



十一五高职高专经贸管理类规划教材

商务网页 制作

主 编/ 田玉山 孙 波

副主编/ 耿 斌 王 健

主 审/ 王晓梅



SHANGWUWANGYE

zhizuo



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



十一五高职高专经贸管理类规划教材

商务网页 制作

主 编/ 田玉山 孙 波

副主编/ 耿 斌 王 健

主 审/ 王晓梅

江苏工业学院图书馆
藏书章

CD-ROM

SHANGWUWANGYE

zhizuo



CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

商务网页制作/田玉山, 孙波主编. - 北京: 中国经济出版社, 2008. 7

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8551 - 3

I. 商… II. ①田… ②孙… III. 电子商务—主页制作—高等学校—技术学校—教材
IV. F713. 36 TP393. 092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 064528 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 许秀江 (电话: 010 - 68319290 xxj09@163.com)

责任印制: 张江虹

封面设计: 崔 力

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京东光印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 16 开

版 次: 2008 年 7 月第 1 版

印 数: 6000 册

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 8551 - 3/F · 7542

印张: 19.00 字数: 510 千字

印次: 2008 年 7 月第 1 次印刷

定价: 34.00 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878

中国经济出版社

“十一五”高职高专经贸管理类规划教材编委会

编委会主任 黄允成 毛增余

编委会副主任 肖玉平 伏建全

编委会委员(按姓氏笔画排名)

丁 蓉	万 晨	千 彦	马天有	孔德瑾	尹正年	尹宏伟	尹微微
毛增余	王 云	王 波	王 健	王 瑶	王 蕾	王文丽	王文博
王伟浩	王红红	王洛国	王晓莉	王晓梅	王爱国	王惠琴	王墩田
王麟康	邓宝霞	韦 芸	丛 琳	付建全	冯 瑞	冯建华	平建恒
田玉山	白 雪	石 彤	石 林	乔红艳	乔桂明	伏建全	刘 海
刘 艳	刘中爱	刘必兰	刘永军	刘旭光	刘春平	刘振华	刘媛媛
刘登辉	刘锦秀	刘增田	孙 波	孙红梅	孙利军	孙蓓蓓	曲冬华
牟欣涛	祁洪祥	许秀江	闫 冰	严长远	何雪英	余有明	冷建飞
吴 榕	吴 燕	吴国华	吴建荣	吴林华	吴晓鹏	张 昇	张 敏
张 慧	张方明	张长学	张永文	张传玲	张建华	张海玉	张海森
张潇匀	李 地	李 晶	李友林	李立威	李志国	李明睿	李秋娜
李晓华	李高伟	杨大蓉	杨广金	杨金晖	肖玉平	肖燕雄	迟红刚
邱 勋	陈 阳	陈 艳	陈 瑞	陈月波	陈丽娜	陈建斌	陈家闯
陈海龙	陈福明	周 丽	周 峰	周文根	周树江	居长志	易诗莲
苗俊美	郑 伟	郑 璐	郑文昭	姚 洁	姜 凌	祝兴平	胡希文
胡明丽	胥琳佳	赵 帆	骆正林	唐东霞	唐有川	徐会军	徐茹枝
徐慧剑	耿 斌	聂相玲	袁 援	袁长明	郭 丽	郭媛媛	郭湘如
高 静	高中玖	崔子龙	崔玉娟	康 娜	曹泽洲	章剑林	阎光伟
隋 兵	黄 翔	黄允成	彭知辉	景皓洁	曾一果	曾宪凤	焦晓云
程晓宇	韩千里	韩轶强	甄小虎	靳俊喜	廖艳君	谭 蓓	谭云明
操 阳	薛辛光	霍福华	戴思卿	濮光宁			

出版说明

中国经济出版社“十一五”高职高专经贸管理类规划教材是为适应高等职业教育发展和教材建设的需要,由我们组织安徽财贸职业学院、安徽城市管理职业学院、安徽审计职业学院、北京财贸职业学院、北京石油化工学院、渤海石油职业学院、沧州广播电视大学、东营职业学院、河北商贸学校、华北电力大学、嘉兴职业技术学院、江苏经贸职业技术学院、廊坊广播电视大学、南京交通职业技术学院、宁夏财经职业技术学院、山东工商学院、山东经贸职业学院、山西国际商务职业学院、山西省财政税务专科学校、陕西国防工业职业技术学院、石家庄职业技术学院、四川财经职业学院、苏州经贸职业技术学院、唐山职业技术学院、温州职业技术学院工商系、西安财经学院、应天学院、浙江工商职业技术学院、浙江金融职业学院、浙江经贸职业技术学院、浙江商业职业技术学院、重庆财经职业学院、淄博职业学院等三十几所国内院校共同编写的。

本套教材立足于经贸管理类及相关专业,涵盖了专业课及专业基础课的基本教学内容,具有以下特点:

1. 紧密结合高职高专经贸管理类专业教学的实际,按照教育部对我国高职高专的教学要求,根据高职高专的教学特点进行教材品种设计,选取内容并安排授课方式。
2. 以就业为导向,以培养高技能人才为目标,注重培养学生的实践能力。
3. 将学历教育与职业资格认证考试相结合,做到了一学多能,学以致用。
4. 通用性强,在组织编写过程中注重不同学校不同专业的教学要求。
5. 本套教材编写者均是在教学一线工作多年的优秀教师,具有较高的学术水平,并具有丰富的教学研究经验。在教学设计和编写上还注重教师授课与学生学习的特点,为教师备课提供了尽可能的便利。

本套教材共有《市场营销》《市场营销原理》《市场营销策划》《市场营销实务》《市场营销综合实训》《市场调查与预测》《市场营销理论与实务》《网络营销》《消费者行为分析》《广告原理与策划》《商务谈判与沟通》《分销渠道设计与管理》《实用推销技术》《电子商务概论》《电子商务技术》《电子商务实务》《电子商务综合实训》《电子商务网站建设与维护》《电子商务与现代物流》《商务网页制作》《网络信息编辑与发布》《网络商务信息采集》《物流与信息技术》《商务英语会话》和《外贸单证与函电》等25种。随着我们教材开发工作的展开,中国经济出版社还将陆续推出更多更优秀的“十一五”高职高专规划教材。

本套教材能够顺利编撰完成与各位老师的辛勤劳动、通力合作是分不开的,在此对各位参编老师表示衷心的感谢!同时,我们也非常感谢各参编院校相关领导的大力支持!感谢在教材编写过程中,对我们的工作提供支持和帮助的各有关老师。我们也欢迎各院校师生在使用本套教材的同时多提宝贵意见,以利于教材的日臻完善。

中国经济出版社

2008年5月

前 言

本书是中国经济出版社“十一五”规划教材。商务网页制作技术是电子商务专业的学生必需要掌握的一门技术之一,也是营销类专业的学生在计算机、网络等信息时代必须要了解的知识之一。目前市场上绝大多数关于网页制作的教材都偏计算机技术方向,非常适合于计算机专业的学生使用,但对于以商务为主的电子商务类及营销类的学生来说就很不适合。为此,针对电子商务专业及营销类专业学生的特点编写一本网页制作方面的教材就是本书编写目的所在。本书在编写过程中,针对高职高专教育人才培养目标,结合我国高职高专学生的特点,尤其是电子商务及营销类高职高专学生的特点,坚持实用性和针对性的原则,剔出空洞的理论,强化技能训练,突出案例教学,注重学生能力的培养。各章节知识的介绍以入门、够用为原则,重点在于各部分后续案例的讲解及知识应用的介绍上,选择能够紧扣“商务网站”的、能够突出本部分知识应用的案例。通过案例达到将知识综合运用目标。

本书的主要特点如下:

◆ 重点突出、讲解精炼。本教材力求用最精炼的语言,将比较繁杂知识点介绍给学生。使学生知道如何学、如何用;

◆ 实例贯穿、简明实用。对于大多数的知识点,都通过一个典型的实例来介绍,使学生可以尽快掌握知识的关键。最后一章的综合案例,使学生可以综合巩固各章节的要点;

◆ 结构合理,适合初学。本教材个部分的内容都是精选过的,围绕商务网页制作所必须的知识与技能,以“够用”为原则合理安排教材内容,非常适合高职高专类电子商务及营销类专业学生使用。

本教材依托当前职业教育的教改实践编写,编写人员主要由石家庄职业技术学院及山西省财政税务专科学校的教师组成,同时也吸收了其他相关院校的老师参与编写。

本教材由石家庄职业技术学院的田玉山、山西省财政税务专科学校的孙波任主编,石家庄职业技术学院的耿斌、廊坊广播电视大学王健任副主编,参加编写的还有石家庄职业技术学院的孙红梅、山西国际商务职业学院的霍福华、石家庄学院的刘旭光、河北商贸学校的冯建华、沧州广播电视大学的胡希文。

编写分工为王健编写第1章,胡希文编写第2、3、4章,孙红梅编写第5、6、7章,刘旭光编写第8章,冯建华编写第9章,孙波编写第10、11章,霍福华编写第12、13、14章,耿斌编写第15、16章,全书由田玉山负责通稿和定稿,石家庄职业技术学院的王文博协助进行了校验工作。

本书参考课时 60 - 72 学时,教师可以根据实际需求授课时有选择地讲解。

本书主要介绍商务网页制作的基本知识和操作方法。主要包括商务网站及网页制作概述、网页设计语言 HTML 基础、Dreamweaver 8 初识、基本网页创建、网页的布局排版、网页特效的制作、Photoshop cs2 简介、VBScript 介绍、ASP 基础知识、ASP 的内置对象及应用、搭建服务器平台和创建数据库等内容。

本书根据高职高专的教育特点和教学需要编写而成,突出技能操作和实践训练,不但在每一知识点后有相应的案例介绍而且还列出专门案例章节来讲解知识及技能的综合运用。本书可提供高职高专院校电子商务专业使用,也可作为网页制作的短期培训教材和从事网页制作人员的参考书。

本书在编写过程中,参考了大量的同类教材和有关论著的观点,采用了部分同类教材的相关内容,在此一并表示诚挚的感谢!

由于时间仓促,不成熟之处在所难免,敬请专家、同行和所有读者批评指正。

编 者

2008 年 3 月

目 录

第一章 商务网站及网页制作概述	1
1.1 商务网站的类型及特点	1
1.2 网站开发制作流程	2
第二章 HTML 语言基础	7
2.1 HTML 语言的基本语法	7
2.2 页面	8
2.3 字体	10
2.4 文字布局	11
2.5 图像	12
2.6 表格定义	13
第三章 初识 Dreamweaver 8	15
3.1 Dreamweaver 8 简介	15
3.2 Dreamweaver 8 的工作界面	16
3.3 Dreamweaver 8 的新增功能	18
第四章 创建基本网页	23
4.1 文本	23
4.2 图像和媒体	28
4.3 超链接	32
4.4 CSS	39
4.5 表单	44
第五章 网页的布局排版	48
5.1 表格	48
5.2 层	58
5.3 框架	64
5.4 布局网页实例	68
第六章 网页特效的制作	72
6.1 行为	72
6.2 行为的应用实例	75
6.3 脚本的应用实例	94
第七章 案例—Dreamweaver 应用	98

7.1	饰品商城的商品展示页面	98
7.2	电脑产品商城的商品展示页面	105
第八章	Photoshop CS2 简介	112
8.1	Photoshop CS2 工作界面介绍	112
8.2	案例:制作网页按钮	117
8.3	网页 logo 设计	123
第九章	Flash 8 简介	126
9.1	Flash 8 简介	126
9.2	使用元件、实例	132
9.3	使用图层和帧	135
9.4	动画制作与编辑	140
第十章	JavaScript 介绍	153
10.1	JavaScript 概述	153
10.2	JavaScript 基本语法	157
10.3	JavaScript 基本语句	163
10.4	JavaScript 对象	165
10.5	JavaScript 事件	170
第十一章	VBScript 介绍	179
11.1	VBScript 概述	179
11.2	VBScript 数据类型	180
11.3	VBScript 变量与常量	181
11.4	VBScript 运算符优先级	182
11.5	条件语句	183
11.6	循环语句	185
11.7	过程	186
11.8	函数	189
第十二章	ASP 基础知识	194
12.1	ASP 概述	194
12.2	ASP 程序的编辑和执行	197
12.3	ADO 组件对象	200
12.4	ADO 组件对象	202
第十三章	ASP 的内置对象及应用	222
13.1	ASP 的内置对象简介	222
13.2	Request 对象及应用	223
13.3	Response 对象及应用	231
13.4	Server 对象及应用	238
13.5	Application 对象及应用	243
13.6	Session 对象及应用	245

第十四章 案例—ASP 综合应用	252
14.1 设计概述	252
14.2 数据库的设计与连接	255
14.3 具体页面制作	256
第十五章 搭建服务器平台和创建数据库	258
15.1 搭建服务器平台	258
15.2 创建数据库	262
15.3 创建 Access 数据库	264
15.4 创建数据库链接	265
第十六章 案例—购物网站的综合设计与制作	268
16.1 购物网站设计策划	268
16.2 创建数据库表	269
16.3 创建数据库连接	270
16.4 制作静态页面	270
16.5 制作购物系统前台页面	277
16.6 制作购物系统后台管理	282

参考文献

第一章 商务网站及网页制作概述

本章主要介绍了商务网站的主要类型及其特点,讲解了网站制作的一般流程。通过本章的学习,可以对商务网站有概括性的了解,了解网站制作的步骤,为以后具体学习制作方法奠定基础。

【本章重点】

网站制作的一般流程

【本章难点】

网站制作各环节中各关键点的理解与把握

电子商务网站是指能够在网上完成电子商务活动的网站。它是在计算机硬件和软件基础设施的支持下,为用户提供信息服务、网页服务、数据传输服务、邮件服务、数据库服务等多种服务的信息载体。电子商务网站具有实现电子商务应用的各种功能,可以起到广告宣传、经销代理、银行与运输公司中介以及信息流运动平台等方面的作用,它是企业和个人在 Internet 上宣传和反映其形象和文化的窗口,是企业和个人开展电子商务的一个平台。在这个平台上,创造出了电子商务世界新的商务模式。

1.1 商务网站的类型及特点

在电子商务中,网站是其拥有者与用户交流及沟通的窗口,是买方和卖方信息交汇与传递的渠道,是企业展示其产品与服务的舞台,是企业体现其企业形象和经营战略的载体。企业及政府机构实施电子商务,必须要建立自己的网站或借助其他商务网站,否则电子商务的交易是不可能实现的。

通过建立电子商务网站,企业和个人可以为合作伙伴和客户等提供访问企业内部各种资源及向外发布各种信息的窗口;24 小时为客户服务,有助于企业提供更高水平的客户服务和提高用户忠诚度的个性化服务;可以使客户更方便、更快捷地购物、付款,减少流通环节的开支,增加企业效益;有利于企业发展“供应链网络”,实现“零库存”,并且可以提高企业工作效率,减少管理费用。

1.1.1 按商务业务的性质分类

按照商务业务的性质来分类,常见的电子商务网站可以分为三种:商业机构对商业机构(B2B)、商业机构对消费者(B2C)、消费者对消费者(C2C)。

1. 商业机构对商业机构(B2B)。B2B 是 Business to Business 的简称,是企业和企业之间进行

的电子商务活动。该模式是将企业的产品通过互联网推广给其他企业的交易模式。B2B 的网站模式目前发展最快,尤其是在互联网技术及企业信息化的建设与发展日新月异的今天,企业与企业之间的电子商务得到了迅猛发展。生产商与下游的经销商之间的交易就是 B2B 的代表,比如 Cisco 与其分销商之间进行的交易。

2. 商业机构对消费者(B2C)。B2C 是 Business to Consumer 的简称,是企业与消费者之间进行的电子商务活动。这种模式的电子商务网站主要是借助于国际互联网所开展的在线式销售活动。企业对消费者的电子商务基本等同于商业电子化的零售商务,如 Internet 上各种类型的商业中心,提供了各种消费品的交易和服务。

3. 消费者对消费者(C2C)。C2C 是 Consumer to Consumer 的简称,是一个为广大网民之间提供交易场所的平台。互联网为全球难以形成的交易关系提供了最佳操作平台,这种 C2C 的拍卖与竞拍方式也是这一领域的一个重要创新,其中最为典型的是阿里巴巴的淘宝网。

1.1.2 按商务目的和业务功能分类

按照商务目的和业务功能的不同,电子商务网站可以分为:基本型商务网站、宣传型商务网站、客户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对客户进行服务。适用于小型企业,以及想尝试网站效果的大、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或外包给专门公司来构建,其成本比自己构造还要低。

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和服务项目、提升公司形象、扩大品牌影响、拓展海内外潜在市场。适用于各类企业,特别是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,突出企业宣传效果。一般是将网站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来升级为客户服务型或完全电子商务运作型网站。

3. 客户服务型商务网站。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,达到与客户及时沟通及为产品或服务提供技术支持,从而降低成本,提高工作效率的目的,适用于各类企业。其特点是:以企业宣传和客户服务为主要功能。可以将网站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。这种类型商务网站建立的目的是通过网站宣传公司整体形象并推广产品及服务,实现客户服务和产品在线销售,提高竞争力从而为公司直接创造利润。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,可以实现宣传公司形象、客户服务和电子交易等功能。

1.2 网站开发制作流程

网站开发是一个系统工程,具有相对固定的流程。只有遵循这一流程,才能设计出符合用户需求的网站。一般来说,网站开发制作可分为三个阶段:

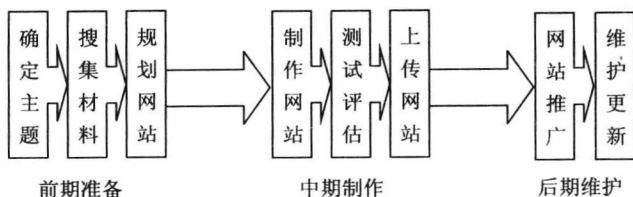


图 1-1 网站开发流程

1. 前期工作准备阶段

在此阶段主要完成以下几个方面的工作：拟定网页主题，搜集相关资料，规划网页内容，绘制结构草图。

2. 中期制作阶段

在此阶段主要利用各种网页制作工具，开始制作网页，并不断地进行上传与测试，直到最后制作完毕。

3. 后期维护阶段

网页制作完成后，可进行发布和推广应用。根据需要，对网页进行更新与维护。

1.2.1 网站前期准备

1. 确定网站建设目标

网站建设目标是指网站建立并运行后需要达到的预期效果，这是做好网站的第一步。“好的开始是成功的一半”，只有目标明确了，我们才能集中所有精力有所创新、有所突破。

站点建设的目标确定后，我们要把它编辑成文档并打印出来，这是今后所有工作的依据。可以想象，在以后的设计、研发制作、推广应用阶段我们会遇到各种各样的问题。这时，我们首先要问：“这个问题的解决有助于解决站点目标的实现吗？”，只有在得到肯定的回答后才有必要花时间去解决它。

在这一阶段，我们需要确定网站的名称。好的名称读起来不仅要琅琅上口，而且还要有概括性、有特色、容易记，并且符合网站的主题和风格。

2. 收集材料

明确了网站建设的目标后，我们将以“为谁设计”、“吸引谁（给谁看）”、“交流什么”、“如何交流”等几个问题来收集材料。材料收集得越全面我们制作起来就越容易。对收集到的材料应做到去粗取精，去伪存真。

3. 规划、设计网站

这一阶段我们要确定站点的整体风格，也就是要确定网站内容的表现形式，包括网页布局、颜色、字体、标志图形和图像等。具体来说，我们就是要围绕网站功能、网站结构、网站导航、网页色彩搭配等几个方面规划设计网站。

(1) 网站功能设计

网站的需求决定了网站所应具备的功能，不同的需求要用不同的功能来实现。用户进入网站首先要了解的是网站能实现哪些功能，能提供哪些服务。通常网站应具备两类功能：服务功能和

辅助功能。服务功能是网站的核心、网站的灵魂;而辅助功能是为服务功能服务的。如信息发布、信息检索、网上购物、产品展示、会员管理、留言簿、在线调查等网站功能是服务功能;而站点导航、计数器、网站流量分析等网站功能则是辅助功能。

(2) 网站结构设计

一个网站建设得成功与否,网站结构是其中一个重要因素。如果在浏览网站的时候碰到如下任何一种情况,说明该网站的结构设计有问题:

- ◆ 不知道网站表达的意图;
- ◆ 不清楚网站内到底有哪些内容;
- ◆ 不知该去哪里查找信息;
- ◆ 不清楚现在所处的位置;
- ◆ 整体看上去杂乱无章。

实际上,浏览者是不会对所要浏览的网站结构进行反复推敲、仔细研究的,只要遇到此类问题,基本上就不会再光顾该网站了。

要想避免上述问题,必须对网站结构进行正确设计、合理优化。

(3) 网站导航设计

网站导航的基本作用是为了让用户在浏览网站过程中不至于迷失方向,并且可以方便地回到网站首页以及其他相关内容的页面。网站导航系统的专业与否直接影响着用户对网站的感受,也是网站信息是否可以有效地传递给用户的重要影响因素之一。因此,网站导航系统也成为评价网站是否专业、是否具有网络营销导向的基本指标之一。

(4) 网页色彩搭配

颜色的使用在网页制作中起着非常关键的作用,一个网页可以没有图像,但不能没有色彩。有很多网站以其成功的色彩搭配令人过目不忘。

但对于刚开始学习制作网页的人来说,往往不容易驾驭好网页的颜色搭配。除了学习各种色彩理论和方法之外,还应该多学习一些著名网站的用色方法,对帮助我们制作优秀的网页可以起到事半功倍的作用。

1.2.2 网站的中期制作

网站制作就是将收集好的资料包括文本、图像、声音、Flash 电影以及其他多媒体信息根据网站规划以及设计方案用计算机软件工具实现的过程。

1. 网站的制作

制作网站,一般来说包括以下几个步骤:

- (1) 建立本地站点,用于存放首页、相关网页和网站中用到的其他文件。
- (2) 在站点与文件夹下创建子文件夹,用于站点文件的清晰存放。
- (3) 向站点添加需要的空网页。
- (4) 设计网页尺寸。
- (5) 设计网页属性。
- (6) 向网页中插入文本、图形图像、动画等对象。
- (7) 建立所需要的超级链接。
- (8) 预览和保存网页。

2. 上传与测试

测试评估与正式上传是不可分割的两个部分。已经建好的一个设计精美的网站在发布之前还要进行严格的测试。测试的项目有:兼容性测试、链接测试、下载速度测试等。

◆ 网站的兼容性测试:检查网站的浏览器兼容性,使多数主浏览器都能正确显示网页的内容。

◆ 链接有效性测试:检查网站中所有超链接是否有效,保证没有死链接。

◆ 网站下载速度测试:检查网站的下载速度,测试在不同的网络环境下网页的打开时间。用户很难有耐心等待一个长时间打不开的网页。特别忌讳的是网站的首页打开时间过长(首页的打开时间应不超过 15 秒),那样会吓跑很多访问者。

3. 网站发布

我们可以把一个制作完成的网站发布到自己的服务器系统上,也可以使用上传工具把网站发布到 ISP 提供的虚拟主机上。

1.2.3 网站后期维护

1. 维护更新

互联网的魅力,很大程度在于它能源源不断地提供最及时的信息。可以想象,一家电子商场开张三年从没有添加或减少过一种商品,那么我们下次还能来浏览这个网站吗?我们敢通过这个网站下订单吗?所以说,网页的更新速度是衡量一个网站的主要指标。我们在网站上传之后,要及时更新网站内容,以便为浏览者提供更丰富、更及时的信息。

2. 网站推广

网站的推广就是通过宣传让更多的人认识它,以便提高网站的知名度与访问量。网站推广的基本方法一般有:搜索引擎注册、建立链接、发布网络广告等方法。

(1)搜索引擎注册。据调查显示,网民在找新网站时,主要是通过搜索引擎来实现的,因此在著名的搜索引擎进行注册是非常必要的。

(2)建立链接。与不同站点建立友情链接,可以缩短网页间距离,提高站点的访问量。

(3)利用公告栏和新闻组。每天访问公告栏 BBS 或新闻组的人很多,可以在公告栏和新闻组有策略地发布站点新闻。

(4)发布网络广告。利用网络广告推销站点是一种行之有效的方法。

(5)发送电子邮件。由于电子邮件的发送费用非常低,许多网站都利用电子邮件来扩大站点的知名度。

(6)提供免费服务。提供免费资源,如可以在网上开展有奖竞赛、提供免费电影等,会在增加站点流量上得到高额回报。

(7)使用传统的促销媒介。使用传统的促销媒介来吸引网民访问站点也是一种常用方法。在各种卡片、文化用品、小册子和文艺作品上发布公司的 URL;在传统媒体发布展示性广告时也要包含公司的 URL。

【思考与练习】

1. 商务网站的特点是什么?与个人网页的区别有哪些?

2. 网站的开发流程主要包括哪些方面的内容?
3. 上网浏览以下著名的网站,了解这些网站功能设计、结构设计、导航设计、色彩搭配的特点。
 - ◆ 阿里巴巴(alibaba.com.cn)
 - ◆ 慧聪网(www.hc360.com)
 - ◆ 中国制造网(cn.made-in-china.com)

第二章 HTML 语言基础

本章主要介绍 HTML 语言的基本概念和简单的用法,其目的是为了让读者掌握 HTML 语言的语法结构,掌握 HTML 语言中常用元素和标签的使用方法,以及 HTML 语言的工作原理。学完本章,读者应该可以读懂 HTML 源码,并能够使用 HTML 语言制作简单的页面。

【本章重点】

1. HTML 语言的基本概念和语法结构
2. 超链接、表格、图像及文本的设置方法

【本章难点】

1. 页面空白标记 Margin 的使用方法和技巧
2. 列表的使用方法和技巧

HTML 是 Hypertext Markup Language 的英文缩写,即超文本标记语言,是一种用来制作网页的标记语言。自 1990 年以来 HTML 就一直被用作互联网的信息表示语言,用于描述网页的格式设计和它与互联网上其他网页的连结信息。它不需要编译,可以直接由浏览器执行(属于浏览器解释型语言)。

2.1 HTML 语言的基本语法

HTML 语言编写的文件也可以说是一个文本文件,能独立于各种操作系统平台运行。它包含了一些 HTML 元素、标签等。HTML 文件必须使用 html 或 htm 作为文件名后缀。HTML 对大小写是不敏感的,HTML 与 html 是一样的。生成一个 HTML 文档主要有以下三种途径:

1. 手工直接编写(例如用你所喜爱的 ASCII 文本编辑器或其他 HTML 编辑工具)。
2. 通过某些格式转换工具将现有的其他格式文档(如 WORD 文档)转换成 HTML 文档。
3. 由 Web 服务器(或称 HTTP 服务器)一方实时动态地生成。

HTML 文件可以分成两个部分:文件的内容部分和文件的标记部分。

一般来说,标记使用下面的格式:

<标记名>文件内容(受标记名影响的文本)</标记名>

例如:粗题字的标记是 ,那么短语 Hello world 用粗体字来表示就是:

Hello world

表示开始显示粗体,表示粗体显示结束。