

<<电子商务基础与应用>>

图书基本信息

书名：<<电子商务基础与应用>>

13位ISBN编号：9787302237129

10位ISBN编号：7302237123

出版时间：2010-10

出版时间：清华大学

作者：陈晴光 编

页数：418

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

电子商务是一个电子化购买与出售货物、服务和信息的过程。

进入21世纪以来，电子商务的应用跨入了一个崭新的发展阶段。

由于电子商务充分利用现代信息技术，创造了以Web为基础的全新商业模式，改变了商业伙伴之间的合作方式，因此，电子商务又绝不仅仅是购买和销售，它同时也是一种电子化的沟通、合作和信息传递途径。

本书由专业知识和实践经验都很丰富的作者撰写，立足于基础与应用，从服务与管理相结合的角度来介绍什么是电子商务，以及它是如何运作和管理的。

目标读者本书主要针对电子商务、国际经济与贸易、工商管理、物流、信息管理与信息系统等开设电子商务（概论）课程的相关专业本科生；也可作为企、事业单位电子商务培训教材，以及从事电子商务相关工作的企业管理人员和业务人员的参考书；高职高专相关专业对教材中“电子商务支持服务”和“电子商务策划”部分的一些内容酌情裁剪后也适合使用。

<<电子商务基础与应用>>

内容概要

本书按知识结构特征及其内在联系分为电子商务概述、电子商务模型、电子商务支持服务和电子商务应用四大板块，主要内容包括电子商务概述、B2B电子商务、B2C电子商务、C2C电子商务、新型电子商务模式(如B2F、B2B2C等)、移动电子商务、电子商务网站规划与维护、电子商务安全、电子货币与网络支付、电子商务物流配送与管理、网络营销、电子商务策划共12章，在各章节中有机地穿插了大量针对相关内容和知识点的应用案例、研讨专题等。

本书既可作为电子商务专业以及国际经济与贸易、工商管理、物流管理、信息管理与信息系统等开设电子商务(概论)课程的相关专业本科生教材，也可供对电子商务感兴趣的读者参阅。

<<电子商务基础与应用>>

书籍目录

第一篇 电子商务导论第1章 电子商务概述 本章学习目标 引例：从人间天堂到电子商务之都 1.1 电子商务基本概念 1.2 电子商务的产生与发展 1.3 电子商务的功能与特性 1.4 电子商务分类 1.5 电子商务支持服务环境 1.6 电子商务市场 1.7 电子商务应用型人才结构特征 本章小结 问题讨论 商务应用实训 扩展阅读第二篇 电子商务模型第2章 B2B电子商务 本章学习目标 引例：弃鲸鱼抓虾米 2.1 B2B电子商务概念与特点 2.2 B2B电子商务模式类型 2.3 B2B电子商务交易流程与盈利模式 2.4 国内典型的B2B网站 2.5 B2B电子商务综合案例分析 本章小结 问题讨论 商务应用实训 扩展阅读第3章 B2C电子商务 本章学习目标 引例：有书香自网上来 3.1 B2C电子商务概念与特点 3.2 B2C电子商务模式类型 3.3 B2C电子商务企业类型 3.4 B2C电子交易一般流程 3.5 B2C电子商务典型案例——亚马逊公司 本章小结 问题讨论 商务应用实训 扩展阅读第4章 C2C电子商务 本章学习目标 引例：皮尔·奥米德亚与eBay拍卖网站 4.1 C2C电子商务概述 4.2 C2C电子商务的应用模式 4.3 C2C电子商务的交易流程 4.4 国内主要C2C电子商务平台对比 本章小结 问题讨论 商务应用实训 扩展阅读第5章 新型电子商务模式 本章学习目标 引例：红孩子的“目录+网站”双轮模式 5.1 新型二维电子商务模式 5.2 新型三维电子商务模式 本章小结 问题讨论 商务应用实训 扩展阅读第6章 移动电子商务 本章学习目标 引例：W老板Mobile的一天 6.1 移动电子商务的产生及发展 6.2 移动电子商务相关技术 6.3 移动电子商务主要业务形式 6.4 移动电子商务产业链 本章小结 问题讨论 商务应用实训 扩展阅读第三篇 电子商务支持服务第7章 电子商务网站建设规划与维护 本章学习目标 引例：德国S公司的销售网站优化设计 7.1 电子商务网站的基本知识 7.2 电子商务网站规划 7.3 电子商务网站建设 7.4 电子商务网站维护 本章小结 问题讨论 商务应用实训 扩展阅读第8章 电子商务安全 本章学习目标 引例：网络钓鱼 8.1 电子商务安全概述 8.2 电子商务网络安全 8.3 电子商务交易安全 8.4 电子商务信用安全 8.5 电子商务安全风险 管理 本章小结 问题讨论 商务应用实训 扩展阅读第9章 电子货币与网络支付 本章学习目标 引例：深圳招商银行的网上支付 9.1 支付与结算概述 9.2 常用电子支付工具 9.3 互联网第三方支付平台 本章小结 问题讨论 商务应用实训 扩展阅读第10章 电子商务物流配送与管理 本章学习目标 引例：ZARA公司整合供应链的大物流 10.1 电子商务物流概述 10.2 电子商务物流技术 10.3 电子商务物流配送管理 10.4 电子商务与第四方物流 10.5 电子商务中的逆向物流 本章小结 问题讨论 商务应用实训 扩展阅读第四篇 电子商务应用第11章 网络营销 本章学习目标 引例：澳大利亚大堡礁护岛人竞聘 11.1 网络营销概述 11.2 网络营销常用工具与方法 11.3 网络市场调研 11.4 企业网络营销的策略 11.5 网络营销应用实践 本章小结 问题讨论 商务应用实训 扩展阅读第12章 电子商务策划 本章学习目标 引例：大学生电子商务创业策划竞赛 12.1 电子商务策划的定义与原则 12.2 电子商务策划的类型 12.3 电子商务策划书的编写 12.4 电子商务策划书实例 本章小结 问题讨论 商务应用实训 扩展阅读附录附录1 “合作学习”教学模式的理论基础与实施方法 1.1 “合作学习”教学模式的理论基础 1.2 “合作学习”教学模式的实施方法附录2 电子商务课程“合作研讨式”教学实施方案建议 2.1 课程基本情况 2.2 课程教学 内容 2.3 教学过程设计 2.4 教学评价设计 2.5 教学效果信息反馈与预测参考文献

章节摘录

插图：行业竞争一般分两类：不同级的竞争和同级之间的竞争。

不同级的竞争，如果双方技术水平相差悬殊，竞争一方的法宝是高技术，另一方的法宝则是低价格，最后在中市场中各取所需，高技术的独占高端市场，低价格的则在低端市场，倒也相安无事。

同级之间的竞争往往是高智慧的体现，当两个企业的技术水平相同，而目标客户群也相同时，通过什么方式能够使自己优于竞争对手，被客户所青睐呢？

答案只有一个：更了解客户！

如何通过网站，反映S公司对客户的了解，使S公司比其竞争对手更能体现专业的形象呢？

这就是翼帆企业营销公司面临的任务。

S公司不可能仍然企图仅仅使用优质的图片和文案去超越对手，这些只是用于区分其与低端竞争者的手段。

既然关键在于使网站更能反映对客户了解、更能体贴客户的需求，首先必须对客户作全面的分析。要把客户根据不同的标准分类，然后通过适合其特征的不同的方式，引导其找到最适合他的产品。

首先，需要区分的客户有两类：了解S公司产品的老客户和不了解S公司产品的新客户。

对于老客户来说，提供给他们一个所有S+S产品的型号索引表，他们就已经很满意了。

而对于从未接触过S公司产品的新客户，产品型号索引表只会让他一头雾水，徒生厌恶。

这个时候就需要有另外的引导方式去适应这一类客户。

<<电子商务基础与应用>>

编辑推荐

《电子商务基础与应用》：B&E营销学系列

<<电子商务基础与应用>>

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>