

# 《电子商务教程》

## 图书基本信息

书名：《电子商务教程》

13位ISBN编号：9787302201151

10位ISBN编号：7302201153

出版时间：2010-5

出版社：清华大学出版社

页数：292

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)

## 前言

在信息技术刚刚兴起的时候，信息系统还没有作为一个专门的学科独立出来，它更多的只是计算机学科的一个附属。但是，随着信息技术的阶跃式发展和计算机系统在生产、生活、商务活动中的广泛应用，信息系统作为一个独立的整体逐渐独立出来，并得到了迅速发展。由于信息系统是基于计算机技术、系统科学、管理科学以及通信技术等多个学科的交叉学科，因此，信息系统是一门跨专业、面向技术和管理等多个层面、注重将工程化的方法和人的主观分析方法相结合的学科。早在1984年，邓小平同志就提出了要开发信息资源，服务四个现代化（工业现代化、农业现代化、国防现代化和科学技术现代化）建设。1990年，江泽民同志曾经指出，四个现代化恐怕无一不和电子信息化有着紧密的联系，要把信息化提到战略地位上来，要把信息化列为国民经济发展的一个重要方针。2004年，胡锦涛同志在APEC（亚洲太平洋经济合作组织）上的讲话明确指出：“信息通信技术改变了传统的生产方式和商业模式，为亚太地区带来了新的经济增长机遇。为把握住这一机遇，我们应抓住加强信息基础设施建设和人力资源开发这两个关键环节。”我国的经济目前正处在迅速发展阶段，信息化建设正在成为我国增强国力的一个重要举措，信息管理人才的培养至关重要。因此，信息系统学科面临着新的、更为广阔的发展空间。近年来，我国高等学校管理科学与工程一级学科下的“信息管理与信息系统”专业领域的科研、教学和应用等方面都取得了长足的进步，培养了一大批优秀的技术和管理人才。但在整体水平上与发达国家相比还存在着不小的差距。由于各所高校在相关专业的历史、特点和背景上的差异以及社会对人才需求的多样化，使我国信息管理与信息系统专业教育面临着前进中的机遇和挑战。如何适应人才需求变化进行教育改革和调整，如何在基本教学规范和纲要的基础上建立自己的教育特色，如何更清晰地定义教育对象和定位教育目标及体系，如何根据国际主流及自身特点更新知识和教材体系等都是我们在专业教育和学科建设中需要探讨和考虑的重要课题。2004年，教育部高等学校管理科学与工程类专业教学指导委员会制订了学科的核心课程以及相关各主干课程的教学基本要求（简称《基本要求》）。其中，“管理信息系统”是学科的核心课程之一，“系统分析与设计”、“数据结构与数据库”、“信息资源管理”和“计算机网络”是信息管理与信息系统专业的主干课程。该《基本要求》反映了相关专业所应构建的最基本的核心课程和主干课程系统以及涉及的最基本的知识元素，旨在保证必要的教学规范，提升我国高等学校相关专业教育的基础水平。

# 《电子商务教程》

## 内容概要

《电子商务教程》借鉴国外电子商务课程的教材和业界最新技术及动态，全面地介绍了电子商务技术和应用，并附有案例和习题。全书共分12章，分别介绍了电子商务的概念、分类、框架、功能、发展动力及发展的制约因素；电子商务的技术基础——Internet和WWW；电子商务的主要相关行业——网上零售、网上拍卖、在线客户服务、网络广告；B2B电子商务、电子商务模式与电子商务系统分析和设计方法；电子商务系统的安全，电子商务支付工具；电子商务发展和应用环境。

《电子商务教程》既可作为高校工商管理硕士生(MBA)、相关专业高年级本科生的电子商务课程教材，也可作为企、事业单位从事电子商务研究和应用的管理及技术人员的参考书。

## 书籍目录

第1章 电子商务概述	1.1 电子商务的概念	1.2 电子商务的分类	1.3 电子商务框架	1.4 电子商务的功能	1.5 电子商务发展的动力	1.6 电子商务发展的制约因素	思考题1			
第2章 电子商务的技术基础	2.1 Internet的产生和发展	2.2 Internet的主要技术	2.3 Internet服务	2.4 Web技术	2.5 Web服务	2.6 Web与电子商务	2.7 案例——Cisco公司	思考题2		
第3章 网上零售	3.1 网上零售的概念	3.2 网上零售发展的动因	3.3 网上零售业的战略模型	3.4 案例——当当网(dangdang.com)	思考题3					
第4章 网上拍卖	4.1 拍卖的基本知识介绍	4.2 网上拍卖主要网站介绍	4.3 网上拍卖的意义与优点	4.4 网上拍卖的一般流程	4.5 网上拍卖的风险与防御	4.6 网上拍卖的信誉机制及相关理论	4.7 网上拍卖市场的成功要素与拍卖网站的基本组成	4.8 案例——eBay的成功与经验	思考题4	
第5章 在线客服服务	5.1 客户关系管理概述	5.2 电子客户关系管理系统(eCRM)	5.3 一对一营销	5.4 个性化服务	5.5 案例——上海金丰易居网导人	美国艾克国际eCRM	思考题5			
第6章 网络广告	6.1 网络广告现状	6.2 网络广告的技术基础	6.3 网络广告的种类	6.4 网络广告的成本与收益	6.5 垃圾广告、点击欺诈和广告轰炸	6.6 案例——百度公司	思考题6			
第7章 B2B电子商务	7.1 跨组织信息系统	7.2 B2B电子商务概念与分类	7.3 电子数据交换的历史和未来	7.4 供应链管理	7.5 B2B的电子交易市场	7.6 案例——A医药电子商务有限公司	思考题7			
第8章 电子商务模式	8.1 电子商务模式的内涵	8.2 几种主要的电子商务模式理论简介	8.3 原子模式理论	8.4 原子模式理论优势分析	8.5 Amazon公司电子商务模式成功的原因分析	8.6 建立企业电子商务模式方案的步骤	思考题8			
第9章 电子商务系统分析和设计方法	9.1 电子商务系统开发的特点	9.2 电子商务系统的开发方法	9.3 主流的电子电子商务系统分析设计方法	9.4 基于情景分析的面向对象分析设计方法	9.5 基于情景分析的面向对象分析设计方法应用实例	思考题9				
第10章 电子商务系统的安全	10.1 电子商务系统安全的概念	10.2 电子商务系统的安全需求	10.3 电子商务系统安全基础理论与技术	10.4 电子商务系统守全应用技术与安全协议	思考题10					
第11章 电子商务支付工具	11.1 网上银行的概念、特点和功能	11.2 电子支付基本概况	11.3 卡支付	11.4 数字现金支付	11.5 电子支票支付	11.6 电子账单支付	11.7 国内外网上支付方式比较	思考题11		
第12章 电子商务发展和应用环境——电子商务经营中的法律和道德问题	12.1 电子商务的法律环境	12.2 电子商务经营中的道德	思考题12							
附录 中国互联网法律法规 主要参考文献										

## 章节摘录

插图：（3）订单接受和登录。经过一个可接受的产品报价后，顾客可以在网页上填写订单，订单传送到服务器端，进行订单登录，再进入内部销售服务或者顾客联络等部门。订单登录需要将订单获得系统和库存数据库集成。通常，当顾客进入一个Web网页并进行订货时，他们的订单应该被送往顾客服务代表（可以是智能代理），顾客服务代表确认订单正确性并检验各种库存水平是否满足订单。如果商品在库存中，企业必须向顾客发货并从可获得的库存中将该商品数量减少。如果商品不在库存中，即当顾客订购的商品已经售光时，必须立即通知顾客，而不是在数日后留下一个下次继续沿用的票根或者请稍候再订购的通知。（4）订单选择和按优先度排序。顾客服务代表通常也负责选择应接受哪些订单，婉拒哪些订单。实际上，不是所有的顾客订单都是平等地产生的，一些订单对于企业来说价值更大。理想的订单应符合企业能力并提供健全的收益。这些订单属于“漂亮的生意”，它们体现了一种顾客需求的集中和更高的顾客满意度，这些反过来将提高顾客忠诚度。订单排序对企业获利是非常重要的，也就是说，决定哪些订单应该更快地执行。这些决策通常不是由制定企业战略的顶层行政人员来完成，而是由完全不知道战略是什么的顾客服务人员完成的。他们决定哪些订单何时满足，他们通常还决定哪些订单永远也不会满足。总之，订单选择和按优先度排序在电子商务中和传统的商业中是一样重要的。（5）订单安排。在订单安排阶段，被排序的订单被送入一个真正的生产或运作过程。这一工作非常难，因为不同的功能部门，如销售、营销、顾客服务、运作或者生产部门，可能有着彼此冲突的目标、薪资系统和组织需要：生产人员寻求最小的设备转换；营销和顾客服务人员要求对于特殊顾客采取特殊的服务；如果生产人员将市场作为不可变动的，营销及顾客服务人员将完全被排除出去。（6）订单满足和发货。由于商品的特点不同，订单满足和发货变得越来越复杂。订单满足涉及到多功能和地点的不同：一份订单中不同部分的产品可能在不同的制造地点产生，并在另一地点组装；或者订单中的产品可能在A处制造，在B处存货，而在C处组装。工作越复杂，整个企业中所需的协作就越多；而所需协作越多，订单可能发生的延迟就越多。

# 《电子商务教程》

## 编辑推荐

《电子商务教程》：丛书特色：前瞻性充分考虑了信息管理与信息系统学科的国际、国内发展趋势，抛弃了大量已经过时的旧教材体系。采用与国外发达国家同步的知识体系，并充分注重中国信息系统学科发展的独特性和已有的知识积累，从而保证该教材体系在理论上的先进性和应用方向的正确性。目的性以满足我国信息系统方向人才的社会需求为目标，保证教材体系能够真正做到服务于社会。整体性综合考虑本科毕业生应该具有的综合专业素质；系列教材是彼此相关的一个整体。实用性大量采用中国的案例来论述理论，保证教材的实用性。权威性由来自全国各高等学校商学院、信息学院、经济管理学院等从事教学的知名教授、学者编写。易用性教材采用更加灵活易用的方式编排，同时每本教材配套相应的教学辅助材料(如教案、幻灯片、扩展案例、演示软件等)，使读者能够通过多媒体的方式迅速掌握所学内容、提高教学质量。根据教育部管理科学与工程类学科专业教学指导委员会主持鉴定的《中国高等院校信息系统学科课程体系》组织编写。

## 精彩短评

- 1、同事介绍说不错。果然很好，要是提供给电子课件就更好了
- 2、是一本概论课程，适合学习了解，不适合电子商务应用
- 3、不错，对我的工作有很大帮助
- 4、很不错，发货速度很快，而且内容并无偏差。很好。
- 5、无论是用于教材还是自学，都非常合适。
- 6、很不错，相当好，也很好
- 7、电子商务的基础教程
- 8、有点用 还行

## 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)