

<<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：9787302229315

10位ISBN编号：7302229317

出版时间：2010-8

出版时间：许国柱 清华大学出版社 (2010-08出版)

作者：许国柱 编

页数：322

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

教育部部长周济在全国高职教育第三次产学研结合经验交流会上强调，高职教育的首要任务是培养高技能人才。

他说，这类人才，既不是白领，也不是蓝领，而是应用型白领，应该叫“银领”。

换句话说，“银领”就是知识与技能都要具备的复合型人才。

为适应培养高等技术应用型人才的急切需求，高职高专教育的发展如火如荼，已成为我国高等教育的“半壁江山”，高职教学改革也在不断深入。

“银领精品系列教材”就是在这样的客观背景下，着眼于21世纪中国社会经济发展对高等技术应用型人才的需求规格、知识及实践要求，从高职高专教学改革思想的出发点出发，力求突出高职高专教育的特点和要求，同时密切结合精品课程建设和职业资格制度人才培养模式的要求策划组织的。

教材建设是高等院校教育教学工作的重要组成部分，也是精品课程建设的工作要求之一，高质量的教材是培养高质量人才的基本保证，高职高专教材作为体现高职高专教育特色的知识载体和教学的基本工具，直接关系到高职高专教育能否为一线岗位培养符合要求的应用型人才。

我们期望本系列教材的出版能为高职高专的教学改革和人才培养贡献一份力量！

<<电子商务实务>>

内容概要

《电子商务实务》全面系统地介绍了电子商务的基本理论和基本方法，内容包括电子商务运作过程、网上购物、网上开店、网络营销、电子支付、电子商务物流、电子商务职业道德与法律、电子商务安全技术、电子商务职业认证等。

《电子商务实务》将技能训练与职业资格培训相结合，设计的工作任务所需技能及其训练方法符合职业资格证书考试的要求，并进行针对性训练，使学生学完本课程就可以考取相应的职业资格证书，实施“双证”教学。

《电子商务实务》既可以作为电子商务专业基础课的教材，也可以作为其他专业的学生了解、掌握电子商务知识的必修课或选修课教材，还可以作为电子商务爱好者的自学教材。

<<电子商务实务>>

书籍目录

项目1 电子商务运作过程任务1.1 认识电子商务任务1.2 掌握电子商务运作模式任务1.3 掌握电子商务系统及其运作任务1.4 掌握EDI电子商务运作任务1.5 认识电子商务对企业的影响任务1.6 典型电子商务案例分析【本章练习题】项目2 网上购物.任务2.1 个人消费者网上购物任务2.2 企业网上购买【本章练习题】项目3 网上开店任务3.1 网上开店的基本流程任务3.2 网店设计任务3.3 网店商品管理任务3.4 网店交易与客户管理任务3.5 客户管理技巧【本章练习题】项目4 网络营销.任务4.1 认识网络营销任务4.2 掌握网络市场调查方法任务4.3 设计网络营销策略任务4.4 使用网络营销工具任务4.5 发布网络广告任务4.6 网站推广【本章练习题】项目5 电子支付任务5.1 掌握电子支付的方法任务5.2 掌握常用电子支付工具的使用任务5.3 熟知网上银行任务5.4 掌握第三方支付方法【本章练习题】项目6 电子商务物流任务6.1 认识物流任务6.2 掌握物流系统的功能要素和目标任务6.3 熟知物流管理系统任务6.4 掌握现代物流技术任务6.5 掌握电子商务时代的物流配送体系.【本章练习题】项目7 电子商务职业道德与法律任务7.1 遵守电子商务职业道德任务7.2 掌握电子商务法的特征任务7.3 熟悉电子商务法的基本制度任务7.4 电子商务法律问题的案例分析【本章练习题】项目8 电子商务安全技术任务8.1 熟知电子商务安全需求任务8.2 掌握数据加密技术任务8.3 掌握电子商务安全认证技术任务8.4 熟知公钥基础设施与认证机构任务8.5 熟知电子商务安全认证协议任务8.6 学会应用电子商务安全技术【本章练习题】项目9 电子商务职业认证任务9.1 熟悉电子商务国家职业标准任务9.2 熟知电子商务师(员)职业资格考试.任务9.3 电子商务师(员)职业资格考试单元训练.任务9.4 电子商务师(员)职业资格考试综合训练参考文献

章节摘录

插图：电子商务大大缩短了生产厂家与消费者之间供应链的距离，改变了传统市场的结构。从电子商务的交易方式可以看出，电子商务缩小了厂商与客户的距离，企业可以跳过传统的经销商而与客户直接联系，客户的需求直接转换为企业生产的指令。它大大地加强了企业与消费者的联系，并且由于减少了中间环节而大大降低了企业的经营管理成本。这种从厂家到消费者的市场模式，是一种间接经济到直接经济的变革，是工业经济向信息经济的一种转变。

（2）商业结构。

在电子商务的推动下，由于市场结构的变化，也使商业活动发生了改变，原来的在传统商场开展的商业转变为一种通过网络进行购物的商业。

传统商业把生产者与消费者在时间和空间上分割开来，充当生产者与消费者的中介。

生产者生产的产品需要通过商场的流通才能到达消费者手中。

如果没有商场，厂家不知道该到哪里去找买主，买主也不知道该到哪里去找所需的产品，他们之间缺乏有效沟通的手段。

商场是专业化的物质流（以货物为主）和信息流（以价格为主）汇集的中枢，这几乎是商场存在的唯一理由。

在工业经济中，离开了传统商业作中介，生产和消费既不方便又缺乏效率。

但在信息经济中，商场存在的最主要根源却被动摇了。

越来越多的厂家拥有自己的网上主页，在上面不仅可以发布价格信息，而且可以展示产品的视觉现象，提供产品的详细信息，甚至像美国汽车公司（USM）一样，可以让顾客直接参与设计和定型，根本不需要商家在中间传递信息和销售商品，而消费者也没必要花费大量的时间去逛商场，尽可以在网络上从容地选择商品，在几十家厂家中挑选出自己喜欢的商品，然后登记客户自己的个人信息，厂家按照客户的信息送货即可完成整个交易。

在互联网上，价格的透明度较高，客户只要通过价格检索和比较软件，就可以选择最合适的商品。

在信息经济中，零库存成为现实。

对于电子商务的厂家来说，如果货物没有买家，他只要少量甚至零库存即可应付购买。

例如，全球最大的网上书店——亚马逊书店，它的库存就很少，几乎为零，但它能很快地将货物送到客户手中，那是因为它的库存都在出版商那里，它可以通过距离客户最近的出版商将书很快地送到客户手中。

这样，没有库存成本，经营成本大大降低，而厂家也可以依据实际情况降低价格，使消费者受益，以培养消费者的购买忠诚度。

由于传统的商业模式存在太多的弊端，一旦技术成熟，网络应用普及，电子商务必将成为一道美丽的风景线。

目前，在中国也有很多的百货商场已经开始考虑网上销售。

<<电子商务实务>>

编辑推荐

《电子商务实务》：银领精品系列教材

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>