

معاونت پژوهش، برنامه‌ریزی و سنجش مهارت

دفتر پژوهش، طرح و برنامه‌ریزی درسی

استاندارد آموزش شغل مدیر کسب و کار الکترونیکی

گروه شغلی

امور مالی و بازرگانی

کد ملی آموزش شغل

۲	۴	۲	۴	۴	۰	۴	۵	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱
Isco-08				سطح مهارت	شناسه گروه			شناسه شغل			شناسه شایستگی			نسخه

۱/۱/۸۸/۳-۳

تاریخ تدوین استاندارد: ۸۸/۱/۱



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	<ul style="list-style-type: none"> ۳ توانایی تشخیص رفتار مشتری در کسب و کار الکترونیکی ۳-۱ شناسایی عوامل موثر بر رفتار مشتری به هنگام (on line) ۳-۲ شناسایی فرایند تصمیم گیری مشتری به هنگام 	



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			۳-۳ آشنایی با روش‌های ایجاد رابطه یک به یک با مشتری (, oneto one personalization)	
			۳-۴ شناسایی اصول ایجاد وفاداری در مشتری به هنگام	
			۳-۵ آشنایی با رابطه مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و کسب و کار الکترونیکی	
			۳-۶ آشنایی با الگوهای توسعه مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی	
			۳-۷ شناسایی اصول ارائه خدمات به هنگام به مشتری	
۱۲	۶	۶	۴ توانایی تشخیص مفاهیم خرده‌فروشی محصولات در کسب و کار الکترونیکی	
			۴-۱ آشنایی با ویژگی‌های خرده‌فروشی الکترونیکی	
			۴-۲ آشنایی با مدل‌های کسب و کار خرده‌فروشی الکترونیکی	
			۴-۳ شناسایی اصول اجزای خرده‌فروشی الکترونیکی در حوزه‌های کسب و کار	
			- مسافرتی و توریستی	
			- بانکداری و موسسات مالی خصوصی	
			- محصولات دیجیتال	
			۴-۴ آشنایی با عوامل کلیدی موفقیت و شکست خرده‌فروشی الکترونیکی	



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 با 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			



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

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 کلیه 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 شیلدرز، 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