

<<电子商务网站开发与设计>>

图书基本信息

书名：<<电子商务网站开发与设计>>

13位ISBN编号：9787811237917

10位ISBN编号：7811237911

出版时间：2009-8

出版单位：清华大学出版社有限公司

作者：林小芳，吴怡，张英娥 编著

页数：329

字数：476000

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

随着电子商务的不断发展，人们已经逐渐改变传统的消费习惯，越来越多的人开始在网络上购物、消费。

在过去，由于网络购物的安全性、费用支付的不方便等因素，使得人们对于网上购物还心存疑虑。现在，随着网络技术的不断发展，在线支付方式的不断完善，人们也渐渐开始习惯于这种新的消费方式了。

因此，电子商务市场正在以几何级数的速度增长。

目前，市面上大部分的电子商务网站开发教材对读者都有一定的要求，如要求读者有HTML语言基础、VBScript语言基础或数据库基础，这样学生在学习其中的案例时会有些困难，需要配合其他的一些参考书来进行学习。

而那些没有任何基础的读者希望能够有一本适合他们学习的书。

我们正是以此为切入点，试图编写一本一看就懂、一学就会的电子商务网站开发教材。

本书是作者长期教学经验和工程实践积累的结果，有以下几个特点。

(1) 适合的读者群广泛 从教材的内容上看，跨度较大，涵盖了HTML语言、JavaScript脚本语言、VBScript脚本语言、数据库基础和动态网页的制作，可以作为全日制普通高等院校、高职高专、中专学生的专业课教材，也可以作为电子商务网站开发人员的参考书籍。

(2) 实用性强 本书在编写过程中能够将理论与实践相结合，并没有一味地讲理论、在理论上挖深度，而是注重实际，以实用、够用为标准，用大量的实例说明了电子商务网站建立的思路、数据处理策略、手段，为提高学生的动手能力奠定了扎实的基础。

<<电子商务网站开发与设计>>

内容概要

本书从电子商务的基础知识讲起，由浅入深地介绍了电子商务网站的开发和设计过程。

本书共有11章，内容涵盖了电子商务、JavaScript、ASP、数据库等知识，首先对电子商务的基础知识做了较详尽的介绍，然后介绍了建立电子商务网站的命令，最后通过一个实际的案例来讲解如何建立一个电子商务网站。

本书内容丰富，涵盖面广，结构清晰，具有较强的可操作性和实用性，除了适合作为全日制普通高等院校电子商务专业、计算机专业、网络工程专业、通信专业的教材外，还可作为有志于网络编程的工程技术人员及其他读者的参考书目。

<<电子商务网站开发与设计>>

书籍目录

第1章 电子商务网站的概述 1.1 电子商务概论 1.1.1 电子商务的起源 1.1.2 电子商务的发展过程 1.1.3 电子商务的模式 1.1.4 电子商务的特点 1.1.5 电子商务的发展趋势 1.1.6 电子商务对社会的影响 1.2 电子商务网站的概念 1.3 电子商务网站的功能 1.4 电子商务网站的类型 1.5 电子商务网站的规划与设计 1.5.1 网站设计的目的 1.5.2 网站建设的基本原则 1.5.3 网站内容的规划 1.5.4 网站的建站方案 1.6 电子商务网站的发布与推广 1.7 小结习题一第2章 网站服务器的配置 2.1 WWW的工作原理 2.2 服务器的安装配置 2.3 运行ASP文件 2.4 ASP的开发工具 2.5 小结 习题二第3章 HTML编程基础 3.1 HTML概述 3.2 HTML的常用标记 3.2.1 头部标记 3.2.2 文本标记 3.2.3 列表标记 3.2.4 表格标记 3.2.5 图片标记 3.2.6 超级链接标记 3.3 HTML的表单 3.4 HTML中的框架 3.5 在网页中插入多媒体 3.6 ASP编程初步 3.7 HTML程序和ASP程序的比较 3.8 小结 习题三第4章 JavaScript编程基础 4.1 JavaScript简介 4.2 JavaScript初步 4.3 JavaScript脚本语言 4.4 JavaScript的结构化程序设计命令 4.4.1 语句 4.4.2 函数 4.5 JavaScript的事件 4.6 JavaScript的内置对象 4.7 JavaScript的文档对象模型 4.8 JavaScript的应用实例 4.9 小结 习题四第5章 VBScript的编程基础第6章 ASP的对象第7章 ASP的组件第8章 Access数据库第9章 ASP的数据库存取技术第10章 ADO模型中的对象第11章 网上书城参考文献

章节摘录

电子商务主要有企业对客户的电子商务 (Business to Customer , B2C)、企业对企业的电子商务 (Business to Business , B2B) 和客户对客户的电子商务 (Customer to Customer , C2C) 3种模式。

(1) B2C模式 B2C模式,即企业对客户的电子商务模式,它是从企业到终端客户(包括个人消费者和机构消费者)的业务模式。

它是通过电子化、信息化的手段,尤其是利用因特网技术把企业或其他企业提供的产品和服务不经任何中间环节(经销商),直接传递给消费者的一种新的商务模式。

B2C模式的实现形式是建立专门的电子商务网站,企业通过这个网站发布各种产品信息,客户则可以通过这个网站了解该企业及其产品并进行在线订购。

现在的B2C网站比比皆是,大致有网上商城、网上书店、网上售票等几种类型,这些新型商业模式的出现,使得人们足不出户,通过因特网,就可以购买商品或享受各种资讯服务。

也有由传统企业成功地向互联网和电子商务转型的企业,如戴尔(Dell)企业。

戴尔(Dell)公司在创业初期是通过电话向客户直销计算机,因为没有中间商这一环节,因此戴尔公司依靠其低价的策略实现了公司的原始资本积累。

当互联网开始极大发展时,戴尔(Dell)公司即时将自己的全部业务搬到网上,按照互联网企业的标准来对自己原有的机构和流程进行梳理,开发了包括销售、生产、采购、服务全过程的电子商务系统,并充分利用了互联网手段,为用户提供个性化定制和配送服务,大大提高了客户的满意度,奇迹般地变成为今天世界最大的计算机厂商之一。

B2C模式的这两种实现方式有很大的不同,由网站起家的B2C较难发展起自有品牌的产品、实业,因此它们更像是一个百货商店,当然不同的是百货商店是用户上门的,而B2C网站是送货上门的。而由传统企业转型过来的B2C更可能像是一个专卖店,专营自己品牌的产品。

与传统专卖店不同的是:这里用户和厂商互动性更强,可以量身定做,同时由于省去了建店的开销,成本可以降得很低。

.....

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>