

ББК 65.42я7

С 341

Сибирская Е.В. Электронная коммерция : учебное пособие для вузов / Е.В. Сибирская, О.А. Старцева. – Москва : Форум, 2013. – 287 с. – (Высшее образование – бакалавриат). – Библиогр. : с. 275-277. – ISBN 9785911342296.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	5
1.1. Электронный и традиционный бизнес	5
1.2. Электронная коммерция как форма ведения бизнеса	7
1.3. Электронные трансакции и их классификация	8
1.4. Факторы развития электронной коммерции	12
1.5. Структура электронного рынка	19
1.6. Бизнес-модели электронной коммерции	25
1.7. Основные проблемы развития электронной торговли в России	34
Глава 2. ФОРМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	38
2.1. Электронный аукцион	38
2.2. Корпоративные порталы.....	44
2.3. Электронные торговые площадки	49
2.4. Электронный магазин	56
2.5. Персонал интернет-магазина и методы привлечения покупателей в интернет-магазины.....	65
2.6. Информационный дизайн интернет-магазина	72
2.7. Основные требования к характеристикам электронного магазина	78
2.8. Оценка качества спроектированного электронного магазина	82
Глава 3. ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ.....	88
3.1. Основные способы оплаты товаров и услуг и электронные платежные средства	88
3.2. Платежные системы на основе электронных денег	98
3.3. Безопасность платежей в Интернете	111
Глава 4. МОДЕЛЬ В2С - БИЗНЕС, ОРИЕНТИРОВАННЫЙ НА КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ – ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ	117
4.1. Построение бизнес-модели торговых операций	117
4.2. Формирование управляемых параметров торговых операций в интернет-среде	122
4.3. Влияние управляемых параметров торговой операции на экономические показатели предприятия	131
4.4. Структура В2С-предприятия	135
Глава 5. МОДЕЛЬ В2В В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	142
5.1. Факторы, повышающие эффективность бизнес-операций.....	142
5.2. Особенности построения бизнес-модели В2В	147
5.3. Организация закупок через Интернет	150
5.4. Развитие сектора В2В в России	158
Глава 6. УСЛУГИ ИНТЕРНЕТА	164
6.1. Интернет-банкинг и трейдинг	164
6.2. Туристические услуги	171
6.3. Интернет-страхование.....	184
6.4. Образовательные системы в Интернете	190

6.5. Коммуникативные услуги в Интернете	197
Глава 7. ТЕХНИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ WEB-САЙТОВ.....	201
7.1. Размещение web-сайта	201
7.2. Классификация web-сайтов.....	204
7.3. Основы web-программирования	205
7.4. Средства Microsoft Office для создания web-сайтов.....	207
7.5. Тестирование и публикация web-узла	212
7.6. Способы продвижения web-сайтов в сети Интернет.....	214
Глава 8. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	216
8.1. Обзор существующего российского законодательства.....	216
8.2. Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002—2010 гг.)» .	221
8.3. Коммерческая информация	224
Глава 9. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	232
9.1. Основные понятия эффективности электронной коммерции	232
9.2. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции	235
9.3. Оценка эффективности вложений в информационные технологии.....	245
Глава 10. БЕЗОПАСНОСТЬ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	252
10.1. Виды и источники угроз в электронной коммерции	252
10.2. Вопросы правового регулирования безопасности электронной коммерции	261
10.3. Риски в электронной коммерции.....	265
Список литературы	275
Глоссарий	278