

<<电子商务实务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务实务>>

13位ISBN编号：9787122062468

10位ISBN编号：7122062465

出版时间：2009-10

出版时间：化学工业出版社

作者：尹宏伟 编

页数：231

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>

内容概要

电子商务实务是一门综合性很强，理论和技术发展很快的课程，本书的特点是注重实践和应用，以学生专业知识拓展和实践能力培养为目标，将学校教育与生产实践相结合，精心设计实践项目，理论知识与实际相联系，增加了实用性和可操作性。

主要内容包括市场调研、网站规划综合实训、网站建设综合实训、数据库综合实训、CA认证中心管理、网上支付综合实训、BtoC电子商务模式、CtoC电子商务模式、BtoB电子商务模式、网络营销。

本书的指导思想是强调对实际应用能力的培养，注重内容的与时俱进，实用性强，结构合理，适合作为普通高等院校、高等职业学校电子商务专业或其他相关专业的教材，也可作为有关电子商务方面的培训教材和自学用书。

<<电子商务实务>>

书籍目录

项目一 市场调研 任务一 网络时代的市场调研 任务二 设计商业计划书 项目二 网站规划综合实训
任务一 网站开发需求分析 任务二 网站开发规划设计 任务三 网站管理及推广 项目三 网站建设
综合实训 任务一 网站需求与策划 任务二 网站的设计 任务三 网站的制作 任务四 网站的测
试 任务五 网站的宣传推广 任务六 网站的管理与维护 项目四 数据库综合实训 任务一 数据库
介绍 任务二 网站数据库设计 项目五 CA认证中心管理 任务一 个人CA证书的申请及下载 任务
二 个人CA证书的使用 任务三 企业CA证书 任务四 CA认证管理 项目六 网上支付综合实训 任
务一 网上银行 任务二 电子钱包管理 任务三 第三方电子商务支付工具——支付宝 项目七 BtoC电
子商务模式 任务一 个人消费者网上购物 任务二 商户(商家)后台服务管理 项目八 CtoC电子商
务模式 任务一 买家购物操作 任务二 销售物品操作 项目九 BtoB电子商务模式 任务一 调查电子
商务在中小企业中的应用状况 任务二 选择商务平台(交易中心) 任务三 如何在第三方商务平台
进行商务活动 任务四 如何自建商务平台 项目十 网络营销 任务一 信息发布 任务二 主机方案
的选择 任务三 邮件列表的使用 任务四 BBS的使用 参考文献

章节摘录

项目一 市场调研 任务一 网络时代的市场调研 相关知识 市场调研是指以科学的方法，系统地、有目的地收集、整理、分析和研究所有与市场有关的信息，特别是有关消费者的需求、购买动机和购买行为等方面的市场信息，从而提出解决问题的建议，以作为营销决策的基础。

所谓网络调研是指利用Internet技术进行调研的一种方法。其大多应用于企业内部管理、商品行销、广告和业务推广等商业活动中。

目前，网络调研采用的方法主要有E-mail法、Web站点法、Net.meeting法、视讯会议法、焦点团体座谈会、Internet phone法、OICQ网络寻呼机法或在聊天室选择网民进行调查，在BBS电子公告牌上发布调查信息，或采取IRC网络实时交谈等方式。

1. 网络调研的优势 (1) 网络调研信息收集的广泛性 因特网是没有时空、地域限制的。这与受区域制约的传统调研方式有很大不同。

如果利用传统方式在全国范围内进行市场调研，需要各个区域代理的配合。

(2) 网络调研信息的及时性和共享性在数字化飞速发展的今天，网络调研较好地解决了传统调研方法所得的调研结果都存在时效性这一难题。

只要轻轻一点，世界任何一个角落的用户都可以加入其中，从用户输入信息到公司接收，只不过几秒钟的时间。

利用计算机软件整理资料，马上可以得出调研的结果。

而被调查者只要点击“结果”键，就可以知道现在为止所有被调查者的观点所占的比例，使用户了解公司此次的调研活动，加强参与感，提高满意度，实现了信息的全面共享。

(3) 网络调研的便捷性和经济性在网络上进行市场调研，无论是调查者还是被调查者，只需拥有一台计算机、一个调制解调器、一部电话（或一台多媒体电视机和一部电话）就可以进行。

若是采用问卷调研的方法，调研者只要在企业站点上发出电子调查问卷，提供相关的信息，然后利用计算机对访问者反馈回来的信息进行整理和分析。

这不仅十分便捷，而且会大大地减少企业市场调研的人力和物力耗费，缩减调研成本。

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>