

<<电子商务教程>>

图书基本信息

书名：<<电子商务教程>>

13位ISBN编号：9787302265740

10位ISBN编号：7302265747

出版时间：2011-12

出版时间：清华大学出版社

作者：郭振华 主编

页数：313

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>

<<电子商务教程>>

内容概要

《电子商务教程》全面系统地介绍电子商务各个方面的知识，并采用较新的数据和案例，为电子商务的学习者提供完整而详尽的宏观经济知识。

《电子商务教程》共分为11章：

电子商务导论、电子商务应用框架模型、电子商务网络基础、电子商务安全技术、电子商务支付、电子商务与企业管理、电子商务的网络营销、电子商务与现代物流管理、电子商务与供应链管理、电子商务法律以及电子商务实践。

本书的结构安排：

每章都由学习目标、能力目标、章节内容、案例分析和思考题组成；教材的最后一章为实践章节，具有实用性、可操作性强的特点，可以配合课程内容穿插进行。

《电子商务教程》可作为应用型普通高等院校电子商务、市场营销、物流管理、信息技术及计算机等专业的教学用书；也可作为企业电子商务从业人员、企业营销及策划人员、企业相关管理人员教育培训和参考学习用书。

<<电子商务教程>>

书籍目录

第1章 电子商务导论

- 1.1 电子商务的概念
 - 1.1.1 电子商务的定义
 - 1.1.2 广义和狭义的电子商务
 - 1.1.3 电子商务与传统商务的比较
- 1.2 电子商务的发展概况
 - 1.2.1 电子商务发展的历程
 - 1.2.2 电子商务发展的趋势
 - 1.2.3 电子商务在我国的发展
- 1.3 电子商务的分类
 - 1.3.1 按参加电子商务活动的交易主体分类
 - 1.3.2 按电子商务的地理范围分类
 - 1.3.3 按电子商务的交易性质分类
 - 1.3.4 按电子商务的交易对象和运作方式分类
 - 1.3.5 按电子商务进行交易的网络平台分类
- 1.4 电子商务的功能和特性
 - 1.4.1 电子商务的功能
 - 1.4.2 电子商务的特性
- 1.5 电子商务的影响
 - 1.5.1 电子商务的社会效益
 - 1.5.2 电子商务对企业管理的影响

案例分析

思考题

第2章 电子商务应用框架模型

- 2.1 电子商务的概念模型
- 2.2 电子商务的框架结构
 - 2.2.1 电子商务的一般框架结构
 - 2.2.2 网络基础设施层
 - 2.2.3 信息发布(传输)层
 - 2.2.4 业务服务层
 - 2.2.5 电子商务应用层
 - 2.2.6 公共政策、法律和法规、隐私、安全协议和技术标准
- 2.3 电子商务的中介服务机构
 - 2.3.1 市场中介机构与电子商务服务业
 - 2.3.2 电子商务的物流服务业
 - 2.3.3 电子商务的金融服务业
 - 2.3.4 电子商务的信息服务业
- 2.4 电子商务的模式
 - 2.4.1 企业-消费者的电子商务模式
 - 2.4.2 企业-企业的电子商务模式
 - 2.4.3 消费者-消费者的电子商务模式
 - 2.4.4 电子政务

案例分析

思考题

第3章 电子商务网络基础

- 3.1 计算机网络概述

<<电子商务教程>>

3.1.1 计算机网络的产生与发展

3.1.2 计算机网络的组成

3.1.3 计算机网络的分类

3.2 internet基础知识

3.2.1 internet的起源与发展

3.2.2 internet的基本技术

3.2.3 internet的基本服务

3.2.4 internet的接入方式

3.2.5 intranet和extranet

3.3 电子商务网站建设技术

3.3.1 电子商务网站概述

3.3.2 电子商务网站运行平台的构建

3.3.3 网站开发技术实务

案例分析

思考题

第4章 电子商务安全技术

第5章 电子商务支付

第6章 电子商务与企业管理

第7章 电子商务的网络营销

第8章 电子商务与现代物流管理

第9章 电子商务与供应链管理

第10章 电子商务法律

第11章 电子商务实践

参考文献

章节摘录

版权页：插图：3.电子商务的特点与传统的商务相比，电子商务呈现如下特点。

(1) 交易虚拟化交易各方通过以Internet为代表的互联网进行贸易，从寻求信息、广告、接触、磋商、签约到支付、履行合同，无须当面进行，全部通过计算机网络完成。

交易各方都是通过电子信息互动，签订电子合同，完成交易并进行电子支付。

整个交易都是在网络这个虚拟的环境中进行的。

(2) 突破了时空限制电子商务通过以信息库为特征的网上商店进行营销，其销售空间随网络体系的延伸而延伸，没有任何地理限制。

顾客即网上用户完全可以自主决定在一天24小时的任何时间进行市场调研、购物、支付等，在更大程度、更大范围上满足和方便了用户的需求。

电子商务使得商业经营活动没有了国界之分，没有了昼夜之分。

(3) 减少流通环节，降低流通费用与传统的商务活动相比，电子商务可以避开许多中间环节，甚至不需要中介参与；距离越远，信息传递的成本相对于电话、传真、信件等的成本就越低；缩短时间及减少重复的信息录入也降低了信息成本；在网上进行产品介绍、宣传等营销活动比传统方式节省了大笔费用；“无纸贸易”可以减少90%以上的文件处理费用；电子商务使得“零库存”这一先进经营理念成为可能。

(4) 能全方位展示产品和服务电子商务可以利用网上多媒体的性能，全方位展示产品和服务的功能、结构、工艺、使用方法等，不被外形、包装等因素所迷惑，使顾客完全熟悉了商品后再决定购买。

(5) 延伸了商务的内涵传统的贸易平台是地面店铺等，而电子商务在办公室、网吧、家庭甚至任何一个能放得下计算机的地方都能进行。

(6) 密切用户关系，加深用户了解由于电子商务具有实时互动沟通的功能，并且不受任何外界因素干扰，促进了交易各方的了解和接触，密切了互相之间的关系，消费者更易表达出自己对产品或者服务的评价，销售商能得到更多的信息改进产品、服务等经营活动。

<<电子商务教程>>

编辑推荐

《电子商务教程》是高等院校经济管理类专业应用型系列教材之一。

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>