

<<电子商务应用>>

图书基本信息

书名：<<电子商务应用>>

13位ISBN编号：9787122058294

10位ISBN编号：7122058298

出版时间：2009-8

出版时间：化学工业出版社

作者：李欣，曾文华 编

页数：194

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

职业活动导向型经济管理类系列教材，是在对市场作充分调研和分析的基础上，以职业活动为导向，任务式、项目式教学为主线，体现以学生为学习主体，教师为学习向导的思想，将教材内容联系实际工作需要，围绕工作人员所需知识和能力进行编写。

本教材主要有以下六大特色。

(1) 内容前沿本教材符合教育部职业教育培养目标，立足于国家“电子商务师”职业标准，知识结构合理，内容包括：认识电子商务、互联网应用、网上开店、网店装修、网络营销、电子商务安全、网页设计与专业网站建设。

(2) 实用性强本教材摒弃了枯燥的理论和技術，改进了同类教材技术性太强的特点，力求知识点：短、精、简，通过成功和不成功的案例，引导学生主动读教材，引导学生通过案例去思考、讨论，在实际操作和案例中实现课堂教学与社会实践需要的过渡。

(3) 结构新颖本教材突出“项目-任务式”学习方法，包括六大项目，每个项目中有相应的学习任务，任务中包括：学习目标、案例解读、知识链接、任务拓展、单元评估，在参考国外优秀专业教育教材及教学方法的同时，结合我国专业教育的特点和多年有关电子商务教学的经验，教材中体现“学-讲-练-评”的指导思想。

(4) 图文并茂教材努力化解理论知识，力求简单明了，用图表、插图等多种形式表现，做到通俗易懂，培养学生踏实、肯干的作风以及在互联网环境中“小事也可以成就大事业”的信心。

(5) 案例丰富教材中穿插“案例解读”，案例选题尽可能贴近学生所涉及的社会范围，引导学生养成良好的思考和学习习惯，激发自主学习的积极性；在案例中设置“任务拓展”以拓宽学生的应用能力和知识面，丰富教材内涵；通过“小练习”边学边练，集启发性和思考性于一体。

(6) 考评形式多样单元评估主要包括两张评价表：自我评价和教师评价，目的在于督促和检验学生的学习效果，提高学生的责任意识 and 自我管理的能力。

本书由李欣、曾文华编写，李欣负责教材的规划、组织与总纂，项目一、项目三、项目四由李欣编写，项目二、项目五、项目六由曾文华编写，吕福智老师主审。

本教材适用于所有非电子商务专业的“电子商务基础”、“电子商务”课程教学用书，也可作为在职相关人员的岗位培训和自学用书。

本书在编写的过程中，得到了广东省电子商务考试平台的大力支持，在此，非常感谢广州市白云工商技师学院、广州白云工商高级技工学校职业教育研究所专家们给予的悉心指导和大力支持！

由于时间仓促和水平有限，本书疏漏与不当之处在所难免，敬请同行及广大读者赐教和指正，以便修订。

<<电子商务应用>>

内容概要

本教材符合教育部职业教育培养目标，立足于国家“电子商务师”职业标准，知识结构合理，内容包括：认识电子商务、互联网应用、网上开店、网店装修、网络营销、电子商务安全、网页设计与专业网站建设。

本教材摒弃了枯燥的理论和技術，改进了同类教材技术性太强的特点，力求知识点：短、精、简。用图表、插图等多种形式表现，做到通俗易懂。

本教材适用于所有非电子商务专业的“电子商务基础”、“电子商务”课程教学用书，也可作为在职相关人员的岗位培训和自学用书。

书籍目录

项目一 认识电子商务 任务一 初识电子商务 任务二 B2C电子商务 任务三 B2B电子商务项目二 互联网应用 任务一 IE浏览器的使用 任务二 电子邮件的收发与管理 任务三 常用工具的使用项目三 网上开店 任务一 开店准备 任务二 网店装修 任务三 商品管理项目四 网络营销 任务一 网络市场调研 任务二 网络营销产品策略 任务三 价格策略 任务四 网络促销 任务五 沟通策略项目五 电子商务安全 任务一 病毒防治 任务二 文件加密与解密 任务三 被损文件的恢复 任务四 申请数字证书项目六 网页设计与专业网站建设 任务一 Photoshop操作 任务二 Flash动画制作 任务三 Frontpage网页设计与网站建设参考文献

章节摘录

项目一 认识电子商务 任务一 初识电子商务 案例解读 案例1 电子商务之父

只要谈到电子商务或网络书店，贝佐斯（Jeff Bezos）这个名字几乎可以说是无人不知，无人不晓。网虫昵称他为“电子商务之父”。

美国时代杂志在2000年1月3日出版了跨年的特刊，并遴选“亚马逊网络公司的贝佐斯”作为“年度风云人物”的代表，并且用了近18页的全版版面，称赞贝佐斯的丰功伟业，其影响力由此可见一斑。

谈及亚马逊，公司的创办人贝佐斯淡淡地说：“我们要创建一个前所未有的事物。

”1994年，30出头的贝佐斯，是D.E.Shaw & Co.的一位副总裁。

有一天他上网浏览时，发现了一个统计数字：网络使用人数每个月以2300%的速度在成长。

吃惊之余，他开始思考：既然有这样的一种趋势，那么该如何在这样的时间里创造无穷的商机呢？

他花了两个月的时间研究了网络销售业的潜力与远景，最后得到的结论是：顾客价值。

除非你能够创造具有足够的价值给顾客，否则使用老方法的习惯对顾客而言比较容易。

因此，你必须要做“除了网络别无他人能做”的生意。

最后，他想到了书籍。

这里有三个原因：一是因为美国每年出版的图书有将近130万种，而音乐制品大约有30万种；二是美国音乐市场已经由6家大的录制公司控制，而图书市场还没有形成垄断，即使是老牌连锁店Barnes & Noble的市场占有率也只有12%，而且每年图书行业的营业额能够达到250亿美元；全球的书籍更是多达300多万种，书籍零售有820亿美元的市场；三是读书是很多人的爱好，在国外，有80%的人说读书是他们的业余爱好之一。

因此，1995年，贝佐斯辞去了副总裁的职位，失去一个圣诞节红利高达六位数的工作而去创立一间网络公司，哪怕是失败。

最后他选择了书籍作为网络销售的突破口，公司地点选择了西雅图，因为那里是书籍发行商英格姆（Ingram）的大本营。

.....

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>