<<电子商务物流管理>>

图书基本信息

书名：<<电子商务物流管理>>

13位ISBN编号：9787040307696

10位ISBN编号：7040307693

出版时间：2011-1

出版时间：高等教育出版社

作者：张铎 编

页数：286

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>

<<电子商务物流管理>>

内容概要

《电子商务物流管理(第3版)》由张铎主编，是普通高等教育“十一五”国家级规划教材和高等学校电子商务专业主要课程教材。

《电子商务物流管理(第3版)》在第二版的基础上，结合近年来国内外电子商务与现代物流的发展，作了较大幅度的修订和拓展。

全书共分七章，内容包括：电子商务与物流的关系、物流基础理论、物流模式、物流管理、物流信息技术、物流信息管理和供应链管理方法。

《电子商务物流管理(第3版)》可作为电子商务专业的大学本科教材，也可供从事电子商务或物流管理理论研究与实践工作的人员参考。

<<电子商务物流管理>>

书籍目录

第一章 电子商务与物流的关系

第一节 电子商务对物流活动的影响

第二节 物流对电子商务的影响

第三节 我国国家物流产业振兴规划

第四节 电子商务物流信息服务平台

案例分析

思考题

第二章 物流基础理论

第一节 物流概述

第二节 物流系统

第三节 物流要素

案例分析

思考题

第三章 物流模式

第一节 第三方物流

第二节 国际物流

第三节 配送与配送中心

第四节 新型物流

案例分析

思考题

第四章 物流管理

第一节 企业物流

第二节 物流企业管理

第三节 物流管理的核心内容

第四节 物流标准化

案例分析

思考题

第五章 物流信息技术

第一节 条码技术

第二节 射频技术

第三节 电子数据交换技术

第四节 自动跟踪技术

第五节 物联网

案例分析

思考题

第六章 物流信息管理

第一节 物流信息系统

第二节 供应链物流管理

第三节 物流信息系统教学模拟实验

案例分析

思考题

第七章 供应链管理方法

第一节 快速响应

第二节 有效客户响应

第三节 电子订货系统

<<电子商务物流管理>>

第四节 企业资源计划

第五节 协同商务

案例分析

思考题

参考文献

章节摘录

版权页：插图：（一）消费者的地区分布分散化因特网是电子商务的最大信息载体。

因特网的物理分布范围正在迅速扩展，是否凡是因特网所及的地区都是电子商务的销售区域呢？

在电子商务发展的初级阶段这是不可能的。

一般商务活动的有形销售网点资源按销售区域来配置，每一个销售网点负责一个特定区域的市场，比如把全国划分为7个销售大区，每个大区内有若干销售网点，再设立一个配送中心，销售网点向配送中心订货和补货，配送中心则在规定的时限内将订货送达销售网点。

电子商务按照这种方式操作的问题在于，电子商务的客户可能在地理分布上是十分分散的，要求送货的地点不集中，而物流网络并没有像因特网那样广的覆盖范围，无法经济、合理地组织送货。

所以，提供电子商务服务的公司也需要像有形店铺销售一样，要对销售区域进行定位，对消费人群集中的地区提供物流承诺，否则是不经济的。

还有一种处理办法，就是对不同的销售区域采取不同的物流服务政策。

如在大城市，因为电子商务的普及，订货可能比较集中，适于按不低于有形店铺销售的送货标准组织送货，但对偏远地区的订单则要进行集货，送货期限肯定要比大城市长得多，那些地区的电子商务消费者享受的服务就要差一些。

从电子商务的经济性考虑，宜先从上网用户比较集中的大城市起步，这样建立基于一个城市的物流配送体系比较容易。

借助于因特网，电子商务将整个世界联系在一起。

电子商务的推广，加快了经济全球化，因为电子商务的跨时域性和跨区域性，使得物流需求必然呈现跨国性，国际物流在整个商务活动中愈来愈占有举足轻重的地位。

<<电子商务物流管理>>

编辑推荐

《电子商务物流管理(第3版)》：高等学校电子商务专业系列教材

<<电子商务物流管理>>

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>