

Identyfikacja czynników skuteczności stosowania e-commerce w działalności handlowej przedsiębiorstwa

Wstęp.....7

Rozdział I

Współczesne tendencje na globalnym rynku handlowym

1.1. Przemiany rynku handlowego na przełomie lat.....9

1.2. Czynniki powodujące zmiany w handlu.....14

1.2.1. Globalizacja.....15

1.2.2. Technologia.....18

1.2.3. Makrootoczenie – czynniki polityczno-prawne, socjokulturowe, ekonomiczne.....20

Rozdział II

E-commerce jako współczesna metoda handlu

2.1. Rozkwit handlu elektronicznego.....22

2.2. Modele e-commerce.....25

2.2.1. Dropshipping.....26

2.2.2. Tradycyjny posiadający własny magazyn.....29

2.2.3. Sprzedaż na marketplacement.....32

2.2.4. Social comerce33

2.3. Metamorfozy modeli biznesowych sklepów.....35

2.4. Najważniejsze wskaźniki – KIP w e-commerce.....37

2.5. E-marketing.....42

2.6. E-konsumeng.....44

Rozdział III

Normatywy organizacji sklepu internetowego

3.1. Historia Amazon' a i eBay' a.....46

3.2. Wykorzystane modele handlowe.....51

3.3. Rozwiązania zastosowane w sprzedaży internetowej przez spółki.....	54
3.4. Działania marketingowe.....	58

Rozdział IV

Wskazówki dla firmy chcącej wejść na rynek handlu elektronicznego

4.1. Zaplecze techniczne umożliwiające uruchomienie i prowadzenie sklepu internetowego.....	64
4.2. Działania marketingowe.....	66
4.3. Relacje z klientem.....	70

Zakończenie75

Bibliografia76

Obrazy.....79

Źródła internetowe.....80

Spis tabel.....80

Spis rysunków.....81