

Obsah

Úvod	7
1 Elektronické podnikání a elektronické obchodování	9
1.1 Elektronické podnikání	9
1.2 Elektronické obchodování	11
1.2.1 Internetový & kamenný obchod	16
1.2.2 Kategorizace úrovní elektronického podnikání podle subjektů	16
1.2.3 Kvazielektronické obchody	20
1.2.4 Plnohodnotný elektronický obchod	21
1.2.5 Elektronické obchody z pohledu globálnosti nabídky	22
1.3 Internetové obchody	22
1.4 Internetové tržiště	24
2 Model e-commerce systému	26
2.1 Obchodní cyklus s platbou bankovním převodem	27
2.2 Podnikatelské prostředí a zákazníci	32
2.3 Webový server (portál) internetového obchodu	35
2.3.1 Funkcionality internetových obchodů	36
2.3.2 Modely registrace zákazníků	37
2.3.3 Validace hodnot	44
2.3.4 Technologie využitelné pro účely registrace	45
2.3.5 Další funkční komponenty komerčních webových portálů	46
2.4 CRM (Customer Relationship Management)	48
2.4.1 Kooperační CRM	49
2.4.2 Operativní CRM	50
2.4.3 Analytické CRM	50
2.4.4 Technologie Clickstream	50
2.4.5 Implementace CRM	51
2.4.6 Přínosy CRM	52
2.4.7 Doporučující kritéria hodnocení CRM	53
2.5 ERP (Enterprise Resource Planning)	59
2.5.1 Přínosy ERP	60
2.5.2 Struktura ERP	60
2.5.3 Systémy ERP II	61
2.6 Komunikační rozhraní mezi informačními systémy dodavatelů	64
2.6.1 Definice a vývoj EDI	64
2.6.2 EDI komunikace	65
2.6.3 Architektura EDI	66
2.7 Elektronické platební systémy	67
2.7.1 Požadavky na platební systémy	69
2.7.2 Bezpečnost platebních systémů	69
2.7.3 Důvěrnost, integrita, autorizace	69
2.7.4 Interoperabilita a utajenost	70
2.7.5 Dostupnost a spolehlivost	70
2.8 Dodavatelský řetězec a dodávka zboží	71

3	Moderní přístupy k modelování e-commerce systému	77
3.1	Modelování procesů a procesní řízení	78
3.2	Modelování využívající hodnotové řetězce	81
3.3	Vztah hodnotového a procesního modelování	82
3.4	Multi-agentní systémy	83
4	Návrh a konkrétní příklady implementace e-commerce systému	85
4.1	Funkční a datová architektura	86
4.2	Technologická architektura	86
4.3	Architektura programových prostředků	86
4.4	Architektura technických prostředků	87
4.5	Organizační architektura	87
4.6	Vnitřní a vnější prostředí IS	87
4.7	E-commerce systém & informační systém	87
4.8	Cíle a východiska implementace e-commerce systému	88
4.9	Propojení vnitřního a vnějšího prostředí	89
4.10	Předsazený systém elektronického obchodování	90
4.11	CRM jako univerzální rozhraní ERP a vnějšího prostředí	90
4.12	Technologické architektury předsazených systémů elektronického obchodování	91
4.13	Architektury e-commerce systémů s demilitarizovanou zónou serverů	92
4.14	Praktická ukázka obecné integrace ERP a internetového obchodu	94
4.14.1	Struktura a toky dat	94
4.14.2	Realizace technické platformy	95
4.14.3	Ukázka realizace asynchronní, nespojované komunikace	96
4.14.4	Ukázka realizace synchronní komunikace	96
4.14.5	Ukázka využití dávkového přenosu	97
4.15	Praktická ukázka realizace e-commerce rozhraní v Microsoft Dynamics NAV	97
5	Systém řízení e-commerce s podporou simulací	99
5.1	Cíl řízení podniku a e-commerce systému	100
5.2	Blokové schéma systému řízení	102
5.3	Proces řízení v podniku	103
5.4	Klíčové měřitelné indikátory e-commerce systémů	105
5.5	Poruchy působící na e-commerce systémy a jejich systemizace	109
5.6	Simulace e-commerce systému jako podpora řízení	112
5.7	Model propojení agentově orientovaného přístupu s blokovým schématem řízení	115
5.8	Business Intelligence	120
6	Nové obchodní modely a trendy v e-business	126
6.1	Zákaznický orientovaný e-business	126
6.2	Nové možnosti e-business	127
6.3	Multimédia v e-business a e-commerce	129
6.4	Standardizace	131
6.5	Hodnocení a zobecnění vývojových trendů v e-business	131
	Závěr	133
	Resume	135
	Literatura	137
	Seznam obrázků	141
	Rejstřík	143