

Zastosowanie internetu w działalności gospodarczej na przykładzie firmy XYZ.

Wstęp4

Rozdział 1

Rozwój internetu i jego funkcje

1.1 Co to jest internet?6

1.2 Historia rozwoju sieci internet..... 7

1.3 Internet na świecie – statystyka11

1.4 Rozwój internetu w Polsce..... 12

Rozdział 2

Dostęp firmy do internetu

2.1 Rodzaje dostępu do sieci internet19

2.1.1 Połączenia za pomocą sieci telefonicznej20

2.1.2 Połączenie za pomocą sieci ISDN20

2.1.3 Połączenie za pomocą łączy stałych21

2.1.4 Inne sposoby dostępu do Internetu22

2.2 Koszty i wydatki związane z korzystaniem z sieci internet24

2.2.1 Umowa o dostęp do sieci24

2.2.2 Sprzęt pośredniczący26

2.2.3 Oprogramowanie..... 27

2.3 Rodzaje usług internetowych wykorzystywanych w firmie..... 27

2.3.1 Strony WWW31

2.3.2 Poczta elektroniczna (e-mail)33

2.3.3 Grupy dyskusyjne (Usenet)..... 35

2.3.4 Serwisy wyszukiwawcze37

2.4 Usługi zdalnego dostępu do zasobów firmy39

Rozdział 3

Sposoby praktycznego wykorzystania internetu w firmie

3.1 Komunikacja z klientem43

3.2 Komunikacja z mediami45

3.3 Komunikacja z pracownikami..... 46

3.4 Firmowa witryna www.....46

3.5 Wykorzystanie internetu w małych firmach..... 48

3.5.1 Zastosowanie Internetu firmach dotychczas go nie wykorzystujących49

3.5.2 Wykorzystanie Internetu49

3.5.3 Bariery ograniczające internetyzacje przedsiębiorstw..... 50

3.5.4 Czynniki sprzyjające wprowadzeniu Internetu..... 51

3.5.5 Bariery ograniczające rozwój Internetu w firmach..... 52

3.5.6 Czynniki sprzyjające rozwojowi Internet..... 54

Rozdział 4

Internet jako miejsce prowadzenia działalności gospodarczej

4.1 Pojęcie e-commerce55

4.1.1 Kategorie e-commerce60

4.2 Stan aktualny handlu elektronicznego61

4.2.1 Handel elektroniczny w sektorze B2C63

4.2.2 Handel elektroniczny w sektorze B2B65

4.3 Skuteczność reklamy w internecie..... 69

4.4 Dział handlowy w firmie i jego zadania – wprowadzenie..... 77

4.5 Struktury sprzedaży w firmie81

4.5.1 Struktura terytorialna..... 85

4.5.2 Struktura produktowa..... 87

4.5.3 Struktura rynkowa..... 88

4.5.4 Funkcjonalna organizacja służb sprzedaży..... 90

| | |
|---|----|
| 4.6 Rodzaje sprzedawców | 91 |
| 4.6.1 Sprzedawcy ułatwiający sprzedaż | 93 |
| 4.6.2 Sprzedawcy wspierający sprzedaż | 95 |
| 4.6.3 Sprzedawcy rozwijający sprzedaż | 97 |

Rozdział 5

Zastosowanie internetu w firmie handlowej XYZ

| | |
|---|-----|
| 5.1 Informacje o firmie..... | 99 |
| 5.2 Zastosowanie internetu w pracy firmy | 102 |
| 5.2.1 Łacza dostępowe pomiędzy oddziałami firmy | 102 |
| 5.2.2 Połączenia z aptekami | 102 |
| 5.2.3 Komunikacja z przedstawicielami handlowymi..... | 103 |
| 5.2.4 Własna witryna WWW | 103 |
| 5.2.5 Wsparcie działu handlowego..... | 105 |
| 5.3 Podsumowanie | 105 |

Zakończenie..... 107

Literatura..... 108

Serwisy internetowe110

Spis rysunków..... 111

Spis tabel..... 113