

图书基本信息

书名：<<基于第三方电子商务平台的C2C贸易>>

13位ISBN编号：9787561535332

10位ISBN编号：7561535333

出版时间：2010-8

出版时间：厦门大学出版社

作者：林小燕 编

页数：317

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

根据CNNIC于2010年发布的《第25次中国互联网发展状况统计报告》，截至2009年12月30日，中国网民规模达到3.84亿人，互联网普及率达到28.9%。

网民规模较2008年底增长8600万人，年增长率为28.9%，互联网普及率在稳步上升。

商务交易类应用的用户规模增长最快，平均年增幅达68%，这表明中国互联网影响显现从娱乐化向消费商务型转型的趋势。

而据艾瑞咨询统计，2009年网络零售交易额达到2483.5亿元，其中仅淘宝平台的交易额就超过2000亿元，预计在2010年中国的网络零售交易额将有望突破5000亿元，超越日本成为世界第二大网络交易市场。

虽然中国的网络交易异常火爆，但专业的网店运营人才却奇缺。

据国内某专业招聘网站的数据显示，目前电子销售类岗位人才需求占到总人才需求的38%，除电子商务类专业外，传媒、旅游、工贸、制造等传统行业也成为电子商务人才需求的大户。

网络时代人才缺口巨大，尤其是网店基础运营方面的专才。

基于这样的背景，我们邀请了几位富有经验的教师与企业人员，共同编写了这本教材，希望能够培养网店运营方面的人才。

本教材内容体现了第三方电子商务平台的C2C贸易的业务流程和工作内容，教材结构突出了任务驱动式的教学方法。

教材内容的选取是基于课程教学内容的选取调研，以第三方电子商务平台的C2C贸易业务流程、岗位技能与能力分析为基础，结合学生实际情况，以培养学生的网店运营能力为目标，统筹选取教材内容，把网店经营与管理的内容，分为8个学习情境。

## <<基于第三方电子商务平台的C2C贸易>>

### 内容概要

本教材内容体现了第三方电子商务平台的C2C贸易的业务流程和工作内容，教材结构突出了任务驱动式的教学方法。

教材内容的选取是基于课程教学内容的选取调研，以第三方电子商务平台的C2C贸易业务流程、岗位技能与能力分析为基础，结合学生实际情况，以培养学生的网店运营能力为目标，统筹选取教材内容，把网店经营与管理的内容，分为8个学习情境。

书籍目录

前言  
学习情境1：认识基于第三方电子商务平台的C2C贸易与网上购物 引言 任务一：认识基于第三方电子商务平台的C2C贸易 知识准备 任务二：熟悉基于第三方电子商务平台的网上购物 知识准备 评价 拓展训练 拓展阅读  
学习情境2：基于第三方电子商务平台的C2C贸易的前期准备 引言 任务一：选择适合网上销售的商品 知识准备 任务二：拍摄适合网上销售的商品照片与图片处理 知识准备 任务三：网上商品的定价与发布 知识准备 任务四：网上交易安全 知识准备 评价 拓展训练 拓展阅读  
学习情境3：基于第三方电子商务平台网店的装修 引言 任务一：普通店铺的装修 知识准备 评价 任务二：旺铺的装修 知识准备 评价 拓展训练 拓展阅读  
学习情境4：基于第三方电子商务平台网店的管理工具的应用 引言 任务一：第三方支付工具的应用 知识准备 任务二：网店辅助工具的使用 知识准备 任务三：网店沟通工具的使用 知识准备 评价 拓展训练 拓展阅读  
学习情境5：基于第三方电子商务平台网店的物流策略 引言 任务一：不同产品的包装策略 知识准备 任务二：网店的物流策略 知识准备 评价 拓展训练 拓展阅读  
学习情境6：基于第三方电子商务平台网店的推广与营销 引言 任务一：平台内的推广方式与技巧 知识准备 任务二：网上网下其他推广方式与技巧 知识准备 评价 拓展训练 拓展阅读  
学习情境7：网店的客户沟通与客户关系管理 引言 任务一：网上的沟通技巧 知识准备 任务二：网店的客户关系管理 知识准备 评价 拓展训练 拓展阅读  
学习情境8：基于第三方电子商务平台网店的品牌建设 引言 任务一：品牌的定位与品牌形象的设计 知识准备 任务二：网店品牌的建设与推广 知识准备 评价 拓展训练 拓展阅读

章节摘录

从百度的发展历程来看，在长达数年的时间内，它不断地去深入挖掘用户的需求，满足了中国网民中文搜索的需求。

同时，也掌握了数以亿计的用户主动触发的购买需求。

研究表明，不管是网购，还是现实生活中的逛街，“百度一下”几乎是很多人购物之前“市场调研”的必备功课。

有海量的用户通过百度搜索，不仅仅是搜索产品信息，更多的是搜索在哪里购买、如何购买的信息。研究表明，通过对网民搜索关键词的分析发现，百度每天将接受10亿次以上的检索，其中与购物信息相关的关键词占了很高比例。

据iRe-search的调研数据显示，国内网民在进行网络购物前，高达49%的人会首先搜索相关购物信息。

另据来自百度的数据表明，百度贴吧每天诞生650万新贴，百度知道每天解决23000个网友提出的问题，空间每天新增日志6000万个，形成了浓厚的互动、分享氛围，而这其中有大量信息都与网络购物相关。

人们在百度搜索社区平台分享打折促销信息、探讨砍价经验、交流购物心得，这些都将是百度网络交易平台独一无二的强大资源。

百度建立自己的电子商务平台，是为给用户提供一个一站式的购物体验，更好地满足这部分人群的一站式购买需求。

因此，依托百度强大的搜索技术与客户基础，百度有啊希望能够为用户提供更快、更好、更强大的购物体验。

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>