

电子商务：管理与社交网络视角（原书第7版）



[电子商务：管理与社交网络视角（原书第7版）](#) [下载链接1](#)

著者: (美) 埃弗雷姆·特班 (Efraim Turban)

出版者:机械工业出版社

出版时间:2014-1-1

装帧:平装

isbn:9787111451877

本书对电子学习、电子政务、基于web的供应链、协同商务等专题进行了详细的介绍，全书涵盖丰富的资料以及个案，讨论了Web 2.0环境内的产业结构、竞争变化以及对当今社会的影响。另外，本书在消费者行为、

协同商务、网络安全、网络交易及客户管理管理、电子商务策略等内容上都有最新的改编，提供读者最新颖的内容，贴近当代电子商务的现实。

本书适合高等院校电子商务及相关专业的本科生、研究生及MBA学员，也可作为电子商务企业从业人员的参考读物。

本书特色

管理视角，系统整合：本书侧重对管理的研究，兼及对技术的讨论，主要介绍了电子商务的应用与实施，讨论了电子商务的安全问题、架构与系统开发。本书考虑网络系统在宏观的企业管理和供应链管理环境中的应用，展示了全球电子商务和网络应用的最新发展是以社交网络为支撑的管理系统。

新颖主题，热点研究：从理论视角和应用视角关注形形色色的互联网新生事物，包括社交网络、远程学习、电子政务、数字战略、基于网络的供应链、协同商务、移动商务、云计算、网络众包、Facebook商务等。

现实导向，全球视野：本书引用了来自全球服务业、政府机构、非营利机构等大小企业真实生动的案例，所涉国家超过20个。在介绍电子商务成功案例的同时，也引入了一些失败案例，并分析了其失败的原因。

用户友好，在线支持：本书探讨了电子商务领域的各种问题，内容简洁，叙述清楚，编排有序，实战案例丰富，能够引起读者的兴趣。书中逐一解释了各种术语的定义，每节后都有复习题，以便读者复习、思考、消化吸收。随书网站上提供了100多份网络资料，作为教科书的补充。

跨学科研究：本书一再强调电子商务是一门多学科的研究，这些学科包括会计、金融、信息系统、营销管理、经营管理、人力资源管理等，还涉及公共管理、计算机科学、工程学、心理学、政治、法律等非商业领域。其中最重要的依然是经济学。

新版（第7版）的主要变化

简化内容：更聚焦于电子商务的重要主题，内容从原来的18章精练到15章。

转向社会：增加了社交商务这一电子商务的重要内容，如社交网络、虚拟世界、社交软件等。

非高科技：为无IT背景的学生提供了在线技术导览，主要包括e-CRM，商业计划与战略，射频识别，网页设计，供应链管理，大规模定制，云计算，商务智能、数据、内容与网页挖掘，知识管理，等等。

尖端主题：介绍了一些前沿热门话题，如社交网络、在线学习、电子政务、电子商务战略、基于网络的供应链系统、协同商务、移动商务、云计算、众包、新兴商务等。

教学方法：增加了课堂讨论环节，如课内作业和讨论主题等。

作者介绍：

埃弗雷姆·特班

加利福尼亚大学伯克利分校MBA、博士，执教于夏威夷大学，畅销教材作者、著名电子商务学者，曾任教于香港城市大学、佛罗里达国际大学、加利福尼亚州立大学长滩分校等。他在《管理科学》（Management Science）、《管理信息系统季刊》（MIS

Quarterly)、《决策支持系统》(Decision Support Systems)等顶尖期刊上发表论文百余篇，撰写出版著作20部，担任多家杂志的编辑，为多家跨国公司和政府提供咨询服务。

目录: 译者前言

前言

第一部分 电子商务与网络市场

第一章 电子商务导论

导入案例: NET-A-PORTER网络公司: 服装服饰带来的成功

1.1 电子商务的定义和重要概念

1.2 电子商务的分类、内容及发展史

应用案例1.1: Zappos公司: 在线销售运动鞋的成功之道

1.3 电子商务的2.0时代: 从社交网络到虚拟世界

1.4 数字世界里的经济、企业和社会

1.5 不断变化的经营环境,企业的应对策略,以及电子商务的影响

1.6 电子商务商业模式

应用案例1.2: Groupon公司

1.7 电子商务面临的障碍,带来的利益和影响

应用案例1.3: 在校大学生如何成为企业家

1.8 本书概要

章尾案例: 美式足球全国联盟赛事中的电子商务

第二章 电子商务技术、基础设施及工具

导入案例: Web 2.0工具在西山体育用品商店的应用

2.1 电子商务技术面面观

2.2 网络市场

应用案例2.1: Blue Nile公司给珠宝行业带来新面貌

2.3 客户购物场所: 店铺、卖场及门户网站

应用案例2.2: WEBMD公司

2.4 商用解决方案: 电子商品目录,搜索引擎,购物车

2.5 网络竞价、物物交换及在线谈判

2.6 社交网络工具: 博客、维客及微博

应用案例2.3: Stormhoek Winery公司利用Web 2.0工具开展经营

2.7 虚拟社区及社交网络

应用案例2.4: Craigslist: 将网络社区分类做到极致

2.8 虚拟世界在电子商务中的应用

2.9 电子商务发展的未来: Web 3.0 和Web 4.0

章尾案例: SECOND LIFE网站上的生意

第二部分 电子商务应用

第三章 零售业电子商务: 产品与服务

导入案例: AMAZON.COM公司: 全球最大的B2C网络商店

3.1 网络营销及B2C网络零售业务

3.2 网络零售业务的商务模式

应用案例3.1: 在线汽车销售: 按订单制作

3.3 网络旅游和宾馆服务

应用案例3.2: WAYN: 时尚与旅游社交网络

3.4 就业及网络就业市场

3.5 在线房地产市场、保险市场及股票交易市场

3.6 在线房地产市场、保险市场及股票交易市场

应用案例3.3: 网络银行业务的安全问题

3.7 按需提供实体产品、数字产品、娱乐信息和游戏

3.8 在线购买决策辅助工具

3.9 在线零售中存在的问题和教训

章尾案例: 沃尔玛公司开展网络经营

第四章 B2B电子商务

导入案例：BRANAS ISAF公司：利用网络招投标参与竞争

4.1 B2B电子商务的定义、特征及模式

4.2 一对多：卖方为主的电子商务市场

应用案例4.1：Brady公司：利用商品目录及多渠道策略开展销售活动

应用案例4.2：Whirlpool公司：B2B交易平台

4.3 利用渠道商及各种中介开展销售活动

应用案例4.3：Grainger公司和Goodrich公司

4.4 网络竞价销售

应用案例4.4：美国宾州政府处理多余设备

4.5 多对一：买方为主的网络市场采购活动

4.6 买方为主的网络市场逆向拍卖

4.7 其他网络采购方法

4.8 B2B交易平台定义和基本概念

4.9 B2B门户网站及交易名录

应用案例4.5：阿里巴巴网络公司

4.10 WEB 2.0时代及社交网络时代的B2B电子商务

4.11 B2B网络营销

章尾案例：iMarketKorea公司

第五章 电子商务创新：电子政务、远程教育、协同商务、C2C商务

导入案例：CATERPILLAR公司：知识分享是企业的重要资产

5.1 电子政务概述

5.2 远程教育、网络培训及电子图书

5.3 知识管理、咨询系统及电子商务

应用案例5.1：Infosys科技：知识管理

应用案例5.2：美国商务部对专家识别系统的利用

5.4 协同商务

5.5 C2C电子商务

章尾案例：新西兰政府开展的社交网络活动

第三部分 新兴电子商务平台

第六章 移动商务及普适计算

导入案例：HERTZ公司：全面实现移动商务

6.1 移动商务的定义、应用范围、属性、驱动力、应用方式以及带给人们的利益

6.2 移动商务的技术基础：移动计算的要素与服务

6.3 移动金融服务

6.4 企业对移动技术的应用

应用案例6.1：Puma公司：斯堪的纳维亚中心仓库的实时管理

6.5 移动娱乐服务及其他消费服务

6.6 移动定位商务

6.7 普适计算及感应网络

应用案例6.2：INRIX公司：运用监视器解决运输问题

6.8 移动商务的实施问题：安全问题、隐私问题、移动商务面临的障碍

章尾案例：Food Lion公司便捷的购物体验

第七章 社交商务

导入案例：星巴克公司：如何利用社交媒体吸引成百上千万的客户

7.1 Web 2.0与社交媒体的变革

7.2 社交商务及网络社交的基本概念

7.3 社交购物的概念、利益及商务模式

7.4 社交广告：从病毒营销广告发展到定位广告

7.5 市场调研及网络社交战略

7.6 社交客户服务及社交客户关系管理

7.7 企业对社交网络的应用：建立网络社区及在线协调

应用案例7.1：LinkedIn公司：商务社交网络

7.8 众包：利用群体智慧解决问题，创造内容

应用案例7.2：维基百科

7.9 社交商务在虚拟世界中的应用

7.10 环境、多媒体分享及社交游戏

7.11 社交商务的风险、实施、战略、运作基础等问题

应用案例7.3：YouTube网站上的收入来源

章尾案例：脸谱网上的商务活动

第四部分 电子商务支持系统

第八章 电子商务中的广告及营销活动

导入案例：Netflix公司利用影片推荐和广告宣传增加网络电影营收

8.1 网络环境下的消费者行为方式

8.2 消费者购买决策制定的过程

8.3 电子商务中客户忠诚度、满意度以及信任度

8.4 大众营销、市场细分和关系营销

8.5 个性化和行为营销

8.6 电子商务活动中的市场调研

应用案例8.1：在线市场调研加速宝洁公司产品上市

8.7 网络广告

8.8 网络广告方法

8.9 移动营销与广告

8.10 广告策略和推广

章尾案例：强生公司的新媒体营销

第9章 电子商务安全与欺诈防范

导入案例：西雅图医院成功应对一次僵尸攻击

9.1 信息安全的定义和概念

9.2 电子商务安全的基本问题

9.3 技术攻击方法：从病毒到拒绝服务

9.4 非技术性攻击方法：从网络钓鱼到垃圾邮件

应用案例9.1：垃圾邮件引起的网络股票欺诈

9.5 信息保障模型和防御策略

9.6 电子商务安全防御之一：接入控制、加密和公钥基础设施

9.7 电子商务安全防御之二：电子商务网络安全

9.8 电子商务安全防御之三：一般控制、内部控制、执行及其他防御机制

9.9 业务连续性、灾难恢复、安全审核及风险管理

应用案例9.2：业务连续性和灾难恢复

9.10 实施企业电子商务安全计划

章尾案例：成功阻止网络诈骗、垃圾邮件和网络犯罪的两家银行

第10章 电子商务支付系统

导入案例：按浏览量支付模式：下一代的iTune

10.1 支付方式的变革

10.2 网上支付卡的使用

10.3 智能卡

10.4 储值卡

10.5 小额电子支付

10.6 电子支票

应用案例10.1：数字支票的离线应用：POP还是BOC

10.7 移动支付

应用案例10.2：班加罗尔：使用移动小额信贷缩小数字鸿沟

10.8 B2B电子支付

章尾案例：社交游戏领域的FREEIUMS模式

第11章 供应链订单实施及各类电子商务支撑服务

导入案例：亚马逊公司的订单实施

11.1 订单实施和物流

11.2 供应链上订单实施存在的问题

11.3 供应链中订单实施问题的解决途径

应用案例11.2：UPS提供全方位的电子商务服务

应用案例11.3：Daisy Brand公司如何实施B2B模式下的订单

应用案例11.4：Sundowner Motor Inns公司如何完成它的在线预订？

11.4 射频识别技术及协同式供应链库存管理

应用案例11.5：WEST MARINE公司：CPFR应用的成功案例

11.5 其他电子商务的支持性服务

章尾案例：MULTIBRAS公司：规模定制的订单实施问题

第五部分 电子商务战略与实施

第12章 电子商务战略、全球化和中小企业

导入案例：Travelocity旅游公司：新的电子商务战略让公司引领旅游市场

12.1 公司战略的基本概念

应用案例12.1：华纳音乐集团重质量轻数量

12.2 电子商务战略概述

12.3 电子商务战略准备阶段

应用案例12.2：新西兰AXON公司：网络经营利润的测算指标

12.4 制定电子商务战略

12.5 电子商务战略的实施

12.6 电子商务战略和项目的绩效评估

12.7 全球电子商务战略

12.8 中小企业的电子商务战略

章尾案例：创造性的网络拍卖战略给Portland Fish Exchange公司带来了更高的效率

第13章 电子商务系统实施

导入案例：印度的Vodafone Essar电信公司

13.1 电子商务系统实施概述

13.2 为什么要论证电子商务投资？如何论证？

13.3 EC项目投资衡量和论证的难点

13.4 EC投资评估及论证的方法和工具

13.5 EC指标和项目评估案例

13.6 电子商务经济学

13.7 开发EC系统的5个步骤

13.8 EC项目的开发策略

13.9 EC对组织的影响

13.10 电子商务的机遇与风险

章尾案例：开发Web2.0平台帮助Del Monte公司开展创新的市场调研

第十四章 电子商务的法律、道德及社会环境

导入案例：迪士尼公司向56网注资

14.1 道德挑战和指导原则

14.2 知识产权法

14.3 隐私权、隐私保护和言论自由

应用案例14.1：激活笔记本上的网络摄像机来监控在家里的学生

应用案例14.2：域名和数字财产的产权

14.4 电子商务有关的其他法律问题

14.5 对消费者和商家免于网络欺诈的保护

14.6 公共政策和政治环境

14.7 社会问题和绿色电子商务

章尾案例：Pirate Bay和文件共享的未来

第六部分 创立网络企业、开展电子商务活动

第十五章 成功开展网络营销和电子商务项目

· · · · · (收起)

标签

电子商务

教科书

互联网

经济学

电商

商业

新经济

A · 专业书

评论

国内外电商环境差异很大，用这种教材直接开课实在是太不接地气了。除了一堆概念感觉没有学到什么

论文用

到现在就记得学过电子信封和数字签名，还有老师魔性的笑声

全是概念性的内容和案例，中国人学习起来真是丝毫不费力，btw星巴克给自己的定位是科技公司真是笑死我了。

survey & review级别

到现在就记得学过电子信封和数字签名，还有老师魔性的笑声 @2018-06-22 07:03:18

论文

[电子商务：管理与社交网络视角（原书第7版）](#) [下载链接1](#)

书评

[电子商务：管理与社交网络视角（原书第7版）](#) [下载链接1](#)