

<<电子商务实务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务实务>>

13位ISBN编号：9787302230359

10位ISBN编号：7302230358

出版时间：2010-10

出版时间：清华大学出版社

作者：陈月波

页数：314

字数：479000

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>

内容概要

全书分为理论和实训两部分，共有独立的6章、4个项目实训。

第一部分为电子商务理论知识，包括第1~6章，其中，第1章是电子商务概述，第2章介绍了电子商务模式，第3章介绍了电子商务技术，第4章介绍了电子支付与网络银行，第5章介绍了网络营销，第6章介绍了电子商务与物流；第二部分为电子商务项目实训，包括项目一网上开店与创业，项目二电子支付，项目三网络营销，项目四电子商务安全技术等内容。

本书理论内容丰富，结构合理，项目实训可以利用网络平台实现。

本书适合广大电子商务爱好者和大专院校相关专业的师生阅读、参考。

<<电子商务实务>>

书籍目录

第一部分 电子商务基础

第1章 电子商务概述

1.1 电子商务的最新发展

1.1.1 CNNIC互联网发展报告

1.1.2 电子商务的定义

1.1.3 电子商务的功能与应用特性

1.2 电子商务的分类

1.3 电子商务系统及其组成

1.3.1 电子商务的概念模型

1.3.2 电子商务系统的组成

1.3.3 企业电子商务系统

1.4 电子商务中的物流、资金流和信息流

1.4.1 物流、资金流和信息流的定义

1.4.2 物流、资金流和信息流的关系

1.5 物联网

1.6 集成电子商务

1.7 电子商务其他商业模式

思考题

第2章 电子商务模式

第3章 电子商务技术

第4章 电子支付与网络银行

第5章 网络营销

第6章 电子商务与物流

第二部分 电子商务项目实训部分

第7章 【项目一】网上开店与创业

第8章 【项目二】电子支付

第9章 【项目三】网络营销

第10章 【项目四】电子商务安全技术

参考文献

章节摘录

插图：网络营销产品的内涵与传统产品的内涵有一定的差异性，主要是网络产品的层次比传统营销产品的层次大大扩展了。

在传统市场营销中，产品满足的主要是消费者的一般性需求，因此产品相应地分成了三个层次。虽然传统产品中的三个层次在网络营销产品中仍然起着重要作用，但产品的设计和开发的主体地位已经从企业转向顾客，企业在设计和开发产品时还必须满足顾客的个性化需求，因此网络营销产品在原产品层次上还要增加两个层次，即期望产品层次和潜在产品层次，以满足顾客的个性化需求的特征。

(1) 核心利益或服务层次。

这是产品最基本的层次，是满足顾客需要的核心内容，是顾客要购买的实质性的东西。

例如，消费者购买食品的核心是为了满足充饥和营养的需要；购买计算机，是为了利用它作为上网的工具等。

营销的目标在于发现隐藏在产品背后的真正需要，把顾客所需要的核心利益和服务提供给顾客。

有时同一种产品可以有不同的核心需要，如人们对服装、鞋帽的需要，有些以保暖为主；有些则以美观为主，强调装饰和美化人体的功能。

所以，营销者要了解顾客需要的核心所在，以便进行有针对性的生产经营。

(2) 有形产品层次。

这是产品在市场上出现时的具体物质形态，是企业的设计和生人员将核心产品通过一定的载体，转载为有形的物体而表现出来。

它包括产品的质量水平、功能、款式、特色、品牌和包装等。

(3) 期望产品层次。

网络营销中，消费需求呈个性化的特征，不同的消费者可以根据自己的爱好对产品提出不同的要求，因此产品的设计和开发必须满足顾客的个性化消费需求。

顾客在购买产品前对可购产品的质量、使用方便程度、特点等方面的期望值，就是期望产品。

例如，中国海尔集团提出“您来设计我实现”的口号，消费者可以向海尔集团提出自己的需求个性，如性能、款式、色彩、大小等，海尔集团可以根据消费者的特殊要求进行产品设计和生产。

现代社会已由传统的企业设计开发、顾客被动接受转变为以顾客为中心、顾客提出要求、企业辅助顾客来设计开发产品、满足顾客个性需求的新时代。

(4) 延伸产品层次。

这是指顾客在购买产品时所得到的附加的服务或利益，主要是帮助消费者如何更好地使用核心利益和服务。

例如，提供信贷、质量保证、免费送货、售后服务等。

<<电子商务实务>>

编辑推荐

《电子商务实务》：浙江省重点教材建设项目

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>