

《电子商务实用教程》

图书基本信息

书名：《电子商务实用教程》

13位ISBN编号：9787302260028

10位ISBN编号：7302260028

出版时间：2011-7

出版社：刘彤、黄皖毅、杨云江 清华大学出版社 (2011-07出版)

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以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《电子商务实用教程》

内容概要

《电子商务实用教程》以培养学生掌握电子商务的基本知识和技能为主线，紧扣最新版《电子商务师国家职业标准》，介绍：电子商务技术基础、网络营销、电子商务模式、电子交易、物流基础、电子商务安全技术以及电子商务法律法规等方面的知识；国家职业资格四级(电子商务员)部分理论知识和操作技能；网上建店的操作实例。在附录中列出了常用的英文缩略词、常用专业词语、电子商务员鉴定考试大纲和最新电子商务员鉴定考试模拟试题等。

《电子商务实用教程》适合作为中等职业学校相关专业的电子商务教材，也可作为国家职业资格四级(电子商务员)鉴定考试的参考和自学读本。

书籍目录

第1章 电子商务技术基础1.1 案例导入1.2 计算机网络基础1.2.1 计算机网络的基本概念1.2.2 局域网、广域网与Internet1.2.3 电子商务与计算机网络的关系1.2.4 计算机网络在电子商务中的应用1.3 电子商务概述1.3.1 电子商务的定义1.3.2 电子商务的产生与发展1.3.3 电子商务的基本组成1.3.4 电子商务的分类1.4 电子商务常用网络工具1.4.1 常用搜索引擎1.4.2 电子邮箱1.4.3 即时通信工具1.5 技能训练1.5.1 BBS网站的应用1.5.2 携程旅行网的登录与使用1.5.3 初识“电子商务师实验室”模拟交易平台思考与练习第2章 网络营销2.1 案例导入2.2 网络营销基础2.2.1 网络营销的基本概念2.2.2 网络营销策略2.2.3 网络营销的实现方法2.3 网络商务信息的收集与发布2.3.1 网络商务信息收集2.3.2 信息收集的检索工具2.3.3 网上商务信息发布工具2.3.4 网络广告2.4 案例分析2.5 技能训练2.5.1 邮件列表使用实训2.5.2 在阿里巴巴开网店2.5.3 模拟交易平台的使用——“网络营销”模块操作实训思考与练习第3章 电子商务模式3.1 案例导入3.2 B2C电子商务模式3.2.1 B2C电子商务模式分析3.2.2 B2C交易流程3.2.3 在B2C网站中购买商品3.3 C2C电子商务模式3.3.1 C2C电子商务模式分析3.3.2 C2C交易流程3.4 B2B电子商务模式3.4.1 B2B电子商务模式分析3.4.2 B2B交易流程3.5 其他电子商务模式3.6 技能训练3.6.1 模拟交易平台的使用——“B2C”模块操作实训3.6.2 模拟交易平台的使用——“C2C”模块操作实训3.6.3 模拟交易平台的使用——“B2B”模块操作实训思考与练习第4章 电子交易与网上支付4.1 案例导入4.2 电子交易概述4.2.1 电子交易的基本概念4.2.2 电子交易的流程4.3 电子合同4.3.1 电子合同的基本概念4.3.2 电子合同的类型4.4 网上银行与电子支付4.4.1 网上银行概念4.4.2 网上银行模式4.4.3 网上银行的申请与使用4.4.4 电子货币4.4.5 电子支付流程4.4.6 网上银行支付流程4.4.7 淘宝网交易商品流程4.5 案例分析4.6 技能训练4.6.1 模拟交易平台的使用——“电子银行”模块操作实训4.6.2 模拟交易平台的使用——“EDI”模块操作实训思考与练习第5章 物流基础5.1 案例导入5.2 物流技术5.2.1 物流的基本概念5.2.2 电子商务物流模式5.2.3 电子商务与物流配送5.2.4 电子商务在物流行业的应用5.2.5 物流信息技术5.2.6 企业物流5.3 案例分析5.3.1 沃尔玛物流信息系统实施5.3.2 易购优品的电子商务与物流配送5.4 技能训练思考与练习第6章 电子商务安全与法规6.1 案例导入6.2 电子商务安全基础6.2.1 电子商务安全的基本概念6.2.2 电子商务安全规范6.3 电子商务安全技术6.3.1 计算机安全与网络安全技术6.3.2 知识拓展——密码管理技术6.3.3 知识拓展——认证技术6.3.4 防火墙技术6.3.5 安全协议技术6.3.6 计算机病毒及其防范措施6.3.7 电子商务安全措施及其解决方案6.4 案例分析6.5 电子商务法律法规常识6.5.1 电子商务带来的法律新问题6.5.2 电子商务参与者的法律关系6.5.3 电子商务交易安全的法律保护6.5.4 电子商务域名抢注纠纷案例分析6.6 技能训练6.6.1 免费个人数字证书的申请和安装6.6.2 安全电子邮件签发6.6.3 支付宝实名认证思考与练习第7章 网上开店实务7.1 案例导入7.2 网上开店概述7.2.1 网络购物和网上开店7.2.2 网上创业7.3 网上开店准备7.3.1 网上开店的基本条件7.3.2 经营商品定位7.3.3 成本控制7.3.4 心理准备7.4 技能实训7.4.1 注册淘宝账号7.4.2 激活支付宝账号7.4.3 商家认证7.4.4 发布商品信息7.4.5 申请店铺7.4.6 店铺管理7.5 上机实训——网上开店附录A 英文缩略词汇附录B 常用专业术语注释附录C 电子商务员鉴定考试大纲附录D 电子商务员模拟试卷及参考答案参考文献

章节摘录

版权页：插图：（3）包装分为为保持商品的品质而进行的工业包装和为使商品能顺利抵达消费者手中、提高商品价值、传递信息等以销售为目的的商品包装。包装既是生产的终点，又是企业物流的起点，它的作用是按单位分开产品，便于运输，并保护在途货物。（4）装卸搬运装卸搬运是随运输和储存而产生的必要物流活动，它是对其他物流活动进行衔接的中间环节，包括装车、卸车、分拣、入库以及连接以上各项动作的短程搬运。在物流活动全过程中，装卸活动是频繁发生的，因而是产品损坏的重要原因之一。（5）流通加工流通是保持物资的原有形式和性质，完成商品所有权的转移和空间形式的位移。物流的包装、储存、运输装卸等功能，并不改变物流的对象。但是为了提高物流速度和物资的利用率，在商品进入流通领域后，还需按用户的要求进行一定的加工活动，即在物品从生产者向消费者流动的过程中，为了促进销售，维护产品质量，实现物流的高效率所采取的使物品发生物理和化学变化的措施，这就是流通加工。

3.物流、商流和流通physical distribution可以直接翻译成“物的流通”，简称为“物流”，因此，要了解物流先要研究流通。商品的流通由商流和物流这两个要素构成。商品的流通是社会经济活动的一部分。而商品的生产 and 消费是经济活动的主要构成。由于在商品的生产 and 消费之间存在各种间隔，因此需要通过流通将商品的生产及所创造的价值和商品的消费加以连接。商品的生产 and 消费之间存在的间隔与连接这些间隔的解决方法如下。社会间隔：商品的生产者和商品的消费者有所不同，需要通过商品的交易完成沟通。场所间隔：商品的生产场所和消费场所不在同一地点，需要通过商品的运输进行连接。时间间隔：商品的生产日期与商品的消费日期不尽相同，需要通过商品的保管加以衔接。人们通过商业或贸易活动来沟通商品的生产与消费之间的社会间隔，这种沟通被称为“商流”。商品从生产者向消费者的转移，如商品的运输和保管，即商品的生产 and 消费的场所间隔与时间间隔需要通过“物流”来进行沟通。随着社会的发展和社会分工的细化，商品的生产 and 消费之间的这种间隔越来越大，而商品通过流通将商品的社会、场所和时间的间隔加以连接所起的作用也越来越明显。综上所述，人们通过“商流”消除了商品的社会间隔，通过“物流”消除了商品的场所和时间间隔，二者共同实施的结果完成了商品的所有权和商品实体的转移，即商品的流通。“物流”并不先于“商流”存在，而是在“商流”确定以后的具体行为。但是如果没有“物流”，“商流”也就无法实现。因此，“商流”与“物流”的关系是相辅相成、互相补充的，是商品流通领域的两大基本要素。

《电子商务实用教程》

编辑推荐

《电子商务实用教程》为中等职业学校信息技术规划教材之一。

《电子商务实用教程》

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:www.tushu111.com