

<<电子商务师国家职业资格培训教程>>

图书基本信息

书名：<<电子商务师国家职业资格培训教程>>

13位ISBN编号：9787304032289

10位ISBN编号：7304032286

出版时间：2005-6

出版时间：中央广播电视大学

作者：中国就业培训技术指导中心 编

页数：350

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

电子商务的迅猛崛起和发展，使那些“既懂电子，又懂商务；既会应用，又会创新”的复合型人才的需求迅速加大。

据IDC估算，如果全球电子商务营业额达到几万亿的规模，电子商务职业岗位人才需求将增加到2000万人，这个数字比全世界现有的信息专业人员总数还要大。

人才瓶颈将是阻碍电子商务发展的重要因素，因此，各个国家在制定电子商务发展政策和规划时，都高度重视人才的培养和培训工作。

我国政府对电子商务人才的培养和培训工作极为重视，为了推动电子商务人员的职业培训和职业技能鉴定工作的开展，在电子商务从业人员中推行国家职业资格证书制度，中国就业培训技术指导中心在完成《电子商务师国家职业标准》（以下简称《标准》）制定工作的基础上，组织部分参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家，共同编写了《电子商务师国家职业资格培训教程》（以下简称《教程》）系列教材。

本套《教程》紧贴《标准》。

内容上力求体现“以职业活动为导向，以职业技能为核心”的指导思想，突出职业培训特色；结构上，针对电子商务人员职业活动的领域，按照模块化方式，分为电子商务员、助理电子商务师、电子商务师和高级电子商务师（分别对应国家职业资格四级、三级、二级、一级）4个等级进行编写。

<<电子商务师国家职业资格培训教程>>

内容概要

《电子商务师国际职业资格培训教程：电子商务师（国家职业资格2级）》由电子商务系统规划与建设、电子商务系统管理、电子商务系统运营和商务网站评估四个板块有机组成。

“电子商务系统规划与建设”侧重于商业网站的建设，从系统工程角度阐述电子商务网站的规划和建设过程。

主要包括电子商务系统可行性分析与设计、电子商务系统平台建设管理和电子商务系统建设三个部分。

“电子商务系统管理”主要介绍电子商务系统管理的内容、组成和管理技巧，并从日常管理、安全管理和人力资源等多方面阐述电子商务管理的经验、技巧和常识，主要包括电子商务系统运行管理、电子商务安全管理、培训与指导三个部分。

“电子商务系统运营”是《电子商务师国家职业资格培训教程》的重点和难点。

主要介绍网络采购、网络营销、网络促销、客户服务和电子商务物流等内容，并重点介绍了目前电子商务运营中的各种新知识、新技能和新趋势。

“商务网站评估”包括电子商务建设和电子商务应用评估。

主要从功能、内容和实施三个角度介绍评估的知识、技能和评估工具。

书籍目录

绪论一 电子商务师的技能与职业特征二 本书的内容结构分析三 如何学好和用好本书的建议第一章 电子商务系统规划与建设第一节 电子商务系统可行性分析与设计一 电子商务系统的需求调研二 商务网站的可行性分析三 商务网站的总体规划设计四 商务网站实施方案第二节 商务网站平台建设管理一 合作伙伴的选择二 商务网站建设与项目管理三 商务网站的测试和验收第三节 商务网站内容建设一 制定网站内容实施计划和相关规范二 网站内容的信息采集与处理三 网站内容的组织和资源管理第二章 电子商务系统管理第一节 电子商务系统运行管理一 商务网站运行的策略和规划二 商务网站运行管理制度制定和实施三 商务网站信息应用与管理方案运行信息管理第二节 电子商务安全管理一 系统运行安全分析二 交易数据安全第三节 岗位培训与指导一 岗位培训计划的编制二 电子商务员和助理电子商务培训教案的编写第三章 电子商务运营第一节 网络采购一 制定网上采购业务流程二 组织实施网上采购第二节 网络营销一 营销目标和实施策略二 完善平台功能三 产品策划四 网络销售五 网上市场调研六 指导商情分析工作第三节 网络促销策划一 网站推广计划的制定二 网站促销活动的策划三 网站促销活动的评估第四节 客户服务一 网站客户服务系统的选择二 网站客户服务流程的实施三 客户需求分析报告的撰写第五节 电子商务物流管理一 物流配送的一般流程二 电子商务物流配送流程三 电子商务物流配送系统四 现代物流技术JIT在电子商务中的应用第四章 电子商务网站评估第一节 电子商务网站建设评估第二节 商务网站应用评估第三节 电子商务网站评估的案例

章节摘录

调研对象的确定与调研目标相一致。

要获取总体需求时，就要选择了解并把握宏观和总体需求的调研对象；要获取详细需求时，就要选择电子商务系统相关操作层面的人。

2) 调研方法。

调研方法有多种，每次调研可以根据调研目标、调研对象等因素选择若干合适的具体方法。

常用需求调研方法有：座谈或现场讨论；调研表内容确认；走访并参观现阶段的业务、技术环境等；搜集与业务相关的书面或电子资料（包括行业管理资料、商业合同样本、商品资料、空白业务报表、业务传递书等）；网络或传统的问卷调查方式。

(3) 确定时间、人员、预算。

确定时间计划是指本次调研周期中，调研计划制定、调研准备、调研、调研资料整理并撰写调研报告、向相关领导汇报等的时间安排。

为有效进行需求调研，需要与调研对象沟通，并在此基础上共同确定调研日程表。

调研人员数量主要根据调研工作量和时间计划紧张程度而定。

如果时间比较紧张，需要分工走访，就需要多安排一些调研人员。

一般调研小组主要包括协调员或领队、调研员、需求分析员。

对于小型项目来说，协调员负责与调研对象沟通，以保证调研日程顺利执行。

对于大型项目来说，需求调研工作量大，需求能否把握准确关系重大，往往由项目经理做领队，紧密执行调研任务，做好沟通管理，并随调研进展情况做出相关应急调整，最大限度地捕捉需求信息。

费用预算应该包含调研所需材料耗费的费用、交通费、人力资源费用等。

(4) 调研问题列表。

针对每个调研对象，分别列出相应的调研问题。

(5) 调研注意事项：为了达到较好的调研效果，调研过程中需要注意一些事项。

如：当向对方询问情况时，一定要注意礼貌、仪表及语气等；详细询问并记录被访人员和相关人员的姓名、电话等情况；调研时，当自己认为理解了对方的意图时，一定要向对方重述自己的理解，得到对方认同；复印资料一定要事先征求对方的意见；调研时一定要做好记录工作，并于当天对调研记录进行整理；调研时，对于对方要求保密的资料应及时注明，并妥善保管。

(6) 调研预期成果。

不同的电子商务系统，每一次需求调研的预期成果都不尽相同，这与调研的目标有直接关系。

一般来讲，调研预期成果包括：调研记录与总结；现场调研意见反馈（在调研过程中以及调研结束时，虚心听取调研对象对调研工作的内容、方式、安排等给出的评价，以此改进本次调研的进行，并可作为制定下一轮调研计划的参考）；收集到较为全面的资料（文档、报表等）；考查到调研对象现在的信息化水平、Internet接入条件等；能够根据调研形成调研报告以及需求分析说明书。

2. 需求调研及需求资料整理 (1) 调研相关准备。

包括：成立调研小组并进行责任分工；内部学习调研计划，要求调研小组成员十分清楚调研计划的各项内容；制作调研相关表格等。

(2) 与调研对象沟通调研计划。

与调研对象分享调研计划的部分内容，目的是希望对方清楚调研的日程，提前准备他们要向调研小组讲解的内容，提前指定专门负责接待及讲解的具体人员。

(3) 需求调研及需求资料整理。

以调研计划为指导，走访各调研对象，重点了解业务流程、使用习惯和使用期望，收集相关书面材料或电子数据。

编辑推荐

《电子商务师国际职业资格培训教程:电子商务师(国家职业资格2级)》由中央广播电视大学出版社出版。

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>