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：9787302194477

10位ISBN编号：7302194475

出版时间：2009-6

出版时间：清华大学出版社

作者：汪勇 编

页数：249

字数：402000

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

根据教育部1998年7月6日公布的《普通高等学校本科专业目录》的内容，将原经济信息管理、图书情报学、科技信息管理、林业信息管理和管理信息系统等专业合并为管理学科门类中的信息管理与信息系统专业。
目前，我国已有二百多所高等院校设置了信息管理与信息系统专业。
该专业的发展伴随着世界信息化的发展而发展，为我国培养了大量的信息化专门人才。
网络化、信息化、全球经济一体化是当今世界的主要特征。
20世纪90年代，信息技术不断创新，信息产业持续发展，信息网络广泛普及，信息化成为全球经济社会发展的显著特征，并逐步向一场全方位的社会变革演变。
21世纪，信息化对经济社会发展的影响更加深刻，信息资源日益成为重要的生产要素、无形资产和社会财富。
我国信息化发展的进展十分迅速。
基于此，信息管理与信息系统专业人才培养的任务十分艰巨。
首先要定位，再定向，还要定措施。
不同的高校要根据自己的特色来定位，如：以经、法、管理为主的综合性人文社科大学，其信息管理与信息系统专业就要定位在和经济、法律、管理的结合上，培养的人才主要适合在经济管理部门、司法部门、企事业单位等从事信息系统建设和管理以及科学研究等工作。
定向的具体内容由培养目标来确定，本专业直接以信息化建设的人才需求为培养目标与标准，培养熟练掌握现代信息技术手段和方法，具有坚实的现代管理科学理论知识，具备较强的计算机应用能力的综合型、实用型的高级专门人才。
定措施则是要确定对培养目标的具体实施过程和方法，包括师资要求、全程教学计划和教材建设等。
观各个高校在信息管理与信息系统专业的教材使用上五花八门，教材主要由任课教师自己选定。
计算机方面的教材主要选用计算机科学与技术专业的教材，管理方面的教材主要采用管理学科的教材。
尽管近年来一些出版社陆续出版了几套信息管理与信息系统专业的教材，但仍然不能满足教学的需要。
根据教育部1998年信息管理与信息系统专业课程要求，结合中国高等院校信息系统学科课程体系课题组撰写的《中国高等院校信息系统学科课程体系2005》（征求意见稿）（清华大学出版社，2005年11月）的内容，我们组织长期从事信息管理与信息系统专业教学和研究的教师，在清华大学出版社的大力支持下，经过多次讨论和研究，组织编委会，制定教材编写规划，审定编写大纲，并采取主编负责制，层层把关，力争使本套教材成为具有系统性、完备性的高水平、高质量的信息管理与信息系统专业教材。

内容概要

本书主要从电子商务的发展现状、网络技术基础、网络信息安全、网上零售、网络营销、企业与企业电子商务、网上支付、电子商务法律环境建设和电子商务战略规划9个方面系统地介绍了电子商务的基本概念、理论与方法，旨在培养掌握现代技术手段的高级商务型人才。
通过本书的学习，读者对电子商务将会有一个全面的认识，能够较好地了解并掌握网络环境下的企业电子商务运作的基本方法与要求，为企业实施电子商务战略打下坚实的理论基础。

本书可作为经济管理类专业本科生和研究生的“电子商务概论”课程教材；也可作为企、事业单位从事电子商务研究和管理人员的参考书。
在讲解时只要对教材中若干章节内容略作删减，就可以作为专科学生以及电子商务培训班的学员快速学习电子商务知识的教材和参考书。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

第1章　电子商务概述
1.1　电子商务的基本概念
1.1.1　电子商务的定义
1.1.2　电子商务的特征
1.1.3　电子商务的内涵
1.2　电子商务的产生与发展
1.2.1　电子商务与传统商务的区别
1.2.2　电子商务的产生基础
1.2.3　电子商务的发展阶段
1.3　电子商务模型
1.3.1　电子商务框架模型
1.3.2　电子商务交易模型
1.3.3　电子商务的交易过程
1.4　电子商务的功能及分类
1.4.1　电子商务的功能
1.4.2　电子商务的分类
1.5　电子商务的社会经济影响
1.5.1　电子商务对社会经济的影响
1.5.2　电子商务对企业的影响
1.5.3　电子商务对个人的影响
1.6　电子商务发展现状
1.6.1　国外电子商务发展现状
1.6.2　中国电子商务发展现状
1.6.3　电子商务的发展趋势
1.6.4　电子商务发展中的若干问题
思考题
第2章　电子商务网络基础
2.1　Internet的产生与发展
2.1.1　Internet的产生
2.1.2　Internet的运行及管理
2.1.3　Internet在我国的发展进程及现状
2.2　Internet的工作原理
2.2.1　TCP/IP
2.2.2　IP地址
2.2.3　域名
2.3　Internet的基本服务
2.3.1　WWW服务
2.3.2　电子邮件
2.3.3　FTP
2.3.4　BBS
2.3.5　即时通信服务
2.3.6　其他服务
2.4　Internet接入技术
2.4.1　中国Internet骨干网
2.4.2　ISP

2.4.3 Internet接入方式
思考题
第3章 网上零售
3.1 网上零售业的发展概述
3.1.1 网上零售的运作流程
3.1.2 适合于网络销售的商品
3.1.3 网上零售的特点
3.1.4 网上零售对传统零售业的影响
3.2 网上零售的商业模式
3.2.1 经营离线商店的零售商
3.2.2 纯粹的虚拟零售企业
3.2.3 商品制造商
3.2.4 其他网上零售模式
3.3 网络拍卖
3.3.1 拍卖概述
3.3.2 网络拍卖的产生与发展
3.3.3 拍卖的类型
3.3.4 拍卖的过程和软件支持
3.3.5 拍卖中的欺诈及防范
3.3.6 网络拍卖与传统拍卖的比较
3.4 网上商店
3.4.1 开设网上零售电子商店的形式
3.4.2 网上商店的基本结构
3.4.3 网上商店设计事项
3.4.4 网站设计
思考题
第4章 网络营销
4.1 网络营销的基本理论
4.1.1 网络营销的概念
4.1.2 网络营销的产生与发展
4.1.3 网络营销的特点
4.1.4 网络营销的理论基础
4.2 网络消费者
4.2.1 我国Internet用户及其特点
4.2.2 网络消费者行为分析
4.2.3 网络消费者的购买过程
4.3 网络营销策略
4.3.1 产品策略
4.3.2 价格策略
4.3.3 渠道策略
4.3.4 促销策略
4.4 网络广告
4.4.1 网络广告的发展历程
4.4.2 网络广告的优势
4.4.3 网络广告的形式
4.4.4 网络广告的发布
4.4.5 网络广告的收费与效果评价

4.5 客户关系管理
4.5.1 客户关系管理的概念
4.5.2 电子商务环境下的客户关系管理
4.5.3 电子商务环境下客户关系管理的实现
思考题
第5章 B2B电子商务
5.1 EDI的应用与发展
5.1.1 EDI的产生
5.1.2 EDI的概念
5.1.3 EDI的组成
5.1.4 EDI的应用
5.1.5 传统EDI的限制因素
5.1.6 Internet上的EDI
5.2 B2B电子商务
5.2.1 卖方市场型B2B电子商务
5.2.2 买方市场型B2B电子商务
5.3 公共电子市场型B2B电子商务
5.3.1 公共电子市场的收入模式
5.3.2 公共电子市场的功能
5.3.3 公共电子市场模式的应用
5.4 供应链管理和协同商务
5.4.1 供应链
5.4.2 供应链中的典型问题
5.4.3 供应链管理
5.4.4 供应链管理方法
5.4.5 协同商务
思考题
第6章 电子商务支付系统
6.1 网上支付概述
6.1.1 传统支付方式
6.1.2 传统支付的局限性
6.1.3 网上支付
6.2 网上支付安全协议
6.2.1 SSL协议
6.2.2 SET协议
6.3 网上支付方式
6.3.1 电子信用卡
6.3.2 电子现金
6.3.3 电子钱包
6.3.4 电子支票
6.4 网络银行
6.4.1 银行电子化的发展历程
6.4.2 网络银行的产生和发展
6.4.3 网络银行的优势
6.4.4 网络银行的服务功能
6.4.5 网络银行对银行业的影响
思考题

第7章 电子商务安全技术
7.1 电子商务安全概述
7.1.1 电子商务的安全问题
7.1.2 电子商务的安全性需求
7.1.3 电子商务的安全架构
7.2 网络安全保障技术
7.2.1 数据加密技术
7.2.2 入侵检测技术
7.2.3 虚拟专用网
7.2.4 防病毒技术
7.3 电子商务的认证技术
7.3.1 基本认证技术
7.3.2 认证中心
7.4 防火墙技术及应用
7.4.1 防火墙概述
7.4.2 防火墙的主要技术
7.4.3 防火墙的体系结构
7.4.4 防火墙的功能
7.4.5 防火墙的局限性
思考题
第8章 电子商务法律规范
8.1 电子商务法律问题概述
8.1.1 电子商务引发的法律问题
8.1.2 电子商务立法的目的
8.2 认证与交易规范
8.2.1 身份
8.2.2 签名与签章
8.2.3 地点
8.2.4 时间
8.2.5 要约和承诺
8.2.6 信用与效力
8.2.7 消费者权益保护
8.3 知识产权
8.3.1 著作权与邻接权
8.3.2 专利权
8.3.3 商标权
8.3.4 域名
8.3.5 数据库及其他
8.4 税收
8.4.1 电子商务相关税收
8.4.2 电子商务带来的税收问题
8.4.3 国际立法和国内政策走向
8.5 信息安全
8.5.1 公共信息安全
8.5.2 商业信息安全与保护
8.5.3 个人信息安全和隐私权
8.6 电子商务道德与犯罪问题

8.6.1 电子商务道德
8.6.2 电子商务中的犯罪与防范
思考题
第9章 电子商务战略
9.1 电子商务战略概述
9.1.1 电子商务战略的内涵
9.1.2 电子商务战略与企业战略的关系
9.1.3 电子商务战略管理过程
9.2 电子商务战略分析
9.2.1 企业外部环境分析
9.2.2 企业内部资源及能力分析
9.2.3 电子商务战略作用分析
9.2.4 电子商务应用目标分析
9.3 电子商务战略的选择
9.3.1 电子商务市场进入时机选择
9.3.2 电子商务管理模式的选择
9.3.3 电子商务网站开发方式的选择
9.4 电子商务战略实施与评价
9.4.1 电子商务战略的实施
9.4.2 战略实施过程中的项目管理
9.4.3 战略绩效评估
思考题
参考文献

章节摘录

第1章电子商务概述电子商务是一种新型的商务模式，它的高效率、低成本和跨时空的优势是传统商务无法比拟的。
电子商务将帮助传统产业寻找新的发展机遇，实现由传统经济模式向网络经济模式的转变，实现我国的信息基础设施和商业交易方式从目前的基本层次向更高层次的转变，实现企业、政府和个人商务信息化的目标，为我国信息产业和国民经济的快速发展奠定坚实的基础，最终将会促使我国的信息网、物流网和金融网的融合，并使其成为整个社会的公共服务体系。
那么，什么是电子商务？
电子商务产生的基础是什么？
电子商务如何影响我们的工作和生活？
国内外电子商务的发展现状及发展趋势如何？
从社会环境、商业环境和技术环境上来看，我国发展电子商务存在哪些机遇和面临什么样的问题？
1.1电子商务的基本概念1.1.1电子商务的定义关于电子商务的定义，至今仍有不同的理解。
各国政府、学者、企业界人士都根据自己所处的地位和对电子商务的参与程度，给出了许多表述不同的定义。
比较这些定义，有助于我们更全面地了解电子商务。
1.政府界的定义美国政府在其《全球电子商务纲要》中，比较笼统地指出电子商务是指通过Internet进行的各项商务活动，包括广告、交易、支付和服务等活动，全球电子商务将涉及世界各国。
加拿大电子商务协会给出了电子商务的较为严格的定义：电子商务是通过数字通信进行商品和服务的买卖以及资金的转移，它还包括公司间和公司内利用电子邮件(E—mail)、电子数据交换(electronic：datainterchange，EDI)、文件传输、传真、电视会议和远程计算机联网所能实现的全部功能，如市场营销、金融结算、销售以及商务谈判。

编辑推荐

《电子商务概论》特色：《电子商务概论》主要从电子商务的发展现状、网络技术基础、网络信息安全、电子零售、网络营销理论与实务、企业电子商务、网上支付、电子商务法律环境建设和电子商务战略规划9个方面系统地介绍了电子商务的基本概念、理论与方法。
配套案例和思考题，帮助读者深入理解电子商务的基本概念和方法，适合作为教材使用。

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