



高等院校实践教程 信息技术类

电子商务 概论

周 苏 杨武剑 王 文 等 编著



科学出版社
www.sciencep.com

高等院校实践教程 信息技术类

电子商务概论

周 苏 杨武剑 王 文 等 编著

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书把电子商务、电子政务的概念、理论和技术知识融入到实践当中,从而加深认识和理解。课程和实验内容几乎包含了电子商务系统建设与应用的各个方面,涉及电子商务/电子政务基础、电子商务技术基础、电子商务与现代企业管理、网络银行与电子支付、电子商务网站的建设与分析、移动电子商务以及电子商务系统管理等,全书共10章,包含20个实验、1个实验总结和一组可供选择的课程设计。每章都包含课程知识、实验所需的工具及准备工作和实验步骤指导等,以帮助读者掌握电子商务和电子政务的基本应用方法。

本书可作为高等院校相关专业“电子商务概论”课程的主教材或实验辅助教材。

图书在版编目(CIP)数据

电子商务概论/周苏等编著. —北京:科学出版社,2008

(高等院校实践教程 信息技术类)

ISBN 978-7-03-021510-9

I.电… II.周… III.电子商务-高等学校-教材 IV.F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第041747号

责任编辑:陈晓萍/责任校对:刘彦妮

责任印制:吕春珉/封面设计:三函设计

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

骏杰印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2008年5月第一版 开本:B5(720×1000)

2008年5月第一次印刷 印张:23

印数:1—4000 字数:463 000

定价:35.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈环伟〉)

销售部电话 010-62136131 编辑部电话 010-62138978-8003

版权所有,侵权必究

举报电话:010-64030229; 010-64034315; 13501151303

前 言

高等教育的大众化对强调应用型、教学型的相关专业课程的教学提出了更高的要求,新的高等教育形势需要我们积极进行教学改革,研究和探索新的教学方法。从2003年出版《操作系统原理实验》教材开始,我们从改进相关课程的实验手段入手,建设了一系列的优秀实验教材。这套教材所涉及的内容包括:操作系统原理、汇编语言程序设计、数据结构与算法、数据库技术、软件工程、网页设计与网站建设、多媒体技术、信息安全技术、人机界面设计、数字艺术设计概论、信息资源管理、电子商务概论、动态网页技术和面向对象程序设计等课程。多年来,这些教材得到了广泛的认同和应用,取得了很好的教学效果。

在长期的教学实践中,我们体会到,“因材施教”是教育教学的重要原则之一,把实验实践环节与理论教学相融合,抓实验实践教学促进学科理论知识的学习,是有效地改进教学效果和提高教学水平的重要方法之一。随着教改研究的不断深入,上述大部分实验教材已经逐渐发展成为以实验实践方法为主体开展教学活动的具有鲜明特色的课程主教材,相关的数十篇教改研究论文也赢得了普遍的好评,并多次获得教学优秀成果奖。

为体现教材建设的发展,“高等院校实验教材”正式更名为“高等院校实践教程”。我们仍将在教学内容规划、实验内容选择、实验步骤设计和实验文档组织等诸方面做精心的考虑和安排,一如既往,继续为广大教师和学生开发和奉献好的教学经验和好的教材。

本丛书的编写原则是:依据课程教学大纲,遵循教学规律和节奏,充分体现实验实践的可操作性,既可以与课程的其他教材辅助配套,也可以作为具有应用和实践特色的课程主教材,还可以是自学的实践教材。旨在很好地推动本课程的教学发展,辅助老师教,帮助学生学,帮助用户切实把握本课程的知识内涵和理论与实践的水平。

本书是为高等院校相关专业“电子商务概论”课程开发的具有实践特色的新型教材,通过一系列在网络环境下学习和熟悉电子商务、电子政务知识的实验练习,把电子商务的概念、理论知识与技术融入到实践当中,从而加深对电子商务、电子政务的认识和理解。

每个实验均留有“实验总结”和“实验评价(教师)”部分;每个单元设计了“单元学习评价”;全部实验完成之后的实验总结部分还设计了“课程学习能力测评”等内容,书后则提供了“实验成绩记录”。希望以此方便师生交流对学科知识、实验内容的理解与体会,方便老师对学生实验成绩的记录和管理,以及对学生学习情况进行必要的评估。

本书由周苏、杨武剑、王文负责编写，柳俊和曾希君也参加了部分编写工作。

本书相关的教学 PPT 与实验素材等可以从科学出版社网站 (www.abook.cn) 下载。欢迎教师按以下联系方式索取为本书教学配套的相关资料并与我们开展学习交流：

E-mail: zs@mail.hz.zj.cn

QQ: 81505050 (一般隐身)

教学网站: www.zhousu.net

周 苏

2008 年新春于西子湖畔

读者指南

电子商务的课程教学既要重视相关的理论知识,又要重视结合丰富的应用技术,构建知识结构,实施应用、技术与管理的能力和素质培养。因此,切实加强电子商务课程的创新与发展至关重要。

另一方面,尽管市面上已经有了一些用于实践电子商务的商品化实验环境软件,但是,由于实验软件本身存在着开发水平、版权保护和更新等问题,况且电子商务技术也在日新月异地发展中,因此可以认为,最好的电子商务实验与实践应该来自于因特网的实际环境,以保持与现实应用的同步。

本书是为高等院校相关专业“电子商务概论”课程编写的应用型、实践型教材,目的是通过一系列在网络环境下的学习和实验,把电子商务、电子政务的概念、理论知识与技术融入到实践当中,从而加深对该课程的认识和理解。

读者对象

高等院校相关专业的学生可以把此书作为课程学习的主教材、实验辅助教材或自学读物。教学实践证明,在主要强调实践性、应用性的相关课程中,本书是一本适用和优良的课程主教材。对于已经具备计算机应用基础知识,并希望通过进一步学习得到提高的读者来说,本书也是一本继续教育的良好读物。相信本书将有助于“电子商务概论”课程的教与学,有助于读者对理解、掌握和应用本课程内容建立起足够的信心和兴趣。

实验内容

本书的课程内容和实验练习几乎包含了电子商务知识的各个方面,内容涉及电子商务和电子政务基础、电子商务的技术基础、电子商务与现代企业管理、网络银行与电子支付、电子商务网站的建设与分析、移动电子商务和电子商务系统管理等,全书共 10 章,包含 20 个实验、1 个实验总结和一组可供选择的课程设计。课程内容丰富,且每个实验都包含所需的工具及准备工作和实验步骤指导等,以帮助读者加深对课程教材中所介绍概念的理解以及掌握一些主流的电子商务应用方法。

第 1 章: 熟悉电子商务,包括电子商务的计算环境、了解戴尔网站、在线购物及其典型网站等内容和实验。通过学习和实验来理解电子商务的基本概念,熟

悉电子商务的基本类型；通过因特网搜索与浏览，了解网络环境中主流的电子商务技术网站，掌握通过专业网站不断丰富电子商务最新知识的学习方法，尝试通过专业网站的辅助与支持来开展电子商务应用实践；通过对戴尔电子商务网站的分析和初步使用，了解、体会和学习戴尔的电子商务思想、现代管理方法和网站设计方法，熟悉电子商务、电子商务网站、B2C、B2B 和 C2C 等概念与应用现状，掌握主流电子商务网站的一般应用方法。

第2章：熟悉电子政务，包括电子政务的计算环境和了解政府门户网站等内容和实验。通过学习和实验来理解电子政务的基本概念，熟悉电子政务的基本类型、定义和内容；通过因特网搜索与浏览，了解网络环境中主流的电子政务技术支持网站，掌握通过专业网站不断丰富电子政务最新知识的学习方法，尝试通过专业网站的辅助与支持来开展电子政务应用实践。

第3章：电子商务的技术基础。这部分主要涉及电子商务的技术基础，包括 EDI 技术、网络技术与 Windows 系统管理，Web 技术、多媒体技术与 Windows 安全机制，数据库技术与 CA 认证，安全技术与病毒防范等部分。通过学习和实验，了解和熟悉电子商务的相关技术基础，进一步掌握 Windows 操作系统的系统管理操作；通过对操作系统安全功能的运用，掌握操作系统的网络安全特性和安全措施，学习和掌握操作系统安全特性的设置方法；在实验中了解《电子签名法》及其关于电子认证服务的相关规定，熟悉和掌握 CA 认证的基本原理和作用，熟练掌握数字证书的申请和使用过程等。

第4章：电子商务与现代企业管理，包括客户关系管理 CRM、供应链管理 SCM 与戴尔供应链、企业资源计划 ERP、网络营销、物流管理等部分。通过实验了解和熟悉 ERP 的基本概念与基本内容，了解网络环境中主流的 ERP 技术网站，尝试通过专业网站的辅助与支持来开展 ERP 应用实践；通过实验以及使用相关的 CRM 应用软件，进一步了解和熟悉客户关系管理知识，理解和掌握 CRM 的管理思想以及应用方法；通过对著名电子商务网站戴尔公司供应链管理的分析，进一步加深理解和掌握 SCM 的管理思想以及应用方法，了解和熟悉供应链管理、网络营销、物流管理等知识。

第5章：网络银行与电子支付，包括网络银行和电子支付与电子钱包等部分。通过学习和实验，了解与熟悉网络银行发展现状，掌握网络银行的基本业务及其操作；了解电子支付的原理和具体内容，熟悉和掌握电子支付的具体实现方法以及熟悉电子钱包的概念和使用方法。

第6章：电子商务网站的建设与分析。通过学习和实验，熟悉电子商务系统（包括其他 e 概念系统）的规划、分析、设计和建设方法，熟悉系统规划、设计和网站建设的基本内容；通过在因特网上对一些成功网站进行的搜索、浏览与分析，了解网站建设需要注意的问题，学习网站建设成功经验。

第7章：移动电子商务，通过学习和实验，阅读移动商务解决方案案例，了解移动电子商务的需求、分析、设计与建设；在网络环境中对移动电子商务主题进行搜索和信息浏览，以更多地熟悉和丰富关于移动电子商务的知识。

第8章：电子商务系统管理，包括电子商务系统的标准化和电子商务的法律保障等内容。通过学习和实验，了解标准化在电子商务、电子政务系统建设中的重要意义和作用，了解支持国家标准和其他相关标准信息的专业网站，熟悉和掌握标准化的概念，较为系统和全面地了解与电子商务、电子政务相关的国家标准；通过课文阅读和因特网相关信息浏览，了解电子商务、电子政务相关的法律问题，熟悉开展电子商务、电子政务活动的法律基础。

课程设计：电子商务课程设计为学生提供了可供选择的几个不同应用领域的典型案例，例如网上珠宝店、美容保健产品网络零售商、网络鲜花商店等，要求学生根据已经掌握的电子商务知识，对案例进行电子商务系统规划设计，完成相应的设计规划文档。

实验要求

尽管全部实验有 20 个之多，但并不一定都要完成。根据不同的教学安排和要求，教师可以根据实际情况、条件以及需要，从中选取部分实验必须完成，部分实验由学生作为回家作业选择完成等。个别实验也可能需要占用课后时间才能全部完成。

致教师

现有的“电子商务概论”教材大都有理论性很强，而实践与应用性偏弱的特点，对教学活动的开展，尤其是对强调教学型、应用型的高等院校相关课程教学的开展带来了一定的困难。但是，电子商务活动本身具有鲜明的应用性，因此，我们可以也应该充分重视这门课程的实验环节，以实验与实践教学来促进理论知识的学习。本书以一系列与网络学习密切相关的实验练习作为主线，来组织电子商务课程的教学，以求掌握电子商务知识在实践中的应用。

为方便教师对教学的组织，我们在课程内容的规划、实验内容的选择、实验步骤的设计和实验文档的组织等诸方面都做了精心的考虑和安排。任课教师不需要作为专家来自己设计练习，相反，教师和学生都可以通过本书提供的实验练习来研究概念的实现。

本书的全部实验都经过了严格的教学实践的检验，取得了良好的教学效果。根据经验，虽然大部分的实验确实能够在一次实验课的时间内完成，但学生中普遍存在着两个方面的问题：

1) 常常会忽视对教学内容的阅读和理解,而急功近利,只求完成实验步骤。
2) 在实验步骤完成之后,没有投入时间对实验内容进行消化,因而不能很好地进行相关的实验总结。

因此,为了保证实验的质量,建议教师重视对教学实践环节的组织,例如:

1) 在实验之前要求学生的教学和实验内容进行预习。实验指导老师在实验开始时应该对学生的预习情况进行检查,并计入实验成绩。

2) 明确要求学生重视对实验内容的理解和体会,认真完成“实验总结”、“单元学习评价”等环节,并把这些内容作为实验成绩的主要评价成分,以激励学生对所学知识进行积极和深度的思考。

3) 对于有条件的学校(例如学生普遍拥有自己的电脑或者足够的上机条件),许多实验还可以提倡学生做两遍,所谓“做一遍知道了,做两遍理解了”。

如果需要,教师还可以在现有实验的基础上,在应用实践方面做出一些要求、指导和布置,以进一步发挥学生的潜能和激发学习的主动性和积极性,如通过对最后课程设计的有效组织来加深对电子商务的理解。

每个实验均留有“实验总结”和“实验评价(教师)”部分;每个单元设计了“单元学习评价”;全部实验完成之后的实验总结部分还设计了“课程学习能力测评”等内容,书后则提供了“实验成绩记录”。希望以此方便师生交流对学科知识、实验内容的理解与体会,方便老师对学生实验成绩的记录和管理,以及对学生学习情况进行必要的评估。如果有更多需要,请任课老师加以补充。

关于实验的评分标准

合适的评分标准有助于促进实验的有效完成。在实践中,我们摸索出了如下评分安排,即对于每个实验以5分计算,其中,阅读教学内容(要求学生用彩笔标注,留下阅读记号)占1分,完成全部实验步骤占2分(完成了但质量不高则只给1分),认真撰写“实验总结”占2分(写了但质量不高则只给1分)。以此强调对教学内容的阅读和通过撰写“实验总结”来强化实验效果。

致学生

电子商务无疑是未来社会生活的一个重要领域,其发展势头方兴未艾。电子商务所具有的鲜明的应用性,需要我们在学习过程中重视实践,重视通过动手来牢固掌握相关的知识,也需要通过实践把认识上升到一定的理论高度。

本书为读者提供了一个深入了解和研究电子商务的学习方法,你可以由此来体验电子商务的知识及其应用技巧。

下面两点对于提高你的学习和实验效果非常重要:

1) 在开始每一个实验之前,请务必预习各章的教学内容,其中包含着本课

程知识的主体,也和实验内容有着密切的联系。

2) 实验完成后,请认真撰写每个实验的“实验总结”,认真撰写每个单元的“单元学习评价”和最后的课程实验总结,完成“课程学习能力测评”等内容,把感受、认识和意见、建议等表达出来,这能起到“画龙点睛”的作用,也可以此和老师进行积极的交流,并对自己的学习情况进行必要的评估。

另一方面,可能仅靠书本所提供的实验还不够。如果需要,可以在这些实验的基础上,结合应用项目,来进一步实践电子商务知识,以发挥自己的潜能和激发学习的主动性与积极性。

关于计算机网络

尽管电子商务是计算机和网络技术的一个新兴和重要的应用领域,学习电子商务必然要学习关于计算机网络技术的基础知识,但本教材无意取代或包容计算机网络课程的内容。然而,对于非计算机专业的学生来说,确实可以通过本书所组织的诸多实验,在掌握电子商务知识的同时,学习和熟悉丰富的计算机网络基础知识。

关于现代企业管理

电子商务系统的总体设计思想是:围绕企业的经营目标,应用因特网技术,以企业前端的客户关系管理(CRM)为中心,结合当前的社会环境、经济环境和法律环境,展开产品销售;在产品销售过程中,畅通企业交易过程中的供应链管理(SCM),结合企业后台的资源计划系统(ERP),以市场为导向,以提供客户个性化服务为目标,扩展一系列的商务活动。因此,企业现代管理思想对于掌握电子商务的概念和技术来讲是至关重要的。对于计算机专业的学生来说,可以通过本书所组织的诸多实验,学习和掌握丰富的企业现代管理知识。

实验设备

个人计算机在学生,尤其是专业学生中的普及,使得我们有机会把实验任务分别利用课内和课外时间来完成,以获得更多的锻炼。

实验设备与环境

大多数电子商务实验都基于 Windows 和因特网环境,因此,用来开展电子商务实验的计算机,应该具有良好的上网条件。

在利用个人计算机完成实验时,要重视理解操作系统所显示的提示甚至警告信息,注意保护自己数据和计算环境的安全,做好必要的数据备份工作,以免产

生不必要的损失。

没有设备时如何使用本书

如果本书的读者由于某些客观原因无法获得必要的实验设备时，也不用失望，我们相信您仍将从本书中受益。全书以循序渐进的方式介绍，读者通过认真阅读和仔细分析实验的操作步骤，相信也能在一定程度上有所收获。

Web 站点资源

几乎所有软件工具的生产厂商都对其产品的用户提供了足够的因特网支持，用户可利用这些支持网络来修改错误、升级系统和获得更新、更为详尽和丰富的技术资料。

由于网络资料的日新月异，我们不便在本书中一一罗列，有要求的读者可以上网利用 Google、百度等搜索工具即时进行检索。

可以从科学出版社网站（www.abook.cn）下载，或者从个人教学网站 www.zhousu.net 下载与本书内容相配套的教学课件，帮助教师做一点基础的备课准备，有助于学生在课堂上可以更好的集中听课的注意力，也方便了课前课后的预习和复习。

备 考 资 料

本书在编写过程中，参考了国内外许多优秀的教材和文献，在此向这些教材和文献的作者表示衷心的感谢。

编 者

本书在编写过程中，参考了国内外许多优秀的教材和文献，在此向这些教材和文献的作者表示衷心的感谢。

目 录

第 1 章 熟悉电子商务	1
1.1 电子商务的计算环境	1
1.1.1 电子商务的定义	1
1.1.2 电子商务的产生和发展	3
1.1.3 电子商务的功能	7
1.1.4 电子商务的分类	8
1.1.5 电子商务系统的组成	10
实验与思考	11
1.2 了解戴尔电子商务网站	16
1.2.1 传统商业的问题	17
1.2.2 电子商务与商业	17
1.2.3 电子商务的目标模式	18
1.2.4 电子商务系统的网络结构与运行环境	20
1.2.5 了解戴尔电子商务系统	22
实验与思考	25
1.3 在线购物及其典型网站	31
1.3.1 在线购物	31
1.3.2 eBay 易趣网	32
1.3.3 eBay 易趣的拍卖规则	33
1.3.4 eBay 易趣的贝宝和安付通	34
实验与思考	35
第 2 章 熟悉电子政务	46
2.1 电子政务的计算环境	46
2.1.1 电子政务的概念	46
2.1.2 电子政务的作用与功能	50
2.1.3 电子政务的基本模式	51
2.1.4 电子政务的基本框架	53
2.1.5 电子政务与电子商务	55
实验与思考	56
2.2 了解政府门户网站	59
2.2.1 workflow 管理	61

2.2.2	内容管理	62
2.2.3	可信消息服务	63
2.2.4	统一后台管理	63
2.2.5	办公自动化系统	64
2.2.6	决策支持系统	65
2.2.7	一站式电子政务办公服务系统	66
2.2.8	政府门户网站	67
	实验与思考	70
第 3 章	电子商务的技术基础	78
3.1	EDI 技术、网络技术与 Windows 系统管理	78
3.1.1	电子数据交换技术	78
3.1.2	计算机网络技术	80
3.1.3	Windows 的系统管理	88
	实验与思考	89
3.2	Web 技术、多媒体技术与 Windows 安全机制	98
3.2.1	因特网和 Web 技术	98
3.2.2	网络开发技术	101
3.2.3	多媒体技术	104
3.2.4	Windows 安全机制	106
	实验与思考	109
3.3	数据库技术与 CA 认证	116
3.3.1	数据库技术	116
3.3.2	数据仓库与数据挖掘	118
3.3.3	认证与认证系统	121
	实验与思考	125
3.4	安全技术与病毒防范	138
3.4.1	系统的安全问题	139
3.4.2	安全协议	141
3.4.3	保密学	143
3.4.4	数据完整性与杂凑函数	144
3.4.5	数字签名技术	144
3.4.6	防火墙	147
3.4.7	计算机病毒防范	151
3.4.8	防止黑客入侵	152
	实验与思考	153

第 4 章 电子商务与现代企业管理	160
4.1 客户关系管理 CRM	160
4.1.1 CRM 概述	160
4.1.2 CRM 的实施	161
4.1.3 CRM 与电子商务	163
实验与思考	164
4.2 供应链管理 SCM 与戴尔供应链	170
4.2.1 SCM 的演变	171
4.2.2 SCM 的内容	171
4.2.3 SCM 的技术	173
4.2.4 SCM 与电子商务	173
4.2.5 戴尔的供应链管理	174
实验与思考	176
4.3 企业资源计划 ERP	182
4.3.1 ERP 的发展历程	184
4.3.2 ERP 的先进管理思想	185
4.3.3 ERP 系统的实施	188
4.3.4 ERP 与电子商务	189
4.3.5 电子商务与其他信息系统的关系	190
实验与思考	192
4.4 网络营销	200
4.4.1 网络营销的概念	200
4.4.2 网络营销 4C 策略	201
4.4.3 网络营销的职能	203
4.4.4 网络营销的方法	204
实验与思考	204
4.5 物流管理	210
4.5.1 电子商务下的物流模式	210
4.5.2 电子商务物流的特点	212
4.5.3 电子商务物流配送中心	213
4.5.4 物流与电子商务	214
实验与思考	215
第 5 章 网络银行与电子支付	227
5.1 网络银行	227
5.1.1 电子商务带动的金融活动	227

5.1.2	电子支付	228
5.1.3	支付网关	231
5.1.4	网络银行	232
	实验与思考	234
5.2	电子支付与电子钱包	245
5.2.1	电子支付	245
5.2.2	电子钱包	246
5.2.3	几种常用的电子钱包	247
	实验与思考	248
第 6 章	电子商务网站的建设与分析	256
6.1	人员配备	256
6.2	系统规划与设计	257
6.3	网站建设	259
6.3.1	网站总体形象设计	259
6.3.2	域名注册	260
6.3.3	定义信息结构	261
6.3.4	网站建设的文档	261
6.3.5	WWW 服务器	262
6.3.6	服务器的自建、托管和虚拟主机	263
6.3.7	网站的维护	264
6.4	网页制作	265
6.4.1	主页设计	265
6.4.2	网页设计的原则	266
6.4.3	网页的优化	266
6.4.4	网页制作工具	267
6.5	系统评估	267
6.6	电子商务解决方案	269
6.6.1	IBM 电子商务解决方案	269
6.6.2	Microsoft 电子商务解决方案	270
6.6.3	Lotus 电子政务解决方案	271
	实验与思考	271
第 7 章	移动电子商务	279
7.1	移动电子商务的发展	279
7.1.1	移动电子商务的特点	280
7.1.2	移动电子商务的基本结构	280

7.2 无线传送与移动通信	282
7.2.1 无线传送技术	282
7.2.2 WAP 技术	283
7.2.3 蓝牙技术	283
7.2.4 无线局域网	284
7.2.5 移动通信	284
7.2.6 移动计算	285
7.3 移动 IP	286
7.3.1 移动 IPv4	287
7.3.2 移动 IPv6	288
7.4 移动电子商务解决方案	289
实验与思考	290
第 8 章 电子商务系统管理	297
8.1 电子商务系统的标准化	297
8.1.1 标准化体系结构	297
8.1.2 电子商务的标准化	299
8.1.3 电子政务的标准化	301
实验与思考	303
8.2 电子商务的法律保障	309
8.2.1 电子商务的法律环境	309
8.2.2 电子政务的法律环境	316
8.2.3 电子签名的法律效力	318
8.2.4 信用与道德问题	321
实验与思考	323
第 9 章 电子商务概论实验总结	326
9.1 实验的基本内容	326
9.2 实验的基本评价	329
9.3 课程学习能力测评	329
9.4 电子商务概论实验总结	331
9.5 实验总结评价(教师)	331
第 10 章 电子商务概论课程设计	332
10.1 课程设计的背景	332
10.1.1 网站建设的文档要求	332
10.1.2 网站建设项目计划书的编写	332
10.1.3 课程设计的基本要求	333

10.1.4	课程设计的项目选择	333
10.2	一份典型的《网站建设项目计划书》提纲	334
10.3	网上珠宝店	336
10.3.1	公司背景	337
10.3.2	面临的竞争	338
10.3.3	广告和促销	338
10.3.4	客户	339
10.3.5	建立网站的决策	339
10.3.6	电子商务消费者	339
10.3.7	网上广告	340
10.3.8	网上珠宝商的竞争	340
10.3.9	面临的困境	341
10.4	美容、保健产品网络零售商	341
10.4.1	因特网产业	342
10.4.2	Looks.com	342
10.4.3	为什么选择化妆品	343
10.4.4	网上销售与现有分销渠道的比较	344
10.5	网络鲜花店	345
10.5.1	公司背景	345
10.5.2	平菇鲜花的顾客	345
10.5.3	面临的竞争	346
10.5.4	渠道成员	346
10.5.5	对 IT 的定位	346
10.5.6	IVR 的问题	347
10.5.7	决策	347
10.6	课程设计总结	347
10.7	课程设计评价(教师)	348
	实验成绩记录	349
	主要参考文献	351