

<<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：9787560629506

10位ISBN编号：7560629504

出版时间：2012-11

出版时间：西安电子科技大学出版社

作者：杨坚争

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

杨坚争等编著的《电子商务基础与应用(第8版)》是一本全面论述电子商务的专著,是国家自然科学基金项目79770084号和70973079号的研究成果。

作者针对当前蓬勃发展的电子商务浪潮,从计算机和商业管理两个角度,对电子商务的理论问题和实践问题进行了深入的探讨。

《电子商务基础与应用(第8版)》主要内容包括认识电子商务、电子商务发展战略、网络技术基础、电子商务网站建设、网络商务信息的收集与整理、网络交易行为、网络营销策略、网络促销、电子商务专项应用标准、电子支付、电子商务物流、网络交易安全管理等。

本书有配套的授课视频、电子教案、辅导材料和综合练习,读者可以从西安电子科技大学出版社网站(<http://www.xduph.com>)本书的详细页面及沪江电子商务网(<http://www.usstec.com>)电子商务精品课程栏目中下载。

《电子商务基础与应用(第8版)》资料新颖,观点鲜明,理论与实际相结合,力求在阐述电子商务最新发展和电子商务理论体系的同时,在实际应用和操作技巧方面给予读者具体的指导。

《电子商务基础与应用(第8版)》对政府、贸易、商业、信息部门有重要参考价值,是广大企业营销人员、公司管理人员和消费者从事电子商务活动的重要工具书和参考书。本书亦可作为大专院校电子商务专业、商业管理专业和计算机专业的教材。

书籍目录

第一章认识电子商务 1.1 电子商务的发展：历史、现状与前景 1.1.1 电子商务发展的历史轨迹 1.1.2 世界电子商务的发展现状 1.1.3 我国电子商务的发展 1.2 电子商务的概念与分类 1.2.1 电子商务的概念 1.2.2 电子商务的市场范围 1.2.3 电子商务的分类 1.3 电子商务交易的基本流程序式 1.3.1 电子商务的交易过程 1.3.2 网络商品直销的流程序式 1.3.3 企业间网络交易的流程序式 1.3.4 网络商品中介交易的流程序式 1.4 电子商务参与各方的法律关系 1.4.1 网络交易中买卖双方当事人的权利和义务 1.4.2 网络交易中心的法律地位 1.4.3 网络交易客户与虚拟银行间的法律关系 1.4.4 认证机构在电子商务中的法律地位 1.5 电子商务在现代经济中的地位与作用 1.5.1 电子商务的价值创造 1.5.2 电子商务对社会生产力的推动作用 1.5.3 电子商务是实现经济发展方式转变的重要措施和手段 1.5.4 电子商务发展是促进市场资源有效配置的必备手段 1.5.5 电子商务与经济全球化 参考文献 第二章 电子商务发展战略 2.1 为什么研究电子商务发展战略 2.2 电子商务发展环境 2.2.1 社会政治环境：信息化建设受到各国政府的高度重视 2.2.2 资源环境：经济发展促进了信息基础设施建设 2.2.3 市场环境：电子商务的社会需求不断增长 2.2.4 安全环境：安全条件有了较大改善 2.2.5 我国电子商务发展中需要解决的新问题 2.3 政府电子商务发展战略 2.3.1 国际组织和各国政府电子商务发展战略 2.3.2 我国电子商务的发展战略 2.4 企业电子商务战略 2.4.1 影响企业电子商务战略的主要内部因素 2.4.2 企业电子商务的战略目标与战略框架 2.4.3 企业电子商务战略实施 2.5 无纸贸易发展战略 2.5.1 无纸贸易发展沿革 2.5.2 无纸贸易的概念与特征 2.5.3 无纸贸易的生态环境 2.5.4 我国无纸贸易发展的总体水平 2.5.5 我国无纸贸易发展战略 参考文献 第三章 网络技术基础 3.1 因特网的概念与构成 3.1.1 因特网的起源与发展 3.1.2 因特网的概念与特点 3.1.3 因特网的构成 3.1.4 因特网的接入方式 3.2 常用的因特网服务 3.2.1 电子邮件（E-mail） 3.2.2 即时通信、博客与微博、飞信与微信 3.2.3 搜索引擎 3.2.4 万维网（WWW） 3.3 TCP / IP 3.3.1 TCP / IP的概念 3.3.2 TCP / IP的分层结构 3.3.3 网络的互联 3.3.4 因特网的地址结构 3.4 域名申请与管理 3.4.1 域名的商业价值 3.4.2 域名申请策略 3.4.3 域名申请 3.4.4 申请域名的注意事项 3.4.5 域名的转让与注销 3.4.6 域名管理 参考文献 第四章 电子商务网站建设 4.1 电子商务网站的总体设计 4.2 网站软硬件环境建设 4.2.1 因特网服务提供商 4.2.2 网络服务方式的选择 4.2.3 网络数据库的选择 4.2.4 软件系统的选择 4.2.5 网站安全建设 4.3 网站内容建设 4.3.1 域名申请 4.3.2 相关资料的收集 4.3.3 网站主页和页面的特色设计 4.3.4 网站资源管理 4.3.5 网站设计基础语言 4.3.6 网页制作常用工具 4.4 投资概算 4.4.1 因特网接入费用 4.4.2 网络站点建设费用 参考文献 第五章 网络商务信息的收集与整理 5.1 网络商务信息基础 5.1.1 网络商务信息的概念和特点 5.1.2 网络商务信息的分级 5.2 网络商务信息的检索 5.2.1 网络商务信息检索的基本要求 5.2.2 网络商务信息检索的困难 5.2.3 网络信息检索困难的解决办法 5.3 利用网络收集市场信息 5.3.1 利用网络收集价格信息 5.3.2 利用网络收集关税及相关政策信息 5.3—3 利用网络收集市场交易对象信息 5.3.4 统计信息的收集 5.4 利用网络开展问卷调查 5.4.1 网上调查问卷的形式 5.4.2 问卷调查的方法 5.5 利用网络收集新产品开发信息 5.6 网络商务信息的整理 5.6.1 网络信息的整理 5.6.2 网络信息的加工处理 5.6.3 网络信息处理的类型 参考文献 第六章 网络交易行为 6.1 网络交易行为概述 6.2 网络消费者的购买行为 6.2.1 网络消费者的购买动机 6.2.2 影响消费者网上购物的外在因素 6.2.3 网络消费者的购买过程 6.2.4 我国网民的消费行为分析 6.3 企业的网上交易行为 6.3.1 企业的业务购买类型 6.3.2 企业购买行为的人员因素 6.3.3 企业的业务购买过程 6.4 电子化政府采购行为 6.4.1 电子化政府采购的概念 6.4.2 电子化政府采购的特点 6.4.3 政府网上采购过程 参考文献 第七章 网络营销策略 7.1 网络营销的市场细分 7.1.1 网络营销市场细分的概述 7.1.2 网络营销市场细分的依据和条件 7.2 网络营销的目标市场定位 7.2.1 网络营销目标市场的定位策略 7.2.2 网络营销对象的定位 7.2.3 网络营销产品的定位 7.3 网络营销的品牌策略 7.3.1 网络品牌的开发 7.3.2 网络品牌的经营管理 7.3.3 网络品牌的保护 7.4 网络营销的定价策略 7.4.1 选择定价目标 7.4.2 网络营销的定价策略 7.5 网络营销的渠道策略 第八章 网络促销 第九章 电子商务专项应用标准 第十章 电子支付 第十一章 电子商务物流 第十二章 网络交易安全管理 附录 缩略语中英文对照表

章节摘录

版权页：插图：我国的数据网络结构分为骨干网和省内网两级，以中文界面为主，具有国际联网、电子邮件、网上新闻、网上交易、网上服务、文艺娱乐等多种功能。

以信息网络为基础的各种网络应用、宽带多媒体应用、数据通信应用为我国电子商务的大规模普及奠定了良好的基础。

2009年1月7日，工业和信息化部向中国移动、中国电信、中国联通分别发放了三张3c牌照。

此后，三家运营商先后开始3G网络的正式商用。

2011年1~11月份，中国电信、中国移动和中国联通三家基础电信企业共完成3G专用设施投资941亿元

。3G基站规模达到79.2万个，3G网络已覆盖所有城市和县城以及部分乡镇，3G用户达到11873万户。

2.2.3市场环境：电子商务的社会需求不断增长 进入21世纪，因特网技术取得了长足的进展，信息化或信息经济已成为整个社会发展的一种趋势或一种重要经济形态，新的社会需求成为推动电子商务迅速发展的强大动力。

1.经济结构的转型要求电子商务发挥更大的作用 2008年国际金融危机爆发以来，国际市场严重萎缩。到2012年，发达国家仍经济复苏乏力，消费和投资不振，结构性矛盾突出。

为应对金融危机带来的挑战和困难，世界各国都在调整结构，提升经济竞争力。

与以往相比，这一轮世界产业结构调整更加注重应用信息技术，更加注意提高电子商务对国际市场的开拓能力。

每一次经济危机，都会推动新的科技革命，催生新兴产业。

第三次产业革命，突出表现在互联网络技术应用的突破，表现在节省能源、无污染的电子商务服务业高速度、长周期的增长。

从国际经济环境看，国际金融危机带来的全球产业大调整、大重组，不仅制造业转移的趋势没有改变，同时出现了软件、服务外包等行业加快转移的新趋势。

从国内经济环境看，国务院《关于加快电子商务发展的若干意见（2005）》和国家发展改革委员会有关电子商务发展的“十一五”、“十二五”规划（2007、2012）都为更大范围内整合资源、应用电子商务提供了广阔的空间。

国家继续实行积极的财政政策和适度宽松的货币政策，加大对电子商务服务业的支持力度，为进一步推进电子商务在各个领域中的应用提供了难得的发展机遇。

我们应当抓住这些发展机遇，努力实现电子商务在重要领域和关键环节应用的新突破。

<<电子商务基础与应用>>

编辑推荐

《电子商务基础与应用(第8版)》资料新颖,观点鲜明,理论与实际相结合,力求在阐述电子商务最新发展和电子商务理论体系的同时,在实际应用和操作技巧方面给予读者具体的指导。

《电子商务基础与应用(第8版)》对政府、贸易、商业、信息部门有重要参考价值,是广大企业营销人员、公司管理人员和消费者从事电子商务活动的重要工具书和参考书。

《电子商务基础与应用(第8版)》亦可作为大专院校电子商务专业、商业管理专业和计算机专业的教材。

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>