第一图书网, tushu007.com

<<电子商务概论>>

图书基本信息

书名：<<电子商务概论>>

13位ISBN编号：9787215061552

10位ISBN编号：7215061558

出版时间：2007-9

出版时间：河南人民

作者：赵亮主编

页数：329

字数：385000

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

前言

随着互联网的发展和普及，电子商务将成为商务模式的主流，被广泛应用到商务活动中，商务活动的任何一个环节都可以运用电子商务来改善商务活动的绩效。
电子商务的发展，需要大量的复合型人才，各个高等院校也深深地认识到了这一点，纷纷开设电子商务专业或电子商务方向，使电子商务教育成为电子商务发展中最引人注目的领域之一。
自教育部2000年首次批准开办电子商务本科专业开始，到目前为止，全国已有200多所高校获得了开办电子商务本科专业的资格，河南省也有4所学校获得开设电子商务本科专业的资格，同时，还有大量专科学校开办了电子商务专科专业。
教材建设是近年来电子商务专业建设中非常重要的一项工作，尽管国内已经有不少电子商务教材，但由于编者视角各异，针对性显得不足，使用起来总感觉效果不够理想。
河南人民出版社在2004年5月的首届河南省高校电子商务专业建设研讨会上，就与河南省高等教育学会电子商务分会联系，希望组织专家编写一套电子商务教材，经与会专家的研讨，成立了21世纪电子商务系列教材编审委员会，从众多自愿报名和编委会推荐的教师中，选出主编，采取主编负责制，召开写作大纲研讨会，反复征求各方面的意见，通力合作，编写出这套电子商务专业系列教材。
我们认为，电子商务重在商务模式的创新，电子商务教育是一种建立在经济学、管理学、信息管理学、计算机科学与技术、网络技术、数据库技术等学科基础上的综合性应用学科教育，因此，很难在一类电子商务人才中同时具备这些综合素质，电子商务专业人才是有不同层次的，大致可以分为技术型、业务型、管理型人才。
目前培养大量业务型人才是电子商务教育的主要任务，也就是说电子商务的发展需要大量业务型人才，这些人才既能够将企业的电子商务模式向用户推广以满足客户需要，又能够将用户的需求转化成企业的电子商务模式加以开发。

内容概要

电子商务是各种具有商业活动能力和需求的实体为了提高商务活动效率，而采用计算机网络和各种数字化传媒技术等电子方式实现商品交易和服务交易的一种贸易形式。
电子商务已成为21世纪社会中的主要经济模式和用来推动社会发展、企业结构调整、人们精神和物质生活提高的重要动力和工具。
赵亮主编的《电子商务概论》共分9章，分别对电子商务概述、电子商务网络基础、电子商务安全技术、电子金融与网络银行、网络营销、电子商务物流与供应链管理、客户关系管理、政府在电子商务中的作用和电子商务法律制度等内容进行了较为详尽的阐述。

《电子商务概论》注重电子商务知识架构的体系性和完整性，适合作为各类高等院校、高等职业教育等电子商务专业及相近专业的基础教材，也可作为相关领域管理人员的参考书和培训教材。

第一图书网, tushu007.com

<<电子商务概论>>

书籍目录

第1章 电子商务概述
学习目的与要求
1.1 电子商务的产生与发展
1.1.1 电子商务的产生
1.1.2 电子商务的发展
1.2 电子商务的定义与特点
1.2.1 电子商务的基本概念
1.2.2 电子商务的特点
1.3 电子商务的分类与功能
1.3.1 电子商务的分类
1.3.2 电子商务的功能
1.4 电子商务的影响与效益
1.4.1 电子商务对社会经济产生的影响
1.4.2 电子商务带来的效益的分析
1.5 国内外电子商务发展与应用
1.5.1 各国电子商务的发展
1.5.2 中国电子商务的发展
1.5.3 中国电子商务发展的基本思路及主要政策取向
思考题
参考文献
第2章 电子商务网络技术基础
学习目的与要求
2.1 电子商务应用技术概述
2.2 计算机网络概述
2.2.1 计算机网络
2.2.2 计算机网络的分类
2.2.3 计算机网络的结构与组成
2.2.4 网络体系结构
2.2.5 通信协议
2.3 Intemet技术及应用
2.3.1 Internet的概述
2.3.2 Internet的工作原理与使用
2.3.3 Internet的用法
2.4 EDI技术
2.4.1 EDI的概念
2.4.2 EDI中商业信息的流通方式
2.4.3 EDI标准
2.4.4 EDI系统的组成
思考题
第3章 电子商务安全
学习目的与要求
3.1 电子商务的安全隐患
3.1.1 信息安全
3.1.2 信息系统安全所面临的威胁
3.1.3 信息系统安全的体系结构

3.1.4 信息系统安全的三个层次
3.2 计算机安全制度
3.2.1 计算机安全控制制度
3.2.2 防范计算机犯罪的法律手段
3.3 网络安全技术
3.3.1 加密与认证
3.3.2 网络安全
3.3.3 应用程序安全
3.4 电子商务安全协议
3.4.1 SSL安全协议
3.4.2 SET安全协议
3.4.3 SSL与SET的比较
思考题
第4章 电子金融与网络银行
学习目的与要求
4.1 金融业务电子化的发展
4.1.1 金融电子化产生的原因
4.1.2 金融电子化的发展阶段
4.1.3 电子化金融与传统金融业务的区别
4.1.4 金融服务发展措施
4.2 网络银行与电子支付
4.2.1 网络银行
4.2.2 电子支付
4.2.3 网络银行的安全
4.3 网络保险与网络证券
4.3.1 网络保险
4.3.2 网络证券
思考题
实验题
参考文献
附录
第5章 网络营销
学习目的与要求
5.1 网络营销概述
5.1.1 网络营销的内涵
5.1.2 市场营销基本知识
5.1.3 网络营销基本职能
5.1.4 网络营销与传统营销的比较
5.2 电子商务网络营销策略
5.2.1 产品策略
5.2.2 价格策略
5.2.3 渠道策略
5.2.4 促销策略
5.3 网络营销的方法
5.3.1 搜索引擎注册与排名
5.3.2 网络广告
5.3.3 交换链接

5.3.4 其他几种常见的网络营销形式
5.4 网络营销评价
5.4.1 网络营销评价的意义
5.4.2 网络营销评价指标体系
5.4.3 网络营销评级
讨论
思考题
参考文献
第6章 电子商务物流与供应链管理
学习目的与要求
6.1 物流概述
6.1.1 物流的含义
6.1.2 物流的分类
6.1.3 物流的作用
6.1.4 现代物流
6.2 物流技术的发展
6.2.1 物流技术的概念与分类
6.2.2 电子商务物流技术的概念与作用
6.2.3 主要电子商务物流技术介绍
6.3 电子商务与物流的关系
6.3.1 电子商务与物流的关系
6.3.2 电子商务对现代物流的影响
6.3.3 电子商务物流模式与特点
6.3.4 电子商务下的物流战略发展趋势
6.4 供应链与供应链管理
6.4.1 供应链概述
6.4.2 供应链管理概述
6.4.3 供应链管理方法
6.5 电子商务与供应链管理
6.5.1 电子商务对供应链管理的影响
6.5.2 电子商务在供应链管理中的应用
6.5.3 电子商务供应链管理的主要内容
6.5.4 电子商务在供应链管理中应用的主要技术手段
6.5.5 在电子商务中的供应链管理应注意的问题
思考题
参考文献
第7章 客户关系管理
学习目的与要求
7.1 客户关系管理的概述
7.1.1 客户关系管理的产生
7.1.2 客户关系与客户关系价值
7.1.3 客户关系管理的内涵
7.1.4 客户关系管理的目标
7.1.5 客户关系管理的作用
7.2 客户关系管理的内容
7.2.1 关系营销：客户关系管理的理论基础之一
7.2.2 关系营销的分类

7.2.3 客户关系生命周期：客户关系管理的理论基础之二
7.2.4 客户关系管理的内容
7.3 客户关系管理系统的建设
7.3.1 客户关系管理系统CRM的主要组成和功能
7.3.2 CRM成功实施的关键因素
7.4 客户关系管理的手段——呼叫中心（客户服务中心）
7.4.1 呼叫中心（客户服务中心）的定义
7.4.2 呼叫中心的分类
7.4.3 呼叫中心的发展历程
7.4.4 呼叫中心的作用
7.4.5 呼叫中心的应用
思考题
参考文献
第8章 政府在电子商务中的作用
学习目的与要求
8.1 电子商务在政府工作中的应用
8.1.1 政府上网与电子政府?
8.1.2 电子政府对政府工作带来的变革
8.2 电子商务在政府采购中的应用
8.2.1 网上采购
8.2.2 电子商务下的集中采购
8.3 电子政务的基础知识
8.3.1 电子政务的含义和特点
8.3.2 电子政务的基本模式
8.3.3 实施电子政务的意义
8.4 国内外电子政务的发展
8.4.1 国外电子政务发展状况
8.4.2 我国电子政务发展现状
思考题
参考文献
第9章 电子商务法律制度
学习目的与要求
9.1 电子商务呼唤法律
9.1.1 网络知识产权纠纷不断
9.1.2 电子合同是否具有法律效力
9.1.3 隐私权问题
9.1.4 电子商务交易安全的问题
9.2 国外电子商务法律体系的建设
9.2.1 联合国贸易法委员会《电子商务示范法》和《电子签名统一规则》
9.2.2 美国《国际与国内商务电子签章法》
9.2.3 欧盟《电子签名统一框架指令》
9.2.4 新加坡《电子交易法》
9.2.5 澳大利亚《电子交易法》
9.3 电子合同与电子签名
9.3.1 电子合同概述
9.3.2 电子合同的形式
9.3.3 电子签名概述

9.3.4 电子商务签名法
9.4 电子商务中的知识产权和隐私保护
9.4.1 知识产权和隐私保护
9.4.2 法律适用
9.5 构筑我国电子商务法律体系
9.5.1 我国电子商务立法现状
9.5.2 我国电子商务立法的若干基本问题
9.5.3 对电子商务立法的几点建议
思考题
参考文献

章节摘录

插图：1.1.2 电子商务的发展1.电子商务的发展阶段从20世纪90年代中期开始，在短短十来年的时间里，电子商务的发展经历了3个阶段：（1）第一个阶段：高速初始发展阶段。
20世纪末，基于计算机技术与通信技术结合的网络环境的出现，通过Internet从事商务活动，成为经济活动中的热点。
基于对发展前景的美好预期，电子商务得到了长足发展。
大量的风险投资涌入电子商务领域，不断有企业宣布拓展电子商务领域，新的电子商务网站不断大量涌现。
根据著名咨询公司CMP Research在1998年年初做的一项调查，大约有1／3的美国企业宣称将会在一年内实施他们的电子商务；而在已经实施了电子商务的企业当中，64%期望能在一年内收回投资。
据另一项调查显示，美国1997年1月到6月间申请商业域名的公司从17万多个增加到近42万个。
到1997年年底，这一数据又翻了一番。
可见，电子商务的竞争达到了白热化程度。
在当年电子商务的爆炸式发展中，资本市场的投资，起到了推波助澜的作用。
从20世纪90年代开始，在IT业快速发展的推动下，美国股市连续上涨10年，创造了经济奇迹。
20世纪90年代中期以后，网络概念股在美国股市受到青睐。
网上图书销售商亚马逊的营业收入从1996年的l580万美元猛增到1998年的4亿美元。
面对Internet良好的应用前景，网络概念股节节走高。
以高新技术类上市公司为主的美国NASDAQ股票市场，1996年年初的指数点位还只有1000点，而2000年年初该点位已经超过4000点。
在财富效应的驱动下，各种资金蜂拥进入以网络为核心的IT领域，电子商务经历了其发展初期的爆炸式发展阶段。
（2）第二个阶段：调整蓄势阶段。
2000年年初，在投资者的疯狂追捧下，NAS-DAQ接近了5000点大关。
然而就在这个时候，IT业经过十多年的高速发展之后积累的问题开始暴露，电子商务也未能例外。
尽管一些电子商务网站的营业收入已经做得很大，但支出更大，一直不能实现赢利。
此外，随着规模的扩大，物流、管理等方面的问题开始突出，如何继续保持高速发展成为了问题。

编辑推荐

《电子商务概论(第2版)》：21世纪电子商务系列教材。

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