

职业技能鉴定教材

电子商务师 高级电子商务师

劳动和社会保障部教材办公室组织编写



中国劳动社会保障出版社

职业技能鉴定教材

电子商务师、高级 电子商务师

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

中国劳动社会保障出版社

版权所有

翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务师、高级电子商务师/劳动和社会保障部教材办公室组织编写. —北京: 中国劳动社会保障出版社, 2003

职业技能鉴定教材

ISBN 7-5045-3747-0

I. 电… II. 劳… III. 电子商务-职业技能鉴定-教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 036604 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出版人: 张梦欣

*

北京新华印刷厂印刷装订 新华书店经销

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 22 印张 518 千字

2003 年 10 月第 1 版 2003 年 10 月第 1 次印刷

印数: 5000 册

定价: 42.00 元 (含随书光盘)

读者服务部电话: 64929211

发行部电话: 64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

编 审 人 员

主 编 韩最蛟

副主编 黄尚勇

编 者 (以编写章节顺序排列)

刘 辉 韩最蛟 孙开庆 张永清 曾 政

吴 斌 黄尚勇 肖天贵 杨 俊

审 稿 姚建平 刘庆雨 宋华全

内 容 简 介

本书根据《国家职业标准——电子商务师》编写，是职业技能考核与培训用书。

本书从基础知识和工作技能两个方面介绍了电子商务师、高级电子商务师需掌握和了解的专业知识和操作技能，内容涉及电子商务师技能、高级电子商务师技能，包括电子商务网站规划、电子商务网站运营与评估、电子商务的数据库建设、网络营销、网络市场调研与分析、网络促销、网络采购、电子商务与现代物流配送、客户服务系统、电子商务系统综述、电子商务系统规划、网络营销规划与协调、客户关系管理系统的规划与实施、电子商务网站运营管理与评价、网络安全制度的建立、电子商务系统的人力资源管理、电子商务系统案例。

本书是考核鉴定前的培训和自学教材，也是各级各类职业技术学校电子商务专业师生必备的复习资料，还可供从事电子商务工作的有关人员参考。

前 言

《中华人民共和国劳动法》明确规定，国家对规定的职业制定职业技能鉴定标准，实行职业资格证书制度，由经过政府批准的考核鉴定机构负责对劳动者实施职业技能鉴定。

1994年以来，劳动和社会保障部职业技能鉴定中心、劳动和社会保障部教材办公室、中国劳动社会保障出版社组织有关方面专家、技术人员和职业培训教学管理人员实施教材建设，编写出版了涉及机械、电子、交通、建筑、商业、农业、饮食服务业等国民经济支柱产业中近80个通用职业（工种）的《职业技能鉴定教材》（以下简称《教材》）和《职业技能鉴定指导》（以下简称《指导》），对于推动职业技能鉴定工作，提高职业技能培训质量发挥了积极的作用。

2000年，国家实行在规定的职业（工种）中持职业资格证书就业上岗制度，并陆续颁布了《国家职业标准》（以下简称《标准》）。为满足广大劳动者取得职业资格证书的迫切要求，劳动和社会保障部教材办公室和中国劳动社会保障出版社在总结以往《教材》和《指导》编写经验的基础上，依据《标准》和市场需求，组织编写了电子商务职业的《教材》和《指导》。

《教材》以相应的《标准》为依据，内容上力求体现“以职业技能为核心、以职业活动为导向”的指导思想，坚持“考什么、编什么”的原则。结构上采用模块化方式，按照职业等级（电子商务师、高级电子商务师）编写。每一学习单元对应《标准》中的一项职业功能，均包括专业知识和操作技能两部分。在基本保证知识连贯性的基础上，力求浓缩精练，突出针对性、典型性、实用性。

《指导》包括学习要点、知识试题、技能试题及参考答案等内容，并配有知识和技能考核模拟试卷，是对《教材》的补充和完善，是沟通培训与考核的桥梁。

《教材》和《指导》均以《标准》规定的申报条件为编写起点，有助于准备参加考核鉴定的人员掌握考核鉴定的范围和内容，适合各级鉴定机构和培训机构组织考前强化培训和申请参加技能鉴定的人员自学使用，对于各类职业技术学校师生、相关行业技术人员均有重要的参考价值。

本书由刘辉、韩最蛟、孙开庆、张永清、曾政、吴斌（四川行政学院）、黄

前 言

尚勇（成都大学）、肖天贵（成都信息工程学院）、杨俊（西南民族大学）编写（以参与编写章节顺序为序），韩最蛟主编；姚建平（四川行政学院）、刘庆雨（四川省劳动厅）、宋华全审稿。

编写《教材》和《指导》有相当的难度，是一项探索性工作。由于时间仓促，缺乏经验，不足之处在所难免，恳切欢迎各使用单位和个人提出宝贵意见和建议。

劳动和社会保障部教材办公室

目 录

第一部分 电子商务师技能

第一章 电子商务网站规划	(1)
第一节 电子商务网站规划概述	(1)
第二节 企业与网站建设	(4)
第三节 网站资金预算	(8)
第四节 网站的内容与功能设计	(10)
第五节 网站的硬件与软件	(20)
第六节 域名申请注册和 ISP 商的选择	(29)
第二章 电子商务网站运营与评估	(34)
第一节 网站运营与管理的内容	(34)
第二节 网站的故障预防与处理	(38)
第三节 网站运营状况监控与评估	(40)
第四节 网站的安全管理	(44)
第三章 电子商务的数据库建设	(53)
第一节 数据库系统的体系结构	(53)
第二节 数据库建设的基本内容	(61)
第三节 开放式数据库开发	(64)
第四节 数据库管理	(69)
第五节 数据库在电子商务中的应用	(74)
第四章 网络营销	(81)
第一节 市场营销与网络营销概述	(81)
第二节 网络消费者/客户购买行为模式分析	(85)
第三节 网络市场细分	(89)
第四节 虚拟市场中的个性化定位的实现	(90)

第五节 网络营销的策略·····	(93)
第六节 网络营销的效益考评·····	(102)
第五章 网络市场调研与分析·····	(104)
第一节 网络调研的特点·····	(104)
第二节 网络调研的程序·····	(106)
第三节 网络调研资料收集与处理·····	(109)
第四节 网络调研资料的分析与调研报告撰写·····	(114)
第六章 网络促销·····	(116)
第一节 网络促销概述·····	(116)
第二节 网络促销策略与措施·····	(121)
第三节 网络广告·····	(123)
第四节 网站推广·····	(127)
第七章 网络采购·····	(131)
第一节 网络采购概述·····	(131)
第二节 网络采购流程·····	(134)
第三节 网上招标的程序·····	(136)
第四节 网络采购与供应链管理·····	(138)
第八章 电子商务与现代物流配送·····	(142)
第一节 现代物流概述·····	(142)
第二节 电子商务下的物流配送·····	(148)
第三节 现代物流技术·····	(152)
第四节 我国企业电子商务的物流作业模式·····	(155)
第五节 电子商务物流配送解决 的方案·····	(157)
第九章 客户服务系统·····	(166)
第一节 客户服务基础知识·····	(166)
第二节 电子商务与客户服务·····	(169)
第三节 客户服务工作的流程与内容·····	(172)
第四节 网站与客户沟通·····	(176)
第五节 客户支持与服务管理系统·····	(183)

第二部分 高级电子商务师技能

第十章 电子商务系统综述·····	(185)
-------------------	-------

第一节 电子商务及其分类	(185)
第二节 企业业务流程与电子商务的功能	(186)
第三节 电子商务系统	(189)
第四节 综合业务系统介绍	(193)
第十一章 电子商务系统规划	(199)
第一节 电子商务系统规划的程序	(199)
第二节 电子商务系统的网络系统规划	(203)
第三节 电子商务硬件和软件系统规划	(207)
第四节 电子商务职能系统规划	(210)
第五节 电子商务系统规划报告	(216)
第六节 电子商务系统的评价	(219)
第七节 系统方案的实施规划和管理制度建设	(223)
第十二章 网络营销规划与协调	(226)
第一节 网络营销战略模式选择	(226)
第二节 网络营销的规划程序和方法	(230)
第三节 网络市场调研规划的程序和方法	(233)
第四节 网络促销的规划程序和方法	(235)
第五节 营销决策的程序和方法	(239)
第十三章 客户关系管理系统的规划与实施	(241)
第一节 客户关系管理系统的主要功能	(241)
第二节 客户关系管理系统的规划与实施	(244)
第三节 客户关系管理系统的应用	(249)
第四节 呼叫中心在客户关系管理中的应用	(251)
第五节 CRM 产品及解决方案	(256)
第十四章 电子商务网站运营管理与评价	(259)
第一节 网站运营维护与管理	(259)
第二节 网站的维护与管理	(268)
第三节 网站运营的评价	(272)
第四节 网站运营的监控	(276)
第十五章 网络安全制度的建立	(280)
第一节 网站安全运营的整体规划	(280)
第二节 网络安全制度的规划与评估	(283)

第三节 电子商务交易安全管理制度·····	(287)
第四节 电子商务交易的法律法规·····	(292)
第十六章 电子商务系统的人力资源管理·····	(296)
第一节 人力资源管理概述·····	(296)
第二节 电子商务系统的组织设计及岗位设置·····	(303)
第三节 人力资源开发与培训·····	(306)
第十七章 电子商务系统案例·····	(311)
第一节 消费性电子商务网站案例·····	(311)
第二节 企业性电子商务网站案例·····	(315)
第三节 服务性电子商务网站案例·····	(322)
附录：电子商务师、高级电子商务师英语必备词汇·····	(329)

第一部分

电子商务师技能

第一章 电子商务网站规划

电子商务网站是电子商务系统运行的主要承担者和体现者。电子商务网站的设计、规划与管理是电子商务实施运作过程中持续不断的基础工作。电子商务网站的规划是网站设计与管理的重要内容，是电子商务网站建设的重要步骤。网站规划的好坏，直接影响着企业电子商务网站实施的成败。

第一节 电子商务网站规划概述

电子商务是未来商务交易的主要运营方式，电子商务的实施与运作依赖于电子商务系统，电子商务网站则是电子商务系统工作和运行的主要承担者和表现者，是网上的“虚拟公司”或“虚拟工厂”。因此，构建电子商务网站是通向电子商务的重要一步。

一、电子商务网站的基本构架

广义地讲，电子商务网站是由一系列网页和具有商务功能的软件系统、数据库等构成，

如图 1—1 所示。狭义地讲，电子商务网站是由主页面、公司组织结构和员工组成等背景资料页面、产品或服务页面、购买交流页面、滚动新闻页面、广告宣传页面、访问者反馈页面等众多网页构成。

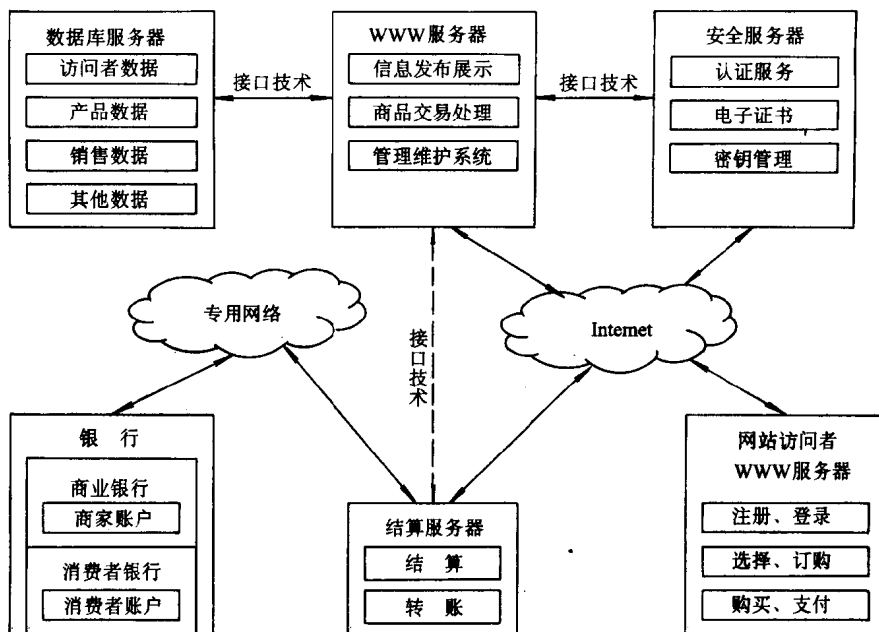


图 1—1 典型的电子商务网站组成

软件系统的基本功能应包括：商品目录显示、购物车功能、交易处理、支持商品陈列和店铺展示的工具等。企业级软件系统是用于建立企业级电子商务系统的，除需要 WWW 服务器和必要的防火墙外，还需要一个或多个专用的服务器。这些软件系统不仅要提供对企业间商务和企业到消费者商务的支持工具，为企业提供强大的前台和后台管理功能，使用户通过完整的配置，迅速、快捷、安全地实现电子商务，还应提供全方位的跟踪服务功能，及时提供信息反馈，并且要同现有的企业后台系统（包括各种数据库系统、财务系统和 ERP 系统）连接。因此，电子商务网站软件结构比较复杂。而且，电子商务网站则对系统安全、运行速度、运行效率等也要求非常高。对于企业来讲，还需要提供多种接入方式，满足不同访问者的需求。

在选择数据库时，除了考虑产品对于网站系统在运行效率、数据处理能力等方面的支持功能外，重要的是选择适合整个开发队伍技术能力的系统。在数据库结构设计方面，着重考虑数据安全、查询速度、数据整理效率等。此外，合理限制数据库的操作权限可以满足一定的数据安全要求。

在软件系统结构方面，建设电子商务网站需要考虑的问题主要有数据输入、数据组织、数据导出、智能与个性化设计等，通过信息平台、信用平台、结算平台的设置可以比较合理地划分与调配技术开发任务。

从前面的论述可知，大多数企业在建立电子商务网站时，甚至不需要构建网络基础设

施，只要在公众的网络多媒体平台上租用“虚拟空间”，就可以拥有自己的网站运行的网络平台。因此，构建电子商务网站时，主要需考虑网站软件的结构和网页的结构设计，以及数据库系统的选择与开发。

二、电子商务网站规划建设流程

1. 电子商务网站建设的基本过程

一般地讲，电子商务网站的建设包括网站的规划与分析、网站的内容设计与开发、网站管理系统的建立、网站的测试与推广四个主要环节，如图 1—2 所示。

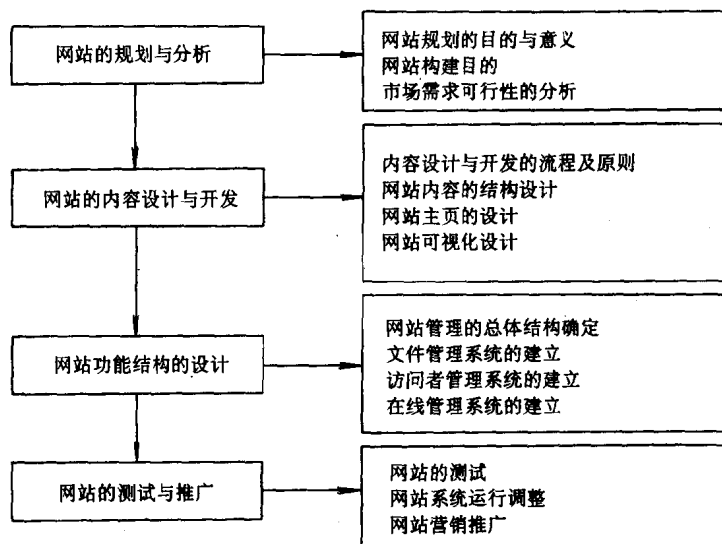


图 1—2 电子商务网站设计与管理的的基本过程

2. 电子商务网站建设的主要内容

在网站建设的基本过程中，每个环节都涉及了许多内容，其中的主要内容如图 1—2 所示。在实施中，可以根据具体的需求增加与调整相关的内容。

(1) 电子商务网站的规划与分析

电子商务网站的建设直接关系到电子商务的交易过程以及交易效果，盲目而不考虑结果就将一个网站搬到网上，不但会造成资金、人员和时间的浪费，而且会因不好的印象而影响访问者对产品或服务的选择。因此，详细的规划和完整的设计是相当关键的环节。其中，包括的主要内容有：上网目的分析、目标访问者分析、市场定位分析、技术与经济可行性分析、竞争对手分析、运行环境和技术及工具的选择、开发方案的选择、域名注册等。

(2) 电子商务网站的内容设计与开发

网站的内容设计与开发是电子商务网站建立的主体内容，关系到访问者对网站的接受与利用程度，是规划的执行层。因此，网站具体内容的设计与开发是整个过程中的基本环节。

其中,包括的主要内容有:制定网站内容的设计流程、确立网站内容设计的原则、确定网站内容的信息结构、网站的主页面设计、网站的可视化设计、网站的链接设计和网页的创建等。

(3) 电子商务网站功能结构的设计

由于庞大而结构复杂的商务数据在处理时间与传递安全、速度等方面对网站动态管理与维护提出了更高的要求,而电子商务经营形态与经营环境的不断变化,使网站也要及时地调整网站的发展方向与设置的内容。因此,及时地收集外部的信息和接收访问者的反馈,全面地分析电子商务网站管理及维护的内容与功能,有针对性地开发电子商务管理系统是保障电子商务网站有效运行的不可缺少的重要环节。其中,包括的内容有:网站管理的总体结构分析、文件管理、内容管理、安全管理、综合管理、国内外电子商务站点管理软件介绍、文件管理系统的建立、访问者管理系统的建立和在线管理系统的建立等。

(4) 电子商务网站的测试与推广

建起的网站是否达到了设计的规划、是否满足了业务流程的要求、访问者界面是否友好、操作是否简单、输入与输出的数据信息是否准确流畅等问题,都必须经过一定的测试来解决。所以,正式推出电子商务网站前的测试是十分必要的。当然,在创建网站内容与开发管理系统过程中会有大量的调试,但是这些无论如何都不能代替总体的测试。测试的内容包括:速度、兼容性、交互性、链接正确性、程序健壮性、超流量测试等。如果发现问题应及时解决并记录下来。测试的方式与途径有许多种。如果是企业员工自己开发的网站,可以请其他内部员工模拟测试,或请合作伙伴(如经销商、供应商、运输商、中介机构等)帮助模拟测试,或请目标访问者模拟测试等;如果是企业外包给专业开发商开发的网站,除了采用上述的测试方式与途径外,还可以与开发商共同测试。

网站的推广是开展电子商务运作的必要环节。否则,没有推广的网站,会因没有人知道其存在而不会有必须的访问量,使网站不能发挥业务作用而形同虚设。网站的推广与传统商业经营的广告宣传一样,推广活动可以是长期活动也可以是短期活动,推广费用因而有高有低,甚至免费。推广的途径可以多种,也可以单一。这些都完全取决于电子商务规划的目标、建站者的实力及投入。当然,不同的选择,其效果也就有所不同。

第二节 企业与网站建设

一、企业业务类型与网站建设

企业电子商务网站是指以企业为主体实施电子商务活动而构建的网站。根据企业生产的主导产品和提供的主要服务以及企业不同的业务类型,可进一步将其分为不同的类型。

1. 按照企业商务目的和业务功能分类

可以将电子商务网站分为基本型商务网站、宣传型商务网站、访问者服务型商务网站和完全电子商务运作型网站。

(1) 基本型商务网站

这种类型商务网站建立的目的是通过网络媒体和电子商务的基本手段,进行公司宣传和访问者服务。它适用于小型企业及初次尝试网站效果的大、中型企业。其特点是:网站构建的价格低廉;性能价格比高;具备基本的商务网站功能。该类型商务网站可以搭建在公众的多媒体网络基础平台上,外包给专门公司来构建比企业自己建设费用还要低廉。

(2) 宣传型商务网站

这种类型商务网站建立的目的是通过网站宣传产品或服务项目,提升公司形象,扩大品牌影响,拓展海内外潜在市场。它适用于各类企业,特别是适用于已有外贸业务或意欲开拓外贸业务的企业。其特点是:具备基本的网站功能;能够突出企业宣传效果。该类型网站一般是构建在具有很高知名度和很强伸展性的网络基础平台上,以便在未来的商务运作中借助先进的开发工具和增加应用系统模块,升级为访问者服务型或完全电子商务运作型网站。

(3) 访问者服务型商务网站

这种类型商务网站建立的目的是通过网站宣传公司形象与产品,并达到与访问者实时沟通及为产品或服务提供技术支持的效果,从而降低成本、提高工作效率。它适用于各类企业。其特点是:以企业宣传和访问者服务为主要的功能。该类型网站可以构建在具有很高知名度和很强伸展性的网络基础平台上;如果企业有条件,也可以自己构建网络平台和电子商务基础平台。该类网站通过简单的改造即可以升级为完全电子商务运作型网站。

(4) 完全电子商务运作型网站

这种类型商务网站综合了前三类电子商务网站的功能。它的建立的目的是通过网站宣传公司整体形象与推广产品及服务,实现网上访问者服务和产品在线销售,为公司直接创造利润、提高竞争力。它适用于各类有条件的企业。其特点是:具备完全的电子商务功能,并突出公司形象宣传、访问者服务和电子商务功能。

2. 按照网站拥有者的职能分类

按照网站拥有者的职能,可以将电子商务网站分为两类:生产型商务网站和流通型商务网站。

(1) 生产型商务网站

这种类型商务网站是由生产产品或提供服务的企业来建立的。其主要目的是用以推广、宣传其产品和服务,以便生产企业直接在自己的网站上开展在线产品销售和在线技术服务。这类网站可以构建成最简单的商务网站形式。生产企业可以在自己网站的产品页面上附上订单,访问者如果对产品比较满意,可直接在页面上下订单,然后汇款,企业付货,完成整个销售过程。这种商务网站页面较实用,主要特点是信息量大,并提供大额订单。

生产型企业要在网络上实现在线销售,必须与传统的经营模式紧密结合,分析市场定位,调查用户需求,制定合适的电子商务发展战略,设计相应的电子商务应用系统架构。在此基础上设计好企业商务网站页面,并使用户界面友好、操作简便。

(2) 流通型商务网站

这种类型商务网站是由流通企业来建立的。其主要目的是通过网站宣传与推广所售产品与服务,以便顾客在网上也能更好地了解产品的性能与用途,从而促使顾客在线购买。这种商务网站着重于对产品和服务的全面介绍,较好地展示产品的外观和功能,商务网站的页面都制作精美,动感十足,很容易吸引访问者,起到较好的广告效果和为产品及服务促销的效果。

流通企业要在网络上实现在线销售,也必须与传统的商业模式紧密结合。在做好充分的研究、分析与电子商务构架设计的基础上,设计与构建商务网站的页面,并充分利用网络的优越性,为访问者提供丰富的商品、便利的操作流程和友好的交流平台。

3. 按照产品线的宽度和深度进行分类

这种电子商务网站的划分方法主要针对 B to B 电子商务模式。依据产品线的宽度和深度的不同,可以将 B to B 商业模式的网站划分为四种类型:水平型网站、垂直型网站、专门网站和企业网站。

(1) 水平型网站

这类商务网站是指致力于某一类产品的网上经营的网站。该类网站类似于网上购物中心或网上超市,其优势在于其产品线的宽度。客户在这类网站上不仅可以买到自己所能接受的价格水平的商品,而且可以很容易实现“货比三家”。其不足之处在于产品种类和产品配套的欠缺。由于该类网站充当的是中间商的角色,在产品价格方面处于不利地位。

(2) 垂直型网站

这类商务网站是指提供某一类产品及其相关产品(或互补产品)的一系列服务(如从网上交流到广告、网上拍卖、网上交易等)的网站。该类网站的优势在于产品的互补性和购物的便捷性。例如,在一个汽车网站不仅可以买到汽车,还可以买到汽车零件,甚至汽车保险。客户在这一类网站中可以实现一步到位的采购(即 One-step Shopping),因而客户的平均滞留时间较长。

(3) 专门网站

这类商务网站是指能提供某一类产品的最优产品的网站。该类网站类似于专卖店,其优势在于提供高档、优质、价廉的产品。除直接面对消费者外,该类网站也面对很多垂直型和水平型网站的供应商。对于这一类网站而言,提供品质优良、价格合理、品牌知名度高的产品比网站本身的维护更重要。

(4) 企业网站

这类商务网站是指以销售本企业产品或服务为主的网站,相当于企业的产品“网上店面”(Storefronts)。其致命缺陷在于可扩展性不足。除少数品牌知名度极高、市场份额较大的企业外,该类站点的发展空间将非常有限。企业网站的另一个出路在于朝其他类型网站的方向发展,从产品的形态看,金融服务、电子产品、旅游、传媒等行业在开展电子商务方面拥有较明显的优势。由于这些行业具备一个共同特点,即产品的无形化,不存在实物的流动,不需要相应的配送体系,因而特别适合于在网上开展业务。

如前所述,从商贸交易活动的过程来看,企业电子商务可以在多个环节实现。因此,企业电子商务可以分为两个层次:较低层次的非完全的电子商务和最高级的完全的电子商务。