

21世纪高等学校规划教材 | 电子商务



电子商务专业 毕业设计（论文）指导

张寿华 秦立栓 李继民 张国春 编著



清华大学出版社

21世纪高等学校规划教材 | 电子商务

电子商务专业 毕业设计（论文）指导

张寿华 秦立栓 ~~李继民~~ 张隼春 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是针对高等学校电子商务及相关专业编写的毕业设计(论文)参考指导书。根据教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会下发的《普通高等学校电子商务本科专业知识体系(试行)》,以培养专业能力为目标,注重实践创新能力和综合素质的培养,结合我国的教学实际,设计了一套规范的毕业设计过程管理体系,系统地叙述了毕业设计和撰写毕业论文各环节的实践操作方法。主要内容包括:①毕业设计(论文)的选题、开题报告的撰写;②文献资料的搜集;③不同类别毕业设计的方法和思路;④毕业论文的写作方法;⑤答辩与成绩的评定;⑥典型的毕业论文实例;⑦对跨入社会毕业生的职业训练与沟通技巧等内容。

本书突出系统性、示范性和实用性,思路清晰、内容翔实、范例丰富,适合作为电子商务及相关专业学生进行毕业设计和毕业论文写作的教材,也可作为高等学校、高职院校和自学考试相关专业学生开展毕业设计的指导教材,对从事项目规划人员和科技人员撰写学术论文也具有一定的参考价值。

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

电子商务专业毕业设计(论文)指导/张寿华等编著. —北京:清华大学出版社,2013.1

21世纪高等学校规划教材·电子商务

ISBN 978-7-302-29346-0

I. ①电… II. ①张… III. ①电子商务—毕业设计—高等学校—教学参考资料 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 157083 号

责任编辑:闫红梅 薛 阳

封面设计:傅瑞学

责任校对:白 蕾

责任印制:王静怡

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

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

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795954

印 刷 者:北京富博印刷有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:19.25 字 数:467千字

版 次:2013年1月第1版 印 次:2013年1月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:34.50元

产品编号:048088-01

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

北京信息工程学院

赵 宏 副教授

北京科技大学

孟庆昌 教授

石油大学

杨炳儒 教授

天津大学

陈 明 教授

复旦大学

艾德才 教授

吴立德 教授

吴百锋 教授

同济大学

杨卫东 副教授

苗夺谦 教授

华东理工大学

徐 安 教授

华东师范大学

邵志清 教授

杨宗源 教授

东华大学

应吉康 教授

乐嘉锦 教授

孙 莉 副教授

浙江大学	吴朝晖	教授
	李善平	教授
扬州大学	李 云	教授
南京大学	骆 斌	教授
	黄 强	副教授
南京航空航天大学	黄志球	教授
	秦小麟	教授
南京理工大学	张功萱	教授
南京邮电学院	朱秀昌	教授
苏州大学	王宜怀	教授
	陈建明	副教授
江苏大学	鲍可进	教授
中国矿业大学	张 艳	教授
武汉大学	何炎祥	教授
华中科技大学	刘乐善	教授
中南财经政法大学	刘腾红	教授
华中师范大学	叶俊民	教授
	郑世珏	教授
	陈 利	教授
江汉大学	颜 彬	教授
国防科技大学	赵克佳	教授
	邹北骧	教授
中南大学	刘卫国	教授
湖南大学	林亚平	教授
西安交通大学	沈钧毅	教授
	齐 勇	教授
长安大学	巨永锋	教授
哈尔滨工业大学	郭茂祖	教授
吉林大学	徐一平	教授
	毕 强	教授
山东大学	孟祥旭	教授
	郝兴伟	教授
厦门大学	冯少荣	教授
厦门大学嘉庚学院	张思民	教授
云南大学	刘惟一	教授
电子科技大学	刘乃琦	教授
	罗 蕾	教授
成都理工大学	蔡 淮	教授
	于 春	副教授
西南交通大学	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”成员皆为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·财经管理与应用。

(7) 21 世纪高等学校规划教材·电子商务。

(8) 21 世纪高等学校规划教材·物联网。

清华大学出版社经过三十多年的努力,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

毕业设计(论文)是大学教学计划中最后一个教学环节,是从学校跨入社会的一个桥梁,是学生综合运用知识、培养动手能力、增强团队合作意识、提高沟通表达能力等方面的关键过程。提高毕业设计质量、撰写高质量的毕业论文,是即将毕业的大学生必须解决的问题。

本书根据教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会下发的《普通高等学校电子商务本科专业知识体系(试行)》,以培养专业能力为目标,注重实践创新能力和综合素质的培养,结合我国的教学实际,设计了一套规范的毕业设计过程管理体系,系统地叙述了毕业设计和撰写毕业论文各环节的实践操作方法。

本书内容分成两篇:第一篇是毕业设计(论文)指南,主要系统介绍毕业设计规范过程和毕业论文撰写的必备知识;第二篇是各类毕业论文范例,主要选择了几篇典型、有代表性的毕业论文作为第一篇的支持材料和应用实例。

第一篇 毕业设计(论文)指南

第1章 电子商务概述、电子商务专业的培养目标、毕业生的特征,毕业设计的目的、要求 and 特点;

第2章 科学研究方法论的内容;

第3章 毕业设计(论文)的模式、管理流程以及学生创新能力培养的思路和方法;

第4章 选题方法以及开题报告的写作方法;

第5章 文献资料的搜集和整理方法;

第6章 毕业论文的结构、各部分的写作方法及撰写规范;

第7章 毕业设计(论文)答辩方法及成绩评定;

第8章 职业训练与沟通技巧。

第二篇 各类毕业论文范例

第9~11章 通过六个毕业论文范例逐步引导读者撰写毕业论文。

本书编者都是长期工作在教学一线的教师,讲授并指导毕业设计(论文)多年,具有丰富的教学实践经验。本书凝聚了编者多年来所带学生进行毕业设计和毕业论文撰写的经验和成果,融入了毕业设计(论文)的教学模式以及对学生实践创新能力和综合素质培养的内容。

本书由张寿华、秦立栓提出结构安排,张寿华编写第5、10、11章,秦立栓编写第1、3、4、9章,李继民编写第2、6、8章,张国春编写第7章。

本书在编写过程中参考了有关文献的相关内容,在此对书后所列的主要参考文献的作者表示衷心的感谢。

由于作者水平有限,书中难免存在疏漏和不妥之处,恳请读者给予批评和指正。

编 者

2012年10月

第一篇 毕业设计(论文)指南

第 1 章 概述	3
1.1 电子商务	3
1.1.1 电子商务的特征	4
1.1.2 电子商务的分类	4
1.1.3 电子商务的发展	4
1.1.4 中国电子商务发展史	5
1.1.5 电子商务模式	6
1.1.6 电子商务应用领域	8
1.1.7 电子商务发展趋势	9
1.2 移动电子商务	11
1.2.1 概述	11
1.2.2 移动电子商务的发展	12
1.2.3 移动电子商务发展的技术基础	13
1.2.4 移动电子商务的特点	14
1.2.5 移动电子商务的应用	15
1.2.6 我国移动电子商务存在的问题	16
1.2.7 移动电子商务产生的影响	18
1.2.8 我国移动电子商务发展的趋势	19
1.3 电子商务专业发展	20
1.4 电子商务专业的培养目标	21
1.5 电子商务专业学习课程	22
1.6 电子商务专业岗位分类	22
1.7 电子商务专业毕业生的要求	23
1.8 毕业设计(论文)的指导思想、目的与要求	24
1.8.1 毕业设计(论文)的指导思想	24
1.8.2 毕业设计(论文)的目的	25
1.8.3 毕业设计(论文)的总体要求	26
1.9 毕业论文的特点	27
1.9.1 学位论文的定义	27
1.9.2 学位论文的总体原则要求	28

1.9.3 毕业论文的特点	28
第2章 科学研究方法论	30
2.1 科学研究	30
2.1.1 什么是科学研究	30
2.1.2 科学研究的动机	31
2.2 科学的类型	31
2.3 如何开展科学研究	32
2.4 科学方法	33
2.4.1 研究方法分类	33
2.4.2 研究方法的特征和程序	37
2.4.3 研究方法的作用	39
2.4.4 研究方法的使用原则	41
2.4.5 研究方法的注意事项	42
第3章 毕业设计(论文)过程	44
3.1 毕业设计(论文)模式	44
3.1.1 毕业设计(论文)的主要教学模式	44
3.2 毕业设计(论文)流程	47
3.3 毕业设计(论文)的组织与管理	48
3.3.1 毕业设计(论文)的组织	48
3.3.2 毕业设计(论文)的管理	49
3.4 毕业设计(论文)中创新能力的培养	51
第4章 选题与开题报告的撰写	53
4.1 毕业设计(论文)的选题	53
4.1.1 选题原则	53
4.1.2 选题程序	54
4.1.3 选题范围	55
4.1.4 选题方法	57
4.1.5 选题中常见的问题	59
4.2 开题报告的撰写	60
4.2.1 开题报告的内容要求	60
4.2.2 开题报告的写作实例	63
4.2.3 开题报告的评价标准	69
第5章 文献资料的搜集	70
5.1 文献资料	70
5.1.1 文献资料的作用	70

5.1.2 文献资料的分类	71
5.2 文献资料的检索、筛选与利用	72
5.2.1 文献资料检索的途径	72
5.2.2 文献资料检索的方法	73
5.2.3 获取文献资料的途径	75
5.2.4 文献资料检索的步骤	76
5.2.5 文献资料的筛选与利用	77
5.3 如何阅读论文	79
5.4 文献综述	80
第6章 毕业论文的写作及撰写规范	82
6.1 毕业论文的撰写要求	82
6.2 毕业论文的结构及写作步骤	82
6.2.1 毕业论文的结构	82
6.2.2 毕业论文的写作步骤	83
6.3 毕业论文前置部分的写作	86
6.3.1 论文题名	86
6.3.2 摘要和关键词	87
6.4 毕业论文主体部分的写作	91
6.4.1 正文	91
6.4.2 谢辞	103
6.4.3 参考文献和注释	104
6.4.4 附录	106
6.5 毕业论文的格式及装订存档要求	107
6.5.1 毕业论文的格式要求	107
6.5.2 毕业论文装订存档要求	108
第7章 毕业设计(论文)的答辩与成绩评定	109
7.1 毕业设计(论文)答辩	109
7.1.1 毕业设计(论文)答辩的目的	109
7.1.2 答辩委员会的成员及职责	110
7.1.3 学生答辩资格审查	110
7.1.4 毕业设计(论文)的答辩过程	112
7.2 毕业设计(论文)成绩的评定	115
第8章 职业训练与沟通技巧	119
8.1 心态管理	119
8.1.1 PMA 黄金定律	119
8.1.2 人类成长的三个阶段	120

8.1.3	李开复给中国学生写的信·····	121
8.1.4	毕业生应有的心态·····	123
8.2	时间管理·····	124
8.2.1	时间管理的原则·····	124
8.2.2	时间管理的步骤·····	126
8.3	团队合作与沟通技巧·····	127
8.3.1	团队合作·····	127
8.3.2	沟通技巧·····	129
8.3.3	有效与上级沟通·····	129
8.3.4	项目中的沟通·····	131

第二篇 各类毕业论文范例

第9章	理论科研型·····	135
9.1	理论科研型论文内容组织·····	135
9.2	范例·····	136
9.2.1	范例一·····	136
9.2.2	范例二·····	162
第10章	软件开发型·····	181
10.1	软件开发型论文内容组织·····	181
10.2	范例·····	182
10.2.1	范例一·····	182
10.2.2	范例二·····	204
第11章	项目规划型·····	246
11.1	项目规划型论文内容组织·····	246
11.2	范例·····	248
11.2.1	范例一·····	248
11.2.2	范例二·····	277
参考文献	·····	294

第①篇

毕业设计(论文)指南

本篇是电子商务专业毕业设计(论文)指南,系统介绍电子商务专业毕业设计规范过程和毕业论文撰写的必备知识,并对即将走入社会的应届毕业生需要了解并掌握的基本职业素养及沟通技巧进行了简单说明。

毕业设计(论文)是指学生在教师指导下完成的设计或论文,一般在毕业前完成,毕业设计(论文)合格与否将决定学生能否毕业、能否取得学位。

毕业设计(论文)是大学本科教学计划中最后一项综合性、创造性的教学实践环节,是对学生在校期间所学基础理论、专业知识和实践技能的全面总结,是独立完成本专业范围内项目设计或专业工作和从事科学研究的最初尝试,是培养“能够成功解决复杂问题”人才的过程。毕业设计(论文)能够培养学生严谨、认真、细致的工作作风,为今后从事专业技术工作奠定坚实的基础。

本章针对电子商务专业培养目标以及对电子商务专业毕业生的要求,给出了毕业设计(论文)的指导思想、目的和要求,并对毕业论文的特点进行了说明。

1.1 电子商务

电子商务(Electronic Commerce)的定义是:利用计算机技术、网络技术和远程通信技术,实现整个商务(买卖)过程中的电子化、数字化和网络化。

广义上讲,电子商务一词源自于 Electronic Business,是指利用简单快捷低成本的方式,在买卖双方不谋面的情况下,所进行的商务和贸易活动。

通俗定义:电子商务是指以互联网为工具,使买卖双方不谋面而进行的各种商业和贸易活动。

电子商务是一个不断发展的概念,电子商务的先驱 IBM 公司于 1996 年提出了 Electronic Commerce(E-Commerce)的概念,到了 1997 年,该公司又提出了 Electronic Business(E-Business)的概念。但我国在引进这些概念的时候都翻译成电子商务,很多人对这两者的概念产生了混淆。事实上这两个概念及内容是有区别的,E-Commerce 应翻译成电子商业,有人将 E-Commerce 称为狭义的电子商务,将 E-Business 称为广义的电子商务。E-Commerce 是指实现整个贸易过程中各阶段贸易活动的电子化。E-Business 是利用网络实现所有商务活动业务流程的电子化。

E-Commerce 集中于电子交易,强调企业与外部的交易与合作,而 E-Business 则把涵盖范围扩大了很多。广义上指使用各种电子工具从事商务或活动。狭义上指利用 Internet 从事商务或贸易活动。

1.1.1 电子商务的特征

从电子商务的含义及发展历程可以看出电子商务具有如下基本特征:

(1) 普遍性。电子商务作为一种新型的交易方式,将生产企业、流通企业以及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化生存的新天地。

(2) 方便性。在电子商务环境中,人们不再受地域的限制,客户能以非常简捷的方式完成过去较为繁杂的商务活动,如通过网络银行能够全天候地存取资金账户、查询信息等,同时使企业对客户的服务质量得以大大提高。

(3) 整体性。电子商务能够规范事务处理的工作流程,将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体,这样不仅能提高人力和物力的利用,也可以提高系统运行的严密性。

(4) 安全性。在电子商务中,安全性是一个至关重要的核心问题,它要求网络能提供一种端到端的安全解决方案,如加密机制、签名机制、安全管理、存取控制、防火墙、防病毒保护等,这与传统的商务活动有着很大的不同。

(5) 协调性。商务活动本身是一种协调过程,它需要客户与公司内部、生产商、批发商、零售商间的协调,在电子商务环境中,它更要求银行、配送中心、通信部门、技术服务等多个部门的通力协作,电子商务的全过程往往是一气呵成的。

1.1.2 电子商务的分类

按照商业活动的运行方式分类:电子商务可分为完全电子商务和非完全电子商务。

按照开展电子交易的范围分类:本地电子商务、远程国内电子商务、全球电子商务。

按照使用网络的类型分类:基于专门增值网络的电子商务、基于因特网(Internet)网络的电子商务、基于 Intranet(企业内部网)网络的电子商务。

按照交易对象分类:企业对企业的电子商务(Business-to-Business, B to B)、企业对消费者的电子商务(Business-to-Consumer, B to C)、企业对政府的电子商务(Business-to-Government, B to G)、消费者对政府的电子商务(Consumer-to-Government, C to G)、消费者对消费者的电子商务(Consumer-to-Consumer, C to C)。

1.1.3 电子商务的发展

电子商务的发展经历了五大阶段。

第一阶段:电子邮件阶段。

这个阶段可以认为是从 20 世纪 70 年代开始,平均的通信量以每年几倍的速度增长。

第二阶段:信息发布阶段。

从 1995 年起,以 Web 技术为代表的信息发布系统,爆炸式地成长起来,成为 Internet 的主要应用。此阶段的关键问题是,中小企业如何把握好从“粗放型”到“精准型”营销时代的电子商务。

第三阶段:EC(Electronic Commerce),即电子商务阶段。

EC 在美国也才刚刚开始,之所以把 EC 列为一个划时代的东西,是因为 Internet 的主

要商业用途就是电子商务。同时反过来也可以很肯定地说,若干年后的商业信息,主要是通过 Internet 传递。Internet 即将成为我们这个商业信息社会的神经系统。1997 年年底在加拿大温哥华举行的第五次亚太经济合作组织(Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC)非正式首脑会议上美国总统克林顿提出敦促各国共同促进电子商务发展的议案,其引起了全球首脑的关注,IBM、HP 和 Sun 等国际著名的信息技术厂商已经宣布 1998 年为电子商务年。

第四阶段:全程电子商务阶段。

随着 SaaS(Software as a Service)软件服务模式的出现,软件纷纷登录互联网,延长了电子商务链条,形成了当下最新的“全程电子商务”概念模式。

第五阶段:智慧电子商务阶段。

2011 年,互联网信息碎片化以及云计算技术愈发成熟,主动互联网营销模式出现,i-Commerce(individual Commerce)顺势而出,电子商务摆脱传统销售模式搬上互联网的现状,以主动、互动、用户关怀等多角度与用户进行深层次沟通。其中以 IZP 科技集团提出的 ICE 最具有代表性。

1.1.4 中国电子商务发展史

1. 起步期

1990—1993 年,电子数据交换时代,成为中国电子商务的起步期。

2. 雏形期

1993—1997 年,政府领导组织开展“三金工程”阶段,为电子商务发展期打下坚实基础。

1993 年成立国务院副总理为主席的国民经济信息化联席会议及其办公室,相继组织了金关、金卡、金税“三金工程”,取得了重大进展。

1996 年 1 月成立国务院国家信息化工作领导小组,由副总理任组长,20 多个部委参加,统一领导组织我国信息化建设。

1996 年,金桥网与因特网正式开通。

1997 年,信息办组织有关部门起草编制我国信息化规划。

1997 年,中国第一家垂直互联网公司——浙江网盛科技股份有限公司(浙江网盛生意宝股份有限公司)诞生。

1997 年 4 月在深圳召开全国信息化工作会议,各省市地区相继成立信息化领导小组及其办公室,各省开始制订本省包含电子商务在内的信息化建设规划。

1997 年,广告主开始使用网络广告。

1997 年 4 月以来,中国商品订货系统(Chinese Goods Ordering System, CGOS)开始运行。

3. 发展期

1998—2000 年,互联网电子商务发展阶段。

1998 年 3 月,我国第一笔互联网网上交易成功。

1998 年 10 月,国家经贸委与信息产业部联合宣布启动以电子贸易为主要内容的“金贸