

<<电子商务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务>>

13位ISBN编号：9787560611051

10位ISBN编号：7560611052

出版时间：2002-2

出版时间：杨晨光、李海霞 西安电子科技大学出版社 (2002-02出版)

作者：杨晨光，等编

页数：209

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>>

前言

前言 全球经济发展正在进入信息经济时代,电子商务作为21世纪的主要经济贸易方式之一,将给各国和世界经济的成长方式带来巨大的变革。

在我国开展电子商务是推进国民经济和社会服务信息化的重要组成部分,对改变社会经济的运行模式,推动信息产业的发展 and 提供新的经济发展机遇,具有重要意义。

起源于20世纪60年代的电子数据交换(EDI)是电子商务的雏形,到20世纪80年代末,发达国家的电子数据交换已形成规模。

在增值网络服务推出以后,此类专用信息交换系统得到了更大发展。

因特网在全球的日益普及,更加速了电子商务的发展。

随着信息技术的发展和应用范围的拓宽,电子商务的内涵和外延也在不断充实和扩展,并不断被赋予新的含义,开拓出更加广阔的应用空间。

电子商务可以降低交易成本,增加贸易机会,简化贸易流程,提高贸易效率,提高生产力,改善物流系统。

电子商务是一种替代传统商务活动的新形式,是一个新的市场。

正是由于电子商务的巨大潜力和电子商务活动的本质特征,世界各国政府都对此给予高度重视。

为了能够创造性地和及时有效地抓住电子商务迅速发展的机会,不少国家提出了本国的电子商务框架,制定了有关法律法规和发展战略。

经济合作和发展组织(OECD)、亚太经合组织(APEC)、世界知识产权组织(WIPO)和联合国(UN)等国际组织,以及各相关论坛都专门成立了电子商务工作组,提出了一些报告或规范。

我国从20世纪80年代开始推广EDI的应用。

进入20世纪90年代,通过与有关国际组织开展交流合作,促进了电子商务在国内的发展。

目前,电子商务已在外经贸、金融、商业等领域中得到应用,一些行业和地区也在开展电子商务。

随着各种专业网和增值网络的迅速发展,电子商务已成为各方关注的焦点,其发展和应用环境正在逐步形成。

1998年11月18日,在APEC第六次领导人非正式会议上,江泽民主席指出,电子商务代表着未来贸易方式发展的方向,其应用推广将会给各成员带来更多的贸易机会。

在发展电子商务方面,我们不仅要重视私营、工商部门的推动作用,同时也应加强政府部门对发展电子商务的宏观规划和指导,并为电子商务的发展提供良好的法律法规环境。

在世界经济全球化和信息化的时代,电子商务对世界各国都是一个重要的机遇,也是一个挑战。

中国电子商务的发展要符合中国的国情,既要走自己的发展道路,又要注意同全球电子商务接轨。

中国电子商务的发展要做到国家利益、集体利益、个人利益的协调和统一,做到信息共享、互助互利。

现在我国政府已经初步确立了自己的电子商务发展总体框架,并在努力推动电子商务的应用和发展,为下一个世纪国内经济发展和参与全球经济贸易奠定基础。

21世纪将进入电子商务时代,这是现代社会发展的必然。

我们将别无选择地生活在电子商务时代,并逐步适应和习惯于远距离的网上贸易、网上购物、网上支付、网上消费、网上服务和网上娱乐等活动。

如何面对电子商务方式,适应数字化生存并积极参与电子商务时代的国际竞争,是涉及到每个人、每个企业和部门乃至国家发展与生存的重大问题,也是国家管理部门应认真对待的问题。

在此,我们结合实例来介绍电子商务的有关基本知识,希望能对我国电子商务的普及起到积极的推动作用。

本书共包括八章内容。

第一章介绍了电子商务的发展历史与有关基本概念、电子商务的发展趋势、电子商务的基本原理等基本知识;第二章详细介绍了电子商务的应用环境,内容涉及电子商务运作的社会环境、安全保障物流环境以及法律保障等内容;第三章介绍了实现电子商务的主要技术手段,内容涉及网络与通讯技术、因特网技术、电子支付技术和数据库技术;第四章探讨了电子商店的特点,并介绍了在网上架设电子

<<电子商务>>

商店的详细过程；第五章介绍了有关企业间电子商务的知识；第六章论述了当今世界各主要国家和地区的电子商务策略；第七章为希望具体实施电子商务的企业提供了选择电子商务模式的参考标准；第八章介绍了电子商务具体推广过程中的实用技巧。

为了使读者能够灵活地运用有关理论，在部分章节的后边列举了相关的案例。

? 本书撰写过程中参考了国内外大量书籍和资料，笔者都以参考文献或注脚的形式列出，但也可能有遗漏的地方，如果您发现本书引用了您的资料而没有明确标示，请立即与笔者联系，以便再版时订正。

在这里，对这些书籍和资料的作者表示最诚挚的谢意。

由于时间紧迫，书中不免会出现这样那样的问题，恳请各方人士提出宝贵意见。

<<电子商务>>

内容概要

《电子商务》系统地介绍电子商务的基本概念、基本理论和基本方法，是一本全面论述电子商务的专业书籍。

《电子商务》主要内容包括电子商务的历史、现状与发展趋势，电子商务的基本概念与基本原理，电子商务的操作与实现技术分析，网络技术，安全加密技术，物流，电子支付技术以及网络防病毒技术等；此外还介绍了架设电子商店的详细过程、企业间电子商务的营销策略及开展电子商务的各种技巧。

本书观点新颖，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，对实际应用和操作技巧给读者以具体的指导。

《电子商务》为高等院校特别是高等职业院校电子商务、管理工程、信息工程、计算机技术、国际贸易等专业的教学用书，也可作为电子商务相关技术人员的培训用书。

书籍目录

第一章 认识电子商务 1.1 电子商务的概念 1.1.1 电子商务的内涵 1.1.2 电子商务的形成过程 1.1.3 电子商务的特点 1.2 电子商务的功能和效益 1.2.1 电子商务的功能 1.2.2 电子商务对社会经济的影响 1.2.3 电子商务给企业带来的效益 1.3 电子商务的分类 1.3.1 按照商业活动的运作方式分类 1.3.2 按照使用网络的类型分类 1.3.3 按照交易对象分类 1.4 电子商务的基本流转程式 1.4.1 电子商务的交易过程 1.4.2 网络商品直销的流转程式 1.4.3 网络商品中介交易的流转程式 1.5 电子商务的现状与发展趋势 1.5.1 美国电子商务的现状与发展趋势 1.5.2 欧洲电子商务的现状与发展趋势 1.5.3 亚洲电子商务的现状与发展趋势 1.5.4 我国电子商务的现状与发展趋势 第二章 电子商务的应用环境 2.1 社会发展需要电子商务 2.1.1 社会需求的促动 2.1.2 各行各业的积极参与 2.2 电子商务安全保障 2.2.1 加密技术 2.2.2 身份认证 2.2.3 网络防火墙 2.2.4 虚拟专用网 2.2.5 网络病毒防范 2.3 电子商务与现代物流 2.3.1 电子商务物流的概念与特点 2.3.2 国外先进的电子商务物流模式 2.3.3 我国物流业发展现状及物流解决方案 2.4 电子商务的法律保障 2.4.1 世界电子商务立法现状 2.4.2 我国电子商务立法状况 第三章 电子商务的实现技术 3.1 网络与通信技术 3.1.1 网络概述 3.1.2 局域网 3.1.3 网络互联技术 3.1.4 网络接入技术 3.2 因特网技术 3.2.1 从C/S架构到B/W/D结构 3.2.2 因特网基本服务 3.2.3 Web编程语言 3.2.4 Web应用服务器 3.3 电子支付技术 3.3.1 目前流行的电子支付方式 3.3.2 国际上主要电子支付协议 3.4 数据库技术 3.4.1 数据库技术基本理论 3.4.2 数据仓库、联机分析处理和数据挖掘 3.4.3 数据库技术与电子商务 第四章 电子商店 4.1 电子商店概述 4.1.1 电子商店的概念 4.1.2 电子商店的特点 4.2 网上零售商业体系的结构与电子商店营销能力 4.2.1 网上零售业存在的前提 4.2.2 网上零售商业体系的基本构造 4.2.3 电子商店的商机与营销能力 4.3 架设电子商店 4.3.1 开店前的规划策略 4.3.2 取得域名 4.3.3 web服务器的选择 4.3.4 电子商店站点制作 4.3.5 消费者如何实现网上交易与购物 4.4 电子商店在中国 4.4.1 电子商店在中国的发展 4.4.2 国内网上购物实例 第五章 企业间电子商务 5.1 B to B的兴起及发展前景 5.1.1 B to B的兴起 5.1.2 实现B to B电子商务的基础条件 5.1.3 B to B交易市场发展前景 5.1.4 我国B to B的发展趋势 5.2 B to B电子商务模式 5.2.1 B to B网站的商业模式 5.2.2 B to B的层次结构 5.3 B to B电子商务营销策略 5.3.1 B to B网站的用户需求行为分析 5.3.2 网站竞争对手分析 5.3.3 B to B网站的一般营销策略 5.4 B to B模式的成功应用 5.4.1 首都电子商城 5.4.2 B to B电子商务的先驱——verticalnet 5.4.3 通用电器的启示 第六章 各国政府的电子商务策略 6.1 欧美部分国家政府的电子商务发展策略 6.1.1 美国 6.1.2 加拿大 6.1.3 欧盟 6.1.4 英国 6.1.5 法国 6.2 亚太部分国家政府的电子商务发展策略 6.2.1 新加坡 6.2.2 马来西亚 6.2.3 日本 6.2.4 韩国 6.2.5 澳大利亚 6.3 我国政府的电子商务发展策略 6.3.1 “金贸”工程 6.3.2 我国发展电子商务的基本原则 6.3.3 积极、稳妥地推进我国电子商务 第七章 企业电子商务应用策略 7.1 企业发展电子商务的需求分析 7.1.1 电子商务可以消除企业时间的浪费 7.1.2 电子商务是竞争的需要 7.1.3 电子商务创造新的企业管理模式 7.1.4 虚拟经营将成主流 7.1.5 从不确定性中把握机会 7.2 企业电子商务的市场战略 7.2.1 电子商务市场的三种战略 7.2.2 电子商务市场战略的选择 7.3 行业电子商务应用策略 7.3.1 电子商务与旅游 7.3.2 电子商务与信息服务业 7.3.3 电子商务与传播业 7.3.4 电子商务与卫生医疗服务 7.3.5 电子商务与证券业 7.4 传统企业电子商务应用策略 7.4.1 传统企业与现代信息手段 7.4.2 传统企业电子商务解决方案选择 7.5 中小企业应用电子商务策略 7.5.1 中小企业使用电子商务的好处 7.5.2 中小企业应用电子商务的注意事项 7.5.3 中小企业电子商务应用的基本步骤 7.5.4 影响中小企业电子商务成败的决定性因素 7.6 企业建设电子商务应用系统的效益评价 第八章 电子商务实用技巧 8.1 网络营销策略 8.1.1 网络营销的基础条件 8.1.2 网络营销的优势 8.1.3 网络营销策略 8.1.4 亚马逊网络营销策略 8.2 网络广告策略 8.2.1 网络广告概述 8.2.2 网络广告发布策略 8.2.3 网络广告销售技巧 8.3 电子商务网站的推广 8.3.1 搜索引擎注册技巧 8.3.2 电子邮件宣传网址技巧 8.3.3 bbs宣传技巧 8.3.4 网站合作技巧 8.3.5 制造事件技巧 8.3.6 传统方式推广技巧 8.3.7 访问流量分析技巧 8.4 网上调查 8.4.1 网上调查的优势 8.4.2 网上调查的注意事项 参考文献

章节摘录

版权页：插图：企业组织结构变革的另一个显著特征是由集权制向分权制的转变。

传统的企业米用品度集中的单一决策中心，这种结构存在许多缺点，诸如官僚主义、低效率、组织结构僵化等，脱离市场的产品生产和经营就是这种决策方式的产物。

电子商务的推行，迫使企业将过去高度集中的决策中心组织逐步改变为适当分散的多中心决策组织。

企业的宏观规划、市场预测等经营活动一般通过跨职能、跨部门的多功能型的组织单元来制定。

这种由多个组织单元共同参与、共同承担责任，并由共同利益驱动的决策过程使员工的参与感和决策能力得以提高，从而提高了整个企业的决策水平。

由于电子商务的推行，企业的经营活动打破了时间和空间的限制，将会出现一种完全新型的企业组织形式——虚拟企业。

这种虚拟企业打破了企业之间、产业之间、地区之间的界限，把现有资源优化组合成为一种没有围墙、超越时空约束、利用电子手段联系、统一指挥的经营实体。

虚拟企业可以是一个企业的某几种要素的重新组合，也可以是一个企业的某一种要素或几种要素与其它企业系统中某一种要素或几种要素的重新组合。

虚拟企业一改我们习惯了的刚性组织结构，通过柔性化的网络将具有能力的资源联系起来，组成跨职能的团队，使资源的配置真正实现最优化。

由于建立虚拟企业更多地依靠人员的知识和才干，而不是他们的职能，所以，虚拟企业的管理也由原来的“控制”转向“支持”，由“监视”转向“激励”，由“命令”转向“指导”。

电子商务的发展不仅影响了组织内部的结构，而且还对组织外部的行业结构产生了巨大影响。

这些影响主要表现为两个方面：（1）一些以提供电子商务服务为宗旨的行业，如网络交易中心、电子商场、电子商务咨询服务行业、电子商务软件开发公司等纷纷成立。

根据国外统计数据显示，到1998年为止，这些以电子商务为目标的行业已经成为社会上最热门的行业之一。

它对员工要求的素质很高，大多为工商管理专业、金融财会专业、信息管理专业、计算机网络专业的硕士和博士，而且要求跨学科的全面人才。

这些行业信息传递速度快，能给企业和社会带来较好的经济效益，因而成为当今投资和就业的热点。

<<电子商务>>

编辑推荐

《电子商务》为中国高等职业技术教育研究会推荐。

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>