

<<电子商务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务>>

13位ISBN编号：9787111299691

10位ISBN编号：7111299698

出版时间：2010-3

出版时间：机械工业出版社

作者：(美)埃弗雷姆·特班//戴维·金//朱迪·麦凯//彼得·马歇尔//李在奎等|译者:严建援

页数：693

译者：严建援

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>

## &lt;&lt;电子商务&gt;&gt;

## 前言

刚刚过去的两年，全球性的金融危机导致了许多国家、企业出现经济滑坡。

然而，金融危机却为电子商务带来快速发展的良机，刺激了网络经济的“超常规”发展。

据调查显示，中国阿里巴巴旗下的淘宝网月交易额从2007年9月的43亿元增长到2008年9月的1017亿元，同比增幅达到240%。

这标志着世界正在进入一个新商业文明时代，工业将进入后工业时代，后工业时代即信息化和工业化的完美结合。

我们会看到一些有趣的现象，20世纪几乎所有信息化都是为制造业服务的，导致了大规模制造流水线的出现，大量产品被生产出来，标准化的东西越来越多。

但到了现在，人类正在进入为消费者、客户定制的时代。

例如，20年前，一位女孩儿到商场去买服装，服务员如果说某件衣服有很多人喜欢并且购买了，这个小姑娘会马上买。

而现在的女孩儿听到此话后，购买的兴趣可能会荡然无存。

这是因为，互联网和电子商务已经形成，个性化已成为信息化的需求。

用中国电子商务代言人马云的话说，这次金融危机使得大批中小企业倒下去，但阿里巴巴注册的会员几乎没有死掉，那些敢于尝试信息技术、敢于创新、敢于寻找生存渠道的企业生命力极强。

20世纪三四十年代，美国汽车工业的人们有很大的梦想，要形成在轮胎上的国家和人民，而我们这一代的使命就是要把商业“移民”到互联网上去，“移民”到电子商务王国去，在里面建立良好的诚信体系。

对生存在信息时代的每个人而言，都将不可避免地面临信息时代为人类提出的新的机遇和挑战。

电子商务不仅改变了人们的交易方式、沟通方式，还改变了人们认识世界的思维方式，乃至整个生存观念都发生了根本变革。

对参与市场竞争的企业而言，电子商务犹如一把双刃剑，它既能把企业推向全球更大的市场中让世人瞩目，同时也意味着一个企业即使只在一个区域性市场生产和销售，也将不可避免地面临全球化的挑战，因为电子商务真正使全球经济实现了一体化，购买者只需轻点几下鼠标就可以轻易更换供应商。

本书作者埃弗雷姆·特班、戴维·金等人是电子商务学术领域的知名学者和社会知名的资深专家。

本书以生动清晰的语言表述，以及详实鲜活的商业案例，从管理视角展现给读者一个完整、系统的电子商务知识体系框架。

在此之前，我曾从事电子商务专业教学工作多年，也曾拜读过数十部电子商务的相关教材，但当我从出版社手中接过特班等编著的这本《电子商务：管理视角》时，仍被教材中新颖的内容和生动的案例所深深吸引和打动。

和其他同类教材相比，我认为本书更突出体现了以下几个特点和优势：1清晰、完整的知识体系。

本书最令人欣赏之处在于作者给出的系统、清晰的内容组织结构。

全书内容清晰简洁、组织有序。

它不仅较为完整地涵盖了电子商务所涉及的管理和技术层面的知识内容，而且将各部分内容之间非常巧妙地连贯起来，使之成为一个系统性极强的知识体系框架。

能使读者通过阅读和学习本书，构建起一个清晰、完整的关于电子商务的知识体系。

2技术与管理的高度融合。

本书与其他电子商务同类教材相比，其显著优势还在于它不仅涉及大量电子商务的最新技术与应用实施，同时还始终贯穿从管理视角聚焦于电子商务的战略、运营与盈利模式，以及管理相关问题的讨论。

这对于从事企业运营的管理者而言，有助于他们更好地在学习电子商务相关技术与应用知识的同时，将其与管理高度融合。

它将成为企业管理人士叩开电子商务之门的一把金钥匙。

3详实、生动的实战案例。

全书插入大量实战案例，这些案例中的许多都是引自世界知名企业和网站，内容详实、语言生动，对

## <<电子商务>>

读者深入理解书中相关理论和实践参考大有裨益。

与其他教材选用案例有所不同的是，本书在介绍电子商务成功案例的同时，还引入了一些失败案例，并且分析了其失败的原因。

正反两方面的经验教训将给予读者更加深入的思考和警示。

4充实、多样的教学辅助。

本书写作体例新颖，其充实、多样的教学辅助素材为采用本书开展教学的师生构建了一个立体化的教学环境。

除了教材本身的知识内容外，网络资源、练习题和其他相关参考书目作为有效的补充。

同时作者还提供了一些研究附录以及各种论题的参考书目，这些都为教材使用者和教师提供了有力的教学辅助支持。

5新颖、前沿的视角引申。

在本书每一章的最后，作者都为我们提供了一系列建议性的研究课题，这种引导性阅读的形式在一般教科书中还是较为鲜见的。

这些都是从前沿性、新颖性的视角值得深入思考的问题，有助于读者在学习书本知识的基础上进行一些引申性思考与研究，为从事电子商务领域研究的人员提供有益的参考。

## <<电子商务>>

### 内容概要

本书是埃弗雷姆·特班教授等人通力合作、修订而成的最新电子商务巨著。

本书侧重于电子商务的商业应用层面，技术层面次之；贴近现实，对B2B、B2C、电子学习、电子政务、基于Web的供应链、协同商务等专题做了细致的研究；紧跟技术发展步伐，介绍了博客、维基、播客、RSS等互联网相关技术的商业应用。

本书强调互动训练之方法，以培养读者在信息系统、财务、营销、管理等方面的动手能力。

本书适合高等院校电子商务及相关专业的本科生、研究生及MBA学员，也可作为电子商务企业从业人员的参考读物。

## <<电子商务>>

### 作者简介

埃弗雷姆·特班，执教于夏威夷大学，畅销教材作者、著名的电子商务学者。曾任美国加利福尼亚长岛州立大学管理信息系统教授，目前是香港城市大学和香港科技大学访问教授。

他曾撰写出版了十多部著作和大量论文，并担任多家杂志的编辑以及多家跨国公司和政府的顾问，是商务和金融计算机决策支持领域最多产的学者之一。

## &lt;&lt;电子商务&gt;&gt;

## 书籍目录

前言	第一部分 电子商务与电子市场导论	第1章 电子商务导论	开篇	案例戴尔公司利用电子商务获得成功
	1.1 电子商务：定义与概念	1.2 电子商务的框架、分类和内容		应用案例1-1 想从网上购买巧克力吗？
	请到Godiva.com一试	应用案例1-2 波音在全球协作下改变了其经营性质	1.3 数字化革命推动电子商务	应用案例1-3 MySpace:世界上最流行的社交网络网站
	1.4 商业环境推动电子商务的发展	1.5 电子商务的商业模式	1.6 电子商务的优势与不足	应用案例1-3 MySpace:世界上最流行的社交网络网站
	1.7 社交和商业网络	应用案例1-3 MySpace:世界上最流行的社交网络网站	1.8 数字企业	小结 管理问题 研究主题 讨论题 互联网实践 小组练习
	案例1-1 谷歌改变了一切	参考文献	第2章 电子市场：结构、机制、经济 and 影响	开篇
	案例蓝色尼罗河公司是如何改变珠宝产业的	2.1 电子市场	应用案例2-1 WebMD	
	2.2 电子市场的类型：从店铺到门户	2.3 电子商务中的业务、中介和过程	2.4 电子目录和其他市场机制	应用案例2-2 创新型拍卖
	2.5 作为电子商务市场机制的拍卖	应用案例2-2 创新型拍卖	2.6 实物交换与在线谈判	应用案例2-3 无线百事提高生产率
	2.7 无线环境中的电子商务：移动商务和定位商务	应用案例2-3 无线百事提高生产率	2.8 数字经济时代的竞争及其对产业的影响	应用案例2-4 终极线上分类网站
	2.9 电子商务对业务流程和组织的影响	小结 管理问题 研究主题 讨论题 互联网实践 小组练习	案例2-1 沃尔玛引领RFID的技术应用	参考文献 附录2
	A 按单定制的生产	参考文献	第二部分 网上零售	第3章 零售业电子商务：产品和服务
	第4章 消费者行为、市场调研和广告	第三部分 B2B电子商务	第5章 B2B电子商务：在私有电子市场中的销售与采购	第6章 公共B2B交易所和其他支持服务
	第7章 电子供应链、协作商务和公司门户网站	第四部分 其他电子商务模式与应用	第8章 创新的电子商务系统：从电子政务和电子学习到C2C	第9章 移动计算及商务和普适计算
	第五部分 电子商务支持服务	第10章 动态交易：电子拍卖、竞价与谈判	第11章 电子商务安全	第12章 电子支付系统
	第13章 订单履行、电子客户关系管理和其他支持服务	第六部分 电子商务战略与实施	第14章 电子商务战略与全球电子商务	第15章 电子商务经济学和电子商务论证
	第16章 创办成功的在线企业和电子商务项目	第17章 电子商务的法律、道德及遵守问题	第18章 Web 2.0环境下社交网络和产业变革者	参考文献

## 章节摘录

插图：协同对于波音公司而言是不可或缺的，因为飞机是一个庞大的复杂体，其“全球性产品”的销售在生产飞机零部件的地区会更高，即这些地区的公司会向波音公司购买飞机。

它们之间的基本协作是通过诸如Microsoft Office和Sharepoint这类信息流工具来实现的。

波音公司与其合作伙伴采用了Dassault systems 3D和产品生命周期管理方法。

另外用到的IT工具是一个产品由：Exostar LLC组合，波音可以分享两维图画，用以指导正向和逆向拍卖、RFPs的响应以及被称为Catia的应用端。

飞机是在全球协同环境下由波音公司维护的专用在线网站上完成设计的。

团队和公司之间有三个层次的协同。

第一层次是设计协同，这个层面的协同包括登录和对蓝图的电子化修改。

以及团队共同工作。

由于计算机寻找错误，能使设计质量得到提高。

第二个层次是供应商在供应链中的协同。

第三个层次是实时的协同，包括产品生命周期的各个阶段，涉及多国家在技术方面如何与波音的新模式相适应，以及对先前的全球合作关系之间的技术差异性进行协同。

波音公司还采用新的合作伙伴来获得如何提高设计和整合的灵感，进而节约成本。

波音公司在埃弗雷特和华盛顿建立了10个多媒体综合办公室为协作团队使用。

它们每天24小时全天候开放。

波音公司还开发了一个可视化的应用端，允许团队做复杂的几何学的实时设计，而不会因模型下载而拖延时间。

会议用英文进行，在单边会谈时如果必要可以使用团队成员的母语。

协同设计可以提高设计过程的速度，帮助波音公司避免由于向消费者运货延迟而赔付的高额罚金。

这使波音公司在同时设计多版本的787飞机有了更大的灵活性，进而拓宽了市场占有范围。

完成了的设计被储存在另一个Dassault产品Enovia中，它同样由波音公司维护。

这是一个巨大的数据管理工作。安全问题同样需要重视。

然而，当今安全技术的发展已能达到保护信息安全的水平。

跨文化和时间区域的协同可能引发许多由于在一起工作的人们工作方式不同而引起的问题。

面向网络团队方法的管理实践会为满足重要的资源需求而不断调整何时进行人力资源的重新设计以及何时建立一个与之适应的协同平台。

## 编辑推荐

《电子商务:管理视角(原书第5版)》特色·管理导向:《电子商务:管理视角(原书第5版)》主要介绍管理层面的电子商务,集中介绍了电子商务的应用与实施,同时也非常重视电子商务技术层面的应用,介绍了电子商务的安全要素及基础构建和系统开发的要素。

- 事实导向:通过全球大小公司、政府机构和非营利组织丰富生动的实例来阐述所要介绍的概念。
- 理论探索:通篇阐述了构建电子商务支持框架的理论基础,其范围囊括了消费者行为学以及经济学竞争理论等,在每一章末尾,还提供了建议性的研究课题。
- 热点研究:电子学习、电子政务、电子化战略、基于Web的供应链系统、协同商务、移动商务、电子商务经济学等,《电子商务:管理视角(原书第5版)》分别从理论和应用角度对这些问题进行了阐述。
- 系统整合:《电子商务:管理视角(原书第5版)》强调的是用基于Web的系统来支持企业和供应链管理,组织内部和组织间系统成为全球电子商务和基于网络应用的创新焦点。
- 前车之鉴:在介绍电子商务成功案例的同时,也引入了一些失败案例,并且分析了其失败的原因。



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>