

یکمات



دانشگاه سیستان و بلوچستان
دانشکده مدیریت و حسابداری
گروه مدیریت فناوری اطلاعات
استاد درس: دکتر ایمانی

رشته فناوری اطلاعات شرح درس کسب و کار الکترونیکی

هدف: آشنا ساختن دانشجویان با روش‌های توسعه کسب و کار در فضای مجازی، موانع و زیرساخت‌های مورد نیاز، مدل‌های توسعه و روش‌های ارائه خدمات به صورت الکترونیکی و انتقال کسب و کارهای سنتی به فضای سایبر

موضوعات مورد بحث در طول ترم

جلسه اول:

معرفی منابع و مشخص نمودن تکالیف دانشجویان

جلسه دوم:

بحث اصلی: مقدمه و آشنایی با کسب و کار الکترونیکی

بحث فرعی: تعیین وضعیت استقرار تجارت الکترونیکی در بنگاه‌های صنعتی کوچک و متوسط ایران

جلسه سوم:

بحث اصلی: انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات و اقتصاد اطلاعاتی

بحث فرعی: بررسی رابطه تجارت الکترونیکی و رفتار مشتری

جلسه چهارم:

بحث اصلی: اقتصاد شبکه، قوانین جدید بازی و نقش اینترنت در تغییر مرزهای سازمانی

بحث فرعی: شناسایی بسترهای به کارگیری بازاریابی الکترونیکی در بنگاه‌های ایران از دیدگاه خبرگان

جلسه پنجم:

بحث اصلی: راهبردهای جدید اقتصاد شبکه و مدیریت نوآوری‌های راهبردی برهمزن

بحث فرعی: کانالیزه کردن مدیریت ارتباط با مشتری در چارچوب دولت الکترونیکی

جلسه ششم:

بحث اصلی: سمت‌گیری‌های مجدد راهبردی در اقتصاد شبکه و مدل‌های کسب کار الکترونیکی در حال

ظهور

بحث فرعی: روش شناسی تغییر مدل کسب و کار بر اثر ورود فناوری موبایل به سازمان

جلسه هفتم:

بحث اصلی: نوآوری‌های ساختاری و اشکال سازمانی در حال ظهور
بحث فرعی: شناسایی عوامل اثرگذار بر ایجاد بانک‌های مجازی ایده (مطالعه موردی در شرکت مخابرات خراسان رضوی)

جلسه هشتم:

بحث اصلی: نوآوری‌های فرآیندی و مهندسی مجدد

بحث فرعی: آمادگی الکترونیک

جلسه نهم:

بحث اصلی: سازمان کاری و راه‌های جدید کارکردن

بحث فرعی: (۱) اعتماد الکترونیکی (بررسی نقش تجربه خرید اینترنتی و دانش مشتری نسبت به کاربری اطلاعات و مکانیزم‌های ایجاد امنیت). (۲) مروری بر قانون تجارت الکترونیک ایران

جلسه دهم:

بحث اصلی: نوآوری‌های بین سازمانی به کمک سیستم‌های اطلاعاتی

بحث فرعی: (۱) بررسی میزان تأثیر هوشمندی رقابتی در ایجاد مزیت رقابتی، چشم‌انداز مدیریت بازرگانی. (۲) تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر یکپارچگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه منتخب

جلسه یازدهم:

بحث اصلی: نتایج و مباحث نوظهور

بحث فرعی: مدل هوشمند سنجش بلوغ سازمان در حوزه کسب و کار الکترونیکی
اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات بر بهره‌وری کل عوامل تولید در کشورهای در حال توسعه منتخب

جلسه دوازدهم:

جمع‌بندی مباحث و دریافت تکالیف دانشجویان

تکالیف مورد انتظار از دانشجویان:

۱. حضور منظم در کلاس و مطالعه مباحث و مشارکت در مباحث کلاسی (۱۰ درصد)
۲. ارائه یک یا تعدادی از موضوعات فوق در کلاس (۱۰ درصد)
۳. جستجو در پایگاه‌های داده مقالات فارسی و دریافت دو مقاله فارسی مرتبط با مباحث کلاس و عنوان درس و ارائه چکیده‌ای از مقالات در کلاس پس از تایید استاد (۱۰ درصد)
۴. جستجو در پایگاه‌های داده مقالات لاتین و دریافت یک مقاله مرتبط با مباحث کلاس و عنوان درس و ترجمه مقاله پس از تایید استاد (۱۰ درصد)
۵. آزمون پایان ترم (۶۰ درصد)

منابع و مأخذ:

۱. فنگ لی (۱۳۹۰) کسب و کار الکترونیکی (بازآفرینی کسب و کار در عصر اطلاعات) ترجمه نورمحمد یعقوبی، صادق خاکسار و امین قره‌چاهی، دانشگاه سیستان و بلوچستان

۲. راداکریشنان و بالاسوبرامانیان (۱۳۹۰) مهندسی مجدد فرآیندهای کسب و کار، ترجمه عادل آذر و سعید جهانیان، انتشارات سمت
۳. مسعود موحدی (۱۳۸۹) تعیین وضعیت استقرار تجارت الکترونیکی در بنگاه های صنعتی کوچک و متوسط ایران، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره 58، بهار 1390، 3- 75
۴. شعبان الهی، محمود حمدان و علیرضا حسن زاده (۱۳۸۶) بررسی رابطه تجارت الکترونیکی و رفتار مشتری، دو ماه نامه دانشور
۵. هاشم آقازاده، مینا مهرنوش، مهرداد استیری (۱۳۹۰) شناسایی بسترهای به کارگیری بازاریابی الکترونیکی در بنگاه های ایران از دیدگاه خبرگان، مدیریت فناوری اطلاعات دوره 3، شماره 8 پاییز 1390 صص 1 تا 18
۶. علی محقر، نسترن حاجی حیدری (۱۳۸۹) روش شناسی تغییر مدل کسب و کار بر اثر ورود فناوری موبایل به سازمان، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، دوره 2، شماره 4، بار و تابستان 1389
۷. الهام ضیایی پور، ایوب محمدیان، فرید خوشالحن، علیرضا تقی زاده (۱۳۹۰) چارچوب ابعاد آمادگی الکترونیکی ملی براساس رویکرد سیستمی مدیریت فناوری اطلاعات دوره 3، شماره 8 پاییز 1390 صص 97 تا 114
۸. سید حمید خداداد حسینی، سعید فتحی (۱۳۹۰) بررسی ارتباط بین آمادگی الکترونیکی کشور و اثربخشی کاربرد فناوری اطلاعات در بنگاه ها با رویکرد فراتحلیل مدیریت فناوری اطلاعات، شماره 8 پاییز 1390
۹. رضا واعظی و عبدالمجید ایمانی (۱۳۸۸) سنجش آمادگی الکترونیک سازمان بازرگانی استان تهران، پژوهش های مدیریت، سال دوم، شماره ششم
۱۰. طاهر روشندل اربطانی، عطا غفاری، حبیب ابراهیم پور (۱۳۹۰) کانالیزه کردن مدیریت ارتباط با مشتری در چارچوب دولت الکترونیکی، مدیریت فناوری اطلاعات، دوره 3، شماره 7 تابستان 1390 صص 55 تا 76
۱۱. حسین علی احمدی (۱۳۸۵) مروری بر قانون تجارت الکترونیک ایران، پیک نور، سل ششم، شماره اول
۱۲. نوشین مومن کاشانی و فریبا لطیفی (۱۳۸۹) اعتماد الکترونیکی: بررسی نقش تجربه خرید اینترنتی و دانش مشتری نسبت به کاربری اطلاعات و مکانیز مه های ایجاد امنیت، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره 55، تابستان 1388
۱۳. ابوالقاسم عربیون غلامحسین عبدا...زاده محمدرضا میگون پوری بهرام رضا امیری (۱۳۹۰) شناسایی عوامل اثرگذار بر ایجاد بانکهای مجازی ایده (مطالعه موردی در شرکت مخابرات خراسان رضوی) توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره سیزدهم، پاییز 1390
۱۴. حسین رضایی دولت آبادی، زهرا زینلی، زهرا شکرچی زاده (۱۳۹۰) بررسی میزان تأثیر هوشمندی رقابتی در ایجاد مزیت رقابتی، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره 5
۱۵. تقی ترابی فرزانه حاجی حسینی (۱۳۸۸) تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر یکپارچگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه منتخب، فصلنامه مدل سازی اقتصادی، سال سوم، شماره 2
۱۶. صدرا احمدی، محمد ابویی اردکان و علیرضا طالب پور (۱۳۸۸) مدل هوشمند سنجش بلوغ سازمان در حوزه کسب و کار الکترونیکی، فصل نامه پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات، دوره 24، شماره 4
۱۷. دکتر محمود محمودزاده (۱۳۸۹) اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات بر بهره وری کل عوامل تولید در کشورهای در حال توسعه منتخب، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره 57، زمستان 1389