



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور



جمهوری اسلامی ایران
وزارت کار و امور اجتماعی

استاندارد مهارت و آموزشی

مهندس طراح تجارت الکترونیک

گروه برنامه ریزی درسی فناوری اطلاعات

تاریخ شروع اعتبار: ۱۳۸۴/۶/۱

کد استاندارد: ۸۴/۹۳/۱/۲-۰

معاونت پژوهش و برنامه ریزی: تهران-خیابان آزادی-
نبش چهارراه خوش- سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور-
طبقه پنجم
تلفن: ۶۶۹۴۱۵۱۶ دورنگار: ۶۶۹۴۱۲۷۲
کدپستی: 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- خ
خوش شمالی- تقاطع خوش و نصرت - ساختمان فناوری
اطلاعات و ارتباطات- طبقه چهارم
تلفن: ۶۶۹۴۴۱۱۹ و ۶۶۹۴۴۱۲۰ دورنگار: ۶۶۹۴۴۱۱۷
کدپستی: ۱۴۵۷۷۷۷۳۶۳
EMAIL: DEVELOP@IRANTVTO.IR



خلاصه استاندارد

<p>تعریف مفاهیم سطوح یادگیری آشنایی: به مفهوم داشتن اطلاعات مقدماتی/شناسایی: به مفهوم داشتن اطلاعات کامل/اصول: به مفهوم مبانی مطالب نظری/ توانایی: به مفهوم قدرت انجام کار</p>																			
<p>مشخصات عمومی شغل: مهندس طراح E-Commerce مراکز کامپیوتر و IT مهندسی است که با تیمهای دیگر مهندسی کامپیوتر و IT در خصوص سیستم های E-Commerce و M-Commerce مراکز کامپیوتر و IT همکاری لازم را دارد. همچنین مهندس کامپیوتر طراح E-Commerce مراکز کامپیوتر و IT با تیم های مهندسی کامپیوتر که در زمینه E-Government تجزیه و تحلیل و طراحی و پیاده سازی انجام میدهند همکاری خواهد داشت. طراح E-Commerce مراکز کامپیوتر و IT توانایی بررسی کلی Electronic Commerce، شناخت Digital Economy، کار با خرده فروشی در Electronic Commerce یا (e-Tailing)، کار با Internet Consumers و e-Service و Market، کار با آگهی در خصوص E-Commerce، کار با Company-centric B2B، کار با E-Marketplaces و B2B، کار با سرویس های پشتیبانی B2B، کار با Dynamic Pricing، کار با Service Industries و Online Commerce، کار با Intrabusiness و e-Government، ساخت برنامه های کاربردی E-Commerce Security، کار با Infrastructure، کار با E-Commerce Security، کار با سیستم Electronic Payment Supply و مدیریت Logistics و Order Fulfillment، کار با Regulatory Environment، کار با Chain، کار با EC Strategy و Implementation، کار با Electronic Commerce، کار با E-Communities و Global و دیگر موارد EC، کار با M-Commerce و تجزیه و تحلیل و طراحی و پیاده سازی EC و MC را داشته باشد. یک طراح E-Commerce مراکز کامپیوتر و IT مهندسی است که با تیمهای مربوط به تجزیه و تحلیل و طراحی و پیاده سازی EC و MC بصورت تیمی در شغل مربوطه انجام وظیفه خواهد کرد.</p>																			
<p>ویژگی های کارآموز ورودی: حداقل میزان تحصیلات: مهندس کامپیوتر حداقل توانایی جسمی: سلامت کامل جسمانی و روانی مهارت های پیش نیاز این استاندارد: -</p>																			
<p>طول دوره آموزشی:</p> <table border="1"> <tr> <td>طول دوره آموزش</td> <td>:</td> <td>۳۶۰ ساعت</td> </tr> <tr> <td>- زمان آموزش نظری</td> <td>:</td> <td>۵۴ ساعت</td> </tr> <tr> <td>- زمان آموزش عملی</td> <td>:</td> <td>۱۴۶ ساعت</td> </tr> <tr> <td>- زمان کارآموزی در محیط کار</td> <td>:</td> <td>۸۰ ساعت</td> </tr> <tr> <td>- زمان اجرای پروژه</td> <td>:</td> <td>۸۰ ساعت</td> </tr> <tr> <td>- زمان سنجش مهارت</td> <td>:</td> <td>- ساعت</td> </tr> </table>		طول دوره آموزش	:	۳۶۰ ساعت	- زمان آموزش نظری	:	۵۴ ساعت	- زمان آموزش عملی	:	۱۴۶ ساعت	- زمان کارآموزی در محیط کار	:	۸۰ ساعت	- زمان اجرای پروژه	:	۸۰ ساعت	- زمان سنجش مهارت	:	- ساعت
طول دوره آموزش	:	۳۶۰ ساعت																	
- زمان آموزش نظری	:	۵۴ ساعت																	
- زمان آموزش عملی	:	۱۴۶ ساعت																	
- زمان کارآموزی در محیط کار	:	۸۰ ساعت																	
- زمان اجرای پروژه	:	۸۰ ساعت																	
- زمان سنجش مهارت	:	- ساعت																	
<p>روش ارزیابی مهارت کارآموز:</p> <p>۱- امتیاز سنجش نظری (دانش فنی): ۲۵٪ ۲- امتیاز سنجش عملی: ۷۵٪ ۱-۲- امتیاز سنجش مشاهده ای: ۱۰٪ ۲-۲- امتیاز سنجش نتایج کار عملی: ۶۵٪</p>																			
<p>ویژگیهای نیروی آموزشی: حداقل سطح تحصیلات: لیسانس مرتبط</p>																			



ردیف	عنوان توانایی
۱	توانایی بررسی کلی Electronic Commerce
۲	توانایی شناخت Digital Economy
۳	توانایی کار با خرده فروشی در Electronic Commerce یا (e-Tailing)
۴	توانایی کار با Internet Consumers و e-Service و Market
۵	توانایی کار با آگهی در خصوص E-Commerce
۶	توانایی کار با Company-centric B2B
۷	توانایی کار با E-Marketplaces و B2B
۸	توانایی کار با سرویس های پشتیبانی B2B
۹	توانایی کار با Dynamic Pricing
۱۰	توانایی کار با Knowledge و Online Publishing و Service Industries و Dissemination
۱۱	توانایی کار با e-Government و Intrabusiness
۱۲	توانایی ساخت برنامه های کاربردی E-Commerce و Infrastructure
۱۳	توانایی کار با E-Commerce Security
۱۴	توانایی کار با سیستم Electronic Payment
۱۵	توانایی کار با Supply Chain و مدیریت Logistics و Order Fulfillment
۱۶	توانایی کار با Implementation و EC Strategy
۱۷	توانایی کار با Regulatory Environment یک Electronic Commerce
۱۸	توانایی کار با E-Communities و Global و دیگر موارد EC
۱۹	توانایی کار با M-Commerce
۲۰	توانایی تجزیه و تحلیل و طراحی و پیاده سازی EC و MC

زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
۴	۳	۱	<p>توانایی بررسی کلی Electronic Commerce</p> <p>۱-۱ آشنایی با تعریف electronic commerce و اجزا آن</p> <p>۱-۲ آشنایی با مزایا و معایب EC</p> <p>۱-۳ آشنایی با تفاوت بین electronic market و inter organizational systems</p> <p>۱-۴ آشنایی با content و framework یک EC در مهندسی نرم افزار</p> <p>۱-۵ آشنایی با EC برای organization و consumer و society</p> <p>۱-۶ آشنایی با محدودیت های EC</p> <p>۱-۷ شناسایی اصول بازدید از یک مرکز کامپیوتر، IT و تهیه گزارش در خصوص EC از نظر مهندسی نرم افزار</p>	
۴	۳	۱	<p>توانایی شناخت Digital Economy</p> <p>۲-۱ آشنایی با مفاهیم اصلی و اساسی Digital Economy</p> <p>۲-۲ شناسایی اصول بررسی مقایسه marketplaces با market space</p> <p>۲-۳ شناسایی اصول کار با economic rule در digital economy</p> <p>۲-۴ شناسایی اصول کار با digital economy روی trading و intermediaries</p> <p>۲-۵ شناسایی اصول کار با digital economy روی business processes و functional areas در سازمان</p> <p>۲-۶ آشنایی با m-commerce و کاربردهای آن</p> <p>۲-۷ شناسایی اصول کار با role های m-commerce در digital economy</p>	
۴	۳	۱	<p>توانایی کار با خرده فروشی در Electronic Commerce (e-Tailing) یا Retailing</p> <p>۳-۱ آشنایی با مفاهیم اصلی و اساسی Retailing یا (e-Tailing)</p> <p>۳-۲ شناسایی اصول کار با primary business models برای e-Tailing.</p> <p>۳-۳ شناسایی اصول کار با موارد گوناگون e-tail consumer در خصوص comparison-shopping</p>	



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			<p>۳-۴ شناسایی اصول کار با موارد گوناگون e-tail markets در خصوص groceries و music و cars و دیگر کالاها</p> <p>۳-۵ شناسایی اصول مشخص کردن the critical success factors برای direct marketing و e-tailing و along و خطاهای ممکن</p> <p>۳-۶ شناسایی اصول انجام استراتژی click-and-mortar برای traditional retailers</p> <p>۳-۷ شناسایی اصول انجام disintermediation و reintermediation و channel conflicts در e-tailing</p>	
۸	۵	۳	<p>توانایی کار با Internet Consumers و e-Service Market</p> <p>۴-۱ شناسایی اصول کار با ضروریات رفتار consumer</p> <p>۴-۲ شناسایی اصول کار با خصیصه های Internet و EC در خصوص خرید</p> <p>۴-۳ شناسایی اصول کار با decision-making process در خصوص consumer برای خرید</p> <p>۴-۴ Describe the way companies are building relationships with customers.</p> <p>۴-۵ شناسایی اصول پیاده سازی customer service و relationship مربوطه با CRM</p> <p>۴-۶ شناسایی اصول کار با consumer market در EC</p> <p>۴-۷ شناسایی اصول کار با role های intelligent agents در برنامه های کاربردی consumer</p> <p>۴-۸ شناسایی اصول کار با organizational buyer behavior model</p>	
۸	۶:۳۰	۱:۳۰	<p>توانایی کار با آگهی در خصوص E-Commerce</p> <p>۵-۱ شناسایی اصول مشخص کردن معایب Web در نوع و خصوصیات آن</p> <p>۵-۲ شناسایی اصول بررسی متد های عیوب اصلی بکار رفته در Web</p> <p>۵-۳ شناسایی اصول بررسی استراتژی های عیوب در Web</p>	



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			<p>۵-۴ شناسایی اصول کار با انواع گوناگون رفع عیب از Web</p> <p>۵-۵ شناسایی اصول کار با چگونگی اعمال intelligent و technology agents</p> <p>۵-۶ شناسایی اصول کار با روابط economic با Web</p> <p>۵-۷ شناسایی اصول انجام عملیات با متدهای موفقیت آمیز روی Web</p> <p>۵-۸ شناسایی اصول انجام مقایسه paper و electronic catalogs و customized catalogs</p> <p>۵-۹ شناسایی اصول انجام انتشار Web</p>	
۸	۶:۳۰	۱:۳۰	<p>توانایی کار با Company-centric B2B</p> <p>۶-۱ آشنایی با مفاهیم اولیه و اساسی B2B</p> <p>۶-۲ آشنایی با B2B field</p> <p>۶-۳ شناسایی اصول کار با انواع مدل های B2B</p> <p>۶-۴ شناسایی اصول کار با خصیصه های sell-side marketplace</p> <p>۶-۵ شناسایی اصول کار با مدل‌های sell-side intermediaries</p> <p>۶-۶ شناسایی اصول کار با buy-side marketplace و e-procurement</p> <p>۶-۷ شناسایی اصول انجام forward و backward در خصوص B2B auctions</p> <p>۶-۸ شناسایی اصول کار با مدل‌های group purchasing و aggregation</p> <p>۶-۹ شناسایی اصول انجام collaborative برای e-commerce.</p> <p>۶-۱۰ شناسایی اصول پیاده سازی company-centric از نوع B2B</p> <p>۶-۱۱ شناسایی اصول مجزا کردن EDI Internet-based از traditional EDI</p>	
۸	۶:۳۰	۱:۳۰	<p>توانایی کار با E-Marketplaces و B2B</p> <p>۷-۱ آشنایی با مفاهیم اصلی و اساسی e-marketplaces و مبادلات</p> <p>۷-۲ شناسایی اصول کار با انواع e-marketplaces</p> <p>۷-۳ شناسایی اصول کار با B2B portals</p>	



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			<p>۷-۴ شناسایی اصول کار با مبادلات third-party .</p> <p>۷-۵ شناسایی اصول کار با dynamic pricing و trading mechanisms</p> <p>۷-۶ شناسایی اصول کار با e-procurement و e-selling و شرکا</p> <p>۷-۷ شناسایی اصول کار با مدل‌های revenue و ownership</p> <p>۷-۸ شناسایی اصول کار با شبکه ای از exchanges و exchange management</p> <p>۷-۹ شناسایی اصول کار با فاکتورهای موفق critical از exchanges</p> <p>۷-۱۰ شناسایی اصول پیاده سازی و توسعه e-marketplaces و exchanges</p> <p>۷-۱۱ شناسایی اصول کار با extranet و role های پشتیبانی exchanges و marketplaces</p>	
۲۰	۱۶	۴	<p>۸ توانایی کار با سرویس های پشتیبانی B2B</p> <p>۸-۱ آشنایی با مفاهیم اصلی و اساسی سرویس های پشتیبانی B2B</p> <p>۸-۲ شناسایی اصول کار با انواع اصلی سرویس های پشتیبانی B2B که توسط e-service بوجود می آیند</p> <p>۸-۳ شناسایی اصول کار با EC services از نوع frequently outsourced</p> <p>۸-۴ شناسایی اصول کار با role و انواع e-strategy consultants</p> <p>۸-۵ شناسایی اصول کار با e-infrastructure process و role of Web integration و hosting</p> <p>۸-۶ شناسایی اصول کار با financial services در B2B</p> <p>۸-۷ شناسایی اصول کار با سرویس های تدارکات و سفارشات</p> <p>۸-۸ شناسایی اصول کار با B2C در خصوص marketing و describe some B2Bitatives و sales و advertisement</p> <p>۸-۹ شناسایی اصول ساخت محتوای و syndication و delivery و management</p> <p>۸-۱۰ شناسایی اصول کار با role در خصوص directory services در B2B</p> <p>۸-۱۱ شناسایی اصول کار با CRM برای B2B و relationships با e-communities</p>	



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
۸	۶:۳۰	۱:۳۰	<p>توانایی کار با Dynamic Pricing</p> <p>۹-۱ آشنایی با مفاهیم اصلی و اساسی Dynamic Pricing</p> <p>۹-۲ شناسایی اصول کار با انواع auctions و خصیصه ها</p> <p>۹-۳ شناسایی اصول کار با processes مربوط به conducting forward و reverse auctions</p> <p>۹-۴ شناسایی اصول کار با مزایا و معایب auctions</p> <p>۹-۵ شناسایی اصول کار با services و support auctions</p> <p>۹-۶ شناسایی اصول کار با hazards مربوط به e-auction fraud و countermeasures</p> <p>۹-۷ شناسایی اصول کار با negotiating و bartering</p> <p>۹-۸ شناسایی اصول کار با Analyze future role و برای m-commerce</p>	
۱۶	۱۲	۴	<p>توانایی کار با Online و Service Industries و Knowledge Dissemination و Publishing</p> <p>۱۰-۱ آشنایی با broker-based services در خصوص performed online</p> <p>۱۰-۲ شناسایی اصول کار با سرویس های online travel tourism و فواید آن</p> <p>۱۰-۳ شناسایی اصول کار با impact کردن EC برای travel industry</p> <p>۱۰-۴ شناسایی اصول کار با online job market و drivers و فواید آن</p> <p>۱۰-۵ شناسایی اصول کار با electronic real estate و online insurance markets</p> <p>۱۰-۶ شناسایی اصول کار با stock trading و global exchanges بصورت online و بررسی مزایای آن</p> <p>۱۰-۷ شناسایی اصول کار با cyber banking و drivers و توانمندی های آن</p> <p>۱۰-۸ شناسایی اصول پیاده سازی و نشر online برای financial services</p> <p>۱۰-۹ شناسایی اصول کار با online publishing</p>	



شماره	شرح	زمان آموزش		
		نظری	عملی	جمع
۱۰-۱۰	شناسایی اصول کار با online knowledge dissemination و distance learning			
۱۰-۱۱	شناسایی اصول کار با disintermediation و reintermediation			
۱۱	توانایی کار با e-Government و Intrabusiness	۴	۸	۱۲
۱۱-۱	آشنایی با مفاهیم اصلی و اساسی e-intrabusiness و e-Government			
۱۱-۲	شناسایی اصول کار با اینترنت برای یک سازمان			
۱۱-۳	شناسایی اصول کار با relationship بین corporate portals و intranets			
۱۱-۴	شناسایی اصول کار با e-government to citizens (G2C) و business (G2B)			
۱۱-۵	شناسایی اصول کار با دیگر ایده‌ها و ابتکارات e-government			
۱۱-۶	شناسایی اصول کار با تکنولوژی peer-to-peer و intrabusiness در B2B و C2C در e-commerce			
۱۲	توانایی ساخت برنامه‌های کاربردی E-Commerce و Infrastructure	۴	۸	۱۲
۱۲-۱	آشنایی با مفاهیم اصلی و اساسی framework و landscape برای برنامه‌های کاربردی EC و توسعه آنها			
۱۲-۲	شناسایی اصول کار با برنامه‌های کاربردی EC و functionalities			
۱۲-۳	شناسایی اصول طراحی EC و توسعه process های مربوط به آن			
۱۲-۴	شناسایی اصول کار با توسعه گزینه‌های مربوط به EC و اولویت‌گزینه‌های توسعه			
۱۲-۵	شناسایی اصول کار با activities در تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم			
۱۲-۶	شناسایی اصول کار با role های ASP			
۱۲-۷	شناسایی اصول کار با catalogs و Web servers و carts و chatting و telephony برای EC			
۱۲-۸	شناسایی اصول کار با ارتباطات برنامه‌های EC با databases دیگر برنامه‌ها و networks و business partner			

زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			<p>شناسایی اصول کار با site usability و management</p> <p>شناسایی اصول کار با process های مربوط به توسعه storefront</p> <p>شناسایی اصول ساخت یک storefront با استفاده از templates</p>	<p>۱۲-۹</p> <p>۱۲-۱۰</p> <p>۱۲-۱۱</p>
۱۲	۸	۴	<p>توانایی کار با E-Commerce Security</p> <p>آشنایی با مستندات rapid rise در کامپیوتر و امنیت شبکه</p> <p>شناسایی اصول کار با فاکتورهای contributing برای rise در EC</p> <p>security breaches</p> <p>شناسایی اصول کار با انواع network security</p> <p>شناسایی اصول کار با گامهای توسعه یک سیستم مدیریت security risk</p> <p>شناسایی اصول کار با سیستم attacks against EC</p> <p>شناسایی اصول کار با تمامی تکنولوژی های امنیت در EC</p>	<p>۱۳</p> <p>۱۳-۱</p> <p>۱۳-۲</p> <p>۱۳-۳</p> <p>۱۳-۴</p> <p>۱۳-۵</p> <p>۱۳-۶</p>
۱۲	۸	۴	<p>توانایی کار با سیستم Electronic Payment</p> <p>شناسایی اصول تعیین فاکتورهای crucial و متدهای امنیت e-payment</p> <p>شناسایی اصول کار با المنت های کلیدی در امنیت e-payment</p> <p>شناسایی اصول کار با players و processes برای credit cards بصورت online</p> <p>شناسایی اصول بکارگیری و بررسی مزایای purchase card</p> <p>شناسایی اصول کار با دیگر categories و متدها برای programming و potential uses از smart card</p> <p>شناسایی اصول کار با online alternatives برای credit card payment و identify تحت نظر circumstances</p> <p>شناسایی اصول کار با processes و parties involved در e-checks</p> <p>شناسایی اصول کار با operation و مزایای e-billing</p>	<p>۱۴</p> <p>۱۴-۱</p> <p>۱۴-۲</p> <p>۱۴-۳</p> <p>۱۴-۴</p> <p>۱۴-۱۵</p> <p>۱۴-۱۶</p> <p>۱۴-۱۷</p> <p>۱۴-۱۸</p>

زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
۸	۶:۳۰	۱:۳۰	<p>توانایی کار با Logistics و Order Fulfillment و مدیریت Supply Chain</p> <p>۱۵-۱ آشنایی با مفاهیم اصلی و اساسی role های مربوط به order fulfillment و back-office operations در EC</p> <p>۱۵-۲ شناسایی اصول کار با order fulfillment process</p> <p>۱۵-۳ شناسایی اصول کار با supply chain و پیاده سازی و مدیریت آن</p> <p>۱۵-۴ شناسایی اصول کار با موارد مدیریت supply chain و حل مسائل آن</p> <p>۱۵-۵ شناسایی اصول کار با نیازمندی های integrating در خصوص information systems برای front و back offices</p> <p>۱۵-۶ شناسایی اصول کار با ارزیابی software و فعالیت های پشتیبانی و مدیریت supply chain</p> <p>۱۵-۷ شناسایی اصول کار با ERP relationships among SCM و EC</p>	
۸	۶:۳۰	۱:۳۰	<p>توانایی کار با EC Strategy و Implementation</p> <p>۱۶-۱ آشنایی با importance و business essentials و EC strategies</p> <p>۱۶-۲ شناسایی اصول کار با strategy planning process برای EC</p> <p>۱۶-۳ شناسایی اصول کار با strategy formulation process</p> <p>۱۶-۴ شناسایی اصول کار با EC applications و discovered و prioritized</p> <p>۱۶-۵ شناسایی اصول کار با role های مربوط به CSF و justification یک EC</p> <p>۱۶-۶ شناسایی اصول کار با strategy implementation</p> <p>۱۶-۷ شناسایی اصول کار با to reassess EC strategy</p> <p>۱۶-۸ شناسایی اصول کار با role های metrics در EC</p> <p>۱۶-۹ شناسایی اصول کار با EC failures برای success</p>	



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
۸	۶:۳۰	۱:۳۰	توانایی کار با Regulatory Environment یک Electronic Commerce	۱۷
			شناسایی اصول کار با intellectual property در EC و protection measures provided برای	۱۷-۱
			شناسایی اصول کار با ethical issues در EC و measures improve برای organizations	۱۷-۲
			شناسایی اصول کار با conflict بین Internet indecency و resolve attempts برای	۱۷-۳
			شناسایی اصول کار با issues involved در imposing sales و tax روی Internet	۱۷-۴
			شناسایی اصول کار با تفاوت‌های بین online contracts و off-line	۱۷-۵
			شناسایی اصول کار با Legal issues در خصوص computer crimes	۱۷-۶
شناسایی اصول کار با measures available با protect و buyers و sellers روی Internet	۱۷-۷			
۴	۲:۳۰	۱:۳۰	توانایی کار با E-Communities و Global و دیگر موارد EC	۱۸
			آشنایی با role ها و impact برای virtual communities	۱۸-۱
			شناسایی اصول ارزیابی issues involved در global EC	۱۸-۲
			شناسایی اصول تجزیه و تحلیل impact یک EC روی small businesses	۱۸-۳
			شناسایی اصول کار با تفاوت‌های relationship بین EC و BPR و virtual corporation و knowledge management	۱۸-۴
			شناسایی اصول تحلیل موارد فرصت طلبی در EC	۱۸-۵
شناسایی اصول کار با future برای EC	۱۸-۶			
۱۲	۸	۴	توانایی کار با M-Commerce	۱۹
			شناسایی اصول کار با خصیصه های و صفات m-commerce	۱۹-۱
			شناسایی اصول کار با driver های m-commerce	۱۹-۲



زمان آموزش			شرح	شماره
جمع	عملی	نظری		
			شناسایی اصول کار با تکنولوژی های پشتیبانی و توانمندیها	۱۹-۳
			شناسایی اصول کار با استانداردهای wireless و transmission network	۱۹-۴
			شناسایی اصول کار با برنامه های کاربردی m-commerce برای customer service و marketing و finance	۱۹-۵
			شناسایی اصول کار با برنامه های کاربردی intra-enterprise در خصوص m-commerce	۱۹-۶
			شناسایی اصول کار با برنامه های کاربردی B2B و supply chain در خصوص	۱۹-۷
			شناسایی اصول کار با برنامه های کاربردی personal و consumer در خصوص m-commerce	۱۹-۸
			شناسایی اصول کار با برنامه های کاربردی non-Internet و m-commerce	۱۹-۹
			شناسایی اصول کار با location-based commerce (L-commerce)	۱۹-۱۰
			شناسایی اصول کار با محدودتهای پیاده سازی m-commerce	۱۹-۱۱
۲۴	۱۶	۸	توانایی تجزیه و تحلیل و طراحی و پیاده سازی EC و MC	۲۰
			شناسایی اصول تجزیه و تحلیل EC و MC	۲۰-۱
			شناسایی اصول طراحی EC و MC	۲۰-۲
			شناسایی اصول پیاده سازی EC و MC	۲۰-۳



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور

نام شغل: مهندس طراح تجارت الکترونیک

فهرست استاندارد تجهیزات، ابزار، مواد و وسایل رسانه ای

ردیف	مشخصات فنی	تعداد	شماره
۱	کامپیوتر پنتیوم IV کامل یا مشابه یا بالاتر برای Windows Xp	۱۶	
۲	MS Office Xp های CD	۱۶	
۳	چاپگر	۱۶	
۴	CD های آموزشی	۱۶	
۵	پوستر	۱۶	



ردیف	شرح
۱	کلیه سایتهای اینترنتی بهترین مرجع و منبع برای تجارت الکترونیک میباشند.
۲	بانکها و موسسات مالی
۳	شرکتهای کارگذاری الکترونیکی
۴	فروشگاههای الکترونیکی
۵	حراجیهای الکترونیکی
۶	بورس نفت
۷	بورس ارز
۸	بورس کالاهای صنعتی
۹	بورس کالاهای کشاورزی
۱۰	بورس اوراق بهادار
۱۱	شرکتهای سرمایه گذاری