

<<电子商务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务>>

13位ISBN编号：9787040223286

10位ISBN编号：7040223287

出版时间：2007-11

出版范围：高等教育

作者：黄敏学 编

页数：495

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>

前言

2007年对于电子商务来说,是比较平淡的一年,电子商务的发展也从大起大落走向稳步发展。特别是电子商务与传统业务的结合,更加体现出电子商务应用的普遍性和广泛性,而且预计到2010年全球的贸易总额30%~40%将通过电子商务进行,交易额将超过3万亿美元。

在国内,经过几年的竞争和资源重新整合,目前已经出现一大批国际性的电子商务企业,如立足于B2B电子商务和C2C电子商务的阿里巴巴、淘宝,立足于B2C电子商务的当当网和ig05网,立足于互动娱乐的盛大、网易等企业,立足于网络信息门户的新浪、搜狐等企业,立足于信息搜索服务的百度,以及立足于网络服务的携程网、无忧网等。

与此同时,我国的网民规模进一步扩大,上网的用户数已经超过1.3亿。

网上市场的交易无论是企业间的电子商务还是个人电子商务都得到了显著的成长,最具标志性的是2006年在淘宝网网上的C2C交易额超过了160亿元。

而且,曾经制约电子商务发展的电子支付问题和物流配送问题,也经过几年的发展得到根本的改善,目前可以说绝大部分的银行都支持网上支付。

恰好,本人去年在美国访问交流一年,亲身感受到了电子商务在美国的广泛运用。

我在回国前到佛罗里达自助旅游了一周,首先通过网络在网上预订了一辆小汽车并通过信用卡付费。出发时凭打印的凭证就可以提车;而且在出发前,我们通过网上酒店服务系统,就可以预订安排好住宿,并享受优惠;同时,还通过网上地图服务打印出路上的具体行程路线。

在一周的旅行中,我们虽然是第一次到佛罗里达,但没有走过弯路和错路。

可见,电子商务的应用已经深深融入大家的日常生活,这也促成了本书的第三版修订。

本书前两版出版以后重印了十多次,使用本教材的兄弟院校达近百所,这些兄弟院校在肯定本教材的同时,也指出了教材存在的一些问题。

本次改版是在充分考虑兄弟院校使用中提出建议的基础上进行大规模调整的,由于一些内容还不是很成熟,本次修订没有纳入教材体系,但这些内容在案例讨论中有所体现。

<<电子商务>>

内容概要

《电子商务（第3版）》前两版出版以后重印了十多次，使用《电子商务（第3版）》的兄弟院校达近百所，这些兄弟院校在肯定《电子商务（第3版）》的同时，也指出了教材存在的一些问题。本次改版是在充分考虑兄弟院校使用中提出建议的基础上进行大规模调整的，由于一些内容还不是很成熟，本次修订没有纳入教材体系，但这些内容在案例讨论中有所体现。

作者简介

黄敏学，经济学博士(2000年)，计算机硕士(1995年)，现为武汉大学经济与管理学院教授、博士生导师，市场营销与旅游管理系副主任，信息经济学会电子商务专委会的常务理事，劳动部电子商务师专家委员会主任专家，湖北省电子商务学会副秘书长，中国高校市场学会理事，湖北省市场营销学会理事。

主要从事营销管理与电子商务方面的教学与研究工作。

曾在美国佐治亚理工学院访问研究一年，并到香港中文大学、香港城市大学和香港浸会大学进行短期交流访问，参加了包括欧洲举办的多次国际会议并多次作为会议组委会成员。

出版了多本著作，如《电子商务》、《企业电子商务》、《电子虚拟市场演进与交易研究》、《网络营销基础》、《网络经济与网络营销》、《网络营销》等；在国内知名经济管理学术期刊和国际会议上发表论文三十多篇，其中多篇论文进入国际四大检索；主持国家自然科学基金面上项目一项，教育部跨世纪网络课程建设项目一项，以及科技部的“基于Internet的科技信息快速反应信息系统”项目一项；个人获得了教育部全国高校优秀教材二等奖一次以及中国高校市场学会优秀论文一等奖一次，集体获得湖北省优秀教育成果二等奖一次。

曾为深圳万科、武钢集团、百威啤酒、中百集团、武商集团、格力集团、平安保险、长江航运集团、湖北建设银行以及劲牌有限公司等几十家不同行业的企业提供营销管理和电子商务方面的培训与咨询服务。

<<电子商务>>

书籍目录

第一篇 电子商务原理第一章 电子商务概述第一节 电子商务的发展历程3第二节 电子商务的概念与应用层次22第三节 电子商务的分类26小结31思考题31案例：联想计算机公司的互联网发展战略31讨论题36第二章 电子商务系统概述第一节 电子商务系统的流程与组成37第二节 电子商务系统的结构与功能44第三节 电子商务的产业价值链与服务商46第四节 电子商务系统流程54小结63思考题64实践题64案例：阿里巴巴及其运营模式64讨论题68第三章 电子商务与企业竞争优势第一节 电子商务与企业应用69第二节 电子商务的竞争优势75第三节 电子商务对企业经营管理的影响85小结91思考题91案例：Dell公司的网上直销92讨论题93第四章 电子商务环境第一节 电子商务法律环境94第二节 电子商务经济环境102第三节 电子商务市场环境111小结119思考题119案例：网上交易投诉成热点119讨论题125第二篇 电子商务系统第五章 电子商务系统的技术基础第一节 电子商务中的信息技术129第二节 Internet的基础知识134第三节 Internet的地址与域名：141第四节 Internet的应用146小结154思考题155实践题155案例：移动电子商务——移动与商务的完美结合155讨论题157第六章 电子商务网站的建设第一节 Web页设计与制作158第二节 电子商务网站的策划165第三节 电子商务网站的实施170小结185思考题186实践题186案例：美国旅游网站经营模式186讨论题190第七章 电子支付系统第一节 网上支付概述191第二节 电子支付196第三节 电子银行203小结215思考题215案例：网上支付工具——支付宝216讨论题220第八章 电子商务物流第一节 物流概述221第二节 国内外物流的发展状况231第三节 电子商务与物流235第四节 现代物流技术243小结251思考题252实践题252案例：联合包裹服务公司的在线运输服务252讨论题254第九章 电子商务的安全管理第一节 电子商务的安全问题及要求255第二节 电子商务安全技术261第三节 电子商务安全制度272第四节 防止非法入侵279小结281思考题281案例：电子商务安全是关键282讨论题285第三篇 电子商务应用第十章 网络商务信息处理第一节 网络商务信息的概念和收集289第二节 常用检索工具294第三节 网络商务信息的处理301第四节 企业网上市场调查304小结312思考题312实践题312案例：CNNIC中国互联网络发展状况调查312讨论题315第十一章 网络营销策略第一节 网络营销的产品策略316第二节 网络营销的定价策略325第三节 网络营销的渠道策略328第四节 网络促销策略333小结342思考题343实践题343案例：亚马逊书店的商业战略344讨论题347第四篇 电子商务实现第十二章 B2C电子商务应用第一节 B2C电子商务应用概述第二节 网上商店355第三节 网上商厦361第十三章 C2C电子商务应用第十四章 B2B电子商务应用第十五章 其他电子商务应用附录参考文献

章节摘录

(二)系统的实现作为一个完整的网上零售商店系统,由网上商店(B2C网站)、支付系统和物流配送系统三大基本模块构成。

1. 网上商店最重要的是设计好网站的内容,向顾客提供尽可能详尽的商品信息,并为网上购物和与顾客沟通提供便利。

网上商店要解决的一个重要问题是如何吸引消费者并使其成为自己的忠诚客户,因此,建立有效的客户管理体系显得尤为重要,为此,以下几个问题尤其值得关注:(1)注意商品信息的及时更新。

对网上商店发布的商品信息的日常维护十分重要,清除已售完的商品,将新商品尽早上网,对长期滞销的商品要定期进行清理。

(2)顾客的跟踪调查。

通常,企业对顾客实施跟踪调查是比较困难的,而网上商店从技术上解决这些问题却比较容易,通过顾客对网站的访问情况和提交表单中的信息,可以得到许多关于顾客情况的调查资料。

因此,网站上应设立在线调查表单,可以是对某个企业、某种商品或某项服务措施的专项调查,也可以是对某个市场、某类企业或商品的全面调查。

(3)售后服务。

顾客对售后服务保证措施是非常在意的。

研究表明:有效便捷的退货是顾客购买动机影响力的最大因素,甚至超过了顾客服务和产品选择。

要清楚、明白地告诉消费者:什么样的条件下可以退货,退货后多长时间可将货款退还给用户,往返运输费用由谁来承担等等。

否则,会让不少顾客对网上购物产生顾虑。

2. 支付系统支付系统是网上交易的重要环节,也是目前人们进行网上购物时关注最多的环节。

目前,国外最普遍的网上支付方式是用银行卡支付,它具有方便、快捷、安全、可靠的优点,许多网站都是利用自动的电子转账系统来管理信用卡支付。

在我国,已有招商银行的“一网通”、中国银行的“长城借记卡”、工商银行的牡丹卡、建设银行的龙卡、农业银行的金穗卡、交通银行的太平洋卡、光大银行的阳光卡等一批银行卡支持网上支付方式。

鉴于国内的实际情况,除银行卡网上支付方式外,为了吸引顾客,网上商店也可采用银行转账、银行电汇、邮局汇款以及货到付款等多种支付结算方式。

3. 物流配送系统顾客在网上商店购买的有形商品,只能采取传统的配送系统来递送。

目前,国外的商务网站通行的配送系统主要是通过快递公司或邮局。

<<电子商务>>

编辑推荐

《电子商务(第3版)》由高等教育出版社出版。

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>