

Handel elektroniczny

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

95 stron, 41 pozycji w bibliografii

WSTĘP 2

ROZDZIAŁ I. CHARAKTERYSTYKA HANDLU ELEKTRONICZNEGO 4

- 1.1. Definicja handlu elektronicznego (electronic comerce) 4
- 1.2. Wprowadzenie do handlu elektronicznego 7
- 1.3. Charakterystyka handlu elektronicznego pod względem partnerów transakcji 10
 - 1.3.1. Kategoria B2C (business – to – consumer) 11
 - 1.3.2. Kategoria B2B (business – to – business) 13
 - 1.3.3. Kategoria C2A (consumer – to- administration) 15
 - 1.3.4. Kategoria C2C (consumer – to – consumer) 16
- 1.4. Modele handlu elektronicznego 17
- 1.5. Klasyfikacja modeli biznesowych 19

ROZDZIAŁ II. ANALIZA POTENCJAŁU RYNKU DLA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH W HANDLU ELEKTRONICZNYM 27

- 2.1. Charakterystyka małych i średnich przedsiębiorstw handlowych 27
- 2.2. Socjodemograficzne cechy użytkowników Internetu 29
- 2.3. Potencjały rynkowe dla małych i średnich przedsiębiorstw handlowych 36
- 2.4. Poprawa konkurencyjności 37
- 2.5. Poprawa obsługi klienta 41
- 2.6. Redukcja kosztów transakcji 43

ROZDZIAŁ III. MODEL ROZWOJU E-COMMERCE 46

- 3.1. Założenia detalicznej działalności handlowej przez Internet 46
- 3.2. Determinanty i zagrożenia rozwoju e- biznesu 52
- 3.3. Warunki uzyskania przewagi konkurencyjnej dzięki sieci

Internet 64

ROZDZIAŁ IV. MODEL HANDLU ELEKTRONICZNEGO DLA MAŁYCH PRZEDSIĘBIORSTW 69

4.1. Zasada działania i charakterystyka sklepów internetowych 71

4.1.1. Zalety i wady korzystania ze sklepów internetowych 77

4.2. Program do tworzenia sklepów internetowych 81

4.3. Elektroniczny koszyk na zakupy 87

4.4. Informacja o projekcie sklepu 88

ZAKOŃCZENIE 91

BIBLIOGRAFIA 93

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis