

<<电子商务信用基础理论>>

图书基本信息

书名：<<电子商务信用基础理论>>

13位ISBN编号：9787506658850

10位ISBN编号：7506658852

出版时间：2010-9

出版时间：中国标准

作者：李安渝//杨兴寿//尹彦

页数：191

字数：298000

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>

<<电子商务信用基础理论>>

内容概要

电子商务作为一种新经济正在迅猛崛起。
根据艾瑞咨询统计和跟踪研究，2008年中国B2B电子商务市场交易规模已达2.96万亿元，年同比增长39.4%。
2009年因受金融危机的影响，中国进出口外贸总额出现大幅度下降，B2B电子商务交易规模下滑，交易规模同比下降6.4%。
但是，金融危机同时也给中国的B2B电子商务带来了发展机遇，2009年中国B2B电子商务交易规模的渗透率达到了11.3%，主要原因在于中小企业利用电子商务的意识在提高。
随着宏观经济的回暖，未来几年中国B2B电子商务预计将呈现快速增长的趋势，步入新的发展阶段。

<<电子商务信用基础理论>>

作者简介

李安渝，博士，现任中国对外经贸大学电子商务研究所所长，博士生导师。1988年至1996年，李安渝博士先后在美国LSI LOGIC公司、SGI公司、惠浦实验室担任设计师等职务。1996年在美国创办INTERNETIMAGE公司，1998年，该公司被美国INFOWEEK评为年度最有潜力的互联网应用技术公司。

2000年4月回国后，李安渝博士担任中国科学院电子商务技术研究中心主任，并先后兼任中国电子商务协会副秘书长、长风开放标准平台软件联盟技术委员会主任、神州数码研究院院长等职。在国内长期从事电子商务及农业信息化领域的基础核心技术的研究、开发和标准化工作，致力于电子商务的推广应用，并于2008年和2009年分别获得“中国农业信息化十大年度人物”和“中国电子商务十年发展突出贡献奖”。

<<电子商务信用基础理论>>

书籍目录

第一章 绪论

第一节 信用建设的背景和意义

- 一、社会信用背景
- 二、电子商务信用背景
- 三、我国信用建设发展分析
- 四、加强信用建设的意义

第二节 国内外相关研究现状

- 一、我国信用研究现状
- 二、信用评级及其存在的问题
- 三、国外信用研究现状
- 四、我国建立企业信用管理体系的可借鉴经验

第二章 信用概述

第一节 信用的概念

- 一、信用的理解
- 二、信用的划分

第二节 信用分类及评价意义

- 一、信用分类
- 二、信用评价的意义

第三节 信用的发展历史

- 一、信用产生的社会历史条件
- 二、信用的产生和发展
- 三、西方国家信用发展史
- 四、我国商业信用发展史
- 五、现代商业信用问题
- 六、信用问题原因分析

第四节 信用理论

- 一、诚实信用原则的内涵及本质
- 二、信用的价值主要体现
- 三、经济学理论与信用

案例介绍

第三章 电子商务信用概述

第一节 电子商务

- 一、电子商务的基本概念
- 二、电子商务分类
- 三、电子商务行为对传统商务运行的突破
- 四、电子商务发展的优势
- 五、电子商务的推动作用
- 六、我国电子商务发展现状

第二节 电子商务信用

- 一、电子商务信用概念
- 二、电子商务信用分类及需求
- 三、电子商务信用建设环境
- 四、国内外电子商务信用研究

第三节 电子商务信用现状及存在问题

- 一、电子商务中信用问题的提出

<<电子商务信用基础理论>>

- 二、关注电子商务信用问题
- 三、电子商务信用问题的主要表现
- 四、研究目的和意义
- 五、营造电子商务信用环境
- 六、建立良好电子商务市场的信用制度
- 案例介绍
- 第四章 电子商务个人信用
- 第一节 电子商务交易特点
 - 一、网络消费者类型
 - 二、网络消费者需求特点
 - 三、网络消费者的心理特征
 - 四、网络消费者行为特征
- 第二节 电子商务消费影响因素
 - 一、个人因素
 - 二、产品因素
 - 三、购物的便捷性
 - 四、安全可靠性能
 - 五、网站因素
 - 六、文化因素
- 第三节 C2C中的个人信用
 - 一、C2C个人信用问题
 - 二、C2C个人信用问题的影响因素
 - 三、C2C电子商务的静态博弈模型
 - 四、电子商务网站对C2C信用评价制度
 - 五、我国现有C2C网站信用评价体系
 - 六、C2C商品信用评价方法及淘宝网举例
- 第五章 电子商务企业信用
- 第一节 电子商务企业信用与经济秩序
 - 一、信用与经济关系
 - 二、市场经济必须是信用经济
 - 三、企业不守信的危害
- 第二节 电子商务企业信用管理与企业竞争力
 - 一、企业信用管理的内涵
 - 二、企业信用管理的意义
 - 三、企业信用文化
- 第三节 企业间信用
 - 一、企业间信用特点
 - 二、企业间信用评估指标体系
 - 三、动态信用指标体系
 - 四、企业信用风险管理
- 第四节 B2B电子商务企业信用
 - 一、B2B电子商务的特征
 - 二、B2B电子商务系统中信用的分析
 - 三、B2B电子商务结构中存在的信用问题
 - 四、B2B电子商务系统中企业间信用问题
 - 五、可信B2B电子商务系统
 - 六、阿里巴巴的网络信用交易模式分析

<<电子商务信用基础理论>>

七、信星计划信用管理系统

第五节 B2C电子商务

- 一、B2C电子商务的发展现状
- 二、B2C电子商务存在的问题
- 三、B2C电子商务信用问题
- 四、提高B2C电子商务信任水平的思路与对策

第六节 电子支付中的信用

- 一、我国电子支付市场中存在的信用风险
- 二、针对我国电子支付信用问题的建议

第六章 电子商务信用经济学

第一节 电子商务信用经济理论分析

- 一、信用的经济学内涵
- 二、信用缺失的根源及经济学原理
- 三、经济主体信用行为的成本收益分析
- 四、信用激励机制的建立
- 五、信用约束机制的建立

第二节 电子商务信用中介机制

- 一、电子商务信用中介的产生
- 二、电子商务信用中介的内涵
- 三、中介模式的研究
- 四、电子商务信用中介的架构体系
- 五、电子商务信用中介的功能及其作用机制

第三节 电子商务信用建立的博弈机理研究

- 一、博弈论发展脉络
- 二、电子商务信用的博弈分析
- 三、市场经济主体信用的博弈分析

第七章 电子商务企业信用评级方法与评级模型

第一节 电子商务企业信用等级评价的模糊综合评判法

- 一、模糊综合评判法综述
- 二、模糊综合评判法的形成与发展
- 三、模糊综合评判的基本思想与步骤

第二节 电子商务企业信用评级的模糊数学评价法

- 一、模糊数学评价法综述
- 二、企业信用评价的最优组合权数的模糊综合评价法
- 三、最优组合权数的模糊综合评价法的基本步骤

第三节 电子商务企业信用评级的AHP法

- 一、层次分析法综述
- 二、层次分析法原理

.....

第八章 电子商务信用评级的指标体系和标准体系

第九章 电子商务信用法律体系

第十章 电子商务信用与宏观经济发展

<<电子商务信用基础理论>>

章节摘录

插图：1.信用是“和谐社会”的基础和核心实现和谐社会，始终是人类共同追求的社会理想，也是包括中国共产党在内的马克思主义政党不懈追求的社会理想。

政通人和、和衷共济、和睦相处、和谐有序、尚同一义、博爱互助等，既是我国古人追求的“大同世界”，也是西方人向往的“理想国”。

中国古代著名的哲学家老子和庄子都明确主张“天与人一也”，“天与人不相胜”。

“天人合一”是中国古代哲学的最高境界，所谓“天人合一”，就是充分尊重自然，平等地对待人与自然，使人与自然达到高度和谐，协调发展。

和谐社会要求人类的经济发展不能超越资源与能源、生态与环境的承载能力。

社会经济的增长既要考虑当前发展的需要，又要考虑未来发展的需要，不要以牺牲后代人的利益为代价来满足当代人的利益。

进而言之，和谐社会所要求的可持续发展，既是经济增长与生态环境的统筹，以及人口、资源、环境、生态的平衡，也是社会的经济、政治、文化、教育的协调。

马克思主义所追求的共产主义社会则是人类迄今最理想的和谐社会。

按照马克思的设想，在共产主义社会，阶级差别、城乡差别、工农差别完全消灭，私有制和社会分工带来的不平等和社会冲突不复存在，人性得以完全解放，人们的创造力获得充分发挥，也就是说整个社会实现全面和谐。

在党的十六大提出“和谐”理念后，十六届四中全会明确提出要“构建社会主义和谐社会”。

“诚信友爱”是社会主义和谐社会的重要特征之一。

从历史、现实和国际角度去考察，信用既是和谐社会的道德和制度基础，又是和谐社会的核心。

构建社会主义和谐社会，应该把社会信用体系建设放在重要的位置。

胡锦涛同志根据新世纪新阶段中国经济社会发展的新要求和社会出现的新趋势新特点，又明确提出社会主义“和谐社会”六大特征，即民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处。

其中，诚信和信用是“和谐社会”的基础和核心。

<<电子商务信用基础理论>>

编辑推荐

《电子商务信用基础理论》是由中国标准出版社出版的。

<<电子商务信用基础理论>>

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>