

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	3
Література	7
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО (ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО) СУСПІЛЬСТВА	10
1.1. Становлення інформаційного суспільства та його концепцій. Сучасні зміни у виробничих ресурсах й відносинах	10
1.2. Етапи й моделі розвитку інформаційних суспільств	31
Література	41
РОЗДІЛ 2. ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	45
2.1. Сутність і моделі електронного бізнесу	45
2.2. Організаційно-технологічна база електронного бізнесу	51
2.3. Зміни у системі маркетингу за умов електронного бізнесу	91
2.4. Нові організаційно-економічні логіки	100
Література	120
РОЗДІЛ 3. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ПОБУДОВИ СИСТЕМ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	123
3.1. Моделі електронної комерції. Основи побудови її систем	123
3.2. Механізми підтримки Е-комерції	145
3.2.1. Системи платежів для електронної комерції	145
3.2.2. Проблеми безпеки і захисту комерційної інформації в Internet	155
3.2.3. Служби доставки	173
3.2.4. Реклама і маркетинг в глобальній мережі	175
Література	181
РОЗДІЛ 4. ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ КОМПАНІЙ ВЗАГАЛІ І СИСТЕМ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ЗОКРЕМА	184
4.1. Огляд методик визначення ефективності інформаційних систем підприємства	184
4.2. Проблеми оцінки ефективності систем електронної комерції	214
Література	238
	239
Зміст	