

<<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：9787307068193

10位ISBN编号：7307068192

出版时间：2009-4

出版时间：武汉大学出版社

作者：姚春荣，刘利华 主编

页数：253

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

进入21世纪以来,人类已步入了知识经济的时代。

作为知识经济重要组成部分的信息产业已经成为全球经济的主导产业。

计算机科学与技术与信息产业中占据了极其重要的地位,计算机技术的进步直接促进了信息产业的发展。

在国内,随着社会主义市场经济的高速发展,国民生活水平的不断提高,尤其IT行业在国民经济中的迅猛渗透和延伸,越来越需要大量从事计算机技术方面工作的高级人才加盟充实。

另一方面,随着我国教育的不断深入,高等教育已经完成了从精英教育向大众化教育的转变,在校大学本科和专科计算机专业学生的人数大量增加,接受计算机科学与技术教育的对象发生了变化。

我国的高等教育进入了前所未有的大发展时期,时代的进步与发展对高等教育提出了更高、更新的要求。

早在2001年8月,教育部就颁发了《关于加强高等学校本科教学工作,提高教学质量的若干意见》。

文件明确指出,本科教育是高等教育的主体和基础,抓好本科教学是提高整个高等教育质量的重点和关键。

2007年1月,教育部和财政部又联合启动了“高等学校本科教学质量与教学改革工程”(以下简称“质量工程”)。

“质量工程”以提高高等学校本科教学质量为目标,以推进改革和实现优质资源共享为手段,按照“分类指导、鼓励特色、重在改革”的原则,加强内涵建设,提升我国高等教育的质量和整体实力。

本科教学质量工程的启动对高等院校从事计算机科学与技术教学的教师提出了一个新的课题:如何在新形势下培养高素质创新型的计算机专业人才,以适应社会进步的需要,适应国民经济的发展,增强高新技术领域在国际上的竞争力。

毋庸置疑,教材建设是“本科教学质量工程”的重要内容之一。

新时期计算机专业教材应做到以培养学生会思考问题、发现问题、分析问题和解决问题的实际能力为干线,以理论教学与实际操作相结合,“案例、实训”与应用问题相结合,课程学习与就业相结合为理念,设计学生的知识结构、能力结构、素质结构的人才培养方案,为了适应新形势对人才培养提出的要求,在教材的建设上,应该体现内容的科学性、先进性、思维性、启发性和实用性,突出中国学生学习计算机专业的特点和优势,做到“够用、能用、实用、活用”,这就需要从总体上优化课程结构,构造脉络清晰的课程群;精练教学内容,设计实用能用的知识点;夯实专业基础,增强灵活应用的支撑力,加强实践教学,体现理论实践的连接度,力求形成“基础课程厚实,专业课程宽新,实验课程创新”的教材格局。

提高计算机科学与技术课程的教学质量,关键是要不断地进行教学改革,不断地进行教材更新,在保证教材知识正确性、严谨性、结构性和完整性的条件下,使之能充分反映当代科学技术发展的现状和动态,使之能为学生提供接触最新计算机科学理论和技术的机会;教材内容应提倡学生进行创新性的学习和思维,鼓励学生动手能力的培养和锻炼。

在这个问题上,计算机科学与技术这个领域表现得尤为突出。

<<电子商务概论>>

内容概要

全书共分8章，分别是电子商务概述、电子商务的技术基础、Internet电子商务交易模式、行业电子商务、电子货币与支付系统、网络营销、电子商务物流、电子商务法律规范。
书后附有12个电子商务实验。

本书内容丰富，结构合理，图文并茂，有一定的可操作性，实用性强。
可作为大专院校电子商务及相关专业的教材或教学参考书，也可供需要了解电子商务基础知识以及准备从事电子商务工作的人员参考。

书籍目录

第1章 电子商务概述 1.1 Dell案例 1.2 传统商务与电子商务 1.2.1 传统商务及交易运作过程 1.2.2 电子商务及交易运作过程 1.2.3 传统商务与电子商务的比较 1.2.4 传统企业面临的变革 1.2.5 电子商务对社会的影响 1.3 电子商务的定义及分类 1.3.1 电子商务的内涵 1.3.2 电子商务的特点 1.3.3 电子商务的分类 1.4 电子商务的基本组成 1.4.1 电子商务概念模型 1.4.2 电子商务的研究对象 1.4.3 电子商务的组成 1.5 电子商务的起源和发展 1.5.1 电子商务产生的背景及原因 1.5.2 萌芽阶段的电子商务 1.5.3 基于EDI阶段的电子商务 1.5.4 基于互联网的电子商务 1.5.5 电子商务的新发展 本章小结 习题1

第2章 电子商务的技术基础 2.1 网络技术与通信技术 2.1.1 网络概述 2.1.2 Internet技术 2.1.3 Internet的功能 2.1.4 Internet、Intranet和Extranet 2.2 电子数据交换技术 2.2.1 EDI系统概述 2.2.2 EDI标准 2.2.3 实施EDI的效益 2.3 电子商务技术 2.3.1 电子商务的安全问题与安全需求 2.3.2 防火墙技术 2.3.3 数据加密技术 2.3.4 数字认证技术 2.3.5 安全技术协议 (SSL协议、SET协议) 2.4 电子商务网站建设 2.4.1 网站规划 2.4.2 硬件环境 2.4.3 软件环境 2.4.4 网页内容设计 本章小结 习题2

第3章 Internet电子商务交易模式 3.1 Internet商务框架结构 3.1.1 Internet商务的发展趋势 3.1.2 Internet电子商务框架结构 3.1.3 Internet商务的经营模式 3.2 B2C电子商务 3.2.1 B2C电子商务概述 3.2.2 B2C电子商务的企业类型 3.2.3 网上顾客的类型 3.2.4 B2C电子商务网站的收益模式 3.2.5 信息沟通 3.3 B2B电子商务 3.3.1 B2B电子商务概述 3.3.2 B2B电子商务的优势 3.3.3 B2B电子商务模式 3.4 案例 3.4.1 B2C电子商务案例一——亚马逊网上书店 3.4.2 B2B电子商务案例——阿里巴巴 本章小结 习题3

第4章 行业电子商务 4.1 电子商务与企业经营管理 4.1.1 电子商务在企业竞争中的作用 4.1.2 企业实施电子商务的策略 4.1.3 电子商务与企业资源重组 4.2 生产企业电子商务的应用 4.2.1 生产企业电子商务应用 4.2.2 生产企业的网上采购与销售 4.2.3 生产企业典型案例——青岛海尔集团 4.3 流通行业电子商务 4.3.1 流通企业电子商务应用 4.3.2 电子商务对流通业的影响 4.3.3 零售业典型案例——梅林正广和 4.4 服务类企业电子商务的应用 4.4.1 信息服务型电子商务 4.4.2 网络银行 4.4.3 网上证券——证券业电子商务 4.4.4 网上保险 4.5 案例 4.5.1 网络银行案例——招商银行 4.5.2 网上证券案例——海融证券电子商务 4.5.3 网上保险案例——易保公司 本章小结 习题4

第5章 电子货币与支付系统 5.1 电子货币 5.1.1 电子货币的发行 5.1.2 电子货币的分类 5.1.3 电子现金的特点 5.1.4 电子现金的安全防范措施 5.2 网上支付 5.2.1 电子商务网上购物流程 5.2.2 网上支付模式 5.3 网上支付现状与发展 5.3.1 我国网上支付的现状 5.3.2 网上支付的发展 本章小结 习题5

第6章 网络营销 6.1 网络营销概述 6.1.1 网络营销的概念 6.1.2 网络营销与传统营销 6.1.3 网上的消费行为 6.2 网络营销策略 6.2.1 产品策略 6.2.2 定价策略 6.2.3 分销策略 6.2.4 促销策略 6.3 网络广告 6.3.1 网络广告的概念与特点 6.3.2 网络广告的策略 6.3.3 网络广告的发布 6.4 案例 本章小结 习题6

第7章 电子商务物流 7.1 物流概述 7.1.1 物流的产生 7.1.2 物流的定义 7.1.3 物流的分类 7.1.4 物流活动的要素 7.2 电子商务与物流配送 7.2.1 物流在电子商务中的地位 7.2.2 电子商务环境下物流的特点 7.2.3 电子商务与配送的关系 7.2.4 电子商务环境下的配送中心 7.3 电子商务与供应链管理 7.3.1 供应链与供应链管理的定义 7.3.2 电子商务环境下的供应链模式 7.3.3 电子商务环境下的供应链管理与传统的供应链管理 7.3.4 电子商务中供应链管理策略 7.3.5 电子商务环境下供应链管理的新趋势 7.4 案例 本章小结 习题7

第8章 电子商务法律规范 8.1 电子商务法律概述 8.1.1 电子商务法的产生 8.1.2 电子商务法的调整对象和范围 8.1.3 明确电子商务立法的重要性, 加快我国电子商务立法进程 8.2 电子商务交易的法律规范 8.2.1 电子合同 8.2.2 电子签名 8.2.3 电子认证 8.2.4 电子支付 8.3 电子商务的相关法律制度 8.3.1 电子商务税收问题 8.3.2 电子商务隐私权的法律保护 8.3.3 电子商务中知识产权保护问题 8.3.4 电子商务中域名法律保护问题 8.4 我国网络安全的法律保证 8.4.1 我国保证网络安全的相关法律 8.4.2 加大法制宣传力度, 提高全民族的网络安全意识 8.4.3 公钥基础设施 (PKI) 本章小结 习题8

实训系统简介 实训1 实验总述 实训2 个人控制台 实训3 B2B实验 实训4 B2C模块 实训5 C2C模块 实训6 网上银行 实训7 信用认证 实训8 CA认证 实训9 网站建设 实训10 网络营销 实训11 网上社区 实训12 网上练习和网络测试参考文献

章节摘录

第1章 电子商务概述 1.2 传统商务与电子商务 1.2.1 传统商务及交易运作过程 传统商务是商品生产、流通、结算所进行的全部活动的总称，商务活动作为商业、贸易、服务、行政事务和经济事务等的统称，几乎覆盖了人类社会经济生活的各个方面。

传统商务活动的三个基本要素为：买方、卖方、交易。

商品交易是商务活动的形式，必须由买方和卖方共同参加并完成商品所有权的转移，期间常常需要中介结构提供相应的服务。

整个交易过程是信息流、资金流、物流的统一。

传统商品交易过程大致可分为四个阶段：交易前的准备、交易磋商、合同签订与执行、支付与结算。

1.交易前的准备 交易前的准备是指买卖双方在交易磋商的准备活动。

买方根据自己的需求，进行货源市场调查和 market 分析，寻找满足需求的产品或服务，制定购货计划并计划购货款，再按计划初步确定购买商品的种类、数量、规格、价格、购货地点和交易方式等。

卖方首先要进行市场调研和 market 分析，生产适销对路的产品；制定各种销售策略和销售方式，寻找交易伙伴和交易机会。

概括而言，交易前的准备实际上就是买卖双方利用各种有限的媒体空间进行商品信息的发布、查询和匹配的过程。

而且在大多数情况下，彼此欲进行交易的标的已经存在，即前有“供”，后有“求”。

<<电子商务概论>>

编辑推荐

《电子商务概论》构造脉络清晰的课程群；精练教学内容，设计实用能用的知识点；夯实专业基础，增强灵活应用的支撑力，加强实践教学，体现理论实践的连接度，力求形成“基础课程厚实，专业课程宽新，实验课程创新”的教材格局。

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>