

<<电子商务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务>>

13位ISBN编号：9787040191646

10位ISBN编号：7040191644

出版时间：2006-8

出版时间：高等教育出版社

作者：李海刚，樊博 编著

页数：418

字数：538000

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>>

内容概要

代表着目前层次最高、最新的计算机、通信、网络和信息技术与当今社会的商务活动相结合，产生了一个全新的概念——“电子商务”，并随即在全球引发一场商务领域内前所未有的、深刻的管理变革。

电子商务的大潮呼啸而起，滚滚而来，已经并将继续对人类社会产生全面、深刻的影响和震撼。机遇与挑战并存。

面对这样的趋势，越来越多的企业开始将互联网作为21世纪企业竞争的主战场，开始加大实施电子商务的力度。

企业在实施电子商务的过程中，如何分析市场机会、采取什么样的竞争战略和网络营销方式、如何管理物流与供应链以开辟新的渠道、如何整合技术系统、如何适应新的环境，都是具有现实意义的课题。

因此，对电子商务的研究和进一步的认识有利于实现信息的增值，推动国民经济和社会信息化的进程；而从战略与管理的角度讨论电子商务中的相关问题，系统全面地介绍电子商务的理论知识和实践应用技术，在一定程度上将对电子商务的发展起到推动作用。

<<电子商务>>

书籍目录

序前言第1篇 电子商务导论 第1章 电子商务概述 引导案例 第一节 电子商务的定义与特征 第二节 电子商务的产生与发展 第三节 电子商务的业务流程、基本框架与应用模式 第四节 电子商务的影响与创新 本章案例 第2章 电子商务经济学基础 引导案例 第一节 电子商务经济概述 第二节 电子商务经济学概述 第三节 电子商务的数字产品理论 第四节 电子商务的数字货币理论 本章案例 第3章 电子商务环境 引导案例 第一节 电子商务经济环境 第二节 电子商务法律环境 第三节 电子商务税收环境 第四节 电子商务政策法规环境 第五节 电子商务的国际贸易环境 第六节 电子商务其他环境 本章案例 综合案例(1)第2篇 电子商务的战略模式 第4章 电子商务的竞争与战略 引导案例 第一节 电子商务的价值链 第二节 传统竞争战略理论——五力模型分析 第三节 电子商务的SWOT分析 第四节 面向电子商务战略的CSMP分析框架 第五节 电子商务环境下的竞争战略 第六节 电子商务的战略运作 本章案例 第5章 电子商务的市场机会 引导案例 第一节 电子商务市场机会分析的独特之处 第二节 电子商务企业市场分析的价值观 第三节 市场机会分析过程 第四节 企业电子商务的市场战略 本章案例 第6章 电子商务的商业模式 引导案例 第一节 商业模式概论 第二节 商业模式组成部分 第三节 商业模式的发展 第四节 电子商务商业模式的成功因素 第五节 电子商务商业模式的评价分析 本章案例 第7章 电子商务与网络营销 第8章 电子商务与物流供应链管理 第9章 电子商务的实施战略 第3篇 电子商务实施与应用 第10章 电子商务技术基础 第11章 电子商务应用技术与系统 第12章 电子商务应有系统的开发 第13章 电子商务的行业应用主要参考文献教学课件索取单

<<电子商务>>

编辑推荐

本书主要围绕电子商务这一新兴的市场和商业模式展开，从经济学、管理学和信息科学相融合的角度介绍了电子商务所涉及的理论基础、战略方法、技术与系统和行业应用等方面的知识。

本书可以作为高等院校经济管理和计算机与信息类专业本科生、研究生以及相关专业的教材、参考书和培训资料，也可以作为科研、管理机构有关工作人员的培训教材或参考书，同时也可作为网络和信息工作者提高电子商务理论水平的读物。

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>