

## Cuprins

<b>Prefață</b> .....	7
<b>Introducere</b> .....	9
<b>Capitolul 1. Economia digitală</b> .....	11
1.1. Economia digitală versus economia tradițională .....	11
1.2. Impactul economiei digitale asupra organizației .....	22
1.3. Creșterea valorii afacerii în economia digitală .....	27
1.4. Economia digitală și mediul de afaceri din România .....	31
<b>Capitolul 2. Afaceri în economia digitală</b> .....	39
2.1. Tipuri de afaceri în economia digitală .....	39
2.2. Fazele dezvoltării afacerilor în economia digitală .....	48
2.3. Aspecte ale participării pe piețele electronice .....	52
2.4. Promovarea participării pe piețele electronice.....	59
<b>Capitolul 3. Strategii de integrare a afacerilor electronice în organizații</b> .....	67
3.1. Crearea strategiei de afaceri electronice .....	68
3.1.1. Activitățile specifice identificării e-strategiei .....	69
3.1.2. Activitățile pentru generarea e-strategiei .....	75
3.2. Implementarea strategiei de afaceri electronice.....	78
3.2.1. Mediul BSC .....	79
3.2.2. Implementarea prin managementul proiectelor .....	92
3.3. Dezvoltarea sistemelor de afaceri electronice orientate pe servicii .....	101
3.3.1. Arhitectura bazată pe standarde și orientată pe servicii.....	102
3.3.2. Platforma de dezvoltare a unei soluții de afacere electronică.....	106
<b>Capitolul 4. Particularități ale managementului afacerilor în contextul economiei digitale</b> .....	111
4.1. Managementul afacerilor electronice.....	111
4.1.1. Arhitectura sistemului de management digital .....	114
4.1.2. Managementul performanțelor afacerii.....	116
4.1.3. Modele de management pentru afaceri electronice .....	119
4.2. Managementul organizațiilor virtuale.....	122
4.2.1. Ciclul de viață al organizației virtuale .....	124
4.2.2. Caracteristici ale managementului în organizația virtuală.....	131
4.2.3. Sisteme multi-agent pentru managementul organizației virtuale.....	133
4.3. Sisteme de management orientate spre clienți .....	136
4.3.1. Analiza orientării spre client.....	136
4.3.2. Măsurarea satisfacției clienților .....	139
4.3.3. Analiza cost-beneficiu a procesului de fidelizare .....	142

4.4. Managementul și tehnologia orientată pe servicii .....	144
4.4.1. Influențe asupra valorii afacerii .....	144
4.4.2. Regândirea arhitecturii sistemelor din perspectiva serviciilor.....	146
4.4.3. Reingineria aplicațiilor în trecerea la SOA.....	150
<b>Capitolul 5. Soluții de Business Intelligence pentru managementul afacerilor .....</b>	<b>155</b>
5.1. Capabilitățile platformelor de Business Intelligence .....	157
5.1.1. Analiza capabilităților de integrare.....	159
5.1.2. Abordări în rezolvarea problemelor de integrare.....	161
5.2. Utilizarea noilor tehnologii în dezvoltarea de soluții agile de BI .....	167
5.2.1. SOA, MDM și CEP.....	168
5.2.2. Etapele unei soluții MDM.....	170
5.3. Strategia de alegere a soluției de Business Intelligence.....	173
5.3.1. Etapele premergătoare selectării soluției .....	175
5.3.2. Evaluarea, selectarea și încheierea contractului.....	183
5.4. Măsurarea impactului soluției de Business Intelligence .....	185
<b>Capitolul 6. Soluții pentru managementul achizițiilor în instituțiile publice     din România.....</b>	<b>193</b>
6.1. Sistemul electronic de achiziții publice – provocări, soluții și oportunități.....	193
6.2. Perspectiva managerială a achizițiilor publice.....	196
6.3. Ghid de adoptare a unei soluții de BI pentru managementul achizițiilor .....	200
6.4. Dezvoltarea unei soluții de BI pentru managementul achizițiilor publice.....	205
6.4.1. Identificarea factorilor de decizie .....	211
6.4.2. Definirea metricilor de performanță .....	214
6.4.3. Identificarea informațiilor necesare .....	216
6.4.4. Definirea regulilor de afacere .....	219
6.4.5. Definirea proceselor de afacere .....	222
6.4.6. Tabloul de bord BI .....	231
6.4.7. Identificarea proceselor ETL .....	234
6.4.8. Testare și publicare .....	236
<b>Bibliografie .....</b>	<b>237</b>