

<<电子商务基础与应用>>

图书基本信息

书名：<<电子商务基础与应用>>

13位ISBN编号：9787303086948

10位ISBN编号：7303086943

出版时间：2007-8

出版单位：北京师大

作者：夏丽萍 编

页数：279

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>

## <<电子商务基础与应用>>

### 前言

电子商务是信息技术与商务活动相结合的产物，尤其是Internet技术的商业化应用，更使电子商务得以迅速发展。

具有强大生命力的现代电子交易手段彻底地改变了全球商业的经营和管理模式，改变着企业的传统运作流程。

电子商务代表着未来贸易的发展方向，其应用和推广将给社会和经济带来极大的效益，电子商务将成为全球经济的最大增长点之一。

毫无疑问，21世纪将是电子商务的时代，一个网上交易、网上生活的数字化时代已经来临。

如何适应数字化生存并积极参与电子商务时代的国际竞争，是与国家、企业和个人发展密切相关的大问题。

每个传统企业都将面临着业务流程重组以适应电子商务的要求。

同时，电子商务的发展也要求从事商务活动的人员掌握电子商务基本理论和技术方法，这已成为社会经济发展的迫切要求。

为了培养更多的实用型人才，推动我国电子商务的发展，我们编写了这本教材。

电子商务的开展过程结合了商务管理、商务活动、商务理论与计算机信息技术等方面的内容，对人才素质的要求较高，企业需要的电子商务人才是“先擅商务，后长电子”的复合型人才。

而在我国，电子商务又是新兴事物，专业人才的严重匮乏已成为制约我国电子商务发展的主要瓶颈。

因此，对电子商务专业人才的培养迫在眉睫。

教育部于2000年首次在西安交通大学、浙江大学等8所高校开办了电子商务本科专业，到目前为止，全国已有200多所高校开办了电子商务本科专业，与此同时，大量高职高专院校及中专也相继开办了该专业。

本书是根据电子商务的发展和高职高专及中职相关专业学生学习电子商务知识的需求，参考国家电子商务师考核要求而编写的基础入门教材。

在编写过程中，本书始终贯彻“商务为本”的主导思想，将电子与商务有机地融合在一起，体现了科学性、系统性，突出了实用性、针对性、现实性和可操作性。

本书力求反映高职高专课程和教学内容体系的改革方向；反映当前教学新内容，突出基础理论的应用和实践技能的培养；适应实践的要求和岗位的需要。

本书中的基础理论以应用为目的，以必要、够用为度；尽量体现新知识、新技术、新方法，注重培养学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力。

## <<电子商务基础与应用>>

### 内容概要

本书是根据电子商务的发展和高职高专及中职相关专业学生学习电子商务知识的需求，参考国家电子商务师考核要求而编写的基础入门教材。

在编写过程中，本书始终贯彻“商务为本”的主导思想，将电子与商务有机地融合在一起，体现了科学性、系统性，突出了实用性、针对性、现实性和可操作性。

本书力求反映高职高专课程和教学内容体系的改革方向；反映当前教学新内容，突出基础理论的应用和实践技能的培养；适应实践的要求和岗位的需要。

本书中的基础理论以应用为目的，以必要、够用为度；尽量体现新知识、新技术、新方法，注重培养学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力。

在形式、案例、语言等方面，本书力求简单、精练实用、通俗易懂，结合学生学习的特点，深入浅出、循序渐进，便于学生理解和消化，强化学生的实际应用能力。

为此，本书还配有案例，多数章节配有实践操作题，还专门写了一章电子商务实验。

建议实训课时至少达到1/3以上，以提高学生的学习兴趣和效果。

## <<电子商务基础与应用>>

### 书籍目录

第1章 电子商务概述 1.1 电子商务的基本概念 1.2 电子商务的特点、功能和优势 1.3 电子商务的产生与发展 1.4 EDI技术 1.5 电子商务安全 实训 习题第2章 电子商务模式 2.1 电子商务的基本组成 2.2 电子商务系统的分类 2.3 电子商务的一般框架 2.4 B2B电子商务模式 2.5 B2C电子商务模式 2.6 电子政务 2.7 电子商务案例 海尔集团 习题第3章 电子商务信息技术 3.1 计算机网络基础 3.2 网络协议 3.3 Internet基础知识 3.4 接入Internet 习题第4章 电子商务信息安全 4.1 电子商务信息安全的概念 4.2 数据加密技术 4.3 认证技术 4.4 电子商务安全交易标准第5章 网上支付第6章 网络营销第7章 电子商务物流与供应链管理第8章 电子商务法律与税收第9章 电子商务实验参考文献

章节摘录

1.2 电子商务的特点、功能和优势  
1.2.1 电子商务的特点  
电子商务是一种全新的商务模式，与传统的商务活动相比，它具有以下特点。

1.高效性  
电子商务为买、卖双方进行交易提供了一种高效服务方式、场所和机会。

网上购物为消费者提供了一种方便、迅捷的购物途径，为商家提供了一个遍布世界各地的、广阔的、有巨大潜力的消费者群。

因而，无论是对大规模的企业还是中小规模的企业，甚至个体经营者来讲，电子商务都是一种机遇。电子商务的高效性体现在很多方面，例如：电子商务可以扩展市场，增加客户数量；通过将信息网络连至数据库，企业能记录下客户每次访问、购买的情况和购货动态以及客户对产品的偏爱，这样，企业通过统计这些数据就可以获知客户最想购买的产品是什么，从而为产品的生产、研发提供有效的信息；网上营销还可以为企业节省大量的开销，如无须营业人员、无需实体店铺，并可以提供全天候服务，提高销售量，提高客户满意度和企业知名度等。

例如美国亚马逊公司建立了一整套电子商务方案，并以此为基础建立了网上商店。

由于节省了租用店面、雇佣商场售货员等开支，使其能以低廉的价格出售数以百万计的书籍、游戏和光盘。

2.方便性  
在电子商务环境下，人们不再受地域的限制，他们可以方便地在更大的范围内寻找交易伙伴、选择商品。

在电子商务环境中，传统交易受时间和空间距离限制这一局限性被打破，客户不再像以往那样因受地域的限制而只能在一定区域内、有限的几个商家中选择交易对象，寻找所需的商品。

他们不仅可以在更大的范围内，甚至全球范围内寻找交易伙伴，选择商品，而且更为重要的是，他们的目光不仅仅集中在商品的价格上，服务质量的好坏在某种意义上已成为商务活动成功与否的更为关键的因素。

企业将客户服务过程移至开放的网络上之后，过去客户要大费周折才能获得的服务，现在只要用一种非常简捷、方便的方式便能够获得。

例如，将一笔资金从一个存款户头转移至另一个支票户头；查看一张信用卡的收支情况；查询货物的收发情况，乃至寻找或购买不常用的稀有产品等，都可以足不出户就能够方便、实时地完成。

可见，电子商务提供的客户服务具有一个明显的特性，即方便。

电子商务的方便性使客户及企业都从中受益很多。

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>