

<<电子商务信息管理>>

图书基本信息

书名：<<电子商务信息管理>>

13位ISBN编号：9787030247933

10位ISBN编号：7030247930

出版时间：2010-9

出版时间：科学出版社

作者：王伟军 等主编

页数：380

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

信息资源管理（information resource management，IRM）是20世纪70年代末兴起的一个新领域。30多年来，IRM已发展成为影响最广、作用最大的管理领域之一，是一门受到广泛关注的富有生命力的新兴学科。

IRM对经济社会可持续发展和提高国家、区域、组织乃至个人的核心竞争力来说，都具有基础性的意义和独特的价值。

在国际范围内，受信息技术进步的推动和经济社会管理需求的牵引，IRM理论研究和职业实践发展迅速，并呈现出一些明显的特征：广泛融合了信息科学、经济学、管理学、计算机科学、图书情报学等多学科的理论方法，形成以“信息资源”为管理对象的一个新学科，在管理学知识地图中确立了自己的地位。

研究范式的形成和变化。

IRM的记录管理学派、信息系统学派、信息管理学派各自发展，以及管理理念、理论和技术方法的交叉融合，形成了IRM的集成管理学派。

集成管理学派以信息系统学派的继承和发展为主线，吸收了记录管理学派的内容管理和信息管理学的社会研究视角，形成了IRM强调“管理”和“技术”，并在国家、组织、个人层面支持决策和各自目标实现的新的研究范式。

<<电子商务信息管理>>

内容概要

本书是《现代信息资源管理丛书》之一。

本书从信息及信息资源管理的视角，系统研究电子商务信息管理的相关理论、方法和实践问题，包括电子商务与信息管理的相互关系及作用机制、电子商务信息搜集途径与方法、电子商务信息组织及信息构建、电子商务信息服务模式与创新、电子商务信用信息服务与管理、企业信息化与电子商务信息系统、电子商务应用与管理变革、电子商务IT治理和电子商务信息伦理与政策法规等内容。

本书面向电子商务应用及管理，针对电子商务信息及其活动，重点对电子商务信息的过程管理、系统管理及其治理和电子商务信息服务创新等问题进行了深入探讨。

本书可供电子商务从业人员、信息系统技术与管理人员、信息资源管理人员、信息产业部门及相关从业人员学习及研究参考，也可作为高等院校信息管理与信息系统、电子商务、工商管理、国际经济与贸易、图书情报、出版发行、信息资源管理等专业的教材和教学参考书。

作者简介

王伟军，教授，博士生导师。

现任华中师范大学信息管理系副主任，知识管理与知识服务研究中心主任；兼任教育部高等学校图书馆学科教学指导委员会委员，中国索引学会常务理事，中国社会科学情报学会理事，中国信息经济学会电子商务专业委员会副秘书长，中国电子商务协会高级专家，湖北省电子商务学会常务理事、副秘书长，湖北省信息学会常务理事；《情报科学》、《评价与管理》和《湖北信息化》杂志编委；曾担任第七届IFP电子商务、电子服务与电子社会国际会议主席。

2007年入选教育部新世纪优秀人才支持计划。

邱均平，武汉大学信息管理学院和教育科学学院教授、博士生导师。

华中师范大学特聘教授。

我国著名情报学家和评价管理专家、文献计量学的主要奠基人之一。

享受国务院政府特殊津贴专家、湖北省有突出贡献的中青年专家。

现任湖北省人文社会科学重点研究基地—武汉大学中国科学评价研究中心主任、《评价与管理》杂志主编、《图书情报知识》杂志副主编；兼任教育部高等教育教学评估专家，教育部CSSCI指导委员会委员和中国管理科学研究院、南京理工大学等8个单位的研究员、教授或博士生导师，中国索引学会副理事

<<电子商务信息管理>>

书籍目录

总序前言第1章 电子商务与信息管理的相互关系 1.1 认识电子商务——从信息视角 1.1.1 电子商务的产生 1.1.2 电子商务交易及其信息活动 1.1.3 对电子商务内涵的再认识 1.2 电子商务信息 1.2.1 电子商务信息的定义 1.2.2 电子商务信息的特点 1.2.3 电子商务信息的类型 1.3 电子商务中信息流、资金流与物流的互动机制 1.3.1 商务活动中信息流、资金流、物流的演变 1.3.2 电子商务中信息流与资金流、物流的相互关系 1.3.3 供应链中的“三流”互动 1.3.4 企业信息系统的开发与“三流”融合的演变 1.4 电子商务与信息管理的相互作用 1.4.1 电子商务促进信息资源的开发利用 1.4.2 信息资源对电子商务的重要作用 1.4.3 电子商务对企业信息管理的影响 1.4.4 电子商务环境下信息管理的类型 本章小结第2章 电子商务信息搜集第3章 电子商务信息组织第4章 电子商务信息服务第5章 电子商务信用信息服务与管理第6章 企业信息化与电子商务信息系统第7章 电子商务信息应用与管理变革第8章 电子商务IT治理第9章 电子商务信息伦理与政策法规参考文献

章节摘录

插图：商务信息是对商务活动及其属性的一种客观描述，是商务活动中各种发展变化和特征的真实反映，是商务活动全部过程中所涉及的有用信息及其载体的统称。

网络环境下的商务信息则是各种商务活动信息的网络存在形式。

它是存在于网络中被卖家或买家所发布的、可以被人们利用为商务活动服务的信息，如网络中买卖产品的信息、提供服务的信息、客户信息以及交易信息等。

从上述定义可知，电子商务信息指的是在电子商务过程中产生的，通过电子化和网络化等手段来进行搜集、存储、传递与利用，能够准确、及时地反映交易过程中各方面特征的信息的集合。

电子商务信息是对电子商务活动的客观描述，对保障电子商务的顺利进行起着重要作用。

电子商务信息涉及电子商务活动的环境、主体、商品本身等各个方面，贯穿了整个电子商务活动。

它的主要内容包括：1) 市场环境信息。

与商务营销活动有关的政治、经济、科技、社会、文化、人口、自然条件等方面的信息。

2) 市场供求信息。

货源、数量、交换地点、现有和潜在的需求容量、供求平衡程度、营销策略及其变化、市场占有率等。

3) 商品本身的信息。

商品的物理形态、质量、性能、包装、品牌、知名度、信誉、替代品、售后服务等。

4) 价格信息。

商品的定价情况、销售盈利情况、与同类商品的可比性、成交情况、价格变化趋势等。

5) 销售渠道和方式信息。

是否直接销售、中间商作用大小、渠道的稳定性、推销方式等。

<<电子商务信息管理>>

编辑推荐

《电子商务信息管理》：现代信息资源管理丛书

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>