

<<电子商务基础>>

图书基本信息

书名：<<电子商务基础>>

13位ISBN编号：9787504724632

10位ISBN编号：7504724637

出版时间：2006-1

出版时间：中国物资出版社

作者：张劲珊

页数：529

字数：535000

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

中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《2002~2005年全国人才队伍建设规划纲要》指出：“进入新世纪，国际形势正在发生深刻变化。

随着经济全球化的发展，人才全球化趋势进一步增强，我国加入世界贸易组织后，面临的物流人才问题更加突出。

发达国家利用各种手段吸引我国人才，人才竞争日益激烈；全球范围内的经济结构调整对人才素质提出了更高要求；综合国力的竞争更加倚重于科技进步和人才开发。

今后5-10年，是我国经济和社会发展的关键时期，做好加入世界贸易组织后各项应对工作，实现‘十五’划确定的宏伟目标，把建设有中国特色社会主义事业不断推向前进，人才是关键。

抓住机遇，迎接挑战，走人才强国之路，是增强我国综合国力和国际竞争力、实现中华民族伟大复兴的战略选择。

”面对世界经济一体化的进程加快，许多大型跨国集团的进入，我国各级政府部门和许多市场意识敏锐的企业已把物流作为提高竞争能力和提升企业核心竞争力的重要手段，把现代物流理念、先进的物流技术和现代经营与管理模式引入国家、地区经济建设和企业经营与管理之中。

但是，我国的物流教育仍十分滞后，造成现代物流综合性人才、企业尤其是流通企业改造传统物流与加强物流管理、城市规划与物流系统运筹、第三方物流企业的运作技术操作等现代物流人才严重匮乏，阻碍了经济的发展和经济效益的提高。

据各地人才预测，物流人才是全国12种紧缺人才之一，物流工程规划人员、物流管理人员、物流科研人员、物流师资全面紧缺。

到2010年全国大专（高职、高专）以上物流人才的需求量为30万~40万人，国际物流、物流管理、仓储与配送、物流运输、企业物流、物流营销、物流信息处理等技能型操作人才每年需要近10万人。

不仅如此，根据我国加入WTO的承诺，物流和分销服务业是全面开放的行业之一，国内市场将会出现高层次、高起点的激烈竞争的局面，这势必会使本身就匮乏的人才竞争加剧。

如果我们不从现在做起，加快我国物流管理与技术人才的培养，终将成为我国物流产业发展的瓶颈，物流产业化和成为21世纪新的经济增长点就成了一句空话。

<<电子商务基础>>

内容概要

电子商务与物流管理是当前理论研究、企业实践的热点，也是各职业学校的热门专业。

《电子商务基础》是电子商务、物流管理、商品配送、计算机应用、市场营销、贸易经济、工商管理等专业必修课程。

该书有如下6个方面的特色：1.突出职业教育的特点，以职业能力为本位，以技能教育为重点；2.重视课后练习的编写，激发学生自我学习的兴趣；3.打破传统学科体系框架，采用模块化进行整合；4.新颖独特和方便学生展开自我评价的教材体例；5.教学资源丰富，立体化配套齐全；6.在教学实施中，要求运用先进的教学手段。

书籍目录

第一章 电子商务概述 第一节 电子商务的产生和发展 第二节 电子商务的基本概念 第三节 电子商务对企业带来的影响及竞争优势 第四节 电子商务的分类与特性 第五节 电子时代的商务变革与发展 第六节 案例示范 第七节 本章小结第二章 电子商务的网络技术基础 第一节 网络技术基础及接入技术 第二节 Internet、Intranet及Extranet 第三节 Internet的基本服务 第四节 网页设计 第五节 案例示范 第六节 本章小结第三章 电子商务的主要模式 第一节 电子商务系统的框架结构 第二节 企业电子商务的应用 第三节 B to C电子商务模式 第四节 B to B电子商务模式 第五节 网上拍卖模式 第六节 移动电子商务模式 第七节 案例示范 第八节 本章小结第四章 电子商务应用系统建设 第一节 电子商务应用系统的构成 第二节 电子商务网站建设 第三节 电子商务站点的推广 第四节 EDI电子商务系统 第五节 企业信息系统建设 第六节 电子商务的智能应用 第七节 案例示范 第八节 本章小结第五章 网络营销 第一节 网络营销概述 第二节 网络营销策略 第三节 网络广告技术 第四节 网络商务信息的收集与整理 第五节 案例示范 第六节 本章小结 第六章 网上银行与电子支付 第一节 网上银行 第二节 电子支付 第三节 案例示范 第四节 本章小结 附录：我国四大国有银行的网络银行的基本情况第七章 电子商务物流系统 第一节 物流概述 第二节 电子商务与物流的关系 第三节 物流管理 第四节 电子商务下的物流模式 第五节 电子商务物流业的发展趋势 第六节 现代物流信息技术及应用 第七节 案例示范 第八节 本章小结第八章 电子商务安全 第一节 电子商务的安全问题 第二节 电子商务系统的安全管理制度 第三节 主要的网络安全技术 第四节 加密技术 第五节 电子商务安全交易标准 第六节 电子商务认证机构 第七节 案例示范 第八节 本章小结第九章 电子商务的法律和信用体系建设 第一节 电子商务中的法律问题 第二节 电子商务参与各方的法律关系 第三节 电子商务立法的若干问题 第四节 电子商务的法律体系建设 第五节 电子商务的信用体系建设 第六节 案例示范 第七节 本章小结附录 《中华人民共和国电子签名法》参考文献

章节摘录

第一章 电子商务概述：第三节 电子商务对企业带来的影响及竞争优势：一、电子商务的竞争优势：（一）树立企业的良好形象：一个企业追求的主要目标就是在竞争中始终保持信徒同行业的战略优势，收入高速增长、成本不断降低的最大效益。

那么这个让企业梦寐以求的目标如何实现？

怎样才能创造出一个企业的竞争优势呢？

在当今，电子商务是竞争取胜的有力武器。

在现代商战中，良好的企业形象对一个企业的生存起着至关重要的作用。

在传统的商业模式中树立一个良好的企业形象不知要经过多少人的长时间的奋斗才可以达到。

而在电子商务环境下，却可以在较短时间内做到这一点。

企业在Internet上建立起自己的网站，通过网站可以把企业自身及产品、服务的优势充分地展现出来，把企业的管理、经营理念和策略向公众很好地进行宣传，并且通过网络（站）与大众形成良好的沟通渠道，随时了解公众需求，及时调整自己的产品及企业的经营战略，为顾客提供受欢迎的产品和优质服务，这一切都将在公众中留下深刻的印象，从而树立起企业良好形象。

而且由于Internet是全球覆盖的网络，所以网络上树立的企业形象是广泛的，具有国际性的。

这种良好的形象将会给企业带来大量的潜在顾客，对企业市场的拓展发挥着重要作用，因而增加了企业在竞争中的优势。

（二）增强企业成本竞争优势：对于企业而言，千方百计地降低成本是提高自己竞争力的重要策略，电子商务对于企业降低成本是行之有效的途径。

具体表现在：1．电子商务降低采购成本：对于企业来说，物资或劳务的采购是一个复杂的多阶段过程。

首先，购买者要寻找相应的产品供应商，调查他们的产品在数量、质量、价格方面是否满足需求。

在选定了一个供应商后，企业需要把详细计划和需求信息传送给供应商，以便供应商能够准确的按照客户要求的性能指标进行生产。

如果产品样品被认可，而且供应商有能力立即生产，购买者就会发出一份标有具体产品数量的采购订单。

然后，买方会接到供应商的通知，告知采购订单已经收到并确认该订单可以满足。

当产品由供应商发出时，购买者再次接到通知，同时还有产品的发货单。

买方的会计部门核对发货单和采购订单后付款。

当原有订单变动时，购买过程将更加复杂。

从以上所述可以看出，企业采购过程中信息获取和信息传递是主要工作内容。

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>