

<<企业电子商务管理>>

图书基本信息

书名：<<企业电子商务管理>>

13位ISBN编号：9787509609941

10位ISBN编号：7509609941

出版时间：1970-1

出版时间：经济管理出版社

作者：杨学成

页数：314

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>

<<企业电子商务管理>>

前言

本书是根据教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会所编写的“普通高等学校电子商务本科专业知识体系”中对“电子商务管理”这一知识模块的知识与技能要求，专门为大专院校电子商务专业的学生而编写的教科书。

在人类社会走向信息社会的今天，电子商务作为一种全新的商务模式，已经成为国家与国家、国家与企业、企业与企业、企业与个人之间的重要的经贸方式和沟通手段。

本书在编写过程中，广泛收集了国内外企业电子商务管理的最新成果，调查研究了国内外著名企业电子商务管理的成功案例，力求科学、系统地阐述企业电子商务管理的基本理论、基本知识、基本方法和最新进展，重在培养学生的思维能力和实践能力。

根据不断变化的电子商务理念和电子商务技术，本书重点突出了企业电子商务管理的体系完整性与知识创新，并讨论了移动电子商务、物联网、泛在网络等前沿领域，尤其强调电子商务环境下企业的战略、组织、人力资源、营销、供应链、客户关系、环境、物流、财务等方面的管理。

全书知识框架的搭建和实际编写工作由杨学成主持完成。

在编写过程中，北京邮电大学经济管理学院院长吕廷杰教授，电子商务中心主任胡桃副教授以及何瑛、张翼、张晓航、石文华、王琦、王霞等同事为本书的编写提出了积极的建议，在此一并表示感谢！

初稿完成后，中国人民大学商学院郭国庆教授，中国社会科学院财贸经济研究所刘彦平博士，北京林业大学经济管理学院陈凯博士，北京中医药大学管理学院李祺博士、汪晓凡博士，对外经济贸易大学国际商学院吴剑峰副教授，中华女子学院市场营销系任锡源博士等对书稿进行了审阅并提出了若干宝贵意见，使得本书更加科学严谨。

在本书编写过程中，我们直接或间接地受益于诸多国内外同行专家，他们的研究工作和研究成果让我们颇受启发。

本书引用和参考的所有文献成果，我们都鼓励读者去阅读原作，这些文献成果必定会比我们在书中的简短阐述更为精彩。

感谢那些帮助收集案例素材、统计数据、翻译资料的研究生和本科生们，他们是：中国人民大学商学院研究生徐平平、宋钰和葛超，北京邮电大学经济管理学院研究生杜瑜和万壑，北京邮电大学经济管理学院本科生刘畅、孙奕文和王黔豫，北京邮电大学国际学院本科生吴桐、程成和隋越。

<<企业电子商务管理>>

内容概要

《企业电子商务管理》是根据“普通高等学校电子商务本科专业知识体系”中对“电子商务管理”的知识与技能要求而编写的本科层次的教材。

全书共十六章，第一章、第二章分探讨了电子商务对企业管理的影响和企业电子商务模式；第三章至第十三章重点介绍电子商务的价值管理，战略管理，组织管理，人力资源管理，营销管理，供应链管理，客户关系管理，环境管理，物流管理，业务流程重组，财务管理等内容；第十四章至第十六章则对企业电子商务管理的前景进行了展望，分别介绍了移动电子商务，物联网和泛在网络等内容。

《企业电子商务管理》除了作为普通高等学校电子商务专业本科生的专业教材之外，还可供其他专业本科和专科学生，研究生以及企业单位的实践人士参考保用。

<<企业电子商务管理>>

书籍目录

第一章 企业电子商务概述第一节 电子商务概述第二节 电子商务管理概述第三节 电子商务对企业管理的影响第二章 企业电子商务的商业模式第一节 电子商务商业模式概述第二节 B2C电子商务模式第三节 B2B电子商务模式第四节 C2C电子商务模式第三章 电子商务的价值管理第一节 价值创造第二节 价值链的管理第三节 电子商务中的顾客价值管理第四章 电子商务战略管理第一节 企业战略管理概述第二节 企业电子商务战略第三节 企业电子商务战略的实施第五章 电子商务组织管理第一节 电子商务组织管理概述第二节 电子商务组织形态与结构第三节 电子商务组织管理实施第六章 电子商务人力资源管理第一节 人力资源管理的概述第二节 电子化人力资源管理第七章 电子商务营销管理第一节 电子商务营销概述第二节 网络营销第三节 网络营销的实施第八章 电子商务供应链管理第一节 电子商务供应链管理概述第二节 电子商务供应链管理实施第九章 电子商务客户关系管理第一节 电子商务客户关系管理概述第二节 电子商务客户关系管理实施第十章 电子商务环境管理第一节 电子商务政治环境管理第二节 电子商务经济环境管理第三节 电子商务文化环境管理第四节 电子商务科技环境管理第五节 电子商务法律环境管理第十一章 电子商务物流管理第一节 现代物流概述第二节 电子商务物流第三节 电子商务物流市场及物流模式第十二章 电子商务与业务流程重组第一节 业务流程重组概述第二节 电子商务业务流程重组的实施第三节 组织模型及适合的业务流程第十三章 电子商务财务管理第一节 财务管理概述第二节 电子商务的财务管理第十四章 移动电子商务第一节 移动电子商务概述第二节 移动电子商务的应用第三节 移动商务的发展前景第十五章 物联网概述第一节 物联网概述第二节 物联网与电子商务第十六章 泛在网络第一节 泛在网络概述第二节 泛在网络的技术架构第三节 泛在网络的未来发展趋势

<<企业电子商务管理>>

章节摘录

插图：(4)便捷化。

电子商务大大简化了商品流通环节，劳务的提供更加便捷，提高了交易效率，降低了交易费用。

在电子商务的环境中，客户不出门即可享受到各种消费和服务，使传统商务受时间和空间限制的框框被打破，企业也无须受规模等因素的限制，只要一台电脑、一根电话线、一只“猫”，就可跨越地区和国家进行交易。

总之，电子商务为消费者提供了一种方便、迅捷的购物途径，为企业提供了一个良好的营销环境和遍布世界的巨大的消费群体。

四、电子商务的优势电子商务的迅速发展，给企业带来了一系列的竞争优势，成为企业竞争取胜的有力武器，具体优势如下：(1)快速树立企业的良好形象。

良好的企业形象能给企业带来大量潜在的顾客，对企业市场的拓展发挥了重要作用，因而增加了企业在竞争中的优势。

企业在互联网上建立自己的网站，通过网站可以把企业自身及产品、服务的优势充分展示出来，把企业好的管理、经营理念和策略向公众很好地进行宣传，并通过网络与大众形成良好的沟通渠道，随时了解公众需求，及时调整自己的产品及企业的经营战略，为顾客提供满意的产品和服务，从而树立起企业良好的外部形象。

(2)增加企业成本优势。

对于一个企业来说，采取各种办法降低成本是提高企业竞争力的重要策略，电子商务对于企业降低成本是行之有效的途径。

在具体应用中，企业利用电子商务，通过降低企业采购成本、实现无库存生产、降低企业营销成本、降低企业的管理费用等方式达到降低成本优势的目的。

(3)提高顾客的满意度与对顾客的服务水平。

电子商务能够满足顾客的个性化服务，它以消费者为导向：电子商务下企业与顾客的互动性增强，可以实现全程营销。

在电子商务下，企业可以凭借网络，以电子邮件、BBs等方式，以极低的成本在营销的过程中与顾客进行双向互动，使消费者也参与进来，从根本上提高消费者的满意度。

满足消费者购物的方便性，提高购物效率。

在电子商务下，消费者在网上就可以购买到自己称心如意的商品，无须到很远的商场去购物，提高了购物效率。

(4)提供更有效的售后服务。

企业可以利用互联网进行售后服务，在网站上进行产品的日常维护介绍、技术支持、常见问题解答等。

软件生产企业还可以进行在线软件升级等。

对于应用电子商务的企业来说，售后服务不再是负担，而是提高市场占有率的一种手段。

<<企业电子商务管理>>

编辑推荐

《企业电子商务管理》：普通高等学校电子商务专业教材

<<企业电子商务管理>>

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>