

Spis treści

Wprowadzenie 9

Rozdział 1. E-biznes – podstawowe problemy 13

- 1.1. Nowa gospodarka 13
- 1.2. E-biznes – konceptualizacja terminu 20
- 1.3. Narodziny i rozwój e-biznesu 25
- 1.4. Prawne aspekty prowadzenia e-biznesu 26
- 1.5. Cele wdrożeń rozwiązań e-biznesowych w sferze procesów podstawowych 28
- 1.6. Zalety i wady e-biznesu 33
- 1.7. Studia przypadków 36
 - 1.7.1. CCC – wykorzystanie tradycyjnych i internetowych kanałów sprzedaży 37
 - 1.7.2. Kazus Allegro – funkcjonowanie serwisu aukcyjnego 43
- 1.8. Pytania problemowe 45
- 1.9. Test Prawda/Fałsz 45

Rozdział 2. Modele działalności e-biznesowej 49

- 2.1. Relacje pomiędzy podmiotami e-biznesu 49
- 2.2. Model biznesu i jego znaczenie w e-gospodarce 53
- 2.3. Klasyfikacje modeli e-biznesu 58
 - 2.3.1. Podstawowe modele biznesu elektronicznego 59
 - 2.3.2. Autorskie modele biznesu elektronicznego 61
- 2.4. Studia przypadków 66
 - 2.4.1. Allegro – model aukcji elektronicznej 66
 - 2.4.2. Netflix – model abonencki 67
 - 2.4.3. Czytam.pl – model e-sklepu 70
 - 2.4.4. LinkedIn – model pośrednika 72
- 2.5. Pytania problemowe 74
- 2.6. Test Prawda/Fałsz 74

Rozdział 3. Strategie i metodyka budowy systemów e-biznesu 77

- 3.1. Teoretyczne podstawy budowania strategii biznesowych 77
- 3.2. Strategia e-biznesu – elementy składowe 82
- 3.3. Czynniki sukcesu strategii e-biznesowej 88
- 3.4. Strategia tworzenia modeli e-biznesowych 90
- 3.5. Studia przypadków 93
 - 3.5.1. Morele.net – lider polskiego rynku e-commerce w segmencie dystrybucji IT/consumer electronics 93
 - 3.5.2. YouTube 97
- 3.6. Pytania problemowe 100
- 3.7. Test Prawda/Fałsz 100

Rozdział 4. Segmenty e-biznesu 103

- 4.1. Podstawowe klasyfikacje e-biznesu 103
- 4.2. E-usługi 105
- 4.3. E-marketing 109
- 4.4. E-commerce (handel elektroniczny, handel online, electronic commerce) 122
- 4.5. Obsługa e-biznesu 127
- 4.6. Studia przypadków 130

- 4.6.1. Strategie marketingowe 130
 - 4.6.1.1. Samsung i selfi gwiazd z rozdania Oscarów 2014 130
 - 4.6.1.2. „Like my addiction” Fundacji Addict Aide 131
 - 4.6.1.3. „Czego szukasz w święta” Allegro 132
 - 4.6.1.4. Deadpool – kampania promocyjna filmu 132
 - 4.6.1.5. Dzikie Sad/Grupa Żywiec 134
- 4.6.2. E-usługi 135
 - 4.6.2.1. Historia pojazdu 135
 - 4.6.2.2. Pracuj.pl 135
 - 4.6.2.3. Bankier.pl 136
 - 4.6.2.4. Naszemiasto.pl 137
 - 4.6.2.5. Filmweb.pl 138
- 4.6.3. E-handel 139
 - 4.6.3.1. Ceneo.pl 139
 - 4.6.3.2. Mall.pl 139
- 4.7. Pytania problemowe 140
- 4.8. Test Prawda/Falsz 141

Rozdział 5. Systemy informatyczne e-biznesu 145

- 5.1. Infrastruktura technologiczna i sprzętowa biznesu elektronicznego 145
- 5.2. Systemy informatyczne zarządzania w e-biznesie 149
 - 5.2.1. Zarządzanie relacjami z klientem – CRM (Customer Relationship Management) 152
 - 5.2.2. Zarządzanie relacjami z partnerami biznesowymi – PRM (Partner Relationship Management) 159
 - 5.2.3. Planowanie zasobów przedsiębiorstwa – ERP (Enterprise Resource Planning) 162
 - 5.2.4. Zarządzanie łańcuchem dostaw – SCM (Supply Chain Management) 166
 - 5.2.5. Zarządzanie wiedzą – KM (Knowledge Management) 169
 - 5.2.6. Zarządzanie przepływem pracy – WM (Workflow Management) 172
 - 5.2.7. Przetwarzanie analityczne – BI (Business Intelligence) 175
 - 5.2.8. Systemy handlu elektronicznego – e-commerce 177
- 5.3. Wybrane nowe rozwiązania informatyczne dla e-biznesu 178
 - 5.3.1. Big Data 179
 - 5.3.2. Przetwarzanie w chmurze (cloud computing) 180
 - 5.3.3. Internet rzeczy 182
 - 5.3.4. Automatyzacja procesów biznesowych 183
 - 5.3.5. Technologie i narzędzia mobilne 184
- 5.4. Studia przypadków 185
 - 5.4.1. Empik.com – zarządzanie relacjami z klientem 185
 - 5.4.2. Frisco.pl – dostawy na kliknięcie 186
 - 5.4.3. eSKY.pl na skrzydłach systemu ERP Microsoft 187
 - 5.4.4. Wdrożenie systemu Asseco Softlab ERP w Agito S.A. 188
 - 5.4.5. Comarch Business Intelligence w DNB Nord Polska S.A. 190
 - 5.4.6. Integracja systemu e-commerce z Comarch ERP XL w Monnari Trade S.A. 192
 - 5.4.7. System zarządzania zasobami ludzkimi Macrologic w Douglas Polska Sp. z o.o. 194
- 5.5. Pytania problemowe 195
- 5.6. Test Prawda/Falsz 195

Rozdział 6. Praktyczny wymiar e-biznesu 199

- 6.1. Rozwój e-biznesu w Polsce 199
- 6.2. Zakładanie i prowadzenie e-biznesu – aspekt organizacyjno-podatkowy 209

- 6.3. Finansowanie e-biznesu 216
- 6.4. Studia przypadków 219
 - 6.4.1. Nk.pl (wcześniej nasza-klasa.pl) vs Facebook 219
 - 6.4.2. Allegro vs eBay Polska 222
- 6.5. Pytania problemowe 223
- 6.6. Test Prawda/Fałsz 223

Zakończenie 227

Bibliografia 231

Odpowiedzi do Testu Prawda/Fałsz 245