

<<电子商务概论>>

图书基本信息

书名：<<电子商务概论>>

13位ISBN编号：9787030228246

10位ISBN编号：7030228243

出版时间：2012-6

出版时间：科学出版社

作者：才书训，王雷震 主编

页数：353

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<电子商务概论>>

前言

电子商务的基础是社会信息化，它的出现是信息时代社会发展的必然。作为一种新的商务活动方式，电子商务代表了未来商务运作的主流方向。因此，电子商务及其发展受到了全球各个国家、地区越来越多的关注。随着人们对电子商务本质的认识逐渐深刻，电子商务呈现出越来越广泛、深入的发展趋势。社会急需大量的电子商务人才，电子商务专业人才培养问题自然而然地被提到了高等教育的议事日程。

正是在这种背景下，教育部于2001年超前性地启动了国内电子商务本科专业教育工作。迄今为止，教育部批准开设全日制普通本科电子商务专业的高等学校数量已从2001年的13所扩展至目前的300多所。

电子商务专业人才培养在我国得到了蓬勃发展。

“电子商务概论”课程是2001年在教育部指导下成立的“中国高校电子商务专业建设协作组”以及2006年成立的教育部“电子商务专业教学指导委员会”指定的高等学校电子商务本科专业核心课程之一（专业基础课）。

除此之外，不少高校的经济管理类、信息科学与工程类本科专业也将该课程列为重要的专业选修课予以开设。

本书是“中国科学院规划教材”之一。

全书着眼于电子商务本科专业人才培养目标和专业核心知识体系，考虑初学者的认知特点和学习规律，从广义电子商务活动及其管理的角度，围绕电子商务活动的支撑环境、活动主体、活动对象等要素，较为全面系统地阐述了电子商务的基本知识。

作为一本概论性的教材，本书力求做到体系结构合理，主题鲜明，内容系统完整，既涵盖电子商务活动及其管理主要内容，又为进一步深入学习、研究电子商务奠定知识基础。

全书体现了理论与实践相结合、叙述与评价相结合、继承与创新相结合等特点。

<<电子商务概论>>

内容概要

本书是一部关于电子商务知识的基础性教材。

全书从广义电子商务活动及其管理的角度，围绕电子商务活动的支撑环境、活动主体、活动对象等要素，较为全面、系统地阐述了电子商务的基本知识。

主要内容包括电子商务概述、电子商务的技术支撑环境、电子商务信息管理、物流与供应链管理、电子支付与网络金融、电子商务安全、电子商务法律法规与标准、企业电子商务及其管理、电子商务与消费者、网络营销、电子商务项目管理、国内外电子商务发展等。

本书体系结构合理，主题鲜明，内容系统完整，具有理论与实践相结合、叙述与评价相结合、继承与创新相结合等特点。

本书可作为高等院校电子商务专业本科生的“电子商务概论”课程教学用书，也可作为非电子商务专业本科生、研究生学习和了解电子商务基本知识的教材，还可供企业、社会培训使用或电子商务实际工作者参考。

<<电子商务概论>>

书籍目录

前言第1章 绪论 1.1 电子商务的基本概念 1.2 电子商务系统模型与功能 1.3 电子商务业务流程及其变革 1.4 电子商务的经济分析 1.5 电子商务研究 本章思考题第2章 电子商务的技术支撑环境 2.1 计算机网络概述 2.2 电子商务系统平台 2.3 基于Web的电子商务应用系统及其构建技术 本章思考题第3章 电子商务信息管理 3.1 电子商务信息管理基础 3.2 电子商务信息管理模式与管理过程 3.3 电子商务信息系统建设与管理 本章思考题第4章 物流与供应链管理 4.1 物流与物流管理 4.2 电子商务物流 4.3 供应链与供应链管理 本章思考题第5章 电子支付与网络金融 5.1 电子商务与电子支付 5.2 电子支付工具 5.3 电子支付系统 5.4 网上银行与网络金融 本章思考题第6章 电子商务安全 6.1 电子商务安全内涵与安全需求 6.2 电子商务安全管理 本章思考题第7章 电子商务法律法规与标准 7.1 电子商务法律概述 7.2 电子商务立法现状 7.3 电子商务指导思想、原则与立法形式 7.4 政府在电子商务法律法规建设中的作用 7.5 电子商务标准 本章思考题第8章 企业电子商务及其管理 8.1 电子商务与传统企业 8.2 企业实施电子商务的层次 8.3 电子商务环境下的企业资源计划 8.4 电子商务环境下的客户关系管理 8.5 企业电子商务战略规划与实施 8.6 企业电子商务活动绩效评价 本章思考题第9章 电子商务与消费者 9.1 网络消费概述 9.2 网络消费需求与动机 9.3 网络消费行为 本章思考题第10章 网络营销 10.1 网络营销概述 10.2 网上市场调研 10.3 网络营销策略 10.4 网络营销绩效评估 本章思考题第11章 电子商务项目管理 11.1 电子商务项目管理概述 11.2 电子商务项目实施与评价 11.3 电子商务项目管理创新 本章思考题第12章 电子商务发展 12.1 推动电子商务发展的动力 12.2 国内外电子商务发展 12.3 中国电子商务发展中面临的主要问题 12.4 电子商务发展趋势 本章思考题参考文献

章节摘录

3.1.3 电子商务信息管理的特点 电子商务信息管理是信息管理的重要分支之一，因此具有信息管理的普遍特征。

但是，因其与电子商务的紧密结合，也具有不同于一般信息管理的特殊性，主要表现在以下几个方面：（1）信息管理的对象数量大、分布范围广。

电子商务信息资源极为丰富，涵盖多个领域，种类繁多。

数量以前所未有的速度持续性地增长，网络发展的规模和实时信息生产的规模都是惊人的。

（2）信息标引、检索、组织更为困难。

电子商务信息来源分散、无序，没有统一的管理机构，也没有统一的发布标准，且变化、更迭、新生、消亡时有发生，难以控制与管理。

（3）信息管理的对象更加多样化。

网络以超文本、超媒体集成式地提供商务信息，除文本信息外，还有图表、图形、声音、图像、动画等，需要更加复杂、功能更加强大的标引和检索系统。

（4）信息传播自由性和任意性大。

电子商务用户既是商务信息的需求者，同时也是商务信息的发布者。

信息的发布具有很大的自由性和任意性，正式信息与非正式信息、真实信息与虚假信息甚至有害信息交织在一起。

上述特点，使得相对于传统商务信息管理来说，电子商务信息管理的难度大大增加。

3.2 电子商务信息管理模式与管理过程 电子商务环境下信息管理模式主要可分为信息服务模式和决策支持模式。

信息服务模式主要用来满足网络各类用户的信息需求。

这类模式依序包括如下几个信息管理环节：分析客户信息需求、信息的收集与选择、信息的组织与加工、信息的发布与传递、信息检索工具与信息门户的提供等；决策支持模式主要是用来满足决策需求，包括明确决策问题、确认信息需求、相关信息的收集与选择、信息组织、信息加工与挖掘、决策支持信息评价与提供等环节。

除此之外，还有其他模式。

<<电子商务概论>>

编辑推荐

《电子商务概论》系统介绍最新的电子商务知识体系，强调电子商务经济、管理、技术的有机结合，注重内容完整性、先进性与均衡性的统一，提供多媒体教学课件支持。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>