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：9787508407005

10位ISBN编号：7508407008

出版时间：2002-01

出版时间：中国水利水电出版社

作者：李荆洪

页数：324

字数：464000

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

本书全面系统地介绍了电子商务的基本概念，基本理论和基本方法。
全书共7章，包括电子商务概述、电子商务的框架模型、电子商务的技术基础、电子商务的网上支付、电子商务的网络营销、电子商务的物流配送和电子商务应用系统的建立等。
并且根据每章的具体内容都安排有应用案例分析或具体操作。
书中涉及的所有程序和例子均通过上机调试，所有电子商务应用实例均通过上网验证，确保准确无误。

本书内容新颖、体系完整、图文并茂、资料丰富、实用性强。
可作为大专院校相关专业的教材或教学参考书，也可供需要了解电子商务基础知识以及准备从事电子商务工作的人员使用。

本书为任课教师配有电子教案，此教案用PowerPoint制作，可以任意修改。

<<电子商务概论>>

书籍目录

序前言第1章 电子商务概述1.1 电子商务的基本概念1.1.1 生活中的电子商务1.1.2 电子商务的定义1.1.3 电子商务的分类1.1.4 电子商务的功能1.1.5 电子商务的特点1.2 电子商务的发展及其对社会的影响1.2.1 电子商务的发展与展望1.2.2 我国电子商务的现状和发展趋势1.2.3 电子商务对当今社会的影响1.3 电子商务发展中的若干问题1.3.1 电子商务发展中的法律问题1.3.2 电子商务发展中的税收问题1.3.3 电子商务发展中的安全问题1.4 电子商务典型实例1.4.1 亚马逊网上书店（www.amazon.com）1.4.2 戴尔计算机公司（www.dell.com）思考题第2章 电子商务的框架模型2.1 电子商务的基本要素2.1.1 电子商务的交易主体2.1.2 电子交易市场2.1.3 电子商务中的交易事务2.1.4 电子商务中的物流、资金流和信息流2.2 电子商务的结构模型2.2.1 电子商务的一般框架2.2.2 网络层2.2.3 多媒体消息/信息发布层2.2.4 一般业务服务层2.2.5 国家政策及法律、法规2.2.6 各种技术标准和网络协议2.3 电子商务的中介服务机构2.3.1 市场中介机构与电子商务服务业2.3.2 电子商务的物流服务业2.3.3 电子商务的金融服务业2.3.4 电子商务的信息服务业2.4 实例分析2.4.1 首都电子商城（www.beijing.com.cn）2.4.2 中国商品交易中心（www.ccec.com.cn）思考题第3章 电子商务的技术基础3.1 电子商务与计算机网络技术3.1.1 计算机网络的概念3.1.2 计算机网络的结构与组成3.1.3 计算机网络通信协议3.1.4 Internet/Intranet技术基础3.2 电子商务与Web技术3.2.1 关于Web的几个基本概念3.2.2 HTML语言3.2.3 网页相关技术3.2.4 动态网页技术3.3 电子数据交换（EDI）技术3.3.1 EDI的概念3.3.2 EDI系统组成3.3.3 EDI标准3.3.4 EDI的新发展3.4 电子商务信息安全技术3.4.1 电子商务系统安全的概念3.4.2 防火墙技术3.4.3 密钥加密技术3.4.4 信息摘要3.4.5 数字签名3.4.6 数字时间戳3.4.7 数字证书与CA认证3.4.8 电子商务安全交易标准思考题第4章 电子商务的网上支付4.1 网上支付系统4.1.1 电子商务与网上支付系统4.1.2 网上支付系统的基本构成4.1.3 网上支付系统的种类4.1.4 网上支付系统的功能4.2 网上支付方式4.2.1 信用卡网上支付方式4.2.2 电子支票支付方式4.2.3 电子现金支付方式4.3 网上银行4.3.1 网上银行的基本概念4.3.2 网上银行的功能4.3.3 网上银行模式4.3.4 网上银行的技术要求4.3.5 网上银行的管理4.4 网上银行实例分析4.4.1 中国银行网上银行（www.bank-of-china.com）4.4.2 招商银行网上银行（www.cmbchina.com）思考题第5章 电子商务的网络营销5.1 市场和营销理念的变迁5.1.1 IT技术引发的时空观念的变化5.1.2 市场信息传播模式的变化5.1.3 市场性质的变化5.1.4 消费者概念和行为的变化5.2 网络营销5.2.1 网络营销的概念5.2.2 网络营销的种类5.2.3 网络营销的特点5.2.4 网上购物存在的问题5.3 网络营销模式与策略5.3.1 网络营销模式5.3.2 网络营销策略5.3.3 创造网络环境下的竞争优势5.4 网络营销技术5.4.1 Web上的营销技术5.4.2“ 虚拟现实 ”网络营销技术5.5 网上购物流程5.5.1 网上销售界面5.5.2 个人消费者网上购物过程（B to C）5.5.3 企业—企业网上购物过程（B to B）5.6 网上营销实例分析5.6.1 上海正广和网上购物中心（www.85818.com.cn）5.6.2 阿里巴巴电子商务网站（www.alibaba.com）思考题第6章 电子商务的物流配送6.1 电子商务与物流6.1.1 物流概述6.1.2 电子商务下物流的特点6.1.3 电子商务下的物流解决方案6.2 电子商务与供应链管理6.2.1 供应链的概念6.2.2 供应链管理中的物流6.2.3 电子商务与供应链管理6.3 电子商务下全新的物流模型6.3.1 第三方物流6.3.2 国际物流6.3.3 物流配送6.4 现代新技术在电子商务物流配送中的应用6.4.1 条码技术及其应用6.4.2 电子数据交换（EDI）技术及其应用6.4.3 射频技术及其应用6.4.4 地理信息系统（GIS）技术及其应用6.4.5 全球定位系统（GPS）技术及其应用6.5 实例分析6.5.1 中国邮政电子商务工程（www.chinapost.com.cn）6.5.2 交通部国际集装箱运输“ 四点一线 ”EDI示范工程思考题第7章 电子商务应用系统的建立7.1 建立电子商务应用系统的一般步骤7.1.1 电子商务应用系统的概念7.1.2 电子商务应用系统的开发步骤7.2 电子商务解决方案综述7.2.1 IBM电子商务解决方案7.2.2 GES电子商务解决方案7.2.3 Microsoft电子商务解决方案7.3 电子商务解决方案应用实务7.3.1 运行Site Server 3.0商业版的系统需求7.3.2 Site Server 3.0商业版的安装7.3.3 Site Server 3.0商业版的应用思考题参考文献参考网址

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