

<<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：9787301148204

10位ISBN编号：7301148208

出版时间：2009-2

出版时间：北京大学出版社

作者：赵春燕 编

页数：327

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>>

前言

2008年,在全球性金融危机的大背景下,我国银行利率多次下调,股价一路走低,房市持续低迷,制造型企业纷纷减产过冬。

但是,有一类企业却在悄悄地进行着扩张,资本逐渐的流向这种企业,它正在“冬天”里谨慎布局。国内,阿里巴巴拿出50亿投资淘宝,并再次扩招3000人,百度个人交易平台即将推出:雅戈尔、洛兹、杉杉等服装公司收购大型的服装网站;博洋家纺收购了著名的纺织论坛。

国外,在各国政府纷纷进行救市,各大企业也紧缩银根,裁员减薪,人人自危的局势下,电子商务领域的企业却没有一个倒闭的,反而是向相反的方向发展。

纵观电子商务企业的发展规律,都是在传统模式企业受到冲击的时候,才站在市场的前端,进入大众的生活里。

因此,金融危机来了,同时也带来了电子商务的发展机遇。

商务部副部长蒋耀平于2008年11月3日指出,当前国际金融市场动荡加剧,全球经济增长明显放缓,在此背景下,我国应大力发展电子商务,运用其开放性和全球性的特点,为企业创造更多贸易机会,帮助企业走出此次国际金融危机困境。

电子商务到中国的时间不过十余年,真正的发展也就是近5~6年的事情,更多的企业还在摸索,很多模式还等待实践的检验。

现在,各个企业专业的电子商务人才严重匮乏。

因此,作为高职院校,我们必须加速培养企业急需的各个层次的电子商务人才。

电子商务专业人才是复合型人才,既要懂计算机知识,又要懂营销与管理知识,他们是推动我国电子商务蓬勃发展的中坚力量。

近年来,为了顺应电子商务的发展,高职院校也在经济类、管理类、信息类、计算机等专业都开设了“电子商务概论”课程。

开设此课程的目的在于使相关专业的学生了解电子商务的基本概念和理论,掌握电子商务的现状和发展趋势,为今后从事电子商务工作打下基础。

本书是作者在多年的电子商务教学实践中反复探索的结晶,本着适用、够用、好用和贴近企业的目的编写而成。

它全面系统地介绍了电子商务涉及的各个方面的基本理论和基本知识,具体内容包括电子商务概述、电子商务网络基础、电子商务模式、电子商务网站规划与建设、电子商务网络安全技术、网络营销、电子支付与网络银行、电子商务与现代物流、电子商务与供应链管理、电子商务法律法规和现实生活中的电子商务11个章节。

本书的特点:每章都由知识目标、能力目标、引导案例、章节内容、训练项目、知识链接和案例解析7个环节组成。

这样的安排,符合高职院校培养应用型、技能型人才的要求。

不仅使学生掌握了一定的知识,同时也使学生掌握了相关的技能。

书后有详细的实验指导。

同时,制作了精美的课件。

一方面有利于教师教学,另一方面也有利于学生自学。

<<电子商务概论>>

内容概要

本书共11章,包括电子商务概述、电子商务网络基础、电子商务模式、电子商务网站规划与建设、电子商务网络安全技术、网络营销、电子支付与网络银行、电子商务与现代物流、电子商务与供应链管理、电子商务法律法规和现实生活中的电子商务。

每章都由知识目标、能力目标、引导案例、章节内容、训练项目、知识链接和案例解析7个环节组成。

这样的安排,符合高职院校培养应用型、技能型人才的要求。

不仅使学生掌握了一定的知识,同时也使学生掌握了相关的技能。

书后有详细的实验指导,同时,配有精美的课件。

一方面有利于教师教学,另一方面也有利于学生自学。

本书可作为高职院校电子商务、市场营销、物流、计算机等专业的教学用书;也可以用作企业电子商务从业人员、企业营销及策划人员、企业相关管理人员的教育培训用书。

书籍目录

第1章 电子商务概述 1.1 传统商务与电子商务 1.1.1 传统商务 1.1.2 电子商务的含义 1.1.3 电子商务的分类 1.1.4 电子商务的功能及特性 1.2 电子商务的发展现状 1.2.1 电子商务的发展现状 1.2.2 对电子商务的认识 1.3 电子商务主要运行模式 1.3.1 产品主导型运行模式 1.3.2 需求主导型应用模式 1.4 电子商务的社会影响 1.4.1 电子商务对经济的影响 1.4.2 电子商务对政府管理的影响 1.4.3 电子商务对人类思维方式、工作、生活方式的影响 1.5 思考题第2章 电子商务网络基础 2.1 计算机网络概述 2.1.1 计算机网络的产生与发展 2.1.2 计算机网络的功能 2.1.3 计算机网络的分类 2.1.4 计算机网络的组成 2.2 Internet基础 2.2.1 Internet的起源与发展 2.2.2 Internet的基本技术 2.2.3 Internet提供的基本服务 2.2.4 Internet的接入方式 2.2.5 网络故障检测与排除 2.3 Internet的基本应用 2.3.1 电子邮件 2.3.2 信息搜索 2.4 思考题第3章 电子商务模式 3.1 电子商务市场的组成 3.1.1 电子商务的分类 3.1.2 电子商务市场的组成 3.2 B2C电子商务模式 3.2.1 B2C电子商务模式分析 3.2.2 B2C电子商务交易流程 3.2.3 企业电子商务发展策略 3.3 B2B电子商务模式 3.3.1 B2B电子商务模式分析 3.3.2 B2B电子商务交易流程 3.3.3 电子商务发展动态 3.4 C2C、B2G、C2G、G2G电子商务模式 3.4.1 C2C电子商务模式 3.4.2 B2G电子商务模式 3.4.3 C2G电子商务模式 3.4.4 G2G电子商务模式 3.5 思考题第4章 电子商务网站规划与建设 4.1 电子商务网站规划思想 4.1.1 电子商务网站的结构类型 4.1.2 电子商务网站的功能定位 4.1.3 电子商务网站的需求分析 4.2 电子商务网站开发技术 4.2.1 Web开发技术 4.2.2 数据库技术 4.2.3 其他开发工具 4.3 电子商务网站建设与推广 4.3.1 开发平台的搭建与网页制作 4.3.2 网站的运行方式 4.3.3 域名注册 4.3.4 网站的发布与维护 4.3.5 网站的宣传与推广 4.4 思考题第5章 电子商务网络安全技术第6章 网络营销第7章 电子支付与网络银行第8章 电子商务与现代物流第9章 电子商务与供应链管理第10章 电子商务法律法规第11章 现实生活中的电子商务实验参考文献

章节摘录

第1章 电子商务概述 1.1 传统商务与电子商务 引导案例中涉及的惠而浦公司在发展过程中,传统的销售与定价业务流程根本无法满足新形势的发展需求,从而必须采用新型的电子商务运作模式。

作为一种新型的商务运作模式,电子商务与传统商务间存在着什么样的联系与区别呢?

1.1.1 传统商务 传统商务由来已久。

在原始社会末期,人类活动出现了分工,手工业从农业中分离出来,产生了足够的剩余产品,商务活动应运而生。

商务活动就是参与有价物品或服务的协商交换过程,包括买方和卖方为完成交易所进行的各种商务活动及为完成交易的其他第三方所提供的支持。

传统商务即用户利用电话、传真、信函和传统媒体来实现商务交易和管理过程。

用户通过传统手段进行市场营销、广告宣传、获得营销信息、接收订货信息、做出购买决策、支付款项、获得客户服务支持等。

作为传统商务的买方——顾客,首先要确定自身的需要,并根据需求寻找所需要的产品或服务,然后选择商务活动中的卖方——商家。

买方可以通过电话、邮件、展览展销会等途径与卖方接触、谈判。

谈判的主要内容涉及商务交易的多方面内容,如交货日期、运输方式、价格、质量、数量、付款方式、产品交付时进行检验等细节,买卖完成后的售后服务等问题。

对于上述买方完成的每一项业务,卖方都有一个相应的业务与之对应。

卖方通常以市场调研的方式来确定买方的需要。

一旦卖方确定了客户的需要,他们就要通过设计、测试和生产来开发能够满足买方需要的新产品或服务;新产品或服务开发出来以后,卖方须开展多种促销活动,让顾客获得并了解新产品的相应信息。

一旦顾客对于新产品有了响应,买卖双方就开始对交易的条件,包括商品的交易数量、质量、运输、付款等进行谈判。

销售活动结束后,卖方需要为产品或服务提供持续的售后服务,以确保这些产品或服务能正常使用并发挥它们的效用。

.....

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>