

<<电子商务网站开发与管理>>

图书基本信息

书名：<<电子商务网站开发与管理>>

13位ISBN编号：9787115282491

10位ISBN编号：7115282498

出版时间：2012-8

出版时间：唐四薪、谭晓兰、屈瑜君 人民邮电出版社 (2012-08出版)

作者：唐四薪，等 编

页数：324

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<电子商务网站开发与管理>>

### 内容概要

《21世纪高等教育计算机规划教材：电子商务网站开发与管理》按照电子商务网站的建设步骤进行编排，从基础到高级全面地介绍了电子商务网站开发中的常用技术。

包括电子商务网站的界面设计（包含网站重构）、网站交互效果的设计、服务器端程序的设计、网页静态化的实现、Ajax技术（基于jQuery）、个性化推荐技术、SEO技术及电子商务网站的安全等。尤其是重点讲解了Ajax技术、个性化商品推荐技术、SEO等新技术或实用性强的技术。

《21世纪高等教育计算机规划教材：电子商务网站开发与管理》适合作为高等院校电子商务等专业“电子商务网站开发”、“网页设计与网站建设”等课程的教材，也可作为Web编程的培训类教材，还可供网页设计和开发人员参考使用。

## 书籍目录

第1章 电子商务网站概述 1.1 对电子商务网站的认识 1.1.1 电子商务网站的定义 1.1.2 创建电子商务网站的必要性 1.1.3 企业实施电子商务网站的意义 1.2 电子商务网站的分类与发展 1.2.1 电子商务网站的类型 1.2.2 电子商务网站的常见形式 1.2.3 电子商务网站的发展 1.3 电子商务网站的功能和实现要素 1.3.1 电子商务网站的功能 1.3.2 电子商务网站的开发技术 1.3.3 电子商务网站的部署 1.3.4 电子商务网站的构成要素 1.3.5 电子商务网站的特点 1.3.6 电子商务网站的主要评价指标 1.4 电子商务网站的内容和功能 1.4.1 电子商务网站内容的整体策划 1.4.2 符合用户体验的商务网站购物流程 1.4.3 面向顾客的商务网站功能 1.4.4 商务网站的后台功能 习题 第2章 网站的用户体验与界面设计 2.1 用户体验设计 2.1.1 用户体验设计 2.1.2 体验营销 2.1.3 “以用户为中心”的用户体验设计 2.2 网页的界面设计 2.2.1 网页布局概述 2.2.2 网页色彩的搭配 2.3 遵循Web标准的网页设计原理 2.3.1 Web标准的含义 2.3.2 Web标准的优势 2.4 HTML与XHTML 2.4.1 HTML语言概述 2.4.2 表格布局综合案例——制作太阳能公司网站 2.4.3 XHTML与HTML的重要区别 2.4.4 XHTML文档类型的含义 2.5 CSS基础 2.5.1 CSS的语法 2.5.2 CSS布局的案例——重构太阳能公司网站 2.6 使用DIV+CSS布局制作网站实例 2.6.1 网站需要制作的三种页面 2.6.2 对网页进行整体布局设计 2.6.3 页面各个部分的制作 习题 第3章 网站交互效果的实现 3.1 使用CSS的伪类实现交互效果 3.1.1 伪类选择器 3.1.2 伪类选择器的应用 3.2 使用JavaScript实现交互效果 3.2.1 Javascript的事件驱动机制 3.2.2 事件对象 3.3 JavaScript的DOM编程及其应用 3.3.1 访问指定元素 3.3.2 访问和设置元素的HTML属性 3.3.3 访问和设置元素的CSS属性 3.3.4 访问和设置元素的内容 3.3.5 DOM编程的应用实例 3.4 使用jQuery实现高级交互效果 3.4.1 jQuery功能概述 3.4.2 jQuery基础知识 3.4.3 jQuery的选择器 3.4.4 jQuery对文档的操作 3.4.5 jQuery的动画效果 3.5 jQuery应用实例 3.5.1 制作渐变背景色的下拉菜单 3.5.2 制作折叠式菜单 3.5.3 制作Tab面板 3.5.4 制作图片轮显效果 习题 第4章 网站服务器端程序的制作 4.1 ASP程序设计概述 4.1.1 ASP的运行环境的配置 4.1.2 IIS的配置 4.1.3 配置DW开发ASP程序 4.1.4 VBScript脚本语言基础 4.2 ASP的内置对象 4.2.1 Request对象 4.2.2 使用Request.Form获取表单中的信息 4.2.3 发送HTTP请求的基本方法 4.2.4 使用Request.QueryString获取URL字符串信息 4.2.5 使用Request.ServerVariables获取环境变量信息 4.2.6 Response对象 4.3 ASP访问数据库 4.3.1 ADO概述 4.3.2 Connection对象 4.3.3 制作商品展示页面 4.4 数据增、删、改的实现（使用conn.execute方法） 4.4.1 数据管理主界面的设计 4.4.2 添加记录的实现 4.4.3 删除记录的实现 4.4.4 同时删除多条记录的实现 4.4.5 更新记录的实现 4.5 RecordSet对象 4.5.1 使用open方法创建记录集对象 4.5.2 RecordSet对象的属性 4.5.3 RecordSet对象的属性应用实例 4.5.4 RecordSet对象的方法 4.5.5 使用RecordSet对象添加、删除、更新记录 4.5.6 在一个页面需要创建两个记录集的情况 4.5.7 分页显示数据 4.6 展示型网站综合实例 4.6.1 为网站引用后台程序和数据库 4.6.2 在首页显示数据表中的新闻 4.6.3 图片轮显效果的实现 4.6.4 制作显示新闻详细页面 4.6.5 制作分栏目首页 4.7 RSS功能的实现 4.7.1 XML语法概述 4.7.2 RSS概述 4.7.3 用ASP输出RSS文档 习题 第5章 网站页面静态化的实现 5.1 文件访问组件 5.1.1 文本文件的读取 5.1.2 文本文件的写入和追加 5.1.3 创建文本文件 5.1.4 创建、删除和移动文件夹 5.2 制作生成静态页面的新闻系统 5.2.1 数据库设计和制作模板页 5.2.2 新闻添加页面和程序的制作 5.2.3 新闻后台管理页面的制作 5.2.4 新闻修改页面的制作 5.2.5 新闻删除页面的制作 5.2.6 使用XMLHttp对象实现网站首页和栏目首页的静态化 习题 第6章 Ajax技术——基于jQuery 6.1 Ajax技术的基本原理 6.1.1 浏览器发送HTTP请求的3种方式 6.1.2 基于Ajax技术的Web应用程序模型 6.1.3 载入页面的方法比较 6.1.4 用原始的Ajax技术载入文档 6.2 jQuery中的Ajax方法与载入文档 6.2.1 使用load方法载入HTML文档 6.2.2 JSON数据格式 6.2.3 使用\$.getJSON方法载入JSON文档 6.2.4 使用\$.getScript方法载入JS文档 6.2.5 使用\$.get方法载入XML文档 191 6.2.6 各种数据格式的优缺点分析 6.3 发送数据给服务器 6.3.1 使用\$.get（）方法执行GET请求 6.3.2 使用\$.post（）方法执行POST请求 6.3.3 使用load方法发送请求数据 6.3.4 使用\$.ajax（）方法设置Ajax的细节 6.3.5 全局设定Ajax 6.4 表单的序列化方法 6.5 使用JSONP发送跨域Ajax请求 习题 第7章 Ajax方式访问数据库 7.1 Ajax方式显示数据 7.1.1 以原有格式显示数据 7.1.2 以自定义的格式显示数据 7.2 Ajax方式查询数据 7.2.1 无刷新查询数据的实现 7.2.2 查询数据的应用举例 7.3 Ajax方式添加记录 7.3.1 基本的添加记录程序 7.3.2 在服务器端和客户端分别添加记录 7.3.3 制作无刷新评论系统 7.3.4 制作无刷新购物车程序 7.4 Ajax方式修改记录 7.4.1 基本的Ajax方式修改记录程序 7.4.2 制作无刷新投票系统 7.5 Ajax方式删除记录 7.5.1 基本的删除记录程序

7.5.2 同时删除多条记录的程序 7.6 Ajax方式进行记录集分页 7.6.1 基本的Ajax分页程序 7.6.2 可设置每页显示记录数的分页程序 7.6.3 同时具有删除记录功能的分页程序 7.7 Ajax程序的转换与编写技巧 7.7.1 将原始Ajax程序转换成jQuery Ajax程序 7.7.2 调试Ajax程序的方法 习题 第8章 网站的客户浏览跟踪与推荐技术 8.1 Session对象 8.1.1 存入和读取Session信息 8.1.2 Session的应用举例 8.1.3 Session对象的属性 8.1.4 Session.Abandon方法 8.2 Cookies集合 8.2.1 使用Response对象设置Cookie 8.2.2 使用Request对象读取Cookie 8.2.3 Cookie的应用举例 8.3 个性化推荐功能 8.3.1 个性化推荐功能的分类和优点 8.3.2 个性化推荐系统的基本框架 8.3.3 个性化推荐系统的评价指标 8.3.4 个性化推荐的关键技术 8.4 网页预取技术 习题 第9章 电子商务网站的推广与SEO技术 9.1 搜索引擎营销概述 9.1.1 搜索引擎营销的目标 9.1.2 搜索引擎营销的三种方式 9.1.3 SEO简介 9.2 搜索引擎的原理 9.2.1 搜索引擎的工作原理 9.2.2 搜索引擎的工作方式 9.2.3 搜索引擎对网页的收录过程 9.2.4 搜索引擎对页面的维护方式 9.2.5 网页分析 9.2.6 搜索结果排序 9.2.7 关键词查询 9.3 网页的代码优化 9.3.1 头部标记的优化 9.3.2 权重标记的优化 9.3.3 链接标记的优化 9.3.4 图像标记的优化 9.3.5 表格标记的优化 9.3.6 框架标记与Ajax技术对SEO的影响 9.4 URL和域名的优化 9.4.1 URL的命名技巧 9.4.2 URL的静态化 9.5 超链接分析算法Google PR 9.6 网站中一些特殊文件的作用 9.7 网站的其他推广方式 习题 第10章 电子商务网站的安全 10.1 网站面临的安全威胁和风险概述 10.1.1 网站的安全性分析 10.1.2 网站服务器的基本安全设置 10.2 SQL注入攻击 10.2.1 SQL注入攻击的特点 10.2.2 SQL注入攻击的方法 10.2.3 SQL注入攻击的检测与防范 10.2.4 防范数据库被下载 10.3 跨站脚本攻击 10.3.1 跨站脚本攻击的原理及危害 10.3.2 防范跨站脚本攻击的方法 10.4 网页挂马及防范 10.4.1 网页挂马的常见形式 10.4.2 网页挂马的方法 习题 参考文献

章节摘录

版权页：插图：2.1.2 体验营销 体验营销 (Experiential Marketing) 是以满足消费者体验需求为最终目标，站在消费者的角度进行思考的营销方法。

使得销售的目的不再只是停留在“完成交易”，而是要使产品与用户在感情上建立一定的联系，制造出一种无法拒绝的感情体验，进而使这种感情体验成为顾客下次以及长久购买其商品和服务的原因，这就是当今竞争激烈时代所推崇的体验营销。

企业竞争优势在于产品差异化，但是产品“同质化”却是现代商品市场上的普遍现象。

同质化决定了产品核心价值的无差异性，或者只是质量上的一些区别，而这是其他竞争对手可以通过价格来得到补偿的。

所以，企业要形成竞争力，就必须在产品之外创造出独特的价值，提高客户满意度。

这其中最有效的就是优秀的体验营销，它包含了五个层次，分别是核心产品、形式产品、期望产品、延伸产品和潜在产品。

我们把核心产品称作产品功能层，其它四层通称为非功能层。

(1) 核心产品。

核心产品是指体验者购买某种产品时所追求的实际利益，是顾客真正要购买的产品，因而在产品整体概念中核心产品也是最基本、最主要的部分。

例如用户进入购物网站是为了购物，而不是为了娱乐。

(2) 形式产品。

形式产品是核心产品功能借以实现的形式，即向市场提供的实体和服务的外在形象，它是消费者通过感官能感受到的产品实体。

例如C2C网站的界面设计。

(3) 期望产品。

期望产品是指体验者在体验时或购买产品时通常希望和默认得到的与产品相关的一整套属性和条件。

例如C2C网站界面的友好程度，网上商品的信息准确程度等。

(4) 延伸产品。

延伸产品来自对用户满意度和产品价值的充分了解。

它包括体验者在购买商品时所获得的全部附加价值。

例如在C2C网站购买完产品后的物流配送以及售后服务就属于延伸产品。

## <<电子商务网站开发与管理>>

### 编辑推荐

《21世纪高等教育计算机规划教材:电子商务网站开发与管理》适合作为高等院校电子商务等专业“电子商务网站开发”、“网页设计与网站建设”等课程的教材,也可作为Web编程的培训类教材,还可供网页设计和开发人员参考使用。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>