

Гаврилов, Л. П.

Электронная коммерция : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 363 с. — Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс.

Оглавление

Список принятых сокращений.....	11
Предисловие.....	16
Глава 1. Введение в электронную коммерцию.....	18
1.1. Определения. Соотношения электронного бизнеса, электронной и мобильной коммерции.....	18
1.2. Интернет и веб — основные технологии электронной коммерции.....	22
1.3. Характерные свойства электронной коммерции, ее составляющие.....	23
1.4. Взаимосвязь развития электронной коммерции с развитием сети Интернет.....	24
1.5. Организации Российской Федерации, курирующие электронную коммерцию.....	24
1.6. Тенденции развития рынка электронной коммерции и динамика роста торговли.....	26
1.7. Мероприятия по повышению конкурентоспособности электронной торговли в Российской Федерации.....	27
1.8. Процесс импортозамещения как фактор роста конкурентоспособности предприятий.....	29
1.9. Электронная и мобильная коммерция в сфере услуг.....	31
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>33</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>33</i>
Глава 2. Прошлое, настоящее и будущее технологий электронной коммерции.	35
2.1. Становление и развитие технологий электронной коммерции.....	35
2.2. Современные технологии электронной коммерции.....	37
2.3. Настоящее и будущее технологии Big Data и ее роль в электронной коммерции.....	40
2.4. Прогноз развития технологий электронной коммерции.....	42
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>44</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>44</i>
Глава 3. Категории электронной коммерции. Электронные торговые площадки.....	46
3.1. Классы (категории) ведения электронной коммерции.....	46
3.2. Определения и типы электронных торговых площадок.....	49
3.3. Возможности и преимущества электронных торговых площадок. Виды электронных торговых площадок.....	51
3.4. Характеристики основных электронных торговых площадок модели B2C.....	52

3.4.1. Электронные витрины, информационные киоски и панели, цифровые видеопанели и стены.....	52
3.4.2. Электронный магазин.....	56
3.4.3. Одностраничный интернет-магазин. Электронный торговый ряд.....	59
3.4.4. Аукцион.....	61
3.5. Характеристики основных электронных торговых площадок моделей B2B, B2G, G2B.....	63
3.5.1. Каталог.....	63
3.5.2. Электронный аукцион, запрос котировок, конкурсные торги.....	64
3.5.3. Биржевая модель электронных торговых площадок.....	66
3.6. Государственные электронные торговые площадки, работающие по модели B2G.....	68
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>72</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>72</i>
Глава 4. Социальная коммерция.....	74
4.1. Определения, относящиеся к социальной коммерции.....	74
4.2. Информационные системы для автоматизации работы в социальных сетях и блогах.....	77
4.3. Блоги в социальной коммерции.....	78
4.4. Социальные сети в предпринимательстве и бизнесе.....	78
4.5. Социальные сети в маркетинге.....	80
4.6. CRM-системы в социальных сетях. Корпоративные социальные сети.....	82
4.7. Безопасность работы в социальных сетях.....	84
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>84</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>85</i>
Глава 5. Электронная торговля.....	86
5.1. Определение электронной торговли.....	86
5.2. Правовые основы электронной торговли.....	87
5.3. Динамика развития электронной торговли в Российской Федерации и влияющие на нее факторы.....	90
5.4. Розничная и оптовая торговля в электронной коммерции.....	92
5.5. Классификация производителей товаров или услуг и посредников их распределения.....	93
5.6. Классификация посредников.....	94
5.7. Уровни распределения товаров и услуг.....	98
5.8. Вспомогательные посредники.....	99
5.9. Структура системы предприятий электронной коммерции Российской Федерации. Экосистема электронной коммерции.....	101
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>105</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>105</i>
Глава 6. Электронный обмен данными.....	107
6.1. Характеристика электронного обмена данными.....	107
6.1.1. Определение электронного обмена данными.....	107

6.1.2. Сферы применения, факторы, способствующие внедрению электронного обмена данными.....	109
6.1.3. Схемы ЭОД-взаимодействия предприятий. Возможности электронного обмена документами.....	110
6.2. Необходимость стандартизации электронного обмена данными. Типы сообщений в электронном обмене данными.....	112
6.3. Стандарт UN/EDIFACT.....	113
6.4. Стандарт EANCOM, интеграция с ассоциациями EAN и GS1.....	114
6.5. Системы ECR-RUS и ААИ ЮНИСКЛН/EAN.....	116
6.6. Реализация сообщений.....	117
6.7. Структура обмена сообщениями в стандарте EANCOM.....	119
6.8. Транспортная среда электронного обмена данными. Стандарты безопасности. Поставщики ЭОД-услуг.....	123
6.9. Электронный документооборот.....	124
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>125</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>126</i>
Глава 7. Интернет-маркетинг.	127
7.1. Определение и характеристики интернет-маркетинга	127
7.2. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.....	130
7.3. Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей.....	132
7.4. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы.	135
7.4.1. Маркетинговые сервисы компании Яндекс.....	136
7.4.2. Сервисы компании Google для бизнеса и рекламы.....	140
7.4.3. Маркетинговые информационные системы.....	142
7.5. Продвижение сайта интернет-магазина.....	148
7.6. Инновации в маркетинге.....	150
7.6.1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности.	150
7.6.2. Новые решения для рекламы.....	151
7.6.3. Информационные системы управления опытом потребителей.	152
7.6.4. Маркетинговая программа компании IBM.....	153
7.6.5. Автоматизация кассовой зоны для повышения эффективности программ лояльности.....	153
7.6.6. Видео, чат, интернет-консультант и ассистент на сайте для увеличения продаж.....	154
7.6.7. Технологии анализа контента. Инновационные мультимедийные технологии в рекламе.....	155
7.6.8. Применение «умной» рекламы и мобильных технологий компанией «Сбербанк».....	157
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>157</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>158</i>
Глава 8. Электронные платежи и системы электронных платежей.	159
8.1. Определение электронного платежа и электронной платежной системы...	159
8.2. Структура и динамика электронных платежей.....	161

8.3. Краткий обзор развития электронных платежей.....	163
8.4. Биллинг.....	164
8.5. Основные определения и положения, относящиеся к электронным платежам и электронным платежным системам.....	165
8.6. Электронные платежные инструменты.....	169
8.6.1. Электронные деньги.....	169
8.6.2. Пластиковые карты. Характеристика пластиковых карт.....	171
8.6.3. Участники платежной системы, работающей с банковскими картами.....	175
8.6.4. Интернет-банкинг.....	177
8.7. Правомочность деятельности электронных платежных систем. Требования к электронным платежным системам.....	179
8.8. Виды платежных систем.....	181
8.9. Отечественные электронные платежные системы и их краткая характеристика.....	181
8.10. Электронные платежные системы на основе электронных денег.....	183
8.10.1. Краткая характеристика электронной платежной системы Яндекс.Деньги.....	183
8.10.2. Краткая характеристика системы WebMoney Transfer.....	185
8.10.3. Система TELEPAT.....	186
8.11. Интегрированные платежные системы.....	186
8.12. Платежные терминалы коммерческих организаций.....	188
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	189
<i>Практические задания.....</i>	190
Глава 9. Мобильная коммерция.....	191
9.1. Определение мобильной коммерции, ее основные составляющие.....	191
9.2. Факторы роста мобильной коммерции.....	193
9.3. Характеристика мобильной коммерции.....	195
9.4. Правовое государственное регулирование финансовых операций в мобильной коммерции.....	197
9.5. Интегрированные финансовые услуги операторов сотовой связи.....	197
9.6. Платежные системы для осуществления платежей в сети Интернет.....	199
9.7. Мобильные приложения.....	200
9.7.1. Характеристика мобильных приложений.....	201
9.7.2. Мобильные приложения для торговли.....	202
9.7.3. Мобильная платформа «1С:Предприятие 8.3».....	203
9.7.4. Программное обеспечение для терминалов сбора данных DataMobile.....	204
9.7.5. Система мобильной торговли «PalmOrder».....	204
9.7.6. Платежный сервис Check-n-Pay.....	205
9.7.7. Мобильные финансовые советники.....	205
9.7.8. Мобильное приложение для интернет-магазина. Мобильное приложение облачного сервиса «МойСклад».....	206
9.8. Безопасность при использовании мобильных устройств.....	206
9.9. Применение технологий NFC и HCE.....	208
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	209
<i>Практические задания.....</i>	209

Глава 10. Информационные сети электронного бизнеса	211
10.1. Определение информационной сети.....	211
10.2. Сетевые коммуникационные устройства информационных сетей.....	212
10.2.1. SIM-карта.....	213
10.2.2. Сетевая карта.....	213
10.2.3. Точка доступа.....	214
10.2.4. Концентратор.....	214
10.2.5. Коммутатор.....	215
10.2.6. Маршрутизатор. Прокси-сервер.....	216
10.3. Типы информационных сетей электронного бизнеса.....	217
10.4. Сведения о топологии сетей.....	224
10.5. Стандарт Ethernet.....	228
10.6. Методы доступа к сети.....	229
10.7. Методы коммутации.....	230
10.8. Протоколы обмена информацией.....	231
10.9. Протоколы TCP/IP и UDP. Сети TCP/IP.....	232
10.10. Адресация в сетях. Сетевые маски.....	234
10.11. Набор протоколов TCP/IP.....	237
10.12. Преобразование адресов.....	238
10.13. Краткая характеристика беспроводных сетей передачи данных.....	239
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	240
<i>Практические задания</i>	241
Глава 11. Безопасность электронной коммерции	242
11.1. Безопасность предприятий электронной коммерции.....	242
11.2. Правовые основы информационной безопасности.....	244
11.3. Защита персональных данных.....	245
11.4. Ответственность за безопасность электронных платежей.....	247
11.5. Безопасность платежей пластиковыми картами.....	247
11.5.1. Меры безопасности при оплате товаров или услуг в интернет-магазине пластиковой карточкой.....	248
11.5.2. Стандарт защиты информации в индустрии банковских пластиковых карт.....	249
11.5.3. Протокол безопасности 3D-Secure.....	251
11.6. Основные меры обеспечения информационной безопасности.....	252
11.6.1. Основные меры безопасности.....	252
11.6.2. Защита от DoS- и DDoS-атак.....	253
11.6.3. Утечка конфиденциальной информации.....	254
11.6.4. Сервис обеспечения конфиденциальности при работе в сети Интернет. Протоколы SSL, TSL и SET.....	256
11.7. АPT-атаки.....	260
11.8. Доверенные организации и службы для повышения безопасности электронного документооборота и электронных платежей.....	262
<i>Контрольные вопросы и задания</i>	263
<i>Практические задания</i>	264

Глава 12. Инновационные решения в электронной торговле	265
12.1. Инновационные решения в торговле.....	265
12.2. Многоканальность взаимодействия с покупателем.....	266
12.2.1. Многоканальность как фактор повышения эффективности торговли.....	266
12.2.2. Инновационные многоканальные технологии в торговле и маркетинге.....	267
12.2.3. Пример применения инновационных многоканальных решений в маркетинге.....	269
12.3. Инновационные информационные системы для управления электронной коммерцией и многоканальными продажами.....	270
12.3.1. Определения.....	270
12.3.2. Платформа электронной коммерции WebSphere Commerce Enterprise.....	272
12.3.3. Информационная система для управления многоканальными продажами hybris B2C commerce.....	272
12.3.4. Решения компании IBM для облачных сред, виртуализации и мобильности на основе мейнфреймов.....	273
12.4. Международные проекты в электронной коммерции.....	273
12.4.1. Интеллектуализация закупок при использовании системы SAP Ariba.....	273
12.4.2. Пакет программ для управления электронной коммерцией компании IBM.....	274
12.5. Облачные технологии в торговле.....	275
12.5.1. Общая характеристика облачных вычислений.....	275
12.5.2. Применение облачных технологий и аутсорсинга для работы магазинов.....	278
12.5.3. Облачные сервисы для автоматизации предприятий торговли ...	279
12.5.4. Облачные системы управления предприятиями среднего и малого бизнеса.....	281
12.6. Инновационные решения для безопасности торговли.....	282
12.6.1. Интеллектуальная система видеонаблюдения для противодействия мошенничеству «POS-Интеллект».....	282
12.6.2. Интегрированные системы видеонаблюдения.....	283
12.7. Применение специализированных торговых информационных систем, мобильных приложений и пакетов программ.....	283
12.7.1. Система управления веб-проектами «1С-Битрикс: Управление сайтом».....	283
12.7.2. Новые решения в мобильном торговом приложении «Моби-С».....	285
12.7.3. Автоматизированная система управления мобильной торговлей «Оптимум».....	285
12.7.4. Беспроводная бизнес-аналитика от компании «КОРУС консалтинг».....	286
12.7.5. Автоматизация магазина, киоски и магазины самообслуживания.....	286
12.7.6. Устройства для мобильных платежей.....	287

12.8. 3D-технологии в коммерции.....	288
12.9. Инновационные решения компании МегаФон.....	288
12.10. Краткая характеристика некоторых экспонатов, представленных на выставке решений для электронной торговли ECOM Expo-2014.....	289
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	291
<i>Практические задания.....</i>	291
Глава 13. Информационная безопасность электронной коммерции.....	293
13.1. Защита информации.....	293
13.2. Основные меры информационной безопасности.....	295
13.3. Аутентификация, идентификация, проверка целостности, авторизация.....	295
13.4. Криптографическая защита данных.....	302
13.4.1. Принцип криптографической защиты информации.....	303
13.4.2. Криптосистема. Симметричные и асимметричные криптосистемы.....	304
13.4.3. Пример симметричной криптосистемы. Мастер-ключ, длина ключа.....	305
13.4.4. Симметричные алгоритмы шифрования.....	306
13.5. Электронная подпись.....	308
13.5.1. Назначение и виды электронной подписи.....	308
13.5.2. Правомочность электронной подписи.....	309
13.5.3. Использование электронной цифровой подписи в корпоративной информационной системе.....	310
13.5.4. Алгоритм электронной цифровой подписи.....	311
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	314
<i>Практические задания.....</i>	314
Глава 14. Классификаторы, используемые в электронной коммерции.....	316
14.1. Определение классификатора, виды классификаторов.....	316
14.2. Единый государственный реестр предприятий и организаций, Единый государственный регистрационный номер для индивидуального предпринимателя и Единый государственный реестр юридических лиц.....	318
14.3. Основной государственный регистрационный номер предприятия.....	319
14.4. Общероссийский классификатор предприятий и организаций.....	319
14.5. Классификаторы продукции ОКП и ОКПД.....	320
14.6. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг.....	322
14.7. Коды товарной номенклатуры Инкотермс 2010, ТН ВЭД РФ, ТН ВЭД СНГ.....	323
14.8. Коды классификаторов нормативно-справочной информации.....	325
14.9. Коды налоговой информации.....	326
14.10. Коды банковской информации.....	328

14.11. Финансовая информация.....	330
<i>Контрольные вопросы и задания.....</i>	<i>331</i>
<i>Практические задания.....</i>	<i>331</i>
Практическая работа № 1. «Маркетинговая программа SERP Parser».....	332
1. Обучение работе с программой SERP Parser Professional.....	333
1.1. Ввод поисковых фраз.....	334
1.2. Ввод целей.....	334
1.3. Ввод источников	335
1.4. Выполнение проверки.....	336
1.5. Анализ результатов.....	337
2. Самостоятельная работа.....	339
3. Пример выполнения практической работы.....	340
3.1. Создание нового проекта	340
3.2. Создание отчетов, анализ результатов.....	344
Практическая работа № 2. «Работа с информационной системой "1С: Бухгалтерия предприятия, редакция 3.0"».....	348
Библиографический список.....	362