

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ



Л.А. Брагин
Г.Г. Иванов
А.Ф. Никишин
Т.В. Панкина



Оглавление

Введение	3
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	6
1.1. Интернет-экономика и ее значение в современном бизнесе	6
1.2. Электронная коммерция: основные понятия и классификация	9
1.3. Преимущества и проблемы развития электронной коммерции	12
1.4. Инфраструктура электронной коммерции	15
Глава 2. ДВИЖЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	20
2.1. Сеть Интернет как среда передачи данных	20
2.2. Защита информации в Сети	24
2.3. Шифрование информации	26
2.4. Организация информационного взаимодействия в Интернете	29
Глава 3. ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	33
3.1. Понятие и преимущества электронной торговли	33
3.2. Классификация моделей электронной торговли	39
3.3. Состояние и перспективы развития электронной торговли	42

Глава 4. РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ. МОДЕЛЬ B2C	47
4.1. Бизнес-модели розничной торговли в Интернете	47
4.2. Классификация моделей розничной интернет-торговли по степени автоматизации торгово-технологических процессов	50
4.3. Организация технологического процесса розничной интернет-торговли	55
4.4. Должностные характеристики персонала интернет-магазина	60
4.5. Развитие розничной интернет-торговли в России	62
Глава 5. ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ. МОДЕЛЬ B2B	70
5.1. Общая характеристика и преимущества модели B2B	70
5.2. Организация оптовой торговли в Интернете	73
5.3. Электронные торговые площадки	77
5.4. Развитие сектора B2B в России	83
Глава 6. ИНТЕРНЕТ-АУКЦИОНЫ	88
6.1. Понятие и классификация интернет-аукционов	88
6.2. Технологический цикл аукционных торгов	96
6.3. Риски участников интернет-аукционов	99
Глава 7. СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ	102
7.1. Основные направления стимулирования продаж и удержания покупателей	102
7.2. Поисковая оптимизация как метод привлечения покупателей	105
7.3. Интернет-реклама	108
7.4. Эффективность интернет-рекламы	116
Глава 8. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В ИНДУСТРИИ УСЛУГ	120
8.1. Коммерческие услуги в среде Интернет	120
8.2. Коммуникативные услуги	123

8.3. Банковские услуги	129
8.4. Интернет-трейдинг	132
8.5. Туристские услуги	134
8.6. Интернет-страхование	140
8.7. Дистанционное обучение	145
Глава 9. ОРГАНИЗАЦИЯ ОПЛАТЫ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ИНТЕРНЕТЕ	151
9.1. Способы оплаты товаров и услуг	151
9.2. Понятие и классификация платежных систем Интернета ...	156
9.3. Кредитные платежные системы	160
9.4. Дебетовые платежные системы	166
Глава 10. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	173
10.1. Основы правового регулирования электронной коммерции	173
10.2. Регулирование передачи данных в Интернете	174
10.3. Основные правила продажи товаров дистанционным способом	176
10.4. Электронная подпись	177
10.5. Коммерческая тайна	181
Библиографический список	185