图书基本信息

书名：<<电子商务网站建设与实践上机指导教程>>

13位ISBN编号：9787115186263

10位ISBN编号：711518626X

出版时间：2008-10

出版时间：梁露 人民邮电出版社 (2008-10出版)

作者：梁露 编

页数：168

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>

内容概要

《高等职业院校计算机教育规划教材：电子商务网站建设与实践上机指导教程（第2版）》通过30多个实验，培养学生的网站规划、网站搭建、网站设计、数据库管理、网站管理、网站推广等方面的能力。

全书共分7章，第1章为电子商务网站建设规划方面的实验；第2、3章为创建网站技术方面的实验；第4章为数据库管理方面的实验；第5章为网站的管理、维护与安全方面的实验；第6章为网站创建后的推广方面的实验；第7章通过实例模拟网站创建的全过程。

全书每个实验都由实验目的、实验要求、实验目标、问题分析、解决方法和实验步骤组成，对实验的分析透彻、描述清晰，方便教师教学和学生自学。

书籍目录

第1章 电子商务网站建设规划实验1 广泛浏览B2B和B2C网站实验2 登录ebay网站, 体验商品分类的优点实验3 登录www.net.cn了解建站方案第2章 网站建设初步实验1 申请域名实验2 计算机硬盘的划分及安装网络操作系统— Windows Server 2003实验3 DNS的设置实验4 设置Internet信息服务管理器 (IIS) 实验5 Web站点的建立和管理实验6 建立FTP站点实验7 安装SQL Server 2000服务器第3章 电子商务网站设计与开发实验1 创建一个静态页面-网站首页实验2 ASP.NET运行环境与配置实验3 制作一个网站用户登录的ASP.NET动态网页实验4 创建数据库和数据表实验5 数据库存取操作第4章 数据库的管理与使用实验1 数据库的创建与管理实验2 表的创建与管理实验3 数据查询语句实验4 数据更新语句第5章 电子商务网站管理实验1 根据网络拓扑图完成网络设备配置、互联和互通实验2 系统后台对用户访问的控制实验3 客户机访问服务器及相关信息维护实验4 客户机综合管理与维护设置实验5 客户端各类开发工具软件的安装与调用实验6 系统后台管理制度的建立实验7 信息数据管理模式的建立与分析第6章 电子商务网站推广实验1 使用搜索引擎推广叮当网站实验2 登录BBS推广叮当网站实验3 邮件群发推广“叮当”网站实验4 使用新闻组推广叮当网站实验5 制作网站的旗帜广告实验6 网站首页优化实例第7章 综合实例实验1 创建静态网站页面实验2 创建数据库和数据表实验3 实现客户信息管理功能实验4 实现书目信息管理功能实验5 实现订单处理功能实验6 网站发布参考文献

章节摘录

实验1 广泛浏览B2B和B2C网站1.实验目的创建网站的核心问题是目标定位问题。

很多企业在创建电子商务网站的初期,对本企业网站的创建目的不十分明确,对潜在浏览群体不十分清楚。

这时,参考一些具有代表性的网站可以受到启发。

2.实验要求(1)环境准备:连接Internet。

(2)知识准备:掌握浏览器的一般使用方法。

3.实验目标提出网站建设过程中系统规划的总体思想与原则。

4.问题分析(1)建站目的不明确。

企业对为什么要建立电子商务网站,建立电子商务网站对企业有什么益处,企业的经营思想能否通过网站的建设得到进一步体现等诸多问题持观望态度。

在规划网站时企业容易出现举棋不定的态势,不利于网站的规划研究。

(2)目标定位不明确。

在已经确定电子商务网站可能为企业带来预期宣传效果或直接利润时,要解决企业的电子商务网站究竟是为什么人、什么企业提供服务的问题,即网站的目标定位问题。

目标不明确,企业网站的创建就失去了意义。

5.解决方法浏览大量比较成熟的网站,获得较多的信息,对分析本企业的具体情况提供依据,进而明确本企业的建站目的和目标定位。

(1)亚马逊(Amazon)是一家财富500强公司,总部位于美国华盛顿州的西雅图。

亚马逊创立于1995年7月,目前已成为全球商品品种最多的网上零售商。

亚马逊致力于成为全球最以客户为中心的公司,以使人们能在网上找到并发掘任何他们想购买的商品,并力图提供最低的价格。

亚马逊及其他销售商为客户提供数百万种独特的全新、翻新及二手商品,如健康及个人护理用品、珠宝和钟表、美食、体育及运动用品、服饰、图书、音乐、DVD、电子和办公用品、婴幼儿用品,以及家居园艺用品等。

浏览该网站可以获得企业网站定位思想的启发。

(2)戴尔(Dell)公司于1998年8月将直线订购模式引入中国。

戴尔(中国)公司(以下简称戴尔)在北京、上海、广州、成都、南京、杭州和深圳设有办事处,并有实力将销售及市场拓展到多个主要城市(如沈阳、苏州、武汉和西安),以及100多个二线城市和城属区域。

亚太区网址目前采用4种语言,包括汉语、英语、韩语和日语,支持亚太地区11个国家的站点。

截止到2006年8月4E1的第二财季,戴尔亚太及日本地区的出货量增长了27%,几乎是除戴尔外市场增速的3倍。

特别是笔记本电脑出货量增长率高达29%。

就全年来看,戴尔单位出货量增长了29%,营业额上升26%。

2004年初至2005年初,戴尔亚太区及日本的营业额达55亿美元。

浏览该网站可以为企业创建电子商务网站确立盈利的信心,这样才能顺利开展网站创建工作。

编辑推荐

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>