

<<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：9787560624754

10位ISBN编号：7560624758

出版时间：2010-11

出版时间：杨坚争 西安电子科技大学出版社 (2010-11出版)

作者：杨坚争

页数：392

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>>

内容概要

《电子商务基础与应用（第7版）》是一本全面论述电子商务的专著，是国家自然科学基金项目79770084号和70973079号的研究成果。作者针对当前蓬勃发展的电子商务浪潮，从计算机和商业管理两个角度，对电子商务的理论问题和实践问题进行了深入的探讨。

《电子商务基础与应用（第7版）》主要内容包括认识电子商务、电子商务发展战略、网络技术基础、电子商务网站建设、网络商务信息的收集与整理、网络交易行为、网络营销策略、网络促销、电子商务专项应用标准、电子支付、电子商务物流、电子商务安全管理等。

《电子商务基础与应用（第7版）》资料新颖，观点鲜明，理论与实际相结合，力求在阐述电子商务最新发展和电子商务理论体系的同时，在实际应用和操作技巧方面给予读者具体的指导。

《电子商务基础与应用（第7版）》对政府、贸易、商业、信息部门有重要参考价值，是广大企业营销人员、公司管理人员和消费者从事电子商务活动的重要工具书和参考书。

《电子商务基础与应用（第7版）》亦可作为大专院校电子商务专业、商业管理专业和计算机专业的教材。

书籍目录

第一章 认识电子商务1.1 电子商务的发展：历史、现状与前景1.1.1 电子商务发展的历史轨迹1.1.2 世界电子商务的发展现状1.1.3 我国电子商务的发展1.2 电子商务的概念与分类1.2.1 电子商务的概念1.2.2 电子商务的市场范围1.2.3 电子商务的分类1.3 电子商务交易的基本流转程式1.3.1 电子商务的交易过程1.3.2 网络商品直销的流转程式1.3.3 企业间网络交易的流转程式1.3.4 网络商品中介交易的流转程式1.4 电子商务参与各方的法律关系1.4.1 网络交易中买卖双方当事人的权利和义务1.4.2 网络交易中心的法律地位1.4.3 网络交易客户与虚拟银行间的法律关系1.4.4 认证机构在电子商务中的法律地位1.5 电子商务在现代经济中的地位与作用1.5.1 电子商务的价值创造1.5.2 电子商务对社会生产力的推动作用1.5.3 电子商务是实现经济发展方式转变的重要措施和手段1.5.4 电子商务发展是促进市场资源有效配置的必备手段1.5.5 电子商务与经济全球化参考文献第二章 电子商务发展战略2.1 为什么研究电子商务发展战略2.2 电子商务发展环境2.2.1 社会政治环境：信息化建设受到各国政府的高度重视2.2.2 资源环境：经济发展促进了信息基础设施建设2.2.3 市场环境：电子商务的社会需求不断增长2.2.4 安全环境：安全条件有了较大改善2.2.5 我国电子商务发展中需要解决的新问题2.3 政府电子商务发展战略2.3.1 国际组织和各国政府电子商务发展战略2.3.2 我国电子商务的发展战略2.4 企业电子商务战略2.4.1 影响企业电子商务战略的主要内部因素2.4.2 企业电子商务的战略目标与战略框架2.4.3 企业电子商务战略实施2.5 无纸贸易发展战略2.5.1 无纸贸易发展沿革2.5.2 无纸贸易的概念与特征2.5.3 无纸贸易的生态环境2.5.4 我国无纸贸易发展的总体水平2.5.5 我国无纸贸易发展战略参考文献第三章 网络技术基础3.1 因特网的概念与构成3.1.1 因特网的起源与发展3.1.2 因特网的概念与特点3.1.3 因特网的构成3.1.4 因特网的接入方式3.2 常用的因特网服务3.2.1 电子邮件（E-mail）3.2.2 文件传输（FTP）3.2.3 BBS、博客与即时通信3.2.4 万维网（www）3.3 FCP / IP3.3.1 TCP / IP的概念3.3.2 TCP / IP的分层结构3.3.3 网络的互联3.3.4 因特网的地址结构3.4 域名申请与管理3.4.1 域名的商业价值3.4.2 域名申请策略3.4.3 域名申请3.4.4 申请域名的注意事项3.4.5域名的变更与注销3.4.6 域名管理.....第四章 电子商务网站建设第五章 网络商务信息的收集与整理第六章 网络交易行为第七章 网络营销策略第八章 网络促销第九章 电子商务专项应用标准第十章 电子支第十一章 电子商务物流第十二章 网络交易安全管理

章节摘录

版权页：插图：1。

创造“移动”需求一个新的商业领域的开拓，最重要的是创造需求，而创造需求的关键是挖掘客户潜在的需求。

对于移动通信用户来说，即时信息是用户使用移动通信设备的主要目的，但同时也有许多亟待开发的潜在需求。

在火车旅行过程中，熬过漫长的乘车时间是一项艰苦的任务。

许多人会和邻近的人一起下棋、打扑克，但还有很多人出于安全的考虑，不愿意选择这样的活动。

移动游戏的开发，使得人们有了独自消磨时间的工具，从而满足了人们的需求。

从网络游戏的开发情况看，这是一块非常巨大的“蛋糕”，因为它具有极强的互动性。

目前，移动游戏迫切需要解决趣味性和传播性问题。

趣味性是指移动游戏的内容必须具有吸引力，能够让用户感兴趣。

只有“好玩”的游戏内容才能抓住用户，才能形成市场。

而传播性则要求解决信息在移动网络上的传播速率问题。

畅通的网络才能保证用户轻而易举地获得游戏提供的快乐感受。

超前（Proactive）服务管理也是移动电子商务应用的新领域。

在这种服务中，服务提供者收集当前及未来一段时间与用户需求相关的信息，并预先发出主动服务的信息。

例如，在汽车修理服务中，汽车修理商可以收集用户汽车零件的使用年限和故障等信息，并针对不同情况预先制定相应的服务策略。

这样，一方面可以提高汽车修理商的服务质量，另一方面可以降低车主的事故发生率。

从技术实现的角度讲，目前可以定期发送短消息，与客户保持联系；以后可以在汽车上装置一个智能传感器，通过它可以获取汽车零件的使用情况，然后利用无线网络将信息发送给汽车修理商。

类似的移动服务还有很多，需要企业和商家不断地思考、调查和发掘。

未来的电信服务内容中，将包括大量各种各样的增值业务，它们的收入总和将大大超过基础业务收入。

这些潜在的业务，归根结底，需要厂商进行发掘和推广。

同因特网电子商务一样，正在起步的移动电子商务也是一块没有开垦的处女地，捷足先登的开拓者可能将获得丰厚的商业利润。

<<电子商务基础与应用>>

编辑推荐

《电子商务基础与应用(第7版)》：跟踪电子商务发展动态把握电子商务发展趋势反映电子商务最新研究成果推动电子商务实际应用1999-2000年度全国优秀畅销书2002年第五届全国高校出版社优秀畅销书一等奖2006年中国最具影响力的十大信息化专著之一2007年首届全国信息化研究成果优秀奖2009年第九届中国大学出版社优秀畅销书二等奖

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>