

<<旅游电子商务>>

图书基本信息

书名：<<旅游电子商务>>

13位ISBN编号：9787302267393

10位ISBN编号：7302267391

出版时间：2011-11

出版时间：清华大学出版社

作者：范智军 主编

页数：303

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>

## <<旅游电子商务>>

### 内容概要

《旅游电子商务》围绕旅游电子商务的基本职能，按高职教育教学要求，采用情境式结构编写，每个单元由若干个项目组成，每个项目又分成若干个任务来完成。

全书共分四个情境，包括旅游电子商务应用模式与规划设计、旅行社电子商务、旅游目的地电子商务、酒店电子商务。

本书特色体现在三个方面：以素质培养为基础、以能力培养为核心，紧密联系在线商旅工作发展前沿，构建“工学结合”的课程教学体系；采取“任务驱动、项目导向”方式，设计职业情境，融理论于实践操作，体现学生自主学习的精神与能力；以旅游电子商务工作职能的完成为载体，实行“教、学、做”一体化教学模式，突出学生的实践能力培养与创新意识的塑造。

《旅游电子商务》适合高职高专院校旅游类专业作为教材使用，同时适合一般社会读者阅读参考。

## &lt;&lt;旅游电子商务&gt;&gt;

## 书籍目录

## 学习情境一 旅游电子商务应用模式与规划设计

## 项目1旅游电子商务应用现状分析

## 任务1.1旅游电子商务应用现状与发展

## 任务1.2金旅工程的发展趋势及其对旅游企业的影响

## 项目2旅游电子商务应用模式分析：b2b、b2c模式

## 任务2.1电子商务平台操作基本常识

## 任务2.2b2b旅游电子商务模式操作

## 任务2.3b2c旅游电子商务模式操作

## 项目3b2b、b2c模式旅游电子商务运营规划设计

## 任务3.1旅游电子商务运营规划基础

## 任务3.2b2b、b2c模式旅游电子商务运营规划

## 任务3.3旅游电子商务网站规划

## 项目4旅游网站页面设计

## 任务4.1旅游网站类型概述

## 任务4.2应用dreamweavermx软件和html语言制作旅游类网站

## 学习情境二 旅行社电子商务

## 项目5旅行社电子商务定位

## 任务5.1旅行社电子商务市场调研与定位

## 任务5.2旅行社电子商务体系组成要素分析

## 任务5.3旅行社电子商务成本构成

## 项目6旅行社网站建设与运营管理

## 任务6.1电子商务线上支付方式学习

## 任务6.2旅行社网站推广计划分析

## 任务6.3旅行社网站建设技巧与运营管理

## 项目7旅行社管理系统

## 任务7.1旅行社管理系统概述

## 任务7.2旅行社管理系统应用

## 项目8旅行社电子商务综合 项目

## 学习情境三 旅游目的地电子商务

## 项目9旅游目的地电子商务定位

## 任务9.1旅游目的地电子商务市场调研与分析

## 任务9.2旅游目的地电子商务市场定位

## 项目10建设旅游目的地网站与内容

## 任务10.1网页设计

## 任务10.2网站运营与规划

## 项目11产品在线营销与网络服务

## 任务11.1旅游目的地产品网络营销

## 任务11.2在线客户关系管理

## 任务11.3旅游目的地营销系统

## 项目12旅游目的地电子商务综合 项目

## 任务12.1国家“金旅工程”框架规划

## 任务12.2整合旅游目的地的各种旅游资源，面向游客开展电子商务活动

## 学习情境四 酒店电子商务

## 项目13酒店电子商务定位

## 任务13.1酒店电子商务市场调研与分析

<<旅游电子商务>>

任务13.2酒店电子商务市场定位

项目14建设酒店网站

任务14.1酒店电子商务体系设计

任务14.2酒店电子商务网站运营与规划

项目15酒店产品在线营销

任务15.1酒店产品网络营销

任务15.2酒店网络营销系统

项目16网络服务

任务16.1酒店客户关系管理系统

任务16.2酒店crm系统模块操作

项目17酒店电子商务综合 项目

任务17.1“西软”foxhis酒店管理软件实训

任务17.2酒店电子商务 项目应用

参考文献

## 章节摘录

版权页：插图：(1) 客户范围。

从不同的角度来考虑，公司客户范围的界定需要从两个方面入手。

一方面，要将公司客户在商家和消费者之间选择，如果公司主要向商家提供产品或服务，这就是B2B电子商务，在每个产业中，又有不同类型、不同规模、不同技术水平的商家；如果公司主要向消费者提供产品或服务，这就是B2C电子商务，消费者可以根据性别、年龄、职业、受教育程度、生活方式、收入水平等特征划分为不同类型。

另一方面，要将公司客户在不同的地域内进行选择，公司要明确向世界上哪个地方销售产品或提供服务，因为互联网跨越时空的特点使得公司的市场范围大大延伸了。

(2) 产品或服务范围。

当公司决定向哪一个领域提供产品或服务后，还必须决定向这部分市场需求提供多少服务。

例如，一家定位于大学生的互联网公司必须要满足他们多少需求。

它可以在基本的连接服务、聊天室、电影、音乐、游戏、网上教学、考研答疑等到方面来选择要提供的服务内容。

3. 收入和利润来源在现实的市场中，很多公司直接从其销售的产品中获得收入和利润，或者从其提供的服务中获得收入和利润。

但是，在电子商务市场中，因为互联网的一些特性，使公司利用互联网从事电子商务的收入和利润的来源变得更加复杂。

例如，从事网络经纪电子商务模式的公司的收入来源至少有交易费、信息和建议费、服务费和佣金、广告和发布费等。

而一个采取直销模式的公司的收入则主要来自对客户提供服务的成本或减少配送环节增加的利润。

从向客户提供的产品或服务中获取利润非常重要的一个环节是对所提供的产品及服务正确地定价。

在电子商务市场中，大多数产品和服务是以知识为基础的，以知识为基础的产品一般具有高固定成本、低可变成本的特点，因而产品或服务的定价具有较大的特殊性，企业定价的目标不在于单位产品的利润水平，而是更加重视产品市场占有率的提高和市场的增长。

这种产品还具有能够锁定消费者的特点，使许多消费者面临着较高的转移成本，使已经在竞争中占有优势的公司不断拉大与其竞争者的距离。

编辑推荐

《旅游电子商务》是工作过程导向理念规划教材,高职高专旅游类专业精品教材之一。

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>