

<<电子商务管理实务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务管理实务>>

13位ISBN编号：9787508465623

10位ISBN编号：7508465628

出版时间：2009-6

出版时间：水利水电出版社

作者：石焱，章元日 主编

页数：251

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1999年8月教育部高教司制定的《高职高专教育基础课程教学基本要求》(以下简称《基本要求》)和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》(以下简称《培养规格》)的精神,由中国水利水电出版社北京万水电子信息有限公司精心策划,聘请我国长期从事高职高专教学、有丰富教学经验的教师执笔,在充分汲取了高职高专和成人高等学校在探索培养技术应用性人才方面取得的成功经验和教学成果的基础上,撰写了此套《21世纪高职高专新概念规划教材》。

为了编写本套教材,出版社进行了广泛的调研,走访了全国百余所具有代表性的高等专科学校、高等职业技术学院、成人教育高等院校以及本科院校举办的二级职业技术学院,在广泛了解情况、探讨课程设置、研究课程体系的基础上,经过学校申报、征求意见、专家评选等方式,确定了本套书的主编,并成立了编委会。

每本书的编委会聘请了多所学校主要学术带头人或主要从事该课程教学的骨干,教学大纲的确定以及教材风格的定位均经过编委会多次认真讨论。

本套《21世纪高职高专新概念规划教材》有如下特点:(1)面向21世纪人才培养的需求,结合高职高专学生的培养特点,具有鲜明的高职高专特色。

本套教材的作者都是长期在第一线从事高职高专教育的骨干教师,对学生的基本情况、特点和认识规律等有深入的了解,在教学实践中积累了丰富的经验。

因此可以说,每一本书都是教师们长期教学经验的总结。

(2)以《基本要求》和《培养规格》为编写依据,内容全面,结构合理,文字简练,实用性强。

在编写过程中,作者严格依据教育部提出的高职高专教育“以应用为目的,以必需、够用为度”的原则,力求从实际应用的需要(实例)出发,尽量减少枯燥、实用性不强的理论概念,加强了应用性和实际操作性强的内容。

(3)采用“问题(任务)驱动”的编写方式,引入案例教学和启发式教学方法,便于激发学习兴趣。

本套书的编写思路与传统教材的编写思路不同:先提出问题,然后介绍解决问题的方法,最后归纳总结出一般规律或概念。

我们把这个新的编写原则比喻成“一棵大树、问题驱动”的原则。

即:一方面遵守先见(构建)“树”(每本书就是一棵大树),再见(构建)“枝”(书的每一章就是大树的一个分枝),最后见(构建)“叶”(每章中的若干小节及知识点)的编写原则;另一方面采用问题驱动方式,每一章都尽量用实际中的典型实例开头(提出问题、明确目标),然后逐渐展开(分析解决问题),在讲述实例的过程中将本章的知识点融入。

这种精选实例,并将知识点融于实例中的编写方式,可读性、可操作性强,非常适合高职高专的学生阅读和使用。

本书读者通过学习构建本书中的“树”,由“树”找“枝”,顺“枝”摸“叶”,最后达到构建自己所需要的“树”的目的。

<<电子商务管理实务>>

内容概要

本书采用“任务驱动、案例教学”的编写方式，以电子商务实验室为教学平台，介绍电子商务的基本知识和实务技术。

全书共9章，主要内容包括：电子商务基础知识、电子商务信息的收集和整理、电子商务交易模式、物流信息管理、网络营销、电子商务安全与支付、移动电子商务、电子商务法律、电子商务职业与职业发展等，附录中给出了课堂实训内容。

本书注重“教、学、做”统一协调；强调可操作性，内容新颖，反映新知识、新技术，突出重点、循序渐进，符合教学规律；以企业实际案例为主线，结合电子商务岗位需求及就业方向进行准确定位。

在内容安排上将理论知识与最新的案例应用及技能训练有机结合，实训内容与电子商务知识点结合恰当，习题安排合理，书中案例、实训内容都是经过教学试用后精心挑选和安排的。

本书适合作为高等学校电子商务、经济管理、会计电算化专业等相关本科专业教材，也可作为高职高专院校、中等职业学校财经类专业、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校的电子商务、经济管理、会计电算化等专业的教材或自学参考书，对于企业创业人员、管理人员和广大领导干部自学有很大的参考价值，还可以作为相关培训班的教学用书。

<<电子商务管理实务>>

书籍目录

序前言第1章 电子商务基础知识 本章学习目标 1.1 电子商务的基本概念 1.1.1 电子商务的概念 1.1.2 电子商务的分类 1.1.3 电子商务的特点 1.1.4 电子商务的功能 1.1.5 传统商务与电子商务 1.1.6 电子商务的基本要素 1.1.7 电子商务的基本框架 1.2 电子商务的发展现状与趋势 1.2.1 电子商务的发展历程 1.2.2 电子商务引发变革 1.2.3 电子商务发展的推动因素 1.2.4 制约电子商务发展的因素 1.2.5 电子商务发展的三个步骤 1.3 电子商务的应用 1.3.1 电子商务的应用功能 1.3.2 电子商务的应用领域 1.3.3 电子商务应用系统 1.3.4 电子商务的应用环境 案例 12个市场电子商务分析 本章小结 习题第2章 电子商务信息的收集和整理 本章学习目标 2.1 电子商务信息的存储、分类与整理 2.2 电子商务信息的收集 2.3 与电子商务相关的信息技术 案例一 电子商务平台实施搜索引擎优化 案例二 人肉搜索引擎 本章小结 习题二第3章 电子商务交易模式 本章学习目标 3.1 C2C电子商务 3.2 B2C电子商务 3.3 B2B电子商务 3.4 其他电子商务 案例 国内B2B电子商务案例——阿里巴巴网站 本章小结 习题三第4章 物流信息管理 本章学习目标 4.1 物流管理 4.2 物流配送与配送中心 4.3 物流信息管理 4.4 现代物流信息技术 案例一 宅急送的成功秘诀 案例二 戴尔采购订单而不采购存 本章小结 习题四第5章 网络营销第6章 电子商务安全与电子支付第7章 移动电子商务第8章 电子商务法律第9章 电子商务就业与职业发展附录参考文献

章节摘录

插图：其实，按电子商务的交易对象划分，还有C2G、G2G、B2E、B2B2C、B2C2C等很多种交易模式。

3. 按运作方式分类（1）完全电子商务。

即可以完全通过网络等电子化方式实现和完成整个交易过程的交易。

如软件、音像制品、电子贺卡等不具备实物形态，可以直接通过网络传输的商品在线销售。

（2）不完全电子商务。

指无法完全依靠电子化方式实现和完成完整交易过程的交易。

如大部分具备实物形态的商品，需要借助网下的运输系统等来完成交易。

4. 按支付手段分类（1）非支付型电子商务。

是指不进行网上支付和货物运送的电子商务。

其内容包括：信息发布、信息查询、网上谈判、网上报税、网上办公、网上签约、网上招标等，这些商务活动均不包含支付结算和货物配送。

在这种电子商务中，只有信息的流动，而没有资金流和物流，其实是将商务活动的部分内容放在网上完成，是不完整的电子商务。

（2）支付型电子商务。

其内容除包含非支付型电子商务的全部内容外，还包括网上支付和货物运送。

包含了完整的信息流、资金流、物流和商流的活动过程，是完整的电子商务。

1.1.3 电子商务的特点 电子商务将传统商业活动中物流、资金流、信息流的传递方式利用网络技术进行整合，企业将重要的信息利用全球信息网（www）、企业内部网（Intranet）或外联网（Extranet）直接与分布在各地的客户、员工、经销商及供应商连接，创造更具竞争力的经营优势。

电子商务概念强调信息流、商流、资金流和物流的整合，其中，信息流最为重要，它在一个更高的层次上实现对流过程的监控。

一般来说，电子商务活动有以下优势特点：（1）电子商务将传统的商务流程电子化、数字化，一方面以电子流代替了实物流，可以大量减少人力、物力，降低了成本；另一方面突破了时间和空间的限制，使得交易活动可以在任何时间、任何地点进行，从而大大提高了效率。

互联网使得传统的空间概念发生变化，出现了有别于实际地理空间的虚拟空间或者虚拟社会。

处于世界任何角落的个人、公司或机构，都可以通过互联网紧密地联系在一起，建立虚拟社区、虚拟公司、虚拟政府、虚拟商场、虚拟大学或者虚拟研究所等，以达到信息共享、资源共享、智力共享等目的。

比如现在的在线学习、在线报名等形式就是很好的例证。

（2）电子商务所具有的开放性和全球性的特点，为企业创造了更多的贸易机会。

互联网跨越国界，穿越时空，只要利用浏览器轻点鼠标，就可以登录任何国家、地域的网站，与想交流的人直接沟通。

这使得交易的成功率大大增加。

国内很多加入阿里巴巴的企业都因此把产品销到了国外。

<<电子商务管理实务>>

编辑推荐

《电子商务管理实务》为21世纪高职高专新概念规划教材之一。

<<电子商务管理实务>>

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>