

<<电子商务运作>>

图书基本信息

书名：<<电子商务运作>>

13位ISBN编号：9787565401961

10位ISBN编号：756540196X

出版时间：2011-3

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：陈明 等主编

页数：234

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>

<<电子商务运作>>

内容概要

本书是为满足新时期我国高职高专教育教学改革对新型专业教材的需求以及“后国家级精品课程时期”电子商务运作课程发展的内在需要而编写的。

本书根据“21世纪‘多元整合型一体化’”最新课程理念设计，“以就业为导向”，紧紧围绕21世纪高职高专教育新型人才培养目标，依照“原理先行、实务跟进、案例同步、实训到位”的原则，全面展开并兼顾“职业知识”、“职业能力”和“职业道德素质”的“教学”、“训练”与“考核”，着力体现“教、学、做、评”合一和“以学生为主体、以教师为主导、以训练为主线”的课程教学改革新思路。

全书内容依照以下逻辑线索展开：全书共分上中下三篇，上篇为创业篇，借助第三方电子商务交易平台，完成网店策划、建设及运营，使学生初步具备网上创业能力；中篇为立业篇，以企业电子商务网站运营为基础，通过“电子商务需求分析与调研、商务网站策划、商务网站建设、商务网站运营”四个模块，开展项目式教学；下篇为创新篇，以公司3G应用为基础，介绍移动技术、移动支付、移动娱乐、移动商务价值链及商务模式，同时以宁波电信服务为基础，介绍服务外包、电话营销、商务领航SAAS平台应用。

为方便教学，本书配有助学光盘、《学生手册》和网络教学资源包。

本书可作为高职高专院校电子商务专业及相关专业的全国通用教材，也可供企业在职人员培训使用。

作者简介

陈明，浙江工商职业技术学院商学院副院长、副教授，国家注册信息系统项目管理师，校级教学名师，校级专业带头人，浙江省特色专业负责人，校学术委员会成员，浙江工商职业技术学院民营企业研究所常务副所长，中国计算机学会高级会员，中国高等职业技术教育研究会电子商务与物流协作委员会常务理事，浙江省数字认证中心宁波分中心顾问。

其主持的《电子商务运作》课程是浙江省省级精品课程，2009年被评为国家级精品课程；主持2008年省新世纪教改项目“基于服务外包发展环境下的校内生产性实训基地运行模式的探索与研究”；《电子商务运作》浙江省重点教材负责人；2009年《“三维联动”：现代商务人才“软”技能培养的探索与实践》国家级教学成果二等奖、《传承与创新并举，态度与能力并重，构建高职现代商务人才培养体系》浙江省教学成果一等奖的主要参与者。

其主要研究方向为中小企业信息化、电子商务与网络营销、IT项目管理、中小高科技企业管理。

在浙江电信公司工作期间，曾参与多个软件系统的开发工作，其中纵横交换机计算机计费系统软件曾获邮电部科技一等奖；全面负责宁波电信“商务领航”中小企业信息化和电子商务项目的管理与市场推广，制定了一系列品牌定位的传播策略，包括价格策略、广告传播、营销渠道的设计与管理、消费者活动及渠道促销、产品形象管理等，该项目获得了市政府相关部门的肯定和中小企业的青睐；曾任浙江东西商务领航等项目的项目经理、中国电信集团公司集团级内聘培训师，为浙江省企业作中小企业信息化和电子商务培训近3000人次。

史勤波，浙江工商职业技术学院电子商务专业主任，讲师，院优秀青年骨干教师，从事电子商务教学工作9年，以电子商务专业的教学和研究见长。

其具有较强的教研教改能力：（1）探索高职高专电子商务专业教学模式，完成了“电子商务基础”实验教学内容和教学体系的构建。

（2）深化理论教学与实训教学相结合的“电子商务基础”课程教学体系；实践以学生职业能力为中心，以工作过程为导向的教学体系。

（3）实践并深化课堂实践教学与课外实践教学相结合的“三堂联动”教学模式。

（4）建立“全员参与、全程评价、全方位管理”的多元化三全考核模式。

（5）着手高职高专“多元整合型”专业课程教学改革的新探索。

其具有较强的科研能力：主持市级课题项目1项；参与省厅市级课题5项，浙江省属高职院校优秀教学成果特等奖1项；在省级以上刊物发表电子商务类专业文章10多篇，其中核心期刊4篇；编著教材2部。

其具有丰富的电子商务实践经验：积极参与地方企业电子商务运营项目的开发和设计，为地方企业电子商务项目运作提供培训服务。

<<电子商务运作>>

书籍目录

第1章 网上开店

学习目标

引例

1.1 网上开店前的准备

1.2 网店开设

1.3 网店运营

本章概要

单元训练

单元考核

第2章 电子商务需求分析与调研

学习目标

引例

2.1 电子商务需求分析概述

2.2 电子商务需求调研

2.3 电子商务网站系统规划

2.4 可行性分析

本章概要

单元训练

单元考核

第3章 商务网站策划

学习目标

引例

3.1 确定网站技术解决方案

3.2 网页布局设计

3.3 网站栏目策划

3.4 撰写网站策划书

本章概要

单元训练

单元考核

第4章 商务网站建设

学习目标

引例

4.1 站点的创建与管理

4.2 网页布局

4.3 动感元素与超链接

4.4 使用CSS美化网页

4.5 制作网页特效

4.6 网页中图像的制作

4.7 网页动画的制作

本章概要

单元训练

单元考核

第5章 商务网站运营

学习目标

引例

<<电子商务运作>>

- 5.1 网站运营概述
- 5.2 网站推广
- 5.3 网站流量统计与分析
- 5.4 网站维护
- 5.5 网站商务运营

本章概要

单元训练

单元考核

第6章 移动商务应用

学习目标

引例

- 6.1 无线通信技术应用
- 6.2 移动商务模式
- 6.3 移动商务应用
- 6.4 移动商务安全

本章概要

单元训练

单元考核

第7章 服务外包

学习目标

引例

- 7.1 IT服务外包概述
- 7.2 SAAS
- 7.3 10000号客户服务

本章概要

单元训练

单元考核

综合训练与考核

附录一 职业核心能力强化训练“知识准备”参照范围

附录二 案例分析、职业核心能力和职业道德训练与考核参照规范

参考文献

章节摘录

版权页：插图：1.1.2 店铺定位与进货渠道在你决定开店以前，你可以先给自己提几个问题：你喜欢什么？

擅长什么？

与别人比起来，你的优势在哪里？

清楚自己的优势在哪里了之后，你大概就可以知道自己要经营什么东西了。

比如，有位女生很喜欢研究化妆品，对化妆品的各个品牌、功效、价格和特点都了如指掌，那么她要开店的话，是不是开个化妆品店比较有优势呢？

而一个对电脑游戏非常入迷的人，就可以考虑做一些电子游戏方面的东西。

因为对于自己感兴趣并喜欢的事物，在做起来的时候，你不知不觉就会投入，就会钻研进去。

这样一来，你入门上手也会比较快。

当前，店铺定位容易出现的问题有：驾驭不了所做的产品——不喜欢、不熟悉、做不好；与别人的店铺没有区别——千篇一律，毫无特色，没有人气。

因此，需要改变思维模式：挖掘自己——喜欢什么，擅长什么；创造定位——让店铺自己讲故事；改变产品——增添特色“附加值”。

通常，我们可以从以下几个方面入手：（1）做特色——爱情主题、送礼主题、特定人群等。

比起有成千上万人在做的化妆品、服装、数码产品等东西，你如果不做出自己的特色，是很难冒出头的。

你可以选择别人做得比较少的东西，做好做精。

（2）做稀缺——利用当地货源外地难以买到的优势。

每个地方都有自己的特色，你可以找些本地的特色产品来卖。

比如，新疆有葡萄干，杭州有西湖藕粉和茶叶，广西有绣球，昆明四季有鲜花等。

（3）做整合——家居大卖场、IT大卖场、化妆品大卖场等。

不能只盯住一个牌子，可以多个牌子一起卖，什么好卖就卖什么，买家需要什么就卖什么。

便宜又好的宝贝大卖场，也是很好的经营方式。

（4）做平价——利用自己掌握的低价货源优势。

如果你有朋友正好开了家服装厂，而你又完全可以拿到非常便宜的服装，那么你完全可以考虑做这个，因为你有优势，至少是价格上的优势。

在网上开店，另一个重要的就是进货渠道了。

为了使商品在价格和特色上有优势，可以从以下几个方面着手：（1）密切关注市场变化。

需要时刻关注市场，充分利用商品打折的机会找到价格低廉的商品。

比如一些品牌衣服，卖家们要能在换季或特卖的时候淘到款式新颖、品质上乘的服饰转手在网上拍卖，从时空差价中赚取利润。

（2）关注外贸商品。

很多外贸厂商的剩余商品中，会有些品质较差的商品即外贸尾单，如果可以通过熟人买进转手卖掉，利润丰厚。

但需要注意的是，商品介绍中最好要表明是外贸尾单。

<<电子商务运作>>

编辑推荐

《电子商务运作:理论、实务、案例、实训》:高职高专教育电子商务专业精品课程教材新系,21世纪新概念教材·多元整合型一体化系列,国家级精品课程教材

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>