

<<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：9787301174753

10位ISBN编号：7301174756

出版时间：2012-9

出版单位：北京大学出版社

作者：庞大莲，张冰新 主编

页数：340

字数：507000

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>

## <<电子商务概论>>

### 内容概要

《21世纪全国应用型本科电子商务与信息管理系统实用规划教材：电子商务概论（第2版）》以电子商务基础理论知识为主线，系统地介绍了电子商务的基本理论、基本知识、基本技术和基本应用。本书分为10章，包含电子商务的基本知识（第1章）、电子商务的基本模式（第2章）、电子商务环境（第3章）、电子商务的相关技术（第4、第5、第8章）、电子商务与客户关系管理（第6章）、网络营销（第7章）、电子商务的行业应用（第9章）和移动电子商务（第10章）。本书在每章章末配有案例研讨和思考与练习题，另外还配有教学课件和配套的实验教材，供师生在教学中采用。

《21世纪全国应用型本科电子商务与信息管理系统实用规划教材：电子商务概论（第2版）》的主要特点是理念新颖、结构清晰、概念准确，注重培养学生的分析问题能力及实际应用能力，具有基础性、创新性和实用性。

《21世纪全国应用型本科电子商务与信息管理系统实用规划教材：电子商务概论（第2版）》可作为高等学校电子商务专业的教材，也可作为电子信息、经济管理类专业学生的教材或教学参考书。

## <<电子商务概论>>

### 书籍目录

#### 第1章 电子商务的基本知识

##### 1.1 电子商务的基本概念

###### 1.1.1 电子商务的产生

###### 1.1.2 电子商务的定义、内涵与外延

###### 1.1.3 电子商务的应用与分类

##### 1.2 电子商务的功能及特点

###### 1.2.1 电子商务与传统商务

###### 1.2.2 电子商务的功能

###### 1.2.3 电子商务的特点

##### 1.3 电子商务的影响及效益

###### 1.3.1 电子商务产生的影响

###### 1.3.2 电子商务带来的效益

##### 1.4 电子商务的发展及关注点

###### 1.4.1 电子商务的发展概况

###### 1.4.2 电子商务发展存在的主要问题

###### 1.4.3 电子商务的发展趋势及关注点

###### 1.4.4 中国电子商务的基本原则

##### 本章小结

##### 关键术语

##### EC动态

##### 阅读材料

##### 案例研讨

##### 思考与练习题

#### 第2章 电子商务的基本模式

##### 2.1 电子商务的基本结构

###### 2.1.1 电子商务的总体框架

###### 2.1.2 电子商务的概念模型

##### 2.2 电子商务的系统结构

###### 2.2.1 电子商务系统的组成结构

###### 2.2.2 企业电子商务系统的应用结构

##### 2.3 电子商务的交易模式

###### 2.3.1 BtoB电子商务模式

###### 2.3.2 BtoC电子商务模式

###### 2.3.3 CtoC电子商务模式

###### 2.3.4 其他电子商务模式

###### 2.3.5 电子商务模式创新

##### 2.4 电子商务的交易流程

###### 2.4.1 传统商务的业务流程

###### 2.4.2 电子商务的业务流程

##### 本章小结

##### 关键术语

##### EC动态

##### 阅读材料

##### 案例研讨

##### 思考与练习题

## <<电子商务概论>>

### 第3章 电子商务环境

#### 3.1 电子商务的组织环境

##### 3.1.1 国际电子商务相关组织机构

##### 3.1.2 国内电子商务相关组织机构

#### 3.2 电子商务的社会环境

##### 3.2.1 社会的经济环境

##### 3.2.2 社会的文化环境

##### 3.2.3 电子商务与社会的道德伦理

#### 3.3 电子商务的信用环境

##### 3.3.1 我国电子商务信用状况

##### 3.3.2 建立电子商务信用体系的意义

##### 3.3.3 电子商务信用环境建设

#### 3.4 电子商务的政策法律环境

##### 3.4.1 电子商务的法律问题

##### 3.4.2 国际电子商务法律环境

##### 3.4.3 我国电子商务法律与政策环境

##### 3.4.4 电子商务的发展呼唤法制化

#### 3.5 电子商务的其他相关环境

##### 3.5.1 电子商务的技术环境

##### 3.5.2 电子商务的物流环境

##### 3.5.3 电子商务的金融环境

#### 本章小结

#### 关键术语

#### EC动态

#### 阅读材料

#### 案例研讨

#### 思考与练习题

### 第4章 电子商务的支付技术

#### 4.1 电子商务支付系统概述

##### 4.1.1 电子商务支付系统的构成

##### 4.1.2 电子商务支付系统的功能

##### 4.1.3 电子交易模型

#### 4.2 电子支付工具

##### 4.2.1 电子信用卡

##### 4.2.2 电子支票

##### 4.2.3 电子钱包

##### 4.2.4 电子现金

#### 4.3 网上银行

##### 4.3.1 网上银行发展的背景和发展阶段

##### 4.3.2 网上银行的分类及优势分析

##### 4.3.3 网上银行的主要业务内容和功能

##### 4.3.4 网上银行的营销

#### 4.4 电子支付现状

##### 4.4.1 国内外电子支付现状

##### 4.4.2 电子支付安全性问题

#### 本章小结

#### 关键术语

## <<电子商务概论>>

EC动态

阅读材料

案例研讨

思考与练习题

第5章 电子商务与现代物流

5.1 电子商务物流及其过程

5.1.1 电子商务与物流

5.1.2 电子商务物流的含义与特点

5.1.3 电子商务物流活动的构成要素

5.1.4 电子商务下的物流作业流程

5.2 电子商务物流运作模式

5.2.1 电子商务物流配送模式的

5.2.2 BtoB物流运作模式

5.2.3 BtoC物流运作模式

5.2.4 电子商务物流采购模式

5.3 电子商务物流管理方法

5.3.1 Jrr、

5.3.2 QR

5.3.3 MRP

5.3.4 DRP

5.3.5 LRP

5.4 电子商务物流信息技术

5.4.1 物流信息识别技术

5.4.2 物流信息跟踪技术

5.4.3 物流信息交换技术

5.4.4 物流信息整合平台——物流信息系统

本章小结

关键术语

EC动态

阅读材料

案例研讨

思考与练习题

第6章 电子商务与客户关系管理

第7章 网络营销

第8章 电子商务安全技术及信用机制

第9章 电子商务的行业应用

第10章 移动电子商务

参考文献

## &lt;&lt;电子商务概论&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：对于消费者来说，在大部分网上商店进行网上购物的基本消费流程大致相同，一般可以分为以下6个步骤。

(1) 消费者通过Internet上的广告、产品目录、搜索引擎检索等方式得到对自己有用的信息，进入有关的网站并查询自己所需要的产品或服务。

(2) 消费者通过网站提供的订货单填入需要购买的商品或服务的内容，包括商品品种、规格、数量、价格等，以及送货方式、地址等信息。

(3) 消费者选择付款方式，如信用卡、电子现金或电子支票等。

(4) 商家或企业的电子商务服务器自动检查支付方服务器，确认汇款额是否被认可。

(5) 商家或企业的电子商务服务器确认顾客付款后，通知销售部门或物流公司送货上门。

(6) 顾客所在的开户银行将支付款项转到顾客的信用卡公司，信用卡公司负责发给消费者收费清单。

为保证交易过程的安全性，还需要一个认证机构对网上交易的双方进行认证，以确认他们的真实身份。

4. BtoC电子商务模式的典型运作方式 BtoC电子商务模式主要适用于网上商店（在线零售商店），但是网上销售无形产品和劳务与销售实物商品的方式有较大的区别。

为了充分利用互联网达到最佳的商业效果，不同的企业应根据自身的经营特点，开发适合企业发展的电子商务战略模式。

可以将Btoc电子商务分为3种发展模式，即实物商品的电子商务模式、无形产品的电子商务模式和综合的电子商务模式，每一种发展模式都具有自身的特色，下面分别加以介绍。

1) 实物商品的电子商务模式 实物商品指的是传统的有形商品，如电脑产品、书籍、旅游、服饰、食品饮料、礼品鲜花等。

这种商品的物流配送不是通过计算机的信息载体，而仍然通过传统的方式来实现。

虽然目前在互联网上所进行的实物商品的交易还不十分普及，但网上成交额在不断增加。

实物商品的电子商务模式主要是网上商店模式，消费者通过网上商店购买商品是BtoC电子商务的典型应用之一。

网上商店的主要构成一般包括商品目录、购物车、付款台和后台管理系统4个部分内容。

(1) 商品目录。

相当于网上商店的货架陈列，作用在于使顾客通过最简单的方式找到所需要的商品，内容的丰富程度、美观性、方便性是关键。

消费者在访问网上商店的时候，必须方便地寻找到所需要的商品，因此网上商店还必须配备商品搜索引擎。

对于商品数量较多的网上商店，必须建立商品数据库，以便更好地管理商品。

(2) 购物车。

是用来衔接商店和消费者的工具，是方便消费者选购商品的暂放处，当消费者选择了合适的商品时，可将其点击放入购物车，也可将放入购物车中的商品取出（改变购物决定），直到最后付款确认。

(3) 付款台。

是顾客网上购物的最后环节，是网上商店的结算处。

首先，消费者要对所订购内容进行确认，生成订单；其次，在付款台选择付款方式，目前国内消费者可以选择信用卡支付、邮局汇款、货到付款等方式。

上述过程均可在Internet上实现，而支持网上商店正常运转还需要后台管理系统。

编辑推荐

《21世纪全国应用型本科电子商务与信息管理系列实用规划教材:电子商务概论(第2版)》特点表现为:突出创造能力和创新意识。

关注专业背景,拓宽理论基础、强调计算机应用与网络技术应用技能和专业知识,着眼于增强教学内容的实际和应用性。

符合各学校专业课程设置要求。

以高等教育的培养目标为依据,注重教材的科学性、实用性和通用性,准确定位教材在人才培养过程中的地位和作用,满足各院校教学需求。

面向就业,突出应用。

作者多为在电子商务与信息管理专业教学方面具有丰富经验的一线教师 and 研究人员,准确把握就业市场动向,注重培养学生实际操作能力。

合理选材和编排。

传统内容与现代内容合理融合,补充了大量新知识、新技术和新成果;遵循最新准则或规范,根据教学内容、学时、教学大纲的要求,突出重点和难点。

侧重案例教学。

对大量当前最新典型案例进行分析讲解,理论联系实际,通俗易懂。

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>