

<<电子商务商业建模>>

图书基本信息

书名：<<电子商务商业建模>>

13位ISBN编号：9787560518794

10位ISBN编号：7560518796

出版时间：2005-9

出版时间：西安交通大学出版社

作者：覃正

页数：168

字数：206000

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>

<<电子商务商业建模>>

内容概要

《电子商务商业建模》主要介绍在电子商务环境下的企业商业建模方法。全书共分四个部分：第一部分介绍电子商务、商业模式及商业建模；第二部分介绍基于顾客价值过程理论的可重用基本模式模型；第三部分介绍电子商务商业建模的技术体系和安全机制；第四部分介绍如何使用可重用基本模式模型对实际案例进行分析。本书有较强的可操作性，同时又不失理论深度。它有助于帮助读者形成系统分析和构建电子商务环境下企业商业模式的能力。本书适用对象为企业管理人员以及相关专业的研究生和MBA学员。

<<电子商务商业建模>>

作者简介

覃正，湖南石门人，博士后。

西安交通大学管理学院、上海财经大学信息管理与工程学院教授、博士生导师，sydney uniVersity高级访问学者。

主要研究方向，现代管理模式、电子商务 / 电子政务，管理信息系统等。

主持多项国家、省、部级自然科学基金项目。

曾获省、部级科技进步奖。

发表学术论文80余篇，出版著作5部。

<<电子商务商业建模>>

书籍目录

第1章 电子商务基础 1.1 电子商务的内涵 1.1.1 电子商务的定义 1.1.2 电子商务的分类 1.2 电子商务的起源与发展 1.3 电子商务与传统商务 1.3.1 传统商务 1.3.2 电子商务 1.3.3 电子商务与传统商务的比较 1.4 电子商务的应用 1.4.1 电子商务的应用层次 1.4.2 电子商务的典型应用第2章 电子商务商业模式概述 2.1 什么是商业模式 2.1.1 商业模式的定义 2.1.2 商业模式的要素 2.1.3 商业模式的特点 2.2 电子商务商业模式与传统商业模式的比较 2.2.1 互联网对于商业活动的影响 2.2.2 电子商务商业模式与传统商业模式的比较 2.3 电子商务商业模式的结构与评价第3章 电子商务商业模式分析 3.1 电子商务模式的内涵 3.2 电子商务模式的价值过程识别 3.2.1 电子商务流程活动的系统结构建模 3.2.2 基于系统结构模型分解的过程识别 3.2.3 核心过程识别算法 3.2.4 其他过程识别及其关系确定算法 3.3 电子商务价值动态循环过程 3.4 基于网络购物模式的价值过程识别算例 3.5 电子商务中的顾客价值 3.6 基于顾客价值过程的电子商务模式分析与设计 3.6.1 价值实现过程一：价值界定 3.6.2 价值实现过程二：价值创造 3.6.3 价值实现过程三：价值传递 3.6.4 价值实现过程四：价值保持 3.7 基于顾客价值过程的电子商务模式分析因素第4章 电子商务商业建模理论 4.1 几种主要的电子商务模式理论 4.2 电子商务的可重用基本模式理论 4.2.1 电子商务的可重用基本模式的定义 4.2.2 基于价值过程的电子商务可重用模式 4.3 价值创造过程中的可重用模式 4.3.1 企业提供价值的内容 4.3.2 价值提供方式 4.4 价值传递过程中的可重用模式 4.4.1 潜在顾客的搜寻 4.4.2 企业定价机制 4.4.3 企业提供价值的渠道 4.5 价值保持过程中的可重用模式 4.5.1 提高顾客忠诚度 4.5.2 顾客关系数据库的作用 4.6 应用可重用模式进行分析和建模第5章 电子商务建模的技术体系 5.1 网络连接与通信技术 5.1.1 局域网、广域网通信技术 5.1.2 互联网接入技术 5.1.3 TCP / IP协议 5.2 基于互联网的技术 5.2.1 网络拓扑结构 5.2.2 网络编程语言 5.3 数据库与数据仓库技术 5.3.1 电子商务对数据库、数据仓库的特殊要求 5.3.2 数据仓库、联机分析处理以及数据挖掘 5.4 电子支付技术 5.4.1 电子支付概述 5.4.2 电子支付协议 5.5 移动电子商务 5.5.1 移动电子商务的技术基础 5.5.2 手机银行第6章 电子商务的安全机制 6.1 电子商务的安全问题 6.1.1 电子商务的安全隐患 6.1.2 电子商务的安全要素 6.1.3 电子商务的安全体系 6.2 电子商务安全技术及规范标准 6.2.1 防火墙技术 6.2.2 信息加密技术 6.2.3 数字签名技术、认证机构和数字证书第7章 电子商务模式分析案例 7.1 案例一基于顾客价值过程的阿里巴巴商务模式分析 7.1.1 价值界定 7.1.2 价值创造 7.1.3 价值传递 7.1.4 价值保持 7.2 案例二基于顾客价值过程的戴尔商务模式分析 7.2.1 价值界定 7.2.2 价值创造 7.2.3 价值传递 7.2.4 价值保持参考文献

<<电子商务商业建模>>

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>