第一图书网, tushu007.com

<<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：9787550406360

10位ISBN编号：7550406367

出版时间：2012-5

出版时间：西南财经大学出版社

作者：王悦 编

页数：196

字数：255000

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

内容概要

《电子商务系列教材：电子商务概论》注重理论与实践相结合，原理与技术相结合，融合了关于企业电子商务的战略决策、具体方法上的建议以及典范电子商务企业的案例，《电子商务系列教材：电子商务概论》的论述基本涵盖了电子商务的方方面面，不但包括了电子商务的传统领域，更广泛地吸收了电子商务领域的最新发展和研究成果，如博客与微博营销、QQ群营销等。
本书由浅入深，循序渐进；重点介绍概念和方法，尽量做到理论联系实际。
书中设置了案例分析、习题、小知识、新闻事件和参考书目与参考网址等，可供读者在分析案例、检验学习成果与实践操作时作为参考，进一步加深相关理论的掌握。
《电子商务系列教材：电子商务概论》既可作为高等院校电子商务专业和经济类、管理类、信息类等非电子商务专业的电子商务概论课程的教材，也可作为企业管理人员的培训教材、自学参考书以及电子商务师的参考书。
笔者衷心希望读者通过《电子商务系列教材：电子商务概论》的阅读，能够掌握电子商务的基础知识与各种战略技巧以及电子商务方案的制订与实施。

<<电子商务概论>>

书籍目录

1 导论
1.1 什么是电子商务
1.2 电子商务的要素和特点
1.3 电子商务的安全性和解决之道
1.4 电子商务的类型与典型企业
1.5 适合电子商务交易的商品类型
1.6 电子商务的国际特性
1.7 电子商务与公共知识
1.8 电子商务研究的目的、内容、方法与环境建设
1.9 几个电子商务网站实例
本章小结
本章习题
2 网络营销
2.1 市场营销
2.2 网络营销的概念及特点
2.3 网络营销方式
2.4 市场细分
2.5 企业与顾客关系的生命周期
2.6 网络营销策略
本章小结
本章习题
3 电子支付
3.1 常用支付方式
3.2 电子支付概述
3.3 网上银行
3.4 电子商务网上支付解决方案
本章小结
本章习题
4 电子商务的商业模式
4.1 商业模式及其要素
4.2 电子商务的商业模式
本章小结
本章习题
5 电子商务网站建设与相关技术
5.1 电子商务网站概述
5.2 电子商务技术基础
5.3 电子商务网站建设
本章小结
本章习题
6 电子商务物流管理
6.1 物流概述
6.2 电子商务物流管理
6.3 我国电子商务物流现状与对策
本章小结
本章习题

7 电子政务
7.1 电子政务概念
7.2 电子政务的发展历程
7.3 电子政务的应用
7.4 我国电子政务的现状
7.5 国外电子政务的现状
本章小结
本章习题
8 电子商务的法律和税收问题
8.1 电子商务的法律问题
8.2 电子商务的税收问题
本章小结
本章习题
9 新兴电子商务模式
9.1 移动商务概况
9.2 移动商务服务内容
9.3 移动商务存在的问题与发展展望
本章小结
本章习题
部分参考答案
参考文献
后记

章节摘录

版权页： 插图： （2）定制定价策略。
定制定价策略是在企业能实行定制生产的基础上，利用网络技术和辅助设计软件，帮助消费者选择配置或者自行设计能满足各种需求的个性化产品，同时承担愿意付出的价格成本。
戴尔公司的用户可以通过其网页了解产品的基本配置和基本功能，根据实际需要和在能承担的价格内，配置出自己最满意的产品，使消费者能够十次性买到自己中意的产品。
同时，消费者也会选择自己认为价格合适的产品，因此对产品价格有比较全面的认识，增加企业在消费者面前的信用。
目前这种允许消费者定制定价订货的方式还处于初级阶段，消费者只能在有限的范围内进行挑选，还不能完全满足用户的个性化需求。
2.6.2.3 使用定价策略 传统交易关系中，顾客购买产品后即拥有对产品的完全产权。
但随着经济的发展，人民生活水平的提高，人们对产品的要求越来越多，而且产品的使用周期也越来越短，许多产品在购买后使用几次就不再使用，非常浪费。
为改变这种情况，可以在网上采用类似租赁的方式按使用次数定价。
比如一些软件产品，、企业可将其产品放置到网站，用户在互联网按使用次数付钱。
对于音乐产品，也可以通过网上下载或使用专用软件点播。
按使用次数的定价策略，一般要考虑产品是否适合通过互联网传输，是否可以实现远程调用。
目前，比较适合的产品有软件、音乐、电影等。
按次数定价的策略对互联网的带宽提出了很高的要求，因为许多信息都需要通过互联网进行传输，如带宽不够势必会影响顾客租赁使用和观看。
2.6.2.4 拍卖竞价策略 网上拍卖是目前发展比较快的领域，经济学认为市场要想形成最合理价格，拍卖竞价是最合理的方式。
网上拍卖由消费者通过互联网轮流公开竞价，在规定时间内由价高者赢得。
根据供需关系，网上拍卖竞价方式有下面几种：①竞价拍卖：最大量的是C2C的交易，包括二手货、收藏品，也可以是普通商品以拍卖方式进行出售。
②竞价拍买：它是竞价拍卖的反向过程，消费者提出一个价格范围，求购某一商品，由商家出价，出价可以是公开的或隐蔽的，消费者将与出价最低或最接近的商家成交。

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