# 电子商务复习要求

来源：网络 作者：春暖花香 更新时间：2024-08-20

*第一篇：电子商务复习要求答疑时间：2024年6月18日15:00—16:00答疑地点：化纤楼517《电子商务》复习要求说明：1、复习参考资料 ①讲课PPT②教材③上机实验PPT2、以下所列内容是要求重点掌握的，考试内容并不仅限于此。第一章...*

**第一篇：电子商务复习要求**

答疑时间：2024年6月18日15:00—16:00

答疑地点：化纤楼517

《电子商务》复习要求

说明：

1、复习参考资料 ①讲课PPT②教材③上机实验PPT2、以下所列内容是要求重点掌握的，考试内容并不仅限于此。

第一章：第一章电子商务基础知识

1、电子商务定义

电子商务是各参与方之间以电子方式而不是以物理交换或直接物理接触方式完成任何形式的业务交易，顾名思义是指在Internet网上进行商务活动。

2、广义电子商务、狭义电子商务定义

广义的电子商务包括电子交易在内的利用Web进行的全部商业活动，如市场分折、客户联系、物资调配等等

3、EC的功能

4、电子商务对社会经济产生的影响

 电子商务将改变商务活动的方式电子商务将改变企业经营的方式电子商务将改变人们的消费方式电子商务将改变企业的生产方式 电子商务将形成新的贸易机制电子商务能实现资源的最佳配置 电子商务将带来一个全新的金融业电子商务将转变政府的行为

5、电子商务的应用特性

1． 商务性2 服务性3 协调性4 社会性 5 全球性

6、电子商务的优点

（1）降低交易成本（2）减少库存（3）缩短生产周期

（4）增加商机（5）减轻物质的依赖（6）减少中间环节

第二章：电子商务模式

1、按电子商务交易对象分类

企业与消费者之间的电子商务（B2C）

企业与企业之间的电子商务（B2B）

公民与公民方面的电子商务（C2C）

线上与线下的电子商务（O2O）

2、什么是O2O模式

3、EDI工作方式

4、什么是B2B模式？B2B交易的优势？（回顾一下实验过程）

5、什么是C2C模式？什么是起始价、低价、一口价

第三章： 电子商务安全技术

1、电子商务的安全性问题

2、电子商务对安全的要求

3、什么是防火墙技术？防火墙的功能？

4、秘钥的分类?加密方法（对称价加密和非对称加密）？

5、对称与非对称加密体制对比

6、什么是数字摘要

7、什么是数字签名

8、认证的目的？CA的职能？

9、什么是SSL协议？什么是 SET协议？

第四章：电子支付与网上银行

1、什么是电子支付

2、什么是电子现金及其特点

3、什么是电子钱包及其功能

4、什么是网络银行

5、什么是移动银行？及其优缺点？

6、什么是第三方支付？常见的第三方支付

第五章：网络营销

1、什么是网络营销？

2、网络营销的八大职能

3、常用的网络营销方法和手段

4、什么是病毒营销？什么是饥饿营销？

5、网络营销的网络营销管理4P和4C理论

第六章：物流与供应链管理

1、什么是物流及物流管理目标

2、电子商务下的物流特点

3、物流的重要性

4、什么是第三方物流

5、什么是供应链管理

第七章：电子商务网站建设

了解

第八章：电子商务的法律问题

1、《电子签名法》通过时间和实施时间；

2、新《消法》对于电商的退换货的规定

第九章：移动商务

1、什么是移动商务

**第二篇：电子商务复习**

狭义的电子商务也称为电子交易，主要是指利用web提供的通信手段在网上进行的交易活动，包括通过internet买卖产品和提供服务。E-Commerce的功能具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网

上支付、电子账户、服务传递、意见征询、交易管理等各项功能。广义的电子商务包括电子交易在内的利用web进行的全部商

业活动，不仅包括狭义的电子商务的“交易”的概念包括市场分析、客户联系、物资调配、企业内部商务活动，以及企业间的商务活动。电子商务的技术特点1信息化 2虚拟化 3集成性 4可扩展性

5安全性 6系统性电子商务的应用特性1商务性 2服务性 3协调性 4社会性 5

全球性电子商务的优点1降低交易成本 2减少库存 3缩短生产周期

4增加商机 5减轻对物资的依赖 6减少中间环节电子商务按应用服务的领域范围分类1企业与消费者之间的电子商务（B2C）2企业与企业之间的电子商务（B2B）3企业与政府方面的电子商务（B2G）4公民对政府机构的电子商务（C2G）5消费者对消费者的电子商务（C2C）EDI既“电子数据交换”，俗称“无纸贸易”。电子商务周期模型，电子商务战略实施的过程可以划分为以下

五个阶段：1商务分析阶段 2系统规划与模型转变阶段 3设计开发阶段 4整合运行阶段 5资源利用阶段电子商务面临的安全威胁主要有以下几个方面1在网络的传

输过程中信息被截获 2传输的文件可能被篡改 3假冒他人身份 4不承认或抵赖已经做过的交易电子商务对安全控制的要求1内部网的严密性 2完整性 3保

密性 4不可修改性 5交易者身份的确定性 6交易的无争议和不可抵赖性 7有效性 8授权合法性网络路由的安全性通常可由防火墙来保证。加密技术是最基本的安全技术，是实现信息保密性的一种重要的手段。数字加密技术分为 1对称式密钥加密技术（使用同一把密钥对

信息加密和解密）2公开密钥密码体制（有公开密钥和私有密钥）3数字摘要基本认证技术分为 1数字签名 2数字信封 3数字时间戳 4数

字证书数字证书数字证书是用电子手段来证实一个用户的身份和网

络资源访问的权限。数字证书作为网上交易真实身份证明的依据，是一个经证书授权中心（CA）数字签名的、包含证书申请者个人信息及其公开密钥的文件。基于公开密钥体制（PKI）的数字证书是电子商务安全体系的核

心。安全技术协议分为1 SSL安全协议 2 SET安全交易协议 19 SSL协议与SET协议的区别比较1在认证方面，SET的安全需

求较高，因此所有参与SET交易的成员都必须先申请数字证书来识别身份，而在SSL中，只有商户端的服务器需要认证，客户认证则是有选择的。2对消费者而言，SET保证了商户的合法性，并且用户的支付信息不会被窃取，SET替消费者保守了更多的秘密使其在线购物更加轻松。3在安全性方面，一般公认SET的安全性高于SSL，主要原因是在整个交易过程中，包括持卡人到商家、商家到支付网关再到银行，都受到严密的保护。4在采用比率方面，由于SET的设置成本较SSL高很多，并且进入国内市场的时间尚短，因此目前还是SSL的普及率高。SET协议的优点，它可以用在系统的一部分或者全部。SET的缺点，SET要求在银行网络、商户服务器、顾客的PC上安装相应的软件，这给顾客、商家和银行增加了许多附加的费用，成为SET被广泛接受的障碍。电子货币的类型1银行卡 2电子现金 3电子支票 4支票影像交换系统 21 银行卡分为信用卡、借记卡、复合卡和现金卡四种。22 电子现金广义的电子现金是指那些以数字形式存储的货币，它可以直接用于电子购物。狭义的电子现金，通常是指一种以数字形式存储并流通的货币，它通过把用户银行账户中的资金转换成为一系列的加密序列数，通过这些序列数来表示现实中的各种金额，用户以这些加密的序列数就可以在互联网上接受电子现金的商店购物了。23 我国电子支付的主要动作模式1银行的电子支付 2第三方支付平台 3电信运营商的电子支付 24 第三方支付在银行和用户之外由第三方机构提供相关的交易支付服务。25 网络营销的主要内容1网上市场调查 2网上消费者行为分析 3网络营销策略制定 4网上产品和服务策略 5网上价格营销策略 6网上渠道选择与直销 7网上促销与网络广告 8网络营销管理与控制 26 互联网站点实施计划一份完整的网站实施计划应该包括下列内容:1建设网站前的市场分析 2建设网站的目的及功能定位 3域名和网站名称 4网站的主要功能 5网站技术解决方案 6网站内容规划 7网站测试和发布 8网站推广 9网站维护 10网站财务预算 27 网络营销方法1搜索引擎注册与排名 2网络广告 3交换链接 4病毒性营销 5信息发布 6许可E-mail营销 7网上商店 8个性化营销 9网络会员制营销 10博客营销 28 网络广告的类型1横幅广告 2通栏式广告 3弹出式广告 4按钮式广告 5电子邮件广告 6赞助式广告 7文字链接广告 8 BBS广告 29 电子商务对物流的影响1电子商务改变人们传统的物流观念 2电子商务改变物流的动作方式 3电子商务改变物流企业的经营形态 4电子商务促进物流基础设施的改善和物流技术与物流管理水平的提高 30 电子商务物流过程管理的主要内容1运输管理 2储存管理 3装卸搬运管理 4包装管理 5配送管理 6物流信息管理 7客户服务管理 31 电子商务物流信息技术分为1条码技术 2无线射频识别技术 3全球卫星定位系统 4地理信息系统 5物流EDI 32 第三方物流是指通过与供应方和需求方的合作来提供专业化的物流服务。33 电子签名电子签名的法律定义，是指数据电文中以电子形式所含、所附用于识别签名人身份并表明签名人认可其中内容的数据。34 2024年6月21日正式出台的《非金融机构支付服务管理办法》，其中对第三方支付的主体认定、业务范围、业务监督与管理等作出了规定。《电子签名法》的颁布是电子商务里程碑。

**第三篇：电子商务复习**

名词解释：

A、电子结算B、支票结算C、现金结算D、信用卡结算

A、竞价拍买B、竞价拍卖C、个人议价D、集体议价

A、CERNETB、CHINAGBNC、CHINANETD、CSTNET

A、B TO BB、B TO CC、C TO CD、B TO G

第三方物流IP地址电子钱包CA认证第四方物流网络营销

电子商务网上商店网上调查供应链管理物流电子钱包认证中心

电子商务分类计算机网络TCP/IP协议称支付宝

电子商务下物流的特点电子货币的特征

6、互联网接入方案包括哪些？

1．电子商务模式中属于网络商品直销范畴的是？。

2．域名路径输入正确的格式。

3.顶级域名中、国际顶级域名

4． IP地址分类。

1．电子商务概念、含义。

2．网上市场调查的方法。

3．电子商务环境与传统环境的商务交易运作方法、过程的异同。

4．信用卡功能。

5．计算机网络分类。

6．由供方与需方以外的物流企业提供物流服务的业务模式称为？

7．TCP/IP协议。

2．网上商店销售的商品按商品的性质分为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_商品和\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_商品。

3．CA认证中心的主要职能。

6．什么是网络通信中标志通信各方身份信息的一系列数据。

8、在因特网上，ISP表示什么？

我国目前电子商务存在的问题及其解决的对策。

电子合同与传统合同的区别。

4．在电子商务交易过程中信息流与物流、资金流相比更重要，因为及时获取有用信息可以规避风险，获得更大的商机。（4.简述网络营销及其与传统营销的区别。

7．在电子钱包内可以装入各种()？

9．网上拍卖的正向竞价模式是指()？

10．在B2B流程中，买卖双方合同签订平台是（）。

A、商业信用调查平台B、产品质量认证平台C、信息交流平台D、销售信息反馈平台

3．网上个人银行“专业版”与“大众版”的区别是?

网络营销的特点（）。

A、存在竞争的市场壁垒B、交互性C、特殊性D、经济性E、整合性

网上购物的购物车应该具备的功能（）。）

6．如何提高在线调查结果的质量，是开展网上市场调查过程的关键。因此我们应遵循以下原则：（）。

A、吸引尽可能多的人参与调查B、公布保护个人信息声明

C、避免滥用市场调查功能D、设计大奖作为补偿或刺激参与者的积极性

5．在安全策略中，认证是指？

9.主机托管的优点有哪些？

正确的计算机病毒方法措施？

5.以下哪些属于网上购物的购物车应该具备的功能？

6．从交易主体角度，电子商务可分为哪些类？

7．电子商务充分被使用的当今，营销战略中网络营销能够体现的作用是（）

A、对营销竞争战略影响

B、胜负的关键在于如何适时获取、分析、运用这些自网络上获得的信息

C、由于网络的自由开放性，网络时代的市场竞争是透明的，人人都能掌握竞争对手的产品信息与营销作为

D、对企业跨国经营战略影响

E、上述说法都不正确

2．在Internet上，典型的电子支付方式包括?

A、ISPB、ADSLC、ISDND、IPXE、DDN

10.从技术上分析，一个B2C购物系统需要具备的基本要素是？

电子货币的特征。

电子商务下物流的特点。

我国目前电子商务存在的问题及其解决的对策。

电子合同与传统合同的区别。

4．在电子商务交易过程中信息流与物流、资金流相比更重要，因为及时获取有用信息可以规避风险，获得更大的商机。（网络营销及其与传统营销的区别。

1．电子商务交易中始终贯穿着商流、物流、信息流和资金流，请论述四流之间的相互关系。）

**第四篇：电子商务复习(修改版)**

第二章 电子商务交易模式

1、商业模式（商务模式）

商业模式（商务模式）是指一个完整的商品流、服务流及信息流体系，包括每一个参与者和其在其中起到的作用，以及每一个参与者的潜在利益和相应的收益来源和方式。商务模式的特征：

（1）整体的、系统的概念，不仅仅是一个单一的组成因素；

（2）组成部分之间必须有内在联系，有机关联，相互支持，共同作用，形成良性循环。

2、B2C电子商务模式

B2C电子商务模式：企业通过互联网向个人网络消费者，直接销售产品和提供服务的经营方式，即网上零售。（无形商品的EC模式、有形商品的EC模式、综合模式、团购模式）

B2C电子商务的收益模式：

B2C电子商务的主要模式

案例：唯品会（B2C一家专门做特卖的网站）--闪购、尾品、特卖模式走俏

1、发展战略

（1）向更广的地域进行渗透，加大仓储建设。目前唯品会还局限在华南地区，在其它很多地区及城市的知名度和销售额不高，未来唯品会将加大地域扩张力度。

（2）加强和品牌商合作的力度，扩展商品品类。（3）拓展移动端及加强和社交网络平台的合作。唯品会将加大对包括微博和微信在内的社交网络和媒体的重视程度。艾瑞咨询认为，移动购物不受地域、时间限制，可到达精准营销、推送，在未来几年内移动电商都是电子商务领域发展的重点方向之一。因此，唯品会欲保持行业地位，布局移动端战略必不可少。

2、优势

3、挑战

3、C2C电子商务模式

C2C电子商务模式：消费者通过Internet与消费者之间进行相互的个人交易，即消费者与消费者之间，通过网络进行产品或服务的经营活动。（两种交易模式：拍卖平台模式、店铺平台模式）

C2C案例分析：易趣网、淘宝网、拍拍网（案例： 拍拍网——腾讯特色的C2C电子商务）

4、B2B电子商务模式

B2B电子商务模式：企业间通过互联网、外联网、内联网或者私有网络，以电子化方式进行交易 B2B案例分析：环球市场、阿里巴巴、能源1号网、通用电气的拍卖是B2B电子商务模式

（两项有关通用电气的拍卖式B2B电子商务的改革 ： 1．出售资本资产

通用电气建立了一个称为TPN(trusted private network, 可信专用网)的电子市场来进行正向拍卖（forward auction）。在正向拍卖中，标的以在线方式出售，购买者通过自己的电脑进行竞价，直到出价最高的人获得标的。

2．购买普通商品

在TPN网站上开展了在线反向拍卖（reverse auction）。在反向拍卖中，所有供应商都通过Internet对通用电气购买的商品进行投标，当然每位投标者都可以看到其他竞争对手的报价。而通用电气则根据预先确定的标准，选择最合适的供应商。）、环球资源（案例 环球资源—跨国的B2B电子商务：

1、环球资源的成功因素：1）对市场、供应商需求、买家需求的深入了解2）对行业发展的理解3）对每一个国家和地区情况的深入了解4）杂志、光盘、网站相结合5）为供应商量身定做）

2、环球资源的未来发展：1）扩大网上外贸市场交易中枢的业务2）与不同领域的合作伙伴组成战略联盟

B2B电子商务交易的优势是：

第五章电子商务交易安全

1、买卖双方面临哪些电子商务安全问题？

1．卖方面临的问题

(1)中央系统安全性被破坏：更改数据；虚假订单；盗用资料(2)竞争对手检索商品递送状况：恶意竞争

(3)被他人假冒而损害公司的信誉：同名假冒服务器(4)买方提交订单后不付款

(5)获取他人的机密数据：相关信誉指数等 2．买方面临的问题

(1)付款后不能收到商品

(2)机密性丧失：个人数据；身份数据(3)拒绝服务：虚假订单影响合法用户

2、解释什么是通用密钥、公开密钥、数字摘要、数字签名、数字证书

通用密钥：加密和解密均采用同一把秘密钥匙，而且通信双方必须都要获得这把钥匙并保持钥匙的秘密，“传统密码体制”。

公开密钥：公开密钥密码体制的加密密钥Ke与解密密钥Kd不同，只有解密密钥是保密的，称为私人密钥。而加密密钥完全公开，称为公共密钥

数字摘要：安全Hash编码法(SHA)，SHA编码法采用单向Hash函数将需加密的明文“摘要”成一串128bit的密文。

数字签名：作用一：确认信息是由签名者发送的；作用二：确认信息自签发后到收到为止未曾作过任何修改。

数字证书：数字证书又称为数字凭证，数字标识，是一个经证书授权中心数字签名的包含公开密钥拥有者信息以及公开密钥的文件

3、SSL协议和SET协议各有什么作用？

SSL 安全套接层协议适用于点对点之间的信息传输通过在浏览器软件和www.feisuxs）移动电子商务案例分析（APP营销模式：用户参与模式）:星巴克闹钟 移动电子商务案例分析（APP营销模式：植入广告模式）:乐事薯片 移动电子商务案例分析（APP营销模式：购物网站移植模式）:移商类、餐饮类、品牌类 用户参与模式： 星巴克闹钟属于 用户参与模式。

植入广告模式：在众多的功能性应用和游戏应用中，植入广告是最基本的模式，广告商通过植入动态广告栏形式进行广告植入，当用户点击广告栏的时候就会进入网站链接，可以了解广告详情或者是参与活动。

购物网站移植模式：该模式基本上是基于互联网上购物网站，将购物网站移植到手机上面去，用户可以随时随地的浏览网站获取商品信息，进行下单，这种模式相对于手机购物网站的优势是快速便捷，内容丰富，而且这种应用一般具有很多优惠措施。如维克蛋糕。

App营销的特点：成本低、互动性、随时服务、全面展示、产品信息、持续性、精确营销等

2024年电商十大趋势：

1)2)3)4)5)6)7)8)9)整合并购将持续 政府监管将收紧 盈利拐点 精细化管理 技术驱动

电商“冲击”物流 O2O突围

微电商创新活跃 营销模式创新深化

2024电商十大新趋势：

1)移动电商浪潮

2)电商金融 3)大数据 4)C2B 5)O2O 6)冷链电商兴起 7)垂直电商 8)多平台运营 9)精细化管理 10)社会化营销

3Q大战的关键点：市场支配地位之争

奇虎360起诉腾讯“滥用市场支配地位”涉嫌垄断，并索赔超过1.5亿元的知识产权纠纷案，在广东省高院开庭审理。

**第五篇：电子商务复习材料**

第一章

一、E-Commerce与E-Business的区别

（1）E-Commerce是指实现整个贸易过程中各阶段贸易活动的电子化，被称为狭义的电子商务，主要是指借助计算机网络进行交易活动；E-Business被称为广义的电子商务，时利用网络实现所有商务活动业务流程的电子化，不仅包括了E-Commerce面向外部的所有业务流程，还包括了企业内部的业务流程。（2）E-Commerce集中于电子交易，强调企业与外部的交易与合作，而E-Business则把涵盖范围扩大了很多，从E-Business的角度看，前景非常广阔。

二、电子商务中信息流、资金流和物流的相互关系

三者的关系可以表述为：以信息流为依据，通过资金流实现商品的价值，通过物流实现商品的使用价值。物流是资金流的前提和条件；资金流是物流的依托和价值担保，并为适应物流的变化而不断进行调整；信息流对资金流和物流运动起指导和控制作用，并为资金流和物流提供决策的依据。

三、电子商务对企业经营管理的影响（1）树立企业形象

（2）改变企业的经营理念

（3）为企业开拓市场创造了机会（4）改变企业的竞争方式（5）改变企业的组织形式

（6）改变了企业的经营方式，提高了运营效率（7）提供个性化服务（8）减少了中间环节

（9）提供更有效的售后服务

第二章

一、电子商务技术设施的3个层次（P19）（1）网络层

（2）信息发布与传输层（3）一般商业服务层

二、电子商务应用的4个支柱（P19）（1）公共政策（2）技术标准（3）网络安全（4）法律规范

三、企业电子商务系统的基本组成（P20）（1）电子商务应用系统

（2）电子商务服务平台：包括电子市场、支付网关接口、客户管理、认证接口（3）电子商务基础平台：包括网站管理、事务管理、数据管理、安全保障、中间件

（4）企业内部信息系统：包括管理信息系统（MIS）、企业资源计划（ERP）、办公自动化（OA）、供应链管理（SCM）等

四、电子商务发展的外部环境（P23）（1）信息基础设施（2）金融电子化水平（3）网络安全保障

（4）电子商务的法律规范

（5）电子商务的标准化体系建设

（6）保证电子商务发展的物流配送系统

五、电子商务发展的内部环境（P24）（1）企业领导的重视程度（2）企业信息化水平（3）人员素质

六、企业与消费者之间的电子商务模式（P25）按实质内容和交易对象来分：

（1）企业与消费者之间的电子商务模式（B2C）：指企业以互联网为主要服务提供手段，实现公众消费和提供服务，并保证与其相关的付款方式的电子化的电子商务运营模式。

（2）企业与企业之间的电子商务模式（B2B）：指企业通过内部信息系统平台和外部网站将面向上游供应商的采购业务和面向下游代理商的销售业务有机地联系在一起，从而降低彼此之间的交易成本，提高顾客满意度的商务模式。（3）企业与政府之间的电子商务模式（B2G）：政府机构通过互联网进行工程的招标或政府采购；政府为企业通过网络办理征税、报关、出口退税、商检等业务。（4）消费者与消费者之间的电子商务模式（C2C）：特点是消费者借助网络交易平台进行个人交易，实践中较多的是进行网上个人拍卖。网络拍卖是卖方借助拍卖网站通过不断变换的标价向购买者销售产品的行为。

第三章：电子商务网络技术基础

一、网络软件的分类 网络系统软件：控制和管理网络运行及网络资源使用的网络软件，他为用户提供访问网络和操作网络的人机接口。

网络应用软件：某一应用目的而开发的网络软件

二、互联网接入方式

(1)ADSL接入：是不对称数字用户环路的简称，是目前电信系统普遍采用的宽带接入方式。下行率2~9MB/s，上行率640KB/s~1MB/s(2)DDN接入：利用数字信道来传输数据信号的专用网络。64KB/s~2MB/s(3)有线电视电缆接入：双向传输(4)光纤接入：100MB/s~10GB/s(5)无线接入：

1)固定接入方式：微波、卫星、短波

2)移动接入方式：手机上网、手提电脑通过无线网卡上网

三、物联网

通过射频识别（RFID）、红外感应器、全球定位系统、激光扫描器等信息传感设备，按约定的协议，将任何物品通过有线与无线的方式与互联网连接，进行通信和信息交换，以实现智能化识别、定位、跟踪、监控和管理的一种网络。

四、EDI 电子数据互换（EDI）企业内部和企业的合作伙伴之间，以结构化的、计算机能直接识别的方式，通过计算机网络来传输商业信息。（无纸化贸易）

第五章 电子商务安全

CA CA是认证机构的国际通称，它是对数字证书的申请者发放、管理、取消数字证书的机构。

公开密钥基础设施（PKI）

公开密钥基础设施是一种遵循标准的利用公钥加密技术为电子商务提供一套安全基础平台的技术和规范。

安全套接层（SSL）

安全套接层是一种传输层技术，由Netscape开发，利用数据加密技术，确保数据在传输过程中不会被截取及窃听，可以实现浏览器和服务器之间的安全通信。

安全电子交易协议（SET）

SET是一种以信用卡为基础的、在互联网上交易的付款协议书，是授权业务信息传输安全的标准，它采用RSA密码算法，利用公钥体系对通信双方进行认证，用DES等标准加密算法对信息加密传输，并用散列函数来鉴别信息的完整性。

电子签名原理：

如果你是一个大型网站的管理员，你的服务器会受到哪些不安全因素威胁？如何防范？ 服务器安全

1.操作系统安全

2.服务的访问控制与管理 3.防火墙与入侵检测 4.数据库安全

5.服务器的物理安全 如何防范：

1.保障账户密码安全

2.养成良好的网络使用习惯

3.使用 第三方支付平台支付货款 4.访问诚信论坛与防骗专家

如何识别与防范电子商务交易风险？ 电子商务交易风险的识别 1.从信息内容上辩别真伪 2.查询企业信用记录 3.从论坛搜索相关信息 4.查询诚信指数及评价 5.通过搜索引擎搜索

6.通过工商管理部门网站查询 7.通过手机归属地判断 8.专业性测试

电子商务交易风险的防范 1.户密码安全

2.好的网络使用习惯

3.使用 第三方支付平台支付货款 4.访问诚信论坛与防骗专家 遭到网络诈骗后的应对策略 1.搜集、保留诈骗证据 2.及时报警 3.进行投诉

第六章

电子支付：是指单位或个人通过电子终端，直接或间接向银行业金融机构发出支付指令，实现货币支付与资金转移的行为。电子支付系统的构成：(1)客户

(2)客户开户行(3)商家

(4)商家开户行(5)支付网关(6)银行专用网(7)CA认证中心 电子货币：是以金融电子化网络为基础，以商用电子化机具和各类交易卡为媒介，以电子计算机技术和通信技术为手段，以电子数据（二进制数据）形式存储在银行的计算机系统中，并通过计算机网络系统以电子信息传递形式实现流通和支付的功能的货币。电子货币类型：

（1）储值卡型电子货币（磁卡，IC卡）

（2）信用卡应用型电子货币（贷记卡或准贷记卡）（3）存款利用型电子货币（借记卡，电子支票）（4）现金模拟型电子货币（电子现金，电子钱包）

电子现金：是一种表示现金的加密序列数，它可以用来表示现金中各种金额的币值。

智能卡：又称集成电路卡，是一种将具有微处理器及大容量存储器的集成电路芯片嵌装于塑料基片上而制成的卡片。智能卡可以用来进行电子支付和存储信息。网上银行：又称网络银行，在线银行，是银行业务在网络上的延伸，它利用数字通信技术，以互联网为基础交易平台和服务渠道，在线为客户办理结算，查询，对账，行内转账，跨行转账，信贷，投资理财等传统服务项目，使客户可以足不出户就能够安全便捷地管理活期和定期存款，支票，信用卡及个人投资等。第三方电子支付平台：是指一些和各大银行签约，具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构，在银行监督下提供交易支持平台。它采用规范的连接器，在商家和银行之间建立连接，从而解决买家，卖家，银行之间的货币支付，资金清算和统计查询等问题。

移动支付：也称为手机支付，就是允许用户使用其移动终端（手机）对所消费的商品或服务进行账务支付的一种服务方式。移动近场支付：是指消费者在购买商品或服务时，即时通过手机向商家进行支付，支付的处理在现场进行，使用手机射频，红外，蓝牙等通道，实现与自动售货机以及POS机的本地通信。

互联网金融：是指依托于支付，云计算，社交网络以及搜索引擎等互联网工具，实现资金融通，支付和信息中介等业务的一种新兴金融。

第七章

网络营销：是企业整体营销战略的一个组成部分，是为实现企业总体经营目标所进行的，以互联网为基本手段营造网上经营环境的各种活动。它以现代营销理论为基础，借助互联网，计算机通信和数字交互式媒体，运用新的营销理念，新的营销模式，新的营销渠道和新的营销策略，以达到开拓市场，增加盈利为目标的经营过程。

网络营销的说明：

（1）网络营销不是孤立存在的。（2）网上销售不等于网络营销。

（3）网络营销的目的并不仅仅是促进网上销售，很多情况下，网络营销活动不一定能实现网上直接销售的目的，但是可能促进网下销售的增加，并提高客户忠诚度。

（4）网络营销的效果表现在多个方面，如提升企业品牌价值，加强与客户之间的沟通，拓展对外信息发布的渠道，改善客户服务等。（5）从网络营销的内容来看，网上销售也只是其中的一个部分，并且不是必须具备的内容，许多企业网站根本不具备网上销售产品的条件，网站主要是作为企业发布产品信息的一个渠道，通过一定的网站推广手段，实现产品宣传的目的。

网络营销常用的方法：搜索引擎，电子邮件，即时信息，博客，微信。客户关系管理：是企业在营销，销售和服务业范围内对现实的和潜在的客户关系以及业务伙伴关系进行多渠道管理的一系列过程和技术，最终实现提高客户获得，客户保留，客户忠诚和客户创利的目的。常见网络广告定价模式：

（1）CPA（Cost Per Action）每次行动的成本，即根据每个访问者对网络广告所采取的行动收费的定价模式。对于用户行动有特别的意义，包括形成一次交易获得一个注册用户，或者对网络广告的一次点击。

（2）CPC（Cost Per Click）每次点击的成本，即根据广告被点击次数收费。（3）CPM(Cost Per Mille)每千次印象成本，即广告条每显示1000次（印象）的费用。

（4）CPO（Cost Per Order）每个订单（交易）成本，根据每个订单（每次交易）来收费的方式。

（5）PPL（Pay Per Lead）按引导付费，即根据每次通过网络广告产生的引导付费的定价模式。（6）PPS（Pay Per Sale）按销售业绩付费，即根据网络广告所产生的直接销售数量而付费的一种定价模式。网络广告制定的步骤（1）确定网络广告目标（2）确定网络广告预算（3）广告信息决策

（4）网络广告媒体资源选择 网络广告的效果测评：

最主要的测评方法：每千次印象成本CPM 广告效果评估的目的：通过检查广告投放是否达到之前预估的效果以及执行过程的效果，通过对网站的监控以及投放站点的报告，来评估投放广告的效果，以及不同位置的广告对宣传的贡献率，不仅可以对前一阶段广告投放的效果作出总结，还可以作为下阶段调整和改进广告策略的重要依据。网络广告指标：广告浏览数，点击率，回应率 对广告效果评价方法：第三方监测，内部软件

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！