

<<电子商务案例分析教程>>

图书基本信息

书名：<<电子商务案例分析教程>>

13位ISBN编号：9787121102486

10位ISBN编号：712110248X

出版时间：2012-5

出版时间：电子工业

作者：司林胜 编

页数：361

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>

<<电子商务案例分析教程>>

前言

电子商务作为新的先进的生产力，正以其无比强大的生命力推动着人类历史上继农业革命、工业革命之后的商业革命——第三次产业革命。

它直接作用于商贸流通，间接作用于生产、科研和创新。

对于工农业生产的原材料采购、产成品销售、企业的市场营销和商业零售业、国际贸易等的经济活动，电子商务正从微观到中观和宏观对企业、行业、区域的经济的发展产生着巨大的影响和作用；对于人们的日常生活消费，电子商务正逐步地、越来越大和越来越深刻地改变着人们的消费观念、消费习惯和消费方式，在为人们带来显著的经济利益的同时带来安逸的精神享受；对于国家和社会，电子商务对社会效率的发挥、资源的优化配置和再利用、再分配发挥着日益强大的作用，当天灾人祸来临时，它能以最快的速度调配资金和物资，在金融风暴和经济危机到来时，它能以电子速度为政府、企业和个人进行有限资源的调集和重组。

伴随以互联网为主的电子信息技术的进一步发展和信息产品（三网合一、3G手机等）的广泛使用，电子商务更呈现出泛在性、虚拟性、个人性、社会性和数据海量性等新特征，电子商务的应用和研究犹如东方日出，其前景充满了朝气和阳光。

显然，加快电子商务的发展已经成为很多国家乃至中国的一项重要政策。

这就对中国培养高素质的创新型电子商务人才提出了迫切的要求。

到2008年年底，国家教育部已经批准了300多所本科院校和800多所高职高专学校开设电子商务专业；在校学生人数已经达到30多万，每年毕业生人数达到8万多。

但正如与其他新生事物的发展一样，随着网络与电子商务经济理论的研究不断深入，电子商务法规政策的纷纷出台，企业现代化管理水平的不断提高，电子商务创新模式的不断涌现，使得电子商务专业的建设也在变化之中，有关电子商务专业的定义仍在不断充实、完善之中。

2005年，教育部启动的“全国高校电子商务专业人才培养模式研究”项目中对电子商务专业的定义是：电子商务专业是现代经济学、管理学和工学（以信息技术为主）融合形成的综合性、复合型学科，电子商务专业培养的是适应现代社会需要的复合型人才，电子商务专业的建设和发展必须要求得到经济学、管理学和工学等学科的合力支撑。

2008年，“全国高等学校电子商务本科专业知识体系”（教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会编写）中将中国现阶段电子商务本科专业的培养目标定义为：“面向世界、面向未来、面向现代化”，为国家培养德、智、体、美、劳全面发展的具备现代经济、管理理论和信息技术等多种知识和电子商务综合技能的，能从事网络环境中企业、事业和社会的商贸购销、商务管理或商务技术支持等现代化商务实践、研究和教学等工作的复合型、专门化人才。

目前，中国电子商务本科专业的两大基本方向为：电子商务经济管理类方向和电子商务工程类方向。

它们分别在经济管理知识与技能体系和信息技术知识与技能体系方面有所侧重。

电子商务专业教育涉及通识教育、综合教育、专业教育三大部分。

专业教育按知识层面划分，包括专业基础知识和专业知识两个层次；按教学内容划分，包括课堂教学和实践教学两个方面；从教学计划角度考虑，包括知识体系和课程体系两方面的组织；从学科要求角度考虑，包括知识体系、能力体系和素质体系。

而这种专业教育和相应技术内容最直接地体现在相应教材上。

为此，国家信息化专家咨询委员会与教育部电子商务专业教学指导委员会联合组织了本系列教材（高等学校电子商务专业系列教材），以奉献出一批符合国家电子商务发展方向和有利“提高国民信息技术应用能力，造就信息化人才队伍”的优秀教材，充实电子商务教育市场。

本系列教材在内容编排上努力将理论与实际相结合，尽可能反映电子商务的最新发展，以及国际上对电子商务的最新释义；在内容表达上力求由浅入深、通俗易懂；在知识体系划分上严格按照教育部电子商务专业教学指导委员会最新知识体系，具体如下：知识领域名称 知识领域标记 备注
电子商务综合 ECG 理论、政策、法规等电子商务经济 ECE 经济类相关学科
电子商务管理 ECM 管理类相关
电子商务技术 ECT 信息技术类相关学科
其编写的内容主要包括：电子商务导论、电子商务管理、电子商务法学教程、电子商务网站建设、网络经济学、网络营销、网络金融、网络财务、电子支付与清算

<<电子商务案例分析教程>>

、电子商务物流管理、电子商务系统建设与管理、电子商务安全、电子商务案例分析教程、移动商务、电子政务与商务（侧重政府采购部分）、电子商务及其应用、电子商务项目策划与管理、网上创业、客户关系管理、服务科学概论，共20本。

其中，电子商务导论（李琪主编），电子商务物流管理（魏修建主编）作为2008年“信息化与信息社会”系列丛书编委会重点扶持的教材。

本系列教材突出了“准确把握理论、理论联系实际、优选典型案例、把握发展前沿、启发读者思维、编写科学合理”的特色：对基本概念、基本知识、基本理论给予准确的表述，树立严谨求是的学术作风，注意与国内外的对应及对相关概念、术语的正确理解和表达；从实践到理论，再从理论到实践，把抽象的理论与生动的实践有机地结合起来，使读者在理论与实践的交融中对电子商务有全面和深入的理解和掌握；精选国内外典型案例，支撑相关的理论与实践，使读者能够从具体案例中深入浅出地了解、认识更多的电子商务的应用及其相关问题；对电子商务的理论、研究、技术、实践等多方面的发展状况给出发展前沿和趋势介绍，拓展读者的视野；注意在理论和实践两方面以启发读者学习、专业研究、创新为导向，为读者提供发散思维的空间和精确思考的焦点问题；本系列教材在内容逻辑和形式体例上力求科学、合理，严密和完整，使之系统化和实用化。

自系列教材编写工作启动以来，在国家信息化专家咨询委员会的指导和关怀下，在电子工业出版社与我们的共同努力下，在本系列教材各位主编、副主编和全体参编人员的辛勤劳动下，在各位专家、许多高校教师和研究生及朋友们的关心、帮助下，终于陆续面世了。

在此，我们对以上各位领导、专家、老师、同学和朋友们表示最衷心的感谢！

我们深知，虽然我们对本系列教材的组织和编写尽了最大努力，但离我们的目标仍然有较大的差距，衷心希望各位读者不吝赐教，使我们能在今后的再版工作中不断改进，使系列教材越编越好！

<<电子商务案例分析教程>>

内容概要

本书系普通高等教育“十一五”国家级规划教材，书中设计了电子商务案例的分析模型和教学模式及考核模式，将电子商务案例分为搜索引擎、网络广告、网络经纪、网络直销、网上商店、网络营销、网上支付、网络聚合、用户贡献、网络社区、网络分类信息、网络游戏、无线服务13大类，并按照案例的基本情况与价值网络、商业模式、技术模式、经营模式、管理模式、资本模式等分析模型对典型案例进行了系统分析。

本书注重建立案例分析的基本框架，系统分析案例的电子商务模式，并建立了基于互联网和师生互动的电子商务案例资源库。

<<电子商务案例分析教程>>

书籍目录

第1章 电子商务案例分析概述 1.1 电子商务案例分析的教学意义 1.1.1 促进学生知识内化
 1.1.2 培养学生的商务应用能力 1.2 电子商务案例的分类模式 1.2.1 搜索引擎 1.2.2 网络广告
 1.2.3 网络经纪 1.2.4 网络直销 1.2.5 网上商店 1.2.6 网络营销 1.2.7 网上支付
 1.2.8 网络聚合 1.2.9 用户贡献 1.2.10 网络分类信息 1.2.11 网络游戏 1.2.12 无线服
 1.3 电子商务案例分析模式 1.3.1 电子商务案例分析模型 1.3.2 电子商务的商业模式 1.3.3
 电子商务的技术模式 1.3.4 电子商务的经营模式 1.3.5 电子商务的管理模式 1.3.6 电子商务
 的资本模式 1.4 电子商务案例分析教学模式 1.4.1 教师案例示范模式 1.4.2 师生互动研讨模式
 1.4.3 学生开发模式 1.5 电子商务案例分析的考核模式 1.5.1 电子商务案例分析的考核内容和
 形式 1.5.2 电子商务案例分析的考核成绩评定依据 问题讨论 第2章 搜索引擎模式案例分析 2.1
 搜索引擎概述 2.1.1 搜索引擎定义 2.1.2 搜索引擎分类 2.1.3 搜索引擎的特征 2.1.4 搜索
 引擎的价值 2.2 案例1：Google搜索引擎 2.2.1 基本情况 2.2.2 商业模式 2.2.3 技术模式
 2.2.4 经营模式 2.2.5 管理模式 2.2.6 资本模式 2.2.7 结论与建议 2.3 案例2：奇虎论坛
 索 2.3.1 基本情况 2.3.2 商业模式 2.3.3 技术模式 2.3.4 经营模式 2.3.5 管理模式
 2.3.6 资本模式 2.3.7 结论与建议 2.4 案例3：奇搜商务搜索 2.4.1 基本情况 2.4.2 商业
 式 2.4.3 技术模式 2.4.4 经营模式 2.4.5 管理模式 2.4.6 资本模式 2.4.7 结论与建
 2.5 案例4：265上网导航 2.5.1 基本情况 2.5.2 商业模式 2.5.3 经营模式 2.5.4 管理模
 式 2.5.5 资本模式 2.5.6 结论与建议 问题讨论 第3章 网络广告模式案例分析 第4章 网络经
 式案例分析 第5章 网络直销模式案例分析 第6章 网上商店模式案例分析 第7章 网络营销模式案例分析
 第8章 网上支付模式案例分析 第9章 网络聚合模式案例分析 第10章 用户贡献模式案例分析 第11章 网
 络社区模式案例分析 第12章 网络分类信息模式案例分析 第13章 网络游戏模式案例分析 第14章 无线服
 务模式案例分析 参考文献

章节摘录

插图：元搜索引擎是一种调用其他独立搜索引擎的引擎，元搜索引擎在接受用户查询请求时，同时也在其他多个引擎上进行搜索，并将结果返回给用户。

著名的元搜索引擎有InfoSpace、Dogpile、Vivisimo等，中文元搜索引擎中具有代表性的有万维搜索、双搜等。

2.按发展历史划分从发展历史来看，目前搜索引擎可以分为第一代搜索引擎、第二代搜索引擎、第三代搜索引擎、第四代搜索引擎和第五代搜索引擎。

1) 第一代搜索引擎第一代搜索引擎是指主要依靠人工分拣的分类目录搜索，以Yahoo为代表。

2) 第二代搜索引擎第二代搜索引擎则指以超链接分析为基础的机器人抓取技术为基础，以Google、Baidu为代表。

3) 第三代搜索引擎第三代搜索引擎是根据内容相关度、网页权重和用户搜索行为结果进行动态排序的搜索引擎，搜狗的互动式搜索号称全球第一个“第三代中文互动式搜索引擎”，在用户输入一个查询词时，尝试理解用户可能的查询意图，给予多个主题搜索提示，引导用户更快更准地定位自己所关注的内容。

4) 第四代搜索引擎第四代搜索引擎是一种分类细致精确、数据全面深入、更新及时的面向主题的搜索引擎。

这种搜索引擎是以信息用户的搜索行为为中心，互动学习搜索。

通过提供的新闻，或者通过检索词等检索出来的若干项独立的信息标题及内容，让检索者进行选择，并给出符合度的评价，检索系统通过分析检索者的选择，推测检索者没有或者无法通过简单词语表达出来的隐性信息检索条件，重新从结果或者更广泛的范围进行检索，让检索者再次选择，通过多次互动学习，系统将逐渐接近信息检索者真正的需求和信息偏好，并且将检索偏好进行记录，当下次该检索者再次检索其他相关信息时，可以通过过去系统所学习的结果，更快地检索出检索者真正所需的信息。

<<电子商务案例分析教程>>

编辑推荐

《电子商务案例分析教程》：信息化与信息社会系列丛书之高等学校电子商务专业系列教材,普通高等教育“十一五”国家级规划教材

<<电子商务案例分析教程>>

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>