونیکی و ویژگی‌های آن را توصیف نمایند.</p> <p>۵- مدل‌ها و ویژگی‌های تجارت الکترونیکی بنگاه-بنگاه را بیان نمایند.</p> <p>۶- شیوه‌های پرداخت در تجارت الکترونیکی را بیان نموده و معیارهای انتخاب یک روش مناسب برای هر بنگاه را بیان نمایند.</p> <p>۷- با تهدیدها در تجارت الکترونیکی و رویکردهای مقابله یا کاهش اثر آنها آشنا شوند.</p> <p>۸- مراحل، فرآیندها، و اقدامات لازم برای راه اندازی یک تجارت الکترونیکی موفق را بشناسند</p>	
<p>۱- مبانی تجارت و اقتصاد الکترونیکی</p> <p><b>a.</b> تعریف تجارت و کسب و کار الکترونیکی</p> <p><b>b.</b> مزایا، محدودیتها، و مشکلات تجارت الکترونیکی</p> <p>۲- زنجیره ارزش، زنجیره تامین، فرآیندهای کسب و کار</p> <p>۳- مدل‌ها و مفاهیم کسب و کار در تجارت الکترونیکی</p> <p><b>a.</b> مدل‌های کسب درآمد</p> <p><b>b.</b> مدل‌های بنگاه-بنگاه و <b>EDI</b></p> <p>۴- بازاریابی الکترونیکی</p> <p>۵- بازارهای الکترونیکی</p> <p>۶- حراج‌های الکترونیکی</p> <p>۷- زیرساخت‌های فنی (نرم افزار/سخت افزار)</p> <p>۸- سیستم‌های پرداخت الکترونیکی</p> <p>۹- امنیت و اعتماد در تجارت الکترونیکی</p> <p>۱۰- مدیریت پروژه‌های تجارت الکترونیکی</p> <p>۱۱- تجارت همراه</p> <p>۱۲- برنامه‌های توسعه تجارت الکترونیکی در ایران</p>	<p><b>فهرست مباحث</b></p>
	<p><b>نرم‌افزارها و ابزارهای مورد نیاز</b></p>
<p>انتظار می‌رود بین ۴ تا ۶ تکلیف در مورد موضوعات مطرح شده در درس ارائه شود.</p>	<p><b>تکالیف پیشنهادی</b></p>
<p>انتظار می‌رود هر دانشجو در طی این درس در مورد یکی از موضوعات جدید در حوزه تجارت الکترونیکی به ویژه مواردی که منجر به محصولات تجاری شده اند تحقیقی انجام دهد. نتیجه تحقیق انجام شده در دو نوبت نیم ساعته توسط هر دانشجو در کلاس درس ارائه خواهد شد.</p>	<p><b>پروژه‌های پیشنهادی</b></p>

<p style="text-align: center;">تمرین هفتگی تحقیق امتحان پایان ترم</p>	<p style="text-align: center;">تمرین هفتگی تحقیق امتحان پایان ترم</p>	<p style="text-align: center;">نمره دهی پیشنهادی</p>
<p>[1]K. Laudon, C.G. Traver, E-Commerce 2013, Prentice Hall; 9<sup>th</sup> edition, Nov 2012. [2]E. Turban, J.K. Lee, D. King, T.P. Liang, D. Turban, Electronic Commerce 2012: Managerial and Social Networks Perspectives, Prentice Hall, 7<sup>th</sup> Edition, Oct. 2011.</p>		<p style="text-align: center;">سایر مراجع</p>
	<p style="text-align: center;">محمودرضا هاشمی</p>	<p style="text-align: center;">تنظیم کننده</p>
	<p style="text-align: center;">آخرین بروزرسانی: ۱۳۹۶/۹/۲۱</p>	<p style="text-align: center;">تاریخ تنظیم</p>