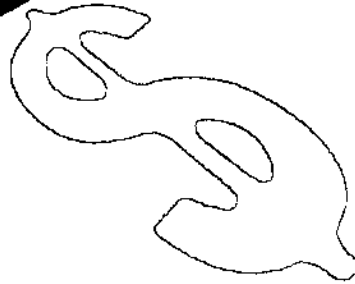


✿ جفری رپورت ✿ برنارد یاوورسکی

مقدمه‌ای بر تجارت الکترونیکی

دکتر فرید خوش الحان

مهندس مهتا خادم ثامنی



نویدازان

سرشناسه
 ریپورت، جفری
 Rayport, Jeffrey F
 عنوان و نام‌نویس آور : مقدمه‌ای بر تجارت الکترونیکی / جفری ریپورت، برنارد یاوورسکی
 [ترجمه] فرید خوش‌الحان، مهنا خادم‌ثامنی.
 مشخصات نشر : تهران، نوپردازان، ۱۳۹۰.
 مشخصات ظاهری : ۳۴۴ ص: مصور، جدول.
 شابک : 978-964-975-148-1
 وضعیت فهرست‌نویسی : فیبا
 یادداشت : عنوان اصلی، c2004، 2nd ed., Introduction to e-commerce.
 یادداشت : واژه‌نامه.
 یادداشت : نیامه.
 موضوع : بازرگانی الکترونیکی
 شناسه افزوده : یاوورسکی، برنارد ج.
 شناسه افزوده : Jaworski, Bernard J.
 شناسه افزوده : خوش‌الحان، فرید، مترجم
 شناسه افزوده : خادم‌ثامنی، مهنا، ۱۳۵۲ - مترجم
 رده‌بندی کنگره : ۱۳۹۰ م ۳۲/۹ HF۵۵۲۸
 رده‌بندی دیویی : ۶۵۸/۸۷۲
 شماره کتابشناسی ملی : ۲۱۱۱۹۶۲



نوپردازان

www.ketab.ir

مقدمه‌ای بر تجارت الکترونیکی

جفری ریپورت - برنارد یاوورسکی

فرید خوش‌الحان - مهنا خادم‌ثامنی

نوپردازان

وزیری

اول

پاییز ۱۳۹۰

۱۵۰۰

۳۴۴

۹۷۸-۹۶۴-۹۷۵-۱۴۸-۱

قیمت ۱۲۰۰۰ تومان

○ کتاب

○ نالیف

○ ترجمه

⊗ ناشر

○ قطع

⊗ نوبت

○ تاریخ

○ تیراژ

○ صفحات

○ شابک

○ قیمت

این اثر، مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۲۸ است، هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر، نشر یا پخش کند، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

مراکز پخش

کتابیران: تهران، میدان انقلاب، خیابان آزادی، خیابان دکتر قریب، بعد از فرصت شیرازی،

پلاک ۷، تلفن: ۱۸ - ۹ - ۶۶۵۶۶۵

نوپردازان: تهران، خیابان لبافی‌نژاد، بین اردیبهشت و فروردین، پلاک ۲۲۸.

تلفن: ۶۶۲۱۴۳۷۴ - ۶۶۲۱۴۵۱۵ - ۶۶۴۱۱۱۷۳ - ۶۶۴۹۴۴۰۹



پیشگفتار مترجمان

کتاب حاضر، ترجمه هشت فصل اصلی از کتاب ارزشمند مقدمه‌ای بر تجارت الکترونیکی^۱ تألیف جفری ریپورت^۲ و برنارد یاوورسکی^۳ است. این کتاب از جمله کتاب‌های کلاسیک و مرجع در حوزه تجارت الکترونیکی محسوب می‌شود. نویسندگان کتاب از پیشقدمان تجارت الکترونیکی هستند. نویسنده اصلی کتاب، جفری ریپورت، از جمله کسانی است که برخی از مرسوم‌ترین واژه‌های مرتبط با این حوزه را برای اولین بار در مقالات خود مطرح کرده و یا با تعبیری جدید به کار برده است. کلمات و مفاهیمی مانند فضای بازار^۴، همکار-رقیب^۵، و پیشنهاد ارزش^۶ که توسط او در حوزه تجارت الکترونیکی مطرح شد و سپس توسط سایر پژوهشگران و نویسندگان به کار گرفته و توسعه داده شد.

آخرین ویرایش کتاب مقدمه‌ای بر تجارت الکترونیکی توسط دو انتشاراتی معتبر و معروف یعنی مک گرو هیل^۷ و پرنیتیس هال^۸ منتشر شده است و این خود بیانگر اعتبار و اهمیت این کتاب است. این کتاب با رویکردی جامع و یکپارچه، مفاهیم تجارت الکترونیکی و موضوعات پایه و استراتژیک مرتبط با آن را مطرح کرده است. در هشت فصل اصلی کتاب، جنبه‌های عملیاتی تجارت الکترونیکی در کنار موارد پیشرفته پژوهشی این حوزه بیان شده است. این ویژگی منحصر به فرد باعث شده که کتاب از غنای لازم در هر دو حوزه علمی و اجرایی برخوردار باشد. بسیاری از موضوعات مرتبط با تجارت الکترونیکی و مفاهیم و تعبیرهای آنها در چارچوبی جامع و به هم مرتبط همراه با مثال‌های عینی و موردکاوی‌های دقیق ارائه شده‌اند.

ساختار کتاب مقدمه‌ای بر تجارت الکترونیکی بسیار منسجم و یکپارچه، با طبقه‌بندی مشخص و هدفمند و با حفظ توالی منطقی مطالب طراحی شده است. لذا در مطالعه آن بایستی ضمن حفظ توالی، به ارتباط درونی مطالب در بخش‌های مختلف کتاب و درک یکپارچگی ذاتی آن و شناسایی انسجام مفاهیم مطرح شده، توجه کرد. در ترجمه کتاب هم سعی شده ضمن توجه به واژه‌گزینی مناسب برای مفاهیم و کلماتی که معادل فارسی آنها کمتر مطرح شده‌اند، نثر روان و یکپارچه‌ای ارائه شود تا به خواننده فرهیخته در درک بهتر ساختار منسجم کتاب کمک کند و همچنین لذت مطالعه چنین کتابی به زبان فارسی که در بسیاری از ترجمه‌های متون مشابه از خواننده دریغ می‌شود، برای وی فراهم شود.

کتاب مقدمه‌ای بر تجارت الکترونیکی را می‌توان به‌عنوان مرجع اصلی برای بسیاری از دروس حوزه‌های تصمیم‌گیری و مدیریت فناوری اطلاعات مانند تجارت الکترونیکی، استراتژی‌های تجارت الکترونیکی، و مدل‌های

1. Introduction to e-Commerce

2. Jeffrey F. Rayport

3. Bernard J. Jaworski

4. Market space

5. Co-opetition

6. Value proposition

7. Mc Graw-Hill

8. Prentice-Hall

کسب و کار الکترونیکی به خصوص در مقطع تحصیلات تکمیلی (کارشناسی ارشد و دکترا) معرفی کرد. مخاطبان کتاب کلیه استادان، دانشجویان، پژوهشگران، و کارشناسان حوزه‌های مختلف کسب و کار، مدیریت، فناوری اطلاعات، و مهندسی صنایع هستند. در عین حال برای کلیه مدیران، مجریان، و مشاوران حوزه تجارت و کسب و کار الکترونیکی به عنوان یک کتاب کاری قابل استناد و استفاده است.

عناوین اصلی کتاب مقدمه‌ای بر تجارت الکترونیکی عبارتند از:

- چارچوب تجارت الکترونیکی
- فناوری اینترنت و تجارت الکترونیکی
- تحلیل فرصت بازار
- مدل‌های کسب و کار
- رابط مشتری
- ارتباطات بازار و نام‌گذاری تجاری
- پیاده‌سازی
- شاخص‌های عملکرد

مترجمان کتاب وظیفه خود می‌دانند تا از کلیه همکاران، دانشجویان، و دوستانی که در مراحل مختلف ترجمه کتاب، با تشویق‌های خود انگیزه و دلگرمی لازم را فراهم کردند تشکر نمایند. همچنین از کلیه کسانی که به نوعی در واژه‌یابی و واژه‌گزینی مفاهیم و مطالب کتاب پیشنهاد‌های سازنده‌ای ارائه دادند، قدردانی می‌شود. در عین حال، از هرگونه پیشنهاد برای بهتر شدن کیفیت ترجمه کتاب استقبال می‌شود.

دکتر فرید خوش الحان

عضر هست علمی دانشکده مهندسی صنایع

(دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی)

مهندس مهنا خادم ثامن

کارشناس ارشد مهندسی فناوری اطلاعات

(تجارت الکترونیکی)



فهرست

| | | |
|-----|-------|--|
| ۱ | فصل ۱ | چارچوب تجارت الکترونیکی |
| ۱ | | مقدمه |
| ۳ | | تعریف و دورنمای تجارت الکترونیکی |
| ۷ | | تعیین استراتژی در محیطی که به سرعت تغییر می‌کند |
| ۱۳ | | چارچوب حوزه تجارت الکترونیکی |
| ۱۸ | | نقش و مسئولیت‌های یک مدیر ارشد تجارت الکترونیکی |
| ۲۲ | | چالش‌های کلیدی که امروزه مدیران ارشد تجارت الکترونیکی با آنها رو به رو هستند |
| ۲۵ | | مروری بر کتاب |
| ۲۹ | فصل ۲ | فناوری اینترنت و تجارت الکترونیکی |
| ۲۹ | | مقدمه |
| ۳۰ | | اینترنت چیست؟ |
| ۳۲ | | اینترنت چگونه کار می‌کند؟ |
| ۳۶ | | معرفی وب |
| ۴۶ | | کسب و کار در اینترنت |
| ۴۶ | | مکان |
| ۴۹ | | اندازه کالا و مخاطبان |
| ۵۲ | | نمایش |
| ۵۵ | | پرداخت |
| ۶۰ | | امنیت |
| ۶۹ | | انجام سفارش |
| ۷۵ | فصل ۳ | تحلیل فرصت بازار |
| ۷۵ | | مقدمه |
| ۷۷ | | تحلیل یکنای فرصت بازار برای بنگاه‌های آنلاین |
| ۷۹ | | دو نوع کلی ارزش |
| ۸۵ | | چارچوب تحلیل فرصت بازار |
| ۱۰۲ | | تحلیل استراتژیک MarketWatch.com برای فرصت بازار |

| | | |
|-----|---|-------|
| ۱۱۱ | مدل‌های کسب و کار | فصل ۴ |
| ۱۱۱ | مقدمه | |
| ۱۱۳ | چهار جزء یک مدل کسب و کار آنلاین | |
| ۱۱۴ | پیشنهاد ارزش و خوشه‌های ارزش | |
| ۱۱۸ | محصول / خدمت آنلاین | |
| ۱۲۴ | سیستم منابع | |
| ۱۲۹ | مدل‌های درآمدی | |
| ۱۳۰ | مدل‌های کسب و کار آنلاین | |
| ۱۴۳ | مدل کسب و کار MarketWatch.com | |
| ۱۵۱ | رابط مشتری | فصل ۵ |
| ۱۵۱ | مقدمه | |
| ۱۵۲ | هفت عنصر طراحی رابط مشتری | |
| ۱۵۶ | زمینه: تعیین ظاهر و کارکرد یک وب‌سایت | |
| ۱۶۲ | محتوا: تعیین اطلاعات سایت | |
| ۱۶۷ | اجتماع: پرورش حس تعلق | |
| ۱۷۲ | سفارشی کردن: ایجاد یک وب‌سایت فردی | |
| ۱۷۶ | ارتباط: رابطه مستمر با کاربران | |
| ۱۷۹ | اتصال: پیوند با سایر وب‌سایت‌ها | |
| ۱۸۴ | تجارت: انجام معاملات مالی | |
| ۱۸۶ | ترسیم چارچوب YCها | |
| ۱۸۹ | رابط کاربری برای MarketWatch.com | |
| ۱۹۵ | ارتباطات بازار و نامگذاری تجاری | فصل ۶ |
| ۱۹۵ | مقدمه | |
| ۱۹۶ | یکپارچه‌سازی ارتباطات و نامگذاری تجاری | |
| ۱۹۶ | چهار گروه ارتباطات بازار | |
| ۲۰۹ | نام تجاری "خوب" چه ویژگی‌هایی دارد؟ | |
| ۲۲۰ | مقایسه نام‌گذاری تجاری آنلاین: آمریکن ایرلاینز و مانستر | |
| ۲۲۷ | ارتباطات بازار و نامگذاری تجاری MarketWatch.com | |
| ۲۳۷ | پیااده‌سازی | فصل ۷ |
| ۲۳۷ | مقدمه | |
| ۲۳۸ | چارچوبی برای پیااده‌سازی: سیستم منابع | |
| ۲۴۳ | دازایی‌های انسانی | |
| ۲۴۵ | فرآیندها | |

| | |
|----------|---|
| ۲۴۶..... | ساختار سازمانی برای سازمان‌های ترکیبی |
| ۲۵۱..... | سیستم‌ها |
| ۲۶۰..... | فرهنگ |
| ۲۶۴..... | رهبری |
| ۲۶۶..... | مشارکت‌ها |
| ۲۶۹..... | سیستم منابع یکپارچه |
| ۲۷۱..... | MarketWatch.com منابع |
| ۲۷۵..... | شاخص‌های عملکرد |
| ۲۷۵..... | مقدمه |
| ۲۷۶..... | چرا مدیران ارشد باید نگران شاخص‌ها باشند؟ |
| ۲۷۹..... | ارزیابی سلامت شرکت‌های آنلاین |
| ۲۸۶..... | اجرای داشبورد عملکرد |
| ۲۹۰..... | شاخص‌های یکپارچگی آنلاین و آفلاین |
| ۲۹۲..... | منابع بیرونی اطلاعات شاخص‌ها |
| ۲۹۵..... | MarketWatch.com شاخص‌های |
| ۳۰۷..... | واژنامه (انگلیسی به فارسی) |
| ۳۱۵..... | واژنامه (فارسی به انگلیسی) |
| ۳۲۳..... | نمایه |

فصل ۸