

<<电子商务基础>>

图书基本信息

书名：<<电子商务基础>>

13位ISBN编号：9787121112034

10位ISBN编号：7121112035

出版时间：2010-7

出版时间：电子工业出版社

作者：陈晔桦 主编

页数：343

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

随着经济全球化的进一步深入和Internet技术的飞速发展,电子商务正以无可比拟的优势和不可逆转的趋势,改变着商务活动的运作模式,对企业传统的经营方式、支付手段和组织形式提出了强有力的挑战,并将给社会经济和人们生活的各个方面带来深远的影响。

如何面对电子商务的渗透,适应数字化的生活方式,并积极参与电子商务时代的国际竞争,是涉及社会每个人、每个企业和部门生存与发展的重大问题,也是国际间正在研究和认真对待的问题。

中国发展电子商务要符合中国的国情,既要走自己的发展道路,又要注意积极引进国外的先进技术和经验。

同全球电子商务的接轨是发展电子商务的根本方向,适应社会对电子商务的需求是前进的直接动力,而这一切首先需要大量从事电子商务技术工作和管理的人才。

为此,我们根据多年从事电子商务应用和教学的实践经验,结合当前电子商务的发展方向和动态,编写了《电子商务基础》这本教材。

《电子商务基础》自2004年8月第1版出版以来,先后6次印刷,被多所高职院校选为教材,深受学生和老师们的好评。

在这5年多的时间里,我国电子商务应用环境发生了巨大的变化,有力地推动了我国电子商务的迅猛发展。

在这期间,我国陆续出台了一些有关电子商务重要的政策和法律。

例如,2004年8月发布了《中华人民共和国电子签名法》;2005年1月,颁布了《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》;2007年6月,发布了《电子商务发展“十一五”规划》等。

根据我国电子商务发展的实际情况和近几年的教学实践,本书第2版进行了全面修订。

突出了对实用技能的培养,具有如下特点:(1)突出创新能力和实践能力的培养。

根据高职教育的培养目标和人才培养模式的要求,围绕适应社会需要和职业岗位群的要求,坚持以提高学生整体素质为基础,以培养学生的应用能力特别是创新能力和实践能力为主线,兼顾国家职业技能鉴定考核要求,重新组合课程主要体系和教材主要内容,融合了8个技能训练和多个案例分析。

(2)突出教材的实用性。

做到理论注重基础和够用,实践注重操作和实用,充分挖掘企业实践的最新成果,归纳提炼并融入教材。

<<电子商务基础>>

内容概要

本书结合电子商务最新发展动态，从应用的角度全面系统地介绍了电子商务领域各个方面的基本知识和基本技能。

内容主要包括：电子商务概述、电子商务技术基础、电子商务运作及其体系结构、网络营销与客户关系管理、网上银行与电子支付系统、电子商务物流、电子商务安全、电子商务的法律保障、移动电子商务，并根据每章的具体内容与特点，安排了具体的习题和操作实训题。

本书内容新颖、重点突出，以循序渐进、深入浅出的方式帮助读者认识和了解电子商务。

本书可作为高等职业技术学院电子商务专业、经济管理专业、信息管理专业和其他相关专业学生的教材，也可作为企事业单位从事电子商务应用的管理人员、技术人员的参考用书或电子商务爱好者的读物。

<<电子商务基础>>

书籍目录

第1章 电子商务概述	1.1 电子商务概念	1.1.1 电子商务的定义	1.1.2 电子商务概念模型
	1.1.3 电子商务的研究对象	1.1.4 电子商务的内涵	1.1.5 电子商务的功能
	1.1.6 电子商务的特点	1.2 电子商务的分类	1.2.1 按企业电子商务活动的对象类型分类
	1.2.2 按电子商务复杂性程度分类	1.2.3 按电子商务系统功能目标分类	1.2.4 按电子商务信息网络范围分类
1.3 电子商务的优势	1.4 电子商务系统基本结构与组成	1.4.1 电子商务系统基本结构	1.4.2 企业电子商务系统的组成
	1.4.3 电子商务基础平台	1.4.4 电子商务服务平台与应用	1.5 电子商务系统网络结构与业务环境
	1.5.1 电子商务系统的网络结构	1.5.2 电子商务系统的运行环境	1.5.3 电子商务系统的支撑环境
1.6 电子商务发展的前沿技术	1.6.1 栅格电子商务 (G-Commerce)	1.6.2 移动电子商务	1.6.3 流媒体与中间件
思考与操作题	第2章 电子商务技术基础	2.1 网络技术	2.1.1 计算机网络的定义
		2.1.2 协议层次模型	2.1.3 IPv6协议
		2.1.4 高层协议TCP和UDP	2.2 Internet技术
	2.2.1 Internet的概念	2.2.2 Internet网络结构及协议	2.3 EDI增值网络技术
	2.3.1 EDI概念及构成	2.3.2 EDI应用系统	2.3.3 EDI服务中心
2.4 移动通信系统及其演进	2.4.1 第二代移动通信的应用及技术特点	2.4.2 第三代移动通信 (IMT—2000) 的概念及主要技术	2.4.3 第二代移动通信向第三代移动通信的演进
	2.4.4 GPRS: 通用分组无线业务	2.5 无线通信技术	2.5.1 WAP技术
	2.5.2 “蓝牙”技术	2.5.3 无线局域网 (WLAN)	2.5.4 多媒体短信
2.6 其他相关技术	2.6.1 网络数据库	2.6.2 数据仓库	2.6.3 多媒体技术
2.6.4 J2EE技术	2.6.5 Web Service技术	思考与操作题	第3章 电子商务运作及其体系结构
3.1 传统商务的运作过程与电子商务的运作层次	3.1.1 传统商务的运作过程	3.1.2 电子商务运作层次	3.2 电子商务的运行模式
	3.2.1 虚体产品和服务的电子商务五种运作模式	3.2.2 实体产品电子商务运作模式	3.3 企业电子商务运作的信息化平台
	3.3.1 企业信息化的层次	3.3.2 企业信息化平台的框架结构	3.3.3 企业信息门户 (EIP)
3.4 电子商务系统框架结构	3.4.1 电子商务的网络基础平台	3.4.2 电子商务的基础服务平台	3.4.3 电子商务的应用平台
	3.4.4 电子商务的四大支柱	3.5 电子商务的参与实体	3.6 技能训练: 淘宝网淘淘宝
思考与操作题	第4章 网络营销与客户关系管理	4.1 市场和营销理念的变迁	4.1.1 IT技术引发的时空观念的变化
		4.1.2 市场信息传播模式的变化	4.1.3 市场性质的变化
		4.1.4 消费者概念和行为的变化	4.2 网络营销概述
	4.2.1 网络营销的概念	4.2.2 网络营销的层次	4.2.3 网络营销的特点
	4.2.4 网络营销的功能	4.3 网络营销策略	4.3.1 网络营销策略概述
	4.3.2 产品策略	4.3.3 价格策略	4.3.4 渠道策略
	4.3.5 促销策略	4.4 网络营销技术	4.4.1 Web上的营销技术
	4.4.2 “虚拟现实”网络营销技术	4.5 网络营销的常用工具与方法	4.5.1 网络广告
	4.5.2 企业网络营销站点建设	4.5.3 搜索引擎	4.5.4 网络市场调研
	4.5.5 许可E-mail营销	4.6 客户关系管理	4.6.1 客户、关系及管理
	4.6.2 客户关系管理的概念	4.6.3 客户关系管理的核心思想	4.6.4 客户关系管理的产生
	4.6.5 客户关系管理的特点	4.6.6 客户关系管理的作用	4.6.7 电子商务与客户关系管理
4.7 技能训练: 网络广告营销	思考与操作题	第5章 网上银行与电子支付系统	5.1 网上银行
			5.1.1 网上银行的概念
			5.1.2 网上银行的分类
			5.1.3 网上银行的优点和特点
			5.1.4 网上银行的服务内容与范围
			5.1.5 金融业的电子化
5.2 电子货币	5.2.1 电子货币的概念	5.2.2 电子货币的主要特征和职能	5.2.3 电子货币的运行条件
	5.2.4 电子商务与电子货币	5.3 电子支付与电子支付系统	5.3.1 电子支付概述
	5.3.2 电子支付系统的构成	5.3.3 电子支付系统的分类	5.3.4 电子支付系统的功能
5.4 电子支付工具	5.4.1 电子支付工具方式	5.4.2 网上银行的安全支付	5.5 第三方支付平台
	5.5.1 第三方支付的概念	5.5.2 第三方支付平台工作原理	5.5.3 产业特点
	5.5.4 主流产品	5.5.5 行业未来	5.6 电子支付的其他相关技术
	5.6.1 POS	5.6.2 EOS	5.6.3 支付网关
	5.6.4 SWIFT	5.7 案例分析	5.8 技能训练
	5.8.1 技能训练1: 网上银行—U盾的申请与使用	5.8.2 技能实训2: 电子钱包	5.8.3 技能训练3: 支付宝
思考与操作题	第6章 电子商务物流	6.1 物流的产生与分类	6.1.1 物流的产生
		6.1.2 现代物流	6.1.3 物流的分类
	6.2 电子商务与物流	6.2.1 电子商务与物流的关系	6.2.2 电子商务对物流的影响
	6.2.3 电子商务物流的特征	6.2.4 电子商务物流系统	6.2.5 物流模式
	6.3 物流信息技术	6.3.1 条	

<<电子商务基础>>

形码技术 6.3.2 射频识别技术 6.3.3 GPS技术 6.3.4 GIS技术 6.4 物流与供应链管理
 6.4.1 物流管理 6.4.2 供应链管理 6.4.3 供应链管理方法 思考与操作题 第7章 电子商务安全
 7.1 电子商务安全概述 7.1.1 电子商务的安全威胁 7.1.2 电子商务的安全要求 7.1.3 电子商务安全结构体系 7.2 电子商务安全技术 7.2.1 加密技术 7.2.2 数字签名技术 7.2.3 数字时间戳技术 7.2.4 身份验证技术 7.2.5 防火墙技术 7.3 电子商务认证技术 7.3.1 数字证书 7.3.2 认证中心 7.4 电子商务安全技术协议 7.4.1 SSL安全协议 7.4.2 SET安全协议 7.4.3 其他安全协议 7.5 电子商务安全评估与安全策略 7.5.1 电子商务安全评估 7.5.2 电子商务安全策略 7.5.3 电子商务安全解决方案介绍 思考与操作题 第8章 电子商务的法律保障 8.1 电子商务呼唤新法 8.1.1 电子商务的特征及其对法律的要求 8.1.2 电子商务立法的困难因素 8.1.3 电子商务立法的必要性 8.1.4 电子商务立法原则 8.2 电子商务中的法律问题 8.2.1 电子商务交易的安全性 8.2.2 电子商务中的知识产权 8.2.3 数据电文的法律制度 8.2.4 电子合同 8.2.5 电子签名与电子证据的认定 8.2.6 电子交易认证机构的法律地位 8.2.7 电子商务的隐私权保护 8.2.8 网上仲裁法律制度 8.2.9 电子商务税收征管 8.3 电子商务中的知识产权保护问题 8.3.1 域名引发的法律问题 8.3.2 电子商务的版权问题 8.4 电子商务交易安全的法律保护 8.4.1 电子商务交易安全的具体要求 8.4.2 保障电子商务交易安全的若干重要的法律问题 8.5 构筑具有中国特色的电子商务法律体系 8.5.1 构筑具有中国特色的电子商务法律体系的必要性 8.5.2 构筑具有中国特色的电子商务法律体系的途径 8.6 案例分析 8.6.1 合同法案例 8.6.2 域名法律保护案例 思考与操作题 第9章 移动电子商务 9.1 移动电子商务概述 9.1.1 移动电子商务的定义 9.1.2 移动电子商务的发展 9.1.3 移动电子商务的特点 9.1.4 移动电子商务提供的服务 9.1.5 移动电子商务的实现技术 9.1.6 移动电子商务存在的问题 9.1.7 移动商务与电子商务的区别 9.2 移动电子商务的应用 9.3 移动电子商务的发展 9.3.1 推动移动电子商务发展的因素 9.3.2 移动电子商务的发展趋势 9.4 移动电子支付和移动银行 9.4.1 移动支付的网络结构 9.4.2 移动POS 9.4.3 移动银行 9.4.4 手机银行的优缺点 9.4.5 移动银行方案 9.5 Mobile e-Pay移动电子商务解决方案 9.5.1 系统结构 9.5.2 访问功能 9.5.3 支付功能 9.5.4 安全功能 9.6 移动娱乐 9.6.1 移动娱乐业务的种类 9.6.2 “掌中游”移动娱乐系统 9.6.3 移动娱乐业务解决方案 9.6.4 移动娱乐业务发展 9.7 技能训练 9.7.1 技能实训1：手机钱包 9.7.2 技能实训2：手机银行 思考与操作题 参考文献

章节摘录

插图：电子商务的任何一笔交易，都包括物流、资金流、商流和信息流。

其中物流主要是指商品和服务的配送与传输渠道，对于大多数商品和服务来说，物流可能仍然经由传统的营销渠道；然而对有些商品和服务来说，可以直接以网络传输的方式进行配送，如各种电子出版物、信息咨询服务、有价值信息等（这里需要指出，有些学者认为，无形产品通过网络传输不属于物流范畴）。

资金流主要是指资金的转移过程，包括付款、转账、结算、兑换等过程。

商流指商品和服务所有权的转移，它的标志是提货单、房产证等法律文书。

信息流既包括商品信息的提供、促销行销、技术支持、售后服务等内容，也包括诸如询价单、报价单、付款通知单、转账通知单等商业贸易单证，还包括交易方的支付能力、支付信誉和中介信誉等。

从电子商务概念模型不难看出，电子商务实质上是电子商务实体围绕交易事务、通过电子市场发生的经济活动关系，产生这些经济活动关系是通过物流、资金流、商流、信息流来实现的。

电子商务区别于传统商务的一个重要方面就是“电子市场”取代了传统的有形市场。

对于每个EC实体来说，它所面对的是一个电子市场，必须通过电子市场来选择交易的内容和对象。

因此，电子商务的概念模型可以抽象地描述为每个EC实体和电子市场之间的交易事务关系。

人类最早是采取“以物易物”的商品交换方式的，那时没有资金流，商品所有权的转换是紧紧伴随物资流的转换而发生的。

随着货币的产生，人类的交易链出现了第一层中介——货币，人们开始用钱来买东西，不过这时是“一手交钱，一手交货”，商品所有权的转换仍然紧随物资流，不过是以货币为媒介的。

这个阶段由于生产力的发展和社会分工的出现，信息流开始表现出来。

再后来随着社会分工的日益细化和商业信用的发展，专门为货币做中介服务的第二层中介出现了。

它们是一些专门的机构，像“银行”，它们所从事的是货币中介服务和货币买卖。

由于有了它们，物资流和资金流开始分离，产生了多种交易付款方式：交易前的预先付款，交易中的托收、支票、汇票，交易后的付款，如分期付款、延期付款。

这就意味着商品所有权的转换和物资流的转换脱离开来，在这种情况下，信息流的作用就突出出来。

因为这种分离带来了一个风险问题，要规避这种风险就得依靠获取尽可能多的信息，如对方的商品质量信息、价格信息、支付能力、支付信誉等。

事实上，仔细分析一下，每一层中介的引入在方便我们更好更多地做更大的贸易的同时，还引入了新的信用风险并完成了信用风险的转移和分担。

<<电子商务基础>>

编辑推荐

《电子商务基础(第2版)》突出创新能力和实践能力的培养，兼顾国家职业技能鉴定考核要求，重新组合课程体系和教材主要内容，融合了8个技能训练和多个案例分析，充分挖掘企业实践的最新成果，归纳提炼并融入教材。

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>