

<<电子商务网站建设与运营>>

图书基本信息

书名：<<电子商务网站建设与运营>>

13位ISBN编号：9787040358605

10位ISBN编号：7040358603

出版时间：2012-8

出版时间：张卫民 高等教育出版社 (2012-08出版)

作者：张卫民 编

页数：329

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>

<<电子商务网站建设与运营>>

内容概要

《网站建设与管理专业系列教材：电子商务网站建设与运营》是以“行动导向”的课改理念为引领，以深入企业、学校调研和行业专家的工作任务分析为基础进行编写。

全书共分8个项目，主要内容包括：网站策划（电子商务网站赏析、客户需求分析调研表、网站建设方案）；网页设计（首页布局设计、导航设计、banner设计、左栏设计、右栏设计、底部设计、切片处理）；网站开发（建立本地站点、搭建首页、css样式、数据库设计、数据库连接、顶部导航代码生成、最新商品显示、分类与搜索功能实现、左栏设计）；功能模块设计（会员系统设计、产品展示系统设计、购物车系统设计）；网站后台管理系统（后台登录、版权管理、分类管理、产品管理、订单管理）；网站调试（服务器配置、网站FTP上传、系统测评、编制系统说明书）；网站管理（域名注册、网站备案、安全防护）；企业商务网站运营（网站的基本设置、系统维护、商品管理、订单管理、会员管理、文章管理、广告管理、搜索引擎优化、客户挖掘、流量分析）等典型教学项目。

《网站建设与管理专业系列教材：电子商务网站建设与运营》体现项目教学思想，以一个完整的网站创建实例贯穿全书，强调学生的动手操作和实际应用能力的培养，每个项目均以相关任务为载体，将电子商务网站建设与运营每一环节要用到的知识、技能与实际操作紧密结合，做到理论联系实际。

本教材的学习使学生既掌握了技术，又具备了实际开发的能力，注重培养学生企业中从事电子商务网站策划、设计、开发、管理和运营的职业能力和电子商务自主创业能力。

本教材配套了教学素材与交流网站，以追踪电子商务网站建设与运营的最新发展和技术，不断更新和提供相关教学资源，使教学内容保持开放性和前沿性。

<<电子商务网站建设与运营>>

书籍目录

项目1网站策划 任务1—1电子商务网站赏析 任务1—2客户需求分析调研表 任务1—3网站建设方案 项目2网页设计 任务2—1首页布局设计 任务2—2导航设计 任务2—3banner设计 任务2—4左栏设计 任务2—5右栏设计 任务2—6底部设计 任务2—7切片处理 项目3网站开发 任务3—1建立本地站点 任务3—2搭建首页 任务3—3CSS样式 任务3—4数据库设计 任务3—5数据库连接 任务3—6顶部导航代码生成 任务3—7最新商品显示 任务3—8分类与搜索功能实现 任务3—9左栏设计 项目4功能模块设计 任务4—1会员系统设计 任务4—2产品展示系统设计 任务4—3购物车系统设计 项目2网站后台管理系统 任务5—1后台登录 任务5—2版权管理 任务5—3分类管理 任务5—4产品管理 任务5—5订单管理 项目6网站调试 任务6—1服务器配置 任务6—2网站FTP上传 任务6—3系统测评 任务6—4编制系统说明书 项目7网站管理 任务7—1域名注册 任务7—2网站备案 任务7—3安全防护 项目8企业商务网站运营 任务8—1网站的基本设置 任务8—2系统维护 任务8—3商品管理 任务8—4订单管理 任务8—5会员管理 任务8—6文章管理 任务8—7广告管理 任务8—8搜索引擎优化 任务8—9客户挖掘 任务8—10流量分析 参考文献

章节摘录

版权页：插图：实践任务 任务要求 1.理解数据库营销和直复营销。

2.清楚数据库营销的作用。

3.清楚网络数据库营销的独特价值。

任务实施 1.数据库营销及直复营销 数据库营销是IT技术的一种应用，正如其字面含义那样，它利用电子计算机存储量大、成本低特性，以全新方式存储和使用客户资料。

应用客户资料数据库最常见的方式是直复营销。

直复营销是以目标顾客个人为对象，以双向沟通的方式进行信息传递，因此，慎重选择目标顾客群，有系统地搜集目标顾客个别资料，进而形成顾客数据库，并有效运用顾客数据，将是直复营销成功的关键。

2.数据库营销的作用 数据库营销缩短了商业企业与顾客之间的距离，有利于培养和识别顾客的忠诚度，与顾客建立长期关系，也为开发关系营销和“一对一”营销创造了条件。

(1) 以数据库为基础的顾客管理为关系营销奠定了基础。

关系营销强调与顾客之间建立长期的友好关系以获取长期利益。

实践证明，进行顾客管理，培养顾客忠诚度，建立长期稳定的关系，对商业企业十分重要。

数据库营销不仅受到沃尔玛等传统企业的重视，像亚马逊这样的网上企业同样十分重视客户管理。

例如，当客户向亚马逊购买一本书以后，亚马逊会自动记录下顾客的电子邮箱地址、图书类别，以后定期以电子邮件的形式向顾客推荐此类新书。

这种方式极大地推动了亚马逊网上销售业务的增长。

(2) 数据库营销使商业企业能够更详细地了解顾客，增加了“一对一”营销的可能。

“一对一”营销是基于信息技术的发展提出的新的营销理念，是将市场细分到消费者个体，根据其消费习惯和需求特点提供个性化服务。

最近，在美国许多大城市出现一些“快速服装店”，其目标顾客是有一定身份和地位的职业女性。

她们或者工作很忙无暇购物，或者是厌烦挑选商品的烦琐过程，但都需要不断改变形象。

该服装店便专门为这类顾客建立“一对一”档案，从身高、体重、体形到气质、职业、性格，都有详细的记录和分析。

3.了解和掌握客户的真正需求 客户是公司生存和发展的基石，大量、稳定和有效地获取客户是每个企业实现销售任务的重要保障。

运营电子商务的企业在经过一段时间的发展之后，就会存储一些忠实于自己产品的客户群体，这些客户是公司持续发展壮大的宝贵财富，如果能很好地维护和他们的关系并且利用他们的能量，企业将获得意想不到的收获。

营销的过程就是企业寻找客户并且满足其需求的过程。

真正有实力的企业有能力开发一项产品，并且利用各种手段服务顾客和满足顾客的需要。

为做到这一点，企业首先必须面对市场，以便了解和掌握客户真正的需求。

<<电子商务网站建设与运营>>

编辑推荐

《网站建设与管理专业系列教材:电子商务网站建设与运营》可作为中职网站建设与管理专业或计算机专业电子商务方向的核心课程教材,还可供成人培训和自学使用。

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>