

<<电子商务基础教程>>

图书基本信息

书名：<<电子商务基础教程>>

13位ISBN编号：9787811056204

10位ISBN编号：7811056208

出版时间：2008-1

出版时间：邹德军 中南大学出版社 (2008-01出版)

作者：邹德军 编

页数：348

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>

## <<电子商务基础教程>>

### 前言

当今世界是信息化的时代，信息化已经逐步深入到社会生活的各个方面。

在此背景下，电子商务不仅仅局限于商业交易过程的信息化，而是涉及到整个企业经营管理各个方面的信息化，成为企业信息化的联系点。

这使电子商务人才需求呈现多样化趋势。

在企事业单位一线从事具体电子商务工作的技术和管理人才将是多样化中重要的一极。

本教材主要是针对高等职业教学需要而编写。

力图满足培养这部分人才的需要。

在编撰过程中立足理论够用、重在实践的思路，注重结合高等职业教育人才培养的教学内容、方法和课程体系特点，充分体现应用型人才培养的特色：1. 注重基本技术方法和实务技能的结合。

为突出应用型人才培养的特色，本教材在编写中比较详细介绍电子商务的基本方法和具体技术，并重点介绍了社会信息化环境下，企业开展电子商务活动的主要方法和技术的应用，以培养学生分析和解决现实问题的能力。

2. 注重一定的复合性。

电子商务人才的两个基本技能是商贸运营管理技能和现代信息技术的应用能力。

如何将两者。

如何将两者完美结合一直是电子商务高等职业教学中面对的难题。

本教材在编写中注重介绍一些新的商贸思路和技术的发展趋势，力图使现代信息技术应用能力培养与商贸运营管理能力的培养接轨，并根据编者的理解介绍了一些未来很有可能实现的电子商务方法和技术。

本教材编写分工为：邹德军编写第1章和第2章、刘智勇编写第3章和第4章、陈鹤林编写第5章、李启秀编写第6章和第8章、肖月华编写第7章、朱爱娇编写第9章、严明燕编写第10章、李春米编写第11章。

全书由邹德军主编并统稿，刘智勇和李启秀担任副主编。

在本教材编写过程中，参阅了大量文献，从中受到不少启发。

中南大学出版社领导、尤其是谭晓萍编辑为本书的出版和发行倾注了极大热情，在此一并向他们表示诚挚的感谢！本教材为方便教师的教学工作，备有电子版综合练习、电子教案、电子课件和相关案例与实训材料，各位老师可以选择使用，欢迎索取(Email: zoudejun@126.com)。

## <<电子商务基础教程>>

### 内容概要

《21世纪高职高专财经类专业规划教材：电子商务基础教程》比较详细地介绍了电子商务的基本方法和具体技术，并重点介绍了社会信息化环境下，企业开展电子商务活动的主要方法和技术的应用，以培养学生分析和解决现实问题的能力。

内容包括电子商务流程与运作模式，电子商务网络技术，电子商务安全技术，网络营销，电子商务物流等。

本教材可以作为高等职业院校中电子商务、工商管理等经济管理类专业的电子商务基础教材，也可以作为有一定经济管理知识的专业人士学习电子商务的材料，还可以作为从事电子商务工作人员的参考书。

书籍目录

第一章 电子商务概述第一节 电子商务的产生与发展第二节 电子商务的内涵第三节 电子商务的种类第四节 电子商务竞争优势第五节 电子商务发展中的问题第六节 电子商务发展趋势第二章 电子商务流程与运作模式第一节 电子商务交易的一般流程第二节 B2C电子商务交易的一般业务流程第三节 B2B电子商务交易的一般业务流程第四节 电子商务主要运作模式第五节 企业内部电子商务的组成第三章 电子商务网络技术第一节 电子商务网络基础技术第二节 电子商务网络互联技术第四章 电子商务安全技术第一节 电子商务安全的基本要求第二节 防火墙与网络安全第三节 信息加密与交易安全第四节 认证技术与数字证书第五章 网上支付技术第一节 网上支付系统概述第二节 网上支付的主要方式第三节 网上银行第六章 网络营销第一节 网络营销概述第二节 商务网站推广第三节 网络广告第四节 网络市场调研第五节 博客营销第七章 电子商务物流第一节 物流与供应链管理第二节 电子商务环境下的物流第三节 现代物流技术第八章 电子商务环境下的ERP与CRM 第一节 电子商务环境下的ERP第二节 电子商务环境下的CRM第九章 电子商务网站建设第一节 电子商务网站规划第二节 电子商务网站应具备的内容第三节 电子商务网站建设流程第四节 电子商务网站的评价第十章 电子商务法律第一节 电子商务法律环境第二节 电子商务合同第三节 电子商务税收第四节 网络隐私法律问题第五节 网络知识产权保护第十一章 电子商务案例分析第一节 中国商品交易中心——交易资源整合的平台第二节 电子采购平台——海尔电子商务的“一流三网”第三节 当当网上商城——B2C（零售业）电子商务巨头第四节 淘宝网——C2C电子商务参考文献

## 章节摘录

二、电子商务发展的阶段（一）电子商务的最初形式目前，人们所提及的电子商务多指在网络上开展的商务活动，即通过企业内部网、外部网（：Extranet）以及Internet进行的商务活动。

然而，从利用电子通讯技术、使用电子工具进行商务活动的角度来看，并非计算机技术及网络技术产生之后才有电子商务的产生。

实际上早在1839年，当电报刚出现的时候，人们就开始运用电子手段进行商务活动，当买卖双方贸易过程中的意见交换、贸易文件等开始以莫尔斯码形式在电线中传输的时候，就有了电子商务的萌芽。随着电话、传真、电视等电子工具的诞生，商务活动中可应用的电子工具进一步得到扩充。

作为最早电子商务工具的电报，是用电信号传递文字、照片、图表等的一种通信方式。

随着社会的进步与发展，传统的用户电报在速率和效率上不能满足日益增长的文件往来的需要，特别是随着办公室自动化的发展，产生了智能用户电报（Teletex）。

智能用户电报是在具有某些智能处理功能的用户终端之间，经公用电信网，以标准化速率自动传送和交换文本的一种电信业务。

从本质上说，智能用户电报是将基于计算机的文本编辑、文字处理技术与通信相结合的产物。

电话是一种广泛使用的多功能电子商务工具。

通过电话可以为商品和服务做广告，可以在购买商品和服务的同时进行支付（与信用卡一起使用）。

例如，电话银行，电话查寻服务，叫孩子起床的定时呼叫服务和其他的为成年人娱乐提供的服务等。

在非标准的交易活动中，用电话要比通过信函更容易进行谈判。

因为电话的设备较便宜，它的用户界面较好，电话所需的带宽很窄也可以满足数据交换的要求。

然而，在许多情况下，电话仅是为书面的交易合同或者是为产品实际送交做准备；电话的通讯一直局限于两人之间的声音交流，但现在，用可视电话进行可视商务对话已经成为现实。

然而，高质量的可视电话需要投入大量的资金以购买设备和带宽，且后者不能在电话线上，甚至在功能更强大的数字ISDN通路上也一样受限制。

由于技术和经济的限制，以及在一定程度上处于对个人或家庭隐私权的考虑等因素，可视电话业务的发展相对迟缓。

因此当前应用可视电话和可视会议仍有很大的局限性。

传真提供了一种快速进行商务通讯和文件传输的方式。

传真与传统的信函服务相比，主要优势在于传输文件的速度更快。

<<电子商务基础教程>>

编辑推荐

<<电子商务基础教程>>

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>