

Zachowania konsumentów na rynku e-commerce

Wstęp.....2

Rozdział 1

Ujęcie e-commerce w literaturze

1.1. Rozwój e-commerce4

1.2. Pojęcia e-handlu..... 6

1.3. Klasyfikacja e-commerce11

1.4. Zalety i wady płynące z usługi internetowej..... 12

Rozdział 2

Bezpieczeństwo w sieci i marketing

2.1. Transakcja tradycyjna a transakcja internetowa..... 15

2.2. Zabezpieczenia przy transakcjach18

2.3. Płatności22

2.4. Rodzaje płatności..... 23

2.5. Marketing w e-commerce..... 25

Rozdział 3

Metodologia badań własnych

3.1. Metodyka badań29

3.2. Narzędzia i techniki badawcze31

Rozdział 4

E-commerce na podstawie opinii internautów

4.1. Charakterystyka grupy konsumenckiej34

4.2. Prezentacja wyniku badawczego37

Wnioski41

Bibliografia..... 44

Załącznik..... 46