

<<下一代电子商务>>

图书基本信息

书名：<<下一代电子商务>>

13位ISBN编号：9787121090912

10位ISBN编号：7121090910

出版时间：2009-8

出版时间：电子工业出版社

作者：《下一代电子商务》编委会 编著

页数：390

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>

## <<下一代电子商务>>

### 内容概要

本书综合介绍了下一代电子商务的基本理论及热点技术，并且以IBM Websphere Commerce这一全球领先的电子商务解决方案为例进行实际应用方面的介绍，对国内电子商务从业人员加深对电子商务理论理解的深度、提高电子商务的实际应用水平具有很高的参考价值。

本书适合从事电子商务系统开发与设计的工程人员、企业IT主管与信息系统规划人员，以及高等院校电子商务、信息系统和计算机相关专业的教师和学生阅读。

## &lt;&lt;下一代电子商务&gt;&gt;

## 书籍目录

|               |                                       |                                      |   |                                      |                     |  |                       |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|---------------|---------------------------------------|--------------------------------------|---|--------------------------------------|---------------------|--|-----------------------|----------------------|-----------------------|---|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------------|--|--|---------------------------------------|------------------------------------|----------|---------------|---------------|---------|
| 第1章 下一代电子商务概述 | 1.1 电子商务的概念                           | 1.2 电子商务发展简史概述                       | 1.2.1 全球范围内电子商务的发展                      | 1.2.2 中国国内电子商务的发展                    | 1.3 电子商务的优势         | 1.4 电子商务的主要内容                              |                       |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 1.4.1 电子商务的商务模式                       | 1.4.2 电子商务的主要模块                      | 1.5 下一代电子商务的发展趋势                        | 1.5.1 业务模型的进一步变化                     | 1.5.2 新技术带来的革命      | 1.5.3 营销理念的不断创新                            |                       |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 1.5.4 电子商务的更多趋势                       | 1.6 案例分析                             | 1.6.1 下一代电子商务平台——IBM WebSphere Commerce | 1.7 小结                               | 第2章 电子商务业务模型        |  |                       |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 2.1 电子商务业务模型概述                        | 2.1.1 电子商务业务模型的定义                    | 2.1.2 电子商务业务模型分类                        | 2.2 零售业电子商务业务模型                      | 2.2.1 组织结构和成员管理     | 2.2.2 产品信息管理                               |                       |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 2.2.3 营销策略                            | 2.2.4 与后端系统整合优化订单处理                  | 2.3 制造业电子商务业务模型                         | 2.4 中小企业B2B电子商务业务模型                  | 2.5 跨国企业电子商务业务模型    | 2.5.1 扩展站点业务模型                             |                       |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 2.6 IBM WebSphere Commerce提供的电子商务业务模型 | 2.7 成功案例分析                           | 2.8 小结                                  | 第3章 电子商务在线支付                         |                     |  |                       |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 3.1 在线支付发展概述                          | 3.2 在线支付系统及支付方式                      | 3.2.1 在线支付系统概述                          | 3.2.2 信用卡在线支付                        | 3.2.3 第三方支付方式       | 3.2.4 其他支付方式                               |                       |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 3.3 在线支付安全概述                          | 3.3.1 在线支付安全概述                       | 3.3.2 在线支付安全技术                          | 3.3.3 公钥基础设施                         | 3.3.4 安全在线支付协议      | 3.3.5 支付卡行业数据安全标准                          |                       |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 3.4 在线支付系统的集成                         | 3.4.1 信用卡在线支付的集成                     | 3.4.2 第三方支付方式的集成                        | 3.4.3 IBM WebSphere Commerce在线支付解决方案 | 3.5 小结              | 第4章 Web 2.0与电子商务                           |                       |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 4.1 Web 2.0概述                         | 4.1.1 Web 2.0概念                      | 4.1.2 Web 2.0理论                         | 4.1.3 Web 2.0的技术元素                   | 4.1.4 Web 3.0       | 4.2 Web 2.0与电子商务                           | 4.2.1 Web 2.0与电子商务的结合 |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 4.2.2 电子商务2.0                         | 4.2.3 Web 2.0时代的商务模式                 | 4.2.4 Web 2.0网站赢利模式分析                   | 4.3 案例分析                             | 4.3.1 典型Web 2.0网站简介 | 4.3.2 IBM WebSphere Commerce Web 2.0技术应用分析 | 4.4 小结                |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 第5章 面向服务的电子商务应用系统                     |                                      |   | 5.1 面向服务的电子商务应用系统概述                  | 5.1.1 SOA概述         | 5.1.2 SOA与电子商务应用                           | 5.1.3 组件化业务模型         |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 5.2 面向服务的外部系统集成                       | 5.2.1 系统集成概述                         | 5.2.2 与企业门户的集成                          | 5.2.3 与ERP系统的集成                      | 5.2.4 面向服务的系统集成     | 5.3 面向服务的电子商务在IBM WebSphere Commerce上的实现案例 |                       |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 5.3.1 IBM WebSphere Commerce系统集成整体架构  | 5.3.2 IBM WebSphere Commerce的组件化业务模型 | 5.3.3 IBM WebSphere Commerce与外部系统的集成    | 5.3.4 IBM WebSphere Commerce与企业门户的集成 | 5.4 面向服务的电子商务系统治理   |  |                       |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 5.4.1 SOA治理                           | 5.4.2 面向服务的电子商务治理                    | 5.5 小结                                  |                                      |                     |  |                       | 第6章 多渠道销售            |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 6.1 多渠道销售的概念                          | 6.1.1 实体商店渠道                         | 6.1.2 网上商店渠道                            | 6.1.3 电话销售渠道                         | 6.1.4 目录销售渠道        | 6.1.5 自助购物亭渠道                              | 6.1.6 移动电子商务渠道        | 6.2 统一的多渠道销售平台       | 6.2.1 构建统一的多渠道销售平台的意义 | 6.2.2 IBM WebSphere Commerce统一多渠道销售平台实例 | 6.3 跨渠道集成销售       | 6.3.1 跨渠道集成销售的基本理论 | 6.3.2 跨渠道集成销售的基本方法 | 6.3.3 跨渠道集成销售的发展趋势       | 6.3.4 IBM WebSphere Commerce的跨渠道销售实例介绍 | 6.4 多渠道销售策略分析和发展趋势探讨                           |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 6.4.1 多渠道销售商家的策略分析                    | 6.4.2 网上商店和实体商店的定价策略分析               | 6.4.3 多渠道和跨渠道销售市场营销的探讨                  |                                      | 6.5 小结              |  | 第7章 移动电子商务            |                      |                       |   |                   |                    |                    |                          |  |  |                                       |                                    |          |               |               |         |
|               | 7.1 移动电子商务概述                          | 7.1.1 移动电子商务的概念                      | 7.1.2 移动电子商务的价值链                        | 7.1.3 移动电子商务发展的国际现状                  | 7.1.4 国内移动电子商务的现状   | 7.2 移动营销                                   | 7.3 移动电子商务的应用         | 7.4 移动电子商务门户最常见的功能需求 | 7.5 移动电子商务的相关技术       | 7.5.1 移动通信技术的进步                         | 7.5.2 移动终端设备的技术革新 | 7.5.3 移动终端应用的普及    | 7.5.4 移动Web的相关标准   | 7.5.5 移动门户中间件产品——IBM相关技术 | 7.6 IBM WebSphere Commerce对移动电子商务的强大支持 | 7.6.1 IBM WebSphere Commerce Runtime框架对普及计算的支持 | 7.6.2 IBM WebSphere Commerce移动站点的实施方式 | 7.6.3 IBM WebSphere Commerce移动站点示例 | 7.7 小结   | 第8章 网络营销      |               |         |
|               | 8.1 网络营销概述                            | 8.1.1 网络营销的概念                        | 8.1.2 网络营销的优越性                          | 8.2 网络营销的常用渠道                        | 8.3 网络广告            | 8.3.1 网络广告的特点                              | 8.3.2 网络广告的形式         | 8.4 联合站点或交换链接        | 8.4.1 搜索引擎营销          | 8.4.2 搜索引擎的工作原理                         | 8.4.3 搜索引擎营销的方法   | 8.5 电子邮件营销         | 8.5.1 电子邮件营销的方法    | 8.5.2 电子邮件营销的特点          | 8.5.3 电子邮件营销的误区                        | 8.6 RSS营销                                      | 8.6.1 RSS营销的方法                        | 8.6.2 RSS营销的特点                     | 8.7 博客营销 | 8.7.1 博客营销的方法 | 8.7.2 博客营销的特点 | 8.8 精准营 |

<<下一代电子商务>>

销 8.8.1 精准营销的概念 8.8.2 精准营销的特点 8.8.3 精准营销的误区 8.9 忠诚营销  
8.9.1 忠诚营销的方法 8.9.2 忠诚营销的特点 8.10 商业智能为网络营销带来的好处 8.11 电子商务中的网络营销子系统实例——IBM WebSphere Commerce 8.11.1 客户群 8.11.2 促销 8.11.3  
竞销 8.11.4 电子邮件营销 8.12 小结 第9章 搜索引擎优化 9.1 搜索引擎优化的概念 9.2 搜索引擎优化的目标 9.3 搜索引擎优化的方法 9.3.1 查询搜索引擎的知识库 9.3.2 针对搜索引擎优化  
页面内容 9.3.3 引导搜索引擎遍历整个站点 9.3.4 避免使用某些站点设计技术 9.3.5 使用工  
具调优站点 9.4 IBM WebSphere Commerce站点的搜索引擎优化 9.4.1 URL映射 9.4.2 网站地图  
9.4.3 优化页面 9.4.4 URL缓存 9.4.5 IBM WebSphere Commerce站点优化实例 9.5 小结 第10  
章 中国电子商务行业发展趋势与分析 10.1 中国电子商务发展的困惑与机遇 10.1.1 电子商务热潮  
的出现与泡沫的破裂 10.1.2 制约电子商务初期在中国发展的3个瓶颈 10.2 中国电子商务的发展趋  
势分析 10.2.1 C2C的发展与中国国情 10.2.2 传统企业开始走向B2C 10.2.3 B2B正在走向整体  
协作 10.2.4 行业垂直细分的时代来临了 10.2.5 CaaS 10.3 电子商务系统的建设趋势 10.3.1  
自构建与使用套件 10.3.2 以客户为中心的多渠道电子商务是大势所趋 10.4 小结 参考文献

## <<下一代电子商务>>

### 编辑推荐

《下一代电子商务——理论、应用及基于IBM WebSphere Commerce平台的实践》的作者团队成员都是在电子商务领域具有丰富经验的专家，他们在书中为大家提纲挈领地介绍了下一代电子商务的理念与精髓，例如灵活的商业模式、Web 2.0时代的电子商务、多渠道销售、SOA与电子商务、移动电子商务等。

《下一代电子商务——理论、应用及基于IBM WebSphere Commerce平台的实践》也援引了大量的文献，从电子商务的发展历史到未来趋势，把读者引入了下一代电子商务的世界。相信通过这些综述性的论述，以及对一些专题的深入浅出的讲解，可以帮助读者更全面地了解下一代电子商务。

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>