

<<电子商务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务>>

13位ISBN编号：9787505883895

10位ISBN编号：7505883895

出版时间：2009-8

出版时间：经济科学出版社

作者：袁红清，李绍英 主编

页数：379

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>>

前言

电子商务是20世纪90年代中后期的新兴事物。

企业、政府部门和高校均对电子商务的出现和发展投入了极大的关注，并几乎是同时采取了一系列的行动。

他们害怕失去这千载难逢的机会。

但是从1996年到2000年，电子商务并没有得到卓有成效的发展，相反带来了一系列的困惑。

在美国，这被称为“Dot-comburst”。

直到2004年，在美国出现了电子商务的再次繁荣（Thesecondwave）。

在中国，2005年后，我们同样看到了真正的电子商务时代的到来。

在高校，我们也看到类似的情况发生。

自2000年来，我曾经参加过许多次全国电子商务相关会议和培训，也参加过多次有关电子商务教材方面的建设会议。

浙江大学、西安交通大学以及北京和上海的一批高校组织大家开展了许多建设性的工作。

就“电子商务”或“电子商务概论”课程而言，全国有上百本教材和培训书籍。

在我从事“电子商务”或“电子商务概论”课程教学的5年时间里，分别采用过高等教育出版社、清华大学出版社、浙江大学出版社、机械工业出版社的6本教材。

每本教材均有自己的特色，但是在实际的教学过程中，也感到“过于宏观”和“言犹未尽”。

尤其是国内教材缺乏真实案例和微观应用的细节分析。

真正让人耳目一新的教材，相信高校教师也都知道是美国学者施奈德（Schneider, G.P）著的《电子商务》（机械工业出版社，目前是第7版）和美国学者特班（EfraimTu卜ban）等著的《电子商务：管理视角》（机械工业出版社，目前是第4版）。

用过这两本教材才感觉接触到真正的电子商务和应用，尤其是企业微观应用。

<<电子商务>>

内容概要

本书对涉及电子商务的各个重要商务管理和技术问题进行了介绍和阐述，定位于企业电子商务应用，并考虑到应用型本科高校（尤其是独立学院）“渴望实训”的实际问题。

本书主要包括：基本概念篇（电子商务基础、电子商务技术基础）、业务战略篇（网上零售、网络营销、企业电子商务、公共电子交易市场、电子供应链和协同商务、网络拍卖与虚拟社区）、支持服务篇（电子商务安全、电子支付、电子商务物流）、项目管理篇（电子商务项目管理）。

本书可作为应用型本科高校经济、管理各专业及有实训需求的教学用书，也可作为职业技术学校相关课程教学、企业电子商务培训及政府相关管理部门学习电子商务的参考资料。

<<电子商务>>

书籍目录

第一篇 基本概念篇 第1章 电子商务基础 引导案例：金融危机下，网络求职日益活跃 1.1 电子商务：直面金融危机 1.2 电子商务的概念 1.3 全球电子商务的市场规模 1.4 电子商务的特色 1.5 企业如何利用价值链发现电子商务的机会 1.6 企业如何运用SWOT分析电子商务的机会 实训一：网络求职 实训二：2008年美国金融危机 实训三：电子商务与传统商务的区别 课后案例：奥巴马引领政治进入网络时代 第2章 电子商务技术基础 引导案例：网络服务公司——Netcraft 2.1 计算机网络技术 2.2 计算机网络体系结构 2.3 互联网/内联网/外联网 2.4 电子商务网站建设技术 2.5 网页制作技术 2.6 数据库技术 2.7 EDI技术 2.8 互联网接入技术 2.9 Web 2.0 实训一：Netcraft网站检测 实训二：Aiexa网站世界排名 课后案例：新进入者积极布局移动互联网形成对运营商的有力挑战第二篇 业务战略篇 第3章 网上零售 引导案例：网上开店投入低已成创业新选择 3.1 网上零售业概况 3.2 网上零售商务模式 3.3 在线旅游服务 3.4 在线招聘和就业市场 3.5 在线房地产、保险和证券市场 3.6 在线银行和个人理财服务 3.7 在线数字产品 3.8 在线购物决策辅助工具 3.9 网上零售中的问题 实训一：艾瑞网络媒体排名 实训二：网上数字产品 实训三：在线汽车服务 实训四：比较购物网站 课后案例：电子商务新模式案例分析——中关村商城 第4章 网络营销 引导案例：美国用户乐于接收许可式电子邮件 4.1 基于客户的营销战略 4.2 Web网络中消费者行为分析 4.3 电子商务市场调研 4.4 进行有效的网上展示 4.5 网络广告 4.6 电子邮件营销 4.7 基于网络技术的客户关系管理 4.8 创建和维护网络品牌 4.9 搜索引擎营销 实训一：10个精选免费网站分析工具 实训二：Google Analytics(分析)的应用 课后案例：Google网站优化工具使Jigsaw Health的转换次数增加了60% 第5章 企业电子商务 引导案例：雅戈尔：谁说大象不能跳舞 5.1 B2B电子商务市场交易规模 5.2 B2B电子商务的概念、模式和特点 5.3 卖方电子交易市场 5.4 买方电子市场和电子采购 5.5 电子拍卖与团购 实训一：MRo分销商：Grainger 实训二：英迈 实训三：城市团购网 课后案例：搜索工具能否成就B2B采购高转化率 第6章 公共电子交易市场 引导案例：阿里巴巴——目前全球最大的网上贸易市场 6.1 B2B电子交易所概述 6.2 B2B门户网站 6.3 第三方(贸易)电子交易所 6.4 社团贸易交易所 实训一：外贸B2B推广平台：rrradeKey.com 实训二：多渠道的国际贸易平台：Global Sources.com 课后案例：COVISINT沉浮记 第7章 电子供应链和协同商务 引导案例：沪士电子公司电子供应链突破传统管理瓶颈 7.1 电子供应链 7.2 供应链中的典型问题及其解决方案 7.3 协同商务 7.4 协作计划、预测和补货 实训一：惠普的供应链革命 实训二：康宁有限公司全球供应链的同步化 实训三：思科供应链的成败得失 课后案例：协同软件是否能够替代OA系统 第8章 网络拍卖与虚拟社区 引导案例：与巴菲特共进午餐权由eBay拍出 8.1 拍卖概况 8.2 电子拍卖的好处、缺陷和策略应用 8.3 电子拍卖的流程及软件支持 8.4 双向拍卖、组合交易以及定价问题 8.5 电子拍卖中的欺诈问题及其防御 8.6 在线竞价及谈判 8.7 网络社区 8.8 社区电子商务 实训一：淘宝网业务和服务 实训二：天涯网络社区 实训三：Facebook网络社区 课后案例：网络拍卖巨头eBay涉嫌售假被法国欧莱雅起诉第三篇 支持服务篇 第9章 电子商务安全 引导案例：中国个人网络安全市场凸显四大发展趋势 9.1 网络安全概况 9.2 威胁和攻击的种类 9.3 电子商务通信信道的安全 9.4 安全电子商务网络 实训一：“天极网”网络安全频道 实训二：如何申请支付宝数字证书 实训三：360产品与服务 课后案例：2009年4月互联网安全监测情况通报 第10章 电子支付 引导案例：超八成潜在用户因“3.15”曝光推迟使用网银 10.1 电子支付发展概况 10.2 支付方式的变革 10.3 支付卡业务 10.4 智能卡业务 10.5 储值卡 10.6 电子现金 10.7 其他支付方式 实训一：Paypal——全球最大的在线支付平台 实训二：虚拟货币：Q币 课后案例：中国企业家：支付宝是在做支付吗？ 第11章 电子商务物流 引导案例：7-11的电子商务物流配送系统 11.1 订单履行和物流 11.2 电子商务物流系统 11.3 电子商务物流过程 11.4 电子商务下的物流配送 11.5 电子商务物流技术 实训一：当当网配送服务 实训二：中国邮政特快专递 课后案例：淘宝网每天200万订单，网购带动快递公司发展第四篇 项目管理篇 第12章 电子商务项目管理 引导案例：电子商务新模式案例分析——优衣库淘宝开店 12.1 电子商务战略 12.2 项目管理 12.3 开创电子商务项目 12.4 网站建设 实训一：电子商务项目计划书 实训二：大学生电子商务大赛 课后案例：浙江企业电子商务为何如此火爆 参考文献

章节摘录

插图：第一篇 基本概念篇 第1章 电子商务基础1.4 电子商务的特色互联网的出现使人类的日常生活、经济活动发生了翻天覆地的变化，传统的贸易方式越来越受到新的经济形式的挑战。

更多的企业通过对自身由内到外的改造，更有效地利用互联网，提高了生产效率，扩大了产品市场，增强了企业实力。

然而随着互联网经济的深入发展，出现了一些新的问题：一方面，对顾客而言，购物方便了，省钱了，然而却失去了传统购物时的那种充满人情味的满足感；对于商家而言，由于互联网的开放性，任何技术上的领先都是暂时的，无法通过这种方式占得先机。

另一方面，由于网上信息量的急剧扩张，信息的查询变得不再是方便，而是犹如大海捞针一般烦琐。所以，企业只有将传统经济领域的一些营销手段与互联网加以结合，针对顾客的需求提供特色的服务，才能成为真正的赢家。

电子商务的个性化因而应运而生。

编辑推荐

《电子商务:理论与实训》：21世纪高等院校创新课程规划教材

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>