

<<电子贸易>>

图书基本信息

书名：<<电子贸易>>

13位ISBN编号：9787302202349

10位ISBN编号：7302202346

出版时间：2009-6

出版时间：清华大学出版社

作者：注册电子贸易师认证培训教材编委会 编

页数：308

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>

前言

中国远程教育的发展经历了三代：第一代是函授教育；第二代是广播电视教育；20世纪90年代，随着现代信息技术的发展，以网络为基础的第三代现代远程教育应运而生。

到目前为止，教育部批准开展现代远程教育试点的高校共67所。

对外经济贸易大学远程教育学院（简称“贸大远程”）是在中国加入WTO后的第一年，2002年3月正式成立的。

现代远程教育作为新生事物，对传统的教学模式、学习习惯、获取新知的途径等产生了巨大的冲击。

如何在网络时代打造学习型社会，构筑终身教育体系，是当今时代的重大课题，现代远程教育试点高校为此进行了许多卓有成效的探索。

在网络教育的具体实践中，贸大远程始终坚持依托学校的整体优势和特色，坚持知识的内在逻辑性与职业、行业的市场需求的统一，坚持开展面向广大在职人员的现代远程教育，逐步形成了独具我校特色的“7+1”学习模式（即网络课堂、网上答疑、课程光盘、教材资料、适量面授、网上串讲、成绩检测，以及第二课堂活动），为学生个性化学习提供了广阔的空间。

自2003年起，贸大远程连续3年蝉联新浪网、择校网、搜狐网和《中国电脑教育报》联合评出的全国“十佳网络教育学院（机构）”称号。

值得一提的是，“国际贸易实务”课程荣获国家级奖项，“商务英语”等7门课程荣获北京市优秀教材一等奖和精品课程称号，另有10余门课程在全国性的远程教育课程展示会上获得大奖。

<<电子贸易>>

内容概要

本书是中国电子商会注册电子贸易师培训指定教材，由对外经济贸易大学资深教授负责编写。全书共分为五个部分：电子贸易、国际贸易理论与实务、国际市场营销策略、贸易法和商务英语。

本书特别适合于大专以上学历，从事国际国内贸易、电子贸易、企业电子化管理等工作，具有一定的电子贸易理论知识和实际工作经验人员，及热衷于电子贸易，希望从事电子贸易工作，报名参加注册电子贸易师培训学习的不同专业在校学生和社会学员。

<<电子贸易>>

书籍目录

第一部分 电子贸易 第一章 国际互联网与电子贸易导论 第一节 电子贸易的概念和理论基础 第二节 国际互联网的特点及其商业价值 第三节 国际贸易企业应用国际互联网的原因 第二章 国际市场网络调研 第一节 国际市场网络调研概述 第二节 国际市场网络调研的步骤与方法 第三节 国际市场商务信息网络调研 第三章 出口产品电子化形象展示 第一节 外贸企业电子化形象展示的原则 第二节 外贸企业网站的规划 第三节 外贸企业网站建设实施 第四节 网站的推广与维护 第四章 电子采购 第一节 电子采购概述 第二节 网上团购 第三节 逆向拍卖 第五章 电子化供应信息发布 第一节 电子化供应信息的发布 第二节 判断、甄别反馈信息 第三节 回复反馈信息 第六章 利用搜索引擎增加国际贸易商机 第一节 搜索引擎简介 第二节 搜索引擎在国际贸易中的应用 第七章 B2B第三方服务商及其选择方法 第一节 B2B第三方服务商简介 第二节 B2B第三方服务商网站选择方法 第八章 展会电子商务 第一节 展会电子商务概述 第二节 展会电子商务的模式和要素体系 第三节 企业网上展会参展实务 第九章 无纸贸易 第一节 无纸贸易的基本概念及运行模式 第二节 无纸贸易的流程 第三节 无纸贸易的发展前景 第二部分 国际贸易理论与实务 第十章 国际贸易理论与实务 第一节 国际贸易概念以及基础理论 第二节 进出口业务概述 第三节 国际贸易术语 第四节 国际货物运输 第五节 货物的运输保险 第六节 货款的收付 第三部分 国际市场营销策略 第十一章 国际市场营销策略 第一节 国际市场营销概论 第二节 海外目标市场选择决策 第三节 国际市场营销产品策略 第四节 国际定价策略 第五节 国际分销渠道策略 第六节 国际促销策略 第四部分 贸易法 第十二章 国际货物买卖法 第一节 国际货物买卖法概述 第二节 国际货物买卖合同的成立 第三节 国际货物买卖合同中买卖双方的义务 第四节 货物所有权与风险的移转 第五节 对违反买卖合同的补救方法 第十三章 对外贸易管理制度 第一节 货物、技术和服务的进出口管理 第二节 进出境货物的关税制度 第三节 外汇管理制度 第四节 进出境检验、检疫制度 第十四章 国际贸易争议的处理 第一节 国际商事仲裁概述 第二节 涉外仲裁机构和原则 第三节 涉外仲裁协议 第四节 涉外经济诉讼 第五部分 BUSINESS ENGLISH UNIT ONE BRIEF HISTORY UNIT TWO TECHNOLOGY AND TEAM UNIT THREE CUSTOMER-ORIENTED UNIT FOUR PRODUCT SUITABILITY UNIT FIVE PLACE UNIT SIX PRICING UNIT SEVEN PROMOTION UNIT EIGHT GETTING BUSINESS DONE ON THE WEB UNIT NINE E-COMMERCE ENVIRONMENT UNIT TEN E-COMMERCE BUSINESS MODELS UNIT ELEVEN POINTS TO NOTE

章节摘录

第一部分 电子贸易 第一章 国际互联网与电子贸易导论 第一节 电子贸易的概念和理论基础

一、电子贸易的基本概念 电子贸易 (e—trade) 指的是企业利用现代信息技术, 特别是国际互联网技术来开拓市场、达成交易, 以及进行交易管理的过程和做法。简而言之就是指企业通过利用电子商务运作的各种手段所从事的商业活动。它所反映的是现代信息技术所带来的贸易过程的电子化。

本书所反映的电子贸易主要是针对从事国际贸易的企业在国际贸易活动中采用国际互联网等现代信息技术开展国际贸易的实践做法。

这种做法也可以被称为国际电子贸易 (international e—trade)。

随着我国企业参与国际分工, 从事国际贸易的深度和广度不断延伸, 特别是进入新世纪后, 国际互联网技术普及, 为企业提供了开拓国际市场、从事国际贸易的新的平台和新的手段。

众所周知, 国际贸易指的是国与国之间商品和服务的交换活动。

它反映了世界各国间的劳动分工和经济上的相互依存与相互依赖关系。

计算机及其网络技术的发展, 特别是与国际互联网相关的技术发展将全球市场的空间和时间距离拉近, 加强了国际间的劳动分工和经济上的依赖关系, 促进了全球经济的一体化趋势。

电子贸易的发展使国际贸易的运作方式发生了很大的变化, 同时也带来了一系列的现实问题。

因此, 世界各国在国际贸易领域展开了国际间的协调工作。

国际电子贸易在国际贸易领域可以被理解为是一般电子商务在国际贸易领域内的具体应用, 因此, 它与一般电子商务相比有其特殊性。

它们主要表现在如下几个方面: 第一, 一般电子商务泛指所有商务活动的电子化过程, 主要是国内商务活动, 而国际电子贸易主要针对国际商务活动中的电子商务的应用。

第二, 一般电子商务包含所有类型的电子商务活动, 如商业机构对消费者、商业机构对商业机构、商业机构对行政机构, 以及消费者对行政机构等的电子商务活动。

而在国际贸易活动中, 交易行为一般涉及政府的行政管理部门, 贸易伙伴和相关的结算、运输、商检等商业部门, 国际贸易的交易行为和过程本身并不直接针对市场上的消费者。

因此, 国际电子贸易只是包括了商业机构对商业机构和商业机构对行政机构的电子商务活动。

贸易伙伴之间以及贸易伙伴与相关银行、运输部门、保险部门、商检、海关和政府部门等传输订单、相关单据和文件就成为国际电子贸易活动的主要内容之一。

第三, 一般电子商务虽然使企业直接面对全球市场, 可以采取网上成交模式在国际互联网上直接达成交易, 但是企业所从事的国际电子贸易活动行为不仅是成交活动本身, 它往往涉及交易从前期准备到合同履行的方方面面。

这些活动与一般贸易活动毕竟不同, 要受到不同国家的对外贸易政策与措施的制约, 同时又要纳入国际规范。

国际电子贸易的具体运作涉及的部门和范围要远远多于或大于一般的电子商务, 其相关的协调工作和法律惯例规范都是国际性的。

因此国际电子贸易活动仍然有它的特殊性。

在我国, 国际电子贸易的特殊性还体现在, 其发展将具有社会连动和示范效应。

我国国内电子商务的发展相对西方发达国家起步较晚, 相应的国内电子商务规范还没有建立起来。

但是, 这并不意味着我国电子商务的发展始终是落后的。

最近几年, 我国信息技术的发展异常迅速, 与西方国家的差距正在缩短。

电子商务发展虽起步较晚, 但我们依然可以到达同一起跑线并享受到“后发利益”。

这也就是说, 根据我国国情, 我们可以充分借鉴发达国家在电子商务发展方面所积累的经验教训, 首先在对外经济贸易领域建立国际电子贸易的框架, 逐步带动国内电子商务的发展, 使我国的电子商务在较短的时间内赶上发达国家。

因此, 在我国发挥国际电子贸易的社会连动和示范效应是尽快缩小我国与国外的信息技术差距, 推动我国企业参与国际竞争, 规范我国商业活动与世界接轨的有效手段。

<<电子贸易>>

二、国际电子贸易的理论基础 鉴于我们对国际互联网的商业意义的理解，许多企业已经意识到国际互联网将会彻底改变传统的商务运作模式，这便促使企业要探索国际互联网的应用问题。然而，绝大多数的国内企业对国际互联网的应用并没有形成关于互联网应用方面的理论分析和应用指导框架。

为此，我们根据国外的最新发展动向和收集的大量有关企业互联网应用方面的理论和实践资料，对此问题提出一个基本的分析框架，作为我们对国际贸易企业互联网应用问题的思路和理论基础。

1.企业国际互联网应用的研究范围 对企业互联网应用问题的研究实际上可以从最基本的逻辑思维人手。

通常我们对一个事物的认识要有三个逻辑步骤：即Why（为什么）、What（是什么）、How（如何做）三个层次的问题。

对于任何事物的研究和分析，都至少存在这三个层面。

这三个层面的问题相互之间是有联系的。

通常“为什么”层面的问题会导致人们对“是什么”问题的探求；“是什么”层面的问题会导致人们对“如何做”层面的问题的探求；而“如何做”的问题又会进一步引发新的“为什么”的问题的研究。

因此，这个逻辑框架的三个层面的问题是密不可分，而且是循环往复的关系。

我们对国际贸易企业应用互联网的阐述可以应用这个基本的逻辑思维框架。

Why层面的问题是探讨企业互联网应用的深层次的原因，用来对互联网的企业应用原因或动机给予解释。

What层面的问题是探询国际互联网为企业所带来的影响是什么，以及互联网的商业意义。

而How层面的问题就是企业应用互联网的具体步骤和方法了。

围绕国际贸易企业国际互联网的应用，这三个问题是交织在一起的，共同让我们深入地认识和研究国际贸易企业应用国际互联网的基本问题。

在对企业应用互联网进行分析时，缺少任何一方面的论述都是不完全的，也是不能令人信服的。

2.企业国际互联网应用研究问题的提出 根据以上对企业互联网应用逻辑思维框架的理解，我们对国际贸易企业互联网应用的研究问题分解如下（见图1-1）。

（1）Why层面的问题 Why层面的问题主要探求国际贸易企业利用互联网的原因。

研究的主要目的是弄清国际贸易企业使用互联网的原始动机。

只有这些问题弄清了，企业才能有如何利用国际互联网的理论指导，避免盲目跟风，漫无目的地使用国际互联网。

我们提出的研究问题主要包括如下几个方面。

国际贸易企业为什么要应用国际互联网？

互联网应用的驱动力是什么？

互联网的使用价值在什么地方？

解释互联网应用的经济理论有哪些？

国外对互联网应用原因方面的研究所得出的主要结论是什么？

（2）What层面的问题 What层面的问题主要探讨国际互联网对企业的作用和价值。

主要的目的就是让企业理解应用国际互联网给企业带来的各种机会和挑战，以及了解国际互联网为企业带来了什么影响和变化。

只有企业充分认清了国际互联网的商业价值和商业作用，企业才能更充分地利用国际互联网。

我们提出的研究问题主要集中在如下几个方面。

国际互联网应用的商业战略价值是什么？

国际互联网的应用为国际贸易企业带来了什么影响？

国际互联网的应用使国际贸易企业的运作发生了什么变化？

（3）HOW层面的问题 HOW层面的问题主要探讨国际贸易企业如何应用互联网。

主要目的是认识企业利用国际互联网的一般规律。

因为只有国际贸易企业理解了绝大多数的企业所遵循的规律，国际贸易企业才能避免走弯路。

<<电子贸易>>

我们提出的研究问题主要包括如下几个方面。

国际贸易企业如何应用国际互联网？

国际贸易企业应用国际互联网的方式有哪些？

国际贸易企业目前应用国际互联网的现状如何？

第二节 国际互联网的特点及其商业价值 计算机和网络技术早就存在，而且该技术在商业中的应用早已出现，如局域网（LAN）和EDI技术等，都比国际互联网的存在要早十几年。

然而，为什么在国际互联网出现之后，诸如“数字时代”、“电子商务”一下子成为全球的热点问题？

这是因为国际互联网已经不仅仅是一个简单的通信技术手段（与固定电话、移动电话等相比），它已经日益成为大众和企业不可忽视的媒体平台，这一媒体平台与其他的任何通信媒体（包括纸面媒体、广播、电视等）相比有两个明显的特点：双向交互式通信和开放式标准。

国际互联网的任何商业价值所在都基本上是由于这两个基本特点。

一、双向交互式通信和开放式标准是国际互联网的根本特点 双向交互式通信指的是，国际互联网所提供的信息交流方式是双向的。

信息的提供者在发布信息的同时，可以及时收集信息获取者的信息；信息获取者在收集信息的同时，可以对信息提供者的信息进行选择接收。

因此，这种信息通信和人与人之间直接进行面对面的信息交流有些类似。

与传统的信息传播媒介相比，传统的信息传播是单向的。

如广播、电视等在信息发布出去的同时，并不知道有多少接收者，或者不知道接收者是谁。

信息的接收者对信息根本就不可能有任何选择。

开放式标准指的是，国际互联网是建立在开放式信息传输标准上（如，TCP/IP）。

TCP/IP于1993年被选为国际互联网正式标准。

它是一套支持最底层的共有属性的信息传输协议。

它就好比是一种数字通行证，使互联网上的讲不同语言的人们可以相互交流。

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>