

<<电子商务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务>>

13位ISBN编号：9787111341284

10位ISBN编号：7111341287

出版时间：2011-7

出版时间：机械工业

作者：谈晓勇//汪斌

页数：252

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

电子商务是一门集技术科学、经济学与管理科学为一体的综合性课程，也是一门理论和实践结合非常紧密的课程，是许多专业的一门专业基础课。

本书根据高校财经、管理等专业电子商务课程的培养目标和技能要求编写，系统阐述了电子商务的基本理论、基本方法和基本技术，吸纳和反映了近几年电子商务领域中的一些最新发展，精选了一批富有时代气息的优秀案例，突出了电子商务在现代商务中的具体应用。

本书理论教学课时按照64个学时设计。

为使本书层次清晰，所有内容按照电子商务基础、电子商务体系建设、网络营销和电子商务实践四大部分组织，共包含了电子商务概述、电子商务系统与基本框架、企业电子商务模式、电子商务的技术基础、电子商务网站建设、电子商务的安全体系、电子商务的支付体系、电子商务的物流体系、网络营销理念与实务、电子商务实践及应用、电子政务等11章内容。

为便于教学，每章后均配有案例，并免费提供电子课件和模拟套题。

本书可作为高等院校本科学生电子商务课程教材，也可作为高职院校等其他各类院校电子商务教学用书和企业、社会培训用书或参考书。

<<电子商务>>

书籍目录

前言

第1章 电子商务概述

1.1 电子商务的兴起和发展

1.2 电子商务的概念

1.3 电子商务的特点与优势

1.4 电子商务所带来的变革

1.5 电子商务的分类

案例：我国电子商务发展回顾

复习思考题

第2章 电子商务系统与基本框架

2.1 电子商务的组成要素

2.2 电子商务的基本框架

2.3 电子商务生态系统

案例：亚马逊公司

复习思考题

第3章 企业电子商务模式

3.1 电子商务行业发展状况

3.2 企业电子商务模式

3.3 淘宝网的电子商务模式分析

3.4 海尔的电子商务模式分析

案例：淘宝网和eBay易趣

复习思考题

第4章 电子商务的技术基础

4.1 电子商务中的技术

4.2 互联网应用常识

4.3 移动电子商务

案例：移动互联网发展动态

复习思考题

第5章 电子商务网站建设

5.1 电子商务网站策划

5.2 电子商务网站实施

5.3 网站搭建途径与方法

5.4 网页设计与开发技术

5.5 常用的网页开发工具

案例：阿里巴巴

复习思考题

第6章 电子商务的安全体系

6.1 电子商务安全概述

6.2 电子商务的安全技术

6.3 电子商务安全认证

6.4 安全认证协议

6.5 电子商务信用体系建设

案例：电子商务安全

复习思考题

第7章 电子商务的支付体系

<<电子商务>>

- 7.1 传统支付方式
- 7.2 电子支付工具
- 7.3 电子商务支付问题及发展趋势
- 7.4 常用的支付工具

案例：第三方支付

复习思考题

第8章 电子商务的物流体系

- 8.1 物流概述
- 8.2 物流系统的组成
- 8.3 电子商务物流
- 8.4 现代物流技术
- 8.5 电子商务与供应链管理

案例：物联网

复习思考题

第9章 网络营销理念与实务

- 9.1 网络营销的产生与发展
- 9.2 网络营销的概念、特点和主要内容
- 9.3 网络营销的常用方法
- 9.4 网络营销策略组合
- 9.5 网络市场调查与信息收集

案例：病毒式营销

案例：VANCL

复习思考题

第10章 电子商务实践及应用

- 10.1 网上商店与网上开店
- 10.2 网上证券
- 10.3 网上保险
- 10.4 Web 2.0应用

案例：维基百科

案例：微博

案例：网络“客”文化

复习思考题

第11章 电子政务

- 11.1 电子政务概述
- 11.2 国外电子政务应用
- 11.3 国内电子政务应用
- 11.4 电子政务的发展趋势

案例：赛迪网电子政务解决方案

复习思考题

附录 电子商务学习和实践推荐网站

参考文献

章节摘录

版权页：插图：对于已经开展传统商务的企业，可以建立基于网络的电子商务销售系统，同时也可以利用原有的物流渠道承担电子商务的物流业务。

传统流通渠道在电子商务环境下依然有其不可替代的优势：首先是传统商业历史悠久，有良好的顾客基础，已经形成的品牌效应在很大程度上是配送信用的保证。

其次是那些具有一定规模的连锁、加盟经营店使得准确及时在全国范围内配送成为可能。

最后，由于传统渠道本身也存在商品配送的任务，如果电子商务企业把商品配送任务交给传统流通渠道解决，那么可以充分利用一些闲置的仓储、运输资源，相对于使用全新的系统，成本就降低了。

目前，从事传统销售业务的企业主要包括制造商、批发商、零售商等。

从专业分工的角度看，制造商的核心业务是商品开发、设计和制造，但越来越多的制造商不仅有庞大的销售网络，而且还有覆盖整个销售区域的物流配送网，这些制造企业完全可能利用原有的物流网络和设施支持电子商务业务，这样，如果开展电子商务就不需新增物流、配送投资。

和制造商相比，批发商和零售商具有组织物流的优势，因为它们的主业就是流通。

如北京的翠微大厦、西单商场等都开展了电子商务业务，其物流业务部与其一般销售的物流业务一起安排。

但是从事传统销售业务的企业在信息交换、反应速度上与电子商务的要求还有一定的差距。

这些企业要么借助电子商务改造信息处理系统，要么就要忍受一些效率上的不足。

最近有一些规模比较大的传统流通企业纷纷触网，正是要综合利用网络 and 传统渠道的优势。

3. 物流企业联盟模式物流企业联盟是指在物流方面通过签署合同形成优势互补、要素双向或多向流动、相互信任、共担风险、共享收益的物流伙伴关系。

企业之间不完全采取导致自身利益最大化的行为，也不完全采取导致共同利益最大化的行为。

一般来说，组成物流联盟的企业之间具有很强的依赖性，物流联盟的各个组成企业明确自身在整个物流联盟中的优势及担当的角色，这使得内部的对抗和冲突减少，分工明晰，使供应商把注意力集中在提供客户指定的服务上，最终提高了企业的竞争能力和竞争效率，满足企业跨地区、全方位物流服务的要求。

<<电子商务>>

编辑推荐

《电子商务》是普通高等教育“十二五”规划教材之一。

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>