

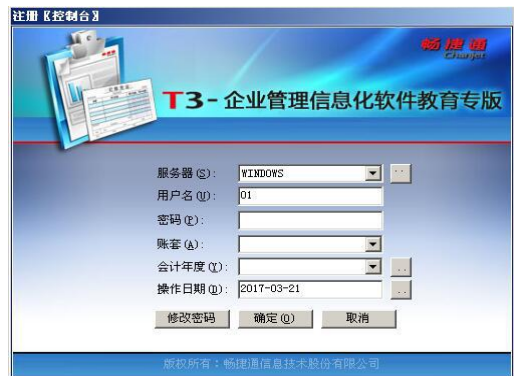
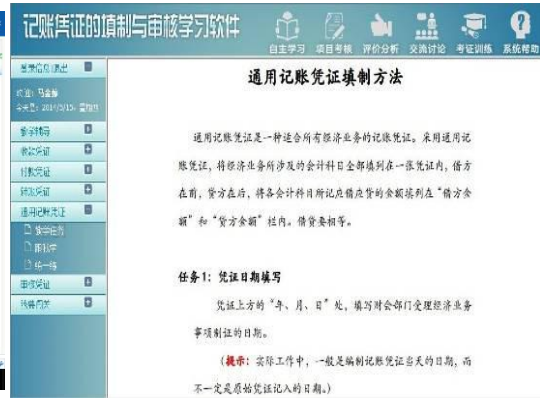
## 教学资源建设情况

我校建有多种教学资源，包括教师教学课件、视频、微课、讲义、试题、专业软件、教学平台等多种形式，涵盖各学科、各专业。近年来，我校依托互联网，对部分专业的教学资源进行整合，建设了专业教学资源库，目前共整合教学资源 477 项，服务师生共计 5979 人次。在线教学资源库的应用拓展了学生的学习空间，提升了课程教学效果。

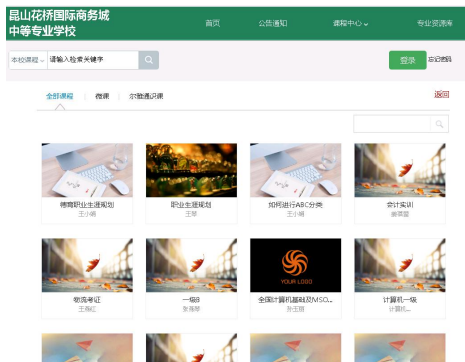
### 佐证材料

序号	材料内容	页码
1	各类教学资源截图（课件、微课、视频、软件、平台、题库等）	1-3
2	专业教学资源库建设情况	4-5





#### 四、教学平台（部分）



#### 五、题库

##### 基础会计题库（部分截图）

章节	已做/总题	开始做题
第一章 总论	0 / 87	开始做题
第二章 会计要素与会计等式	0 / 83	开始做题
第三章 会计科目与账户	0 / 95	开始做题
第四章 会计记账方法	0 / 74	开始做题
第五章 借贷记账法下主要经济业务的账务处理	0 / 194	开始做题
第六章 会计凭证	0 / 118	开始做题
第七章 会计账簿	0 / 150	开始做题
第八章 账务处理程序	0 / 61	开始做题
第九章 财产清查	0 / 87	开始做题
第十章 财务报表	0 / 74	开始做题

##### 经济法题库（部分截图）

章节	已做/总题	考试试听	开始做题
第一章 总论	0 / 258	<input type="checkbox"/>	<input type="button" value="开始做题"/>
第二章 劳动合同与社会保险法律制度	0 / 383	<input type="checkbox"/>	<input type="button" value="开始做题"/>
第三章 支付结算法律制度	0 / 369	<input type="checkbox"/>	<input type="button" value="开始做题"/>
第四章 增值税、消费税法律制度	0 / 347	<input type="checkbox"/>	<input type="button" value="开始做题"/>
第五章 企业所得税、个人所得税法律制度	0 / 425	<input type="checkbox"/>	<input type="button" value="开始做题"/>
第六章 其他税收法律制度	0 / 389	<input type="checkbox"/>	<input type="button" value="开始做题"/>
第七章 税收征收管理法律制度	0 / 128	<input type="checkbox"/>	<input type="button" value="开始做题"/>

## 市场营销题库（部分截图）

### 第一章 市场营销与市场营销学

(一)单项选择题(在下列每小题中,选择一个最适合的答案。)1. 市场是一个由消费者决定并由\_\_\_\_\_推动的过程。

- A. 生产者 B. 中间商 C. 政府 D. 零售商

2. 市场营销的核心是

- A. 生产 B. 分配 C. 交换 D. 促销

3. 从市场营销的角度看,市场就是\_\_\_\_\_。

- A. 买卖的场所 B. 商品交换关系的总和 C. 交换过程本身 D. 具有购买欲望和支付能力的消费者

4. 在交换双方中,如果一方比另一方更主动、更积极地寻求交换,我们就将前者称之为\_\_\_\_\_,后者称为潜在顾客。

- A. 厂商 B. 市场营销者 C. 推销者 D. 顾客

5. 市场营销学作为一门独立的经营管理学科诞生于20世纪初的

- A. 欧洲 B. 日本 C. 美国 D. 中国

6. 市场营销学第二次革命的标志是提出了\_\_\_\_\_的观念。

- A. 以消费者为中心 B. 以生产者为中心 C. 市场营销组合 D. 网络营销

7. 站在经营者角度,人们常常把卖方称之为\_\_\_\_\_,而将买方称之为市场。

- A. 企业 B. 厂商 C. 供货者 D. 行业

### 第二章 市场营销哲学及其演变

(一)单项选择题(在下列每小题中选择一个最合适的答案)。

1. 市场营销的实质是

- A. 刺激需求 B. 需求管理 C. 生产管理 D. 销售管理

2. 在对企业营销管理哲学的发展演变阶段进行划分时,人们一般把市场营销观念和\_\_\_\_\_称为新观念。

- A. 产品观念 B. 生产观念 C. 社会市场营销观念 D. 推销观念

3. 针对\_\_\_\_\_的市场情况,市场营销的任务是反市场营销。

- A. 过量需求 B. 不规则需求 C. 下降需求 D. 有害需求

4. 执行推销观念的企业,称为推销导向企业。其口号是\_\_\_\_\_。

- A. 我们生产什么就卖什么 B. 我们卖什么就让人们买什么 C. 市场需要什么就生产什么 D. 好酒不怕巷子深

5. 以顾客需要什么,我们就生产供应什么"作为其座右铭的企业属于\_\_\_\_\_企业。

- A. 生产导向型 B. 推销导向型 C. 市场营销导向型 D. 社会市场营销导向型

6. 某种具有良好市场前景的产品,因生产成本很高,必须通过提高生产率和降低成本来扩大市场时,则会

- A. 生产观念 B. 产品观念 C. 市场营销观念 D. 社会市场营销观念

7. 通过满足顾客需求达到\_\_\_\_\_,最终实现包括利润在内的企业目标,是现代市场营销的基本精神。

- A. 顾客价值 B. 顾客满意 C. 顾客偏好 D. 顾客购买

8. 决定顾客购买总价值大小的关键和主要因素是\_\_\_\_\_。

- A. 服务价值 B. 产品价值 C. 人员价值 D. 形象价值

9. 顾客购买的总成本包括货币成本和\_\_\_\_\_。

- A. 时间成本 B. 体力成本 C. 精神成本 D. 非货币成本

10. 从产品服务质量、顾客满意和企业赢利之间的关系看,质量改进方案通常会增加企业的\_\_\_\_\_。

- A. 成本 B. 赢利 C. 无形资产 D. 以上答案都不对

## 电子商务题库（部分截图）

### 练习1-1

1 (多选) 文字处理软件按功能,大致有以下几类( )。 A. 具有较高复杂功能的文字处理软件 B. 简单的文本编辑程序 C. 带打印排版系统 D. 表格处理软件

答案:

- A  B  C  D

2 (多选) 根据开发方式和适用范围,应用软件又可分为( )和( )。 A. 文字处理软件 B. 通用应用软件 C. 定制应用软件 D. 管理系统软件

答案:

- A  B  C  D

3 (单选) 在整个计算机系统中,( )具有特殊的地位,它控制计算机的硬件、软件资源和数据源进行有效的管理。 A. 语言处理系统 B. 数据库管理系统 C. 操作系统 D. 常用应用程序

答案:

- A  B  C  D

4 (单选) ( ) 包括操作系统、语言处理系统、数据库管理系统或应用程序等。 A. 应用软件 B. 系统软件 C. 定制软件 D. 辅助开发软件

答案:

- A  B  C  D

### 练习1-2

1 (多选) 微型计算机的内存根据其工作方式的不同,可分为( )和( )。 A. RAM B. DVD C. CD-ROM D. ROM

答案:

- A  B  C  D

2 (单选) CPU的主要技术指标之一是主频( ),表明CPU的运算速度越快,当然性能也越好。 A. 低 B. 高 C. 中等 D. 一般

答案:

- A  B  C  D

3 (单选) ( ) 的主要功能是实现对数据的算术运算、逻辑运算和逻辑判断等操作。 A. 控制器 B. 运算器 C. 计算器 D. 存储器

答案:

- A  B  C  D

4 (多选) 中央处理器称为CPU,它主要由( )和( )组成,是计算机的核心部件。 A. 控制器 B. 计算器 C. 运算器 D. 微控制器

答案:

- A  B  C  D

### 模块测试1

1 (多选) 电子商务系统需求调研,需要搞清的问题有( )。 A. 相关的技术条件 B. 核心的业务流程 C. 系统的使用者有哪些 D. 不同阶段需求的变化情况

答案:

- A  B  C  D

2 (多选) 调研报告正文主要包括( )。 A. 调研目标 B. 调研记录 C. 调研过程 D. 调研总结

答案:

- A  B  C  D

3 (多选) 能够确认网上竞争对手较好的方法有( )。 A. 定期跟踪与分析CNNIC的统计报告 B. 通过专门的查询公司获取资料 C. 利用搜索引擎从分类或关键词入手进行查找 D. 利用行业网站或链接进行查找

答案:

- A  B  C  D

4 (多选) 关于结构化需求分析方法叙述正确的有( )。 A. 结构化分析方法的重点集中在数据及其处理过程 B. 结构化分析方法采用IP作为数据流图及其处理转换工具

答案:

- A  B  C  D

### 水平测试1

1 (单选) 关于外观包系统叙述错误的是( )。 A. 外观包系统是自动化的反馈组织 B. 外观包系统是表达需求的主要手段之一 C. 制作外观包系统是为了方便进行需求确认 D. 制作外观包系统可为系统设计和测试团队提供一个清晰的开发依据

答案:

- A  B  C  D

2 (多选) 电子商务交易模式的驱动者一般是卖方,这种交易模式主要指( )。 A. B2B B. B2C C. B2G D. C2C

答案:

- A  B  C  D

3 (单选) 不能确认网上竞争对手方法的是( )。 A. 定期跟踪与分析CNNIC的统计报告 B. 利用行业网站的链接进行查找 C. 利用搜索引擎从分类或关键词入手进行查找 D. 直接将潜在竞争对手的公司名称作为主要域名进行模糊查询

答案:

- A  B  C  D

4 (单选) 面向对象分析建模过程的起点是( )。 A. 认定对象 B. 结构认定 C. 属性认定 D. 命名约定

答案:

- A  B  C  D



# 专业教学资源库建设情况

专业资源库  
PROFESSIONAL RESOURCE DATABASE

今日访问 2

总计访问 5979

共有资源 477

用户总数 148

专业资源库介绍

金融事务

电子商务

选择应用类型

选择媒体类型

专业教学资源库

搜索

首页 电子商务实务 市场营销基础 电子商务基础 ERP

素材总量 143

微课总量 47

课程总量 0

用户总数 148

电子商务简介

通知公告



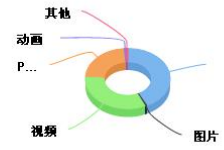
电子商务专业是融计算机科学、市场营销学、管理学、法学和现代物流于一体的新型交叉学科。主要课程有德育、体育与健康、语文、数学、英语、计算机应用基础、电子商务概论、基础会计、电子商务实务、国际贸易基础知识、市场营销、现代物流管理、电子商务网页制作等。本专业的目标是培养适应社会主义市场经济发展需求，培养德智体美全面发展，熟练掌握专业所需的基础理论知识和专业知识，掌握计算机和信息技术的基本技能与方法，并能将信息技术与财政、税务、财务和管理融会贯通的高新技术应用的复合型专门人才。学生毕业后主要从事电... [查看全文]

more

## 特色资源



## 资源占比



文本 61 图片 1 视频 47 PPT 32 动画 1 其他 1

## 最近更新资源

### 电子商务实务

### 市场营销基础

### 电子商务基础

### ERP

移动电商.mp4	10-14	电子商务与物流：革新设计的传...	10-14
网上银行.mp4	10-14	网上银行风险.mp4	10-14
网络营销：市场分析的方法.mp4	10-14	网络购物——京东商城.flv	10-14
网络购物：阳府井电商购物平台....	10-14	电商企业物流管理——海尔的运...	10-14
如何申请支付宝.mp4	10-14	案例：跨境电子商务平台——宝...	10-14

## 热门资源 下载排行

1	第一章.ppt	60
2	电子商务基础讲义1...	58
3	沙盘模拟企业经营...	56
4	电子商务基础讲义3...	54
5	多项选择题.docx	51
6	单项选择题.doc	50
7	判断题.docx	48
8	第一章教案.doc	47
9	电子商务基础讲义2...	45
10	市场营销原理与实...	44

首页 电子商务实务 市场营销基础 电子商务基础 ERP

## 导航

课程说明

ppt

教案

试卷

视频

视频 共有资源：11

请输入资源关键字

搜索

排序：热度 时间 大小



陆奕



陆奕



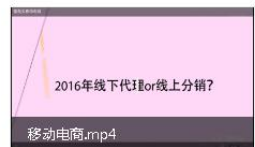
陆奕



陆奕



陆奕



陆奕



陆奕



陆奕



陆奕