

<<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：9787512306097

10位ISBN编号：7512306091

出版时间：2010-8

出版时间：中国电力出版社

作者：李霞 编

页数：170

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>>

前言

电子商务概论作为电子商务专业的入门课程，主要任务是较为全面地为学生介绍电子商务的内涵及发展趋势，使学生掌握专业基础理论和基本技能。

沿着这个思路，本书在编写过程中突出了以下特色。

(1) 体系完整。

电子商务概述知识涵盖面广，涉及的领域较多。

本书只是把相关内容进行了有机地融合，形成了较为完整的电子商务能力培养教学体系。

(2) 内容新颖。

电子商务理论和技术的发展日新月异，为了体现电子商务发展新趋势，做到与时俱进，本书的编写吸取了本学科前沿理论和技术成果。

(3) 文字精练。

在保证体系完整的前提下，本书力求理论部分言简意赅，通俗易懂；对过于抽象的只是进行了提炼：用精练的文字展现了知识的精髓。

(4) 可操作性强。

本书每章都有明确的学习目标与能力目标，并设有专章讲解电子商务案例与分析，力争让学生在理论学习的同时培养操作技能，并将二者有机地融合在一起。

本书最后提供了大量的参考网站，让学生在实际的业务训练中验证自己的能力。

本书以现代高等职业教育理念为指导，以培养学生的电子商务操作技能和应用电子商务技术开展相关活动的技能为目标，紧密结合电子商务的实践来构建电子商务实施与运作的整体性知识框架，并吸收了本学科的最新研究成果和研究方法，因而它具有适用性、先进性和有效性的特点。

本书除包括常规性内容外，还增加了移动电子商务等较新的内容。

由于在内容编排方面有新的突破，且有许多实际问题仍待解决，所以书中错误和缺点在所难免，欢迎各界同仁批评指正。

本书由北京工业大学实验学院李霞担任主编，负责全书的总体策划、编写大纲、初稿的修改、统稿和定稿工作。

各章分工如下：李霞执笔第一、四章，贯晶执笔第五、六章，姚舜执笔第七、九章，刘砚秋执笔第三章，于震执笔第二章，刘媛媛执笔第八章。

本书由臧良运主审。

本书在编写过程中参考了国内外电子商务教材、相关的文献资料和一些网站资料，在此向相关作者表示最诚挚的感谢！

由于作者水平有限，书中难免有错漏之处，恳请广大读者批评指正。

<<电子商务概论>>

内容概要

本书在结构和内容上，通过系统地介绍电子商务的基本理论、基本技术和基本应用，构建起了电子商务的基本框架；在章节安排上，设置学习目标、引例、思考与练习等模块，并在内容中穿插案例分析和阅读材料；在写作上，力求做到将系统的理论描述、生动的案例和实例介绍以及实用性强的实训指导相结合，进一步突出了本书的实用性特征。

本书主要作为高等院校电子商务课程的教材，也可以作为企业管理人员、电子商务从业人员的培训教材及学习参考用书。

<<电子商务概论>>

书籍目录

前言第一章 电子商务概述 第一节 互联网的魅力 第二节 电子商务的概念 第三节 电子商务的分类、功能及特点 第四节 电子商务的产生和发展 思考与练习第二章 电子商务的框架结构 第一节 电子商务的结构模型 第二节 电子商务的基本模式概述 第三节 电子政务 思考与练习第三章 电子商务技术 第一节 Internet技术 第二节 计算机网络技术 第三节 电子数据交换(EDI)技术 思考与练习第四章 电子商务支付与网上银行 第一节 电子支付 第二节 电子支付工具 思考与练习第五章 电子商务安全 第一节 电子商务安全概述 第二节 电子商务安全技术 思考与练习第六章 网络营销 第一节 网络营销概述 第二节 网上市场调研 第三节 网络营销策略 第四节 网络广告 思考与练习第七章 电子商务与物流 第一节 物流概述 第二节 物流对电子商务的影响 第三节 电子商务与物流配送 思考与练习第八章 电子商务法律 第一节 电子商务法的基本知识 第二节 电子商务的法律体系 第三节 电子商务中的电子合同和电子签名问题 思考与练习第九章 移动商务 第一节 移动商务基础 第二节 移动银行 第三节 移动办公 第四节 移动客户管理 思考与练习参考文献

章节摘录

插图：1.互联网的特征互联网是Internet的中译名，它是由遍布全世界数亿台的大大小小的计算机相连接起来所组成的全球最大的可以即时交换信息的网络。

英文中“Inter”的意思是“交互”，“net”即“网络”，连接起来即计算机互交网络，中文又称因特网或网间网。

由于包含了大量难以计数的信息资源，互联网也被称为全球信息资源网。

认识互联网要从互联网的四大特征开始。

(1) 全球性。

互联网超越了时空的限制，没有地域和时间的限制，互联网上的市场没有国界，互联网将全球连成了一个整体。

(2) 时效性。

任何在网上发布的消息，都可以被人们随时接收到。

(3) 共享和交互性。

互联网上的资源和信息能实现共享；互联网的用户既可以在互联网上获取信息，又可以在互联网上发布信息。

(4) 低成本和高效率性。

2.互联网对经济的影响随着互联网魅力的日渐显露，虚拟企业、虚拟银行、网络营销、网上购物、网上支付、网络广告等一大批新词汇正在被人们所熟悉和认同，这些词汇同时也从另一侧面反映了互联网正在对社会和经济产生的影响。

网络本身具有的开放性、全球性、时效性、低成本和高效率的特点已成为电子商务韵内在特征。

电子商务已超越了作为一种新的贸易形式所具有的价值。

它不仅改变了企业本身的生产、经营、管理，而且对传统的贸易方式带来了巨大的冲击。

互联网的出现增加了贸易机会，降低了贸易成本，提高了贸易的效益：它大大地改变了商务模式，带动了经济结构的变革，对现在经济活动产生了巨大的影响。

(1) 将改变商务活动的方式。

传统式的推销员满天飞，采购员遍地跑，说破了嘴、跑断了腿的现象经常存在，消费者在商场中筋疲力尽地寻找自己所需要商品的现象也经常存在。

现在，只要单击鼠标就可以浏览和购买各类商品，而且还能够得到在线服务。

如图1-1所示的是中华商务网的网上采购网页。

(2) 将改变人们的消费方式。

网上购物的最大特征是消费者的自主性，购物主动权掌握在消费者手中；在网上购物时还能以一种轻松自如的自我服务的方式来完成交易。

如图1.2所示的当当网的网上购物页面。

<<电子商务概论>>

编辑推荐

《电子商务概论》：高等职业教育经济管理类专业规划教材。

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>