



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور



جمهوری اسلامی ایران

وزارت کار و امور اجتماعی

استاندارد مهارت و آموزشی

مدیر کسب و کار الکترونیکی

گروه برنامه ریزی درسی امور مالی و بازرگانی

تاریخ شروع اعتبار: ۸۸/۱/۱

کد استاندارد: ۴-۳۲/۹۳/۱/۱

معاونت پژوهش و برنامه ریزی : تهران- خیابان
آزادی- نبش چهارراه خوش- سازمان آموزش فنی و
حرفه‌ای کشور- طبقه پنجم
تلفن: ۶۶۹۴۱۵۱۶ دورنگار: ۶۶۹۴۱۲۷۲
کد پستی: ۱۳۴۵۶۵۳۸۶۸
EMAIL: INFO@IRANTVTO.IR

از کلیه صاحب نظران
تقاضا دارد پیشنهادات و
نظرات خود را درباره
این سند آموزشی به
نشانی‌های مذکور اعلام
نمایند.

دفتر طرح و برنامه های درسی: تهران- خیابان آزادی-
خیابان خوش شمالی- تقاطع خوش و نصرت-
ساختمان فناوری اطلاعات و ارتباطات- طبقه چهارم
تلفن: ۶۶۹۴۴۱۱۹ و ۶۶۹۴۴۱۲۰ دورنگار ۶۶۹۴۴۱۱۷
کد پستی: ۱۴۵۷۷۷۳۶۳
EMAIL: DEVELOP@IRANTVTO.IR



خلاصه برنامه درسی

<p>تعریف مفاهیم سطوح یادگیری</p> <p>آشنایی: به مفهوم داشتن اطلاعات مقدماتی/شناسایی: به مفهوم داشتن اطلاعات کامل/اصول: به مفهوم میانی مطالب نظری/توانایی: به مفهوم قدرت انجام کار</p>
<p>مشخصات عمومی شغل (براساس کاربرگ صفر)</p> <p>کار و کسب و کار الکترونیکی کسی است که پس از گذراندن دوره ای آموزشی لازم بتواند با اجرای یک برنامه کسب و کار الکترونیکی به انجام فعالیت های بازاریابی الکترونیکی جهت کسب درآمد بپردازد.</p>
<p>ویژگی های کارآموزورودی (براساس کاربرگ ۱)</p> <p>حداقل میزان تحصیلات : فوق دیپلم</p> <p>حداقل توانایی جسمی: سلامت کامل جسمانی و روانی</p> <p>مهارت های پیش نیاز این استاندارد: بازاریاب</p>
<p>طول دوره آموزشی (براساس کاربرگ ۶ و ۱۳)</p> <p>طول دوره آموزش : ۱۳۰ ساعت</p> <p>- زمان آموزش نظری : ۷۱ ساعت</p> <p>- زمان آموزش عملی : ۵۹ ساعت</p> <p>- زمان کارآموزی در محیط کار : - ساعت</p> <p>- زمان اجرای پروژه : - ساعت</p> <p>- زمان سنجش مهارت : - ساعت</p>
<p>روش ارزیابی مهارت کارآموز (براساس کاربرگ ۷)</p> <p>۱- امتیاز سنجش نظری (دانش فنی): ۲۵٪</p> <p>۲- امتیاز سنجش عملی : ۷۵٪</p> <p>۱-۲- امتیاز سنجش مشاهده ای: ۱۰٪</p> <p>۲-۲- امتیاز سنجش نتایج کار عملی: ۶۵٪</p>
<p>ویژگیهای نیروی آموزشی (براساس کاربرگ ۱۲)</p> <p>حداقل سطح تحصیلات : دارا بودن شرایط زیر:</p> <p>کارشناس مدیریت با فناوری بازرگانی اطلاعات (IT) و دارا بودن مربیگری از سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور</p>



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

نام شغل: مدیر کسب و کار الکترونیکی

فهرست توانایی های شغل (بر اساس کاربرد شماره ۵)

ردیف	کد برنامه درسی	عنوان توانایی
۱	۵/۱	توانایی فنی شغل
		توانایی تشخیص مفاهیم بازاریابی الکترونیکی
		توانایی مدیریت تبلیغات به هنگام (on line)
		توانایی تشخیص رفتار مشتری در کسب و کار الکترونیکی
		توانایی تشخیص مفاهیم خرده فروشی محصولات در کسب و کار الکترونیکی
		توانایی انجام سفارش در کسب و کار الکترونیکی
		توانایی به کارگیری سیستم های پرداخت الکترونیکی
		توانایی طراحی یک سیاست تجاری کاربردی
		توانایی بکارگیری ضوابط ایمنی و بهداشت کار در محیط کار



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
۲۰	۵	۱۵	<p>توانایی تشخیص مفاهیم بازاریابی الکترونیکی</p> <p>۱-۱ آشنایی با انواع بازارهای الکترونیکی و تعریف آنها</p> <p>- پیشخوان های الکترونیکی</p> <p>- بازارهای الکترونیکی (mails)</p> <p>- درگاه ها (poral)</p> <p>۱-۲ آشنایی با ویژگی های بازارهای الکترونیکی</p> <p>۱-۳ آشنایی با اصول بازاریابی الکترونیکی</p> <p>۱-۴ آشنایی با محیط بازارهای الکترونیکی</p> <p>- بازار جهانی، بازار بین المللی، بازار محلی</p> <p>- بازار قدیم، بازار جدید</p> <p>آشنایی با آمیخته بازاریابی الکترونیکی (4p)</p> <p>آشنایی با انواع واسطه ها و نقش آنها در بازاریابی الکترونیکی</p> <p>آشنایی با مفاهیم مزایده و مناقصه در بازارهای الکترونیکی</p> <p>شناسایی اصول چانه زنی و مذاکره آنلاین</p> <p>شناسایی اصول، روش ها و ابزارهای کسب و کار الکترونیک در محیط های بی سیم (mobile commerce)</p>	
۱۸	۸	۱۰	<p>توانایی مدیریت تبلیغات به هنگام (on line)</p> <p>۲-۱ آشنایی با اهداف تبلیغات به هنگام</p> <p>۲-۲ آشنایی با ویژگی های تبلیغات به هنگام</p> <p>۲-۳ شناسایی اصول روش های تبلیغ به هنگام</p> <p>- بنر</p>	



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			<ul style="list-style-type: none"> - تبلیغات روی سایت و زیر سایت - ایمیل - کاتالوگ و بروشور الکترونیکی - تبلیغات به صورت اتاق های گفتگو و گروه های خبری آنلاین - تبلیغات دهان به دهان - تبلیغات ویروسی - تبلیغات لحظه ای (pup-up) - تبلیغات Interstitials - تبلیغات urls ۲-۴ آشنایی با راهبردهای تبلیغات به هنگام ۲-۵ آشنایی با مسائل و مشکلات تبلیغات به هنگام ۲-۶ آشنایی با ملزومات اجرایی تبلیغات به هنگام - کسب اجازه (permission advertising) - مدیریت پیام تبلیغاتی (ad management) - بومی سازی تبلیغات (localization) - تبلیغات بی سیم (wire less ad) - مدیریت محتوای پیام تبلیغاتی (ad content) 	
۱۴	۵	۹	<p>توانایی تشخیص رفتار مشتری در کسب و کار الکترونیکی</p> <ul style="list-style-type: none"> ۳-۱ شناسایی عوامل موثر بر رفتار مشتری به هنگام (on line) ۳-۲ شناسایی فرایند تصمیم گیری مشتری به هنگام 	۳



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			<p>۳-۳ آشنایی با روش های ایجاد رابطه یک به یک با مشتری (, oneto one personalization)</p> <p>۳-۴ شناسایی اصول ایجاد وفاداری در مشتری به هنگام</p> <p>۳-۵ آشنایی با رابطه مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و کسب و کار الکترونیکی</p> <p>۳-۶ آشنایی با الگوهای توسعه مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی</p> <p>۳-۷ شناسایی اصول ارائه خدمات به هنگام به مشتری</p>	
۱۲	۶	۶	<p>۴ توانایی تشخیص مفاهیم خرده فروشی محصولات در کسب و کار الکترونیکی</p> <p>۴-۱ آشنایی اب ویژگی های خرده فروشی الکترونیکی</p> <p>۴-۲ آشنایی با مدل های کسب و کار خرده فروشی الکترونیکی</p> <p>۴-۳ شناسایی اصول اجزای خرده فروشی الکترونیکی در حوزه های کسب و کار</p> <ul style="list-style-type: none"> - مسافرتی و توریستی - بانکداری و موسسات مالی خصوصی - محصولات دیجیتال <p>۴-۴ آشنایی با عوامل کلیدی موفقیت و شکست خرده فروشی الکترونیکی</p>	



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
۱۲	۶	۶	توانایی انجام سفارش در کسب و کار الکترونیکی	۵
			آشنایی با تعریف سفارش الکترونیکی	۵-۱
			آشنایی با فرایند سفارش الکترونیکی	۵-۲
			آشنایی با راهبردهای نوین سفارش الکترونیکی	۵-۳
			- مونتاژ در حال حمل (merge in transit)	
			- سفارش در حال حمل (rolling ware house)	
			آشنایی با مشکلات سفارش الکترونیکی	۵-۴
شناخت اصول حل مشکلات سفارش الکترونیکی	۵-۵			
شناسایی اصول انجام سفارش الکترونیکی	۵-۶			
۱۴	۵	۹	توانایی به کارگیری سیستم های پرداخت الکترونیکی	۶
			آشنایی اب فرایند های پرداخت الکترونیکی	۶-۱
			آشنایی با انواع روش های پرداخت الکترونیکی	۶-۲
			آشنایی با عوامل موفقیت روش های پرداخت الکترونیکی	۶-۳
			آشنایی با مسائل امنیتی پرداخت الکترونیکی	۶-۴
			آشنایی با روش های پرداخت در انواع مدل های کسب و کار الکترونیکی	۶-۵
			آشنایی با روش های صدور حواله ها در محیط به هنگام	۶-۶
شناسایی اصول انجام فرایند پرداخت الکترونیکی	۶-۷			



شماره	شرح	زمان آموزش		
		نظری	عملی	جمع
۷	توانایی طراحی یک سیاست تجاری کاربردی	۱۳	۲۲	۳۵
۷-۱	آشنایی با ملزومات پایه ای خلق کسب و کار به هنگام			
۷-۲	آشنایی با ملزومات ایجاد یک سایت تجاری			
۷-۳	شناسایی اصول طراحی و مدیریت وب سایب			
۷-۴	شناسایی اصول درک اهمیت خلق پیام های مرتبط با نیازهای و انتظارات کاربر			
۷-۵	شناسایی اصول ارزیابی وب سایت - ظاهر سایت - قابلیت جستجو در سایت - میزان تطابق محتوای سایت با نیازهای مشتری - عملکرد کلی سایت			
۷-۶	آشنایی با انواع تکنیک های ایجاد، حفظ و بهبود موتورهای جستجو			
۷-۷	شناسایی اصول و روش های مدیریت ارتباط و مشتری الکترونیکی - ایجاد فرایند ها و امکانات خود خدمتی - دریافت نظرات و شکایات مشتریان - افزایش اعتماد مشتری			
۸	توانایی بکارگیری ضوابط ایمنی و بهداشت کار در محیط کار	۳	۲	۵
۸-۱	آشنایی با وسایل حفاظت فردی			
۸-۲	آشنایی با بیماری های ناشی از شغل			
۸-۳	آشنایی با علل بروز حوادث شغلی			
۸-۴	آشنایی با شرایط مطلوب و ایمن محیط کار			
۸-۵	آشنایی با علل آتش سوزی و اصول اطفاء حریق			

نام شغل: مدیر کسب و کار الکترونیکی

اهداف و ریزبرنامه درسی (بر اساس کاربرد شماره ۶)

زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			آشنایی با عوامل استرس آفرین و غلبه بر آن	۸-۶
			آشنایی با بهداشت روانی در کار	۸-۷



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

نام شغل : مدیر کسب و کار الکترونیکی

لیست تجهیزات رشته (براساس کاربرد شماره ۸)

ردیف	تجهیزات (یک واحد)	مشخصات فنی	تعداد کاربر استاندارد(نفر)	عمر مفید و استاندارد	ملاحظات
۱	میز	کامپیوتر	۱ عدد برای هر نفر	-	-
۲	صندلی	گردان	۱ عدد برای هر نفر	-	-
۳	ویدئو	CD , VHS	۱ دستگاه برای هر کارگاه	-	-
۴	جعبه کمک های اولیه	با تجهیزات کامل	۱ عدد برای هر کارگاه	-	-
۵	کپسول اطفاء حریق	پودر خشک - ۶ کیلویی	۱ عدد برای هر کارگاه	-	-
۶	تلویزیون	۲۹ اینچ رنگی	۱ دستگاه برای هر کارگاه	-	-
۷	تخته وایت برد	۱۰۰ × ۱۰۰m	۱ عدد برای هر کارگاه	-	-
۸	رایانه با کلید متعلقات	P4	۱ دستگاه برای هر نفر	-	-
۹	شبکه اتصال به اینترنت	-	۱ عدد برای هر کارگاه	-	-

لیست ابزار رشته (براساس کاربرد شماره ۸)

ردیف	ابزار (یک واحد)	مشخصات فنی	تعداد کاربر استاندارد(نفر)	عمر مفید و استاندارد	ملاحظات
	ندارد				

لیست مواد مصرفی رشته (براساس کاربرد شماره ۸)

ردیف	مواد مصرفی	مشخصات	تعداد کاربر استاندارد(نفر)	ملاحظات
۱	کاغذ	A4	۱ بسته ۵۰۰ برگی برای کارگاه	-
۲	لوازم التحریر	خودکار-مدادو ...	از هر کدام ۱ عدد برای هر کارگاه	-
۳	ماژیک وایت برد	آبی - مشکی - قرمز	از هر کدام ۱ عدد برای هر کارگاه	-
۴	تخته پاک کن	اسفنجی	۱ عدد برای هر کارگاه	-



ردیف	شرح
۱	تجارت الکترونیک: اصول، مفاهیم، کاربردها؛ تألیف دکتر الحمید ابراهیمی - امید مهدیه، انتشارات همای دانش، چاپ اول ۱۳۸۵
۲	تجارت الکترونیک در هزاره سوم؛ تألیف دکتر علی صنایعی، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، چاپ اول ۱۳۸۱
۳	مدیریت زنجیره تأمین؛ تألیف حسین احمدی، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، چاپ اول ۱۳۸۴
۴	شهر الکترونیک؛ تألیف دکتر علی اکبر جلالی، انتشارات دانشگاه علو و صنعت ایران، چاپ دوم ۱۳۸۳
۵	شناخت وب سایت در یک هفته؛ نویسنده: استیو موریس - پل دیکنیسون، مترجم: شهیندوخت ابطحی، انتشارات یساولی، چاپ اول ۱۳۷۹
۶	بازاریابی الکترونیک؛ نویسنده: نجف آبادی، انتشارات چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۸۵
۷	تجارت الکترونیک؛ نویسنده: احمدی، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، ۱۳۸۵
۸	تجارت الکترونیک؛ نویسنده: وحید رضا میرابی، انتشارات: پرسمان، چاپ اول ۱۳۸۵
۹	تجارت الکترونیک: برنامه ریزی منابع سازمان؛ نویسنده: مورل شیلدز، چاپ اول ۱۳۸۳
۱۰	تجارت الکترونیک؛ نویسنده: برایان سالتر، انتشارات: سیمای دانش، چاپ اول ۱۳۸۲
۱۱	قانون تجارت الکترونیک: به انضمام قوانین و مقررات مربوطه؛ نویسنده: فرهاد شمس، انتشارات آفرینش، چاپ اول ۱۳۸۳
۱۲	تجارت الکترونیک؛ نویسنده: ویرجیناری، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، چاپ اول ۱۳۸۱
۱۳	آشنایی با تجارت الکترونیک و زیر ساخت های آن؛ نویسنده: محمد حسن نیک بخش تهرانی، انتشارات انستیتو ایران، چاپ اول ۱۳۸۱
۱۴	ضروریات کسب و کار الکترونیک؛ مترجم: بابک عابدین - علیرضا قنادان، انتشارات رسا، چاپ اول ۱۳۸۲
۱۵	رازهای موفقیت بازاریابی ایمیلی پیشرفته؛ نویسنده: جیم استرن - مترجم: بهمن کلانتری، علی محمد نجاتی، انتشارات: روزگار چاپ اول ۱۳۸۵



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

نام شغل : مدیر کسب و کار الکترونیکی

فهرست منابع و نرم افزارهای آموزشی (بر اساس کاربرد شماره ۹)

شرح	ردیف
۱۰۱ روش بازاریابی در اینترنت؛ نویسنده: سوزان سویینی، مترجم: فاطمه فرزانه، انتشارات ناقوس، چاپ اول ۱۳۸۴	۱۶
بازریابی از طریق وب؛ نویسنده: جیمز میسن، مترجم: محمد ابراهیم گوهریان، انتشارات امیرکبیر، چاپ اول ۱۳۸۳	۱۷
Electronic commerce , AMaragerial perspective, Efraim Turban , David kiuy, jae lee, Dennis Viehland- prentice Hall- 2004	۱۸