

<<电子商务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务>>

13位ISBN编号：9787040202298

10位ISBN编号：7040202298

出版时间：2006-12

出版范围：高等教育

作者：特伯恩

页数：714

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>>

内容概要

面向管理：电子商务可以从两个主要方面触及：技术方面和管理方面。

本书采用了后一种方式，书中大多数篇幅是关于电子商务的应用和实施的。

然而，我们同样认识到了技术的重要性，因此，在第12章给出了电子商务安全的基本要素；在线的第18章阐述了基础设施和系统开发的知识要点。

第18章在本书的网站[www.prenhall.com / turban](http://www.prenhall.com/turban)上。

在本书网站的附录和辅导中，还提供了一些详细的技术资料。

跨学科的方法：电子商务具有跨学科性，本书始终贯穿着这一特点。

主要的相关学科包括会计学、金融学、信息系统、市场营销学、管理学和人力资源管理。

此外，它还与一些非商业课程有关，尤其是公共管理、计算机科学、工程学、心理学、政治学和法律

。

经济学对于理解电子商务起着重要作用。

面向现实：本书包括大量电子商务案例，取自世界各地的大企业、小公司、政府和非营利性机构。

大量真实的案例使概念变得非常生动。

这些案例向学生展示电子商务的功能、成本、合理应用以及现实中的公司如何富有创新性地把电子商务应用到公司的运营中去。

坚实的理论背景：纵览全书，本书给出了理解电子商务所必需的理论基础，从消费者行为到竞争的经济理论。

另外，本书还提供网址、大量练习和扩展的参考文献作为书中理论讲解的补充。

本书的网站上还提供了进一步阅读的书目清单。

在线研究附录提供了专题、讨论和有关电子商务研究现状的资源。

本书阐述了当前大多数的电子商务论题，包括2001年、2002年和2003年的许多新应用，从理论观点和应用层面两个方面，包括了电子化学习、电子政务、电子化策略、基于WEB的供应链系统、协作商务、移动商务、普适计算和电子商务经济学等论题。

<<电子商务>>

作者简介

作者：(美)特伯恩

<<电子商务>>

书籍目录

第1部分 电子商务和电子市场概述 第1章 电子商务综述 示例：Marks&SpenceR——种新型竞争方式
 1.1 电子商务：定义和概念 电子商务定义 电子业务定义 纯电子商务与部分电子商务
 因特网电子商务与非因特网电子商务 电子市场、组织间和组织内的信息系统 1.2 电子商务框架、
 分类和内容 一个电子商务的框架 基于交易或交互性质的电子商务分类 电子商务的跨学
 科特性 电子商务简史 案例1.1 电子商务应用：基于语音的511旅游信息服务 案例1.2 电子商务
 应用：校园食品网（Campusfood.com）的成功经历 电子商务的未来 1.3 电子商务商业计划、案
 例和模型 商业计划和商业案例 商务模型的结构 电子商务中的典型商务模型 1.4 电子商
 务的效益和局限性 案例1.3 电子商务应用：奥贝斯（Orbis）集团从线性实 体供应链转向电子中
 心 电子商务的效益 电子商务的局限性与障碍 1.5 数字革命及其商业环境和组织的反应
 数字革命 新型商业环境 环境 - 反应 - 支持模型 商业压力 组织反应 案例1.4 电子商
 务应用：互联网和企业内部网缩短了新药上市时间 1.6 整合 第2章 电子市场：结构、机
 制、经济学及影响第2部分 网上零售 第3章 电子商务零售：产品和服务 第4章 客户行为、在线市场
 研究、客户关系管理 第5章 在线广告营销第3部分 B2B电子商务 第6章 以公司为中心的B2B和电子采
 购 第7章 公开B2B交易和门户网站 第8章 电子供应链、协作商务与内部电子商务第4部分 其他电子
 商务模型与应用 第9章 电子政务、电子化学习和其他电子商务应用 第10章 移动商务和普适计算第5
 部分 电子商务支持服务 第11章 拍卖 第12章 电子商务安全 第13章 电子支付系统 第14章 订单履
 行、内容管理和其他支持服务第6部分 电子商务战略和实施 第15章 电子商务战略和全球电子商务
 第16章 启动一项成功的在线商务 第17章 电子商务的法律、道德和社会影响（在线）第7部分 应用系
 统开发 第18章 构建电子商务应用系统和基础设施（在线）附录 电子商务研究现状（在线）
 技术附录 A 电子商务的基础设施 B 网页设计和创建 C Web编程 D 软件代理（在线）
 辅导 T1 电子商务的商业规划 T2 建立一个店面 T3 供应链及其管理

<<电子商务>>

编辑推荐

目前，电子商务正处于一个整合时期：在对新技术和思想抱有热情的同时，还特别关注战略、实施和赢利能力。

更重要的是，人们认识到了电子商务包括两部分：不仅包括技术，而且包括商务。

本书出自于资深作者之手。

作者不仅具有一定的学术研究水平，还具有丰富的实践经验。

本书可用于一季度、一学期或者两学期课程，还可以用做因特网基础、管理信息系统或者营销学教材的补充读物。

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>