

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



عنوان کتاب: خدمات وب و شبکه

تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان (جهاددانشگاهی)

صاحب امتیاز: موسسه کار و تأمین اجتماعی

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.Issi.ir

سایت موسسه کار و تأمین اجتماعی:

هرگونه بهره‌برداری و نقل قول مطالب، منوط به اجازه کتبی از موسسه کار و تأمین اجتماعی می‌باشد.

موسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان ستارخان، دربان نو یکم، شماره ۲۳، تلفن: ۵-۶۶۵۵۶۸۰۱
دورنگار: ۶۶۵۵۶۸۱۳

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱
مقدمه.....	۵
توصیف خدمات.....	۱۷
فرآیند ارائه خدمات.....	۳۰
امکانات و تجهیزات مورد نیاز.....	۳۳
نیروی انسانی مورد نیاز.....	۳۴
سرمایه مورد نیاز.....	۳۶
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز.....	۳۸
وضعیت بازار خدمات.....	۳۸
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات.....	۴۱
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها.....	۵۷
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی.....	۵۸
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند.....	۵۹
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل.....	۵۹
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز.....	۶۰

پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغهٔ کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پرنرگتر می‌نماید. چرا که اشتغال و بیکاری به عنوان شاخصی مهم برای ارزیابی سیاست‌های کلان کشورها محسوب می‌شود. از این رو دولت‌ها می‌کوشند تا به طرق مختلف نرخ بیکاری را کاهش دهند. یکی از این راهها توسعه مشاغل کوچک و متوسط به طور عام و توسعه مشاغل خانگی به طور خاص است که افزایش درآمد و ثروت جامعه را بدنبال دارد. زیرا هر قدر سطح اقتصاد خانوار در جریان اقتصادی کشور بهبود یابد، به همان میزان اقتصاد جامعه نیز رشد پیدا می‌کند، از سوی دیگر خویش‌فرمایی و یا کار در محیط خانه یکی از الگوهای اشتغال در هزاره سوم است که به مدد نرم‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، شرایطی را فراهم آورده که می‌توان قرن حاضر را قرن توسعه و رونق مشاغل خانگی دانست.

کسب و کار خانگی هم اکنون با بهره‌برداری از امتیازاتی چون توسعه دانش و گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات، حیطه گسترده‌ای را در اکثر حوزه‌های اقتصادی به خود اختصاص داده و در زمره یکی از حیاتی‌ترین و ضروری‌ترین بخش‌های اقتصادی جوامع به شمار می‌رود. در کشور ما ایران نیز، کاهش نرخ بیکاری و ایجاد اشتغال از جمله اهداف و تکالیف تصریح شده در سند چشم‌انداز و قوانین پنج ساله توسعه کشور محسوب شده و به این منظور، رویکرد توسعه

مشاغل خانگی به دلیل برخورداری از پیامدهای مثبت و متعدد در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مورد توجه مسئولین امر قرار گرفته است. مطابق قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، منظور از مشاغل یا کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که با تصویب ستاد سازماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، توسط عضو یا اعضاء خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌گردد. اما علیرغم تجربه‌های مثبت و موفقیت‌های چشمگیر سایر کشورها چنین طرح‌هایی مستلزم زمینه‌ها و بسترهای لازم است تا منابع و سرمایه‌های کشور هدر نرود و بتواند برای افراد اشتغال و برای کشور آبادانی به همراه آورد. تحقق سیاست توسعه مشاغل خانگی در ایران در شکل صحیح آن، علاوه بر کارکردهای عمومی که همانند دیگر جوامع بر متغیرهای اقتصادی چون اشتغال و تولید داخلی و درآمد سرانه خواهد داشت در حوزه‌هایی همچون احیای فرهنگ کار در خانواده‌ها، جلب مشارکت مردم، تقویت ویژگی‌های کارآفرینی، ارتقاء شاخص‌های اقتصادی در سطوح خرد و کلان جامعه، اصلاح نظام تربیتی، بسترسازی حقوقی مناسب و تأثیر روانشناختی بر اعضای جامعه به ویژه زنان و کودکان نیز منشأ تأثیرات مثبت و قابل ملاحظه‌ای خواهد بود.

مشاغل خانگی، طیف وسیعی از مشاغل سنتی تا نوظهور را در بر می‌گیرد و راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی علاوه بر مهارت خاص هر شغل، نیازمند برخورداری از مجموعه‌ای از مهارت‌های اساسی و پایه‌ای همچون مدیریت

منابع، مدیریت زمان، سازماندهی، مدیریت فردی و مهمتر از همه مهارت‌های بازاریابی می‌باشد و فراهم آوردن پیش شرط‌های اطلاعاتی، مهارتی و تجربه عملی، منجر به حصول بهره‌وری بیشتر و توسعه سرمایه‌های انسانی و اجتماعی خواهد بود. لذا توسعه فرصت‌های شغلی در این زمینه مستلزم همکاری بخش‌های مختلف می‌باشد.

در این راستا، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با همکاری صمیمانه سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی اقدام به تهیه، تدوین و معرفی ۱۵۰ شغل خانگی نموده است.

هدف از این مهم، شناسایی و معرفی مشاغل خانگی به علاقمندان می‌باشد به گونه‌ای که مخاطبان با فرایند ارائه خدمات، نیروی انسانی، وضعیت بازار، مشاغل مرتبط و منابع آموزشی مورد نیاز بیش از پیش آشنا شوند.

امید است تلاش‌های صورت گرفته، گامی مؤثر در جهت تشکیل بانک اطلاعاتی مشاغل خانگی محسوب شده و با الگوسازی مناسب، زمینه اشتغال جوانان میهن اسلامی را فراهم نماید.

دکتر محمدرضا سپهری

رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

مقدمه

وب جهانی یا جهان تارگستر هم اکنون پس از پست الکترونیکی پرطرفدارترین سرویس شبکه اینترنت است که بدلیل دو خاصیت عمده آن یعنی قابلیت فرامتنی و همچنین چند رسانه‌ای بودن محیط وب، استفاده از آن به سرعت رو به رشد است. وب مانند بقیه خدمات اینترنت مبتنی بر نظام خدمت گیرنده و خدمت دهنده عظیمی است که از طریق آن می‌توان به گستره وسیعی از منابع اینترنت دسترسی پیدا کرد. وب که با اتصال به اینترنت برای هر کاربری قابل دسترسی است حاوی مقادیر تقریباً نامحدودی متن، صدا، ویدئو و داده‌های دیگری است که در میلیونها کامپیوتر (یا خدمت‌رسان) در کل دنیا قرار دارد. فرایوندها که در صفحات وب به صورت متن زیر خط دار با تصویر دیده می‌شوند مثل یک چسب صفحات وب را به هم می‌چسبانند. این فرایوندها به شما امکان می‌دهند که به فوریت به سند و موضوع وب مرتبط دسترسی پیدا کنید. این سند در پنجره‌ای از مرورگر (خدمات گیرنده) ظاهر می‌شود. پیش از اختراع وب، کاربران کامپیوتر مجبور بودند که نشانی فایل واقع در یک خدمت دهنده مشخص را تایپ کنند یا از فهرست‌های طولانی منوها برای یافتن اطلاعات بهره بگیرند. زمانی که به

اینترنت متصل می‌شوید و از برنامه مرورگر وب استفاده می‌کنید، می‌توانید اطلاعاتی را که به آن دستیابی دارید بدون توجه به اینکه در رایانه محلی ذخیره شده یا در سوی دیگر جهان باشد بخوانید یا مشاهده کنید یا بشنوید. داستانی که در رایانه‌ای در سنگاپور ذخیره شده است ممکن است با اطلاعات بورس نیویورک، تصویری که در فرانکفورت ذخیره شده است و فایل صوتی که در توکیو ذخیره شده است ارتباط برقرار کند. مجموعه خدمتگزارهای وب، اینترنت و مرورگر وب این اطلاعات را گردآوری و به صورت یک مجموعه متحد ارائه می‌کند. در واقع وب یک برنامه خدمت‌گیرنده و خدمت‌دهنده است که از بسیاری جهات شبیه گوگر عمل می‌کند. وب مانند گوگر امکان دسترسی به اطلاعات را بدون دانستن محل نگهداری آنها در اینترنت فراهم می‌سازد و تنها برنامه‌ای است که به صورت فرامتن عمل می‌کند. برخی از منابع فرامتنی که در اینترنت وجود دارند فقط فایل‌های متنی ساده هستند. همچنین در وب ممکن است با فرامتن‌هایی مواجه شوید که شاهرکارهای گرافیکی باشند و اینها هستند که باعث شهرت وب به عنوان یک رابط گرافیکی بسیار مطلوب شده‌اند.

امروزه کاربران کامپیوتر سراسر جهان به استفاده از وب و اطلاعات گرافیکی آن گرایش دارند. از این روی اکثر رسانه‌ها، اکثر کاربران کامپیوتر و حتی بسیاری از مشاغل بر خط (آن‌لاین) از اصطلاح وب جهان گستر و

اینترنت به یک معنی استفاده می‌کنند. اما وب فقط بخشی از اینترنت بزرگ است. چون اینترنت شامل TELNET, FTP و حوزه‌های دیگر و همچنین کابل‌ها و کامپیوترها و سیم‌های خود شبکه نیز می‌شود. وب در بالای اینترنت قرار دارد و در واقع رابط اینترنت است. یک قرارداد مخصوص اینترنت قرارداد یا پروتکل HTTP است و این پروتکل است که استفاده از وب را در اینترنت ممکن می‌کند. مهمترین هدف اینترنت آن است که کاربران بتوانند از اطلاعات ذخیره شده در کامپیوتر کاربر دیگر بهره بگیرند. وب یک روش جذاب برای بهره‌گیری از اطلاعات ذخیره شده در کامپیوترهای خدمات دهنده پراکنده شده در اینترنت است.



وب یک برنامه در حال تغییر و تکامل است و از نقش اولیه خود در ارتباطات دانشگاهی پا را فراتر نهاده و برای نشر انواع اطلاعات به شکل جالب توجه برای مخاطبان اینترنت در نظر گرفته می‌شود. برای کاربران

جدید اینترنت، وب یک رابط چند منظوره برنامه‌های کاربردی شبکه است که مرز میان آنها را پنهان ساخته است. رشد و گسترش کاربرد وب به دلیل قابل استفاده بودن در محیط چند رسانه‌ای همچنان ادامه دارد.

زبان جهانی وب

HTML زبان جهانی وب است و نیز زبانی است برای تنظیم صفحاتی است که می‌توانند انواع اطلاعات متنوع وب را نمایش دهند و همچنین برای ایجاد اسناد و رابطه میان آنها مورد استفاده قرار می‌گیرد. تصاویر رنگی که بر روی وب دیده می‌شود فرم‌هایی که پر می‌کنید و نوارهایی که در حال عبور بر روی صفحه‌ای دیده می‌شوند محصولاتی از زبان وب جهانی یا HTML است.

مرورگر وب

مرورگر وب برنامه‌ای است برای تبادل اطلاعات با خدمت دهنده‌های وب موجود در اینترنت. با برنامه مذکور می‌توان اسناد مورد نظر را نمایش داد. هر مرورگر باید حداقل قادر به درک HTML و نمایش متن باشد. اما توقع کاربران اینترنت در طی سالهای اخیر افزایش یافته است. یک مرورگر وب بسیار ایده‌آل، تجربه چند رسانه‌ای کاملی را با تصاویر، صدا، ویدیو و حتی

تصاویر سه بعدی در اختیار می‌گذارد. عموماً Netscape navigator و Internet Explorer شرکت مایکروسافت مشهورترین مرورگرها هستند. هردوی آنها مرورگرهایی با بالاترین سطح هستند و رقابت تنگاتنگی در بین آنها وجود دارد. هر دوی آنها بطور مرتب روزآمد می‌شوند. بنابراین بهتر است همیشه نیم‌نگاهی به سایت وب Netscape و مایکروسافت داشته باشید تا ببینید که نگارش‌های جدید موجودند یا خیر. هر دوی آنها بطور رایگان از طریق اینترنت قابل دسترسی‌اند. اولین مرورگر وب موزائیک نامیده می‌شد و هم اکنون نیز ویرایش‌های جدیدی از آن در دسترس است.

دروازه‌های وب به خدمات اینترنت

در سند مقدمه CERN یک ارتباط فوق متن وجود دارد که شما را به منابع دسته‌بندی شده از روی نوع برنامه کاربردی (یعنی FTP، GOPHER، WWW، WAIS) هدایت می‌کند. با پرسش به این سیاهه، برنامه مرورگر سندی را به میان می‌آورد که دروازه‌ای به سوی برنامه‌های دیگر اینترنت است. از این صفحه وب می‌توانید به برنامه‌ها یا منابع اطلاعاتی متعددی بروید برخی از این خدمات TELNET، GOPHER، FTP هستند. علاوه بر این نگارش فوق متنی سیاهه خدمات اینترنت را نیز خواهید یافت که ارتباط شما را به منابع متعددی هدایت می‌کند.

تعریف شبکه

اشیاء با هم وصل شده را شبکه (Network) گویند. سیستم کامپیوتر یک شبکه است که در آن تمام قطعات کامپیوتر مانند سی پی یو، حافظه اصلی (RAM)، دیسک سخت (Hard Disk)، مانیتور (Monitor)، صفحه کلید (Keyboard) و غیره از طریق صفحه اصلی (Main-board) با هم وصل‌اند.

شبکه کامپیوتری (Computer Network) چه است؟

کامپیوترهایی که با هم وصل گردیده‌اند شبکه کامپیوتری را تشکیل می‌دهند. یا به عبارت دیگر هر گاه دو یا چند کامپیوتر را با هم وصل کنیم، یک شبکه کامپیوتری تشکیل می‌شود. کامپیوترهایی که در یک اتاق باهم وصل گردیده‌اند یک شبکه کامپیوتری را تشکیل می‌دهد. کامپیوترهایی که در یک تعمیر، یا یک محوطه باهم وصل گردیده‌اند نیز یک شبکه کامپیوتری را تشکیل می‌دهد. کامپیوترهایی که در یک شهر و یا یک کشور توسط وسائل مختلف با هم وصل گردیده‌اند نیز یک شبکه کامپیوتری را تشکیل می‌دهد. اینترنت یک شبکه جهانی و شبکه بزرگ کامپیوتری است.

هدف شبکه کامپیوتری

چرا کامپیوترها را با هم وصل می‌نمائیم؟ یا چرا شبکه کامپیوتری را می‌سازیم؟

هدف اساسی از ساختن شبکه کامپیوتری شریک ساختن (Sharing) است. کامپیوترهایی که باهم وصل گردیده‌اند می‌توانند موارد ذیل را با هم شریک سازند:

◀ معلومات

◀ منابع سیستم

◀ شریک ساختن و ارتباط دادن مردم

اگر شما سیستم کامپیوتر را ببینید در آن سه چیز مختلف را مشاهده می‌کنید:

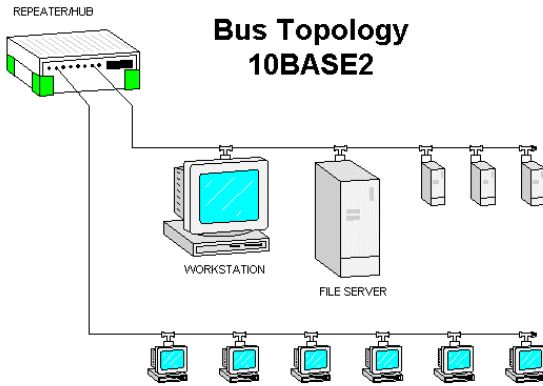
◀ معلومات (Information)

◀ وسائل یا منابع سیستم (Hardware)

◀ مردم (People)

توسط شبکه کامپیوتر معلومات که در یک کامپیوتر است را می‌توانیم در کامپیوتر دیگر مشاهده کنیم. می‌توانیم منابع یک کامپیوتر (از قبیل دیسک سخت (Hard disk)، CD-Drive، ماشین چاپ و غیره) را توسط کامپیوتر

دیگر استفاده کرده و مردم می‌توانند به کمک شبکه کامپیوتری با هم ملاقات نموده و افکار خود را شریک نمایند.



به این ترتیب توسط شبکه کامپیوتری می‌توانیم از ذخیره نمودن چندین کپی معلومات جلوگیری نموده در عوض این که برای هر کامپیوتر ماشین چاپ، و یا CD-Drive جداگانه داشته باشیم، میتوانیم از یک ماشین چاپ و یا CD-Drive برای چندین کامپیوتر استفاده نمائیم و مردم می‌تواند بدون اینکه به محل ملاقات بروند از خانه یا دفتر خود با دیگران ملاقات نموده و افکار خود را با هم شریک نمایند.

انواع شبکه (Networks Types)

به صورت عمومی شبکه‌های کامپیوتری را به سه نوع ذیل تقسیم می‌کنند:

۱- شبکه محلی یا (Local Area Network) LAN

۲- شبکه شهری یا (Metropolitan Area Network) MAN

۳- شبکه وسیع (Wide Area Network) WAN

شبکه محلی (LAN)

این نوع شبکه یک حوزه محدود جغرافیائی را احاطه می‌کند. مانند یک

اطاق، یک محوطه (Campus) و...

شبکه شهری (MAN)

این نوع شبکه بخش‌های مرتبط به یک شهر را با هم وصل می‌کند. از

این نوع شبکه‌ها معمولاً یک ارگان مانند بانک جهت وصل کردن دفترهای

فرعی خود استفاده می‌کند.

شبکه وسیع (WAN)

این شبکه که دو یا چند شهر یا یک یا چند کشور یا قاره و یا قاره‌ها را

باهم وصل می‌کند بنام WAN یاد می‌شود. نهایت WAN عبارت است از:

اینترنت (Internet).

اجزای ارتباط با شبکه و اینترنت

در ارتباطات شبکه و اینترنت سه بخش وجود دارد. هر کدام از سه بخش دارای اهمیت است و بدون آن ارتباطات شبکه و اینترنت برقرار نمی‌شود. این سه بخش عبارتند از:

وسائل و تجهیزات (Equipments) 🚧

پروتوکول‌ها (Protocols) 🚧

برنامه‌های کاربردی (Applications) 🚧

وسائل و تجهیزات

وسائل و تجهیزات ارتباط فیزیکی شبکه را تامین می‌نماید. وسائل و تجهیزات را به دو نوع ذیل تقسیم می‌کنند:

وسایل استفاده کنندگان (End-user Devices) 🚧

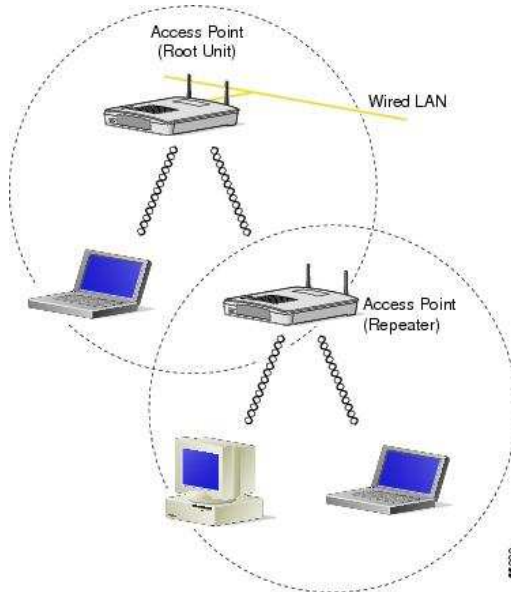
وسایل شبکه (Network Devices) 🚧

وسایل استفاده کنندگان که بنام میزبان (Host) نیز یاد می‌شود، عبارت از وسائلی که توسط استفاده کنندگان بکار برده می‌شود. توسط این وسائل، استفاده کنندگان می‌توانند معلومات را به اشتراک بگذارند، معلومات را ایجاد و دریافت نمایند. کامپیوتر، ماشین چاپ و اسکنر از این نوع وسائل می‌باشند.

این نوع وسایل بدون شبکه هم کار می‌کنند ولی شبکه توانائی آن را بیشتر می‌سازد.



وسائل شبکه (Network Devices) عبارت از وسائلی که جهت وصل کردن کامپیوترها، تقویت سیگنال، تغییر شکل داده (data)، فرستادن داده (data)، و... می‌باشد.



در شکل فوق چندین کامپیوتر توسط یک کابل با هم وصل گردیده‌اند. اگر فاصله از یک طرف کابل تا طرف دیگر آن بیشتر از اندازه معین باشد، سیگنال ضعیف گردیده و قابل شناخت نمی‌باشد. برای تقویت آن می‌توانیم از تقویت کننده سیگنال (Repeater) استفاده نماییم.

تقویت کننده سیگنال (Repeater)

وسیله است که سیگنال‌های رقمی (Digital) و قیاسی (Analog) را تقویت می‌کند. سیگنال‌هایی که معلومات را از یکجا به جای دیگر انتقال

می‌دهد بعد از طی مسافت در اثر مقاومت وسیله انتقال دهنده (مانند کابل) ضعیف می‌گردد. در صورتی که سیگنال‌ها ضعیف گردد وسیله گیرنده (Receiver) قادر به شناخت این سیگنال‌ها نمی‌باشد. تقویت کننده سیگنال می‌تواند سیگنال‌های ضعیف شده را دوباره تقویت نماید تا توسط وسیله گیرنده به شکل درست شناسائی شود.

توصیف خدمات

خدمات وب از نظر افراد مختلف معانی متفاوتی دارد. از نظر بعضی این فناوری مهمترین دستاورد از زمان اختراع وب است و به عقیده برخی دیگر تنها یک پیشرفت کوچک در یکپارچه‌سازی برنامه‌های شرکتی است. برخلاف بسیاری از فناوری‌های پیشرفته پردازش مانند کامپیوتر شخصی یا اینترنت، ماهیت فناوری خدمات وب شفاف و روشن نیست، به همین دلیل تعاریف گوناگونی از آن ارائه شده است. خدمات وب هم به داده‌ها و هم به برنامه‌ها می‌پردازد اما نه به طور همزمان. بنابراین خدمات وب ممکن است به انتقال داده‌ها بین سیستم‌های کامپیوتری ناسازگار سهولت بخشد یا ماجول‌های برنامه‌نویسی شده به زبان‌های مختلف و قابل اجرا و نصب در سیستم‌های ناسازگار را ارائه کنند و یا حتی با هم ترکیب شده و برنامه‌های کاربردی بزرگتری را به وجود آورند. طبق اصطلاح رایج در این صنعت،

فناوری خدمات وب یک پلت فرم مبتنی بر استانداردها برای یکپارچه‌سازی اینترنت است. برای دستیابی به درک مشترکی از خدمات وب فرض کنید که مالک یک شرکت متوسط تولیدی هستید که با حدود ۲۰۰ عرضه کننده همکاری دارید. بیشتر این عرضه کنندگان ترجیح می‌دهند برای امور مربوط به انبارداری، فروش و سایر اطلاعات با شرکت شما از طریق اینترنت در ارتباط باشند. از طرفی هر یک از شرکت‌های عرضه کننده سخت‌افزار و نرم‌افزار وسایل ارتباطی خاص خود را دارند و شرکت شما به منظور اشتراک اطلاعات با این عرضه کنندگان باید درباره سیستم شما اطلاعات کافی داشته باشند. زیرا بدون این دانش متقابل، نه شرکت شما توانایی طراحی و حفظ و نگهداری آن را خواهد داشت و نه دیگر عرضه کنندگان.

تعین کنندگان ماهیت خدمات وب

خدمات وب به دو گروه اصلی جاوا و مایکروسافت تقسیم می‌شوند. اما درباره اینکه کدام یک از این دو گروه بهترین روش ممکن را عرضه می‌کنند، اختلاف نظر وجود دارد. مایکروسافت از یک استراتژی دو مرحله‌ای با یک ساختار متحد کننده، یعنی معماری NET بهره می‌برد (برنامه‌های "VISUAL STUDIO.NET" و "NET SERVER"). ابزارهای توسعه خدمات وب را برنامه‌نویسان و شرکت‌های نرم‌افزاری ارائه می‌دهند و برنامه

"NET MY SERVICES" که مایکروسافت با آن به خدمات وب خود شامل NET ALERTS (خبر و اطلاعات)^۲ NET WALLET (تایید خرید) و NET INBOX (پست) را به فروش می‌رساند. اما در گروه جاوا و به ویژه برای خدمات وب تحت (J2EE (JAVA 2 ENTERPRISE EDITION) چند شرکت بزرگ از جمله سان، آی بی ام، هیولت پکارد و اوراکل قرار می‌گیرند. اعضای این گروه در واقع فقط به لحاظ انگیزه رقابت با مایکروسافت اتفاق نظر دارند. مایکروسافت ظاهراً از نظر خدمات وب پیشرفت بیشتری از جاوا کرده است؟ اما جاوا در مجموع از مایکروسافت جلوتر است. تعدادی از تولیدکنندگان این دو گروه نیز سازمان WSI (WEB SERVICE INTEROPERABILITES) را به وجود آورده‌اند.

استانداردهای خدمات وب

کسانی که در زمینه پردازش تجربه کافی دارند از مدت‌ها پیش با فکر توزیع داده‌ها و برنامه‌های کاربردی از طریق شبکه آشنا بوده‌اند. در واقع منشا این طرح به چندین دهه گذشته حتی در زمان ظهور کامپیوتر بر می‌گردد. با هدف تولید فناوری برای پردازش توزیعی تلاش‌های زیادی صورت گرفته است. برای مثال OSI, DCOM, IIOP, COBRA نمونه‌هایی هستند که فوراً به ذهن خطور می‌کنند. بیشتر این تلاش‌ها کم و

بیش موفق بوده‌اند اما بدلیل پیچیدگی و دشواری برنامه‌ریزی، هیچ یک از آنها بطور گسترده مورد قبول واقع نشده‌اند. خدمات وب به سه دلیل مورد توجه قرار گرفته‌اند:

✚ پیاده‌سازی آنها نیاز به هوش و مهارت استثنایی ندارد. به عبارت دیگر برنامه‌نویسان عادی هم می‌توانند این خدمات را راه‌اندازی کنند.

✚ اینترنت یک شبکه عمومی بسیار موفق ارائه می‌کند که از نظر تعداد کاربر با هیچ شبکه دیگری قابل مقایسه نیست.

✚ استانداردهایی که خدمات وب از آنها پیروی می‌کنند تاکنون بیش از استانداردهای قبلی مورد قبول واقع شده‌اند. مهمترین این استانداردها XML (EXTENSIBLE MARKUP LANGUAGE) است. این استاندارد که کنسرسیوم وب جهانی (W3C) در اصل آن را برای تقویت HTML و ارائه قابلیت‌های مورد نیاز طراحی کرد، اساس بسیاری از استانداردهای دیگر از جمله استانداردهای خدمات وب را تشکیل می‌دهد. استاندارد XML مسوول توصیف داده‌هایی است که بخش عمده آنها با پیروی از استاندارد HTTP (HYPERTEXT TRANSFER) (PROTOCOL) منتقل می‌شوند. فهرست راهنما یا محل یافتن خدمات وب، توسط UDDI (UNIVERSAL DESCRIPTION) (DISCOVER AND INTEGRATION) استاندارد شده است.

پروتکل SOAP (SIMPLE OBJECT ACCESS PROROCOL) برای توصیف روش‌های نرم‌افزاری ارتباطی، استاندارد بسته‌بندی ارتباطات میانی برای تبادل داده‌ها بین سایر برنامه‌های کاربردی مورد استفاده قرار می‌گیرد.



با توجه به ماهیت این شغل انواع خدمات قابل ارائه به دو دسته کلی زیر تقسیم می‌شوند:

الف- خدمات وب

◀ **طراحی سایت‌های اینترنتی:** شاید بتوان گفت اصلی‌ترین خدمت قابل ارائه توسط این شغل طراحی سایت‌های اینترنتی است. به طوری که سایر خدمات در راستای این قرار می‌گیرند. امروزه نیاز به ارائه اطلاعات سازمان‌ها در سایت‌های اینترنتی یک امر ضروری محسوب می‌شود که قبل از هر چیزی توجه مدیران قسمت‌های مختلف را به

خود جلب می‌کند. بدیهی است که سایت اینترنتی به انواع مختلف تقسیم می‌شوند از این رو می‌توان گفت موسس این شغل در منزل می‌تواند بدلیل کثرت تقاضا این نوع خدمت را به عنوان محور کاری خود انتخاب نماید. بر اساس نوع خدمت مورد نیاز هر بنگاه، سایت‌ها به انواع مختلف اطلاع‌رسانی، ارائه خدمات (اقتصادی، آموزشی، مالی، تجاری، تبلیغی و...)، خبری و غیره تقسیم می‌شود لذا هر شرکت یا سازمانی که ایجاد می‌شود نیاز به طراحی سایت دارد این به این معنا نیست که سفارش کار تضمین شده است چون فضا یک فضای رقابتی است که شرکت‌های بزرگ و خوش نامی در این زمینه فعال هستند. شایان ذکر است طراحی سایت کار تیمی است لذا می‌توان با همکاری شرکت‌های بزرگ نرم‌افزاری بخشی از طراحی سایت را (مثل انجام امور گرافیکی، دیتابیس و برنامه‌نویسی و...) را انجام داد.

◀ **طراحی پورتال:** وب پورتال همانند وب سایت یک ماهیت استاندارد است و از دو زیر ساخت خدمات (Services) و محتویات (Content) تشکیل شده است که این ماهیت خروجی چندین استاندارد، داده (data) و موتور خاص، زیر نظر یک یا چند مجموعه نظارتی مشخص و همگام است. وب پورتال یک ماهیت تحت وب است که ارائه دهنده خدمات و محتویات به صورت یکجاست. هدف وب پورتال‌ها

طبقه‌بندی کردن اطلاعات و نیز تعریف دسترسی آسان به آنهاست که برای جلوگیری از پراکندگی چگونگی یافتن، دسترسی و نگهداری اطلاعات توسط کاربر و به صورت خلاصه جلوگیری از سردرگمی ایشان، به صورت همزمان سرویس‌های اصلی و جانبی را در اختیار کاربران قرار می‌دهند که مجموع این سرویس‌ها نیز در یک بستر اشتراکی (Account) نقطه مشترک دارند که اصلی‌ترین نقطه مشترک آنها ID و Profile است. اکثر وب پورتال‌ها در چند موضوع نقاط مشترک و کلیشه‌ای دارند که به ترتیب عبارتند از:

🚩 تنوع سرویس‌دهی

🚩 چگونگی سرویس‌دهی

🚩 نحوه دسترسی کاربر به سرویس

🚩 درآمدزایی و نقش کسب و کار

🚩 تامین اطلاعات

در واقع همین چند موضوع کوتاه تضمین کننده رشد و حیات وب پورتال‌ها که در نهایت منجر به یک رقابت تنگاتنگ میان هم نوعان خود می‌شود می‌باشد. سرویس‌های یک وب پورتال تنوع بیشتری نسبت به سرویس‌های یک وب سایت دارند، چرا که فعالیت وب سایت‌ها اکثر به صورت تخصصی بوده و موضوعیت آنها اغلب حول

یک و یا چند موضوع مشخص و محدود که نهایتاً توجیه کننده یک مورد مشخص است می باشد که همین امر سبب محدود بدون گروههای کاربری وب سایتها می شود.

اهم ویژگیهای پورتال عبارتند از:

- قابلیت شخصی سازی اطلاعات و ظاهر (customization)
- قابلیت استفاده برای عموم و عدم پایداری به Platform
- قابلیت دسترسی به تمام سرویسها تنها با یکبار ورود به سیستم (Single sign-on)
- دسته بندی و رده بندی اطلاعات در بخش مدیریت و ارائه به کاربر (Taxonomy)
- تعامل و یافتن سریع کاربران در مواقع ضروری (Alert)
- دسترسی سریع به اطلاعات
- ارائه سایر سرویسهای اینترنتی مبتی بر وب

مهمترین ویژگیهای وب پورتال در اختیار گذاشتن اطلاعات بیشمار و مختلف با تعیین اهداف قبلی، سطح دسترسی و رده بندی زیر نظر کادر نظارت و مدیریت در یک قالب انعطاف پذیر که به صورت جذاب و قابل دسترسی در کنار سرویسها و خدمات مفید به کاربران اینترنت به

گونه‌ای که سرویس دهنده و سرویس گیرنده هر دو از امنیت سرویس خود اطمینان داشته باشد، می‌باشد.

◀ طراحی وبلاگ و آموزش وبلاگ‌نویسی: وبلاگ (Weblog) که به

آن بلاگ (Blog) نیز اطلاق می‌شود. ترکیبی است از دو کلمه web به معنای شبکه جهانی و log به معنای گزارش روزانه یا روز نوشت و به یادداشت‌هایی گفته می‌شود که توسط یک یا چند نفر به صورت روزانه، هفتگی یا گاه به گاه نوشته شده و در فضای وبلاگ قرار می‌گیرد. هر فردی که به اینترنت دسترسی داشته باشد و مطلبی برای نوشتن داشته باشد می‌تواند بطور رایگان (یا در صورت تمایل با صرف هزینه)، صاحب یک وبلاگ شود. مطالبی که در وبلاگ نوشته می‌شوند ممکن است خاطرات شخصی، خبر، مقالات علمی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و هرگونه مطلب قابل نگارشی باشند. علاوه بر این نظرات خوانندگان وبلاگ‌ها نیز جزو مطالب وبلاگ محسوب می‌شود. با وجود اینکه طراحی وبلاگ بسیار ساده است اما اکثر کاربران غیر حرفه‌ای در ساخت آن مشکل دارند و این می‌تواند زمینه بسیار مناسب و سهل الوصولی برای انجام این خدمت به کاربران باشد و یا آموزش آن به کاربران نیز می‌تواند در برنامه کاری فعال این شغل قرار بگیرد.

◀ طراحی سایت‌های شخصی: سایت‌های شخصی مانند وبلاگ

می‌باشد با این تفاوت که افرادی که نیاز به تبلیغ بیشتر دارند یا قابلیت‌هایی را می‌خواهند در سایت خود داشته باشند که وبلاگ ارائه نمی‌دهد به این نوع سایت‌ها نیاز دارند. بازار هدف این نوع کار اساتید دانشگاهها، هنرمندان، کاندیداهای نمایندگی انتخابات مختلف و... می‌باشد.

◀ ارائه مشاوره تخصصی برای بهبود سایت‌های موجود: برخی

بناها از ابتدا دارای سایت اینترنتی هستند که پاسخگوی نیازهای کنونی آنها نیست لذا استفاده از تکنولوژی روز جهت مرتفع ساختن این مشکل امری ضروری است لذا می‌توان این نوع مراکز را شناسایی و شروع به کار با آنها کرد و بعضاً مشاوره یا طراحی سایت آنها را قبول کرد.

◀ ارائه خدمات بهینه‌سازی سایت‌ها برای موتورهای جستجو

(ارتقاء سطح و رتبه): بیشترین آمار بازدید کننده هر وب سایت یا پورتال از طریق موتور جستجو گر اینترنتی Google وارد سایت می‌شوند، طبق آمار شرکت گوگل ۸۵٪ بازدیدکنندگان وب سایت از طریق جستجوی کلمات کلیدی شرکت‌ها وارد سایت آنان می‌شوند. با این تفاسیر به نظر می‌رسد آنچه که باعث بازخورد یک وب سایت و

کسب نتیجه نهایی پس از طراحی سایت می‌باشد، قابلیت وب سایت در جستجو شدن و قرار گرفتن در بالاترین مرتبه گوگل (صفحه اصلی) می‌باشد و این امر میسر نمی‌شود مگر با رعایت استانداردها و فرا روش‌هایی که گوگل برای آن اهمیت قائل است.

➤ **پشتیبانی سایت‌های اینترنتی:** ارائه خدمات پشتیبانی مانند به روز رسانی محتوای سایت، ارائه گزارش‌های مختلف و... به سازمان‌ها و مراکز مختلف نیز می‌تواند یکی از زمینه‌های کاری باشد.

➤ **ارائه خدمات آموزشی مرتبط با وب و شبکه:** آموزش ارائه خدمات وب نیز می‌تواند از جمله زمینه‌های کاری این شغل محسوب شود که کارآفرین می‌تواند به راحتی بر اساس تخصص خود این خدمت را ارائه نماید. این خدمات به صورت تدریس خصوصی و یا گروهی انجام م شود که درآمد خوبی هم دارد.



ب- خدمات شبکه

◀ **راه‌اندازی شبکه:** با توجه به مکانیزه شدن امور و امکان دسترسی

سریع به اطلاعات، تمامی مراکز و سازمان‌ها و بنگاه‌ها را بر آن داشته تا تمامی سیستم‌ها به هم مرتبط باشند لذا شبکه شدن کامپیوترها یک امر ضروری است که شما می‌توانید آن را انجام دهید. شبکه در سازمان‌های بزرگ می‌تواند شامل راه‌اندازی اینترنت، سرور FTP و... باشد. خصوصاً در مواقعی که ساختمان‌ها از یکدیگر مجزا باشند راه‌اندازی شبکه بسیار مقرون به صرفه خواهد بود.

◀ **پشتیبانی و عیب‌یابی شبکه:** گاهی اوقات در شبکه‌های موجود

مشکلی ایجاد می‌شود که در این صورت حضور فردی با این قابلیت بسیار اهمیت می‌یابد.

◀ **راه‌اندازی ISP:** یک ISP امکان دستیابی به اینترنت و سایر

سرویس‌های وب را فراهم می‌نماید. ارائه دهنده خدمات اینترنت علاوه بر نگهداری و پشتیبانی از یک خط مستقیم به اینترنت، فعالیت‌های متعدد دیگری نظیر نگهداری و پشتیبانی از سرویس دهندگان وب را نیز انجام می‌دهد. با ارائه نرم‌افزارهای لازم (در صورت ضرورت)، یک رمز عبور حفاظت شده و یک شماره تلفن برای تماس با شبکه، امکان استفاده از اینترنت و مبادله نامه‌های الکترونیکی را در اختیار متقاضیان

قرار می‌دهد. برخی از خدمات اضافه دیگری را نیز می‌توان در این قالب ارائه نمود. خدماتی که می‌توان ارائه نمود عبارتند از:

- ارائه سرویس‌هائی نظیر پست الکترونیکی و استفاده از اینترنت
- ارائه سرویس میزبان وب با استفاده از سرویس فوق، متقاضیان می‌توانند صفحات وب شخصی خود را ایجاد و از آنان نگهداری نمایند. اختصاص فضای لازم به منظور ذخیره‌سازی اطلاعات از جمله وظایف یک ISP در این رابطه است.

- ارائه سرویس به منظور طراحی و پیاده‌سازی صفحات وب
- ISP گزینه‌های متفاوتی را در ارتباط با نوع دستیابی به اینترنت در اختیار متقاضیان قرار می‌دهد. (DSL, Dial-up, مودم‌های کابلی).

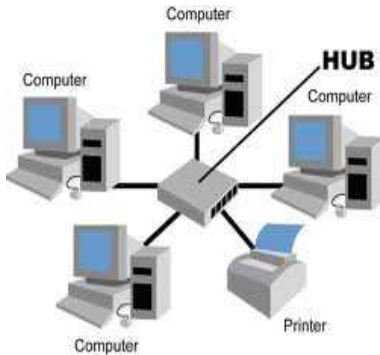
◀ **تهیه و تامین قطعات شبکه:** این شغل می‌تواند با همکاری

شرکت‌های مختلف تولید یا وارد کننده قطعات شبکه اعم از سرور، مسیریاب، مودم، هاب، کارت شبکه، انواع کابل‌های شبکه، انواع نودهای شبکه و انواع سوئیچ‌ها و... نسبت به بازاریابی و فروش و تبلیغ این محصولات اقدام نماید.

◀ **ارائه خدمات مشاوره تخصصی شبکه:** از جمله خدماتی که می‌توان

ارائه نمود چگونگی ارتقا سرور، حذف یا افزودن کابل کشی، کنترل اعمال کاربران، ایجاد محدودیت و...

- ◀ **امنیت شبکه:** از جمله مسائل بسیار مهم و مطرح در زمینه شبکه برقراری امنیت شبکه می‌باشد که بازار تقاضای بسیار زیادی دارد و در عین حال بسیار سخت منجر به عقد قرارداد می‌شود چون باید سازمان یا مرکز درخواست دهنده به شما اطمینان کامل داشته باشد.
- ◀ **ارائه خدمات آموزشی مرتبط با شبکه:** با توجه به بازار تقاضا می‌توان دوره‌های مختلف آموزش شبکه در سطوح مختلف برگزار نمود.



فرایند ارائه خدمات

خدمات قابل ارائه این کسب و کار به چهار گروه اصلی زیر تقسیم می‌شود:

- خدمات مشاوره‌ای
- خدمات آموزشی
- خدمات فروش تجهیزات شبکه

- خدمات وب و شبکه (راه‌اندازی، پشتیبانی، امنیت و...)

کانال‌های ارائه این خدمات شامل:

- ارائه خدمات مشاوره‌های از طریق تلفن، سایت اینترنتی و حضور در محل مورد نظر متقاضی می‌باشد.

- ارائه خدمات آموزشی به صورت فردی و یا گروهی در محل متقاضی

- ارائه خدمات فروش تجهیزات شبکه از طریق سایت و ارسال با پست و پیک موتوری

- ارائه خدمات وب و شبکه. برخی از این خدمات در منزل ارائه دهنده خدمات و برخی دیگر با حضور ارائه دهنده خدمات در محل مورد نظر متقاضی قابل ارائه می‌باشد.

بنابراین شما می‌بایست برای معرفی و ارائه برخی خدماتتان و برقراری

ارتباط با مشتریان و عرضه محصولات، یک وب سایت اینترنتی راه‌اندازی

می‌کنید برای این منظور اقدامات زیر را انجام می‌دهید:

الف) یک نام مناسب برای سایت خود پیدا کنید و آدرس اینترنتی ویژه‌ای

برای آن مشخص کنید.

ب) سایت مناسبی برای خود طراحی کنید که امکانات زیر را داشته باشد:

✓ معرفی خدمات: خدمات ارائه شده را معرفی کنید.

- ✓ تعرفه خدمات: قیمت و نحوه پرداخت حق الزحمه را به صورت کاملاً روشن بیان کنید.
- ✓ نمونه کارهای انجام شده: تعدادی از نمونه کارهای انجام شده را جهت ایجاد اطمینان مخاطبان از توانمندی خود قرار دهید.
- ✓ مطالب خواندنی: در این بخش می‌توانید مطالبی را قرار دهید که باعث شود بازدیدکنندگان سایت، افزایش یابند.
- ✓ اخبار: در این صفحه اخبار مرتبط با کسب و کار و خدمات خود را برای مخاطبان و بازدیدکنندگان ارائه کنید.
- ✓ با توجه به اینکه ممکن است حجم کار شما زیاد شود، تیمی از متخصصین وب و شبکه را تشکیل دهید. نحوه همکاری شما با این تیم، به صورت حق‌العمل کاری است. یعنی آنها در ازاء خدماتی که ارائه می‌دهند حق الزحمه دریافت می‌کنند.



امکانات و تجهیزات مورد نیاز

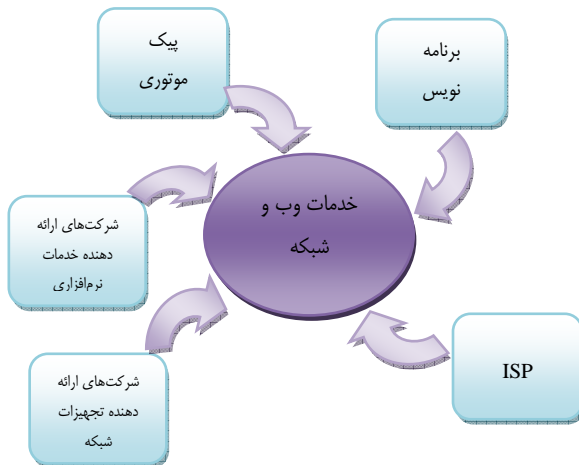
حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی، یک اتاق ۶ متری است. برای راه‌اندازی این کسب و کار به حداقل امکانات و تجهیزات لازم نیاز دارید. یک دستگاه کامپیوتر و دسترسی به اینترنت پرسرعت ضروری است. برای انجام بهتر و سریعتر کارها، تجهیزات تکمیلی عبارتند از: فکس، چاپگر لیزری سیاه و سفید، اسکنر.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر خانگی	۷۵۰۰۰۰۰
۲	چاپگر لیزری سیاه و سفید	۲۰۰۰۰۰۰
۳	فکس	۱۵۰۰۰۰۰
۴	خط تلفن	۵۰۰۰۰۰
۵	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰۰
۶	اسکنر	۱۵۰۰۰۰۰
۷	نرم‌افزارهای تخصصی	۲۰۰۰۰۰۰
۸	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰۰
	مجموع	۲۰۰۰۰۰۰۰۰



نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کار خدمات وب و شبکه، کسب و کار کوچکی است که یک نفر با مهارت‌های کافی در زمینه برنامه‌نویسی و شبکه می‌تواند از عهده آن برآید و نیازی به استخدام شخص دیگری ندارد. اما این فعالیت نیاز به یک شبکه پشتیبانی از افراد و مشاغلی دارد که روابطشان با فرد به صورت کارمزدی یا حق‌العمل کاری تنظیم می‌شود. یعنی این افراد در استخدام این کسب و کار نیستند و صرفاً در ازای خدماتی که ارائه می‌کنند حق‌الزحمه‌ای را دریافت می‌کنند.



شبکه همکاران

شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی هستند که به طور مستقل فعالیت می‌کنند و برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا مشاغل براساس توافق فی‌مابین، فعالیت‌هایی را در ارتباط با خدمات مورد نیاز انجام می‌دهند و دستمزدی را دریافت می‌کنند. مزیت این روش در اداره یک کسب و کار این است که شما تنها زمانی دستمزد پرداخت می‌کنید که فعالیتی انجام شده باشد. در ابتدای کار که هنوز معلوم نیست حجم کار چه میزان باشد و یا احتمالاً کم است، کمترین هزینه را برای یک کارآفرین دارد. مزیت دیگر این نحوه همکاری این است که شما به محل

خاصی برای انجام فعالیت‌ها نیاز ندارید و چون شما تنها فرد تمام وقت در کسب و کارتان هستید می‌توانید این کسب و کار را از منزل خودتان اداره کنید.

سرمایه مورد نیاز

مبلغ (ریال)	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۲۰۰۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
هزینه ندارد	طراحی سایت	
۱۲۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (برای شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری	
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۲۰۰۰۰۰۰	تنخواه خرید وسایل	
۱۰۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۹۷۰۰۰۰۰۰	مجموع	

برآورد سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی مربوط به سال ۱۳۸۹ می‌باشد. برای اطلاع از سرمایه مورد نیاز به روز شده، به سایت موسسه کار و تأمین اجتماعی (www.Issi.ir) مراجعه فرمایید.

برای راه‌اندازی هر کسب و کاری به سرمایه ثابت برای خرید تجهیزات نیاز دارید که نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و در واقع دارایی شما از حالت نقدی به صورت غیرنقدی تبدیل می‌شود و امکان کسب درآمد را برای شما فراهم می‌کند. سرمایه در گردش شامل مجموع هزینه‌هایی است که شما در یک دوره کاری باید بپردازید تا درآمدی حاصل شود و بعد از آن درآمد حاصله بخشی به صورت سود کسب و کار و بخشی جایگزین هزینه‌های انجام شده می‌شود و این چرخه همواره ادامه دارد. به یاد داشته باشید این محاسبات به صورت کلی و عمومی انجام شده و شما می‌توانید با توجه به شرایط خاص خود تا حدودی آن را تعدیل و تغییر دهید. در این کسب و کار با توجه به اینکه شما یک ارائه دهنده خدمات وب هستید هزینه طراحی سایت را پرداخت نمی‌کنید. همچنین هزینه نیروی انسانی در واقع هزینه‌ای که شما برای معیشت خود باید پرداخت کنید تا درآمد شما به حد مطلوبی برسد.

تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
	*		زبان انگلیسی	مهارت‌های عمومی
*			ICDL	
*			آشنایی با اصول راه‌اندازی شبکه و پشتیبانی آن	مهارت‌های تخصصی
*			آشنایی با زبان‌های مختلف برنامه نویسی	
	*		آشنا با امور گرافیکی	
	*		بازاریابی و جذب مشتری	مهارت‌های ویژه
	*		مدیریت کار گروهی	
سخت کوش و صبور، خلاق، خوش برخورد و نوآور			ویژگی‌های فردی	
دانش‌آموختگان رشته‌های کامپیوتر در راه‌اندازی این کسب و کار شرایط بهتری دارند ولی داشتن تحصیلات خاصی الزامی نیست و افرادی با تحصیلات دیپلم و با گذراندن دوره آموزشی آزاد و کسب مهارت‌های فوق می‌توانند در کسب و کار مذکور موفق باشند.			تحصیلات	

وضعیت بازار خدمات

هر کسب و کار موفق با شناخت بازار آغاز می‌شود و با یک برنامه بازاریابی درست و اصولی موفق می‌شود. ارائه دهنده خدمات وب و شبکه نیز

باید با شناخت صحیح از بازار، فعالیت خود را آغاز کند. برای شناخت بازار باید بدانیم که:

- چه کسانی نیاز به خدمات وب و شبکه دارند؟
- این افراد یا موسسات چه ویژگی‌هایی دارند؟
- چه تعداد هستند؟ (برآورد تقاضا) و در چه حیطه‌هایی فعالیت دارند؟
- چه نوع خدمات و یا چه مشخصاتی را نیاز دارند؟
- چه افراد یا موسساتی نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟ (رقبا)

پاسخ به این سوالات نیاز به فعالیت‌هایی از سوی کارآفرین دارد که اصطلاحاً تحقیقات بازار گفته می‌شود. تحقیقات بازار کمک می‌کند که برآورد صحیحی از بازار داشته باشید و خدمات خود را به نحوی طراحی کنید که فروش موفق‌تری داشته باشید. به خاطر داشته باشید هرگاه خدمات خود را متناسب با نیاز بازار طراحی و ارائه کنید فروش موفق‌تری خواهید داشت.

در حال حاضر با توجه اینکه مشاغل بسوی الکترونیکی شدن پیش می‌رود، روز به روز تقاضا برای این نوع خدمات (وب و شبکه) بیشتر می‌شود بطوری که فرصت‌های آورده شده در زیر موبد آن است.

فرصت‌های خدمات وب و شبکه

- ۱- بیشتر از ۱۰۰ درصد سازمان‌ها نیاز به اشتراک اطلاعات خود دارند.
- ۲- بیشتر موسسات و سازمان‌ها نیاز به شبکه کردن سیستم‌های خود دارند.
- ۳- گستردگی این بازار به اندازه کل موسسات و یا حتی نوع فعالیت‌های موجود در هر موسسه است.

این واقعیت‌ها نشان می‌دهد که ارائه خدمات وب و شبکه از کسب و کارهایی است که رو به رشد خواهد بود و با گسترش کاربران کامپیوتر اهمیت و کاربرد آن نیز افزایش می‌یابد. همچنین لازم است ارائه دهنده این خدمات، با مرور وب سایت‌ها و مراجعه به مخاطبان و گفتگو و مکاتبه با آنها، از خواسته‌های آنها اطمینان یابد و تعریف روشنی از خدمات مورد نیاز مشتریان بیابد.



شیوه بازاریابی و معرفی خدمات

بازاریابی در کسب و کار امروز یک امر ضروری است و در موفقیت آنها نقش بسزایی دارد. بازاریابی به ارائه خدمات از طریق ویزیتوری یا تهیه آگهی‌های تبلیغاتی محدود نمی‌شود و مفهوم بسیار جامعتری دارد و به همین دلیل گفته می‌شود تفکر بازاریابی باید در همه بخش‌ها و فرآیندهای کسب و کار رخنه کرده و مورد توجه قرار گیرد. تهیه نام تجاری مناسب، انجام تبلیغات صحیح، توجه به تغییر مداوم نیازها و بهره‌گیری از فناوری‌های روز از الزامات مهم است.

برای موفقیت در فروش لازم است یک برنامه بازاریابی طراحی کنید. برنامه بازاریابی ابزاری است که شما را به مشتریان می‌رساند و امکان فروش خدمات شما را فراهم می‌کند. در واقع برنامه بازاریابی مشخص می‌کند:

۱- چه خدماتی را ارائه کنید. (Product)

۲- به چه قیمتی و به چه نحوی دریافت کنید. (Price)

۳- از چه فنونی برای افزایش فروش استفاده کنید. (Promotion)

۴- چگونه خدمات خود را در دسترس مشتری قرار دهید. (Place)

یعنی بازاریابی شامل طراحی و تولید محصول یا خدمات به شکلی که نیاز مصرف‌کننده را رفع کند. تعیین قیمتی که علاوه بر سود، مشتری را راضی کند. علاوه بر موارد فوق برای موفقیت در امر بازاریابی ارائه یک

تصویر خوب یک پیش نیاز می‌باشد مثل ارائه خدمات وب و شبکه رایگان به مراکز مادر و مورد توجه که می‌توانید از این طریق جایگاه قویتری برای خود فراهم آورید.

به طور کلی فرایند تدوین برنامه بازاریابی شامل مراحل زیر است:

۱- شناخت بازار

درباره شناخت بازار در بخش بررسی وضعیت بازار توضیح داده شد که به چه نحوی عمل شود.

۲- تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف

در طی بازاریابی در می‌یابیم که مخاطبان مختلفی در بازار وجود دارند که اگر چه نیاز آنها مشابه است اما خواسته‌های آنها متفاوت است:

- برخی بدنبال خدمات ارزانتر هستند.
- برخی خدمات اختصاصی می‌خواهند.
- برخی بدنبال خدمات متمایز هستند.
- برخی از مخاطبان، شرکت‌های بزرگ هستند و برخی شرکت‌های کوچک و در نتیجه نحوه خرید آنها متفاوت است.
- برخی این نوع خدمات را قبلاً از شرکت‌های دیگر دریافت کرده‌اند و برخی تا به حال چنین خدماتی را به کار نبرده‌اند.

این گروه‌ها بخش‌های مختلف بازار را تشکیل می‌دهند که خواسته‌های مشابه ولی متفاوتی دارند. در نتیجه شما نمی‌توانید با همه آنها رفتار یکسانی داشته باشید و یک نوع خدمات را ارائه کنید. بنابراین باید بازار را به بخش‌های مختلف تقسیم کنید و بخش‌هایی را که خواسته‌های آنها با خدمات شما متناسب‌تر است را به عنوان بازار هدف انتخاب کنید. این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که تمامی گام‌های بعدی صرفاً برای برآوردن نیازهای بازار هدف می‌باشد و به خواسته‌های بخش‌های دیگر توجهی نمی‌شود چرا که توانایی شما محدود است و رقابت شدید است و شما نمی‌توانید در تمام بخش‌های بازار هدف فعالیت کنید.

۳- جایگاه‌یابی در بازار هدف

منظور از جایگاه‌یابی در بازار هدف این است که مشخص کنید می‌خواهید چه سهمی از بازار هدف را به دست آورید. آیا بدنبال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا بدنبال این هستید که رتبه دوم را داشته باشید و بدنبال رهبر بازار در حرکت باشید؟ و یا به سهم کوچک و جزئی بازار می‌خواهید برسید؟ همچنین می‌خواهید در ذهن مخاطب چه جایگاهی داشته باشید؟ این موارد مشخص می‌کند که

شما چه استراتژی و برنامه‌ای را باید داشته باشید تا به اهداف خود برسید.

۴- انتخاب استراتژی بازاریابی

بطور کلی سه استراتژی برای رسیدن برای جایگاه‌یابی در بازار هدف وجود دارد. شما می‌توانید یکی از این استراتژی‌ها را با توجه به اهداف بازاریابی خود انتخاب کنید:

الف) استراتژی رهبری قیمت (رهبری هزینه)

در این استراتژی برای خدمات خود کمترین قیمت را در بازار تعیین می‌کنید. در واقع قیمت شما از قیمت تمام رقبا به شکل کاملاً محسوس و فاحشی پایین‌تر است. شما وقتی می‌توانید این استراتژی را اجرا کنید که بتوانید هزینه‌های تمام شده خود را به نحوی کاهش دهید که بدون اینکه از کیفیت آن کم شود از قیمت تمام شده رقبا کمتر باشد. برای این منظور باید از روش و تکنولوژی استفاده کنید که با رقبا تفاوت داشته باشد تا بتوانید هزینه‌ها را به نحوی کاهش دهید که رقبا نتوانند به آن برسند. این استراتژی روی بخش‌هایی از بازار هدف موثر است که اصطلاحاً ترجیح قیمتی دارند. یعنی افرادی که بدنبال قیمت پایین‌تر هستند و قیمت برای آنها مهمترین عامل است. البته به یاد داشته باشید این افراد کمترین وفاداری را دارند یعنی به محض آن که بتوانند این

خدمات را از جای دیگری با قیمت پایین‌تری تهیه کنند دیگر از شما خرید نخواهند کرد.



(ب) استراتژی متمایزسازی

در این استراتژی به خدمات خود ابعاد دیگری اضافه می‌کنید که از خدمات مشابه متمایز می‌گردد و منحصر به فرد خواهد بود. معمولاً در این استراتژی، قیمت محصول یا خدمت بیشتر از قیمت رقبا خواهد بود و محصول کاملاً متمایز می‌باشد.

(ج) استراتژی تمرکزگرایی (اختصاصی‌سازی)

در این استراتژی شما خدمات خود را بطور اختصاصی برای بخش‌های خاصی از بازار ارائه می‌کنید.

۵- تدوین آمیخته بازاریابی

آخرین مرحله از تدوین برنامه بازاریابی تدوین آمیخته یا ترکیب بازاریابی یا Marketing Mix (4P) است. در این مرحله با توجه به بازار هدف و

استراتژی بازاریابی هریک از اجزا آمیخته بازاریابی تعیین می‌شود. اجزا آمیخته بازاریابی عبارتند:

- محصول یا خدمات (Product)
- قیمت (Price)
- پیشبرد فروش (Promotion)
- توزیع (Place)



با توجه به اهمیت آمیخته بازاریابی هر یک اجزا آن را به تفصیل بررسی می‌کنیم:

محصول (Product)

با توجه به توانمندی‌های خود و نیاز بازار مشخص کنید چه نوع خدماتی را می‌توانید و می‌خواهید ارائه کنید. انواع خدماتی که می‌توانید ارائه کنید عبارتند از:

✚ طراحی سایت‌های اینترنتی

✚ طراحی پورتال

- ✚ طراحی وبلاگ و آموزش وبلاگ نویسی
- ✚ ارائه مشاوره تخصصی برای بهبود سایت‌های موجود
- ✚ ارائه خدمات بهینه‌سازی سایت‌ها برای موتورهای جستجو (ارتقاء سطح و رتبه)
- ✚ پشتیبانی سایت‌های اینترنتی
- ✚ ارائه خدمات آموزشی مرتبط با وب و شبکه
- ✚ راه‌اندازی شبکه
- ✚ پشتیبانی و عیب‌یابی شبکه
- ✚ راه‌اندازی ISP
- ✚ تهیه و تامین قطعات شبکه
- ✚ ارائه خدمات مشاوره تخصصی شبکه
- ✚ امنیت شبکه
- ✚ ارائه خدمات آموزشی مرتبط با شبکه
- ✚ و...

توجه داشته باشید مهمترین رکن برنامه بازاریابی محصول یا خدمات می‌باشد. چنانچه خدمات شما از نظرنوع و یا کیفیت ارائه خدمات متناسب با خواست مشتریان نباشد برنامه بازاریابی شکست خواهد خورد. پس در ابتدا تحقیقات خود را به نحو کاملی انجام دهید و دقیقاً خواست مشتریان خود را از

یک ارائه دهنده خدمات وب و شبکه تعیین کنید. برای این کار در انجمن‌ها و تالارهای گفتگو شرکت کنید و با افراد صحبت کنید. با مشتریان احتمالی مکاتبه کنید. تلفنی و یا حضوری مصاحبه کنید و در صورت امکان، نظرسنجی کنید تا تصویر روشنی از خواسته بازار پیدا کنید. به خاطر داشته باشید معمولاً ایده اولیه شما یا تصور نخستین شما از بازار صحیح نیست و لازم است که در یک پروسه تحقیق و جستجو به نتایج دقیق و اصلاح شده دست پیدا کنید.

قیمت (Price)

قیمت یکی از مهمترین ارکان برنامه بازاریابی است که تاثیر مستقیم روی فروش می‌گذارد. برای تعیین قیمت خدمات خود، ابتدا باید در نظر داشته باشید که قیمت باید آنقدر پایین باشد که مشتری را جذب کند و آنقدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند. به عبارتی مشتری بدنبال قیمت هر چه پایین‌تر و کارفرما به دنبال قیمت هر چه بالاتر است. تعادل این دو خواسته توسط عامل رقابت تضمین می‌شود.

بنابراین برای تضمین قیمت خدمات خود دو عامل را در نظر بگیرید:

۱- قیمت تمام شده

۲- قیمت رقبا

قیمت تمام شده با محاسبه مجموع هزینه‌ها (متغیر و ثابت) و تقسیم آن بر واحد خدمات عرضه شده به دست می‌آید.



پیشبرد فروش (promotion)

منظور از پیشبرد فروش فعالیت‌هایی است که شما انجام می‌دهید تا سطح فروش را بالا ببرد. برای این منظور تکنیک‌های زیر وجود دارد:

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری
۲. بازاریابی مستقیم
۳. مشوق‌های فروش (تخفیفات و جوایز)
۴. روابط عمومی

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری

تبلیغات و ایجاد نام تجاری شامل فعالیت‌هایی می‌شود که موجب خوش نامی یا حسن شهرت شما می‌شود. برای ایجاد شهرت، باید تبلیغ کنید.

تبلیغات شامل پیام‌های بازرگانی است که شما از طریق رسانه‌ها (اینترنت، چاپی و صوتی و تصویری) به مخاطب منتقل می‌کنید. به عنوان مثال شما می‌توانید آگهی تبلیغاتی خود را از طریق وب سایت‌های پر بیننده و خبری به اطلاع مشتریان برسانید و یا با چاپ آگهی در روزنامه و نشریات، خود را معرفی کنید.



ایجاد نام تجاری

مهمترین هدف از تبلیغات، برندینگ یا ایجاد نام تجاری است. منظور از نام تجاری، نشان یا لوگوی تجاری یا پیام تبلیغاتی یک شرکت نیست. نام تجاری آن چیزی است که مصرف کننده نسبت به محصولات یا خدمات شرکتی عمیقاً احساس می‌کند. هیچ کلمه دیگری غنا و پیچیدگی مفهوم نام تجاری (brand) را ندارد. تنها واژه‌ای که به کلمه نام تجاری می‌تواند نزدیک باشد واژه شهرت است. شهرت مشخص شما مثل نام تجاری یک شرکت، خارج از اراده شماست. شهرت چیزی نیست که شما در مورد خودتان بگویید،

بلکه حاصل فکرهای دیگران درباره شماست. در این میان تنها کاری که از دست شما بر می‌آید این است که بر این گفته‌ها و قضاوت‌ها تاثیر بگذارید. آن چه که باعث می‌شود شما یک نام تجاری پیدا کنید یک تمایز بسیار با دیگران است. به خاطر داشته باشید عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری شما رضایت مشتری است. اگر مشتریان، خدمات شما را همانگونه ارزیابی کنند که شما معرفی کرده‌اید و هنگام استفاده از آن لذت ببرند و رضایت پیدا کنند مطمئناً این خدمات را به دیگران معرفی می‌کنند و درباره شما همان چیزی را می‌گویند که شما انتظار دارید. به این ترتیب شما به شهرت در آن کسب و کار دست پیدا کرده‌اید.

۲. بازاریابی مستقیم

شما به عنوان باید بتوانید برای کار خودتان از روش بازاریابی اینترنتی استفاده کنید. یعنی نامه مناسبی را تهیه کنید و برای آدرس‌هایی که تمایل به دریافت این نوع تبلیغات را دارند (opt-in) ارسال کنید.

برای نگارش ایمیل خود نیز این توصیه‌ها را در نظر بگیرید:

خط موضوع نامه از اهمیت کلیدی فراوانی برخوردار است و به جرات می‌توان گفت بیش از ۵۰ درصد قضیه، نوشتن یک موضوع جذاب و تحریک کننده است. فراموش نکنید که تا زمانی که افراد روی ایمیل شما کلیک

نکنند نمی‌توانند محتوای آن را مطالعه کنند، پس گرفتن کلیک، یک هنر محسوب می‌شود.

- از نوشتن موضوع‌های طولانی و خسته کننده به شدت اجتناب کنید. موضوع باید کوتاه و مختصر باشد و نظر خواننده را جلب کند.
- شباهتی به نامه‌های تبلیغاتی نداشته باشد. مردم روزانه توسط صدها آگهی تبلیغاتی بمباران می‌شوند و این موضوع آنها را خسته و بی‌حوصله می‌کند. کافی است خوانندگان ایمیل شما فکر کنند که این یک آگهی تبلیغاتی است تا به راحتی از روی آن بگذرند.
- روی متن خود تمرکز کنید. از توضیحات طولانی و خسته کننده پرهیز کنید. سعی کنید در چند خط یا چند پاراگراف کوتاه مهمترین قسمت پیام خود را به مخاطبین انتقال دهید. در صورتی که وب سایت دارید می‌توانید از خوانندگان دعوت کنید که ادامه مطالب را در سایت‌تان پیگیری کنند و سپس آدرس سایت خود را در متن قرار دهید.
- از مخاطبین خود بخواهید کاری انجام دهند به عنوان مثال از آنها بخواهید که از سایت شما بازدید کنند و یا با شماره تلفن شما تماس بگیرند.



مشوق‌های فروش و تخفیفات

یکی از ابزارهایی که می‌تواند مشتری‌های مردد را به مشتری‌های مصمم تبدیل کند و آنها را ترغیب کند که زودتر تصمیم به خرید بگیرند ارائه جوایز و تخفیفات ویژه است. در این روش شما جوایز مشخص و یا تخفیفات ویژه‌ای را تبلیغ می‌کنید و به قید قرعه به تعدادی از مشتریان که زودتر اقدام به خرید کنند و یا بیشتر خرید کنند، اهدا خواهید کرد. برای اینکه این روش موثر واقع شود نکات زیر را باید در نظر بگیرید:

🚩 در زمان مناسب این کار را انجام دهید. یعنی مشتری اگر احساس کند که شما به دلیل آنکه نتوانسته‌اید مشتری پیدا کنید و اوضاع‌تان خراب است و مجبور شده‌اید که تخفیف بدهید، اولاً درباره خدمات شما نگرش منفی پیدا می‌کند و با دیده تردید به پیشنهاد شما فکر می‌کند و این مانع می‌شود که شما فروش بیشتری کنید. ثانیاً در خرید خود بدنبال امتیاز بیشتری هستند.

🚩 برای اینکه مشکل بالا پیش نیاید باید برای جوایز خود دو موضوع را در نظر بگیرید:

الف) مناسبی داشته باشد.

ب) محدوده زمانی آن مشخص باشد.

ج) پس از آن محدوده زمانی، به هیچ وجه جایزه یا تخفیفی را ارائه نکنید.

✚ سعی کنید جوایز شما از خدمات خود شما باشد.

✚ سعی کنید بیشتر جایزه بدهید نه تخفیف. تخفیف سیاستی است که اگر به موقع و درست استفاده نکنید تاثیر آن بیشتر منفی خواهد بود.

✚ سعی کنید برای جوایز و تخفیفات یک سیاست پلکانی ایجاد کنید که مشتریانی که بیشتر یا زودتر خرید می کنند احتمال برنده شدن یا بهره‌مندی آنها بیشتر باشد.



بازاریابی از طریق روابط عمومی

تبلیغات از طریق روابط عمومی شامل روش‌ها و تکنیک‌هایی می‌شود که به طور غیرمستقیم باعث شهرت و اعتبار شما می‌شود و هزینه آن هم بسیار

پایین تر است. این نوع بازاریابی برای تاثیرگذاری، به زمان بیشتری احتیاج دارد و میزان فروش به کندی افزایش می‌یابد، ولی تاثیرگذاری آن پایدارتر است. تکنیک‌های زیر از جمله روش‌های بازاریابی از طریق روابط عمومی است:

- تهیه و ارسال یک خبرنامه الکترونیکی با موضوع خدمات شما
- نگارش مقاله و انتشار آن در نشریات با عنوان خود یا موسسه‌تان
- برگزاری سمینارهای کاربردی
- ایجاد شبکه دوستان

توزیع یا دسترسی (place)

تصمیم‌گیری درباره اینکه مخاطبان چگونه به محصول یا خدمات شما دسترسی پیدا می‌کنند رکن چهارم برنامه بازاریابی است. در خدمات وب و شبکه دسترسی به خدمات شما مشخصاً از طریق وب سایت است که شما آن را تهیه کرده‌اید. شما سایتی نیاز دارید که فعالیت شما را در اینترنت ارائه کند و افراد با بازدید از سایت شما، بتوانند خدمات مورد نظرشان را مشخص کنند و اگر سوالی دارند پاسخ آن را بیابند و سفارش خود را ارائه کنند.

رضایت مشتری

به خاطر داشته باشید که عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری شما **رضایت مشتری** است. اگر مشتریان محصولات یا خدمات شما را همانطور ارزیابی کنند که شما معرفی کرده‌اید و با استفاده از آن نیازشان برآورده شود و لذت ببرند و در نتیجه رضایت یابند، مطمئناً این محصول یا خدمت را به دیگران معرفی می‌کنند و درباره شما همان چیزهایی را می‌گویند که شما انتظار دارید. به این ترتیب شما به شهرت در کسب و کار دست پیدا می‌کنید. تحقیقات نشان می‌دهد که تاثیر مشتریان ناراضی بیشتر است. به طور معمول یک مشتری ناراضی بیش از ده نفر را از خرید کردن شما منع می‌کند در حالیکه مشتریان راضی حدود سه نفر را تشویق می‌کند که خرید کنند. این نشان می‌دهد که شما نباید اجازه دهید مشتری ناراضی شود چرا که تاثیر منفی آن بسیار زیاد است و همواره باید دنبال رضایت مشتری باشید.



مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

🚧 رقابت با ارائه دهندگان کهنه کار خدمات وب و شبکه

یکی از مخاطرات این شغل آن است که ارائه دهندگان کهنه کار خدمات وب و شبکه توانسته‌اند سهم خوبی از بازار را برای خود ایجاد کنند و طیف گسترده‌ای از مشتریان این خدمات را پوشش دهند، بنابراین شما می‌توانید با ارائه خدمات مطلوب و با کیفیت و همچنین با قیمت مناسب، بازار خوبی برای خود ایجاد کنید.

🚧 عوامل محدودکننده شما ممکن است بی‌کفایتی‌های موجود در آماده‌سازی سفارش مشتری و ارسال آن باشد که باعث افزایش هزینه و کاهش درآمد شما می‌شود.

🚧 عدم شناخت کامل شما از نیاز و خواسته‌های مشتری می‌باشد که فراگرد تهیه محصول را طولانی کرده و باعث رنجش مشتری می‌گردد.

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

برای این که بتوانید در این شغل بیشترین موفقیت را کسب کنید توصیه‌های زیر می‌توانند راهگشا باشد:

✦ مهارت‌های لازم را کسب کنید. بویژه در حوزه فناوری اطلاعات، بازاریابی و زبان انگلیسی و... مهارت‌هایتان را تا سطح پیشرفته ارتقا دهید.

✦ جهانی فکر کنید ولی محلی عمل کنید. سعی کنید چشم‌انداز والایی را برای خود ترسیم کنید و به افق‌های جهانی بیاندیشید و زمینه را برای کسب و کار منطقه‌ای و بین‌المللی مهیا کنید. با توجه به اینکه اینترنت مرزها را محو کرده است و خدمات شما می‌تواند در همه دنیا استفاده شود، به صورت جهانی فکر کنید. تا می‌توانید با ایرانی‌های خارج از کشور ارتباط برقرار کنید و از طریق آنها کسب و کار خود را بین‌المللی کنید.

✦ برای سایت خود بازاریابی کنید تا بازدیدکنندگان بیشتری آن را مشاهده کنند.

✦ خواسته و نیاز مشتریان خود را بخوبی شناسایی نمایید.

✦ پروژه‌های مشتریان خود را در موعد مقرر تحویل آنان دهید.

✦ با زبان‌های مختلف برنامه‌نویسی آشنایی پیدا کنید.

✚ از تجهیزات و وسایل مرغوب جهت ارائه خدمات و یا فروش آنان استفاده نمایید.

✚ با شرکت‌های بزرگ ارائه دهنده خدمات وب و شبکه ارتباط برقرار کرده و با آنان همکاری نمایید.

✚ در انتخاب همکاران نهایت دقت را نموده و تمامی فاکتورهای تخصصی و شخصی را مدنظر قرار دهید.

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- شورای عالی انفورماتیک
- وزارت ارتباطات و فن‌آوری اطلاعات
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- شهرداری‌ها
- بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- شرکت‌های بزرگ ارائه دهنده خدمات وب و شبکه
- شرکت‌های ارائه دهنده خدمات تبلیغات اینترنتی
- شرکت‌های ارائه دهنده خدمات بازاریابی ایمیلی و پیامکی
- شرکت‌های فراهم کننده سرویس‌های اینترنتی

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- پاک نظر، ثریا (۱۳۸۱). خدمات وب، ماهیت پردازش را دگرگون می‌کند، ماهنامه آموزشی، پژوهشی و اطلاع‌رسانی وب
- کوشا، کیوان (۱۳۷۷). آموزه‌های مجازی و شبکه جهانی وب با رهیافتی نوین برای دسترسی به مجموعه‌های رقمی، فصلنامه کتاب (پاییز و زمستان).
- زرگر، محمود (۱۳۸۰). مدل‌های راهبردی و راهکارهای تجارت در اینترنت. تهران: بهینه.
- تیموری، هما (۱۳۸۱). نقش تارگه در سازمان‌ها، ماهنامه آموزشی، پژوهشی و اطلاع‌رسانی وب (مهر).
- شایگانی. شاپور (۱۳۷۷). آشنایی با وب و آموزش HTML. تهران: نص.
- جعفرنژاد قمی، (۱۳۸۲). آموزش شبکه. جهاددانشگاهی واحد مشهد.