

<<电子商务导论>>

图书基本信息

书名：<<电子商务导论>>

13位ISBN编号：9787113138905

10位ISBN编号：711313890X

出版时间：2012-8

出版时间：中国铁道出版社

作者：李琪

页数：302

字数：471000

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>

<<电子商务导论>>

内容概要

李琪主编的《电子商务导论》共分三篇12章，分别从理论篇、技术篇到应用篇系统地介绍了电子商务基本理论与知识、电子商务基本技术和电子商务基本应用。

本书阐述了电子商务的基本内涵和外延，勾画出电子商务专业的基本理论知识和应用知识的轮廓，反映出电子商务是一门综合性、交叉性的新型边缘学科，电子商务专业是典型的复合型专业。

《电子商务导论》可以作为电子商务专业的本科教材，也可以作为专科生和研究生的参考书，以及经济、管理、信息类专业学习电子商务知识的参考书。

<<电子商务导论>>

书籍目录

- 第1章 电子商务基本知识
- 第2章 电子商务架构与范式
- 第3章 电子商务法规
- 第4章 电子商务链分析
- 第5章 电子商务支付
- 第6章 电子商务安全
- 第7章 电子商务与物流
- 第8章 商贸业电子商务
- 第9章 金融业电子商务
- 第10章 旅游、中介、服务电子商务
- 第11章 生产领域电子商务
- 第12章 移动电子商务
- 参考文献

章节摘录

2) 管理制度 阿里巴巴集团的六个核心价值观已融入有关雇用、培训和绩效评估等公司的管理系统。

在阿里巴巴的绩效考核中，员工的价值观与业绩各占50%的权重。

在价值观的考核上采用的是通关制，即员工在每个指标上给自己评定的时候，只有通过1分时才能得到2分。

并且，员工都必须举出实际的案例来证明自己能够得到这一分。

而业绩考核部分是对公司设定的量化KPI达成情况的一种考核，相对更硬性化一些。

员工通过考核被分成三种：有业绩，但价值观不符合的，称为“野狗”：事事老好人，但没有业绩的，被称为“小白兔”；有业绩，也有团队精神的，被称为“猎犬”。

阿里巴巴需要的是“猎犬”，而“小白兔”会通过业务培训来提升他们的专业素质，对于“野狗”，公司在教化无力的情况下，一般都会坚决清除。

同时，为了避免公司的不断扩大所引起的官僚体系，阿里巴巴在将价值观深入团队的同时，设置了M（管理）和P（专业）两个员工晋升序列。

管理序列设置了MI~MI0共10个节点，专业序列则设置了P1~P14共14个节点。

阿里巴巴的所有员工都被按照这一序列归类到某个节点上。

阿里巴巴网络有限公司上市之际，对公司制定了良好的公司治理制度。

公司的最高机构为公司董事会，在公司治理体系中处于核心地位。

董事会负责对公司管理层进行高层次的指导和有效管理。

公司管理层向董事会报告，并负责公司的日常经营。

董事长和首席执行官由两个不同的人担任。

董事长负责确保董事会适当地履行其职责，且符合良好的公司治理方式和程序。

首席执行官则负责领导高级管理层团队执行董事会批准的政策和发展战略。

公司董事会建立三个董事会下属常设委员会，分别为审计委员会、薪酬委员会和提名委员会。

此外，公司董事会还为公司雇员、高级管理人员和董事制定了较高的标准。

阿里巴巴网络有限公司在网站上还对著作权与商标、法律及隐私作了明确声明，并制定了一般性的服务条款和信息发布、举报、投诉等阿里规则。

.....

编辑推荐

李琪主编的《电子商务导论》的主要特点是：按四个方面总揽电子商务系统；在介绍电子商务理论时，准确把握基本概念和知识范畴；在介绍电子商务的发展动态时，注意把握电子商务的演进、发展趋势和基本情况分析，对新兴电子商务的特征，如：移动性、虚拟性、个性化、极端数据、社会性等给予必要的关注；在介绍技术时，强调亲身体会和动手实验来掌握基本技术；在介绍电子商务实践时，按主要行业归纳国内外电子商务发展的总体状况和典型案例。

每章都有章首案例、本章小结和复习思考题，有利于学生从感性到理性，从“树木到森林”，从学习到练习的完整体验和“知行一体化”教学过程的实现。

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>