第一图书网, tushu007.com

<<电子商务概论>>

图书基本信息

书名：<<电子商务概论>>

13位ISBN编号：9787121079382

10位ISBN编号：7121079380

出版时间：2009-3

出版时间：张润彤 电子工业出版社 (2009-03出版)

作者：张润彤 编

页数：428

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

第一图书网, tushu007.com

前言

电子商务是一门迅速发展并且不断丰富和完善的被需求拉动的新兴学科。
随着国际互联网的普及，上网人数的不断增加，电子商务在全球贸易中所占份额越来越大。
1995年，全球仅有网站1.8万家；2003年全球网站是4000万个，到2008年2月这个数量已经突破1.6亿个。
全球网民数量在1999年是1亿人，2002年9月底，全球网民数量是6.056亿人，而截至2008年6月，全球的网民数已达到12亿人。
2000年时全球电子商务交易总额是580亿美元，到2004年是2360亿美元，2007年全球电子商务交易总额已超过2万亿美元。
这些数字说明电子商务已在全球范围内深入人心，成为人们不可或缺的工作和生活方式。
同时，我们也可以说，电子商务创造了一种产业发展的奇迹，其高速的发展速度是任何一种传统产业都无可比拟的。
电子商务拥有传统商务无可比拟的种种优势——时空优势、速度优势、成本优势、个性化优势、信息优势、便捷优势等，它可以协助企业获得核心竞争力，可以帮助消费者获得更好的服务。
但是，如果电子商务应用与战略制定得不当，施行电子商务并不意味着企业和个人就能获得以上种种利益。
国家亦是如此，如果一个国家所制定的电子商务政策跟不上全球电子商务发展的步伐，那整个国家的电子商务将不能快速发展。
国家如何在电子商务日新月异的时代制定相应的政策大力发展本国经济呢？
企业如何以信息化迎接电子商务的挑战呢？
个人又如何在全球电子商务蓬勃发展的今天充分发挥自我价值，始终走在社会发展的前列呢？
这些都是非常紧迫的问题，随着电子商务理论和实践的发展，这些问题的答案也会随之而变。
与电子商务技术与应用的迅速发展相适应，电子商务理论研究与推广也当仁不让地需要迅速完善并且起到领导的作用。
本书的再版修订就是要研究和分析这些新的变化，相信在对《电子商务概论》进行再版之后，能使采用本书作为教材或参考书目的教师与同学们得到更多的帮助，也借此为政府、企业和个人的电子商务事业的应用和发展贡献更大的一份力量。
本书作为“北京市高等教育精品教材建设立项项目”，自2003年1月出版以来，受到广大读者的欢迎，一再重印，在此对广大读者对本书的喜爱和支持表示衷心的感谢。
以本书为主要推荐教材的、由本书主编为主要负责人的“电子商务概论”课程获“2004年国家级精品课程”称号。
本书于2005年1月获得“北京高等教育精品教材”称号。
根据本书第一版的读者反馈，结合目前全球电子商务发展现状，第二版修订时主要考虑以下几点：
（1）继续延续原有教材的定位，适合作为高等院校经济贸易、工商管理、电子商务和信息管理等专业研究生和高年级本科生的教材，也可作为相关领域高级管理人员的参考用书及作为培训教材。
（2）对第1版中存在的某些疏漏和印刷差错做了更正，更新了书中有关电子商务发展现状的数据。针对电子商务理论和实践都发展较快这一特点，第2版在修订时更新了大量的数据，并加入了最新的电子商务理论，使本书更具有时效性和准确性。
（3）案例教学是管理类教学的重点之一，本书在修订时更新了大部分的案例，使读者能了解最新的国内外电子商务发展现状，更好地理解电子商务的基本理论。
（4）对某些章节的内容和结构进行了调整。
本版的整个框架安排与第1版大致相同，保持了原有的强调相关概念、理论的成熟性和完整性，使其可以反映教材易教易学的特点，并结合多年来教学改革实践与电子商务最新发展状况进行修订。
（5）增加研究型教学的理念和思想，力图使本书的读者、教师与同学在学习和实践中，掌握电子商务的各种理论，提高分析各种与电子商务有关的案例与经济现象的能力；为开展教学研究、指导教学实践、提高电子商务教学质量打下良好的基础。
本书的修订工作由张润彤和邢婷负责。

第一图书网, tushu007.com

本书的再版工作受到了电子工业出版社的鼎力相助，在此表示感谢。
我们在修订过程中引用了相关领域的一些最新研究成果及部分案例，在此谨向被参考的文献著（作）者表示真诚的谢意。
同时对书中不足之处，恳请广大读者提出宝贵意见，以期不断改正。

第一图书网, tushu007.com

<<电子商务概论>>

内容概要

电子商务是各种具有商业活动能力和需要的实体为了提高商务活动效率，而采用计算机网络和各种数字化传媒技术等电子方式实现商品交易和服务交易的一种贸易形式。
电子商务已成为21世纪人们的主要商务模式和用来推动社会、经济、生活和文化进步的重要动力和工具。

本书共15章，分为4个主要部分：基础篇、技术篇、管理篇和应用篇，系统、全面地介绍了电子商务的整体框架及其涵盖的主要内容。
本书强调相关概念、理论的成熟性和完整性，使其可以反映教材易教易学的特点；同时它也强调研究成果的先进性，深入浅出地反映出电子商务的发展趋势，如介绍“移动电子商务”的技术和特点，提出“下一代电子商务”的概念等，并配有大量的复习思考题和丰富的国内、国外案例。

本书既可作为高等学校电子商务、计算机应用、信息管理、经济贸易和工商管理等专业高年级本科生和研究生的教材，也可作为电子商务相关领域高级管理人员的参考用书或培训教材。

第一图书网, tushu007.com

<<电子商务概论>>

书籍目录

基础篇第1章 电子商务概述1.1 电子商务的定义与概念模型1.1.1 电子商务的定义1.1.2 电子商务概念模型1.1.3 电子商务的研究对象1.2 电子商务的内容1.2.1 电子商务的内涵1.2.2 电子商务的功能1.2.3 电子商务的特点1.3 电子商务的分类1.3.1 按企业电子商务系统业务处理过程涉及的范围分类1.3.2 按电子商务复杂性程度分类1.3.3 按电子商务系统功能目标分类1.3.4 按电子商务技术标准和支付方式分类1.4 电子商务运作模型与交易成本1.4.1 电子商务运作模型1.4.2 交易成本的含义与构成1.4.3 电子商务运作模式降低交易费用1.5 电子商务系统的基本结构与组成1.5.1 电子商务系统的基本结构1.5.2 企业电子商务系统的组成1.5.3 电子商务基础平台1.5.4 电子商务服务平台与应用1.6 电子商务系统网络结构与业务环境1.6.1 电子商务系统的网络结构1.6.2 电子商务系统的运行环境1.6.3 电子商务系统的支撑环境复习思考题第2章 电子商务带来的革命2.1 电子商务的产生和发展2.1.1 电子商务的产生2.1.2 电子商务的发展阶段2.1.3 电子商务的发展现状与趋势2.2 各国电子商务发展的状况2.2.1 北美地区2.2.2 拉美地区2.2.3 欧洲地区2.2.4 亚洲地区2.3 中国电子商务的发展2.3.1 中国电子商务发展现状2.3.2 网络和网民的规模增长速度非常迅猛2.3.3 中国电子商务的发展还处于初级阶段，具有很大的发展潜力2.3.4 各个“金字”工程，成为中国电子商务的重要内容2.4 电子商务对思维方式的变革2.4.1 新思维方式的产生2.4.2 电子商务下思维方式的特点2.4.3 电子商务下生产者和消费者思维的变革2.5 电子商务对人类活动的变革和影响2.5.1 电子商务对市场结构的影响2.5.2 电子商务对营销战略的创新2.5.3 电子商务对人类工作和生活方式的影响2.6 创造企业网络环境下的竞争优势2.6.1 竞争优势理论2.6.2 电子商务创造企业网络环境下的竞争优势复习思考题第3章 电子商务是历史发展的必然趋势3.1 电子商务的优势和作用3.1.1 电子商务的优势3.1.2 在企业经营管理中的作用体现3.1.3 在企业内部结构变革与行业结构变革中的作用体现3.2 制约电子商务发展深层次的原因及对策3.2.1 安全问题3.2.2 技术问题3.2.3 法律制度问题3.2.4 标准问题3.2.5 隐私权的保护问题3.2.6 企业信息化程度偏低3.2.7 支付问题产生的影响3.2.8 物流对电子商务发展的制约3.2.9 人才短缺的制约3.2.10 社会商业信用缺乏3.2.11 电信体制问题3.3 电子商务发展战略3.3.1 电子商务的发展总体战略 3.3.2 企业以信息化迎接电子商务的挑战3.3.3 个人面对电子商务的发展战略3.4 电子商务的发展趋势3.4.1 透视电子商务的走向3.4.2 客户服务的趋势——电子商务带来更快捷、更方便的服务3.4.3 企业(或者公司)趋势——电子商务成为企业发展的新动力3.4.4 网上政府的趋势——电子政务3.5 电子商务发展的新看点3.5.1 栅格电子商务（G-Commerce）3.5.2 移动电子商务3.5.3 流媒体与中间件3.6 电子商务是历史发展的必然趋势3.6.1 电子商务的危机和深入发展3.6.2 新一代电子商务3.6.3 电子商务大趋势复习思考题技术篇第4章 计算机网络、通信及相关技术4.1 Internet技术及应用4.1.1 Internet的概念4.1.2 Internet的发展4.1.3 Internet网络结构及协议4.1.4 Internet的基本应用4.2 计算机网络4.2.1 协议层次模型4.2.2 IPv6协议4.2.3 移动IP4.2.4 高层协议4.3 网站建设技术4.3.1 定义网站4.3.2 定义信息结构4.3.3 确定网站内容4.3.4 探索装饰风格4.3.5 可视化设计4.3.6 相关技术问题4.4 移动通信系统及其演进4.4.1 第二代移动通信的应用及技术特点4.4.2 第三代移动通信（IMT-2000）的概念及主要技术4.4.3 第二代向第三代的演进4.4.4 中国TD-SCDMA技术及其进展4.4.5 GPRS：通用分组无线业务4.5 无线通信技术4.5.1 WAP技术4.5.2 蓝牙技术4.5.3 无线局域网4.5.4 多媒体短信4.6 EDI增值网络技术4.6.1 EDI概念及构成4.6.2 EDI应用系统4.6.3 EDI服务中心4.6.4 EDI典型应用4.7 其他相关技术4.7.1 网络数据库4.7.2 数据仓库4.7.3 多媒体技术4.7.4 J2EE技术4.7.5 Web Service技术复习思考题第5章 电子商务安全5.1 电子商务安全概述5.1.1 电子商务的安全威胁5.1.2 电子商务的安全要求5.1.3 电子商务安全保障体系5.2 电子商务交易方自身网络安全保障技术5.2.1 用户账号管理和网络杀毒技术5.2.2 防火墙技术5.3 电子商务数据传输安全保障技术5.3.1 什么是数据加密5.3.2 两种不同的加密算法5.3.3 解决数据传输完整性问题： 数字签名5.3.4 数据加密和认证技术在电子商务中的综合应用——虚拟私人网（VPN技术）5.4 电子商务交易用户身份识别与认证技术5.4.1 什么是CA认证5.4.2 CA认证的过程5.4.3 数字证书的内容和验证5.4.4 中国金融认证中心5.5 电子商务支付安全5.5.1 SSL协议5.5.2 SET协议5.6 电子商务安全评估与安全策略5.6.1 电子商务安全评估5.6.2 电子商务安全策略5.6.3 电子商务安全解决方案介绍复习思考题第6章 金融电子化6.1 电子货币6.1.1 电子货币的概念6.1.2 电子货币的起源6.1.3 电子货币的主要特征和职能6.1.4 电子货币的运行条件6.1.5 电子商务与电子货币6.2 银行卡6.2.1 银行卡种类6.2.2 银行卡应用系统6.2.3 中国银行卡的功能6.3 在线支付与电子资金转账6.3.1 在线支付的重要性6.3.2 电子资金转账（EFT）6.3.3 电子资金的转账方

第一图书网, tushu007.com

式6.3.4 电子资金转账系统6.3.5 电子资金转账系统的发展6.4 金融电子通信服务系统6.4.1 金融通信服务组织SWIFT6.4.2 SWIFT服务内容6.4.3 SWIFT的安全策略6.4.4 SWIFT的发展6.4.5 SWIFT的特点6.4.6 SWIFT的系统结构6.4.7 SWIFT的安全体系6.5 网上金融服务的发展6.5.1 金融电子化的必然性6.5.2 中国金融电子化发展的过程6.5.3 金融电子信息化的发展问题6.5.4 现代化的电子信息化转型6.5.5 实施金融电子信息化的举措复习思考题第7章 电子商务物流及标准化技术7.1 物流与物流管理7.1.1 物流概述7.1.2 物流管理7.1.3 中国物流发展状况7.2 电子商务与物流7.2.1 电子商务中物流的地位与作用7.2.2 电子商务下物流的特点7.2.3 电子商务中物流业的发展7.3 电子商务下的物流模式7.3.1 第三方物流7.3.2 基于Internet的物流与配送7.3.3 第四方物流7.3.4 电子物流7.4 电子订货系统7.4.1 电子订货系统的组成与特点7.4.2 EOS的发展过程7.4.3 EOS的流程7.4.4 EOS的业务过程7.5 电子商务标准化与标准机构7.5.1 标准与标准化7.5.2 国际电子商务标准化组织7.5.3 中国电子商务标准化组织7.6 电子商务可扩展标记语言7.6.1 ebXML提出的背景7.6.2 XML概述7.6.3 ebXML的技术系统架构7.7 电子商务标准的发展7.7.1 国外电子商务标准的制定动态7.7.2 Internet商务标准7.7.3 中国电子商务标准化的情况7.7.4 电子商务标准发展趋势复习思考题管理篇第8章 电子商务模式与供应链管理8.1 电子商务流程8.1.1 百货商场商务流程8.1.2 连锁超市商务流程8.1.3 电子商务流程8.2 企业间电子商务（B2B）运作模式8.2.1 B2B模式的地位和竞争优势8.2.2 B2B电子商务的组成和体系结构8.2.3 B2B电子商务模式下的典型运作方式8.3 企业对消费者电子商务（B2C）运作模式8.3.1 B2C电子商务模式下的典型运作方式8.3.2 B2C电子商务模式成功的条件8.3.3 B2C电子商务模式可能优先发展的行业8.4 电子商务模式创新8.4.1 B2G电子商务模式8.4.2 X2X电子商务模式8.4.3 ASP电子商务模式8.4.4 基本电子商务模式的衍生8.5 供应链管理模式8.5.1 供应链及供应链管理8.5.2 供应链管理思想与内容8.5.3 供应链管理的优势8.6 电子商务与供应链管理8.6.1 电子商务对供应链管理的影响8.6.2 电子商务在供应链管理中的应用8.6.3 面向电子商务的供应链管理系统复习思考题第9章 电子商务的法律保障9.1 电子商务呼唤新法律9.1.1 电子商务的特征及其对法律的要求9.1.2 电子商务立法的困难因素9.1.3 电子商务立法的必要性9.1.4 电子商务立法原则9.2 国际组织和各国政府加强电子商务的法律建设9.2.1 国际组织推动电子商务立法的行动9.2.2 美国电子商务立法9.2.3 欧盟电子商务立法9.2.4 亚太地区电子商务立法9.3 电子商务中的法律问题9.3.1 电子商务交易的安全性9.3.2 电子商务中知识产权9.3.3 数据电文法律制度9.3.4 电子合同9.3.5 电子签名与电子证据的认定9.3.6 电子交易认证机构的法律地位9.3.7 电子商务的隐私权保护9.3.8 网上仲裁法律制度9.3.9 电子商务税收征管9.4 电子商务中的知识产权保护问题9.4.1 域名引发的法律问题9.4.2 电子商务的版权问题9.5 电子商务交易安全的法律保护9.5.1 中国对电子交易安全的法律保护9.5.2 保障电子商务交易安全的若干重要的法律问题9.6 构筑具有中国特色的电子商务法律体系9.6.1 构筑具有中国特色的电子商务法律体系的必要性9.6.2 构筑具有中国特色的电子商务法律体系的途径9.6.3 具有中国特色的电子商务法律体系的构成复习思考题第10章 企业电子商务的创建与管理10.1 明确创建企业电子商务的目的10.1.1 电子商务对企业商务活动主要环节的影响10.1.2 从客户角度看10.1.3 从企业角度看10.2 电子商务效益分析与评估10.2.1 企业开展电子商务的成本与代价10.2.2 电子商务为企业带来的效益10.3 创建电子商务的准备10.3.1 企业业务分析10.3.2 制定实施电子商务的计划10.3.3 创建企业内部网10.3.4 设备与环境的准备10.3.5 管理及人员的准备10.4 创建企业电子商务10.4.1 电子商务网站的主要功能10.4.2 制作网页，开发应用程序，实现电子商务网站的功能10.4.3 电子商务网站的发布与维护10.5 网络营销10.5.1 网络营销的概念10.5.2 网络营销4C策略10.5.3 网络营销的职能10.5.4 网络营销的方法复习思考题第11章 电子商务发展策略与现代企业管理11.1 电子商务发展策略11.1.1 美国电子商务发展策略11.1.2 加拿大电子商务发展策略11.1.3 欧盟电子商务发展策略11.1.4 亚太地区部分国家的电子商务发展策略11.2 政府与电子商务发展11.2.1 国际组织和各国政府对政府在电子商务发展中的作用的不同观点11.2.2 各国政府为促进电子商务发展的举措11.3 企业电子商务的管理11.3.1 企业管理思想方法创新以适应电子商务发展的必要性11.3.2 在电子商务中运用传统企业管理存在的问题11.3.3 企业电子商务的柔性管理概念11.3.4 以柔性管理思想为指导的企业电子商务的优势11.3.5 以柔性管理思想为指导的企业电子商务的特征11.4 知识管理与电子商务11.4.1 知识管理概述11.4.2 电子商务的发展推动了企业对知识管理的需求11.4.3 电子商务技术的知识管理11.4.4 流程的知识管理11.4.5 根据电子商务战略实施知识管理11.5 实施以新管理思想为指导的企业电子商务11.5.1 推行新的管理思想11.5.2 重视组织柔性体系11.5.3 建立供应链竞争优势11.5.4 注重企业文化建设11.5.5 继续加速企业信息化建设11.5.6 不断进行企业流程再造11.6 积极、稳妥地推进中国电子商务11.6.1 加入世界贸易组织对中国

第一图书网, tushu007.com

电子商务发展的影响11.6.2 加快中国电子商务发展的对策建议复习思考题应 用 篇第12章 电子商务典型应用12.1 网上商店12.1.1 网络零售业的兴起12.1.2 中国网上B2C零售商店的发展12.1.3 Amazon网络书店12.2 网络银行12.2.1 网络银行的特点12.2.2 网络银行的实现环境和条件12.2.3 世界著名网络银行服务12.3 旅游电子商务12.3.1 旅游电子商务的发展12.3.2 旅游电子商务的概念12.3.3 中国旅游电子商务运行状况12.3.4 发展中国旅游电子商务12.4 网上证券交易12.4.1 证券交易与Internet联姻12.4.2 网络炒股的方法12.4.3 网上交易分析12.4.4 中国网上证券交易前景光明12.5 网上保险12.5.1 利用Internet服务的优点12.5.2 网上保险公司业务12.5.3 中国的网上保险业务12.5.4 网上保险技术12.5.5 网上保险展望12.6 电子政务12.6.1 电子政务的定义及内涵12.6.2 电子政务的典型应用12.6.3 建设电子政务的关键问题12.6.4 电子政务安全建设复习思考题第13章 电子商务解决方案13.1 电子商务与解决方案13.1.1 电子商务系统建设概述13.1.2 电子商务解决方案概述13.1.3 电子商务解决方案的内容13.1.4 电子商务解决方案的分析方法13.2 IBM的电子商务解决方案13.2.1 电子商务策略13.2.2 电子商务应用体系结构13.2.3 电子商务解决方案13.2.4 电子商务系统开发和集成工具13.3 SUN电子商务解决方案13.3.1 电子商务理念13.3.2 电子商务系统体系结构13.3.3 电子商务解决方案13.3.4 电子商务开发集成环境13.4 Microsoft电子商务解决方案13.4.1 电子商务策略13.4.2电子商务系统的体系结构13.4.3 电子商务解决方案分类13.4.4 电子商务开发集成工具13.5 HP电子商务解决方案13.5.1 电子商务策略13.5.2 电子商务体系结构13.5.3 电子商务解决方案13.6 其他特色电子商务解决方案13.6.1 MySAP.com电子商务整体解决方案13.6.2 BEA公司的电子商务解决方案13.6.3 Lotus的电子政务解决方案复习思考题第14章 移动电子商务及应用14.1 什么是移动电子商务14.1.1 移动电子商务的定义14.1.2 移动电子商务的特点14.1.3 移动电子商务的应用14.1.4 推动移动电子商务发展的技术因素14.2 移动电子商务现状与发展14.2.1 国外移动电子商务的发展状况14.2.2 中国移动电子商务的发展状况14.2.3 移动电子商务的解决方案14.3 建造成功的移动电子商务14.3.1 成功建立移动电子商务需要解决的三个问题14.3.2 创建具有吸引力的服务14.3.3 建立移动商务基础构架14.3.4 建立科学的商业模型14.3.5 制约移动电子商务发展的因素14.4 移动电子支付和移动银行14.4.1 移动支付的网络结构14.4.2 移动POS系统14.4.3 移动银行14.4.4 手机银行的优缺点14.4.5 移动银行方案14.5 Mobile e-Pay移动电子商务解决方案14.5.1 系统结构14.5.2 访问功能14.5.3 支付功能14.5.4 安全功能14.6 移动娱乐14.6.1 移动娱乐业务的种类14.6.2 “ 掌中游 ”移动娱乐系统14.6.3 移动娱乐业务解决方案14.6.4 移动娱乐业务发展预测复习思考题第15章 电子商务应用案例15.1 联合国贸易效率计划15.1.1 联合国贸易效率计划的提出15.1.2 联合国贸易效率计划的内容15.1.3 GTPNet15.2 首都电子商务工程15.2.1 业务模式15.2.2 主要组成部分15.3 中国商品订货系统15.3.1 CGOS主要特点15.3.2 服务体系15.3.3 CGOS主要功能15.3.4 CGOS的系统交易安全性及法律保障15.4 “ 8848 ”B2C电子商务网站15.4.1 “ 8848 ”电子商务网站简介15.4.2 “ 8848 ”网上营销策略15.4.3 “ 8848 ”的零售体系15.4.4 从“ 8848 ”的成功创业看在中国发展电子商务的优势15.5 美国Oracle电子商务15.5.1 变化来自内部的需求15.5.2 自然而然的电子商务化15.5.3 为什么会有10亿美元15.6 世界化工交易中心电子商务15.6.1 网站结构和运作模式15.6.2 供应链系列服务15.6.3 市场规则与免责条款15.6.4 问题与启示复习思考题参考文献

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

第1章 电子商务概述1.3 电子商务的分类电子商务参与方主要有四部分，即企业、个人消费者、政府和中介方。
应该看到，中介方只是为电子商务的实现与开展提供技术、管理与服务支持，而前三者则是以另一种姿态成为参与方的。
尽管有些网上拍卖形式的电子商务属于个人与个人之间的交易，也就是通常所说的ConsumerToConsumer（亦记做CtoC，C2C），但是，可以这样讲，企业是电子商务的核心，考察电子商务的类型，主要从企业的角度来进行分析。
企业电子商务可以从系统涉及的业务范围、系统的复杂性程度和应用功能情况等不同的角度对企业的电子商务系统进行分类。
1.3.1 按企业电子商务系统业务处理过程涉及的范围分类从企业电子商务系统业务处理过程涉及的范围出发，可以分为企业内部、企业间及企业与消费者之间三种电子商务类型。
1）企业内部的电子商务企业通过企业内部网Intranet自动进行商务流程处理，增加对重要系统和关键数据的存取，保持组织间的联系。
它的基本原理同下面讲的企业间电子商务类似，只是企业内部进行交换时，交换对象是相对确定的，交换的安全性和可靠性要求较低，主要是实现企业内部不同部门之间的交换（或者内部交易）。
企业内部电子商务的实现主要是在企业内部信息化的基础上，将企业的内部交易网络化，它是企业外部电子商务的基础，而且相比外部电子商务更容易实现。
企业内部的电子商务系统可以增加企业的商务活动处理的敏捷性，对市场状况能更快地做出反应，能更好地为客户提供服务。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《电子商务概论(第2版)》是由电子工业出版社出版的。

第一图书网, tushu007.com

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