

<<电子商务实验教程>>

图书基本信息

书名：<<电子商务实验教程>>

13位ISBN编号：9787561831519

10位ISBN编号：756183151X

出版时间：2009-9

出版时间：天津大学出版社

作者：刘培刚 编

页数：362

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

随着高等教育改革的不断深入,以“宽口径、厚基础、强能力、求创新”为取向,以“知识、能力、素质协调发展”为目标的高等教育改革大方向业已形成。

转变教育教学思想观念,改革人才培养模式,着力加强学生实践能力和创新精神培养已成为新一轮高等教育教学改革的重点和难点。

知识来源于实践,实践出真知。

注重理论与实践的有机结合,着力培养高素质应用型高级专门人才是我国高等教育的基本任务之一。

因此,从教学的基本形态看,理论教学与实践教学是构成高校教学活动的“两翼”,缺一不可,在人才培养过程中发挥着不可替代的重要作用。

实验是实践的基本表现形式,实验教学是实践教学的重要内容,是培养学生实践能力和创新思维能力不可或缺的重要环节。

长期以来,由于受传统文化思想的影响,“坐而论道”成为我国高等财经类专业教学的主要形态,重理论轻实践的倾向显在,从而对高校财经类实验室建设与实验教学产生抑制作用。

随着现代信息技术的飞速发展,特别是在专业教学软件开发日益成熟的条件下,高校财经类实验室建设得到快速发展,实验教学活动由简到繁,从单一到多元,并逐步形成了验证性、模拟性、综合性及设计性等多层次的实验教学体系,实验教学手段日趋多样,实验教学内容日益丰富,实验教学质量得到大幅提升。

实验教学是学生将理论知识有效运用到社会实践的桥梁,是巩固、贯通、创新所学知识的重要手段。

实验教学的理论基础来源于建构主义。

建构主义学习理论是对传统学习理论的修正和拓展,并对现代教育教学理念的更新以及高等财经类专业教学模式的改革和创新产生积极的影响。

建构主义理论强调在真实的情景中建构知识意义,即为学习者建构意义创造必要的学习环境和条件,让学习者步入真实的环境中去感受和体验,从而学会解决实际问题,提高学习者的动手能力和创新思维能力。

实践证明,实验室成为创造这种学习环境和条件的最佳选择之一,尤其是在计算机和网络通信技术得到广泛应用的环境下,为高等财经类专业实验教学的发展提供了良好条件。

然而,由于我国财经类高校开展实验教学的时间相对较短,实践经验相对不足,客观上还存在着一些困惑和欠缺,这其中,因实验教材选用困难而导致“无书教学”现象长期存在,并在一定程度上影响了实验教学效果。

<<电子商务实验教程>>

内容概要

《电子商务实验教程》是电子商务专业和相关专业(如市场营销、物流管理、贸易经济等经济管理类专业)学生学习电子商务类课程时,进行电子商务实验的指导书。

该教程既包括了使用浙科电子商务模拟软件进行实验操作的实验内容,也包括了通过Internet环境进行的真实电子商务环境分析应用的实验内容。

涵盖了电子商务概论、网络支付、网络信息资源管理、电子商务网站的建设与管理、电子商务案例分析等课程的相关实验内容。

本书对学生完成实验内容,掌握实验技巧,具有很强的操作指导性。

书籍目录

第1章 商务信息搜集与分析实验第2章 电子商务系统初始化实验第3章 产品生产与信息发布实验第4章 BtoB电子商务综合实验第5章 BtoC电子商务综合实验第6章 CtoC电子商务综合实验第7章 逆向拍卖——网上拍购综合实验第8章 BtoG政府采购综合实验第9章 电子政务综合实验第10章 域名注册和主机服务实验第11章 搜索引擎注册及应用实验第12章 电子商务认证中心综合实验第13章 企业建站综合实验第14章 网络连接与测试综合实验第15章 FTP信息资源应用综合实验第16章 Telnet资源检索综合实验第17章 Outlook Express的配置和使用综合实验第18章 Foxmail发送加密邮件实验第19章 网络数据库资源——中国知识基础设施工程网站应用综合实验第20章 个人数字图书馆应用综合实验第21章 国外网络数据库资源应用实验——EBSCO第22章 搜索引擎获取信息综合实验第23章 网络新闻组应用综合实验第24章 网上检索DIALOG应用实验第25章 个人网上银行应用综合实验第26章 企业网上银行应用综合实验第27章 中国农业银行在线支付实验第28章 支付宝应用综合实验第29章 网上模拟炒股综合实验第30章 网站开发环境的搭建实验第31章 静态网页编辑及HTML。基础实验第32章 框架网页实验第33章 CSS层叠样式表、模板与库综合实验第34章 表单的应用实验第35章 ASP基础实验第36章 ASP对象实验第37章 连接数据库操作实验第38章 BtoC电子商务网站总体设计实验第39章 BtoC网站电子货架和会员服务设计实验第40章 BtoC网站购物车和收银台设计实验第41章 BtoC网站后台管理设计实验第42章 电子商务网站运营综合实验第43章 网络经纪模式案例分析实验第44章 网络广告模式案例分析实验第45章 内容经营模式案例分析实验第46章 网上商店模式案例分析实验第47章 网络直销模式案例分析实验第48章 虚拟社区模式案例分析实验第49章 企业整体电子商务模式案例分析实验第50章 新型电子商务模式案例分析实验参考文献后记

章节摘录

插图：2.2.2系统实验端主要角色的功能模块系统分为管理端和实验端。

其中实验端又包括厂家、商场、消费者、出口商、物流、银行6个主要角色。

系统实验端还内置了商贸网站、网上商城、门户网站、搜索引擎、电子邮件系统，以及厂家商场用户自己创建的企业网站等常见的电子商务平台。

不同角色的用户可以在权限范围内自主操作和使用这些网络平台提供的服务项目，通过虚拟的网络环境开展各自的电子商务，从而为自己扮演的角色获得利润或满足需求。

学生可以通过扮演各种角色，在整个商业环境中自由地开展相关商务活动。

各个角色的主要功能模块如下。

1. 厂家厂家是以产品最终供应商的身份存在的，系统中交易的所有商品（拍卖网除外）都是由厂家生产并供应的，而其他角色的商品都直接或间接地购买自厂家。

系统中厂家角色的后台管理包括生产管理、库存管理、销售管理、营销管理、客户关系管理、应收应付、资金管理、网络访问以及小秘书等主要模块。

通过企业管理后台的上述功能模块，厂家角色可以快捷有效地处理日常运作中遇到的各类事务。

2. 商场商场是整个实验系统的零售商。

商场角色向厂家购买商品以组建自己的产品库，然后通过网络渠道把产品销售给消费者，从中获得利润。

商场后台的主要功能模块包括采购管理、销售管理、库存管理、营销管理、客户关系管理、应收应付、资金管理和网络访问。

利用后台功能，商场角色可以方便地处理日常经营事务。

<<电子商务实验教程>>

编辑推荐

《电子商务实验教程》：商务信息搜集与分析实验电子商务系统初始化实验产品生产与信息发布实验BtoB电子商务综合实验

<<电子商务实验教程>>

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>