

Obsah

1. Změny v současném ekonomickém prostředí	6
1.1 Modely elektronického podnikání (E-business)	11
1.2 Modely elektronického podnikání	13
2. Vliv elektronického podnikání na organizaci	20
2.1 Standardizace	20
2.2 Distribuce zboží	22
2.3 Komunikace v dodavatelském řetězci	25
2.4 Interface mezi podniky	31
3. Strategie elektronického podnikání	36
3.1 Globální strategie podniku	37
3.2 Strategie elektronického obchodu	44
3.4 Strategický model 7S elektronického obchodu	45
3.5. Základní konkurenční strategie na základě využití ICT	49
4. Internet a možné formy jeho komerčního využití v oblasti marketingu	51
4.1 Definice internetového marketingu	51
4.2 Internetový marketing a jeho výhody	52
4.3 Problémy internetové reklamy	53
4.4 Určení cílů on-line marketingu	53
4.5 Srovnání marketingu na Internetu s marketingem v klasických médiích	55
4.6 Prezentace firmy prostřednictvím www stránek	57
4.7 Návrh webové prezentace	59
5. Bezpečnost	75
5.1 Požadavky na bezpečnost IS	78
5.2 Kryptografie	87
5.3 Kryptografické metody	89
5.4 Certifikační autorita a certifikáty	99