

# **Zastosowanie internetu w działalności gospodarczej na przykładzie firmy XYZ.**

## **Wstęp .....4**

## **Rozdział 1**

### **Rozwój internetu i jego funkcje**

- 1.1 Co to jest internet? .....6
- 1.2 Historia rozwoju sieci internet..... 7
- 1.3 Internet na świecie – statystyka .....11
- 1.4 Rozwój internetu w Polsce..... 12

## **Rozdział 2**

### **Dostęp firmy do internetu**

- 2.1 Rodzaje dostępu do sieci internet .....19
  - 2.1.1 Połączenia za pomocą sieci telefonicznej .....20
  - 2.1.2 Połączenie za pomocą sieci ISDN .....20
  - 2.1.3 Połączenie za pomocą łączy stałych .....21
  - 2.1.4 Inne sposoby dostępu do Internetu .....22
- 2.2 Koszty i wydatki związane z korzystaniem z sieci internet .....24
  - 2.2.1 Umowa o dostęp do sieci .....24
  - 2.2.2 Sprzęt pośredniczący .....26
  - 2.2.3 Oprogramowanie..... 27
- 2.3 Rodzaje usług internetowych wykorzystywanych w firmie..... 27
  - 2.3.1 Strony WWW .....31
  - 2.3.2 Poczta elektroniczna (e-mail) .....33
  - 2.3.3 Grupy dyskusyjne (Usenet)..... 35
  - 2.3.4 Serwisy wyszukiwawcze .....37

2.4 Usługi zdalnego dostępu do zasobów firmy .....	39
--	----

## **Rozdział 3**

### **Sposoby praktycznego wykorzystania internetu w firmie**

3.1 Komunikacja z klientem .....	43
3.2 Komunikacja z mediami .....	45
3.3 Komunikacja z pracownikami.....	46
3.4 Firmowa witryna www.....	46
3.5 Wykorzystanie internetu w małych firmach.....	48
3.5.1 Zastosowanie Internetu firmach dotychczas go nie wykorzystujących .....	49
3.5.2 Wykorzystanie Internetu .....	49
3.5.3 Bariery ograniczające internetyzację przedsiębiorstw.....	50
3.5.4 Czynniki sprzyjające wprowadzeniu Internetu.....	51
3.5.5 Bariery ograniczające rozwój Internetu w firmach.....	52
3.5.6 Czynniki sprzyjające rozwojowi Internet.....	54

## **Rozdział 4**

### **Internet jako miejsce prowadzenia działalności gospodarczej**

4.1 Pojęcie e-commerce .....	55
4.1.1 Kategorie e-commerce .....	60
4.2 Stan aktualny handlu elektronicznego .....	61
4.2.1 Handel elektroniczny w sektorze B2C .....	63
4.2.2 Handel elektroniczny w sektorze B2B .....	65
4.3 Skuteczność reklamy w internecie.....	69
4.4 Dział handlowy w firmie i jego zadania – wprowadzenie.....	77
4.5 Struktury sprzedaży w firmie .....	81
4.5.1 Struktura terytorialna.....	85
4.5.2 Struktura produktowa.....	87
4.5.3 Struktura rynkowa.....	88
4.5.4 Funkcjonalna organizacja służb sprzedaży.....	90

4.6 Rodzaje sprzedawców .....	91
4.6.1 Sprzedawcy ułatwiający sprzedaż .....	93
4.6.2 Sprzedawcy wspierający sprzedaż .....	95
4.6.3 Sprzedawcy rozwijający sprzedaż .....	97

## **Rozdział 5**

### **Zastosowanie internetu w firmie handlowej XYZ**

5.1 Informacje o firmie.....	99
5.2 Zastosowanie internetu w pracy firmy .....	102
5.2.1 Łączy dostępne pomiędzy oddziałami firmy .....	102
5.2.2 Połączenia z aptekami .....	102
5.2.3 Komunikacja z przedstawicielami handlowymi.....	103
5.2.4 Własna witryna WWW .....	103
5.2.5 Wsparcie działu handlowego.....	105
5.3 Podsumowanie	105

**Zakończenie..... 107**

**Literatura..... 108**

**Serwisy internetowe .....110**

**Spis rysunków..... 111**

**Spis tabel..... 113**