

e-Business
Elemente fundamentale



Colegiul științific:

Prof. univ. dr. Bogdan Onete

Prof. univ. dr. Rodica Pamfilie

Prof. univ. dr. Roxana Sârbu

Prof. univ. dr. Laurențiu Tăchiciu

Prof. univ. dr. Mariana Drăgușin

Conf. univ. dr. Andreea Săseanu

Conf. univ. dr. Cristinel Vasiliu

Irina ALBĂSTROIU

e-Business
Elemente fundamentale

Colecția
Mercur

Editura ASE
București
2017



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Copyright © 2017, Editura ASE

Toate drepturile asupra acestei ediții sunt rezervate editurii.

Editura ASE

Piața Romană nr. 6, sector 1, București, România

cod 010374

www.ase.ro

www.editura.ase.ro

editura@ase.ro

Referenți științifici:

Prof. univ. dr. Rodica Pamfilie

Prof. univ. dr. Bogdan Onete

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

ALBĂSTROIU, IRINA

e-Business : elemente fundamentale / Irina Albăstroi. - București :

Editura ASE, 2017

Conține bibliografie

ISBN 978606-34-0183-1

339

Grafică copertă: Bogdan Onete

Editura ASE

Redactor: Luiza Constantinescu

Tehnoredactor: Violeta Rogoian

Coperta: Violeta Rogoian

Autorii își asumă întreaga responsabilitate pentru ideile exprimate, pentru originalitatea materialului și pentru sursele bibliografice menționate.

Cuprins

Introducere	7
Capitolul 1	
Societatea informațională și a cunoașterii și noua economie – paradigme	9
1.1 Axa date-informații-cunoștințe-inteligență	9
1.2 Societatea informațională și a cunoașterii (SI-SC)	11
1.3 Noua economie – economia SI-SC	16
1.4 Metodologii și indicatori pentru măsurarea gradului de dezvoltare a societății informaționale	22
Capitolul 2	
e-Afacere și e-Comerț – noțiuni introductive	31
2.1 Internet și web – concepte de bază.....	31
2.2 Comerțul electronic și afacerea electronică. Delimitări conceptuale.....	34
2.3 Entități și modele relaționale în mediul online	35
Capitolul 3	
Infrastructura și arhitectura informațională a comerțului electronic	41
3.1 Componentele rețelei (piramidei) comerțului electronic	41
3.2 Site-ul web – caracteristici și tipologie	47
3.3 Elemente de infrastructură și arhitectură informațională în construirea prezenței în mediul online.....	49
3.4 Particularitățile site-ului web comercial.....	57
3.4.1 Designul site-ului web	57
3.4.2 Conținutul site-ului web.....	65
3.4.3 Funcționalitatea site-ului web	73
Capitolul 4	
Sistemele electronice de plăți și securitatea tranzacțiilor	81
4.1 Sistemele electronice de plăți – tipuri și caracteristici	81
4.2 Siguranța transmiterii datelor și securitatea tranzacțiilor electronice	90
Capitolul 5	
Elemente esențiale privind managementul afacerilor electronice	97
5.1 Gestionarea proceselor și resurselor organizației.....	97
5.2 Managementul activităților lanțului logistic	109

Capitolul 6

Modelul B2C. Retail online și servicii electronice	126
6.1 Comerțul cu amănuntul în mediul online (e-Tailing)	126
6.1.1 Implicațiile Internetului asupra comerțului cu amănuntul – de la mit la realitate	126
6.1.2 e-Tailing versus retailing	130
6.1.3 Strategia de vânzare multicanal	132
6.2 Serviciile electronice.....	136
6.2.1 Serviciile electronice din sectorul financiar-bancar.....	137
6.2.2 Serviciile electronice din domeniul turismului	140
6.2.3 Serviciile electronice din domeniul îngrijirii sănătății.....	144
6.2.4 Serviciile electronice din sfera educației și culturii	147
6.2.5 Serviciile publice online. Guvernarea electronică și e-Democrația	151

Capitolul 7

Modelul B2B și piețele electronice	153
7.1 Modelul B2B – definiție, evoluție și tipologie.....	153
7.2 Piețele electronice	155
7.3 Comerțul colaborativ	159

Capitolul 8

Modelele C2C și P2P în contextul economiei colaborative	162
8.1 Economia colaborativă. Consumul colaborativ	162
8.2 C2C și P2P – delimitări conceptuale.....	163
8.3 Modelul C2C și mecanismul licitațiilor online	164
8.4 Modelul P2P – oportunități și provocări	169

Capitolul 9

Revoluția SoLoMo și implicațiile sale	173
9.1 Media socială – definiție și componente.....	173
9.2 Comerțul social	182
9.3 Conținutul media online.....	185
9.4 Comerțul mobil și tehnologiile bazate pe localizare	191
9.5 Realitatea augmentată și realitatea virtuală.....	198

Capitolul 10

Promovarea în mediul online	206
10.1 Metode și tehnici de marketing online	206
10.2 Costuri și rezultate în marketingul online – lexicon	219

Capitolul 11

Reglementare și autoreglementare în e-Business	222
11.1 Aspecte legislative privind comerțul electronic și afacerea electronică	222
11.2 Instrumente de autoreglementare	232

Bibliografie	241
---------------------------	-----