

OBSAH

OBSAH	1
ÚVOD	6
1. ELEKTRONICKÉ PODNIKÁNÍ	7
1.1 Základní pojmy	7
1.2 Rozdílnost pojmů e-business a e-commerce	8
1.3 Principy elektronického obchodování	9
1.4 Konfigurace pro elektronické obchodování	11
1.4.1 Organizační konfigurace	11
1.4.2 Konfigurace počítačové sítě	13
1.4.3 Konfigurace médií	13
1.5 Statistické vyhodnocení	14
1.6 Shrnutí	15
1.7 Kontrolní otázky	16
2. OBCHODNÍ MODEL Y ELEKTRONICKÉHO OBCHODOVÁNÍ	17
2.2 Elektronický obchod B2B	17
2.2.1 Formy realizace obchodních modelů	19
2.3 Elektronický obchod B2C	21
2.3.1 Architektura elektronického obchodu B2C	23
2.4 Statistické vyhodnocení	24
2.5 Shrnutí	25
2.6 Kontrolní otázky	26
3. STÁTNÍ POLITIKA V OBLASTI ELEKTRONICKÉHO OBCHODOVÁNÍ	27
3.1 Bílá kniha o elektronickém obchodu	27
3.1.1 Výchozí dokumenty	28
3.1.2 Základní principy podpory elektronického obchodu	28
3.1.3 Základní opatření pro podporu elektronického obchodu	28
3.1.4 Návrh legislativních opatření na podporu elektronického obchodu	29
3.1.5 Harmonizace s právem EU	30
3.1.6 Základní legislativní opatření na podporu elektronického obchodu	31
3.2 Státní informační a komunikační politika (e-Česko 2006)	32
3.2.1 Východiska	32
3.2.2 Prioritní oblasti	33
3.3 Další strategické vládní dokumenty	34
3.4 Shrnutí	35
3.5 Kontrolní otázky	35
4. LEGISLATIVNÍ RÁMEC ELEKTRONICKÉHO OBCHODU	37
4.1 Právní úprava doménových jmen a regulace internetu	37
4.2 Právní úprava elektronických smluv	39
4.2.1 Druhy elektronických smluv	39
4.2.2 Postup při uzavírání elektronické smlouvy	40
4.2.3 Všeobecné obchodní podmínky	41
4.2.4 Právo na odstoupení od smlouvy	41
4.3 Právní úprava elektronického podpisu a certifikačních autorit	41
4.4 Právní úprava ochrany osobních údajů	44
4.5 Právní ochrana spotřebitele v rámci elektronického obchodu	46
4.6 Právní úprava ochrany intelektuálního vlastnictví	47
4.6.1 Autorská práva – Copyright	47
4.6.2 Ochranné známky	49
4.6.3 Vynálezy a patenty	50
4.6.4 Průmyslové vzory	51
4.6.5 Nekalé obchodní praktiky	51
4.7 Právní úprava specifických služeb informační společnosti	52

4.8	Právní úprava služeb elektronických komunikací	52
4.9	Statistické vyhodnocení	53
4.10	Shrnutí.....	54
4.11	Kontrolní otázky	56
5.	VÝZNAM INTERNETU V ELEKTRONICKÉM OBCHODOVÁNÍ	57
5.1	Internet	57
5.1.1	<i>Historie internetu</i>	57
5.2	Infrastruktury elektronického obchodu.....	59
5.2.1	<i>Síťová infrastruktura</i>	60
5.3	Základní protokoly využívané v síti internet	61
5.3.1	<i>Protokol TCP/IP</i>	61
5.3.2	<i>Aplikační protokoly internetu</i>	61
5.4	Charakteristika připojení k internetu	62
5.4.1	<i>Připojení k internetu metalickým kabelovým vedením</i>	63
5.4.2	<i>Připojení k internetu optickým kabelovým vedením</i>	66
5.4.3	<i>Bezdrátové fixní připojení k internetu</i>	66
5.4.4	<i>Bezdrátové mobilní připojení k internetu</i>	69
5.5	Statistické vyhodnocení	72
5.6	Shrnutí.....	75
5.7	Kontrolní otázky	75
6.	FINANČNÍ TRANSAKCE NA INTERNETU	76
6.1	Elektronické platební systémy	77
6.1.1	<i>Informace přenášené při realizaci platby</i>	78
6.2	Požadavky na elektronické platební systémy.....	79
6.3	Formy elektronických platebních systémů	79
6.3.1	<i>Platební karty</i>	80
6.3.2	<i>Elektronické šeky</i>	83
6.3.3	<i>Digitální hotovost</i>	84
6.3.4	<i>Elektronická výměna dat</i>	85
6.4	Statistické vyhodnocení	88
6.5	Shrnutí.....	89
6.6	Kontrolní otázky	89
7.	ELEKTRONICKÉ BANKOVNICTVÍ	90
7.1	Formy elektronického bankovníctví	90
7.1.1	<i>Home banking</i>	91
7.1.2	<i>Internet banking</i>	92
7.1.3	<i>Telebanking</i>	93
7.1.4	<i>GSM banking</i>	94
7.1.5	<i>WAP banking</i>	95
7.1.6	<i>PDA banking</i>	96
7.2	Statistické vyhodnocení	97
7.3	Shrnutí.....	98
7.4	Kontrolní otázky	99
8.	BEZPEČNOST ELEKTRONICKÉHO OBCHODOVÁNÍ.....	100
8.1	Technologické zabezpečení elektronického obchodování	100
8.1.1	<i>Kryptografické metody</i>	101
8.1.2	<i>Elektronický podpis</i>	104
8.1.3	<i>Certifikáty</i>	105
8.1.4	<i>Bezpečnostní protokoly</i>	107
8.2	Firewally	108
8.2.1	<i>Druhy firewallů</i>	110
8.3	Statistické vyhodnocení	110
8.4	Shrnutí.....	111
8.5	Kontrolní otázky	111
9.	ELEKTRONICKÉ B2B TRHY	113

9.1	Obchodní modely elektronických B2B trhů	115
9.1.1	<i>Agregátoři</i>	116
9.1.2	<i>Obchodní střediska</i>	116
9.1.3	<i>„Vystav a listuj“</i>	117
9.1.4	<i>Aukční trhy</i>	117
9.1.5	<i>Plně automatizované trhy</i>	118
9.2	Prodejní mechanismy elektronických B2B trhů	119
9.3	Výnosové modely elektronických B2B trhů	119
9.3.1	<i>Poplatky za transakce a za úspory nákladů</i>	120
9.3.2	<i>Poplatky za vystavení produktů</i>	120
9.3.3	<i>Poplatky za přijetí a členství</i>	120
9.3.4	<i>Poplatky za prodej informací</i>	120
9.3.5	<i>Poplatky za reklamu a marketing</i>	121
9.3.6	<i>Podíly z výnosů</i>	121
9.3.7	<i>Poplatky za poskytování licencí IT</i>	121
9.4	Zásady tvorby úspěšného elektronického B2B trhu	121
9.5	Statistické vyhodnocení	124
9.6	Shrnutí	125
9.7	Kontrolní otázky	126
10.	VÝHODY A BARIÉRY ELEKTRONICKÉHO OBCHODOVÁNÍ	127
10.1	Výhody elektronického obchodu	127
10.1.1	<i>Výhody elektronického obchodování pro organizace</i>	127
10.1.2	<i>Výhody elektronického obchodování pro zákazníky</i>	128
10.1.3	<i>Výhody elektronického obchodování pro společnost</i>	129
10.2	Bariéry elektronického obchodu	129
10.2.1	<i>Technické bariéry elektronického obchodu</i>	129
10.2.2	<i>Netechnické bariéry elektronického obchodu</i>	129
10.2.3	<i>Ostatní limitující faktory rozvoje elektronického obchodu</i>	130
10.3	Statistické vyhodnocení	131
10.4	Shrnutí	132
10.5	Kontrolní otázky	133
11.	MARKETING NA INTERNETU	134
11.1	Aplikace marketingu v prostředí internetu	135
11.2	Reklama na internetu	137
11.2.1	<i>Reklama na obrazovce – Display advertising</i>	138
11.2.2	<i>Reklama ve vyhledávacích nástrojích – Search Engines Advertising</i>	144
11.2.3	<i>Informační stránky firem – WebStoreFronts</i>	146
11.2.4	<i>E-mailová reklama</i>	147
11.3	Marketingová doporučení	149
11.4	Statistické vyhodnocení	150
11.5	Shrnutí	157
11.6	Kontrolní otázky	157
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	158
	SEZNAM ZKRATEK	161