

Оглавление

Благодарности	5
Введение	6
Глава 1. Цифровая трансформация бизнеса и общества	9
1.1. Электронный бизнес и электронная коммерция	9
1.2. Понятие о цифровой экономике	12
1.3. Индустрия 4.0	14
Глава 2. Бизнес-модели электронной коммерции	17
2.1. Понятие бизнес-модели	17
2.2. Форматы электронного бизнеса	20
2.3. Бизнес-модель А. Остервальдера	25
Глава 3. Архитектура электронного бизнеса	28
3.1. Как продавать через сеть «Интернет»	28
3.2. Основные элементы Web-сайта	32
3.3. Content Management System	37
Глава 4. Цифровой маркетинг	41
4.1. Потребность в интернет-маркетинге	41
4.2. Конкурентная разведка в сети «Интернет»	43
4.3. Инструменты интернет-маркетинга	44
Глава 5. Данные в E-Business	53
5.1. Роль анализа данных в электронном бизнесе	53
5.2. Системы Web-аналитики	56
5.3. Web Mining и Big Data	59

Глава 6. Социальные медиа	65
6.1. Роль социальных медиа в современном обществе	65
6.2. Анализ мнений и настроений в социальных сетях	71
6.3. Добыча и анализ данных из социальных сетей	74
Глава 7. От цифрового бизнеса к цифровой экономике на примере E-Agriculture	82
7.1. Цифровая трансформация сельского хозяйства	82
7.2. Мобильные сервисы E-Agriculture	87
7.3. Blockchain в сельском хозяйстве	89
7.4. Российские интернет-ресурсы по сельскому хозяйству	92
Глава 8. Цифровой туризм	106
8.1. Туризм в цифровую эру	106
8.2. Ценность туристической услуги в цифровом мире	109
8.3. Цифровые технологии для продвижения туристической дестинации	113
Глава 9. Онлайн-образование	122
9.1. Трансформация образования в цифровую эпоху	122
9.2. Понятие E-Learning	127
9.3. Модели онлайн-образования	129
Глава 10. Истории про электронный бизнес	133
10.1. История первая	133
10.2. История вторая	138
10.3. История третья	139
10.4. История четвертая	140
10.5. История пятая	141
Заключение	143