

高等职业教育“十二五”规划教材
汽车专业工作过程导向职业核心课程双证系列教材

Nucleus
新核心

人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心 组编

汽车电子商务 一体化项目教程

QICHE DIANZI SHANGWU
YITIHUA XIANGMU JIAOCHENG

郑喜昭 黎贺荣 主编



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

013042528

F766-43

11

高等职业教育“十二五”规划教材

汽车专业工作过程导向职业核心课程双证系列教材

人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心组编

汽车电子商务一体化 项目教程

主 编 郑喜昭 黎贺荣

副主编 田井贵

主 审 吕惠敏



F766-43
11

上海交通大学出版社



北航

C1650369

内 容 简 介

本书是根据汽车专业所面向的主要就业岗位调查,组织召开汽车电子商务工作任务分析研讨会,以工作过程中所需的知识与技能为核心,整合为《汽车电子商务》课程,图文并茂,通俗易懂。主要内容包括:体系功能知识、局域网搭建、汽车电子商务安全、汽车商务软件实践维护、站点建设、网页布局、网页基础编辑及美化、网页的发布和维护、搜索引擎技术、网络调研、网络推广等 11 个典型的工作任务。通过对典型工作任务的解决,重点介绍汽车电子商务体系、汽车网站开发和网络营销等方面的知识与技能。强调按企业实际工作过程来培养学生汽车网络营销和推广等工作能力。

本书可作为高职高专、技工院校、普通高校、远程教育和培训机构教学的汽车电子商务教材,也可作为各类汽车商务与相关从业人员的培训与自学教材。

为了方便老师教学及学生自学,本书配有多媒体课件,欢迎读者来函来电索取。联系电话(021)61675263;电子邮箱:shujun2008@gmail.com。

图书在版编目(CIP)数据

汽车电子商务一体化项目教程/郑喜昭,黎贺荣主编.
—上海:上海交通大学出版社,2012
汽车专业工作过程导向职业核心课程双证系列教材
ISBN 978-7-313-08544-3

I. ①汽… II. ①郑… ②黎… III. ①汽车—电子商务—职业教育—教材 IV. ①F766-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 107365 号

汽车电子商务一体化项目教程

郑喜昭 黎贺荣 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话: 64071208 出版人: 韩建民

上海亿顺印务有限公司印刷 全国新华书店经销

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 19.5 字数: 466 千字

2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-313-08544-3/F 定价: 39.50 元

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 021-56889281

人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心组编
汽车专业工作过程导向职业核心课程双证系列教材编审委员会

■ 顾 问

- 刘 康 人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心主任
王建平 中国人才交流协会汽车人力资源分会常务副会长、秘书长
余卓平 中国汽车工程学会常务理事、同济大学汽车学院院长、教授、博导
王优强 教育部高等学校高职高专汽车类专业教学指导委员会秘书长、教授、博导
陈关龙 上海交通大学汽车工程学院常务副院长、教授、博导
鞠鲁粤 上海大学巴士汽车学院院长、教授
徐国庆 华东师范大学职教研究所副教授、博士
荀逸中 上汽集团华域汽车有限公司副总经理
任 勇 东风日产乘用车公司副总经理
阮少宁 广州元丰汽车销售服务有限公司董事长

■ 名誉主任

谢可滔

■ 编委会主任

李孟强 杨 敏 叶军峰 乔本新

■ 委 员

(按姓氏笔画为序)

万军海	王长建	王文彪	王会明	王秀贞	王 勇	王 锋	卢宜朗
叶军峰	宁建华	冯永亮	吕惠敏	朱德乾	乔本新	刘炽平	孙乃谦
严安辉	苏小萍	杨 敏	李支道	李孟强	豆红波	沈文江	林月明
罗雷鸣	郑志中	郑喜昭	项金林	赵顺灵	胡军钢	钱素娟	徐家顺
谈 诚	黄建文	符 强	梁 刚	梁其续	曾 文	谢兴景	雷明森
蔡文创	蔡昶文	谭善茂	黎亚洲	潘伟荣	潘向民		

■ 本书编写委员会

主 编 郑喜昭 黎贺荣
副主编 田井贵
主 审 吕惠敏

序

随着社会经济的高速发展和现代制造业的逐步升级,全社会对技能人才地位和作用的认识得到了空前的提高,技能人才的价值越来越得到认可。如何培养符合未来经济社会发展需要的技能人才也得到了广泛关注。

人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心和中国就业培训技术指导中心,担负着为全国就业和职业技能培训领域提供技术支持和技术服务的重要任务。在新的形势下,为各类技工院校、职业院校和培训机构提供技能人才培养、培养模式及方法等方面的技术指导尤为重要。在中央有关就业培训政策方针指引下,中心结合国情,开拓创新思路,探索培训方式,研究扩大就业,提供技术支持,为国家就业服务和职业培训鉴定事业的发展,提供了强有力的支撑。与此同时,中心不断深化理论研究,注重将理论转化为实践,成果也十分明显。由中心组编的“汽车专业工作过程导向职业核心课程双证系列教材”便是这种实践成果之一。

我国作为世界汽车生产和消费大国,汽车产业的快速发展和汽车消费的持续增长,为国民经济的增长产生了巨大拉动作用。近年来,我国汽车专业职业教育事业取得了长足发展,为汽车行业输送了大量的人才。随着汽车产业的迅猛发展,对汽车专业人才提出了更高的要求。进一步深化人才培养模式、课程体系和教学内容的改革,不断提高办学质量和教学水平,培养更多的适应新时代需要的具有创新能力的高技能、高素质人才,是汽车专业教育的当务之急。

作为汽车专业教育的重要环节,教材建设肩负着重要使命,新的形势要求教材建设适应新的教学要求。职业教育教材应针对学生自身特点,按照技能人才培养模式和培养目标,以应用性职业岗位需求为中心,以素质教育、创新教育为基础,以学生能力培养、

技能实训为本位,使职业资格认证培训内容和教材内容有机衔接,全面构建适应 21 世纪人才培养需求的汽车类专业教材体系。

我热切地期待,本系列教材的出版将对职业教育汽车类专业人才的培养和教育教学改革工作起到积极的推动作用。

人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心主任

中国就业培训技术指导中心主任



2011 年 5 月

全国职业教育汽车类专业高技能人才培养论坛介绍

一、论坛介绍

全国职业教育汽车类专业高技能人才培养论坛是由中国高等职业教育汽车类专业教学委员会组织,并定期举办的汽车专业职业教育论坛。论坛旨在搭建职业教育汽车类专业交流平台,促进教学研究活动的开展,提高教育教学质量,推动我国汽车类专业高技能人才培养模式改革和发展。

二、举行时间和地点

论坛年会将于每年8月份举行。每年更换年会地点。

三、论坛参与人员

政府相关主管部门领导;职业院校汽车类专业院长、系主任、教研室主任、学科带头人、骨干教师;职业教育专家;汽车相关企业专家及负责人。

四、主要议题

1. 教学交流:专业建设、培养方案、课程设置、教学改革、教学经验等。
2. 科研交流:科研立项、教改研究、教学资源库建设、立体化教材编写等。
3. 人才交流:高技能师资引进和储备、高技能人才就业与创业等。
4. 信息、资源交流:招生与就业信息、校企合作机制等。
5. 校企合作和国际交流:产学研合作机制、学生国外游学项目、教师海外进修等。

五、论文与出版物

被论坛年会录用的论文将正式出版,经专家评审后的部分优秀论文将推荐在核心期刊上发表。

六、秘书处联系方式

通讯地址:上海市番禺路951号505室 邮编:200030 传真:(021)64073126

联系人:张老师 电话:021-61675263

邓老师 电话:021-61675282

E-mail: qicheluntan@foxmail.com

七、论坛相关资料索取

请您认真填写以下表格的内容,并通过电子邮件、传真、信件等方式反馈给我们,我们将定期向您寄送邀请函、出版物等相关资料。

资料索取表

姓名	性别	职务/职称	
院系			
通信地址			邮编
联系电话	传真		
E-mail	手机号码		
院长/系主任姓名			

目录

第一部分 课程整体设计 001

- 一、课程整体设计 001
- 二、课程目标设计 002
- 三、课程教学资源要求 002
- 四、项目设置与项目培养目标分解 002
- 五、课程考核方案设计 004
- 六、教学建议 004

第二部分 教学内容 005

- 项目一 汽车电子商务平台 005
 - 任务 1.1 电子商务体系构成及功能认识 006
 - 学习目标 006
 - 任务情景 006
 - 相关知识 007
 - 任务实施 033
 - 任务评价 034
 - 学习拓展 034
 - 任务 1.2 汽车电子商务中的局域网搭建 035
 - 学习目标 035
 - 任务情景 035
 - 相关知识 035
 - 任务实施 054

任务评价	066
学习拓展	066
任务 1.3 安全防范和病毒查杀	066
学习目标	066
任务情景	067
相关知识	067
任务实施	084
任务评价	094
学习拓展	095
任务 1.4 汽车商务软件实践维护	095
学习目标	095
任务情景	096
相关知识	096
任务实施	117
任务评价	127
学习拓展	128
项目二 汽车电子商务网站建设	129
任务 2.1 使用 Dreamweaver 软件建立站点	130
学习目标	130
任务情景	130
相关知识	130
任务实施	146
任务评价	149
学习拓展	149
任务 2.2 网页布局	149
学习目标	149
任务情景	150
相关知识	150
任务实施	161
任务评价	164
学习拓展	165
任务 2.3 网页基础编辑及美化	165
学习目标	165
任务情景	165
相关知识	166
任务实施	186
任务评价	192
学习拓展	192

任务 2.4 网页的发布和维护	193
学习目标	193
任务情景	193
相关知识	193
任务实施	212
任务评价	219
学习拓展	220
项目三 汽车网络营销	221
任务 3.1 使用搜索引擎收集信息	222
学习目标	222
任务情景	222
相关知识	222
任务实施	240
任务评价	245
学习拓展	246
任务 3.2 网络调研	246
学习目标	246
任务情景	246
相关知识	247
任务实施	263
任务评价	269
学习拓展	270
任务 3.3 网络推广	270
学习目标	270
任务情景	271
相关知识	271
任务实施	294
任务评价	298
学习拓展	298
参考文献	299

第一部分

课程整体设计

一、课程整体设计

本课程按照实际工作内容进行设置,包括汽车电子商务平台、汽车电子商务网站建设与汽车网络营销等3个教学项目,11个典型工作任务,具体的教学安排建议如下表。

项目名称	工作任务	课时分配
汽车电子商务平台	电子商务体系构成及功能认识	4
	汽车电子商务中的局域网搭建	8
	汽车电子商务安全	4
	汽车商务软件实践维护	4
汽车电子商务网站建设	使用 Dreamweaver 软件建立站点	4
	网页布局	4
	网页基础编辑及美化	8
	网页的发布和维护	4
汽车网络营销	使用搜索引擎收集信息	4
	网络调研	8
	网络推广	8

项目一汽车电子商务平台。将汽车电子商务平台建设分为4个内容。在各个内容中学习汽车电子商务平台建设过程中所用到的体系功能知识、局域网搭建、汽车电子商务安全、汽车商务软件实践维护等方面的知识点,并运用到各情景任务操作中。

项目二汽车电子商务网站建设。根据汽车电子商务网站建设的工作程序,将汽车电子商务网站建设分为4个步骤,通过对各个步骤的操作,学习汽车电子商务网站建设过程中所运用到的站点建设、网页布局、网页基础编辑及美化、网页的发布和维护等知识与技能。

笔记

项目三汽车网络营销。将汽车网络营销分为3个内容。在各个内容中学习汽车网络营销中所用到的搜索引擎技术、网络调研、网络推广等方面的知识点,并运到各情景任务操作中。

二、课程目标设计

熟记汽车电子商务的体系构成与功能、三大模式的运营方式及安全系统;
能利用防毒杀毒工具进行防御查杀网络病毒和木马程序的操作;
能根据企业内部网结构搭建企业局域网平台,实现企业内部资源共享;
能使用 Dreamweaver 软件编辑汽车网页,美化网页;
会利用网上调研平台开展在线市场调研活动;
会利用搜索引擎的各种命令检索相关汽车商务信息;
能指定或选择合适的网站进行宣传和推广。

三、课程教学资源要求

师资要求:建议中级或以上职称,或具有汽车电子商务、汽车销售和网络管理等企业工作经验的老师进行任课。

实训资源:

实训场所名称	实训场所要求	设备序号	设备名称	数量	设备功能
汽车电子商务实训室	1. 配备服务器 2. 设有汽车4S店部门标示,并能进行分组教学 3. 配置机柜(交换机、网线) 4. 能够连接网络	1	电脑(连接网络)	40台	教学实训
		2	服务器	1台	教学实训
		3	交换机	3台	教学实训
		4	路由	1台	教学实训
		5	网线(带水晶头)	45条	教学实训
		6	汽车商务软件	1套	教学实训
		7	Dreamweaver 软件	1套	教学实训

四、项目设置与项目培养目标分解

序	项目	学习任务	职业能力目标	课时分配
1	汽车电子商务平台认识	电子商务体系构成及功能认识	1. 会熟练地鉴别电子商务的三大模式 2. 能利用知名网站分析 BtoB、BtoC 和 CtoC 各个模式的运营方式和功能 3. 采取小组讨论与学习,能分工合作	4
		汽车电子商务中的局域网搭建	1. 能叙述计算机网络的特点及分类 2. 能分析网络常见拓扑结构的特点 3. 能解释 IP 地址的分类和组成 4. 能叙述局域网组建的方式和种类 5. 能选择分析局域网中的硬件设备组成 6. 能规划局域网的布线结构 7. 能实现局域网络连接 Internet 8. 采取小组讨论与学习,能分工合作	8

(续表)

笔记

序	项目	学习任务	职业能力目标	课时分配	
1	汽车电子商务平台认识	安全防范和病毒查杀	<ol style="list-style-type: none"> 1. 会鉴别各常见的网络病毒和木马程序 2. 能利用防毒软件防御和查杀网络病毒 3. 能利用计算机系统和相关软件对计算机进行加密, 保护隐私 4. 小组讨论与学习, 能分工合作 	4	
		汽车商务软件实践维护	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能熟练讲解各种汽车商务软件的结构 2. 能够分析客户关系管理的四大能力 3. 能够利用商务服务软件管理客户 4. 会各种汽车商务软件的安装和维护 5. 小组讨论与学习, 能分工合作 	4	
2	汽车电子商务网站建设	使用 Dreamweaver 软件建立站点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 正确安装 dreamweaver 软件 2. 能够正确描述 Dreamweaver 软件操作界面的功能 3. 能使用 Dreamweaver 软件建立一个简单的网站站点 4. 小组讨论与学习, 能分工合作 	4	
		网页布局	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能正确在 Dreamweaver 软件中插入框架和表格 2. 能够使用框架进行页面布局 3. 能使用表格进行页面布局, 构建网站各页面的结构 4. 小组讨论与学习, 能分工合作 	4	
		网页基础编辑及美化	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能根据任务需要收集网站建设素材 2. 在 Dreamweaver 软件中, 能使用 HTML 语言实现各网页基本内容和图片的编辑 3. 正确使用页面美化和个性化设置等相关操作的 HTML 语言 4. 小组讨论与学习, 能分工合作 	8	
		网页的发布和维护	<ol style="list-style-type: none"> 1. 叙述网页发布的方法和域名注册流程 2. 能使用 IIS 在本机上发布网页 3. 简单进行网页的优化管理 4. 小组讨论与学习, 能分工合作 	4	
3	汽车网络营销	使用搜索引擎收集信息	<ol style="list-style-type: none"> 1. 叙述搜索引擎的基础知识 2. 能描述搜索引擎常见的使用方法 3. 能利用搜索引擎常见的使用方法来收集汽车商务和品牌信息 4. 小组讨论与学习, 能分工合作 	4	
		网络调研	<ol style="list-style-type: none"> 1. 叙述网上调研的步骤 2. 能选择合适的网上调研平台 3. 能在网上平台上发布调研问卷, 并对数据进行收集 4. 小组讨论与学习, 能分工合作 	8	
		网络推广	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉网络信息推广的方法 2. 能撰写网络推广方案策划书 3. 能够根据企业特点选择合适的网络营销手段或组合 4. 小组讨论与学习, 能分工合作 	8	
4	合 计:			60 课时	60

五、课程考核方案设计

序号	考核项目	考核任务	考核方案	考核权重
1	汽车电子商务平台	电子商务体系构成及功能认识	过程考核	5%
		汽车电子商务中的局域网搭建	过程考核	15%
		汽车电子商务安全	过程考核	5%
		汽车商务软件实践维护	过程考核	10%
2	汽车电子商务网站建设	使用 Dreamweaver 软件建立站点	过程考核	5%
		网页布局	过程考核	10%
		网页基础编辑及美化	过程考核	15%
		网页的发布和维护	过程考核	5%
3	汽车网络营销	使用搜索引擎收集信息	过程考核	5%
		网络调研	过程考核	10%
		网络推广	过程考核	15%

六、教学建议

本课程是汽车后市场从业人员必修的理论知识与专业技能的核心课程,也是学生学习汽车商务的重要基础课程。主要学习电子商务原理与基本功能,学习和搭建企业局域网结构、网页网站的编辑、网络营销与网络推广以及汽车电子商务的实体运营。重点按企业实际需要和企业网络营销模式的发展趋势来培养学生的认识、分析、建设、使用、调试与推广等基本技能。是为汽车销售与实务课程和汽车售后服务管理课程的提升,为学习汽车保险与理赔等课程打下坚实基础。本书的项目按工作过程系统化原则进行编写,即参考项目工作流程“咨询—决策—计划—实施—检验—评估”,将本书的编写思路确定为:任务提出—相关知识—任务实施—任务评价—学习拓展。

本书建议按工作过程系统化项目教学和任务驱动组织教学,通过多个项目任务的训练,培养学生“接受任务—分析任务—准备相关知识—制订任务实施计划—任务实施—检验与评估”的企业工作或学习的过程能力,实现“做中学,学中做”的一体化教学核心思想。同时,建议建立汽车电子商务实训室,模拟企业工作环境,从解决企业工作过程的实际工作岗位任务入手,按“提出任务—相关知识—任务实施—任务评估—学习拓展”等五个环节实施项目教学。在教学过程中,体现教师引导、学生训练为主的现代职业教育理念(职业活动行动导向教学法),在培养学生专业能力的同时,全过程渗透职业核心能力训练。并对问题解决的方法进行潜移默化,培养学生的工程工作能力。

第二部分

教 学 内 容

项目一

汽车电子商务平台

1. 项目描述

构建小型办公局域网(借鉴汽车商务实训场的网络配置):

(1) 某汽车 4S 公司旗下有,销售部:计算机 8 部;售后服务部:计算机 8 部;客服中心:计算机 6 部;收银台:计算机 3 部,另有打印机 1 台;配件部:计算机 3 部;行政中心:服务器 1 部、计算机 4 部。

(2) 添加一些必要的设备,组建一个小型办公局域网,能够实现局域网中资源共享(汽车商务软件的安装使用),外网的访问(打印机共享)及局域网安全。

(3) 先绘制出组网结构图,网络硬件设备选择,IP 地址分配设置,最终形成一份组网方案。

2. 项目目标

- (1) 熟悉 Windows Server 2003 的基本特点。
- (2) 能说出各网络连接介质的功能及特点。
- (3) 能利用连接介质搭建一个局域网。
- (4) 能按公司部门工作要求搭建办公局域网。
- (5) 能简易维护网络,保障网络安全。
- (6) 能在局域网中实现各种汽车商务软件的安装和维护。

3. 项目任务

任务 1.1 电子商务体系构成及功能认识。

任务 1.2 汽车电子商务中的局域网搭建。

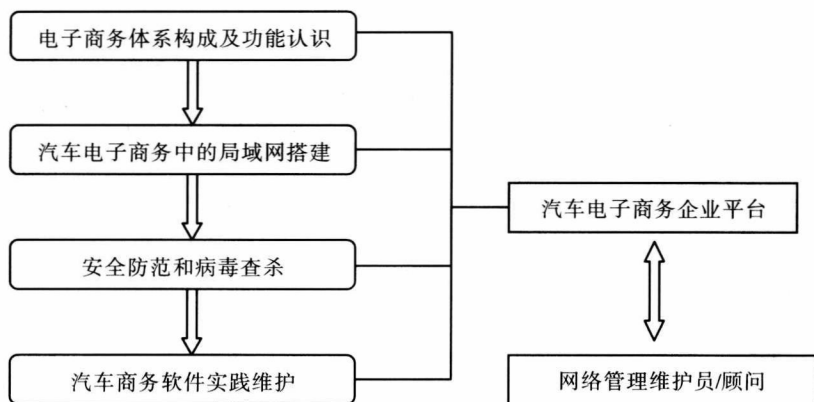
任务 1.3 安全防范和病毒查杀。

任务 1.4 汽车商务软件实践维护。

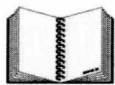
笔记

4. 项目实施

项目实施步骤及其涉及的工作岗位如下图。



任务 1.1 电子商务体系构成及功能认识



学习目标

通过本任务的学习,你应当:

1. 了解电子商务含义。
2. 了解电子商务运作模式。
3. 了解汽车电子商务在国外的的发展情况。
4. 了解汽车电子商务在国内的发展情况。
5. 了解汽车电子商务发展趋势。



任务情景

情景一:某汽车经销商集团在全国各地有多家独立法人的4S店,为了节约成本,该集团建立了电话电视会议系统,大大节省了各地人员回总部开会的交通、住宿以及时间成本。

情景二:某汽车经销商在网络上建立了自己的网站,内容包括企业介绍、车型介绍、新闻资讯等内容,但没有车辆买卖功能。

情景三:某企业在自建的网站上销售产品,同时也在淘宝上注册网店销售。

情景四:某汽车生产厂家通过建立售后服务系统,可以通过网络或其他方式很方便地查询到各4S店的维修车辆信息。

情景五:政府出资建立网站,方便车主查询车辆违章信息。

请描述上述哪些情景包含了电子商务内容。

任务目标

1. 清楚电子商务含义。
2. 了解电子商务运作模式。
3. 了解汽车电子商务在国内外的的发展情况。



相关知识

知识要点 1 什么是电子商务

电子商务,顾名思义就是电子技术与商务活动的结合。商务本身有广义狭义之分,广义的商务概念,是指一切与买卖商品服务相关的商业事务;狭义的商务概念即指商业或贸易。因此,电子商务的概念上也有广义与狭义之分。

广义上的电子商务,指为提高商务活动效率,降低交易成本而通过各种电子方式,特别是运用互联网来实现的一种行为活动。

狭义上的电子商务,指企业、个人或政府之间,通过互联网实现的产品或服务的销售或购买行为。

就本章开篇的几个情景而言,都应归属为电子商务行为,情景一、情景二及情景五应属于广义的电子商务范畴,而情景三与情景四则属于狭义的电子商务范畴。

互联网的出现已经大大改变了人们学习、工作、娱乐和获取信息的方式,中国汽车企业进行网络营销既是应对业内激烈竞争的需要,也是适应互联网发展的需要。本书将结合汽车行业的特点,侧重于对汽车相关产品网络营销活动的介绍。汽车电子商务网络营销贯穿于企业开展网上经营的整个过程,包括信息发布、信息收集,到开展网上交易为主的电子商务阶段。

知识要点 2 电子商务主要的运营模式

想在电子商务市场上分一杯羹,首先应清楚电子商务市场上主要的运营模式有哪些。

现今电子商务流行的主要模式有三种:B2B、B2C 和 C2C。还有 G2C、B2B2C 等其他的运营模式。这里先解释一下各英文单词的含义:

B 即 Business,指企业;

C 即 customer,指客户;

G 即 government,指政府。

1. 企业对企业的电子商务(BtoB 或 B2B)模式

B2B,(BusinessToBusiness),是指企业对企业之间的营销关系。电子商务是现代 B2Bmarketing 的一种具体主要的表现形式。它将企业内部网,通过 B2B 网站与客户紧密结合起来,通过网络的快速反应,为客户提供更好的服务,从而促进企业的业务发展。

B2B 可以为企业节省成本、扩大客户群、提升业者的竞争性,但向不认识的供货来源购买有风险,如果是供应商,可能要削价和同业竞争,业界龙头主导并非一蹴可及。