

<<新编电子商务导论>>

图书基本信息

书名：<<新编电子商务导论>>

13位ISBN编号：9787508480442

10位ISBN编号：7508480449

出版时间：2011-1

出版时间：濮小金、司志刚 中国水利水电出版社 (2011-01出版)

作者：濮小金，司志刚 编

页数：316

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

国际互联网在我国近十年的飞速发展，已经深入到了人们生活的方方面面。

互联网让高科技迅速转化为现实生产力，互联网让商务活动高效转化为电子化的执行程序，电子商务正在成为一切经济活动不可或缺的组成元素，实现着过去难以逾越的服务功能和服务手段，信息传递、资讯交流、市场开拓得以在刹那之间成功完成。

电子商务正在成为助推企业发展的核心力量，转变着以往粗放型经济高成本、低收益的产业格局。

我国的电子商务起步较晚，在经验和技术上都相对落后于发达国家。

吸收国外的先进技术和经验是快速发展我国电子商务的有效手段，为此在中国城市商业网点建设管理联合会的支持下，我们在引进并吸纳了国际电子商务工程师协会（ICEBE）推广的电子商务培训考试项目的基础上，征求和采纳了有关本地化意见推出了电子商务工程师考试（CEBE）。

CEBE是电子商务专门人才成熟的认证体系，遵循国际化的执行程序 and 标准，课程设置科学合理。

我们期望借该项目的推广对加快我国电子商务专业人才培养、优化人才结构、加速我国电子商务人才与国际接轨的进程、推动电子商务发展起到积极的作用。

为保障项目顺利开展，根据《电子商务工程师考核大纲》的要求，中国水利水电出版社联合解放军信息工程大学、北京理工大学、对外经贸大学、郑州大学、北京交通大学、上海财经大学等全国部分高校的电子商务和计算机网络专家编写出版了这套电子商务工程师的培训教材，为该项目的培训和考试提供了保障。

这套丛书包括《新编电子商务导论》、《新编电子商务营销技术》、《新编电子商务网络技术》、《新编电子商务信息管理技术》、《新编电子商务安全技术》、《新编电子商务应用开发技术》、《新编电子商务案例分析》七本教材及相关的配套资料。

《新编电子商务导论》包括电子商务的基本概念和模型、电子商务技术基础、电子商务网站建设、电子商务环境、电子商务运营方式等内容。

《新编电子商务营销技术》包括网络营销的基本理论、网络市场调研、网络营销战略与计划、网络营销广告、网络销售、网络销售的评价要求等内容。

《新编电子商务网络技术》包含计算机网络基础、Internet技术、数据通信基础、网络安全、电子商务金融网络接入方案和电子商务策划与实施等内容。

《新编电子商务信息管理技术》包括数据库的基本理论、面向对象的数据库、Web数据库基础、数据仓库、数据库技术与电子商务、数据库产品等内容。

《新编电子商务安全技术》包括电子商务安全的现状与趋势、信息加密技术与应用、数字签名技术与应用、TCP / IP服务与WWW安全、防火墙的构造与选择、计算机病毒及其防治、系统评估准则与安全策略、计算机信息系统安全保护制度等内容。

《新编电子商务应用开发技术》包括电子商务工程及应用框架、HTTP与超文本标记语言HTML、客户端技术、服务器端开发技术、网络安全开发技术、XML应用开发技术等内容。

<<新编电子商务导论>>

内容概要

《新编电子商务导论》是专门为学习电子商务工程而编写的教材。

本教材分为8章内容，第1章电子商务概述，主要从整体上阐述电子商务有关问题；第2-3章主要论述电子商务技术；第4-6章主要阐述电子商务环境条件；第7-8章论述电子商务营销和管理，主要讲解电子商务的运用，包括电子商务网络营销和电子商务管理。

全书以电子商务概述为总揽，以电子商务网络技术、电子商务安全建设、电子商务网站建设和网络支付等电子商务系统建设为重点，以电子商务运用为支持的完整电子商务理论体系。

《新编电子商务导论》吸收了当前电子商务研究的最新成果，突出了与时俱进的要求，它不仅是电子商务工程师的专业教材，也适合电子商务专业、信息专业等的本、专科学生使用，以及作为政府部门信息化培训学习用书。

书籍目录

序前言第1章 电子商务概述1.1 电子商务概念1.1.1 电子商务的内涵1.1.2 电子商务的交易过程1.1.3 电子商务的功能1.1.4 电子商务的特点1.1.5 电子商务的组成1.2 电子商务的形成和发展1.2.1 电子商务的发展历史1.2.2 电子商务的发展阶段1.2.3 中国电子商务的发展1.3 电子商务的分类1.3.1 按电子商务应用的活动范围分类1.3.2 按行业应用分类1.3.3 按交易主体分类1.3.4 按使用网络的类型分类1.4 电子商务模式1.4.1 BtoB电子商务模式1.4.2 BtoC电子商务模式1.4.3 CtoC电子商务模式1.4.4 BtoG电子商务模式1.4.5 CtoG电子商务模式1.4.6 GtoC电子商务模式1.5 电子商务的影响1.5.1 电子商务对社会经济的影响1.5.2 电子商务对政府的影响1.5.3 电子商务对企业的影响1.5.4 电子商务对个人的影响1.6 移动电子商务1.6.1 移动电子商务的内涵1.6.2 实现移动电子商务的技术1.6.3 发展移动电子商务的制约因素1.7 电子商务与电子政务1.7.1 电子政务概述1.7.2 电子商务与电子政务的关系1.7.3 政府在发展电子商务中的作用1.8 电子商务案例分析1.8.1 携程旅行网——“携手同程”1.8.2 淘宝网思考题第2章 电子商务网络技术2.1 计算机网络技术2.1.1 计算机网络的概念2.1.2 计算机网络发展的四个阶段2.1.3 计算机网络的功能2.1.4 计算机网络的组成2.1.5 计算机网络的分类2.1.6 OSI参考模型2.1.7 局域网2.1.8 网络互联设备2.1.9 网络操作系统2.2 Internet技术2.2.1 Internet的形成和发展2.2.2 Internet的结构和特点2.2.3 Internet的功能2.2.4 IP地址与域名2.2.5 TCP / IP协议簇2.2.6 Internet的接入方式2.2.7 Intranet与Extranet2.3 电子数据交换(EDI)技术2.3.1 EDI的概念2.3.2 EDI的分类2.3.3 EDI的系统结构2.3.4 EDI的操作过程2.3.5 EDI标准2.3.6 Internet环境下的EDI2.4 数据库技术2.4.1 数据库技术的产生与发展2.4.2 数据库的基本理论2.4.3 数据挖掘2.4.4 Web数据库基础2.4.5 数据库技术在电子商务中的应用2.5 Web技术2.5.1 Web概述2.5.2 Web工作方式2.5.3 Web标记语言2.5.4 Web技术在电子商务中的应用2.6 电子商务网络技术应用分析2.6.1 RSS: 推动电子商务发展的新生力量2.6.2 3G助推移动电子商务发展思考题第3章 电子商务安全技术3.1 电子商务安全概述3.1.1 电子商务安全问题3.1.2 电子商务主要安全技术3.2 电子商务中计算机安全技术3.2.1 计算机安全定义3.2.2 计算机硬件系统安全3.2.3 计算机系统运行环境安全3.2.4 计算机软件系统安全3.3 电子商务网络系统安全3.3.1 电子商务网络安全概述3.3.2 加密技术3.3.3 数字认证技术3.3.4 虚拟专用网技术3.3.5 病毒及防范措施3.3.6 防火墙技术3.4 电子商务数据与交易安全3.4.1 安全套接层协议(Secure Socked Layer .SSL)3.4.2 公钥基础设施(Public Key Infrastructure .PKI)3.4.3 安全电子交易协议(Secure Electronic Transaction SET)3.4.4 SSL与SET协议的比较3.5 黑客防范技术3.5.1 黑客概述3.5.2 黑客攻击的目的及步骤3.5.3 黑客攻击类型及防御方法3.5.4 个人PC机安全设置3.6 电子商务安全制度3.6.1 人员管理3.6.2 网络系统的日常维护管理制度3.6.3 跟踪、审计、稽核制度3.6.4 保密制度3.7 电子商务安全案例分析思考题第4章 电子商务网站建设4.1 电子商务网站概述4.1.1 建立电子商务网站的必要性4.1.2 电子商务网站的类型4.1.3 电子商务网站对企业建设的影响4.2 电子商务网站规划与设计4.2.1 电子商务系统总体规划内容4.2.2 电子商务建设的系统分析4.2.3 电子商务网站的设计4.2.4 电子商务网站开发流程4.3 电子商务服务器的安装与配置4.3.1 Web服务器4.3.2 Windows2003环境下Apache的安装与配置4.3.3 IIS的安装与配置4.3.4 应用服务器4.3.5 BEA Web Logic简介4.3.6 IBM Web Sphere简介4.3.7 .NET框架4.4 电子商务网页的制作4.4.1 HTTP协议4.4.2 HTML语言4.4.3 网页客户端脚本4.4.4 网页类型4.4.5 静态网页4.4.6 动态网页4.4.7 XML4.4.8 AJAX4.5 电子商务网站的测试与发布4.5.1 网站测试4.5.2 站点发布4.6 网站的管理与维护4.6.1 企业网站的使用规则4.6.2 电子商务网站维护4.6.3 电子商务网站的管理4.7 电子商务网站建设案例分析4.7.1 亚洲最大的网上交易平台——淘宝网4.7.2 中小企业B2B交易的平台——阿里巴巴思考题第5章 电子商务支付系统5.1 电子支付概述5.1.1 电子支付的概念5.1.2 电子支付经历的阶段5.1.3 电子支付的特点与优势5.2 电子支付工具5.2.1 电子现金5.2.2 电子钱包5.2.3 银行卡5.2.4 电子票据5.2.5 智能卡5.2.6 其他电子支付工具5.2.7 电子支付工具之间的区别5.3 电子支付系统5.3.1 电子支付系统5.3.2 电子支付方式5.3.3 电子支付模型5.3.4 电子商务支付系统的安全性5.4 移动支付5.4.1 移动支付简介5.4.2 移动支付的分类5.4.3 移动支付的商业模式5.4.4 移动支付在世界各地的发展情况5.4.5 国内移动支付的发展展望5.5 网络银行5.5.1 网络银行的概念5.5.2 网络银行的产生与发展5.5.3 网络银行在电子商务中的作用5.5.4 网络银行的风险5.5.5 网络银行的监管5.6 电子商务支付案例分析5.6.1 支付宝基本框架与功能5.6.2 腾讯拍拍网支付模式思考题第6章 企业电子商务应用6.1 企业上网工程6.1.1 企业上网的必要性6.1.2 企业上网环境分析6.1.3 企业上网成本与收益6.1.4 企业上网的形式6.1.5 企业上网的具体实现6.1.6 企业上网管理系统的功能6.1.7 企业内联网的使

用6.2 企业办公自动化6.2.1 企业办公自动化的产生与发展6.2.2 企业办公自动化的概念6.2.3 企业办公自动化的优势6.2.4 企业办公自动化的功能6.2.5 企业办公自动化应用举例6.3 顾客服务体系6.3.1 形成顾客服务系统6.3.2 顾客自助服务管理6.3.3 客户关系管理6.3.4 创造忠诚顾客系统6.4.电子商务中的现代物流6.4.1 现代物流的内涵6.4.2 现代物流模式6.4.3 现代物流流程6.4.4 现代物流技术6.4.5 我国现代物流业的发展6.4.6 电子商务物流供应链6.5 企业资源规划6.5.1 企业资源计划的产生与发展6.5.2 企业资源计划的含义6.5.3 如何实施ERP系统6.6 企业决策支持系统6.6.1 企业管理与决策6.6.2 企业决策支持系统的概念6.6.3 企业决策支持系统的组成6.6.4 企业决策支持系统的应用6.6.5 企业决策支持系统的发展趋势6.7 企业电子商务案例分析6.7.1 第三方物流管理实例6.7.2 物流供应链管理决策实例思考题第7章 电子商务网络营销7.1 网络营销概述7.1.1 网络营销的概念7.1.2 网络营销的特点7.1.3 网络营销理论7.1.4 网络营销的基本内容7.1.5 网络营销系统7.2 网络市场定位7.2.1 网络市场细分7.2.2 目标市场确定7.2.3 网络营销目标市场定位7.3 网络营销策略7.3.1 网络竞争者分析7-3.2 吸引客户策略7.3.3 网络促销策略7.3.4.渠道策略7.3.5 网络企业的价格策略7.3.6 网络营销产品策略7.3.7 网络营销方法7.4 网络广告7.4.1 网络广告概述7.4.2 网络广告的分类7.4.3 网络广告的特点7.4.4 网络广告主的业务策略7.4.5 网络广告的管理7.5 网络推销7.5.1 网络搜索引擎7.5.2 网络交换7.5.3 网络推销信息的制作与传播7.6 网络公关7.6.1 网络公关的特点7.6.2 网络公关信息的收集7.6.3 网上宣传的技巧7.7 电子商务营销案例分析7.7.1 中国网络营销的典范——海尔7.7.2 星巴克：爱情公寓虚拟旗舰店7.7.3 新年的第一瓶“可口可乐”你想与谁分享思考题第8章 电子商务管理8.1 电子商务的项目管理8.1.1 项目管理8.1.2 电子商务项目管理：8.1 -3电子商务项目管理的过程8.2 电子商务系统的实施与维护8.2.1 电子商务系统8.2.2 电子商务系统的规划与设计8.2.3 电子商务系统的实施过程8.2.4 电子商务系统的维护8.3 电子商务营销管理8.3.1 网络营销过程中的成本管理8.3.2 网络营销过程中的客户关系管理8.3.3 网络营销过程中的风险控制8.3.4 网络营销过程中的绩效管理8.4 电子商务税收管理8.4.1 电子商务税收中的法律问题8.4.2 国际上关于电子商务税收的政策取向8.4.3 我国的电子商务税收发展状况8.4.4 我国电子商务税收的原则8.5 电子商务制度管理8.5.1 电子商务制度管理的研究现状8.5.2 我国电子商务管理存在的问题8.5.3 对电子商务标准的管理8.5.4 对网络服务商和系统开发商的管理8.5.5 对电子商务信息安全的管理8.6 电子商务法律管理8.6.1 电子商务法律的概述8.6.2 电子商务交易过程的法律规范8.6.3 电子商务的相关法律问题8.6.4 电子商务的立法原则8.7 电子商务法律案例分析8.7.1 网络链接案例8.7.2 网络合同纠纷案思考题附录一 电子商务常用英文缩写附录二 常用网址附录三 模拟试题及参考答案参考文献

章节摘录

插图：通用电气公司（GE）电子商务是通过电子方式进行商业交易，分为企业与企业间的电子商务和企业与消费者之间的电子商务。

联想公司认为：电子商务不仅仅是一种管理手段，而且触及企业组织架构、工作流程的重组乃至社会管理思想的变革。

企业的电子商务的发展道路是一个循序渐进、从基础到高端的过程，即：构建企业的信息基础设施；实现办公自动化（OA）；建设企业核心的业务管理和应用系统（包括ERP和外部网站）；针对企业经营的三个直接增值环节设计和实施客户关系管理（CRM）、供应链管理（SCM）和产品生命周期管理（PLM）。

4.部分学者的观点。

美国学者瑞维·卡拉科塔和安德鲁·B·惠斯顿在其专著《电子商务的前沿》中提出：“广义地讲，电子商务是一种现代商业方法。

这种方法通过改善产品和服务质量，提高服务传递速度，满足政府组织、厂商和消费者的降低成本的需求。

这一概念也用于通过计算机网络寻找信息以支持决策。

一般地讲，今天的电子商务通过计算机网络将买方和卖方的信息、产品和服务联系起来，而未来的电子商务则通过构成信息高速公路的无数计算机网络中的一条线将买方和卖方联系起来。

”美国的Emmelhainz博士在她的专著《EDI全面管理指南》中，从功能角度把电子商务定义为：“通过电子方式，并在网络基础上实现物资、人员过程的协调，以便于商业交换活动”。

美国NIIT公司负责人John Longenecker从营销学的角度把电子商务定义为：“电子化的购销市场，即电子化的商品购买和服务市场”。

综上所述，所谓电子商务：从宏观上讲，是指利用IT技术对整个商务活动实现全程电子化的运营过程，它包括市场分析、客户联系、物质调配、网上交易、供应链管理（SCM）、客户关系管理（CRM）以及企业内部管理（OPS）等内容；从微观角度看，电子商务是指各种具有商业活动能力的实体，如生产企业、商贸企业、金融机构、政府机构、个人消费者等，利用Internet进行的商务交易活动。

<<新编电子商务导论>>

编辑推荐

《新编电子商务导论》：针对性强：主要根据《电子商务工程师考核大纲》为电子商务工程师考试而编写。

实用性高：丛书以技术为主线，突出实际应用，丛书的作者都是长期从事电子商务技术和计算机网络技术教学、研究和开发的专家，书中许多技术就是他们经验的总结，这对电子商务人才的培养具有重要意义。

体系结构合理：针对人们认识问题的规律，强调面向应用，注重应用能力的培养，层次清晰。

适用广泛：由于是为电子商务技术人才培养而编写的丛书，所以这套丛书也适合各高等院校电子商务和计算机相关专业的学生，以及社会在职人员学习和使用。

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>