** به نام خدا سال تحصیلی:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| شماره تلفن:73225048 | شماره اتاق: 419 | نام مدرس: دکتر فتحیان | دانشکده : صنایع |
| نام درس : مفاهیم و مدلهای تجارت و بازاریابی الکترونیکی |
| Email:fathian@iust.ac.ir | پیشنیاز:----- | تعدادواحد: **3** |
| **جایگاه درس در برنامه درسی دوره :****درس مفاهیم و مدلهای تجارت و بازاریابی الکترونیکی به عنوان یکی از دروس اصلی در برنامه درسی رشته مهندسی تجارت الکترونیکی محسوب می شود.** |
| هدف کلی :**هدف از این درس آشنایی با اصول، مفاهیم و مدلهای بکارگیری فناوری اطلاعات در تجارت و بازاریابی می باشد** |
| **اهداف عینی:**  اهداف مفهومی: **آشنایی با مفاهیم فناوری اطلاعات و چگونگی بکارگیری و نقش آن در حوزه تجارت و بازاریابی** اهداف مهارتی :**توانمندی درک و بکار گیری فناوری اطلاعات و مدلهای مختلف تجارت و بازاریابی الکترونیکی** **توانمندی طراحی و توسعه کاربردهای فناوری اطلاعات در تجارت و بازاریابی** اهداف نگرشی :نگاه عمیق و مفهومی به فناوری اطلاعات و تاثیر آن در اقتصاد دیجیتالی، تجارت و بازاریابی الکترونیکی |
| **امکانات آموزشی: رایانه متصل به اینترنت و ویدئو پروژکتور همراه با امکانات اولیه موردنیاز برای تدریس**  |

**محتوای درس :**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **محتویات موضوع** | **موضوع** | هفته |
| **مفهوم فناوری- تعاریف و مفاهیم اطلاعات- تعاریف و مفاهیم فناوری اطلاعات و ارتباطات- چگونگی تاثیر فناوری اطلاعات بر پدیده های مختلف اجتماعی و تشکیل جامعه اطلاعاتی** | **آشنایی با مفهوم فناوری اطلاعات**  | 1 |
| **مفهوم ، جایگاه و اهمیت معماری – لایه های مختلف معماری کسب وکار، اطلاعات، کاربرد ، داده و فناوری- جایگاه و نقش معماری فناوری اطلاعات در تحقق تجارت الکترونیکی** | **معماری فناوری اطلاعات** | 2 |
| **تعریف اقتصاد دیجیتالی - مولفه های اکوسیستم اقتصاد دیجیتالی و تاثیر پذیری آنها از فناوری اطلاعات** | **تعاریف و مفاهیم اقتصاد دیجیتالی** | 3 |
| **مفهوم کسب و کار الکترونیکی – تعریف و مفاهیم تجارت الکترونیکی- روش های تحقق تجارت الکترونیکی -مزایا ، محدودیت ها و مشکلات تجارت الکترونیکی** | **کسب و کار و تجارت الکترونیکی** | 4 |
| **فشارهای اقتصادی ، اجتماعی و تکنولوژیکی بر کسب و کارها – پاسخ سازمانها به فشارها – نقش تجارت الکترونیکی در کاهش فشارها -مدلهای جدید کسب و کار الکترونیکی** | **شرایط جدید سازمانها و مدلهای کسب و کار الکترونیکی** | 5 |
| **مدلهای تجارت الکترونیکی شامل مدل های B2B، B2C،C2B ، C2C، CC، LC، MC – شرایط و ویژگیهای مدلها** | **مدلهاي تجارت الكترونيكي** | 6 |
| **نقش و مفهوم اعتماد در تجارت الکترونیکی –اعتماد در پرداخت – اعتماد در سایر فرآیندها-عوامل موثر بر تقویت اعتماد خریداران الکترونیکی** | **اعتماد در تجارت الکترونیکی** | 7 |
| **زیرساخت های موردنیاز برای تحقق تجارت الکترونیکی- زیرساخت های سخت افزاری – زیر ساخت های نرم افزاری- روشهای تامین زیر ساخت های تجارت الکترونیکی** | **زیرساخت های تجارت الکترونیکی** | 8 |
| **اثرات تجارت الکترونیکی در افزایش فضای رقابتی – تاثیر تجارت الکترونیکی بر مدل پورتر** | **مختصات فضای رقابتی در تجارت الکترونیکی** | 9 |
| **آشنایی با عوامل موثر بر تحقق موفقیت آمیز تجارت الکترونیکی- بررسی تاثیر عواملی همچون قیمت گذاری ، تضمین کیفیت، نوع صنعت ، مختصات فروشنده و مشتری، مختصات کالا و خدمات- تاثیرات مختلف تجارت الکترونیکی بر سازمانها** | **عوامل موثر بر موفقیت تجارت الکترونیکی** | 10 |
| **مدل B2C و شرایط تحقق آن- فرایند خرید مشتریان الکترونیکی –انواع مشتریان الکترونیکی- معیارهای موثر بر تصمیم گیری خرید الکترونیکی – حمایت های مختلف از مشتریان الکترونیکی – سیستم های توصیه گر و مختصات آنها -دسته بندی مدلهای کسب و کار B2C – شرایط تحقق هر یک از مدلهای**  **Subscription models ، Transaction fee models،** **Advertising-supported models، Sponsorship models****-مدلهای Direct marketing و Pure-play e-tailers****روشهای تحویل کالا و خدمات در مدل B2C** | **آشنایی با مدل B2C** | 11 |
| **مدل B2B و ویژگیهای آن- روشهای تحقق B2B-انواع بازارهای الکترونیکیB2B-مناقصه الکترونیکی- EPROCUREMENT و جایگاه آن در تجارت الکترونیکی** | **آشنایی با مدل B2B** | 12 |
| **روشهای مختلف پرداخت الکترونیکی – شاخص های ارزیابی سیستم های پرداخت الکترونیکی –مقایسه روشهای پرداخت الکترونیکی و شرایط تحقق آنها - E-wallet و کاربرد آن- کارت های هوشمند و چگونگی بکارگیری آن در پرداخت الکترونیکی- مکانیزمهای ایجاد امنیت شبیه رمزنگاری، کنترل دسترسی و احراز هویت – روشهای رمز متقارن و نامتقارن- امضای دیجیتال -پروتکل های امنیتی شبیه SSL، SET و IPSEC** | **پرداخت الکترونیکی و امنیت در پرداخت** | 13 |
| **جایگاه مدل های مزایده الکترونیکی در تجارت الکترونیکی – مدلهای مختلف حراج الکترونیکی – موضوعات امنیتی در اجرای مزایده ها** | **مزایده الکترونیکی** | 14 |
| **مفهوم و مدلهای بازاریابی – فلسفه های مدیریت بازاریابی- انواع بازارها –سیر تکاملی بازارها – تقسیم بازار و تعیین بازار هدف – آمیخته بازاریابی- مفهوم بازاریابی الکترونیکی- مقایسه بازاریابی الکترونیکی و سنتی- بازاریابی یک به یک** | **از بازاریابی سنتی تا بازاریابی الکترونیکی** | 15 |
| **مفهوم تبلیغات الکترونیکی – مقایسه تبلیغات الکترونیکی و سنتی- روشهای مختلف تبلیغات الکترونیکی و ویژگیهای آنها-استراتژیهای تبلیغات الکترونیکی** | **تبلیغات الکترونیکی** | 16 |
| **مفاهیم وب 2 و رسانه اجتماعی-ویژگیهای تجارت اجتماعی - نقش رسانه اجتماعی در تقویت تجارت الکترونیکی-بازاریابی مبتنی بر رسانه اجتماعی –تجارت اجتماعی سیار- نقش جوامع مجازی در افزایش فروش** | **تجارت اجتماعی** | 17 |
| **منابع درس** |
| **فتحيان محمد و مولانا پور رامين ،تجارت الکترونيکی با رویکردی بر تجارت اجتماعی ، انتشارات آتی نگر ،** 1393فتحیان محمد، مهدوی نور حاتم، مبانی و مدیریت فناوری اطلاعات، انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران، 1393**Chaffey, D. & Smith PR,eMarketing eXcellence - planning and optimizing your** **digital marketing, Routledge,** 2012 [**Turban**](http://www.amazon.com/s/ref%3Ddp_byline_sr_book_1?ie=UTF8&field-author=Efraim+Turban&search-alias=books&text=Efraim+Turban&sort=relevancerank)**,E. ,**  [**King**](http://www.amazon.com/s/ref%3Ddp_byline_sr_book_2?ie=UTF8&field-author=David+King&search-alias=books&text=David+King&sort=relevancerank)**,D. ,Electronic Commerce 2012: Managerial and Social Networks Perspectives, Prentice Hall,2011.**  |

**شیوه ارزیابی :**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **درصد نمره** | **عنوان** | **ردیف** |
| 10 | حضور فعال در کلاس | **1** |
| 20 | انجام تحقیقات موضوعی و ارائه نتایج در کلاس شامل:**SITE REVIEW**, **ARTICLE REVIEW, CONCEPT REVIEW** | **2** |
| 70 | امتحان میان ترم و پایان ترم | **3** |

**وظایف دانشجویان :**

|  |  |
| --- | --- |
| **شرح وظایف** | **ردیف** |
| **حضور فعال در کلاس** | **1** |
| **مطالعه منابع درسی** | **2** |
| **انجام تحقیقات موضوعی و ارائه نتایج در کلاس** | **3** |
| شرکت در جلسات امتحان | **4** |