

<<电子商务基础与实训>>

图书基本信息

书名：<<电子商务基础与实训>>

13位ISBN编号：9787564120702

10位ISBN编号：7564120703

出版时间：2010-2

出版时间：东南大学出版社

作者：孙学文 编

页数：218

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>

<<电子商务基础与实训>>

前言

电子商务是通过电子数据传输技术开展的商务活动，目前主要是基于互联网和www。1997年国际商会给出了电子商务的定义，电子商务是指实现整个贸易过程中各阶段贸易活动的电子化。

美国学者瑞维·卡拉科塔和安德鲁·惠斯顿在《电子商务前沿》一书中提出的：“广义地讲，电子商务是一种现代商业方法。这种方法通过改善产品和服务质量、提高服务传递速度以满足政府、组织、厂商和消费者降低成本的要求。

”美国前COMPAQ公司提出：“电子商务是一种以Internet / Intranet网络为架构，以交易双方为主体，以银行支付和结算为手段，以客户数据库为依托的全新商业模式。

”电子商务作为一种现代商业方法，可以广泛应用于传统产业，而电子商务作为一种全新商业模式又可以创造出新的网络虚拟企业。

目前，我国电子商务应用已全面覆盖商业经济的各个方面：不管是国民经济的制造业领域，还是服务业的流通领域；无论企业应用、个人应用，还是政府采购；无论内贸服务，还是跨国外贸服务；无论是基于互联网的电子商务，还是基于移动互联网的电子商务。

2002年我国电子商务交易额为1809亿元，自2006年突破万亿元大关以来，每年以高于70% / 6的速度持续增长，预计2010年将达15万亿元，电子商务已经成为我国社会经济的重要组成部分。

同时，在应对全球性金融危机的过程中，电子商务凸显了自身低成本、高效率、开放性的特点，不仅大大降低了交易成本，也为企业创造了更多的贸易机会。

<<电子商务基础与实训>>

内容概要

本书结合电子商务的最新发展动态，根据高职高专电子商务专业和相关专业的需求而编写，全书共分7章，主要内容包括：电子商务概述、电子商务交易模式、电子支付、电子商务安全、网络营销、电子商务物流、电子商务网站建设。

本书内容深入浅出，由理论到实践，针对高职高专的培养目标，突出实用性，每章均设计了基于互联网环境下的实训题目，以区别于以往电子商务模拟教学软件下的实训，从而更加方便学生完成实训内容，增强实训的真实性、直观性。

本书可作为高职高专院校电子商务、市场营销、经济管理、财经等专业电子商务基础课的教材，也可作为自学参考书及培训教材。

<<电子商务基础与实训>>

书籍目录

第1章 电子商务概述 1.1 电子商务的产生与发展 1.1.1 电子商务的产生 1.1.2 我国电子商务的发展史
1.2 电子商务的定义 1.2.1 对电子商务的理解 1.2.2 广义电子商务与狭义电子商务 1.3 电子商务的分类
1.3.1 按照参与电子商务的对象分类 1.3.2 按照电子商务活动的运作方式分类 1.3.3 按照使用网络的类型分类
1.3.4 按照开展电子商务的范围分类 1.4 电子商务的特点及优势 1.4.1 电子商务的特点 1.4.2 电子商务的优势
第2章 电子商务交易模式 2.1 B2B电子商务模式 2.1.1 B2B电子商务概述 2.1.2 B2B电子商务主要分类
2.1.3 网络采购 2.1.4 企业发展B2B电子商务的策略 2.2 B2C电子商务模式 2.2.1 B2C电子商务概述
2.2.2 网上零售商店 2.2.3 网上旅游 2.3 C2C电子商务模式 2.3.1 拍卖概述 2.3.2 网上拍卖的运作方式与特点
2.3.3 拍卖中的欺诈与防范第3章 电子支付 3.1 电子支付概述 3.1.1 电子支付的概念及特征 3.1.2 电子支付系统的类型
3.2 网上银行 3.2.1 网上银行概述 3.2.2 网上银行的安全防范措施 3.3 第三方支付 3.3.1 第三方支付平台的由来
3.3.2 第三方支付模式分析 3.3.3 第三方支付的优缺点 3.3.4 常用第三方支付平台支付宝、财付通、快钱介绍
3.4 网上支付与结算形式 3.4.1 银行卡 3.4.2 电子支票 3.4.3 电子现金 3.4.4 智能卡 3.4.5 电子钱包 3.5 移动支付 3.5.1 移动支付概念
3.5.2 国内外移动支付业务的应用第4章 电子商务安全 4.1 电子商务安全的内容 4.1.1 电子商务安全现状 4.1.2 电子商务安全威胁
4.1.3 电子商务的安全要素 4.2 计算机网络安全技术 4.2.1 病毒防范技术 4.2.2 黑客防范技术 4.2.3 防火墙技术
4.3 电子交易安全技术 4.3.1 信息加密技术 4.3.2 信息摘要技术 4.3.3 电子签名技术 4.3.4 数字时间戳技术
4.3.5 数字证书技术 4.4 电子交易的安全协议 4.4.1 SSL协议 4.4.2 SET协议 4.4.3 SSL与SET协议的比较
第5章 网络营销 5.1 网络营销概述 5.1.1 网络营销的概念和内容 5.1.2 网络营销的特点 5.1.3 网络营销的功能
5.1.4 网络营销与传统营销 5.1.5 网上消费者行为 5.2 网络营销策略 5.2.1 网络营销产品策略 5.2.2 网络营销定价策略
5.2.3 网络营销渠道策略 5.2.4 网络营销促销策略 5.2.5 网络营销4C策略 5.3 网络广告 5.3.1 网络广告的概念与特点
5.3.2 网络广告的类型 5.3.3 网络广告的收费模式 5.3.4 网络广告的发布 5.4 网站推广 5.4.1 传统媒体上的网站推广
5.4.2 互联网上的网站推广第6章 电子商务物流 6.1 物流概述 6.1.1 物流概念的产生 6.1.2 物流定义 6.1.3 物流的功能
6.2 电子商务下的物流管理 6.2.1 电子商务与物流的关系 6.2.2 电子商务下的物流特点 6.2.3 电子商务物流业务流程
6.3 电子商务下的物流模式 6.3.1 企业自营物流模式 6.3.2 第三方物流模式 6.3.3 物流联盟模式 6.3.4 物流一体化模式
6.4 电子商务下的物流信息技术 6.4.1 EDI 6.4.2 条码技术 6.4.3 射频识别技术 6.4.4 地理信息系统(GIS)
6.4.5 GPS技术第7章 电子商务网站建设 7.1 电子商务网站的规划与分析 7.1.1 建站前市场分析 7.1.2 网站规划
7.1.3 网站建设的可行性分析 7.2 电子商务网站的设计 7.2.1 网站前台界面设计 7.2.2 网站数据库设计
7.2.3 网站后台处理过程设计 7.3 电子商务网站的实施 7.3.1 网站开发方式 7.3.2 电子商务网站运行环境的创建
7.3.3 网站实施的相关技术 7.4 电子商务网站的发布与维护 7.4.1 域名注册 7.4.2 服务器的自建、托管和租用
7.4.3 网站的发布和维护参考文献

章节摘录

插图：1) B2B电子商务的模式从企业与企业之间的关系来看，企业间商务可以分为两类：战略性的紧密合作与市场交易。

基于这种观点，在互联网时代，B2B电子商务也可以分为两种：外联网和在线交易市场。

外联网主要是把相互协作，共同致力于发展高效供应链与满足客户需求的少数重要业务伙伴集中在一起的网络。

这种模式是以企业联系为中心，支持多对一或多对少的交易方式，与一个企业内部大协同工作环境相似。

外联网B2B电子商务发展经历了两个阶段：第一阶段：基于专用网或增值网（VAN）实现的B2B电子商务。

在这一阶段，企业内部实现了局域网连接，并拥有了各种数据库系统、会计系统和企业资源计划（ERP）系统。

其中，ERP系统可将企业的规划、生产、销售和营销等业务集成起来，实现商务流程的自动化。

与此同时，企业的外联网之间采用专用网或增值网的方式实现企业与其伙伴之间的商务文档的传递。

基于专用网或VAN实现B2B电子商务的优点是安全可靠、不容易出现法律纠纷问题。

但这种方式也存在明显的缺点是成本太高、网上交易对象有限、无法传输和处理多媒体信息。

第二阶段：基于Internet实现的。

B2B的电子商务。

Internet的公用性、开放性和丰富的多媒体表现能力等特性使越来越多的企业考虑用Internet代替原来昂贵的、封闭的专用网和VAN，实现企业间的电子商务。

基于Internet的企业间电子商务采用TCP / IP协议实现不同的信息系统和不同的网站系统之间的通信，并且有各种级别的网络商务软件和功能强大的电子商务解决方案可供企业选择，这使得网上电子商务易于起步和维护使用。

不仅大企业可以实施，中小企业也可以实施，所有的企业都能通过低成本的Internet来发挥网络贸易的优势。

<<电子商务基础与实训>>

编辑推荐

《电子商务基础与实训》：高职高专电子商务与物流专业课程改革规划教材

<<电子商务基础与实训>>

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>