

<<电子商务基础与应用>>

图书基本信息

书名：<<电子商务基础与应用>>

13位ISBN编号：9787115208989

10位ISBN编号：7115208980

出版时间：2009-9

出版时间：人民邮电出版社

作者：宋沛军，范军环 主编

页数：294

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>

## <<电子商务基础与应用>>

### 内容概要

本书主要围绕“什么是电子商务、如何开展电子商务活动、实施电子商务需要哪些技术平台和商务条件以及电子商务的应用”等问题深入浅出地讨论了电子商务的全过程。

全书分理论法规、技术支持、商务应用三大模块，主要介绍电子商务的基本概念、各国电子商务立法情况、研究企业开展电子商务的意义、电子商务模式、电子商务网络平台技术、安全技术、支付技术、网站建设与管理、网络信息、网络市场、网络营销策略、物流管理、ERP、CRM、SCM、电子政务以及电子商务在农业、贸易、金融、生产制造业中的应用等。

本书力求将“电子”与“商务”有机地融合在一起，着眼于对学生应用能力的培养，观点新颖、材料翔实，理论阐述与实际操作密切结合，体现其实用性、针对性和现实性；在形式、体例、语言等方面力求简单、实效、精炼，以利于读者理解和消化。

本书可作为高职高专电子商务、市场营销、经济管理、物流管理、国际贸易计算机信息管理及其相关专业的教材，亦可作为商务、营销、物流、贸易、经济和管理短期培训教材以及从事电子商务活动的工作人员和研究人员的参考用书。

## &lt;&lt;电子商务基础与应用&gt;&gt;

## 书籍目录

理论法规篇	第一章 认识电子商务	第一节 电子商务的基本概念	一、关于电子商务的英语表述	二、国际组织与各国政府关于电子商务的概念	三、IT(信息技术)行业对电子商务的定义	四、学者和专家们的观点	五、本书给出的电子商务的定义
	第二节 电子商务的产生与发展	一、电子商务产生的条件	二、电子商务的产生与发展	三、电子商务在我国的发展历程	第三节 电子商务的分类	一、按电子商务按参与主体分类	二、按电子商务使用的网络类型分类
						三、按交易涉及的商品内容分类	四、按电子商务交易过程划分
					第四节 电子商务的作用与特点	一、电子商务与传统商务比较	二、电子商务的作用和功能
						三、电子商务的特点	第五节 EDI技术
							一、EDI的定义
							二、EDI的组成
							三、手工方式贸易与EDI方式的比较
							四、EDI的实现过程
							五、EDI在商检中的应用
					第二章 电子商务模式		
	第一节 电子商务框架体系	一、电子商务基本框架	二、电子商务应用框架	第三			
	第二节 电子商务流程	一、传统商务交易流程	二、电子商务交易流程	第三节			
	电子商务模式	一、电子商务模式概述	二、B2B电子商务概述	三、B2C电子商务模式			
		四、C2C电子商务	第三章 电子商务法律制度	第一节 电子商务对传统法律的挑战			
				一、电子商务对传统法律的挑战	二、电子商务所面临的新的法律问题		
				第二节 国际组织和世界各国有关电子商务的立法成果	.....技术支持篇	第四章 电子商务网络技术与应用	第五章 电子商务支付技术与应用
						第六章 电子商务网站建设与管理	第七章 电子商务安全技术与应用
						商务应用篇	第八章 网络营销策略
							第九章 电子商务物流管理
							第十章 电子商务与ERP、CRM和SCM
							第十一章 电子商务典型企业应用
							第十二章 电子政务

## &lt;&lt;电子商务基础与应用&gt;&gt;

## 章节摘录

理论法规篇 第一章 认识电子商务 中国互联网在经过10余年的发展后,已经逐渐深入人们的工作、生活、娱乐等方方面面;同时,也创造出许多具有广阔前景的行业,电子商务便是其中之一。

本章主要对电子商务的基本概念、产生与发展、电子商务的分类、作用与特点以及EDI技术等基本知识进行介绍。

学习和研究电子商务的目的在于把握电子商务的规律,并用它来指导和开展电子商务或相关工作。

本章是电子商务概论这门课程的基础,也是把握电子商务学科的导言。

**【本章要点】** 电子商务的概念、分类、作用和特点 电子商务与传统商务的异同  
电子商务的产生与发展 EDI的概念、组成和应用 **【教学目标】** (1)了解:电子商务的产生与发展、EDI技术。

(2)理解:电子商务的作用和特点、电子商务与传统商务的异同。

(3)掌握:电子商务的基本概念和分类。

没有豪华的办公室,没有庞大的销售队伍,不投放任何传统广告,靠运用娴熟的电子商务。一个59岁“高龄”的老网商,将一个西裤上小的不能再小的配件——裤钩,做成了年销售额超过千万元的大生意,业务遍布全球。

2006年,一篇介绍李棠华和他的裤钩生意的文章被放在阿里巴巴网站的首页,之后,北京有家为澳大利亚公司做服装加工的企业通过E-mail找到他,由于关于裤钩的检测报告、生态新产品认证证书都在网上,李棠华仅给对方提供了详细的资料和样品。

7天后,对方称澳大利亚那边很满意,没有来人具体考察就打款订购了30万套裤钩。

这单生意从接洽到打款只用了12天时间。

由于李棠华非常重视对网站的建设,每一个产品他都由专业摄影师拍摄,图片和文字说明也都非常清晰(如图1-1所示),这样,客商一旦进入到他的网页,就可以很容易看清楚他的产品。

他认为有了电子商务,即使不投放广告也可以建立自己的品牌。

除了在相关的网站上购买“裤钩”关键词外,他还坚持写博客,把现实生意实例中的经验总结后呈现给读者,很多客户就是在看了他的博客后,找他谈成了生意。

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>