



به نام خدا

سال تحصیلی: ۹۲-۹۳

شماره تلفن: ۵۰۶۷	شماره اتاق: ۵۱۸	نام مدرس: غلامیان	دانشکده: مهندسی صنایع
			نام درس: طراحی و ارزیابی سیستم‌های کسب و کار الکترونیکی
Email: Gholamian@iust.ac.ir		پیشنیاز:	تعداد واحد: ۳

جایگاه درس در برنامه درسی دوره: درس اصلی

کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات - تجارت الکترونیکی

هدف کلی:

ایجاد قابلیت طراحی مدل‌های کسب و کار الکترونیکی در سطوح مختلف و توانایی ارزیابی مدل‌های کنونی

اهداف عینی:

اهداف مفهومی:

- آشنایی با مفاهیم مدل کسب و کار
- آشنایی با مفاهیم ارزیابی کسب و کار

اهداف مهارتی:

- شناخت اجزای مدل کسب و کار
- طراحی مدل جامع کسب و کار
- تجزیه و تحلیل مدل‌های کسب و کار
- ارزیابی محیط، سیر تحول و نوآوری‌های مدل کسب و کار الکترونیکی

اهداف نگرشی:

- درک مفهوم منطق کسب و کار
- درک وضعیت کنونی و روندهای کسب و کار الکترونیکی

مواد آموزشی:

نرم افزار protégé

نرم افزار e³value

محتوای درس:

هفته	موضوع	محتویات موضوع
------	-------	---------------

۱	شناخت مدل کسب و کار الکترونیکی	مفهوم و روشهای طراحی مدل تعریف مدل کسب و کار
۲	شناخت مدل کسب و کار الکترونیکی	دسته بندی مدلهای کسب و کار (Taxonomy) • تقسیم بندی دوبعدی تیمرز
۳	شناخت مدل کسب و کار الکترونیکی	مدلهای کسب و کار بر اساس اجزاء مدلهای کسب و کار بر اساس قالبها مدلهای کسب و کار در ایران
۴	الگوهای کسب و کار الکترونیکی	تعریف الگو مدل کسب و کار اتمیک
۵	الگوهای کسب و کار الکترونیکی	اتمهای مدل کسب و کار اتمیک
۶	الگوهای کسب و کار الکترونیکی	مدل ملوکولی زیرساختهای مدل اتمیک
۷	چارچوب مدل کسب و کار	سیر تکاملی مدل کسب و کار الکترونیکی معرفی چارچوب مدل کسب و کار (Ontology)
۸	چارچوب مدل کسب و کار	اجزای «نوآوری محصول»
۹	چارچوب مدل کسب و کار	اجزای «ارتباط با مشتری»
۱۰	چارچوب مدل کسب و کار	اجزای «زیرساخت عملیاتی» اجزای «زمینه های مالی»
۱۱	چارچوب مدل کسب و کار	طراحی قواعد فرمال با protégé ترازبندی مدل کسب و کار
۱۲	چارچوب e ³ value	مفاهیم بنیادین e ³ value معرفی اجزاء چارچوب نحوه سناریونویسی در چارچوب
۱۳	چارچوب e ³ value	ارزش گذاری سناریوها گامهای چارچوب
۱۴	ارزیابی محیطی	مفهوم ارزیابی محیطی آنالیز Actor-Issue • روش MACTOR • روش MASAM
۱۵	ارزیابی تکنولوژیکی	تعریف نقطه شکست (Disruption) فرایند شکست تکنولوژی روش Delphi در تحلیل شکست
۱۶	ارزیابی مالی	مفهوم اختیار واقعی اثرات اختیار واقعی بر سرمایه گذاری IT گامهای اختیار واقعی
۱۷	ارزیابی آتی	مفهوم آینده نگاری و انواع روشهای آینده نگاری تعریف سناریو و انواع طرح سناریو • مطالعه موردی: آینده نگاری IT در ایران تلفیق سناریو نویسی با سایر روشها

۱. الکساندر استروالدر، ایو پیگنیور (۱۳۹۱) خلق مدل کسب و کار، چاپ دوم، انتشارات آریانا قلم.
۲. آلن آفوا (۱۳۸۹) مدلهای کسب و کار، چاپ دوم، انتشارات رسا.
۳. تیم کلارک، الکساندر استروالدر، ایو پیگنیور (۱۳۹۲) مدل کسب و کار شما، انتشارات آریانا قلم.
4. Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010) Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley.
5. Gordijn, J. (2002) Value-based Requirements Engineering. SIKS Dissertation Series.
6. Timmers, P. (2001) Electronic Commerce: Strategies and Models for Business-to-Business Trading. Wiley.
7. Weill, P. Vitale, M. (2001). Place to Space - Migrating to e-Business Models. Harvard Business School Press.

سایر منابع (انگلیسی):

8. Afuah, A. (2014) Business Model Innovation: Concepts, Analysis, and Cases, 2nd Edition, Routledge.
9. El Sawy, O.A., Pereira, F. (2013) Business Modelling in the Dynamic Digital Space: An Ecosystem Approach, Springer.
10. Clark, T., Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2012) Business Model You: A One-Page Method for Reinventing Your Career, Wiley.
11. Nelson, M.L., Shaw, M.J., Strader, T.J. (2009) Value Creation in e-business Management. Springer.
12. Lindgren, M., Bandhold, H. (2009) Scenario Planning: The Link between Future and Strategy, 2nd Edition, Palgrave Macmillan.
13. Applegate, L., Austin, R., Soule, D., (2008) Corporate Information Strategy and Management: Text and Cases, 8th Ed., McGraw Hill.
14. Currie, W. (2004) Value Creation from E-Business Models, Elsevier Publisher.
15. Boland, R., Collopy, F. (2004) Managing as Designing, Stanford Business Books.
16. UNIDO (2004) Foresight Methodologies, UN Publisher.
17. Rafii, F., Kampas, P. (2002) How to identify your enemies before they destroy you, Harvard Business School Press.
18. Straub, D. (2002) Foundations of Net-Enhanced Organizations, Wiley.
19. Afuah, A., Tucci, C.L. (2002) Internet Business Models and Strategies: Text and Cases, 2nd Ed., McGraw Hill.
20. Hamel, G. (2002) Leading the revolution: How to Thrive in Turbulent Times by Making Innovation a Way of Life, Plume.
21. Tapscott, D., Lowy, A., Ticoll, D. (2000) Digital Capital: Harnessing the Power of Business Webs, Harvard Business Review Press.
22. Barnes, S., Hunt, B. (2000) E-Commerce and V-Business: Business Models for Global Success, Butterworth-Heinemann.

شیوه ارزیابی :

ردیف	عنوان	درصد نمره
۱	امتحان پایان ترم	٪۶۰
۲	کارکلاسی	٪۱۵
۳	تمرین	٪۲۵

وظایف دانشجویان :

ردیف	شرح وظایف
۱	ارائه کتاب: ارائه فصول آخرین کتب در دسترس در این موضوع توسط دانشجویان

