

《电子商务概论》

图书基本信息

书名：《电子商务概论》

13位ISBN编号：9787111304043

10位ISBN编号：7111304047

出版时间：2010-6

出版社：机械工业出版社

作者：李跃贞 编

页数：244

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

前言

随着信息技术在国际贸易和商业领域的广泛应用，利用计算机技术、通信技术和Internet实现商务活动的国际化、信息化和无纸化，已经成为全球商务发展的趋势。电子商务正是为了适应这种全球性经济的变化而出现和发展起来的。电子商务是现代通信技术和网络技术在生产、流通领域中的应用，它对传统的生产运作模式、经营管理模式和商务流通模式产生了前所未有的巨大影响，为传统的经济理论和实践注入了新的内涵。电子商务的涵盖范围非常广，涉及经济、管理、计算机和信息技术等诸多领域的知识。本书系统地介绍电子商务的基本理论、基本技术、运作体系和基本应用，构建起了电子商务的基本框架，具体包括电子商务概述、电子商务的业务模式及盈利分析、电子商务基础技术、电子商务实用开发技术、电子商务安全、电子商务支付、网络营销、电子商务物流与供应链管理、电子商务的发展环境以及电子商务在各行业中的应用等内容。本书的特色在于：第一，体系完整、结构合理、内容丰富。本书既力求突出概论课的“导论”特点，又强调电子商务的商务本质，使读者能体会到电子商务学科的交叉性、综合性。第二，充分吸收了最新的研究成果和统计数据，语言通俗易懂。本书在编写过程中注重科学性、先进性，力求体现实用性、针对性和现实性，着眼于应用能力的培养。书中每章都设有多种题型的思考与练习，以便于学生学习和巩固。第三，案例紧扣主题。书中穿插了大量局部案例和综合案例，主题鲜明。第四，体例规范，突出重点。本书每章以章前“学习目标”和章末“小结”的形式突出要点，符合人们在学习过程中的思维习惯。第五，注重实践教学。本书在编写过程中，考虑到教学的实际需要和对学生实践能力的培养，每章都设置了电子商务综合实训的内容，并有详细的实验目的和实验内容。本书由华北科技学院李跃贞任主编，黄建莲和苏丽琴任副主编，李文武、白宏斌和孙临琚参与编写工作。各章节分工如下：李跃贞执笔第1章和第2章，黄建莲执笔第6章和第7章，李文武执笔第5章，苏丽琴执笔第8章和第9章，孙临琚执笔第3章和第10章，白宏斌执笔第4章。李跃贞负责总体框架设计、编写大纲，以及初稿的修改、统撰和定稿。

《电子商务概论》

内容概要

《电子商务概论》

书籍目录

前言 第1章 电子商务概述 本章学习目标 1.1 电子商务的内涵 1.2 电子商务的模型与框架
1.3 电子商务的分类 1.4 电子商务对社会经济的影响 1.5 电子商务的发展状况 本章小结
思考与练习 实验指导 第2章 电子商务的业务模式及盈利分析 本章学习目标 2.1 电子商务业务模式概述 2.2 B2B电子商务模式及盈利分析 2.3 B2C电子商务模式及盈利分析 2.4 C2C电子商务模式及盈利分析 本章小结 思考与练习 实验指导 第3章 电子商务基础技术 本章学习目标 3.1 计算机网络技术基础 3.2 Internet基本知识与应用 3.3 Intranet与Extranet 3.4 电子商务软硬件平台建设 本章小结 思考与练习 实验指导 第4章 电子商务实用开发技术 本章学习目标 4.1 客户端开发技术 4.2 服务器端开发技术 4.3 数据库技术 4.4 XML技术 4.5 Web Service技术 本章小结 思考与练习 实验指导 第5章 电子商务安全 本章学习目标 5.1 概述 5.2 电子商务的安全问题 5.3 计算机网络安全 5.4 信息安全技术 5.5 电子商务安全交易标准和技术 5.6 电子商务安全解决方案 本章小结 思考与练习 实验指导 第6章 电子商务支付 本章学习目标 6.1 电子支付概述 6.2 电子支付工具——电子货币 6.3 电子支付平台 本章小结 思考与练习 实验指导 第7章 网络营销 本章学习目标 7.1 网络营销的概念和理论基础 7.2 网络市场调研 7.3 无网站网络营销 7.4 企业网站的策划与建设 7.5 企业网站的推广 7.6 网络营销效果的测量与评价 本章小结 思考与练习 实验指导 第8章 电子商务物流与供应链管理 本章学习目标 8.1 物流概述 8.2 电子商务物流 8.3 电子商务与物流的关系 8.4 电子商务物流技术 本章小结 思考与练习 实验指导 第9章 电子商务的发展环境 本章学习目标 9.1 电子商务的法律问题 9.2 电子商务中的信任问题 9.3 电子商务的税务问题 本章小结 思考与练习 实验指导 第10章 电子商务在各行业中的应用 本章学习目标 10.1 电子商务在金融业中的应用 10.2 电子商务在贸易领域中的应用 10.3 电子商务在旅游业中的应用 10.4 电子商务在教育业中的应用 本章小结 思考与练习 实验指导 参考文献 参考网站及网页

2.零售业电子商务 (1) 电子商务对零售业的影响。电子商务的兴起，迫使传统零售企业从管理观念、管理模式、组织结构和作业流程等方面发生相应变革。概括起来，电子商务对零售业的影响主要有以下几个方面：

1) 有效降低运营成本。传统零售商难以有效预测市场变化，只能根据经验或者库存情况进行预订，然后再进行销售。但在实施电子商务后，可行的销售模式是零售商先获取订单，然后提供商品，这样就没有或者大大减少了库存压力，甚至完全不需要销售经营场所。

2) 有利于提高服务的效率和质量。零售企业可以利用网站向客户提供完善的多媒体信息服务，比如产品三维模型、移动形象资料、声音、文字等多方面的信息，购买者能够充分了解产品信息，有助于消费者作出更好的购买决策。同时，消费者可以通过网络随时随地预订各种商品，方便零售商组织货源或者告知生产商实现定制生产。因此，网络在零售业中的应用会更加密切厂商和顾客的关系，进一步提高零售服务的效率和质量。

3) 有助于进行客户管理。零售业面对的客户范围极为广泛，流动性大，变化性强，传统零售业很难做到对其每一客户的信息进行科学管理或者跟踪。但在实施了电子商务后，只需要通过一些相关软件，就可以轻松地做到这一点，使客户关系管理的水平大大提高。

4) 电子商务为零售业的发展创造了全新的商务模式。电子商务改变了传统零售业中的商品流通模式，买卖双方在网上通过各种中介服务机构完成商品交易的主要过程，实现了贸易方式的革命。这种新的流通模式主要有两个特征：其一，以数据库为核心的决策支持及运营系统。电子商务充分利用计算机网络和数据库技术、条形码技术等手段实现商品交换过程中数据管理的自动化。在电子商务环境下，零售企业进什么货、什么时间进、进多少、进哪家的货都可以依靠数据库来决策。此外，数据库还可以使经营者在繁杂的日常销售中发现一些规律性的东西，极大地提高分析和决策的效率及有效性。其二，由产品管理为中心转向以顾客需求管理为中心，真正使商家对顾客的需求信息有了全面的了解和掌握，从而更好地为之服务，同时还可以更有针对性地影响顾客的行为，以扩大产品的销售。

《电子商务概论》

精彩短评

1、学校要用的书，挺好的，详细实用，好

《电子商务概论》

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：www.tushu000.com