

<<电子商务战略>>

图书基本信息

书名：<<电子商务战略>>

13位ISBN编号：9787121087615

10位ISBN编号：7121087618

出版时间：2009-6

出版时间：刘红璐、朱晓敏、常丹 电子工业出版社 (2009-06出版)

作者：刘红璐，朱晓敏，常丹 编

页数：408

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>

<<电子商务战略>>

内容概要

本书以企业战略分析与制定理论为基础，结合国内外企业成功的电子商务战略制定的案例分析，从系统角度讲解企业的电子商务战略的目标、指导思想、原则以及战略制定模式和技术方法。

本书共分为4篇，第一篇是理论基础，第二篇介绍宏观电子商务战略，第三篇介绍微观电子商务战略，第四篇介绍案例与应用。

本书既可以作为高等学校电子商务、信息管理与信息系统、软件工程、计算机应用等本科生的教材，也可以作为企事业单位从事电子商务工作的科研人员和管理人员的制定电子商务战略的参考用书。

书籍目录

第一篇 理论基础第1章概述1.1 电子商务战略概述1.2 电子商务战略实施带来的影响1.3 电子商务战略划分1.4 电子商务战略思考本章小结思考题第2章电子商务2.1 电子商务概述2.2 电子商务技术2.3 电子商务环境2.4 电子商务新发展本章小结思考题第3章战略3.1 战略概述3.2 战略管理理论的发展3.3 制定战略的理论方法3.4 传统企业战略的规划过程本章小结思考题第二篇 宏观电子商务战略第4章宏观电子商务战略概述4.1 宏观电子商务战略的内涵4.2 宏观电子商务战略的影响因素4.3 宏观电子商务战略分析4.4 宏观电子商务战略的制定与实施本章小结思考题第5章国家级电子商务战略5.1 国家级电子商务战略概述5.2 国家级电子商务战略国内外情况分析5.3 国家级电子商务战略制定与实施5.4 不同国家电子商务战略特点本章小结第三篇 微电子商务战略第四篇 案例与应用附录A英文缩写参考文献

章节摘录

第一篇 理论基础第2章 电子商务20世纪以来,以互联网为代表的网络技术取得了飞速发展,现代信息技术突破了功能和地域的局限,为人类社会创造了一个全新的信息空间,电子商务作为一种新型的商务运作模式也应运而生。

电子商务作为新世纪经济发展的核心,其所带来的机遇与挑战,受到世界各国政府及企业界的重视和积极的投入,电子商务的飞速发展所带来的商机是巨大而深远的。

本章首先介绍了电子商务的产生与发展、定义与特点、模式与框架等基本概念与性质,然后介绍了电子商务技术,包括构建电子商务的基本技术体系以及一些电子商务技术的新发展,接着介绍了电子商务的各种支撑环境,最后在本章的结束部分主要介绍了随着环境的变化电子商务所呈现出来的新特点。

2.1 电子商务概述2.1.1 电子商务的产生与发展电子商务对整个人类来说都是一个新生事物,生产力发展的客观要求和 业技术发展既是它的产生原因,也是它的发展动力。

迄今为止,电子商务的发展经历了基于传统EDI的电子商务、以Internet上的EDI为核心的电子商务和现在的E概念电子商务3个阶段,并且正在如火如荼地向前发展。

1.电子商务的产生近几个世纪以来,人类社会生产力有了飞速发展,各种IT业技术也日新月异,电子商务的产生正是生产力发展的客观要求和IT业技术发展的必然结果。

(1)生产力的发展是电子商务产生的根本原因在商品经济条件下,经济规律作用的结果必然要求全球资源在全世界范围内的最优配置,因而形成了经济全球化、市场国际化、社会分工国际化及产业结构在全球范围内的调整。

而经济全球化、市场国际化、社会分工国际化、产业结构在全球范围的调整又导致了资本的大量转移和大批跨国公司的涌现,推动了国际贸易的发展。

国际贸易成了推动世界经济增长的发动机,自第二次世界大战以来,国际贸易的增长大大高于世界经济的增长。

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>