

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ
В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

У Ч Е Б Н И К



ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

серия основана в 1996 г.



ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

УЧЕБНИК

Под научной редакцией
д-ра техн. наук, профессора Н.М. Абдикеева

Рекомендован учебно-методическим объединением вузов России
по образованию в области экономики и экономической теории
в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений,
обучающихся по направлению 080100 «Экономика»
и экономическим специальностям

Москва
ИНФРА-М
2012

Тверской государственный университет



Научная библиотека 00315503

R1

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	4
ВВЕДЕНИЕ	6
Раздел 1. ГЛОБАЛЬНЫЕ СЕТЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА КОРПОРАТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ	7
Глава 1. История развития Интернета	7
1.1. Начало глобальных компьютерных сетей.....	7
1.2. Сеть <i>ARPANET</i>	9
1.3. Развитие Сети.....	10
1.4. Перспективы развития Интернета.....	12
Глава 2. Открытые стандарты и Интернет.....	16
2.1. Что такое открытые стандарты?	16
2.2. Сетевые стандарты	17
2.3. Система доменных имен (<i>DNS</i>)	19
2.4. Веб-сервисы и стандарты в электронном бизнесе.....	21
2.5. Программное обеспечение с открытым исходным кодом	24
Глава 3. Веб-интерфейсы в информационных системах	29
3.1. Идеология приложений с веб-интерфейсом (веб-приложений)	29
3.2. Технологии и возможности веб-интерфейсов ИС.....	33
3.3. Удобство пользования веб-интерфейсами	36
Глава 4. Распределенная архитектура информационных систем на основе интернет-технологий	41
4.1: Распределенные пользователи системы	41
4.2. Проблема совместимости браузеров с веб-приложениями.....	45
4.3. Распределенные системы с веб-интерфейсом	47
4.4. Компоненты систем с веб-интерфейсом	48
Система управления базами данных <i>MySQL</i>	49
4.5. Программный интерпретатор <i>Perl</i>	53
4.6. Веб-сервер <i>Apache</i>	55
Раздел 2. ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС	58
Глава 5. Основные понятия электронного бизнеса.....	58
5.1. Источники перемен в новой экономике, роль Интернета и тенденции его развития.....	58
5.2. Основы электронного бизнеса	64

Глава 6.	Структура электронного рынка и модели взаимодействия его участников	70
6.1.	Основные понятия и модели взаимодействия участников электронного рынка	70
	Основные формы взаимодействия участников электронного рынка.....	71
	Формы взаимодействия участников рынка: электронные торговые площадки.....	72
6.2.	Развитие электронного бизнеса в России	75
Глава 7.	Технологии и средства создания систем электронного бизнеса	80
7.1.	Основные типы систем электронного бизнеса	80
7.2.	Структура корпоративных порталов	85
7.3.	Построение корпоративных порталов на базе <i>IBM WebSphere Portal Server</i>	86
	7.3.1. Портлеты	92
	7.3.2. Информационное наполнение и поиск	94
	7.3.3. Безопасность.....	96
	7.3.4. Персонализация портала	99
	7.3.5. Администрирование.....	101
	7.3.6. Организация совместной работы.....	102
	7.3.7. Интеграция приложений	102
	7.3.8. Мобильные порталы	104
7.4.	Построение порталов на базе <i>Windows SharePoint Services</i>	105
	7.4.1. Преимущества для клиентов	106
	7.4.2. Интеллектуальные рабочие области	107
	7.4.3. Открытость и доступность.....	107
	7.4.4. Усовершенствованные возможности коммуникации.....	108
	7.4.5. Усовершенствованные бизнес-процессы.....	109
	7.4.6. Административное управление и безопасность.....	110
	7.4.7. Надежная и масштабируемая платформа.....	111
	7.4.8. Простое управление	113
	7.4.9. Простая расширяемость и интеграция	114
7.5.	Решения для задач электронной коммерции.....	114
	7.5.1. Подходы к построению торговых интернет-систем.....	114
	7.5.2. Электронные торговые площадки	120
Глава 8.	Решение задач электронного бизнеса средствами корпоративных порталов в составе современных <i>ERP</i> -систем	129
8.1.	Комплекс требований к аппаратным и программно-технологическим средствам для построения и поддержки корпоративных порталов	129
	1. Требование к функционалу.....	129
	2. Требования к базовому набору служб-компонентов и краткое описание компонентов.....	130

3. Системные требования	133
8.2. Сравнительный анализ порталных решений в составе интегрированных систем управления предприятием.....	134
8.2.1. Корпоративный Портал <i>SAP</i>	134
8.2.2. Корпоративный портал <i>Oracle</i>	137
8.2.3. Корпоративный портал в <i>Microsoft</i>	141
8.2.4. Результаты сравнительного анализа порталных решений.....	144
Раздел 3. ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ	158
Глава 9. Введение в электронный маркетинг.....	158
9.1. Введение в электронный маркетинг. Маркетинговые стратегии в Интернете.....	158
9.2. Электронный бизнес и стратегия компании. Маркетинговые стратегии в Интернете и создание акционерной стоимости	164
Глава 10. Особенности маркетинговой деятельности на электронном рынке. Комплекс электронного маркетинга	167
10.1. Особенности маркетинга на электронном рынке.....	167
10.2. Комплекс электронного маркетинга	169
Товарные решения электронного бизнеса.....	169
Ценообразование в сети Интернет	171
Интернет как канал распределения	171
Маркетинговые коммуникации в Интернете.....	173
Глава 11. Развитие маркетинговых информационных систем и систем маркетинговых знаний. Управление маркетингом с использованием интегрированных информационных систем	180
11.1. Развитие маркетинговых информационных систем и систем маркетинговых знаний	180
11.2. Уровни управления маркетингом компании на основе интегрированных информационных систем.....	187
Глава 12. CRM-системы как средство реализации маркетинга отношений... 194	
12.1. Системы управления взаимоотношениями с клиентами	194
12.2. Система управления взаимоотношениями с клиентами <i>Microsoft Dynamics CRM</i>	200
Основные понятия и объекты <i>MS Dynamics CRM</i>	201
Автоматизация маркетинга	203
Управление продажами	203
Управление сервисом	203
Автоматизация маркетинга с помощью <i>Microsoft Dynamics CRM</i>	205
Управление продажами в <i>Microsoft Dynamics CRM</i>	211
Управление сервисом в <i>Microsoft Dynamics CRM</i>	220
Планирование сервиса	220

Раздел 4. ИНТЕРНЕТ-ТРЕЙДИНГ	227
Глава 13. Финансовые инвестиции посредством Интернета.....	227
13.1. Краткая характеристика финансовых рынков и обращающихся на них инструментов	230
13.2. Электронная торговля финансовыми инструментами	235
13.3. Аппаратно-программное обеспечение и информационно- аналитическая среда интернет-трейдинга	238
Глава 14. Теория и практика интернет-трейдинга	247
Глава 15. Психология электронного трейдинга.....	270
Глава 16. Российская практика интернет-трейдинга.....	274
Раздел 5. РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ ГЛОБАЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	281
Глава 17. Виртуальные корпорации.....	281
17.1. Определения и характеристики.....	281
Виртуальная корпорация и межорганизационные информационные системы.....	282
17.2. Сетевая организация как прообраз виртуальной организации	283
17.3. Особенности виртуальной корпорации	284
17.4. Средства <i>Groupware</i>	285
17.5. Управление знаниями и совместное использование ресурсов	286
17.6. <i>CORBA</i> и <i>CALS</i> -технологии, стандарт <i>STEP</i>	286
Глава 18. Географические информационные системы.....	288
18.1. Определение географической информационной системы	288
18.2. ГИС и поддержка решений	291
18.3. Представление графических данных в ГИС	296
18.4. Использование ГИС-технологий в интегрированных производственных системах (на примере нефтяной промышленности).....	298
Типовая структура интегрированной нефтяной компании	298
Программная реализация функций ГИС для нефтяной промышленности...299	
Последовательность внедрения ГИС-технологий в интегрированной компании.....	300
Глава 19. Менеджмент глобальных обеспечивающих цепочек	304
19.1. Принципы менеджмента обеспечивающей цепочки.....	304
19.2. Примеры применения <i>SCM</i>	308
Управление цепочками поставок в дистрибьюторской компании	308
Управление цепочками поставок в производстве	310
<i>SCM</i> и Интернет	311
19.3. Интеллектуализация <i>SCM</i>	312

19.4.	Рынок <i>SCM</i> -решений	316
	Зарубежный рынок решений.....	316
	Отечественный рынок решений	321
Глава 20.	Интеллектуальные технологии в Интернете	326
20.1.	Проблема поиска релевантной информации	326
20.2.	Интеллектуальный поиск с использованием многоагентных технологий.....	327
20.3.	Поиск средствами традиционных поисковых машин.....	330
20.4.	Концепции интеллектуального поиска.....	332
	Проекты по «интеллектуализации» Интернета.....	332
	Применение онтологий для организации поиска.....	333
	Многоагентные интеллектуальные поисковые системы	335
Раздел 6.	КОРПОРАТИВНЫЕ ВЕБ-САЙТЫ И ПОРТАЛЫ	338
Глава 21.	Классификация и функции веб-сайтов.....	338
21.1.	Всемирная паутина и эволюция веб-сайтов	338
21.2.	Классификация корпоративных веб-сайтов по ролям	342
21.3.	Функции веб-сайтов.....	346
Глава 22.	Системы управления контентом (<i>CMS</i>).....	366
22.1.	Определение и классификация <i>CMS</i>	366
22.2.	Заказные <i>CMS</i>	370
Глава 23.	Этапы создания веб-сайта	373
23.1.	Определение цели проекта	373
23.2.	Формулирование требований к проекту.....	373
	Доменное имя сайта	373
	Информационная архитектура	374
	Дизайн.....	374
	Удобство пользования.....	374
	<i>CMS</i> и программная платформа.....	375
	Функциональность.....	376
23.3.	Выбор подрядчика для создания сайта	376
	Рекламное агентство	377
	Дизайн-бюро.....	377
	Разработчик ПО.....	378
	«Виртуальные» компании	378
	Веб-студия	379
	«Студент»	379
	Тиражные решения	379
23.4.	Процесс производства сайта со стороны заказчика.....	380
	Приемка сайта	380

Поддержка сайта.....	380
Наполнение сайта (контент-менеджмент)	382
23.5. Продвижение.....	383
Поисковое продвижение и оптимизация — SEO	383
Альтернативные методы онлайн-рекламы.....	383
Офф-лайн-продвижение.....	384
23.6. Редизайн	385
Глава 24. Интеграция веб-сайтов с ИС компании и корпоративные порталы.....	386
24.1. Определение потребности в интеграции	386
24.2. Технологии и стандарты интеграции.....	388
24.3. Функции корпоративных порталов	391
Раздел 7. ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ИНТЕРНЕТЕ	393
Глава 25. Классификация угроз	393
Глава 26. Внутренняя и внешняя безопасность	401
Глава 27. Технологии защиты.....	424
Глава 28. Новые технологии безопасных транзакций в Интернете.....	437
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	442