

# 《企业电子商务》

## 图书基本信息

书名：《企业电子商务》

13位ISBN编号：9787508483771

10位ISBN编号：7508483774

出版时间：2011-1

出版社：刘吉成、王兆明 中国水利水电出版社 (2011-01出版)

页数：325

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](http://www.tushu000.com)

# 《企业电子商务》

## 内容概要

《企业电子商务》是作者本着既有理论分析，又有实践环节，既注重方法讲解，更重视案例教学的原则，在参考国内外最新研究成果基础上，结合多年对电子商务的实践与研究编写而成的。《企业电子商务》系统介绍了电子商务涉及到的各个方面的基本理论和基本知识，涵盖了企业电子商务解决方案、企业网站建设与推广、电子商务安全、电子商务支付与结算、网络市场调研、网络营销、电子商务环境下的客户服务、企业电子商务应用集成、电子商务物流与配送和移动电子商务基础等内容。

《企业电子商务》突出了案例引导、分析的作用，在每一章节中通过案例说明知识点的概念和应用，有助于教师组织学生用案例进行课堂讨论教学，引导学生对电子商务规律、过程等理论的学习，提高学生分析问题、解决问题的能力，从而达到较好的教学效果。

《企业电子商务》可作为高等院校财经类、管理类、计算机类等有关专业开设《电子商务》等相关课程的本、专科学生及经管类各专业研究生、emba、mba和工程硕士学历教育的教材或教学参考书，也可以作为企业管理人员、市场营销及策划人员、电子商务从业人员的教育培训用书和参考资料。

前言第1章 绪论1.1 电子商务的产生与发展1.1.1 电子商务的产生1.1.2 全球电子商务的发展动态1.2 电子商务的概念、分类及特性1.2.1 电子商务的定义1.2.2 电子商务的分类1.2.3 电子商务的特性1.3 中外企业电子商务的成功应用1.4 电子商务与传统企业的发展1.4.1 发展电子商务是我国企业的战略性目标1.4.2 电子商务对传统企业的影响1.4.3 传统企业e化的基本应对策略1.5 案例分析1.5.1 e化使海尔脱胎换骨1.5.2 中远集团:走有特色的电子商务发展之路复习思考题第2章 企业电子商务解决方案2.1 企业电子商务解决方案的功能2.1.1 直销模式电子商务解决方案功能2.1.2 供应链集成电子商务解决方案功能2.1.3 公司采购系统电子商务解决方案2.2 基于第三方平台提供商的电子商务解决方案2.2.1 解决方案特点2.2.2 第三方平台提供商b2c模式解决方案2.2.3 第三方平台提供商b2b解决方案2.3 定制型电子商务解决方案2.3.1 解决方案特点2.3.2 1bm公司电子商务解决方案2.3.3 微软公司电子商务解决方案2.3.4 开源解决方案2.3.5 自建解决方案2.4 案例分析2.4.1 1bm公司的电子商务战略及解决方案2.4.2 杭州爱科服装电子商务系统复习思考题第3章 企业网站建设与推广3.1 企业网站建设3.1.1 企业网站规划3.1.2 企业网站设计3.1.3 网站开发技术3.2 网站发布与管理3.2.1 域名及域名注册3.2.2 服务器方案3.2.3 网站管理3.3 网站宣传与推广3.3.1 网站推广概述3.3.2 搜索引擎3.3.3 网络广告3.3.4 其他推广方法3.4 案例分析3.4.1 海尔商城的主要功能分析3.4.2 海尔商城的结构分析3.4.3 海尔商城的界面分析3.4.4 总结复习思考题第4章 电子商务安全4.1 电子商务安全概述4.1.1 电子商务安全的内涵4.1.2 电子商务安全的基本原则4.1.3 电子商务安全的发展概况4.2 电子商务风险与安全隐4.2.1 电子商务安全面临的风险4.2.2 电子商务的安全隐患4.2.3 电子商务的安全要求4.3 电子商务安全技术4.3.1 电子商务安全技术框架4.3.2 计算机网络安全技术4.3.3 电子商务交易安全技术4.4 案例分析4.4.1 垃圾邮件泛滥神秘黑客攻击美五大网站4.4.2 “网络钓鱼”的八种主要作案手法及防范复习思考题第5章 电子商务支付与结算5.1 电子支付概述5.1.1 电子支付的概念5.1.2 电子支付的特征5.1.3 中国电子支付市场发展情况5.2 电子支付方式及流程5.2.1 电子现金5.2.2 信用卡5.2.3 电子支票5.2.4 电子钱包5.2.5 最新电子支付方式5.3 网上银行5.3.1 网上银行发展概况5.3.2 网上银行服务及优势5.3.3 网上银行安全性5.4 案例分析5.4.1 支付宝案例5.4.2 工商银行个人网上银行支付案例复习思考题第6章 网络市场调研6.1 网络市场调研概述6.1.1 网络市场调研的定义6.1.2 网络市场调研的特点6.1.3 网络市场调研的内容6.1.4 网络市场调研应注意的问题6.2 网络市场调研的策略6.2.1 网络市场调研的步骤6.2.2 网络市场调研的方法6.2.3 网络市场调研的策略6.3 网上消费者行为研究与网络市场调研6.3.1 网络市场的总体格局和发展趋势6.3.2 网上消费者的特点6.3.3 网上消费者行为研究和调研策略6.4 竞争情报与网上竞争对手调研6.4.1 竞争情报概述6.4.2 竞争情报与网络市场调研6.4.3 竞争情报系统6.5 案例分析6.5.1 马里奥特公司的市场调研6.5.2 沃尔玛连锁超市的市场调研6.5.3 全球度假连锁集团ciub med创新网络调研6.5.4 海尔对竞争情报系统的应用复习思考题第7章 网络营销7.1 网络营销概述7.1.1 网络营销内涵7.1.2 网络营销职能7.1.3 网络营销与传统营销比较7.2 网络营销需求分析7.2.1 网络营销内外部?境分析7.2.2 网络消费者市场需求分析7.2.3 网络组织市场分析7.3 网络营销模式与实施7.3.1 网络营销模式7.3.2 网络营销主要工具7.3.3 网络营销实施的关键步骤7.4 案例分析7.4.1 开心网营销策略:病毒式营销7.4.2 微博营销案例复习思考题第8章 电子商务环境下的客户服务8.1 客户服务及其理念8.1.1 客户服务的内涵8.1.2 现代客户需求的发展8.1.3 以客户为中心开展电子商务?8.2 电子商务环境下的客户关系管理8.2.1 客户关系管理产生的背景8.2.2 电子商务客户关系管理的概念8.2.3 电子客户关系管理的核心管理思想8.2.4 电子客户关系管理与传统客户关系管理的区别8.2.5 电子商务环境下客户关系管理系统的主要功能8.3 电子商务客户关系管理的内容8.3.1 客户关系的价值管理8.3.2 客户满意与忠诚度管理8.3.3 客户关系管理绩效评测8.3.4 客户服务中心8.4 客户关系管理中的数据管理与分析?8.4.1 客户关系管理应用中的关键技术8.4.2 数据库技术8.4.3 数据仓库技术8.4.4 数据挖掘技术8.5 电子商务客户关系管理的主流产品与典型应用8.5.1 crm主要产品简介8.5.2 商业银行的客户关系管理8.5.3 金丰易居的电子商务客户关系管理8.6 案例分析8.6.1 capital one财务公司crm集成解决方案8.6.2 浅析美国航空公司的客户关系管理复习思考题第9章 企业电子商务应用集成9.1 电子商务与业务流程重组9.1.1 bpr概述9.1.2 bpr与电子商务9.2 电子商务与企业资源规划9.2.1 erp概述9.2.2 erp的基本构成9.2.3 erp在电子商务时代的发展9.2.4 erp的实施流程9.2.5 erp应用成功的标志9.3 电子商务与供应链管理9.3.1 供应链管理的概念9.3.2 电子供应链与电子供应链管理9.3.3 供应链网络的形成9.3.4 电子供应链的实施9.4 案例分析9.4.1 联想erp的实施9.4.2 海尔集团:整合?应链,实现零库存复习思考题第10章 电子商务物流与配送10.1 电子商务物流概述10.1.1 物流及电子商务物流的含义10.1.2 物流电子商务的关系10.1.3 电子商务物流与传统物流的比较10.1.4 电子商务物流

# 《企业电子商务》

的特征10.1.5 电子商务物流的基本技术10.2 电子商务物流配送与配送中心10.2.1 电子商务物流配送概述10.2.2 电子商务物流配送模式10.2.3 配送中心10.2.4 电子商务配送系统10.2.5 配送中心的信息管理系统10.3 电子商务物流智能配送10.3.1 智能配送简述10.3.2 智能配送系统10.4 案例分析10.4.1 7-11的电子商务物流配送10.4.2 生鲜物流的运作——上海联华生鲜食品加工配送中心物流案例复习思考题第11章 移动电子商务基础11.1 移动电子商务概述11.1.1 移动电子商务的内涵11.1.2 移动电子商务的分类及特征11.1.3 移动电子商务的现状和发展趋势11.2 移动电子商务技术11.2.1 移动电子商务技术的驱动力11.2.2 以电话为中心的核心技术11.2.3 以设备为中心的核心技术11.2.4 以企业为中心的核心技术11.2.5 通用基础设施11.3 移动电子商务中的商业模式11.3.1 移动电子商务中的企业经营模式11.3.2 移动电子商务中产品和服务的销售模式11.3.3 移动电子商务中的盈利模式11.4 移动支付11.4.1 移动支付定义及分类11.4.2 移动支付的优势及存在问题11.4.3 解决移动支付问题的应对措施11.5 案例分析11.5.1 用友移动商街的商业模式及所面临的挑战复习思考题参考文献

版权页：插图：基于第三方平台提供商的电子商务解决方案是指企业自身不直接搭建电子商务系统，而是利用一些平台提供商构建好的电子商务交易平台直接进行电子商务活动。由于平台提供商不参与交易的过程，而是仅提供信息服务功能或是仲裁纠纷，所以，相对于交易过程的买卖双方，平台提供商就被称为第三方，这也是这种解决方案名称的由来。目前，很多互联网内容提供商（ICP）在提供内容服务的同时都会提供这种第三方电子商务交易平台，如新浪网、太平洋电脑网、中关村在线等网站，它们提供的是B2C形式的电子商务平台。也有许多专业的平台提供商，比如阿里巴巴公司、环球资源网等提供了B2B形式的电子商务平台。

### 2.2.1 解决方案特点

由于信息技术开发商负责电子商务平台的功能开发、完善以及维护，而产品销售的职能则由加入的平台的卖家承担；买家则通过平台进行产品搜寻，比价，然后联系卖家进行交易。所以这种解决方案具有如下特点。

- 1.投入成本低在其他类型的解决方案中，企业一般都需要投入专门的硬件和软件搭建电子商务业务系统，同时还要负责维护其正常运行，这需要很大资金和人力资源投入。而采用第三方交易平台，就可以省下这些投入，从而极大地降低了电子商务业务开展的基础成本。
- 2.可享有成熟可靠的电子商务专业服务能够提供电子商务交易平台的信息技术开发商一般都具有很成熟的技术实力和运营经验，它们提供的电子商务交易平台都具有很好的安全性、稳定性和可靠性，技术故障的发生率相对较低，同时，平台还会提供电子商务所需的安全、支付等方面的服务，方便企业得到所需要的电子商务专业服务。

# 《企业电子商务》

## 编辑推荐

《企业电子商务》：全国普通高等院校精品课程适用

# 《企业电子商务》

## 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](http://www.tushu000.com)