

<<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：9787562817314

10位ISBN编号：7562817316

出版时间：2005-12

出版时间：华东理工大学出版社

作者：邵康

页数：291

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>

<<电子商务概论>>

内容概要

《电子商务系列教材：电子商务概论》对电子商务的原理、管理、实施和应用进行了全面的系统的介绍。

按照理论结合实际的原则编写，融合了管理学、经济学、计算机科学、通信技术等学科知识，采用了大量中国本地案例和资料，其中许多数据来源于2005年6月由中国互联网络信息中心发布的《第十六次中国互联网发展状况统计报告》。

同时，本书也介绍了已在2005年4月1日施行的《电子签名法》，力求能满足对高层次复合型电子商务人才培养的要求。

《电子商务系列教材：电子商务概论》共分16章，为五个部分：理论篇、技术篇、应用篇、开发篇和案例篇，系统介绍了电子商务的整体框架和涵盖的主要内容。

本书可作为电子商务专业本专科学生的教材，也可作为相关专业本专科学生的“电子商务概论”课程的教材，以及从事电子商务工作的企业人员的参考资料。

书籍目录

前言理论篇第1章 电子商务概述1.1 电子商务的起源和发展历程1.2 电子商务发展的现状和趋势1.3 电子商务发展的基本环境1.4 电子商务与传统商务的区别1.5 电子商务的优势1.6 电子商务对社会经济生活的影响和作用第2章 电子商务基础知识2.1 电子商务的基本概念2.2 电子商务的分类2.3 电子商务模式分析2.4 电子商务的基本业务流程2.5 电子商务的功能分析技术篇第3章 电子商务的实现技术基础3.1 计算机网络及通信技术3.2 Internet技术3.3 数据库和数据仓库技术3.4 搜索引擎与智能代理技术第4章 电子数据交换技术(EDI) 4.1 EDI的发展背景4.2 EDI的概念及其结构4.3 EDI的基本工作原理4.4 EDI的分类4.5 EDI的作用4.6 EDI的应用领域4.7 EDI的经济效益与社会效益第5章 电子商务安全技术5.1 电子商务安全概述5.2 电子商务安全协议5.3 认证技术5.4 加密技术5.5 数字签名技术5.6 数字信封与数字时间戳技术5.7 防火墙技术5.8 病毒防范技术第6章 网络营销技术6.1 网络营销概述6.2 网上市场调查6.3 网络营销的方法6.4 开展网络营销的方法6.5 网络营销的成功要素第7章 电子商务物流技术7.1 物流概述7.2 物流的分类7.3 电子商务与物流7.4 电子商务下的物流模式7.5 现代物流技术在电子商务物流中的应用7.6 北京青年报发行的物流运作第8章 电子支付与网上银行8.1 电子支付概述8.2 电子支付的主要模式8.3 电子支付工具及应用流程8.4 网上支付系统与工具的管理8.5 网上银行8.6 电子支付及网上银行简介应用篇第9章 电子商务在各行业中的应用9.1 网上银行(美国第一联合国家银行介绍) 9.2 电子零售业9.3 旅游电子商务9.4 电子政务第10章 移动电子商务的应用10.1 移动电子商务概述10.2 移动电子商务的意义10.3 我国移动电子商务存在的问题与对策第11章 电子商务法律概述11.1 电子商务立法现状11.2 电子商务法律关系的构成11.3 现行电子商务法的框架建设11.4 《电子签名法》简介开发篇案例篇参考文献

章节摘录

1.3.2 信息化是社会生产力发展的必然趋势 信息经济的形成和发展一方面依靠信息技术与信息生产或服务的产业化,逐步发展形成信息产业;另一方面依靠农业、交通运输业、金融业、商业等传统产业的信息化。

传统产业在生产、管理、设计等各个环节全方位地应用信息技术,使这些产业降低能耗、提高效率、增加效益。

电子商务正是在传统商务的信息化过程中出现的。

与工业产业不同的是,信息产业对经济的贡献主要不体现在产值上,而是电信与信息网络作为社会基础设施的支撑作用上。

工业社会的主要标志不在于火车上拉的是什么货物或者有多少货物,而在于蒸汽动力装置的普遍采用。

信息时代的到来,也不是因为现在有用的知识变得比牛顿、哥白尼时代更多或更重要,而是由于信息技术及其网络的普及,使信息劳动成为人类劳动的主要经济成分。

要促进电子商务的应用和普及,首先要解决的就是建设信息设施的问题。

要想真正实现网上交易,要求网络应当有非常快的响应速度和带宽,这必须在硬件、软件上提供对高速网络的支持。

我国由于经济实力和技术、管理等方面的原因,网络的基础设施建设还不够先进,已建成的网络离电子商务的要求还有距离。

另一方面,上网用户少,网络利用率低,致使网络资源大量闲置,投资回报率低,也严重阻碍了网络的进一步发展。

同时,银行、税务等部门的联网还没有完全实现。

因此,如何加大信息基础设施建设的力度,提高投资效益,改变网络通信方面的落后面貌,是促进电子商务应用普及的重要问题。

宏观上,就整个社会来说,是要建设一个能够支撑电子商务的市场环境;微观上,具体到每个企业,就是要实现自身的信息化,才会有能力接入这样一个电子商务的市场环境。

1.3.3 实施电子商务的基础 在工业经济环境中,企业和公司是围绕物流和资金流组织生产的。这种生产是追求效率的大规模生产,产品是标准化的、大批量的。

为了保证生产,需要有合理的库存储备,也就是不得不准备备份的材料、零部件及劳动力等。

在信息经济环境中,企业围绕着信息组织生产。

企业首先要有获取信息的技术手段,在信息技术的支撑下,企业可以清楚地知道现实的市场需求,它发生在什么地方,需要什么产品,需要多少,而且能够使潜在的需要明朗化。

这种信息化的背景为电子商务的产生奠定了基础。

企业信息化不是在现行的业务流程中增设一套并行的信息流程,而是要按照现代企业制度的要求,适应市场竞争的外部环境,对工作流程进行改革和优化,并用现代信息技术支撑运作。

具体说来就是要建设企业MIS(管理信息系统),进而发展到企业Intranet(内部网)、Extranet(外部网)的建立,以此实现企业信息流横向、纵向的顺畅流动。

.....

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>