

21世纪高等学校规划教材 | 电子商务



电子商务实务综合 实验教程

陈梅梅 等

清华大学出版社

21世纪高等学校规划教材 | 电子商务



电子商务实务综合 实验教程

陈梅梅 等 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

不同于网络技术基础应用型实验或电子商务模拟系统操作型实验,本教程按照企业开展电子商务业务的过程设计和组织实验,内容全面,共分为策划、开发和维护管理三篇,且各独立实验项目之间逻辑性强,具有综合性、实用性的特点,旨在通过实验操作帮助读者巩固电子商务基本理论知识,提高综合实践能力,系统地理解所完成的一系列独立实验项目的实践意义,真正做到“学以致用”。

本书既可作为电子商务专业相关课程的课内实验上机指导书,也适用于选修电子商务相关课程的其他专业学生作为重要的学习参考书籍,更适合作为面向经贸管理类其他专业开设的电子商务实训课程的专用教材,对于拟开展电子商务业务的企业人员也是一本必备的工作指南。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

电子商务实务综合实验教程/陈梅梅等编著. —北京:清华大学出版社,2011.2

(21世纪高等学校规划教材·电子商务)

ISBN 978-7-302-23748-8

I. ①电… II. ①陈… III. ①电子商务—高等学校—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 168118 号

责任编辑:闫红梅 王冰飞

责任校对:时翠兰

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62795954, jsjic@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京国马印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:12.75 字 数:306千字

版 次:2011年2月第1版 印 次:2011年2月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:19.50元

产品编号:034885-01

编审委员会成员

(按地区排序)

清华大学

周立柱 教授

覃 征 教授

王建民 教授

冯建华 教授

刘 强 副教授

北京大学

杨冬青 教授

陈 钟 教授

陈立军 副教授

北京航空航天大学

马殿富 教授

吴超英 副教授

姚淑珍 教授

中国人民大学

王 珊 教授

孟小峰 教授

陈 红 教授

北京师范大学

周明全 教授

北京交通大学

阮秋琦 教授

赵 宏 教授

北京信息工程学院

孟庆昌 教授

北京科技大学

杨炳儒 教授

石油大学

陈 明 教授

天津大学

艾德才 教授

复旦大学

吴立德 教授

吴百锋 教授

杨卫东 副教授

同济大学

苗夺谦 教授

徐 安 教授

华东理工大学

邵志清 教授

华东师范大学

杨宗源 教授

应吉康 教授

东华大学

乐嘉锦 教授

孙 莉 副教授

浙江大学

扬州大学

南京大学

南京航空航天大学

南京理工大学

南京邮电学院

苏州大学

江苏大学

中国矿业大学

武汉大学

华中科技大学

中南财经政法大学

华中师范大学

江汉大学

国防科技大学

中南大学

湖南大学

西安交通大学

长安大学

哈尔滨工业大学

吉林大学

山东大学

中山大学

厦门大学

仰恩大学

云南大学

电子科技大学

成都理工大学

西南交通大学

吴朝晖 教授

李善平 教授

李 云 教授

骆 斌 教授

黄 强 副教授

黄志球 教授

秦小麟 教授

张功萱 教授

朱秀昌 教授

王宜怀 教授

陈建明 副教授

鲍可进 教授

张 艳 副教授

何炎祥 教授

刘乐善 教授

刘腾红 教授

叶俊民 教授

郑世珏 教授

陈 利 教授

颜 彬 教授

赵克佳 教授

邹北骥 教授

刘卫国 教授

林亚平 教授

沈钧毅 教授

齐 勇 教授

巨永锋 教授

郭茂祖 教授

徐一平 教授

毕 强 教授

孟祥旭 教授

郝兴伟 教授

潘小轰 教授

冯少荣 教授

张思民 教授

刘惟一 教授

刘乃琦 教授

罗 蕾 教授

蔡 淮 教授

于 春 讲师

曾华桑 教授

出版说明

随着我国改革开放的进一步深化,高等教育也得到了快速发展,各地高校紧密结合地方经济建设发展需要,科学运用市场调节机制,加大了使用信息科学等现代科学技术提升、改造传统学科专业的投入力度,通过教育改革合理调整和配置了教育资源,优化了传统学科专业,积极为地方经济建设输送人才,为我国经济社会的快速、健康和可持续发展以及高等教育自身的改革发展做出了巨大贡献。但是,高等教育质量还需要进一步提高以适应经济社会发展的需要,不少高校的专业设置和结构不尽合理,教师队伍整体素质亟待提高,人才培养模式、教学内容和教学方法需要进一步转变,学生的实践能力和创新精神亟待加强。

教育部一直十分重视高等教育质量工作。2007年1月,教育部下发了《关于实施高等学校本科教学质量与教学改革工程的意见》,计划实施“高等学校本科教学质量与教学改革工程(简称‘质量工程’)”,通过专业结构调整、课程教材建设、实践教学改革、教学团队建设等多项内容,进一步深化高等学校教学改革,提高人才培养的能力和水平,更好地满足经济社会发展对高素质人才的需要。在贯彻和落实教育部“质量工程”的过程中,各地高校发挥师资力量强、办学经验丰富、教学资源充裕等优势,对其特色专业及特色课程(群)加以规划、整理和总结,更新教学内容、改革课程体系,建设了一大批内容新、体系新、方法新、手段新的特色课程。在此基础上,经教育部相关教学指导委员会专家的指导和建议,清华大学出版社在多个领域精选各高校的特色课程,分别规划出版系列教材,以配合“质量工程”的实施,满足各高校教学质量和教学改革的需要。

为了深入贯彻落实教育部《关于加强高等学校本科教学工作,提高教学质量的若干意见》精神,紧密配合教育部已经启动的“高等学校教学质量与教学改革工程精品课程建设工作”,在有关专家、教授的倡议和有关部门的大力支持下,我们组织并成立了“清华大学出版社教材编审委员会”(以下简称“编委会”),旨在配合教育部制定精品课程教材的出版规划,讨论并实施精品课程教材的编写与出版工作。“编委会”成员皆来自全国各类高等学校教学与科研第一线的骨干教师,其中许多教师为各校相关院、系主管教学的院长或系主任。

按照教育部的要求,“编委会”一致认为,精品课程的建设工作从开始就要坚持高标准、严要求,处于一个比较高的起点上;精品课程教材应该能够反映各高校教学改革与课程建设的需要,要有特色风格、有创新性(新体系、新内容、新手段、新思路,教材的内容体系有较高的科学创新、技术创新和理念创新的含量)、先进性(对原有的学科体系有实质性的改革和发展,顺应并符合21世纪教学发展的规律,代表并引领课程发展的趋势和方向)、示范性(教材所体现的课程体系具有较广泛的辐射性和示范性)和一定的前瞻性。教材由个人申报或各校推荐(通过所在高校的“编委会”成员推荐),经“编委会”认真评审,最后由清华大学出版

社审定出版。

目前,针对计算机类和电子信息类相关专业成立了两个“编委会”,即“清华大学出版社计算机教材编审委员会”和“清华大学出版社电子信息教材编审委员会”。推出的特色精品教材包括:

(1) 21 世纪高等学校规划教材·计算机应用——高等学校各类专业,特别是非计算机专业的计算机应用类教材。

(2) 21 世纪高等学校规划教材·计算机科学与技术——高等学校计算机相关专业的教材。

(3) 21 世纪高等学校规划教材·电子信息——高等学校电子信息相关专业的教材。

(4) 21 世纪高等学校规划教材·软件工程——高等学校软件工程相关专业的教材。

(5) 21 世纪高等学校规划教材·信息管理与信息系统。

(6) 21 世纪高等学校规划教材·财经管理与计算机应用。

(7) 21 世纪高等学校规划教材·电子商务。

清华大学出版社经过二十多年的努力,在教材尤其是计算机和电子信息类专业教材出版方面树立了权威品牌,为我国的高等教育事业做出了重要贡献。清华版教材形成了技术准确、内容严谨的独特风格,这种风格将延续并反映在特色精品教材的建设中。

清华大学出版社教材编审委员会

联系人: 魏江江

E-mail: weijj@tup.tsinghua.edu.cn

序 言

The 4th APEC E-Commerce Business Alliance Forum held on May 21, 2010 in Chengdu, China highlighted the growing importance of e-commerce to the global economy. The forum was co-sponsored by APEC and the Commerce Ministry of China which allowed China to showcase developments in e-commerce which, to date, has experienced quite rapid growth, drawing attention from across the world. With the Chinese government gradually increasing and strengthening its support for e-commerce, there will be greater opportunities for Chinese enterprises to develop and expand their capacity to engage in a diversified set of online business activities. However, to carry out effective e-commerce operations, China will need to focus on developing the requisite professional competences. Educational institutions play a critical role in developing well trained professionals skilled at planning, developing, and managing effective e-business for enterprises.

The author of this book works at the Glorious Sun School of Business and Management of Donghua University which has specialized in professional degree education in e-commerce for almost 10 years. The book reflects the author's accumulated years of experience teaching in this area. Adopting an enterprise application perspective, this book details three comprehensive series of practices for developing effective e-commerce: business web site planning, development, and optimization management. It provides an in depth, practical set of tutorials, which emphasizes the relevance and strong logical link between independent projects. This will help readers consolidate their understanding of the essential concepts and improve their capacity to put these into general practice. I believe that this book will contribute significantly to the training and education of e-commerce professionals in China.

2010年5月21日,在中国成都举办的第四届亚太经济合作组织电子商务工商联盟论坛进一步显现了电子商务对全球经济日益增长的重要性。此届论坛由亚太经济合作组织和中国商务部共同主办,使中国有机会展示令世界瞩目的迅猛发展的电子商务。随着中国政府对电子商务扶持力度的逐步加大,未来中国企业电子商务向多样化方向发展过程中将会机遇不断。但是,要有效地实施电子商务业务,中国需要将重点放在制定必要的专业能力方

面。教育机构在为企业培养具备规划、开发和管理技能的训练有素的专业人才方面发挥着重要作用。

作者就职的东华大学旭日工商管理学院专门从事电子商务学历教育已近 10 年之久,本实验教程是作者多年相关教学积累的总结,从企业应用的视角出发,详述了企业有效推广电子商务应用的三个重要方面:商务网站的策划、开发和维护管理。教程提供了深入而实用的实验指导,并强调了各独立实验项目之间的相关性和逻辑联系,有利于读者通过实验操作巩固电子商务基本理论知识并提高综合实践能力。相信本书的出版将为促进中国电子商务专业人才的培训和教育做出积极的贡献。



Gerald Grant, Ph. D,

Associate Professor

Carleton University, Ottawa, Canada

2010-6-16

前言

我国电子商务的发展经历了 10 年的历程,正迈向以传统企业为应用主体的理性发展阶段。随着我国电子商务应用的推广和纵深化发展,企业已逐步认识到:要成功实现电子化,不能仅仅依靠精通技术的专业人才,熟悉电子商务业务和管理、具备高度信息意识、能够熟练运用现代化管理手段使企业在电子商务环境下获得并保持竞争优势的经济管理类人才也是必不可少的。

自 2001 年教育部正式批准开办电子商务专业以来,国内市场上应电子商务专业建设和教学需要相继出版了不少相关教材,包括基础入门教材、应用型教材、技术实现型教材及理论研究型教材等,但从企业电子商务应用管理业务角度出发设计的电子商务实务综合实验教材则并不多见,难以满足教学需要和实际应用的需要。

作者自 1999 年以来,一直从事电子商务及网络营销方面的教学与研究,本书是作者在总结多年电子商务实验教学经验、体会和丰富的教学资源的基础上,结合所从事的学术研究成果,参考大量国内外相关资料精心组织撰写的一本应用型书籍。针对企业开展电子商务所涉及的业务领域设计的这部综合实验教程,旨在通过实验操作帮助读者巩固相关实务的基础理论知识,并引导读者积累有关的实务经验,真正做到“学以致用”。

全书共分为策划、开发和维护管理三篇,力求系统、全面地介绍目前国内外最新的成果,并注重理论与实际相结合,每篇在简要介绍基础知识的基础上,按照企业开展电子商务业务的过程组织实验内容。综合性、实用性是本书的一大亮点,由一系列独立实验组成的综合性实践任务能够避免读者“只见树木不见森林”,有助于系统地理解所完成的一系列独立实验项目的实践意义。编排科学、风格独特是本书的另一大特点,立足于激发学生的学习热情、调动主观能动性和培养一定的创新能力,本书配备丰富详细的操作指南,将浅显、明晰、循序渐进的描述作为贯穿始终的编写风格,既适合教师灵活组织课堂教学,又适合读者自学。综合实践任务的设计既注重实践能力的检测,又富于创新空间,有利于学生探索和创新精神的培养。

因而,本书既可作为电子商务专业相关课程的课内实验上机指导书,也适用于选修商务网站策划与建设、商务网站维护管理、网络营销等相关课程的其他专业学生作为重要的学习参考书籍,更适合作为面向经贸管理类等专业开设的电子商务实训课程的专用教材,同时也可作为企业相关工作人员的工作指南。

本书的出版是集体劳动的成果,由陈梅梅整体策划、主编及统稿,姚卫新教授、王扶东副教授参与了策划和其中部分章节的编写及修改工作,硕士生周毅、李方方、刘峥等人参与了资料收集、整理等工作,感谢他们付出的辛勤劳动。本书编写过程中参考了大量国内外教材和专著,已在本书的主要参考文献中尽可能全面地予以列举,在此对所有资料的作者表示感谢。本书在编写过程中曾得到电子商务界、管理科学与工程界许多专家学者的大

力支持和宝贵建议，在此一并表示感谢。由于电子商务是一个发展迅速的领域，这给资料收集和编写工作带来许多困难，加上编者水平有限，难免存在不足和疏漏之处，恳请读者不吝赐教。

编者：陈梅梅

东华大学旭日工商管理学院

2010年4月29日于加拿大

目 录

第一篇 策 划 篇

第 1 章 商务网站策划概述	3
1.1 网站规划的内容	3
1.1.1 企业建立网站可行性分析	3
1.1.2 网站定位及网站类型选择	5
1.1.3 规划网站开发总体方案	7
1.2 申请注册企业域名	12
1.2.1 域名的定义和结构	12
1.2.2 域名策略	14
1.3 租用虚拟主机	15
1.3.1 虚拟主机的概念	16
1.3.2 租用虚拟主机建立网站的好处	16
1.3.3 租用虚拟主机考虑的因素	16
本章小结	17
第 2 章 商务网站策划实验	18
2.1 域名注册	18
2.1.1 实验要求	18
2.1.2 实验环境设置说明	18
2.1.3 调研内容与操作步骤	19
2.1.4 实验报告	23
2.2 租用虚拟主机	23
2.2.1 实验要求	23
2.2.2 实验环境设置说明	24
2.2.3 调研内容及操作步骤	24
2.2.4 实验报告	28
2.3 选择企业网络接入方案并设置网络连接	30
2.3.1 实验要求	30
2.3.2 实验环境设置说明	30
2.3.3 操作步骤	30
2.3.4 实验报告	36

2.4 利用 Visio 的 Web 图表描绘站点地图	37
2.4.1 实验要求	37
2.4.2 实验环境设置说明	37
2.4.3 操作步骤	37
2.4.4 实验报告	48

第二篇 开 发 篇

第3章 商务网站开发概述	51
3.1 商务网站的开发环境	51
3.2 商务网站的开发技术概述	51
3.2.1 电子商务应用系统的体系结构和 Web 应用编程模型	51
3.2.2 网页制作与服务器端脚本开发技术	52
3.2.3 Web 应用开发技术与集成开发环境	53
3.3 基于 Web 应用的商务网站建设步骤	53
3.3.1 利用 Dreamweaver 建立实体 Web 站点	53
3.3.2 建立 Web 数据库并定义数据源	55
3.3.3 建立数据库连接	57
3.3.4 实现 Web 应用	58
3.3.5 建立 Web 服务器	58
3.3.6 编辑与发布 Web 站点	63
本章小结	65
第4章 商务网站开发实验	66
4.1 利用 Dreamweaver 建立实体 Web 站点	66
4.1.1 实验要求	66
4.1.2 实验环境设置说明	66
4.1.3 操作步骤	66
4.1.4 实验报告	72
4.2 eBookStore 静态网页的制作	72
4.2.1 实验要求	72
4.2.2 实验环境设置说明	72
4.2.3 操作步骤	72
4.2.4 实验报告	81
4.3 eBookStore 数据库设计与创建	82
4.3.1 实验要求	82
4.3.2 实验环境设置说明	82
4.3.3 操作步骤	82

4.3.4	实验报告	87
4.4	数据库连接的定义	87
4.4.1	实验要求	87
4.4.2	实验环境设置说明	87
4.4.3	操作步骤	87
4.4.4	实验报告	93
4.5	实现动态功能	93
4.5.1	实验要求	93
4.5.2	实验环境设置说明	93
4.5.3	操作步骤	94
4.5.4	实验报告	105
4.6	创建 IIS 物理服务器	105
4.6.1	实验要求	105
4.6.2	实验环境设置说明	105
4.6.3	操作步骤	105
4.6.4	实验报告	117
4.7	发布网站	118
4.7.1	实验要求	118
4.7.2	实验环境设置说明	118
4.7.3	操作步骤	118
4.7.4	实验报告	120

第三篇 维护管理篇

第5章	商务网站管理概述	123
5.1	商务网站管理的目标和步骤	123
5.1.1	商务网站管理的目标	123
5.1.2	商务网站管理的步骤	123
5.2	商务网站管理的内容	124
5.2.1	网站维护	124
5.2.2	商务网站的内容管理	125
5.2.3	商务网站运营管理	126
5.2.4	网站的安全管理	127
5.3	使用 IIS 进行网站运营管理	127
5.3.1	系统性能监测与优化	127
5.3.2	基于服务器日志的网站用途分析	130
5.3.3	基于第三方流量分析工具的用户访问分析	134
本章小结		135

第 6 章 商务网站维护管理实验	136
6.1 系统性能检测与优化	136
6.1.1 实验要求	136
6.1.2 实验环境设置说明	136
6.1.3 操作步骤	136
6.1.4 实验报告	152
6.2 服务器日志采集与分析	152
6.2.1 实验要求	152
6.2.2 实验环境设置说明	152
6.2.3 操作步骤	152
6.2.4 实验报告	166
6.3 网站分析管理工具的使用	166
6.3.1 实验要求	167
6.3.2 实验环境设置说明	167
6.3.3 操作步骤	167
6.3.4 实验报告	180
6.4 系统服务器安全维护	180
6.4.1 实验要求	180
6.4.2 实验环境设置说明	180
6.4.3 操作步骤	180
6.4.4 实验报告	189
参考文献	190



策划篇
