Особенности интернет торговли организации электронной коммерции

Стр-33

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Введение |  |
| 1 | Роль и значение Интернета в жизни общества |  |
| 1.1 | Тенденции развития Интернета: проблемы и перспективы |  |
| 1.2 | Структура Интернет аудитории |  |
| 2 | Особенности организации интернет торговли |  |
| 2.1 | Характеристика рынка интернет торговли |  |
| 2.2 | Условия совершения платежей через Интернет и системы доставки товара |  |
| 3 | Инфраструктура безопасности и технологические методы снижения рисков транзакций в системах электронной коммерции |  |
| 3.1 | Безопасность трансакций |  |
| 3.2 | Протоколы и стандарты безопасности виртуальных платежей |  |
|  | Заключение |  |
|  | Список использованной литературы |  |

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Постоянные исследования Интернета, проводимые с помощью рейтинговых систем, ведающих регистрацией и сбором статистики, рассматривающих различные ресурсы Интернета (к которым относятся и web-сайты фирм), позволяют получить ответы на такие вопросы, как:

- как широка может быть аудитория ресурса, какова ее структура;

- каковы перспективы изменения аудитории;

- какие разделы ресурса, какие особенности его интерфейса воспринимаются аудиторией положительно, а какие отталкивают пользователей;

- насколько имеющаяся структура сайта позволяет адаптировать его к стратегии развития, не прибегая к существенному редизайну;

- каков круг конкурирующих или дополняющих ресурсов имеется в сети, помимо выбранного ресурса;

- каков потенциальный объем поддерживаемых сайтом показов баннеров и других материалов рекламодателей;

- насколько реален декларируемый владельцами трафик ресурса;

- как трафик ресурса соотносится с показателями других ресурсов из той же ниши;

- каков организационно-правовой статус компонентов ресурса;

- каковы оценки ресурса, даваемые нынешними рекламодателями, пользующимися его площадями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1 Понятие Интернет-торговли/И.Д. Михайловская к.т.н., А.Ю.Цыганкова// Машиностроитель - 2004 - №7 - стр. 45-54.

2 Крючков А.Ф. Управление маркетингом: уч., 1-е изд., стер. - М.: Конрус, 2005. - 270-310 стр.

3. Журнал "Маркетинг в России и за рубежом", №1(27),2005, раздел Маркетинговые исследования, с. 68 - 76.

4. Журнал "Маркетинг в России и за рубежом", №6 (27),2003, раздел Маркетинговые исследования, с.18.

5.Журнал "РИСК"/к.э.н. А. Кузнецов/Электронные рынки //Вопросы экономики №2,2004, с.72- 81.