

<<电子商务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务>>

13位ISBN编号：9787512800106

10位ISBN编号：751280010X

出版时间：2011-1

出版时间：中国民航出版社

作者：范泽剑

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>>

### 内容概要

电子商务专业是融计算机科学、市场营销学、管理学、现代物流于一体的交叉学科。

电子商务专业学生学习和掌握计算机信息技术、市场营销、企业管理、现代物流的基本理论及基础知识，学生具有利用网络开展商务活动的能力和利用计算机信息技术、现代物流方法改善企业管理方法的能力，毕业后主要从事现代电子平台的系统规划、设计、维护及现代商务管理等方面工作，是高级应用型专业人才。

本书共分八章，系统介绍了电子商务的概念、理论、方法以及具体操作，包括电子商务概述、电子商务网络技术基础、电子支付、网络营销、电子商务与网络安全、电子商务物流、电子商务实操、移动电子商务。

此外，本教材每章教学内容都有学习目的、小结、思考题，还专门用了一章的内容来介绍案例，避免了每章内容和配套案例有所出入的弊病。

本书采用了现有常用的电子商务环境，图文并茂，能使读者按部就班快速进入实操过程，所以它既可作为高职高专相关专业课程的教学用书，也可作为网络创业人员的培训或自学参考用书。

## &lt;&lt;电子商务&gt;&gt;

## 书籍目录

前言 第一章电子商务概述 第一节电子商务概念 第二节电子商务模式 第三节电子商务法律 第二章电子商务网络技术基础 第一节计算机网络技术 第二节互联网技术 第三节EDI与电子商务 第三章电子支付 第一节电子支付概述 第二节电子支付工具 第三节电子支付安全协议 第四节网络银行 第五节第三方支付 第六节移动支付 第四章网络营销 第一节网络营销概述 第二节网络营销模式 第三节网络营销策划 第四节网络营销方法 第五章电子商务与网络安全 第一节电子商务安全交易概述 第二节电子商务安全交易体系 第三节客户机安全 第六章电子商务物流 第一节电子商务与物流的关系 第二节电子商务与供应链管理 第三节电子商务与物流的协同发展 第七章电子商务实操 第一节淘宝开店 第二节建设自己的网站 第八章移动电子商务 第一节移动电子商务概述 第二节移动电子商务的商业模式 第三节移动电子商务的应用 第九章电子商务案例 案例一：阿里巴巴赢利模式分析 案例二：日本化妆品物流交易中的EDI应用 案例三：广州GPRS移动支付解决方案 案例四：解密社区营销——从e时代跨入“亿时代” 案例五：2010年最新网络安全事件 案例六：Dell网上直销电子商务化物流 案例七：从手机淘宝看移动电子商务前景 参考资料

## 章节摘录

版权页：插图：1.网上市场调查 网上市场调查是指在互联网上针对特定营销环境进行简单调查设计、收集资料和初步分析的活动。

通过网络收集市场调查中需要的各种资料，包括直接在网上通过问卷进行调查，在网上商店、网络论坛、邮件清单、新闻组中获得消费者对公司和产品的评价，有关市场竞争者的信息，利用搜索引擎和一些专业网站的企业数据库资料开展市场调研等。

在市场调查中，要特别关注消费者的需求、购买动机和购买行为等消费者方面的信息，其次是产品以及竞争对手同类产品的信息。

根据市场调查的结果，企业才能提出解决问题的建议，作为营销决策的依据。

例如，可以在网上展示尚未试制的虚拟产品（不像传统调研中需要试制一小批样品），利用网络的互动特性，请消费者参与设计，提出自己的要求，并可开展订购，从而减少新产品样品开发的费用和风险。

网上调查具有互动性、便捷性和经济性、及时性和客观性、数据的可再利用性和升值、无时空地域限制等优势。

网上市场调查分为直接调查法和间接调查法，直接调查法包括网上问卷调查法、网上实验法和网上观察法，常用的是网上问卷调查法；网上间接调查主要是利用互联网收集与企业营销相关的市场、竞争者、消费者以及宏观环境等方面的信息，企业用得最多的还是网上间接调查方法，因为它的信息广泛，能满足企业管理决策需要，而网上直接调查一般只适合于针对特定问题进行专项调查，网上间接调查渠道主要有WWW、User—net News、BBS、E—mail，其中WWW是最主要的信息来源。

2.网络消费者分析 确定和找到适当的消费群体或目标市场是企业营销成功的前提。

网上用户作为一个特殊的消费群体，在购买需求动机、购买心理动机、购买行为方式、购买过程等方面与传统市场上的消费群体在特征上有着明显的区别。

因此，有效的网络营销活动必须深入了解网上用户群体的需求特征、购买动机和购买行为方式，找到正确的消费市场。

例如，研究网上虚拟社区，了解这些虚拟社区消费者聚集的原因、特征和偏好习惯，虚拟社区的需求因素，虚拟社区的文化等。

同时，网络消费者分析有助于企业与用户建立深层次关系，有利于锁住用户和扩大市场。

## <<电子商务>>

### 编辑推荐

《航空物流系列教材:电子商务》采用了现有常用的电子商务环境，图文并茂，能使读者按部就班快速进入实操过程，所以它既可作为高职高专相关专业课程的教学用书，也可作为网络创业人员的培训或自学参考用书。

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>