

<<电子商务理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务理论与实务>>

13位ISBN编号：9787115247056

10位ISBN编号：7115247056

出版时间：2011-2

出版时间：人民邮电出版社

作者：孟祥梅 编

页数：223

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>

<<电子商务理论与实务>>

内容概要

本书以淘宝网、招商银行网上银行等知名电子商务服务平台为载体，以个人网店的开设、经营为主线，按照网店开设的准备、网店的开设、电子商务交易、电子商务支付、电子商务物流、电子商务安全、网络营销的顺序安排章节内容。

各章结合所述内容在开篇引入案例，并在章后配有相应的实训项目，将各阶段的理论知识与实践操作融为一体，旨在培养学生的综合实践能力和创业能力。

本书既可以作为高职高专电子商务专业学生的专业课程教材，也可作为相关专业的公共选修课程教材，还可作为企业管理人员的自学参考书及培训教材。

<<电子商务理论与实务>>

书籍目录

- 第一章 电子商务概述 第一节 电子商务 一、电子商务的含义 二、电子商务的优势
三、电子商务的功能 四、电子商务的特征 第二节 电子商务的发展与现状 一
、电子商务的产生与发展 二、电子商务发展的历程 三、世界电子商务的发展现状
四、我国电子商务的发展状况 第三节 电子商务对社会产生的影响 一、电子商务对社会经
济的影响 二、电子商务对政府的影响 三、电子商务对企业的影响 四、电子商务对
消费者的影响 第四节 电子商务的应用领域 一、网上旅游业——携程旅行网 二、网上
房地产——搜房网 三、网上教育——新东方在线 第五节 实例演示：淘宝网购物流程
一、注册淘宝会员 二、选择商品并购买 三、阿里旺旺的使用 第二章 电子商务的分
类及模式 第一节 电子商务的分类 一、按照电子化程度进行分类 二、按照开展电子
交易的信息网络范围分类 三、根据购物终端及网络接入方式进行分类 四、按照交易对象
进行分类 第二节 电子商务的模式 一、B2B电子商务模式 二、B2C电子商务模式
三、C2C电子商务模式 第三节 电子商务法律法规 一、电子商务法律问题 二、电
子商务立法状况 第四节 实例演示：淘宝网开店流程 一、注册店铺 二、获取免费店
铺 三、店铺装修 四、推广是成功的关键 五、宝贝出售后的发货及评价管理 第三
章 电子商务支付 第一节 传统支付方式 一、现金支付方式 二、票据支付方式
三、银行卡支付方式 第二节 电子支付 一、电子支付的发展阶段 二、电子支付的
类型与概念 第三节 网上支付流程与网上支付系统 一、网上支付流程及特点 二、网
上支付系统的基本构成 第四节 网上支付方 一、银行卡 二、电子现金 三、电子
钱包 四、电子支票 五、网上银行 第五节 国外电子银行案例分析——富国银行
一、富国银行简介 二、富国银行电子银行核心业务 三、富国银行运作模式的特点
第六节 实例演示：淘宝网支付宝卡通 一、什么是支付宝卡通 二、支付宝卡通的使用流
程 第四章 电子商务物流 第一节 物流概述 一、物流的含义 二、物流的分类
三、物流的基本功能 四、物流的产生与发展 五、物流管理 第二节 电子商务与物
流的关系 一、电子商务对物流的影响 二、物流对电子商务的影响 三、电子商务物
流的特点 第三节 电子商务物流信息技术 一、电子数据交换技术 二、全球定位系统
技术 三、条码技术 第四节 电子商务物流的发展 一、我国电子商务物流的现状
二、我国物流产业发展存在的主要问题 三、电子商务物流业的发展趋势 四、我国物流
业的发展对策 五、国内外著名物流企业 第五节 实例演示：淘宝网网上物流下单 第五章
网络营销 第一节 网络营销概述 一、网络营销的概念 二、网络营销的理论基础
三、网络营销阶段分析 第二节 网络消费者购买行为 一、我国互联网用户及其特点
二、网络消费需求的特征 三、网络消费者的购买动机 四、网络消费购买过程 第三
节 网络市场调研 一、网络市场调研的优点 二、网络市场调研的方法 三、网络调
研的局限性和应对措施 第四节 网络营销策略 一、网上产品和服务策略 二、网络营
销价格策略 三、网络营销渠道策略 四、网上促销策略 第五节 网络营销工具
一、搜索引擎营销 二、网络社区营销 三、网络游戏植入营销 四、网络视频营销
五、即时通信营销 六、电子杂志营销 七、无线营销 八、邮件营销 九、数
据库营销 十、图片营销 第六节 实例演示：店铺美化与推广 一、店铺装修 二
、店铺推广 第六章 电子商务安全 第一节 电子商务与信息安全 一、电子商务安全的现
状 二、电子商务安全的要求 三、电子商务安全体系 第二节 电子商务安全的技术措
施 一、信息加密技术 二、数字签名技术 三、数字证书 四、网络安全技术
第三节 电子商务安全的管理措施 一、人员管理制度 二、保密制度 三、跟踪、
审计、稽核制度 四、系统维护制度 五、病毒防范制度 六、应急措施 第四节
实例演示：电子邮件加密与网络交易防诈骗 一、利用申请的数字证书对电子邮件进行数字签名
和加密 二、防骗技巧——以淘宝网为例 参考文献

章节摘录

版权页：插图：4.电子商务服务纵深拓展，互联网渠道价值得以挖掘除了上面提到的全面化，电子商务的纵深化发展也是未来趋势。

纵深化一方面体现在电子商务企业提供的电子商务服务纵深化发展，比如B2B电子商务正经历从早期的在线信息查询向小单在线交易服务的转变。

纵深化另一方面还体现在商家对于互联网的认知和利用，其已经由早期单纯的销售渠道之一扩展到销售渠道体系整合、企业品牌塑造及营销推广等多个层面，互联网的渠道价值将得到更深入的挖掘和利用。

5.垂直细分孕育商机，电子商务企业将持续涌现目前电子商务在一些行业的应用已经趋于成熟，比如标准化的图书音像、3C等，而且此类垂直B2c市场已经拥有1~3个规模领先的企业，市场格局相对稳定。

但是在更多的垂直细分市场，还尚未出现1~2家上规模的B2C企业。

未来垂直细分市场孕育了无限商机，值得深入挖掘的细分市场还有很多，比如食品、女装、运动服、鞋等细分领域，再比如个性化定制、中高端名品折扣、中老年消费等诸多特色市场，相信未来将会涌现更多的电子商务企业。

6.终端入口多元化，互联网商务与移动商务趋向融合除了互联网电子商务外，电视购物（如淘宝华数合作电视购物）、手机购物（京东、当当网等布局手机购物）等多终端购物模式的结合愈加紧密。对于消费者来讲，未来消费入口将更加多元化，除了互联网，手机、电视、电子阅读器等各种终端设备都有可能成为用户下单的入口，各种终端购物模式也逐渐趋向融合。

（三）我国电子商务现存问题尽管我国电子商务呈现出高速发展的态势，但是仍然存在一些问题。比较典型的问题如电子商务的发展所需要的市场经济环境、运行环境尚不完善，社会信用体系尚未完全建立，网络带宽、反应速度尚未完全满足要求，电子支付手段尚不完备，物流配送体系尚不配套；同时电子商务法律法规、电子商务标准、规范滞后，亟需加强。

<<电子商务理论与实务>>

编辑推荐

《电子商务理论与实务》：内容新颖，突出实用性、引导性和前沿性，注重培养学生的实际操作能力。适应高职高专教师精讲、学生多练、“能力本位”的新型教学方式的需要。合理选材和编排，传统内容与现代内容合理融合，补充了大量的新知识，遵循了最新准则与规范。侧重案例教学，激发学生对电子商务课程的兴趣，并引导学生对知识点的理解。

<<电子商务理论与实务>>

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>