

图书基本信息

书名：<<电子商务设计师考试试题分类精解与题型练习>>

13位ISBN编号：9787121116988

10位ISBN编号：7121116987

出版时间：2010-9

出版时间：电子工业

作者：李雄 编

页数：334

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>

前言

从2005年下半年开始,全国计算机技术与软件专业技术资格(水平)考试中增加了电子商务设计师考试,旨在培养具有计算机软件基础知识与电子商务专业技能的电子商务专业人才,这对国家信息化建设、软件产业化和互联网发展起到了极大的推动作用。

同时国家人事部也规定,凡是通过电子商务设计师考试者即可认定为计算机技术与软件专业的工程师(中级)职称,由用人单位直接聘任,并享受工程师待遇。

正因为有行业发展的强烈需求,有国家政策的正确引导,所以参加电子商务设计师考试的人员日渐增多。

然而,电子商务设计师考试是一个难度很大的考试,平均通过率很低。

主要原因是考试范围十分广泛,除涉及计算机专业的每门课程和电子商务的专业理论外,还有外语、标准化、信息化和知识产权等领域的课程,并且紧跟技术和行业的发展,十分注重考查新技术和新方法的应用。

考试不但注重广度,而且还有一定深度。

不但要求考生具有扎实的理论基础知识,还要求具备丰富的实践经验。

《电子商务设计师考试试题分类精解与题型练习》是为全国计算机技术与软件专业技术资格(水平)考试电子商务设计师级别编写的考试用书。

全书分析了历年(2005~2009年)电子商务设计师考试的所有考题,对试题进行详细的分析与解答,对有关重点和难点进行了深入的分析,并针对考试要点在每一章都组织了大量的练习题,帮助考生有针对性地复习和巩固知识,对所有习题都进行了详尽的分析和解答。

由于编写组成员均为该项考试第一线的辅导专家,负责和参与了考试大纲的制定、历年的软考辅导、教程编写,以及软考阅卷等方面的工作,因此本书集成了软考专家的知识、经验、心得和体会,凝聚了他们的努力和心血。

古人云:“温故而知新”,又云:“知己知彼,百战不殆”。

对考生来说,阅读本书就是一个“温故”的过程,必定会从中获取到新知识。

同时通过阅读本书,考生还可以清晰地把握命题思路,掌握知识点在试题中的变化,以便在考试中洞察先机,提高通过的概率。

本书由希赛教育软考学院组织编写,由李雄主编。

参加编写的人员有王勇、施游、朱小平、刘毅、胡钊源、桂阳、何玉云、王冀、谢顺,张友生博士为本书的编写提供了大量的支持和帮助,并审阅了部分稿件。

内容概要

本书由希赛教育软考学院组织编写，作为计算机技术与软件专业技术资格(水平)考试中的电子商务设计师级别考试的辅导与培训教材。

本书根据最新的电子商务设计师考试大纲，在分析和总结历年考试试题的基础上对考试大纲规定的内容有重点地进行了细化和深化。

考生可通过阅读本书掌握考试大纲规定的知识点、考试重点和难点，并且熟悉考试方法、试题形式、试题的深度和广度、考试内容的分布，以及解答问题的方法和技巧。

本书也可作为电子商务从业人员的参考手册，以及电子商务培训和电子商务专业师生的参考资料。

书籍目录

第1章 电子商务基础知识 1.1 考点辅导 1.2 典型例题分析 例题1(电子商务设计师2008年11月上午第19题) 例题2(电子商务设计师2008年11月上午第47题) 例题3(电子商务设计师2009年11月上午第50题) 例题4(电子商务设计师2009年11月上午第54题) 例题5(电子商务设计师2007年11月上午第52题) 例题6(电子商务设计师2006年11月上午第49题) 例题7(电子商务设计师2007年11月上午第53题) 例题8(电子商务设计师2008年11月上午第51题) 例题9(电子商务设计师2007年11月上午第54题) 例题10(电子商务设计师2007年11月上午第44题) 例题11(电子商务设计师2008年11月上午第41题) 例题12(电子商务设计师2008年11月上午第42题) 例题13(电子商务设计师2009年11月上午第46题) 例题14(电子商务设计师2007年11月上午第45题) 例题15(电子商务设计师2006年11月上午第44题) 例题16(电子商务设计师2009年11月上午第44题) 例题17(电子商务设计师2009年11月上午第49题) 例题18(电子商务设计师2005年11月上午第42题) 例题19(电子商务设计师2009年11月上午第47题) 例题20(电子商务设计师2007年11月上午第47题) 例题21(电子商务设计师2008年11月上午第45题) 例题22(电子商务设计师2009年11月上午第48题) 例题23(电子商务设计师2008年11月上午第43题) 例题24(电子商务设计师2008年11月上午第44题) 1.3 同步练习 1.4 同步练习解析第2章 计算机系统基础知识 2.1 考点辅导 2.2 典型例题分析 例题1(电子商务设计师2009年11月上午第5题) 例题2(电子商务设计师2005年11月上午第1题) 例题3(电子商务设计师2005年11月上午第23题) 例题4(电子商务设计师2006年11月上午第1题)第3章 电子商务相关技术与应用基础知识第4章 电子商务系统开发知识第5章 信息安全知识第6章 法律法规第7章 专业英语第8章 电子商务系统规划第9章 电子商务系统分析与设计第10章 电子商务系统建设第11章 电子商务系统的测试第12章 电子商务系统的管理、应用和推广第13章 系统开发项目管理附录A 电子商务设计师考试大纲

章节摘录

(11) 考查网络营销策略的制定原则。

不同企业在市场中处在不同地位，在采取网络营销实现企业营销目标时，必须采取与企业相适应的营销策略，因为网络营销虽然是非常有效的营销工具，但企业实施网络营销时是需要进行投入的和有风险的。

同时企业在制定网络营销策略时，还应该考虑到产品周期对网络营销策略制定的影响。

(12) 考查如何对网络商务信息进行整理。

收集到信息后，要对所获取的信息进行相关的整理，包括：明确信息来源、添加文件名、信息鉴别、信息筛选、信息分类。

(13) 考查网上市场调研。

与传统市场调研方法相比，利用互联网进行市场调研有很多优点，主要表现在缩短调研周期、节约费用、不受地理区域限制等方面，另外，由于不需要和用户进行面对面的交流，因此也避免了当面访谈可能造成的一些问题。

同时，也不应忽视其所存在的问题，主要表现在调查表的设计、样本的数量和质量、个人信息保护等因素的影响，使得网上调研可能出现较大误差。

可见，应根据调研的目的和要求，采取网上调研与网下调研相结合、自行调研与专业市场调查咨询公司相结合的方针，以尽可能小的代价获得尽可能可靠的市场调研结果。

(14) 考查网上调研样本抽取，一般来说分为随机样本、过滤性样本和选择样本。

随机样本是指按照随机原则组织抽样，任意从因特网网址中抽取样本；过滤性样本是指通过对期望样本特征的配额，来限制一些自我挑选的不具代表性的样本，通常以分支或跳转形式安排问卷，确定被选者是否适宜回答相应问题；选择样本用于因特网中需要对样本进行更多限制的目标群体，被访者均通过电话、邮寄、E-mail或个人方式进行补充完善。

编辑推荐

全国计算机技术与软件专业技术资格（水平）考试试题分类精解。

——准确把握考试动态，全面体现新大纲精髓。

——覆盖全部重点、难点，彻底解决考试疑难。

——从历年考题浓缩知识点，备考要点一目了然。

有关《全国计算机技术与软件专业技术资格（水平）考试试题分类精解·电子商务设计师考试试题分类精解与题型练习》的意见反馈和咨询，读者可在希赛教育软考学院论坛“软考教材”板块中的“希赛教育软考学院”栏目上与作者进行交流。

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>