

<<电子商务系统建设与管理>>

图书基本信息

书名：<<电子商务系统建设与管理>>

13位ISBN编号：9787040138337

10位ISBN编号：7040138336

出版时间：2004-3

出版时间：高等教育出版社

作者：孙宝文，王天梅 主编

页数：343

字数：410000

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>

<<电子商务系统建设与管理>>

前言

在教育部颁布实施的新本科专业目录中，原有的管理信息系统、经济信息管理、科技信息、信息学、林业信息管理等五个专业合并成“信息管理与信息系统”新专业，作为管理学门类中“管理科学与工程”学科之下的一个二级学科。

据统计，经过这样的归并和调整，全国现在已有151个全日制高等院校设立了这个专业。

另外，还有大量自考、民办、继续教育等本专科的办学层次开设了相近的专业。

受教育部高教司的委托，中国人民大学、北京大学、清华大学、武汉大学和哈尔滨工业大学等有关专家，组成了专门的课题组，从1999年4月底开始，进行了专门的“信息管理与信息系统专业培养目标与骨干课程研究”立项的讨论。

在一年多的研究讨论的基础上，课题组就一些基本观点形成了如下共识：1. 信息管理与信息系统专业的出现，不是偶然的。

它是20世纪下半叶科学技术飞速发展的结果，也是我国改革开放和信息化建设不断深入从而导致人才需求的产物，更是教育领域深刻变革的必然结果。

“信息管理与信息系统”专业的设置是科学和合理的，符合科学和教育发展的方向，适应了我国改革开放和信息化建设的现实需求。

2. 本专业的培养目标是：培养具有坚实的现代管理科学的理论知识、熟练掌握现代信息技术手段和系统工程方法的综合型和实用性的高级人才。

本专业的学生毕业后应当能够承担各级各类的信息管理工作，从事各种类型的信息系统的建设和管理工作。

3. 本专业具有三个明显的特点：综合性、实用性、先进性。

4. 选择骨干课程的主要原则是：从学科基础、知识结构和实际需要出发，遵照宽口径、少而精的原则，一方面应当体现这个专业的特点和培养目标，另一方面为各校自己发展特色留有足够的余地。

建议本专业的骨干课程包括以下六门：信息管理与信息系统概论、管理学原理、数据结构与数据库系统原理、计算机网络、信息系统的开发与管理、信息资源的组织与管理。

<<电子商务系统建设与管理>>

内容概要

本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材，是为了适应高等学校电子商务和信息管理与信息系统专业的教学需要，在第一版的基础上组织编写的。

全书共10章，包括电子商务概论，电子商务系统的技术架构，电子商务系统的规划、分析、设计、实施、维护与运营、评估，以及电子商务企业的推广和相关案例分析等内容。

本书除了适用于电子商务和信息管理与信息系统专业的本科教学外，也非常适合相关专业本科生以及研究生作为教材使用。

<<电子商务系统建设与管理>>

书籍目录

第一章 电子商务概论 第一节 电子商务的基本概念 第二节 电子商务与企业资源计划系统 第三节 电子商务与供应链管理系统 第四节 电子商务与客户关系管理系统 第五节 业务流程再造和系统集成第二章 电子商务系统的技术架构 第一节 电子商务系统的体系结构 第二节 电子商务系统的网络设施 第三节 电子商务系统的硬件平台 第四节 电子商务系统的软件平台第三章 电子商务系统的战略规划 第一节 系统战略规划的目的和解决的主要问题 第二节 系统战略规划的方法与过程模型 第三节 电子商务系统的战略规划过程第四章 电子商务系统的分析 第一节 信息系统开发方法概述 第二节 统一建模语言 第三节 电子商务系统的分析第五章 电子商务系统的设计 第一节 电子商务系统设计概述 第二节 构架设计 第三节 详细设计第六章 电子商务系统的实施 第一节 电子商务系统实施概述 第二节 系统编码 第三节 系统测试 第四节 系统的发布第七章 电子商务系统的维护与运营 第一节 电子商务系统的维护 第二节 电子商务系统的运营 第三节 电子商务系统的安全管理第八章 电子商务系统的评估 第一节 电子商务系统的评估概述 第二节 电子商务系统安全性及其评估 第三节 电子商务系统可靠性及其评估 第四节 电子商务系统有效性及其评价第九章 电子商务企业的市场推广 第一节 电子商务企业的市场推广理念 第二节 电子商务企业的市场推广策略 第三节 电子商务企业的市场推广过程 第四节 创造电子商务企业的竞争优势第十章 案例 第一节 神州数码E . BRIDGE电子商务系统的建设 第二节 石油与天然气电子商务系统建设 第三节 安徽省烟草电子商务系统的建设 第四节 中国联合钢铁网的建设参考书目

章节摘录

第一章 电子商务概论第一节 电子商务的基本概念 一、电子商务的产生和发展 20世纪90年代以来,随着经济全球化、贸易自由化和信息现代化步伐的加快,由信息技术、商务技术和管理技术相结合而产生的现代生产力——电子商务正以其空前的生命力推动着部门经济、区域经济、国民经济和世界经济跃上一个新台阶。

可以相信,作为一种商务活动过程,电子商务不仅为人类提供了一个全新的管理商业交易的方法,而且还将成为潜在的经济增长动力,推动世界经济向前发展。

它除了能在企业、消费者、政府之间提供更多、更直接的联系以外,本身还将产生新的产品和服务。自Internet进入商业应用以来,电子商务的热潮在世界各地以惊人的速度向前发展,利用Internet进行商业交易越来越普遍。

由于电子商务活动将突破时间和地域的限制,所以网上购物、远程医疗、远程教学、网上炒股等,这些崭新的名词不仅会越来越多地出现在新闻媒体上,同时也在逐步向每个人的生活走来,并将对传统社会构成强烈的冲击。

对于各国政府和企业来说,如何大力发展电子商务将具有极其重要的战略意义。

1. 电子商务的产生(1)电子商务的定义电子商务作为一个完整的概念出现于20世纪90年代,它并非是单纯的技术概念或单纯的商业概念,而是现代信息技术和现代商业技术的结合体。

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>