

图书基本信息

书名：<<全国高等院校电子商务系列实用规划教材>>

13位ISBN编号：9787301140802

10位ISBN编号：7301140800

出版时间：2008-8

出版单位：北京大学出版社

作者：孙睿，宋冀东 主编

页数：346

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

电子商务不只是一个交易方案和一个商业概念，它的发展同时存在于国家经济战略的宏观层面和企业发展策略的微观层面。

2002年11月，联合国贸发会议和联合国亚太经济委员会在曼谷联合召开的亚太国际会议的主题就定位于“E-Commerce Strategies for Development”，电子商务已被视为经济发展战略之一。

经济全球化在我们眼前展开了一个规模空前、五彩缤纷的大市场，“规模空前”使社会分工进一步细化成为必需，“五彩缤纷”使生产的专业化成为可能，而分工的细化、生产的专业化必定带来劳动生产率的提高，这才是财富的源泉。

然而，大市场的形成对我们同样是挑战，竞争的进一步加剧，与客户交流面临时空的障碍，交易成本的不断提高，信息不对称带来的困惑，面对这些困难，需要虚拟化、低成本、高效率、透明化的交易方案，电子商务是一个很好的解决方案。

我国目前许多行业信息化程度还不够高，信息基础建设还比较薄弱。

电子商务的发展存在着认知、人才、安全、技术、经济与费用等方面的障碍和问题。

针对电子商务在我国现状，我们以一批年轻有为的骨干教师为核心组成了研究创作团队，以负责任的态度编写了此书。

团队成员既有全面扎实的理论基础，又有较为丰富的实践经验；既有开放、前沿的思想观念，又有尊重教育教学的客观规律。

创新点：在编写过程中，我们参考借鉴了国内外电子商务行业的一些新观点及国家电子商务师、企业电子商务标准化应用平台等相关的技能要求，在保证理论知识详细系统的前提下，加大实践指导内容，以便在教学中加强学生应用能力、分析及网上自我学习能力。

本书由孙睿、宋冀东担任主编，尚德峰、孙学军、胡艳春、王慧担任副主编。

孙睿和宋冀东负责本书大纲编写、体例的拟订、全书的统稿和定稿，同时孙睿编写第9章；宋冀东编写第8章；尚德峰编写第1、10章；李蛟编写第2章；李伟峰编写第3章；李民编写第4章；胡艳春编写第5章；孙学军编写第6章；李秋迪编写第7章；王慧编写第11章；张景龙编写第12章。

内容概要

电子商务是利用信息化的工具和手段从事与商务相关的各项活动。

本书一方面系统地介绍了电子商务领域的系统知识框架，使读者能够在阅读过程中循序渐进的形成对电子商务较为全面的整体认知；另一方面以理论知识为基础，针对电子商务实施过程中所需的技能进行解读，使读者能够掌握电子商务实施过程中的相关技能，从而达到理论与实践相结合，综合提高读者理论知识与操作技能水平的目的。

本书既可作为高等院校电子商务及相关专业本、专科学生的教学用书，同时又可作为从事电子商务及相关行业人员的实战参考用书。

书籍目录

第1章 电子商务概述	1.1 电子商务简介	1.1.1 商务活动的典型模式	1.1.2 电子商务活动
1.1.3 电子商务的概念	1.1.4 电子商务的特点	1.2 电子商务的发展	1.2.1 互联网的起源 与发展
1.2.2 WWW的兴起与发展	1.2.3 电子商务的发展历程	1.3 电子商务的实施模式	1.3.1 B2B模式
1.3.2 B2C模式	1.3.3 C2C模式	1.3.4 电子政务概述	1.3.5 企业内部 电子商务
1.4 电子商务行业的构成	1.4.1 网络基础设施	1.4.2 支持设施	1.4.3 具体 应用
1.5 电子商务对经济的影响	1.5.1 对组织结构的影响	1.5.2 对价值链的影响	1.5.3 对 企业管理的影响
1.6 参考网站	1.6.1 中国互联网络信息中心	1.6.2 中国电子 商务协会	本章小结 练习题 思考题
第2章 电子商务技术基础	2.1 计算机网络概述	2.1.1 网 络定义和功能	2.1.2 网 络的构成
2.1.3 网络的分类和拓扑结构	2.1.4 网络的体系结构 (OSI参考模型)	2.1.5 TCR/IP协议	2.2 网络应用 技术
2.2.1 Internet的概念	2.2.2 Intranet的概念	2.2.3 Extranet的概念	2.2.4 Internet、 Intranet、 Extranet之 间的关系
2.3 IP 地址	2.3.1 IP地址的 引入及格式	2.3.2 IP地址的 分类	2.3.3 子网 掩码
2.3.4 查看和修 改主机的IP地址 和子网掩码	2.3.5 TCR/IP 常用命令	2.4 域名	2.4.1 域 名的引入
2.4.2 域 名解析	2.4.3 域 名的格式	2.4.4 域 名的分类及 含义	2.4.5 域 名的保护
2.4.6 域 名的注册	本章小结 练习题 思考题	第3章 常用 电子商务工 具	3.1 即时 商务通信工 具
3.1.1 即时 通信的定义、 现状及功能	3.1.2 即时 通信的发展 阶段及发展 趋势	3.1.3 即时 通信的分 类	3.1.4 几 种常见即时 商务通信工 具简介
3.1.5 阿里 旺旺的使用	第4章 网络 营销	第5章 电子支付
第6章 电子 商务安全	第7章 电子 商务系统建 设	第8章 企业 信息化	第9章 电子 政务
第10章 C2C 模式	第11章 B2C 模式	第12章 B2B 模式	参考文献

章节摘录

插图：第1章 电子商务概述了解电子商务的基本概念、特点、发展历程；熟悉电子商务与传统商务相比的优缺点，熟悉电子商务发展中与互联网、WWW的紧密关系；了解电子商务的实施模式；掌握电子商务行业的杠架结构；了解电子商务对社会经济发展所产生的影响，以及它对于价值链运作、经营管理革新的重要意义。

马云在1995年之前还只是杭州电子工学院英文及国际贸易系的讲师，但从1995年——互联网大规模普及与推广的进代开始，马云看到了蕴含在网络中的巨大潜力，他毅然离开了工作7年之久的高校。经历了电子商务接界几年的历练，马云在1999年创办了阿里巴巴网站，作为典型的B2B（Business to Business:企来对企来）的电子商务平台，该网站的目的就是竭诚为所有的中小企业提供最好的网络环境，促进这些中小企业通过与网站的紧密结合，与相应的供应商、客户形成前所未有的良好沟通，降低成本、扩大市场、增强产出……。

在2001年12月，阿里巴巴成为全球首家注册会员超过100万的了B2B电子商务网站。

与此同时，马云作为CEO，进一步创建了目前国内知名的C2C（Customer to Customer:消费者对消费者）平台——淘宝网，并推行新型支付工具——支付宝，在国内乃至2002年完成了“全年盈利1块钱”的目标，2003年完成了“一天收入一百万”的目标，而淘宝网也已发展成为国内最有的C2C平台之一。阿里巴巴的发展是快速的，阿里巴巴的发展也面临着巨大的挑战，这些挑战来自四面八方，来自国内国外。

面对挑战，阿里巴巴不为完善自我，不断提出新的理念，如网商、阿里学院等，对阿里巴巴来说，成功机会的核心，在于网商的培养。

编辑推荐

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>