

图书基本信息

书名：<<电子商务管理/上海三联教学参考系列>>

13位ISBN编号：9787542615909

10位ISBN编号：7542615904

出版时间：2002-1

出版时间：三联书店上海分店

作者：程大为

页数：273

字数：310000

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

在激烈的市场竞争中，电子商务企业怎样才能立足于不败之地？

这就是本书所要回答的问题。

企业经营成败，固然有许多原因，但是根本的是能否掌握和运用客观经济规律。

正因为如此，本书研究了电子商务运行的经济规律，并由此告诉企业在电子商务经营中应该怎么办。

一个成功的电子商务经营管理者，首先关注的是市场，因为电子商务首先是个交换问题。

但同时，还要关注消费者，这就涉及到消费环节；还要关注生产什么产品和服务，这就涉及到生产环节。

谋划投资于哪种电子商务，这又是生产要素分配问题。

电子商务经营管理者所需要的这些理论和知识，本书都做了全面的阐述。

本书总结了二十世纪末世界各国特别是美国电子商务发展的丰富经验。

本书提出的一些管理原则都是从电子商务公司如微软、亚马逊、思科等著名公司的实践中抽取出来的。

同时本书也注意到我国近年发展电子商务的实际经验，提出一些在我国条件下可行的管理措施。

没有用管理学一般原理来裁剪电子商务，这是本书研究问题的一个特点。

书籍目录

前言导论第一章 电子商务技术基础 第一节 电子商务一般知识 一、电子商务的由来和发展 二、电子商务框架 三、电子商务分类 第二节 Internet技术 一、Internet的连入方式 二、网络协议OSI 三、Web技术 第三节 EDI技术 一、EDI的定义 二、EDI的组成 三、EDI的标准 四、EDI与Internet结合 第四节 电子支付工具 一、信用卡 二、数字现金 三、电子支票 四、其他金融工具 第五节 安全技术 一、加密技术 二、认证技术 三、防火墙技术第二章 电子商务中消费者需求 第一节 电子商务消费心理与购买行为 第二节 电子商务消费需求函数和预测技术 第三节 电子商务消费者信息管理第三章 电子商务产品生产 第一节 电子商务生产以顾客为中心 第二节 电子商务生产函数 第三节 电子商务技术变革 第四节 电子商务成本函数第四章 电子商务市场和竞争 第一节 电子商务市场结构 第二节 电子商务市场机制 第三节 电子商务市场竞争战略 第四节 电子商务市场开拓第五章 电子商务定价战略 第一节 电子商务定价原则 第二节 电子商务价格战略 第三节 电子商务定价方法第六章 电子商务资本运营 第一节 电子商务的初期融资 第二节 电子商务公司上市 第三节 电子商务兼并与收购 第四节 电子商务兼并战略第七章 政府对电子商务的管理 第一节 反垄断 第二节 税收 第三节 知识产权 第四节 “国际政府”的角色主要参考书目

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>