

<<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：9787508391038

10位ISBN编号：7508391039

出版时间：2009-8

出版时间：中国电力出版社

作者：王冠宁 编

页数：224

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>

## &lt;&lt;电子商务概论&gt;&gt;

## 前言

在网络经济、知识经济和数字经济浪潮的冲击下，全球经济一体化的格局正在逐步形成。由市场、人力、知识产权和组织管理组成的知识资本备受企业关注，由此产生的许多新的管理思想和管理理念正不断冲击着传统的管理模式。

全球企业迎来了新的变革浪潮，使人们认识到知识管理和创新已经成为市场竞争和经济发展的关键。在全球经济一体化浪潮的冲击下，在金融海啸的影响下，电子商务已经成为未来全球经济发展不可阻挡的趋势。

它为全球大大小小的企业提供了一个展现自我、推介产品、进行交易和服务的、开放的、竞争的、公平的和安全的交易舞台。

企业信息、产品和服务的价值，都能在这个舞台上迅速转换成使用价值而获得增值。

随着金融危机的到来及影响，电子商务被越来越多的企业所接受，电子商务在我国又一次获得了发展和普及的机会，企业对电子商务人才的需求也越来越迫切，各高职院校也纷纷开设电子商务课程。

因此，编写一本适合高职学生使用、符合时代特征的电子商务教材，显得尤为重要。

为此，笔者在多年的教学过程中，不断进行总结，不断丰富教学内容，为编写新的适合高职电子商务专业及其他专业的教材做了长期的准备工作。

本书作为高职电子商务专业的基础专业课和其他经管类专业的公共基础课，也是一门全方位地、系统地介绍电子商务的唯一主干课教材，应解决：什么是电子商务？为什么要开展电子商务？如何开展电子商务？电子商务运作应包括哪些工作过程和步骤并简单介绍各项具体工作环节需要掌握哪些知识和技术？而更具体、更详细的知识技术应在相应的专业核心课程中讲述。

电子商务课程旨在将学生引入电子商务这一新的专业领域，从而全面系统地理解电子商务专业，产生强烈的学习和应用的愿望，并获得综合的系统的专业知识，对电子商务专业能够形成一个整体的框架。

本书依据教育部对高职高专人才培养目标，较系统地讲述了电子商务的基本概念、基本理论和基本知识。

从案例引入，力求理论联系实际，取材新颖，内容丰富，通俗易懂，案例分析简明精练。

本书由陕西工业职业技术学院王冠宁担任主编，郑州电力高等专科学校张潮担任副主编。

王冠宁编写了第1、3、9章，张潮编写了第4、10章，李红宾(郑州电力高等专科学校)编写了第2章，付湘(郑州电力高等专科学校)编写了第8章，彭柏华(江西现代职业技术学院)编写了第5章，李海平(陕西工业职业技术学院)编写了第7章，温静(中国海洋大学青岛学院)编写了第6章。

本书由陕西科技大学杨君歧教授担任主审，并提出了宝贵意见。

在本书编写的过程中，还参阅和引用了大量的国内外专家和学者的研究成果，并借鉴了国内外电子商务网站的资料。

在此一并致谢。

由于电子商务发展之迅速，而作者水平所限，时间仓促，难免有错误或不妥之处，恳请读者批评指正。

## <<电子商务概论>>

### 内容概要

本书为21世纪高等学校规划教材。

本书共分10章，主要内容包括电子商务概述、电子商务模式、电子商务的技术基础、电子商务支付系统、网络营销、电子商务物流管理、电子商务客户关系管理、电子商务安全技术、电子商务法律法规、电子商务系统等。

本书从基础理论出发，全面阐述了电子商务的特点及其应用，通过对典型案例的分析使读者能够深刻理解电子商务理论知识，扎实掌握电子商务技术。

本书内容丰富、知识全面。

本书适合作为高职高专电子商务专业教材，也可作为电子商务相关的培训教材和参考用书。

## &lt;&lt;电子商务概论&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一章 电子商务概述 第一节 引言——亚马逊(Amazon)的奇迹 第二节 电子商务的产生和发展 第三节 电子商务的基本概念 第四节 电子商务的分类 第五节 电子商务与传统商务 第六节 电子商务对社会经济的影响及作用 第七节 中国电子商务的发展战略 本章小结 习题第二章 电子商务模式 第一节 引言——阿里巴巴中国 第二节 电子商务的概念模型 第三节 电子商务的基本组成 第四节 电子商务的系统结构 第五节 传统商务与电子商务的业务流程 第六节 电子商务的运作模式 第七节 企业电子商务的实施 本章小结 习题第三章 电子商务的技术基础 第一节 计算机网络基础知识 第二节 Internet概述 第三节 EDI技术 本章小结 习题第四章 电子商务支付系统 第一节 引言——招商银行 第二节 电子支付概述 第三节 电子支付工具及特点 第四节 电子支付系统概述 第五节 电子支付环境 第六节 网络银行 本章小结 习题第五章 网络营销 第一节 引言——可口可乐网络营销策略分析 第二节 网络营销的概述 第三节 开展网络营销的方法 第四节 网络营销实务 第五节 网络营销策略 本章小结 习题第六章 电子商务物流管理 第一节 引言——戴尔的电子商务化物流 第二节 电子商务物流概述 第三节 电子商务与物流的关系 第四节 电子商务物流技术 第五节 电子商务物流系统 第六节 电子商务的物流模式 第七节 电子商务的物流供应链 本章小结 习题第七章 电子商务客户关系管理 第一节 引言——美国航空公司的网上客户关系管理 第二节 客户关系管理的理念 第三节 客户关系管理的内容 第四节 客户关系管理的手段——呼叫中心 本章小结 习题第八章 电子商务安全技术 第一节 引言——震撼世界的“蠕虫”病毒案 第二节 电子商务安全问题概述 第三节 防火墙 第四节 数据加密与信息安全技术 第五节 数字证书 第六节 安全技术协议 本章小结 习题第九章 电子商务法律法规 第一节 引言——网威公司对经天公司的侵权 第二节 电子商务呼唤法律 .....第十章 电子商务系统参考文献

## 章节摘录

插图：第一章 电子商务概述第一节 引言——马逊(Amazon)的奇迹一、从创意到成立公司1994年，Wed网页吸引了全球网虫的目光。

时任Banker Trust公司最年轻副总裁的杰夫·贝索斯发现，网络使用人数以每个月2300%的速度在增长，并认为在线商场发展前景广阔。

于是，他花了两个月的时间研究了网络销售业的潜力与远景，之后他决定创立网络零售业。

贝索斯拟出了20种认为适合于虚拟商场销售的商品：图书、音乐制品、杂志、PC机和软件等，然后对这20种商品进行仔细筛选，最后他在图书和音乐制品中选择了图书。

选择图书的原因有三个：一是美国每年出版的图书有将近130万种，而音乐制品大约只有30万种；二是美国音乐市场已经由6家大的录制公司控制，而图书市场还没有形成垄断，即使是老牌连锁店Barnes&Noble，其市场占有率也只有12%，而且每年图书行业的营业额能够达到250亿美元，而全球的书籍更是多达300多万种，书籍零售拥有820亿美元的市场；三是读书是很多人的爱好，在国外，有80%的人认为读书是他们的业余爱好之一。

因此，最后他选择了书籍作为网络销售的突破口，公司地点选在了西雅图，因为那里是书籍发行商英格姆(Ingram)的大本营。

1995年7月，贝索斯辞去副总裁的职位，在西雅图市郊贝尔维尤一栋租来的只有两个房间的房子，招了4名程序员编写程序，以30万美元投资创业，成立亚马逊网上书店。

1995年8月，亚马逊卖出了第一本书。

作为一家虚拟商店，亚马逊每周7天，每天24小时营业。

顾客可以通过书名、作者、主题或关键词，在亚马逊的数据库中查找自己想要的书。

如果顾客决定购买哪一本，就可以在线填写一份订单，指出要何种版本、包装方式、送货方式、付款方式等。

亚马逊通知出版或图书分销商将顾客购买的书送到亚马逊在西雅图的库房，包装好后发货。

一般情况下，顾客下订单以后5天内即可拿到书。

## <<电子商务概论>>

### 编辑推荐

《电子商务概论》由中国电力出版社出版的。

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>