

<<电子商务应用与运营>>

图书基本信息

书名：<<电子商务应用与运营>>

13位ISBN编号：9787300121635

10位ISBN编号：7300121632

出版时间：2010-8

出版时间：中国人民大学出版社

作者：相成久，齐新 著

页数：318

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

随着知识经济时代的到来，互联网已成为人们从事商业贸易、生产经营、事务处理等工作的重要工具和媒介，我国已成为世界第一大互联网国家，电子商务迎来了前所未有的发展机遇。

目前，电子商务已经被大多数企业认识和接受，电子商务的经济价值已经被社会广泛认可并产生极大的市场需求。

作为一种新型的商业模式，电子商务正逐渐改变着国民经济的方方面面。

例如，近年来，各类商务网站如雨后春笋般在互联网上出现，网上商城、网上招标采购、网上银行、网上教育、医疗、旅游、娱乐……电子商务已经走向各行各业。

在经济全球化、信息社会化、产业知识化的21世纪，我们每一个人都将离不开电子商务。

为此我们每个人都应该了解电子商务，学会开展电子商务。

近年来不少高职高专院校开设了电子商务专业，还有许多院校的经济类、管理类、信息类及计算机类专业开设了《电子商务》课程，但从实际教学效果来看并不理想，我们认为，好的教学效果离不开好的教材和好的教学方式。

为了能开发一本适合高职高专教育的特色教材，本书编写者在前期做了大量的市场调研与企业调研，本着以职业能力培养为重点，与行业企业合作进行“基于工作过程”的系统化的课程开发与设计的思路，力求实现课程内容设计充分体现职业性、实践性和开放性的要求。

课程实施采取以典型工作任务为载体的“理实一体化”的项目教学模式，教、学、做相结合，充分体现“做中学，学中做”的学习思路。

针对这一教学模式与思路，在与课程相对应的教材开发上，对教材的内容和体例大胆创新。

教材内容充分体现特定的工作过程知识；依据电子商务各岗位技能和素质要求，以真实的工作任务及工作过程为依据，整合、拓展教材内容，遵循简单到复杂、循序渐进的思路完成，具体如图0-1所示。

<<电子商务应用与运营>>

内容概要

本书教材系统地介绍了电子商务领域各个方面的知识，并对电子商务方面的新知识、新技术、新应用做了介绍，适用于电子商务专业课和其他专业选修课的教学。

教材内容完全基于“工作过程”而设计，在技能操作上也严格按照现实中企业在电子商务应用中的解决方案、工作流程、操作技巧而设计。

本教材强调电子商务思维观念和技能的培训，即采取课堂实训与业余课业相结合的方式拓展学生的电子商务技能。

通过本教材的学习，使学生充分认识到各行各业应用电子商务的发展前景，为将来从事电子商务行业打下基础，培养其电子商务的职业意识。

<<电子商务应用与运营>>

书籍目录

项目一 电子商务初识与体验 模块一 电子商务初识 模块二 电子商务体验项目二 上网行为分析与电子商务盈利模式 模块一 上网行为分析 模块二 电子商务盈利模式项目三 电子金融与电子支付 模块一 电子金融与网上银行 模块二 网上证券交易项目四 网上交易处理 模块一 C2C交易处理 模块二 B2C交易处理 模块三 B2B交易处理项目五 电子商务物流配送 模块一 电子商务与物流 模块二 现代电子商务物流模式 模块三 电子商务物流解决方案项目六 电子商务交易安全保障与防范 模块一 电子商务安全现状调查与分析 模块二 网络安全技术保障 模块三 网上交易安全防范项目七 网络营销运作 模块一 网络营销初识 模块二 网上市场调研 模块三 网络营销策略 模块四 网络营销运作项目八 企业电子商务网站建设 模块一 电子商务网站建设流程 模块二 电子商务网站规划设计 模块三 电子商务网站内容设计项目九 企业电子商务网站运营 模块一 电子商务网站维护 模块二 电子商务网站推广 模块三 电子商务网站业务处理与客服参考文献

章节摘录

插图：(2) 改变企业竞争方式。

在网络经济时代，竞争方式正在发生重大变化，企业拥有的大型商场、仓库及众多员工不再成为竞争的优势。

现在的竞争是高科技的竞争，是速度、质量、成本、效率和服务等综合实力的竞争，电子商务为广大中小企业在高科技的竞争中取胜提供了一个新的机遇，它会改变新财富分配的格局。

(3) 提高企业的运营效率，缩短生产周期。

企业可以运用企业资源计划、供应链管理、管理信息系统、客户关系管理系统来协调相关部门的步骤，来提高企业的运营效率。

企业可以通过网上的情报信息搜集对市场变化作出快速响应；使用电子通信手段与客户联系从而缩短签约时间；通过增值网共享产品规格和图纸，提高产品设计和开发的速度；根据客户订单进行即时生产、即时销售，缩短了生产周期；采用高效、快捷的配送中心提供送货服务提高配送效率。

(4) 提供个性化服务。

个性化消费将逐步成为消费的主流，消费者希望以个人心理愿望为基础，购买个性化的产品及服务，甚至要求企业提供个性化的订制服务。

在电子商务中企业可以通过客户关系管理系统对客户的要求作出有效的管理，从而进行市场细分，并提供个性化服务。

(5) 提供更有效的售后服务。

企业可以利用互联网提供售后服务，在网站上进行产品功能介绍、技术支持、常见问题解答等，软件生产企业还可以进行在线软件升级。

对从事电子商务的企业来说，售后服务不再是额外的负担，而是企业通过客户关系管理来维持老客户、提高市场占有率的一种有效手段。

(6) 降低成本。

从事电子商务的企业在初期物质、资金及人员投入上都明显低于传统企业，通过企业的内部信息化管理，在经营活动的各个环节如采购、库存、生产、配送等都可以节约成本，从而提高企业的竞争力。

<<电子商务应用与运营>>

编辑推荐

《电子商务应用与运营》：21世纪高职高专规划教材,电子商务与物流管理实训系列,高等职业教育技能型人才培养实训教材。

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>