

Handel internetowy jako alternatywa marketingowa na przykładzie firmy/sklepu UrbanCity.pl

Plan pracy licencjackiej

Wstęp

Rozdział I. Efekty rozwoju Internetu

1.1. Nowe koncepcje w ekonomii

1.2. Internet a konkurencja

1.3. E-commerce a e-business

1.4. E-commerce a stosunki z klientami

Rozdział II. Elektroniczna platforma biznesu

2.1. Komunikacja gospodarcza bez papieru

2.1.1. Pojęcie elektronicznej wymiany danych

2.1.2. Sposoby realizacji wymiany elektronicznej

2.3. Zalety platformy elektronicznej

2.4. Wyzwania związane z wdrażaniem EDI

2.5. Regulacje konsumenckie a handel elektroniczny

2.5.1. Pojęcie handlu elektronicznego

2.5.2. Regulacje prawne w handlu elektronicznym

Rozdział III. Handel internetowy jako alternatywa marketingowa. Doświadczenia Urban City.pl

3.1. Ogólna charakterystyka Urban City.pl

3.2. Specyfika funkcjonowania Urban City.pl

3.3. Podsumowanie i wskazania dla funkcjonowania Urban City.pl

Zakończenie

Bibliografia

Spis tabel

Spis rysunków

Aneks

Wstęp

Handel internetowy to coraz bardziej popularna forma sprzedaży, która zyskuje coraz więcej zwolenników zarówno wśród konsumentów, jak i przedsiębiorców. Dostępność produktów i usług online pozwala konsumentom na wygodne i szybkie zakupy bez konieczności wychodzenia z domu. Z drugiej strony, handel internetowy daje przedsiębiorcom nowe możliwości marketingowe i dotarcie do nowych grup klientów.

Celem tej pracy jest analiza handlu internetowego jako alternatywy marketingowej na przykładzie firmy/sklepu UrbanCity.pl. Analiza ta powinna pokazać, jakie są korzyści płynące z prowadzenia sprzedaży online oraz jakie są wyzwania związane z prowadzeniem działalności w handlu internetowym. W rezultacie, praca ta powinna pomóc w lepszym zrozumieniu roli handlu internetowego w biznesie i wyciągnięciu wniosków na przyszłość.

Jeśli nie czujesz się na siłach, aby samodzielnie napisać swoją pracę i potrzebujesz w tym pomocy, to polecamy serwis [pisanie prac](#) - wszechstronna pomoc w pisaniu prac.