

<<电子商务法>>

图书基本信息

书名：<<电子商务法>>

13位ISBN编号：9787301143063

10位ISBN编号：7301143060

出版时间：2008-11

出版时间：北京大学出版社

作者：李瑞 编

页数：240

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>

<<电子商务法>>

前言

随着电子商务与信息管理及应用在我国和全球的迅速发展，政府、行业和企业对电子商务与信息管理的重视程度不断提高，我国高校电子商务与信息管理的任务也不断加重。

作为一个新兴的跨学科领域的专业，电子商务与信息管理的教育在快速发展的同时还存在着许多值得我们思考和改进的问题。

特别是开办电子商务专业和信息管理专业的学校学科背景不同，有文科的、理工科的、经管类学科等，使得不同学校对核心课程的设置差异很大；另外，近年来有关电子商务与信息管理的教材出版的数量虽然不少，但适合于财经管理类知识背景本科生的电子商务系列与信息管理系统教材一直缺乏，而在开办电子商务和信息管理本科专业的高校中，财经管理类的高校占的比重很大。

为此北京大学出版社于2006年11月在北京召开了《21世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材》研讨会暨组稿会，会上出版社的领导和编辑通过对国内经管类学科背景的多所大学电子商务与信息管理系统教材实际情况的调研，在与众多专家学者讨论的基础上，决定成立电子商务与信息管理系统丛书专家编审委员会，组织编写和出版一套面向经管类学科背景的电子商务与信息管理系统的应用型系列教材，暨《21世纪全国应用型本科电子商务与信息管理系统实用规划教材》。

本系列教材的特点在于，按照高等学校电子商务专业与信息管理系统专业对本科教学的基本要求，参考教育部高等学校电子商务专业与信息管理系统专业的课程体系和知识体系，定位于实用型人才培养。

本系列教材还体现了教育思想和教育观念的转变，依据教学内容、教学方法和教学手段的现状和趋势进行了精心策划，系统、全面地研究普通高校教学改革、教材建设的需求，优先开发其中教学急需、改革方案明确、适用范围较广的教材。

此次教材建设的内容、架构重点考虑了以下几个要素。

(1) 关注电子商务与信息管理系统发展的大背景，拓宽经济管理理论基础、强调计算机应用与网络技术应用技能和专业知识，着眼于增强教学内容的联系实际和应用性，突出创造能力和创新意识。

(2) 尽可能符合学校、学科的课程设置要求。

以高等教育的培养目标为依据，注重教材的科学性、实用性和通用性，尽量满足同类专业院校的需求。

(3) 集中了在电子商务专业与信息管理系统教学方面具有丰富经验的许多教师和研究人员的宝贵意见，准确定位教材在人才培养过程中的地位和作用。

面向就业，突出应用。

(4) 进行了合理选材和编排。

教材内容很好地处理了传统内容与现代内容的关系，补充了大量新知识、新技术和新成果。

根据教学内容、学时、教学大纲的要求，突出了重点和难点。

(5) 创新写作方法，侧重案例教学。

本套教材收集了大量新的典型案例，并且用通俗易懂的方式将这些案例中所包含的电子商务与信息管理的战略问题传授给读者。

<<电子商务法>>

内容概要

本书系统、全面地介绍了电子商务法的基础知识，论述了电子商务法的基本概念、基本原则和主要法律制度。

主要包括电子商务法概论、电子商务立法、电子商务法律关系、电子合同、电子认证法律制度、电子支付法律制度、电子商务中的消费者权益保护、电子商务中的税收法律制度、电子商务中的知识产权保护和电子商务争端解决法律制度等内容，并在附录中介绍了有关电子商务法的几个重要的法律文件，以便读者查阅。

本书既注重电子商务法基本理论的解析，反映电子商务法领域的最新研究成果，又十分注重理论在实践运用中的介绍，体现了本书追求电子商务法知识的科学性、前沿性、体系性和实践性的特色。

本书可以作为电子商务专业、财经专业各类教育开设的电子商务法课程的教材，也可供其他专业学生选用，还可作为普通读者了解、学习和运用电子商务法知识的参考书。

<<电子商务法>>

书籍目录

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|-----------------|-------------------------|-----------------------|---------------------|--------------------------|-----------------------|------------------|---------------------|-----------------------|-------------|--------------|-------------------|------|-----|
| 第1章 电子商务法概论 | 1.1 电子商务概述 | 1.1.1 Internet的产生及其商业应用 | 1.1.2 电子商务的概念、特点及基本模式 | 1.2 电子商务法概述 | 1.2.1 电子商务法的定义、性质、地位及其作用 | 1.2.2 电子商务法的调整对象与适用范围 | 1.2.3 电子商务法的特征 | 1.2.4 电子商务法的基本原则 | 本章小结 | 思考题 | | | | |
| 第2章 电子商务立法 | 2.1 国外电子商务立法 | 2.1.1 国外电子商务立法概述 | 2.1.2 主要国家电子商务立法简介 | 2.2 我国电子商务立法 | 2.2.1 我国电子商务立法现状 | 2.2.2 我国电子商务立法概况 | 本章小结 | 思考题 | | | | | | |
| 第3章 电子商务法律关系 | 3.1 电子商务法律关系的主体 | 3.1.1 在线交易当事人 | 3.1.2 在线交易服务提供者 | 3.2 电子商务法律关系的客体 | 3.2.1 在线贸易 | 3.2.2 在线服务 | 3.3 电子商务法律关系的内容 | 3.3.1 在线交易当事人的权利与义务 | 3.3.2 在线交易服务提供者的权利与义务 | 本章小结 | 思考题 | | | |
| 第4章 电子合同 | 4.1 电子合同概述 | 4.1.1 电子合同的概念与特征 | 4.1.2 电子合同的分类 | 4.2 电子合同的成立与生效 | 4.2.1 电子合同的成立与生效概述 | 4.2.2 电子合同当事人的主体资格 | 4.2.3 电子合同的要约与承诺 | 4.2.4 电子合同成立的时间与地点 | 4.2.5 电子合同的形式 | 4.3 电子合同的履行 | 4.3.1 合同履行概述 | 4.3.2 电子信息合同的在线履行 | 本章小结 | 思考题 |
| 第5章 电子认证法律制度 | 5.1 电子认证概述 | 5.1.1 电子认证的概念 | 5.1.2 电子认证的作用与意义 | 5.1.3 电子认证的方法、分类和技术 | 5.1.4 电子认证的机构 | 5.1.5 电子认证的程序 | 5.1.6 电子认证的效力 | 5.2 认证证书业务规范 | | | | | | |
| 第6章 电子支付法律制度 | | | | | | | | | | | | | | |
| 第7章 电子商务中的消费者权益保护 | | | | | | | | | | | | | | |
| 第8章 电子商务中的税收法律制度 | | | | | | | | | | | | | | |
| 第9章 电子商务中的知识产权保护 | | | | | | | | | | | | | | |
| 第10章 商务争端解决法律制度 | | | | | | | | | | | | | | |
| 附录A 中华人民共和国电子签名法 | | | | | | | | | | | | | | |
| 附录B 电子认证服务管理办法 | | | | | | | | | | | | | | |
| 附录C 电子支付指引(第一号) | | | | | | | | | | | | | | |
| 附录D 广东省电子交易条例 | | | | | | | | | | | | | | |
| 参考文献 | | | | | | | | | | | | | | |

<<电子商务法>>

章节摘录

第1章 电子商务法概论引例中国电子商务未来五大趋势展望中国电子商务未来的发展，纵深化、专业化、区域化、国际化、融合化将成为其发展的趋势。

纵深化趋势：国家已经将电子商务的发展作为调整国民经济结构、转变国民经济增长方式的战略性举措。

在国家的高度重视下，电子商务的基础设施建设将进一步加快，有关电子商务的立法将进一步深入，电子商务的相关支撑环境也将逐步规范。

无论是企业还是个人，都将在更好的环境下更加深入地从事电子商务。

更多的传统企业将参与进来，新的电子商务产业链将更庞大、更完善，新的电子商务经营模式会在细分的市场上出现。

专业化趋势：网络本身就蕴含着时尚和前卫的因素，今后若干年内我国上网人口仍将以中高收入水平的人群为主，他们的购买力强，受教育程度较高，消费个性化要求也比较强烈，个性化信息需求和个性化商品需求将成为发展方向，消费者将把个人的偏好渗透到商品的设计和制造过程中。

各年龄段需求的不同、各种消费习惯的差异会催生更多细分的市场，所以，提供一条龙服务的垂直型网站及某一类产品和服务的专业网站的发展潜力将更大。

区域化趋势：由于我国国民经济东西部不平衡，同一地区城乡之间经济收入差距大，在今后相当长的时间内，上网人口仍将以大城市、中等城市和沿海经济发达地区的人口为主。

北京、上海、广州这3个超级城市以及经济发达的中等城市仍将是电子商务的主要市场，B2C、C2C的电子商务模式区域性特征非常明显，尤其是在社会化诚信体系不健全的情况下，单个消费者更愿意同城交易。

国际化趋势：互联网本身就没有国界，依托于互联网的电子商务注定是国际化的。

由于配送成本的昂贵，B2C、C2C基本上没有大量的跨国买卖，电子商务的国际交易主要集中在B2B上。

随着我国在电子商务立法上和国际接轨以及电子商务环境的不断完善和规范，越来越多的企业将通过电子商务平台与国外的企业进行交易、合作，这对我国企业尤其是中小企业的成长是非常有利的。

同时，庞大的中国电子商务市场将吸引越来越多的外国电子商务企业和投资公司参与进来。

融合化趋势：一是兼并，包括同类网站之间优胜劣汰后强者对弱者的兼并和不同网站之间的互补性兼并；二是战略联盟，不同类型的网站以战略联盟的形式进行相互协作，以共享客户和资源、提高竞争力，这是市场竞争日趋激烈的必然结果。

<<电子商务法>>

编辑推荐

《电子商务法》：21世纪全国应用型本科电子商务与信息管理系统实用规划教材。

丛书特点：1.突出创造能力和创新意识。

关注专业背景，拓宽理论基础、强调计算机应用与网络技术应用技能和专业知识，着眼于增强教学内容的实际和应用性。

2.符合各学校专业课程设置要求。

以高等教育的培养目标为依据，注重教材的科学性、实用性和通用性，准确定位教材在人才培养过程中的地位和作用，满足各院校教学需求。

3.面向就业，突出应用。

作者多为在电子商务与信息管理系统教学方面具有丰富经验的一线教师和研究人員，准确把握就业市场动向，注重培养学生实际操作能力。

4.合理选材和编排。

传统内容与现代内容合理融合，补充了大量新知识、新技术和新成果；遵循最新准则或规范，根据教学内容、学时、教学大纲的要求，突出重点和难点。

5.侧重案例教学。

对大量当前最新典型案例进行分析讲解，理论联系实际，通俗易懂。

<<电子商务法>>

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>