

<<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：9787560609980

10位ISBN编号：7560609988

出版时间：2006-9

出版时间：西安电子科技大学出版社

作者：杨坚争

页数：350

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

2007年10月召开的中国共产党第十七次代表大会明确提出了“工业化、信息化、城镇化、市场化、国际化”的战略目标，大力推进信息化与工业化的融合成为我国科学发展的重大举措。

电子商务作为信息化的重要组成部分又迎来了新的发展机遇期。

从党的十五大提出“大力推进国民经济和社会信息化”的发展要求，到十六大明确“以信息化带动工业化，以工业化促进信息化”的发展思路，再到十七大提出“工业化、信息化、城镇化、市场化、国际化”的战略目标和“大力推进信息化和工业化融合”的战略措施，可以看出，我们国家对信息化在国民经济和社会发展中的地位和作用的认识随着经济的发展在一步步深化。

作为一个工业化任务尚未完成，又面临着实现信息化艰巨任务的发展中国家，走信息化与工业化融合发展的新型道路是实现现代化的必然选择。

信息化与工业化融合，其内涵是信息技术在工业经济各个领域广泛应用，在供、产、销等多个环节与工业技术的融合。

这是对传统工业的经营理念 and 运作方式的一次深刻变革，这种变革又将成为推动整个经济结构调整和促进经济发展方式转变的重要动力。

进一步的问题是，在这样一次重大的变革过程中，电子商务处于什么样的地位和作用呢？

这个问题的解决对于我们坚定发展电子商务的信心和决心，明确电子商务的发展方向，广泛开展电子商务的创新活动都具有非常重要的意义。

这也是本书第六版撰写时反复考虑的一个问题。

在信息化与工业化融合的过程中，电子商务是一个不可或缺的通道或桥梁。

由于有了电子商务，信息技术才在工业品市场上找到了用武之地；也正是有了电子商务，供应和销售，工业活动三个主要环节中的两个环节，才有了进入虚拟市场，全面实现信息化的可能。

以前，我们常常把信息化当作电子产品的生产，把信息技术发展与应用推广割裂开来，从而导致信息化与工业化“两张皮”的现象。

现在，我们需要从生产方式转变的高度认识信息化与工业化的融合意义，要从资源配置方式转变的角度认识发展电子商务的重要性。

本书第二版序中曾提出，“人类社会的发展曾经历过由农业经济向工业经济的转变，现在正在经历由工业经济向信息经济的转变。

”“而在这样一种转变过程中，电子商务是一种非常重要的、关键性的措施和手段，因为它是将信息技术与传统经济连接起来的最有效的桥梁。

所以，发展电子商务已不再是一个单纯的技术问题，而是关系到国家经济转变的又一次严峻的挑战。

我们必须对此有深刻的认识。

”很明显，电子商务是信息化与工业化融合的最佳切入点。

紧紧抓住这个切入点，大力发展电子商务，我们才有可能改变目前仅仅重视信息技术产品的生产而忽略信息技术应用的状况，才有可能在较短时间里使信息技术渗透到工业生产、供应和销售环节中，进而实现信息化与工业化的真正融合。

<<电子商务基础与应用>>

内容概要

本书第三版是国家自然科学基金项目79770084号的成果，是一本全面论述电子商务的专著。作者针对当前蓬勃发展的电子商务浪潮，从计算机和商业管理两个角度，对电子商务的理论问题和实践问题进行了深入的探讨。

本书附光盘一张，通过两个典型的电子商务平台和上海CA中心认证系统的介绍，读者可以直接进入网上交易，体验电子商务的实际感受。

<<电子商务基础与应用>>

书籍目录

- 一, 认识电子商务
- 二, 网络营销环境
- 三, 域名申请与网站设计
- 四, 网络商务信息的收集与整理
- 五, 网络营销对策
- 六, 网络消费者的购买行为
- 七, 网络促销
- 八, 电子支付
- 九, 网络交易的安全管理
- 十, 电子商务物流

<<电子商务基础与应用>>

章节摘录

2. 核心业务任何一个企业,无论是制造业企业、商业企业,还是服务业企业,都有它独特的主营业务,即核心业务,而核心业务的运作过程就是企业的主导流程。

对于大多数企业来说,电子商务的战略应当围绕企业的核心业务和主导流程展开。

零售帝国沃尔玛的核心业务是商品零售,而要保证其遍布全球的连锁店能够正常经营,货物配送就成了它的主导流程,因而,沃尔玛不惜花费巨资围绕自己的核心业务和主导流程开展电子商务,从而取得了巨大的成功。

核心业务是一个企业赖以生存的基础和竞争优势的核心所在,也是企业持续发展的根本动力。

电子商务的实施,可能有多种驱动力,如主管部门的驱动、信息化浪潮的冲击、外部环境的影响等等。

但真正推动企业电子商务发展的是企业业务和市场拓展的需要。

中国石化把采购业务的电子商务网站放在物资供应公司,把销售业务的电子商务网站放在化工产品事业部,突出服从业务主导的需要,收到很好的效果。

所以,从核心业务出发,寻找适合自己企业的电子商务模式是至关重要的。

3. 企业规模是影响企业电子商务战略的一个重要因素。

规模大的企业,资金雄厚,技术力量强,生产管理、营销管理规范,实施电子商务具有较大的优势。

但大企业生产流程比较稳定,实施电子商务面临流程重组的问题。

中小企业虽然经营比较灵活,但却面临着资金和技术力量薄弱的问题。

不同规模的企业,电子商务的实施方式有较大区别。

特大型、大型企业可以实行完全自主开发。

这种方式适用于比较复杂的专用信息系统,能够较好的适应企业自身的特殊要求,但对企业的要求比较高,需要有相对专业的信息技术开发队伍,开发周期也比较长,难于升级换代。

委托开发方式主要适用于中小企业。

这些企业本身缺乏专门的信息部门和专业信息技术人员。

采用委托开发方式开发周期比较短,见效快,但一般而言,信息系统的适用性往往比较差,升级维护困难。

合作开发的模式适用于较大规模的企业,要求企业有专门的信息部门和专业的信息人员,开发成本比较低,而且易于升级,但开发周期比较长,系统适用性一般。

4. 行业竞争状况对行业竞争状况的研究,是企业战略制定时必不可少的步骤。

因特网为企业展现了一个全新的世界范围的虚拟市场。

这一虚拟市场与传统的实体市场密切相关,但又有很大区别。

在虚拟市场竞争的企业,可以是传统企业,也可以是新建立的虚拟企业。

因此,在网络环境下,对本行业竞争状况的研究,除了需要对实体市场的产品、购买者、供应者和新进入者进行分析外,还需要对虚拟市场中竞争者的网站、网络营销状况、电子商务技术能力进行调查和分析。

电子商务竞争力的作用随行业的不同而不同。

在某些行业,如计算机制造行业,由于因特网使得公司和客户之间能够建立全新的、更直接的渠道,大大削弱了传统企业的营销能力。

在另外一些行业,如图书发行行业,由于因特网提供了更方便、更广泛的销售市场,从而大大增强了行业内竞争的强度。

企业必须对竞争对手的反击能力做出恰当的估计。

后记

电子商务的研究是一个陌生的课题，笔者在研究过程中已深深体会到这一点。

有关电子商务的内容需要一点一点地去熟悉，有关资料需要一点一点地去收集。

特别是作为一本涉及计算机学科和商务管理学科的专业书籍，它不同于一般性的因特网介绍图书，其对科学性和严密性有更高的要求，大大增加了研究的难度。

然而当我们想到这是一项开拓新领域的事业，想到所承担的国家自然科学基金的研究任务，每个人都感到责任重大。

我们不断地勉励自己，全身心地投入到研究工作中去。

从1997年10月我们承接了国家自然科学基金研究任务后，到1998年5月，研究小组共发表论文13篇，在此基础上，我们开始了本书的撰写工作。

特别是在本书成稿的最后两个月中，正值我国长江、嫩江、松花江抗洪的关键时刻，全体研究人员以抗洪军民为榜样，发扬不怕疲劳、连续作战的精神，高质量地完成了本书的写作任务。

笔者希望本书的出版能够对我国电子商务的发展起到积极的推动作用。

本书在撰写过程中，‘得到西安电子科技大学出版社杨兵同志的多次指导和大力支持，得到郑州大学科研处王锋同志的鼎力协助，参考了国内外大量的论文、论著，谨在此对诸方面的帮助表示诚挚的谢忱。

本书所探讨的问题多属前沿性问题，加之对电子商务的认识和实践尚有待于进一步深入，其中难免有不成熟和疏漏之处，恳请学术界同仁和读者不吝赐教。

<<电子商务基础与应用>>

编辑推荐

《电子商务基础与应用》观点新颖，材料翔实，理论与实际相结合，力求在阐述电子商务理论体系的同时，在实际应用和操作技巧方面给予读者具体的指导。

《电子商务基础与应用》对政府、贸易、商业、信息部门有重要参考价值，是广大企业营销人员、公司管理人员和消费者从事电子商务活动的重要工具书和参考书。

《电子商务基础与应用》亦可作为大专院校电子商务专业、商业管理专业和计算机专业的教材。

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>