

Юрасов А. В.

Основы электронной коммерции. Учебник для вузов. - 2-е изд.,  
перераб. и доп. - М.: Горячая линия Телеком, 2016. - 500 с., ил.

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
1. Понятие и сущность электронной коммерции	5
1.1. Понятие электронной коммерции	5
1.2. История электронной коммерции	8
1.3. Структура рынка электронной коммерции	31
1.4. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции	32
1.5. Факторы развития систем электронной коммерции	35
1.6. Преимущества использования электронной коммерции	37
1.7. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции	40
1.8. Базовые технологии (технико-экономические и правовые основы) электронной коммерции	44
1.8.1. Аутентификация контрагентов в электронной коммерции	44
1.8.2. Международные стандарты и протоколы электронной коммерции	54
1.8.3. Веб-службы	59
1.8.4. Автоматизированные системы управления ресурсами предприятия	61
1.8.5. Правовое обеспечение электронной коммерции	78
1.8.6. Этика электронной коммерции	80
Вопросы для самопроверки	88
2. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)	89
2.1. Торгово-закупочные B2B системы	89
2.1.1. Основные процессы осуществления электронной торговли в секторе B2B	89
2.1.2. Система управления закупками (e-procurement)	90
2.1.3. Система полного цикла сопровождения поставщиков (SCM-система)	92
2.1.4. Система управления продажами (e-distribution)	96
2.1.5. Система полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система)	98
2.1.6. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи	107
2.2. Корпоративные представительства в Интернете	114
2.3. Виртуальные предприятия	118
2.4. Интернет-инкубаторы	121
2.5. Мобильная коммерция	124
Вопросы для самопроверки	130

3. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C).....	131
3.1. Классификация систем сектора B2C.....	131
3.1.1. Торговые ряды.....	131
3.1.2. Интернет-витрины (веб-витрины).....	133
3.1.3. Интернет-магазины.....	134
3.2. Услуги в Интернете.....	153
3.2.1. Туристические компании в Интернете.....	154
3.2.2. Интернет-страхование.....	157
3.2.3. Интернет-трейдинг.....	161
3.3. Телеработа.....	175
Вопросы для самопроверки.....	179
4. Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C).....	181
4.1. Интернет-аукционы.....	181
4.2. Использование систем класса Peer-to-Peer.....	183
Вопросы для самопроверки.....	186
5. Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B).....	187
5.1. Понятие электронного правительства (E-Government).....	187
5.2. Задачи построения электронного правительства.....	189
5.3. Структура электронного правительства.....	191
5.4. Предоставление налоговой отчетности через Интернет.....	195
5.5. Государственные электронные торгово-закупочные площадки.....	199
5.5.1. Основные понятия электронных систем государственных закупок.....	199
5.5.2. Преимущества использования электронных систем государственных закупок.....	202
5.5.3. Организация конкурсных торгов по закупкам для государственных нужд.....	204
5.5.4. Принципы построения и порядок функционирования электронной системы государственных закупок.....	210
5.5.5. Защита информации в системе конкурсных торгов.....	219
5.6. Концепция географической информационной системы.....	222
5.7. Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства.....	223
Вопросы для самопроверки.....	225
6. Электронные платежные системы.....	226
6.1. Виды электронных систем взаиморасчетов.....	226
6.2. Пластиковые карты.....	228
6.2.1. История возникновения и основные преимущества использования пластиковых карт.....	228
6.2.2. Классификация пластиковых карт.....	230
6.2.3. Основные понятия систем взаиморасчетов по пластиковым картам.....	233

6.2.4. Структура и порядок функционирования систем взаиморасчетов по пластиковым картам.....	235
6.2.5. Технология кредитования в сетях расчетов по пластиковым картам	239
6.2.6. Использование пластиковых карт в традиционной розничной торговле.....	240
6.2.7. Система распределения рисков и страхования платежей в сети взаиморасчетов по пластиковым картам.....	241
6.2.8. Механизм взаиморасчетов по пластиковым картам в Интернете ..	244
6.2.9. Недостатки использования пластиковых карт в интернет-коммерции	248
6.3. Технологии снижения рисков платежных систем в Интернете_____	251
6.3.1. Модификации карточных систем.....	251
6.3.2. Технологии микропроцессорных карт (смарт-карт).....	257
6.3.3. Системы управления счетом.....	261
6.3.4. Электронные наличные.....	263
6.4. Интернет-банкинг.....	263
6.4.1. Предпосылки возникновения.....	263
6.4.2. Технология функционирования систем «Интернет-Банк».....	267
6.4.3. Факторы и направления развития услуг интернет-банкинга.....	270
6.5. Электронные деньги.....	273
6.5.1. Предпосылки возникновения и принципы функционирования электронных денег.....	273
6.5.2. Механизмы создания электронных денег.....	277
6.5.3. Осуществление расчетов с помощью электронных денег.....	284
Вопросы для самопроверки.....	287
7. Интернет-маркетинг.....	289
7.1. Понятие и структура интернет-маркетинга.....	289
7.2. Маркетинговые исследования в Интернете.....	293
7.3. Интернет-реклама.....	297
7.3.1. Понятие интернет-рекламы.....	297
7.3.2. Анонсирование в поисковых системах и поисковая оптимизация.....	299
7.3.3. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах.....	326
7.3.4. Баннерная реклама.....	330
7.3.5. Обмен ссылками.....	347
7.3.6. Профайлинг и персонализация в интернет-рекламе.....	349
7.3.7. E-mail-реклама.....	353
7.3.8. Вирусный маркетинг.....	362
7.3.9. Другие методы рекламы.....	369
7.3.10. Анализ эффективности интернет-рекламы.....	370
7.4. Маркетинг в социальных сетях и блоках.....	393
7.5. Партнерские программы.....	399
7.6. Проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории	403
7.6.1. Постановка проблемы создания виртуального сообщества.....	403
7.6.2. Методы создания виртуального сообщества.....	405
7.7. Офлайновая поддержка онлайн-проектов.....	409
Вопросы для самопроверки.....	410

8. Мошенничество в Интернете . . . . .	413
8.1. Накрутка . . . . .	413
8.2. Киберпреступность . . . . .	415
8.2.1. Понятие киберпреступности . . . . .	415
8.2.2. Преступления с использованием пластиковых карт . . . . .	416
8.2.3. Другие компьютерные преступления . . . . .	422
8.2.4. Способы защиты от киберпреступности . . . . .	432
Вопросы для самопроверки . . . . .	434
9. Перспективы электронной коммерции . . . . .	436
9.1. Технологии электронной коммерции ближайшего будущего . . . . .	436
9.2. ГИС-технологии, как основа построения электронного общества . . . . .	439
9.3. Перспективы развития электронных платежных систем . . . . .	443
9.4. Автоматизация розничной торговли на основе технологии RFID . . . . .	446
9.5. Основные направления развития систем электронной коммерции . . . . .	451
Вопросы для самопроверки . . . . .	454
Приложение 1. Словарь терминов . . . . .	455
Приложение 2. Бизнес-план создания электронного магазина «ЗА-КАЗ» . . . . .	483
Приложение 3. Источники информации и ссылки на ресурсы электронной коммерции . . . . .	496