



21世纪全国高职高专电子商务类规划教材

电子商务 模拟实训教程

DIANZI SHANGWU MONI SHIXUN JIAOCHENG

钟 强 主 编

36



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高职高专电子商务类规划教材

电子商务模拟实训教程

钟 强 主编

章建新 主审



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

为了配合电子商务专业各课程的学习、实训和实践教学,巩固学生的理论学习成果和增强他们的操作技能,帮助他们在较短的时间里既学到一定的理论知识,又能掌握实用的操作技能和技术,我们设计了这套电子商务的模拟实训体系。本书参考了大量的国内外电子商务书籍和相关的资料,请教了一些专家和学者,借鉴了英国的 BTEC 模式和澳大利亚的 TAFE 模式,在每一章节的后面引入了大课业,增加了网上上机题和综合作业题等实用性内容。本书所提供的是一整套电子商务的实训方案,每章的内容都经过了精心选择,力求将最新的内容加入。希望这些对学生的学学习能有所帮助。

本书适合于电子商务、市场营销、国际贸易及相关专业等方向的高职学生电子商务方向的实训教学和实践教学使用,亦可作为具有一定文化水平的读者自学用书。此外,本书对从事电子商务工作、电子商务教学和研究的人员也有一定的参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务模拟实训教程/钟强主编. —北京:北京大学出版社, 2008.7
(21 世纪全国高职高专电子商务类规划教材)
ISBN 978-7-301-13954-7

I. 电… II. 钟… III. 电子商务—高等学校: 技术学校—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 086711 号

书 名: 电子商务模拟实训教程

著作责任者: 钟 强 主 编

责 任 编 辑: 葛昊晗

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-13954-7/TP·0961

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765126 出版部 62754962

网 址: <http://www.pup.cn>

电 子 信 箱: xxjs@pup.pku.edu.cn

印 刷 者: 北京飞达印刷有限责任公司印刷

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×980 毫米 16 开本 16.5 印张 359 千字

2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 28.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024; 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

高等职业教育的特色之一是通过实训和实践教学来巩固学生的理论学习成果和增强他们的操作技能。由于高等职业教育学习时间较本科要少,如何使学生在较短的时间里既学到一定的理论知识,又能掌握实用的操作技能和技术,这是摆在从事高等职业教育教师面前十分重要的任务。天津职业大学经济与管理学院是全国第一批设立电子商务专业的高职院校,电子商务专业是天津市高职教改试点专业,迄今已经有毕业学生五届,毕业生受到用人单位的好评。我们希望将这九年来的经验、体会和教训通过本书和大家共享。

电子商务模拟实训是利用网络的模拟教学环境和真实的网上实训环境,综合运用所学的有关电子商务的基本理论和商务专业知识,通过观察、了解、参与、模拟和再现、修改、评价、总结和创造等实训教学活动,在网上环境和真实的实训环境中,加深学生对专业知识的理解和认知。本模拟实训教程与已有的模拟教材不同点在于适用于不同的年级和不同专业的学生,为他们提供一整套完整的实训方案,而不是某一电子商务模拟软件的说明书。我们将七年专业建设中的课程实验、认识实习、生产实习和毕业实习的体会结合在本书中,使三个层次实验,即基础实验、专业特色实验和创新实验在这本书中得以具体体现。我们力求通过提供一系列的实训方案来满足学校和学生各方面的需要,通过演示性实验、模拟性实验和设计性实验来进行完成实训和模拟。此外,也参考了目前国内外收集到的有关模拟和实训的资料,如澳大利亚 TAFE 的资料和英国 BTEC 的资料,尽可能将这些先进的内容包括进来。本书的每一章节都包括知识点介绍、实验目的、实验环境、实验的主要内容、实验步骤和实验导读等内容,模拟实验部分需要使用计算机和互联网。本书主要为配合电子商务、市场营销等专业进行专业实习及实训所写,也可作为电子商务概论、网络营销、网络广告、网站建设和网页制作等课程的实训之用。本实训教程的理论学习可使用和参考本人所编著的《电子商务概论》(北京大学出版社)、《网络营销学(第二版)》(重庆大学出版社)和《网络广告(第二版)》(国家级高职高专规划教材,重庆大学出版社)。本实训教材既可以进行基于理论验证的学生基本能力的巩固,又可以进行基本设计和应用能力的培养,以此来培养学生的综合分析问题和解决问题的能力;同时,也考虑了同学们考取劳动部职业技能鉴定中心颁发的《助理电子商务师》职业资格证书的要求。

全书共 11 章,由天津职业大学经济与管理学院商贸系钟强提出写作大纲和全书的最后编著及统稿工作,韩景丰老师提供了啤酒游戏的详细资料,天津市统计局的宋宝国提供了有关电子商务的详细数据,天津职业大学经济与管理学院院长章建新教授对本书进行了审阅,并提出了宝贵意见。参加本书编写的有天津渤海职业技术学院的苏梅和蔡杰,天津职业大学

经济与管理学院商贸系的杨国良、高洋、白晨星和管理系的韩景丰，天津职工经济技术大学的耿锦卉和天津市统计局的宋宝国。具体分工为第1章耿锦卉；第2章蔡杰；第3，6，7，9章钟强；第4章中4.1杨国良，4.2白晨星、苏梅，实训部分苏梅；第5章中5.1/5.2/5.3高洋，5.4/5.5和实训部分苏梅；第8章杨国良；第10章宋宝国；第11章苏梅。在此表示衷心的感谢！

由于作者水平有限，加之时间仓促，不足之处在所难免，敬请读者批评指正！联系邮箱：ZhongQQ@Gmail.com。

编 者

2008年5月

目 录

第 1 章	Internet 实训	1
1.1	浏览器的使用实训	1
1.1.1	IE 的界面设置导读	1
1.1.2	浏览各网站导读	3
1.2	搜索引擎的使用	4
1.2.1	中文搜索引擎的使用实训	5
1.2.2	英文搜索引擎的使用实训	6
1.3	网上查询实训	6
1.3.1	搜索引擎分类及工作原理导读	6
1.3.2	搜索引擎和搜索软件的使用	8
1.4	电子邮件的使用导读	9
1.4.1	电子邮箱的注册实训	10
1.4.2	电子邮箱使用和设置实训	10
1.4.3	电子杂志订阅实训	11
1.5	域名的使用导读	11
1.5.1	国际域名和国内域名的使用实训	11
1.5.2	中文域名和中文网址的使用实训	13
第 2 章	硬软件配置实训	15
2.1	计算机组装实训	15
2.1.1	CPU 导读	16
2.1.2	内存导读	18
2.1.3	硬盘导读	19
2.1.4	光驱导读	21
2.1.5	显示卡导读	21
2.1.6	显示器导读	21
2.1.7	键盘和鼠标导读	22
2.1.8	主板导读	23
2.1.9	机箱和电源导读	27

2.2	组装计算机导读.....	28
2.2.1	组装 PC 的三个阶段.....	28
2.2.2	安装硬件设备.....	28
2.3	BIOS 设置实训.....	32
2.4	安装操作系统导读.....	33
2.5	组建局域网实训.....	35
2.5.1	常见局域网拓扑及操作系统导读.....	37
2.5.2	网线的制作导读.....	41
2.5.3	网卡配置实训导读.....	44
2.5.4	网络组建实训导读.....	48
2.5.5	集线器导读.....	49
第 3 章	网上交易实训.....	52
3.1	网上交易导读.....	52
3.2	B to B 导读.....	54
3.2.1	寻找用户和有用信息的实训.....	54
3.2.2	寻找客户和查询客户信用的实训.....	55
3.2.3	展示产品和便利销售实训.....	56
3.2.4	网上洽谈和合同签订实训.....	57
3.3	B to C 导读.....	63
3.3.1	现实电子商务实例与分析.....	63
3.3.2	B to C 网上购物和后台管理实训.....	64
3.4	B to G 和 C to C 导读.....	66
3.4.1	B to G 模式实训.....	66
3.4.2	C to C 模式实训.....	67
3.5	EDI 实训.....	68
第 4 章	网站建设与管理实训.....	70
4.1	网页制作实训导读.....	70
4.1.1	网页制作的要求.....	70
4.1.2	选择网页开发工具.....	72
4.2	网站建设与管理导读.....	75
4.2.1	网站建设与管理实训.....	75
4.2.2	电子商务系统实验的具体步骤.....	82
4.2.3	企业网站建设实训.....	88
4.3	电子商务系统的实现导读.....	96
4.4	成本与效益分析实训.....	100

4.5	网站建设与管理实验	102
4.5.1	实验 1 网站主页设计	102
4.5.2	实验 2 实现动态网页技术	102
4.5.3	实验 3 数据库技术的进一步使用	102
4.5.4	实验 4 制作标题广告	103
4.5.5	实验 5 制作购物车	103
4.5.6	实验 6 规划网站	103
4.5.7	实验 7 使用采购和供应软件	103
4.5.8	实验 8 创建 Web 网站	104
4.5.9	实验 9 申请免费网站统计系统和申请免费留言簿	104
第 5 章	电子商务安全实训	105
5.1	CA 认证实训导读	105
5.1.1	网上浏览各 CA 认证中心的实验	105
5.1.2	数字证书申请和安装实验导读	106
5.2	防火墙实训	109
5.3	域名的管理实验导读	110
5.3.1	域名实验实训	110
5.3.2	域名的管理实验	111
5.4	电子邮件垃圾的防止实训	112
5.4.1	邮件炸弹的防止实训	113
5.4.2	用 Outlook 发送、接收有数字签名或者经过加密的邮件实训导读	114
5.5	操作系统 Windows 2000 和 WinNet 的安全设置实验导读	115
5.5.1	Windows 2000 中的验证协议	115
5.5.2	Windows 2000 安全设置的实验	116
5.5.3	Windows 2000 下建立 CA 中心的具体操作过程导读	117
5.5.4	WinNT 中的安全实验	119
5.6	数据库安全实训导读	126
5.6.1	SQL Server 2000 的安全机制实验内容	127
5.6.2	备份和恢复实验内容	127
第 6 章	网络营销实训	128
6.1	网上市场调研实训	128
6.1.1	网上信息的收集与处理的具体步骤。	128
6.1.2	进行网上信息的收集与处理实训导读	130
6.2	网络市场调查实训	134
6.2.1	网民基本情况、网络用户的地域分布和网络用户的收入等调查实训	136

6.2.2	网上竞争对手调查实训	137
6.2.3	网上市场信息的获得实训	138
6.2.4	市场调查分析报告的撰写	143
6.3	网络营销策划与营销计划实训	145
6.4	网上经营实训	148
6.4.1	在线品牌的建立和管理实训导读	149
6.4.2	网上产品定位实训导读	152
6.4.3	网络营销组合实训	153
6.5	网站经营与管理实训导读	154
6.6	网上促销实训	158
6.6.1	网络广告促销实训	159
6.6.2	使用电子邮件广告实训	161
6.6.3	使用新闻组 (Newsgroup) 实训	161
6.6.4	使用 IP 电话进行宣传导读	162
6.6.5	使用网上传真发布广告实训	163
6.6.6	使用电子公告牌 (BBS) 实训	163
6.7	客户关系管理 CRM	163
6.8	分销渠道管理实训	166
6.9	网络营销资金管理实训	168
第 7 章	电子商务运作实训	172
7.1	电子支付实训	172
7.2	网上物流与供应链实训	182
7.2.1	供应链管理实训导读	185
7.2.2	网下游戏的参考做法	190
7.2.3	牛鞭效应	201
7.2.4	新编啤酒游戏	204
第 8 章	移动电子商务	205
8.1	移动电子商务导读	205
8.2	短信、Email 实训导读	207
8.2.1	实验 1 短信发布	207
8.2.2	实验 2 Email 的设置	209
8.3	移动交易实训	210
8.4	信息服务实训	212
第 9 章	电子商务法律法规	215
9.1	网上礼仪实训导读	215

9.1.1	网络礼节导读.....	215
9.1.2	电子邮箱使用的基本准则导读.....	216
9.1.3	参加论坛应遵循的公约.....	218
9.1.4	上网安全须知.....	219
9.2	互联网道德导读.....	220
9.2.1	网上道德.....	220
9.2.2	网络道德失范行为.....	222
9.3	电子商务立法.....	223
9.4	知识产权保护实训导读.....	227
第 10 章	电子商务模拟和实训原则及要求.....	231
10.1	电子商务模拟实训应包含的内容.....	232
10.2	实训的具体安排.....	234
10.3	实训主要内容及要求.....	234
10.4	实训成绩评定.....	236
10.5	一般能力训练.....	236
10.6	关键能力训练.....	237
10.7	实训方式.....	237
10.8	实训前的准备.....	238
10.9	电子商务模拟实训要求.....	238
第 11 章	电子商务模拟实验软件简介.....	241
11.1	博星电子商务教学实验系统.....	241
11.2	一方益教电子商务教学模拟软件.....	242
11.3	德意电子商务实验室.....	244
11.4	浙科电子商务模拟教学软件.....	245
11.5	电子商务模拟系统软件 Ec-Soft NT2002.....	246
11.6	电子商务教学模拟软件 Sim-EC.....	247
11.7	南京财经大学电子商务教学模拟系统.....	248
11.8	金派电子商务模拟实验室.....	248
11.9	电子商务师实验室软件.....	249
参考书目		252
参考网站		253

第1章 Internet 实训

【学习目的】

- 掌握浏览和获取网上各种信息的基本理论和手段。
- 能使用各种搜索引擎进行网上的信息查询和网上信息的发掘。
- 通过网上信息的发掘，学习如何利用网上信息资源和认识网上信息的重要性。

1.1 浏览器的使用实训

互联网是 20 世纪最惊人的一项技术和社会成就。成千上万的不同种族、不同肤色的人同时在世界各地使用这种由计算机构成的复杂网络。这些计算机运行着成千上万种不同的软件包，它们分布在全球的每个角落。通过上网可进行商品和服务交易，互联网的商业用途促进了互联网业的高速发展。然而，伴随着互联网发展而发展起来的另一项技术也大大加快了互联网的发展进程，这项技术就是 WWW（World Wide Web，万维网）。由于 WWW 是采用客户/服务器（C/S）工作模式，用户只需要将计算机连接到互联网，然后安装一个 WWW 客户端软件（即浏览器）就可以访问 WWW 服务器了。目前，有多种浏览器可供选择，主要有微软公司的 IE 浏览器和网景公司的 Netscape 等。其中，微软公司的 IE 浏览器以其强大的功能以及在操作系统上免费捆绑的优势，已经成为用户的首选浏览器，其市场占有率高达 90% 以上，本章的实训也主要围绕 IE 浏览器进行。

1.1.1 IE 的界面设置导读

1. 启动浏览器实训

☆ **实训目的：**认识浏览器的外观、掌握调整 IE 的界面设置。

☆ **实训要求：**启动 IE 浏览器，对 IE 浏览器的“工具栏”子菜单中的“标准按钮”命令选项进行操作。

☆ **实验步骤：**

(1) 双击桌面上 IE 浏览器图标（如图 1-1 所示），启动 IE 浏览器。

(2) 单击“查看”菜单，其下拉菜单如图 1-2 所示。

(3) 把鼠标指针移动到“查看”菜单下的“工具栏”子菜单上, 可以看到“工具栏”子菜单下有五个命令选项, 如图 1-3 所示, 单击“标准按钮”命令, 即可加上或去掉该命令前面的“√”, 从而实现标准按钮栏在浏览器中是否出现。



图 1-1 IE 浏览器的图标

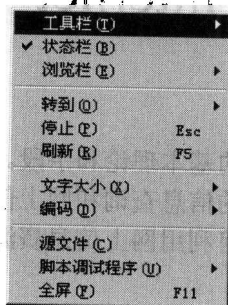


图 1-2 “查看”菜单

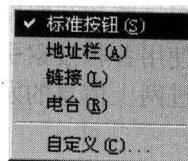


图 1-3 “工具栏”子菜单

2. 调整工具栏选项实训

★ **实训要求:** 通过 IE 浏览器的“工具栏”子菜单中的命令选项, 设置标准按钮栏图标为小图标。

★ 实训步骤:

(1) 单击“查看”菜单, 其下拉菜单如图 1-2 所示。

(2) 把鼠标指针移动到“查看”菜单下的“工具栏”子菜单上, 在如图 1-3 所示的子菜单中, 单击“自定义”命令, 弹出“自定义工具栏”对话框, 如图 1-4 所示。

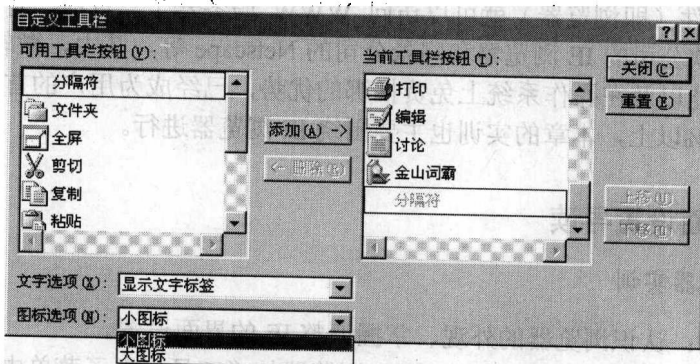


图 1-4 “自定义工具栏”对话框

(3) 单击“图标选项”旁的三角按钮, 在打开的下拉列表框中选择“小图标”选项。

(4) 单击“关闭”按钮, 即可实现标准按钮栏中的图标以小图标显示的效果。

3. 调整浏览栏选项实训

★ **实训要求：**调整浏览栏选项，打开“搜索”、“收藏夹”、“历史记录”。

★ **实训步骤：**

(1) 单击“查看”菜单，其下拉菜单如图 1-2 所示。

(2) 把鼠标指针移动到“查看”菜单下的“浏览栏”子菜单上，弹出的下级菜单如图 1-5 所示。

(3) 选择“搜索”选项命令，即可在主窗口中看到搜索栏。用户还可以通过“浏览栏”子菜单中的“收藏夹”和“历史记录”命令，打开“收藏夹”和“历史记录”栏。用户也可通过单击浏览器工具栏中的 3 个按钮，打开这 3 个栏目，如图 1-6 所示。

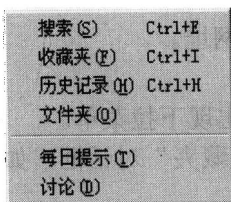


图 1-5 “浏览栏”子菜单



图 1-6 “工具栏”中的 3 个按钮

4. 将浏览器的显示设为“全屏显示”实训

★ **实训要求：**调整主窗口为“全屏显示”。

★ **实训步骤：**

(1) 单击“查看”菜单，其下拉菜单如图 1-2 所示。

(2) 单击“全屏”选项，即可看全屏显示效果。

1.1.2 浏览各网站导读

1. 访问各主要门户网站实训

★ **实训要求：**使用 IE 浏览器访问各部分主要门户网站，如新浪、网易、搜狐和雅虎等。

★ **实训步骤：**

(1) 启动 IE 浏览器，在地址栏中输入 www.sina.com.cn，并按回车键。IE 浏览器立即开始与新浪网建立连接，稍后新浪网的首页将会出现在浏览器中。

(2) 在新浪网首页中，鼠标指针移到“新闻”超级链接上时，指针会变为手形状，此时单击“新闻”超级链接，稍后新浪网的新闻页面将会出现在浏览器中。

(3) 单击“工具栏”中的“后退”按钮（如图 1-7 所示），返回



图 1-7 “后退”按钮

到新浪网首页。

2. 保存网站首页的实训

★ **实训要求：**保存新浪网首页。

★ **实训步骤：**

(1) 打开新浪网首页，单击“文件”菜单，出现下拉菜单。

(2) 单击菜单下的“另存为”命令，弹出“保存 Web 页”对话框。单击“保存”按钮，即可将文件名为“新浪首页.html”的文件保存在“我的文档”文件夹中。

3. 收藏和管理网址实训

★ **实训要求：**能熟练使用“收藏夹”收藏和管理网址。

★ **实训步骤：**

(1) 用 IE 打开新浪网首页，单击“收藏”菜单，出现下拉菜单。

(2) 单击“添加到收藏夹”命令，弹出“添加到收藏夹”对话框，如图 1-8 所示。单击“确定”按钮，即将新浪首页添加到收藏夹中。

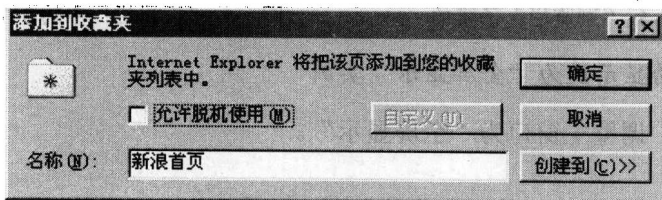


图 1-8 “添加到收藏夹”对话框

(3) 单击“收藏”菜单，此时可以看到“收藏”菜单中多出“新浪首页”。单击“整理收藏夹”命令，弹出“整理收藏夹”对话框。

(4) 单击“创建文件夹”按钮，创建一个名为“门户网站”的文件夹。

(5) 选中“新浪首页”书签，然后单击“移至文件夹”按钮，弹出“浏览文件夹”对话框，单击选中“门户网站”文件夹，然后单击“确定”按钮，即可将“新浪首页”书签移至“门户网站”文件夹。

1.2 搜索引擎的使用

在互联网发展的初期，网站相对较少，信息查找比较容易。由于用户的急剧增加，普通网络用户想找到所需的资料简直如同大海捞针。这时，为满足大众信息检索需求的专业

搜索网站便应运而生了。最早是大家熟知的 Lycos, 其后美国斯坦福大学的两名博士生——David Filo 和美籍华人杨致远 (Gerry Yang) 共同创办了超级目录索引 Yahoo, 并成功地使搜索引擎的概念深入人心。从此搜索引擎进入了高速发展时期。目前, 搜索引擎已不计其数, 其检索的信息量也与当初不可同日而语。如, 最近风头正劲的 Google, 其数据库中存放的网页已达 30 亿之巨。

在搜索引擎中, 用户只需要输入要搜索信息的部分特征 (关键字), 搜索引擎就会替用户自动搜索含有关键字的信息条目, 并将用户所需的信息资源汇总起来, 反馈给用户一张包含用户所提供的关键字信息的搜索列表清单, 用户可以选择搜索列表中的任意选项, 大大加快了检索信息的速度。

1.2.1 中文搜索引擎的使用实训

★ **实训目的:** 熟悉主要的中文搜索引擎的界面, 熟练使用百度、Yahoo 和 Google 等常用的中文搜索引擎, 并了解各自的特色和不同之处。

★ **实训要求:** 在浏览器中分别输入 Baidu、Google、Sina、163、Sohu 等搜索引擎网址, 熟知各搜索引擎的界面, 并用“电子商务”一词进行检索, 了解它们的异同, 写出实训报告。

(1) 启动 IE 浏览器, 在地址栏中输入 www.baidu.com, 并按回车键。IE 浏览器即开始与百度网站建立连接, 稍后百度的首页将会出现在浏览器中。

(2) 在地址栏中输入 www.google.com, 并按回车键。IE 浏览器即开始与 Google 网站建立连接, 稍后 Google 的首页将会出现在浏览器中。

Google (www.google.com) 是由两个斯坦福大学博士生 Larry Page 与 Sergey Brin 于 1998 年 9 月创立的, Google 公司于 1999 年创立。2000 年 7 月份, Google 替代 Inktomi 成为 Yahoo 公司的搜索引擎, 随后 Google 又成为中国网易公司的搜索引擎。1998 年至今, Google 已经获得多项业界大奖, 富于创新的搜索技术和典雅的用户界面设计使 Google 从第一代搜索引擎中脱颖而出。

(3) 在地址栏中输入 cn.search.yahoo.com, 并按回车键。IE 浏览器即开始与雅虎中国搜索引擎建立连接, 稍后雅虎中国搜索引擎的首页将会出现在浏览器中。

Yahoo 是最早的目录索引之一, 也是目前最重要的搜索服务网站之一, 其数据库中的注册网站无论是形式上还是内容上质量都非常高。Yahoo 属于目录索引类搜索引擎, 可以通过两种方式来查找信息, 一是用普通的关键词搜索, 二是按分类目录逐层查找。用关键字搜索时, 搜索结果中的网站排列基于分类目录及网站信息与关键字串的相关程度, 包含关键字的目录及该目录下的匹配网站排在最前面。按分类目录逐层时, 网站排列则按字母顺序。面对来自 Google 的竞争压力, Yahoo 近期采取了一系列举措, 旨在重建其在搜索领域的领先地位。新的 Yahoo 搜索引擎在原有网页、目录搜索外, 增加了新闻、黄页、图像、地图等搜索选项。此外, Yahoo 对搜索界面也进行了更新, 在搜索结果页面增加了搜索选

项标签,方便用户在各种搜索功能之间进行切换。

(4) 在地址栏中输入 `search.sina.com.cn` 或 `cha.sina.com.cn`,并按回车键。浏览器立即开始与新浪查博士建立连接,稍后新浪查博士的首页将会出现在浏览器中。

新浪是全球范围内最大的华语门户网站之一,是国内网民经常访问的网站之一。新浪网搜索引擎是面向全球华人的网上资源查询系统,它提供网站、网页、新闻、软件、游戏等查询服务。网站收录资源丰富,分类目录规范细致,遵循中文用户习惯。目前共有 16 大类目录,一万多个细目和二十余万个网站,是网上最大规模的中文搜索引擎之一。新浪网推出的新一代综合搜索引擎,可对多个数据库查询的综合搜索引擎。在关键词的查询反馈结果中,在同一页面上包含目录、网站、新闻标题、新闻全文、频道内容、网页、商品信息、消费场所、中文网址、沪深行情、软件、游戏等各类信息的综合搜索结果,最大程度地满足用户的检索需要,使用户得到最全面的信息。

(5) 在地址栏中输入 `search.163.com`,并按回车键。IE 浏览器即开始与网易搜索引擎建立连接,稍后网易搜索引擎的首页将会出现在浏览器中。

(6) 在地址栏中输入 `dir.sohu.com`,并按回车键。IE 浏览器即开始与搜狐搜索引擎建立连接,稍后搜狐搜索引擎的首页将会出现在浏览器中。

1.2.2 英文搜索引擎的使用实训

★ **实训目的:** 熟练使用 IE 浏览器访问常用的英文搜索引擎网站,并了解其特色。

★ **实训步骤:**

(1) 启动 IE 浏览器,在地址栏中输入 `google.com`,并按回车键。IE 浏览器即开始与 Google 建立连接,稍后 Google 的首页将会出现在浏览器中。

(2) 在地址栏中输入 `yahoo.com`,并按回车键。IE 浏览器即开始与雅虎建立连接,稍后雅虎的首页将会出现在浏览器中。

1.3 网上查询实训

信息技术的飞速发展,使得网络已覆盖了人们日常生活工作的方方面面。但是面对信息的海洋,用户不可能了解所有资源所处的位置,所以网上查询就成为了用户访问互联网的一项重要技能。网上查询的工具具有如下两类:搜索引擎、搜索软件。

1.3.1 搜索引擎分类及工作原理导读

1. 全文搜索引擎

在搜索引擎分类部分提到过全文搜索引擎从网站提取信息建立网页数据库的概念,搜

搜索引擎的自动信息搜集功能分两种：一种是定期搜索，即每隔一段时间（如 Google 一般为 28 天），搜索引擎自动启动蜘蛛程序，对一定 IP 地址范围内的网站进行检索，一旦发现新的网站，它会自动提取网站的信息，将提取的信息和网址加入自己的数据库。另一种是提交网站搜索，即网站拥有者主动向搜索引擎提交网址，它在一定时间内两天至数月不等）定向启动蜘蛛程序，扫描网站并将有关信息存入数据库，以备用户查询。由于近年来搜索引擎索引的规则发生了很大变化，主动提交网址并不保证网站能进入搜索引擎数据库。因此目前最好的办法是多获得一些外部链接，让搜索引擎有更多机会检索到并自动将网站收录。当用户以关键字查找信息时，搜索引擎会在数据库中进行搜寻，如果找到与用户要求内容相符的网站，便采用特殊的算法（通常根据网页中关键词的匹配程度、出现的位置、频次和链接质量等）计算出各网页的相关度及排名等级，然后根据关联度高低，按顺序将这些网页链接返回给用户。

2. 目录索引

与全文搜索引擎相比，目录索引有许多不同之处。

(1) 首先，搜索引擎是自动检索网站，而目录索引则完全依赖手工操作。用户提交网站后，目录编辑人员会亲自浏览网站，然后根据一套自定的评判标准甚至编辑人员的主观印象，决定是否接纳该网站。

(2) 其次，搜索引擎收录网站时，只要网站本身没有违反有关的规则，一般都能登录成功。而目录索引对网站要求则高得多，有时即使登录多次也不一定成功。尤其像 Yahoo! 这样的超级索引，登录更是困难。

(3) 此外，在登录搜索引擎时，一般不用考虑网站的分类问题，而登录目录索引时则必须将网站放在一个最合适的目录。

(4) 最后，搜索引擎中各网站的有关信息都是从用户网页中自动提取的，所以从用户的角度看，我们拥有更多的自主权；而目录索引则要求必须手工另外填写网站信息，而且还有各种各样的限制。更有甚者，如果工作人员认为你提交网站的目录、网站信息不合适，可以随时进行调整，当然事先是不会和你商量的。

目录索引，顾名思义就是将网站分门别类地存放在相应的目录中，用户在查询信息时，可选择关键字搜索，也可按分类目录逐层查找。如以关键字搜索，返回的结果跟搜索引擎一样，也是根据信息关联程度排列网站，只不过其中人为因素要多一些。如果按分层目录查找，某一目录中网站的排列顺序则是由标题字母的先后顺序决定（也有例外的）。目前，搜索引擎与目录索引有相互融合渗透的趋势。原来一些纯粹的全文搜索引擎现在也提供目录索引，如 Google 就借用开放的目录索引提供分类查询。而像雅虎这些老牌目录索引则通过与 Google 等搜索引擎合作扩大搜索范围。在默认搜索模式下，一些目录类搜索引擎首先返回的是自己目录中匹配的网站，如搜狐、新浪、网易等；而另外一些则默认的是网页搜索，如雅虎。