

<<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：9787302169390

10位ISBN编号：730216939X

出版时间：2009-2

出版时间：清华大学出版社

作者：方美琪 主编

页数：531

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>>

### 内容概要

本书是《电子商务概论》的第3版，共7章。

第1章讲述整个电子商务的模型结构。

第2章重点介绍了8种用于电子商务的信息技术。

在第3版中，特别加入了目前世界上最流行的XML技术及其在电子商务中的应用，还强调了电子商务的安全问题。

第3章从微观上论述了电子商务的发展给企业经营、管理以及信息系统建设所带来的影响。

第4章则从宏观上论述了在电子商务的影响下，交通运输和金融机构等传统交易中介和网络等新兴市场环境的变化。

第5章主要讲述传统行业的信息化和围绕行业信息化的电子商务项目。

第6章对时下最新兴的电子政务，即借助电子信息技术而进行的政务活动进行了讨论。

第7章讲述了电子商务触发的社会问题以及我国如何建立一个安全而保障有力的社会法律环境。

附录部分依次介绍了各大公司的电子商务和电子政务的解决方案以及首都电子商务工程总体方案。

最后介绍了中国人民大学经济科学实验室自主开发实现的电子商务教学模拟环境SIM\_EC。本书叙述清楚，内容新颖，可作为信息管理与信息系统专业的教科书及相关专业本科生或研究生的参考书，也可供从事实际工作的管理人员和技术人员参考。

## &lt;&lt;电子商务概论&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 电子商务综述 1.1 基本概念 1.1.1 什么是电子商务 1.1.2 电子商务的一般框架 1.1.3 电子商务的概念模型 1.1.4 电子商务的交换模型 1.1.5 电子商务的起源 1.1.6 电子商务带来的变革 1.2 电子商务与信息社会 1.2.1 电子商务与信息经济 1.2.2 国民经济信息化与电子商务 1.2.3 电子商务的主要参与者 1.2.4 各国政府对待电子商务的态度 1.2.5 我国政府应考虑的问题 1.2.6 中介机构 1.3 电子商务的功能和效益 1.3.1 电子商务给企业带来效益 1.3.2 电子商务是企业的战略转折点 1.3.3 电子商务是企业的一种业务转型 1.3.4 电子商务为小企业提供了机遇 1.3.5 电子商务的社会效益 1.4 电子商务的模式 1.4.1 企业-企业模式 1.4.2 企业-消费者模式 1.4.3 企业-政府模式 1.5 电子商务的层次和实现阶段 1.5.1 商情发布阶段 1.5.2 建立企业内联网 1.5.3 在网上开展商务交易活动 1.5.4 电子商务的运作规则 1.6 电子商务解决方案的核心问题 1.6.1 基础设施 1.6.2 企业的信息意识和观念转变 1.6.3 安全 1.6.4 人才与教育 1.7 电子商务发展现状和趋势

第2章 电子商务的实现技术 2.1 网络技术和通信技术 2.1.1 网络概述 2.1.2 局域网 2.1.3 广域网互连与管理 2.1.4 网络接入技术 2.1.5 TCP/IP协议 2.2 网络计算框架 2.2.1 从C/S架构到B/W/D结构 2.2.2 组件技术：DCOM与CORBA 2.2.3 Web及Web上提供的服务 2.2.4 Web编程语言 2.2.5 应用服务器 2.2.6 内联网和外联网 2.3 数据管理技术 2.3.1 数据库技术的产生与发展 2.3.2 数据库技术基本理论 2.3.3 数据仓库、联机分析处理和数据挖掘 2.3.4 数据库技术与电子商务 2.4 代理技术 2.4.1 软件代理的产生与发展 2.4.2 智能代理与个性化服务 2.4.3 移动代理技术 2.4.4 一个智能代理系统模型 2.5 EDI技术 2.5.1 EDI概述 2.5.2 EDI的标准化 2.5.3 EDI的软件结构 2.5.4 EDI的安全和法律问题 2.5.5 EDI的网络技术 2.6 电子支付 2.6.1 电子货币 2.6.2 卡与POS 2.6.3 电子支付模型 2.6.4 其他电子支付相关技术 2.7 安全性 2.7.1 电子商务所面临的安全问题 2.7.2 Internet上的电子商务安全 2.7.3 电子商务所涉及的安全技术 2.7.4 公钥构架 2.8 XML技术 2.8.1 XML概述 2.8.2 XML的特点 2.8.3 XML与电子商务

第3章 面向电子商务的企业信息系统建设 第4章 电子商务的宏观运行环境及服务中介行业 第5章 电子商务与传统产业 第6章 电子政务 第7章 电子商务建设的社会环境 附录A 专用名词解释 附录B 各大公司电子商务及电子政务解决方案 附录C 首都电子商务工程总体方案 附录D 电子商务模拟环境--SIM-EC 附录E 电子商务游戏--ECGAME 附录F 外经贸专用网项目案例 附录G BAB--一种新的企业间电子商务模式 参考文献

## 章节摘录

第1章 电子商务综述1.1 基本概念1.1.6 电子商务带来的变革21世纪将是一个以网络计算为核心的信息时代，这已为全球所公认。

数字化、网络化与信息化是21世纪的时代特征。

目前经济全球化与网络化已经成为一种潮流。

信息技术革命与信息化建设正在使资本经济转变为信息经济、知识经济，并将迅速改变传统的经贸交易方式和整个经济的面貌。

它加快了世界经济结构的调整与重组，推动着我国从工业化向信息化社会的过渡。

电子商务带来了经营战略、组织管理及文化冲突等方面的变化。

电子商务不仅是一种技术变革，还促进了通过技术的辅助、引导、支持来实现的前所未有的频繁的商务经济往来，使商务活动本身发生了根本性革命。

电子商务直接改变的是商务活动的方式，如买卖的方式，贸易磋商的方式，售后服务的方式等。

消费者能够真正足不出户就能货比三家，同时，还能够以一种轻松自由的自我服务的方式来完成交易。

Web技术使得企业能够为客户定制产品和服务。

电子商务使得全球上亿网民都有可能成为企业的客户或合作伙伴，企业可以利用Web每天24小时轻松而又实惠地发展潜在客户。

联机客户服务程序可以把客户的问题及时传送到不同的部门并和现有的客户信息系统相集成。

对企业而言，电子商务是一种业务转型，或者说是一场重大的革命。

HP公司认为，电子商务改变企业业务运作模式、企业竞争策略、提升企业间业务合作伙伴关系，是企业电子世界中获得成功的关键。

真正的电子商务使企业从事在物理环境中所不能从事的业务，这些特点包括对新的子公司开放后端系统，使Internet成为一种重要的业务传送载体；生成新的业务，产生新的收入；使企业进行相互连锁交易；自适应导航，使用户通过网上搜索交换信息；使用智能代理；运用注册业务或媒介组织买方和卖方；使业务交往个人化，具有动态特征，受用户欢迎，更具效益。

电子商务对企业过程的影响体现在随信息技术的发展，企业内部的管理机制的不断变化之中。

电子商务作为信息处理技术的一个飞跃，其影响不会仅仅停留在交易手段和贸易方式上，而且由于这些因素的改变，尤其是供应链的缩短和市场核心的转移，以及各方面管理成本的大幅度降低，必然导致企业内部过程的变迁，因而使得电子商务成为企业过程重组的一种根本的推动力。

## <<电子商务概论>>

### 编辑推荐

《电子商务概论(第3版)》：高等院校信息管理与信息系统专业参考教材。

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>