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：9787302297475

10位ISBN编号：7302297479

出版时间：2012-9

出版时间：清华大学出版社

作者：芮廷先　等编著

页数：260

字数：420000

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

内容概要

《21世纪高等学校规划教材·电子商务：电子商务概论》结合电子商务理论与实践的最新发展，以及在教学实践中积累的经验，从实际案例的分析人手，从技术与管理相结合的角度来介绍和理解电子商务，系统深入地介绍了开展电子商务活动有关的商务、技术和社会问题，对电子商务的概念、电子商务工具、电子商务技术基础、电子商务安全、电子支付、物流与供应链管理、电子商务营销、电子商务环境及电子商务应用等问题进行了全面的阐述和讨论。
本书强调相关概念、理论和应用的成熟性和完整性，同时也强调研究成果的前沿性，反映电子商务的最新发展趋势。

《21世纪高等学校规划教材·电子商务：电子商务概论》可作为高等院校管理类、经济类相关专业的专门教材，也可作为其他专业的教学用书和企业电子商务人员、管理人员的培训教材及参考资料。

<<电子商务概论>>

书籍目录

第1章 电子商务概述
引例
1.1 电子商务的概念
1.1.1 电子商务的起源和发展
1.1.2 电子商务的定义与内涵
1.1.3 电子商务的功能与特点
1.1.4 电子商务的影响与效益
1.2 电子商务的分类
1.3 电子商务与经济学的关系
1.4 电子商务商业模式
1.4.1 商业模式概述
1.4.2 电子商务商业模式的分类
1.5 电子商务现状及发展趋势
1.5.1 中国电子商务的发展现状
1.5.2 我国电子商务发展存在的主要问题
1.5.3 电子商务的发展趋势
1.6 电子商务应用研究的理论与热点
1.6.1 电子商务应用的架构理论
1.6.2 电子商务领域的研究热点与趋势
习题与思考题
第2章 电子商务工具
引例
2.1 网络服务器
2.1.1网络平台
2.1.2 服务器计算机
2.1.3 Web服务器性能评价
2.2 服务器软件
2.2.1 Web服务器的操作系统
2.2.2 Web服务器软件的功能
2.2.3 Web服务器软件
2.2.4 Web服务器的发展趋势
2.3 电子商务软件
2.3.1 电子商务软件的基本功能
2.3.2 电子商务软件的高级功能
2.3.3 面向不同规模企业的电子商务软件
2.4 电子商务工具选择与电子商务战略
2.4.1 企业电子商务战略
2.4.2 我国企业常见的电子商务战略选择
2.4.3 电子商务硬件的选择
2.4.4 电子商务软件的选择
习题与思考题
第3章 电子商务技术基础
引例
3.1 互联网技术
3.1.1 互联网概述

3.1.2 互联网商业用途的开发
3.1.3 互联网的发展
3.1.4 万维网的兴起
3.2 IP与域名系统
3.2.1 互联网技术基础
3.2.2 IP地址与IP寻址方式
3.2.3 域名系统
3.2.4 IPv6
3.3 互联网上的协议
3.3.1 0SI七层模型
3.3.2 TCP/IP协议
3.3.3 互联网上提供的服务
3.4 Web技术应用
3.4.1 标记语言
3.4.2 Web客户和服务器
3.4.3 内部网、外部网和互联网
3.4.4 Web2.0与电子商务
习题与思考题
第4章 电子商务安全
引例
4.1 电子商务安全概述
4.1.1 电子商务的安全问题
4.1.2 电子商务的安全保障
……
第5章 电子支付
第6章 物流与供应链管理
第7章 网络营销
第8章 电子商务环境
第9章 电子商务应用
参考文献

章节摘录

版权页： 插图： 5）厂商模式 该模式能够最大限度地发挥网络的力量，使厂家不需要通过代理商、批发商和零售商直接接触消费者，使销售渠道更加简约。
这种模式是基于效率和效益来构建的（节约成本从而降低消费者负担，当然也可以不降低），能够提高客户服务水平，更好地理解客户的喜好，为客户提供个性化的服务，适应市场快速变化的要求，这些都为网络直销模式奠定了基础。
6）会员模式 这是一种与门户模式相反的模式。
会员模式不再追求单一网站的高访问量，只要网上用户访问任何一个会员站点，该模式都会为他们提供购买机会。
对于会员站点，它会提供金钱上的激励机制（主要以折扣的方式体现）。
会员站点提供“购买点一点击进入”商家。
如果会员站点没有产生销售，它对于商家来说就没有产生任何成本。
该模式的特点是，通过规模的扩大增加企业和顾客的接触面，拓展贸易渠道，增加市场机遇。
基于Internet的网络环境为模式的生存与发展提供了有利条件。
7）社区模式 社区模式又称为团体模式。
社区模式的生存依赖于特定用户群体的忠诚度。
用户在网站社区中投入了大量的时间和感情，社区收入主要来源于辅助产品或服务的销售以及自愿捐献。
该模式主要通过人才汇集和知识共享获得人气，实现网络资源的最佳配置，达到网络社区整体效益的价值增长。
8）订阅模式 该模式用户要为访问的站点付费，高附加值的内容是提供订阅最基本的要求。
一般的新闻内容已经被证明不适合用于订阅模式。
用户订阅服务也可以采用周期性（日、月或年度）付费，订阅费用与实际使用率无关。
一般来说，站点提供的内容，既包括免费内容也含有“额外费用”内容（具有高附加值，仅仅提供给订阅者或会员）。
订阅模式比较适合于经常访问的固定用户。
9）公用事业模式 公用事业模式也称“按请求付费”模式，采用统计实际使用量的方法计费，类似于传统的水电费和长途电话等计费服务一样，公用事业模型适用于不经常访问的非固定用户。
10）专业集市模式 专业集市模式又称为集市模式，是为各种资源进行有效配置而专门构建的交易市场，在这个市场中，各种资源有效组合和重新配置能够比一个企业仅通过自身配置资源获得更大的效益。
该模式的业务领域不仅限于成品交易，还包括需求信息资源、生产性资源、知识性资源和物流资源等各种形式的资源，都可以通过专业集市完成资源配置。
3.B2B和B2C电子商务的常用商业模式 上述十种电子商务商业模式，在不同类型的电子商务中又表现为更加具体的模式。
其中，B2B和B2C电子商务的商业模式受到最多的关注。
B2B电子商务的常用商业模式包括以下几种。

编辑推荐

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