

<<电子商务软件技术教程>>

图书基本信息

书名：<<电子商务软件技术教程>>

13位ISBN编号：9787302193616

10位ISBN编号：7302193614

出版时间：2009-4

出版时间：清华大学出版社

作者：王克宏 主编，蔡月茹 等编著

页数：218

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>

<<电子商务软件技术教程>>

前言

由于计算机和网络技术的飞速发展，驱动了电子商务的快速兴起。

企业通过它可以获得更多的利益，电子商务的市场变得非常广阔。

本书是清华大学计算机系“电子商务平台与核心技术”选修课教材，是基于清华大学计算机系知识工程研究室多年来在Java技术实践基础上编写的。

它以Sun公司JDK1.5版本的Java EE为背景，结合电子商务中软件开发应用的核心技术进行介绍，是学习电子商务应用Java开发的好教材和参考书。

本书由浅入深，从面向构件设计出发，涉及电子商务主要过程：网络营销、电子交易、在线零售、供应链、电子支付以及安全与保密等技术进行介绍，并对SUN、IBM两大公司的解决方案从技术角度进行分析，最后结合几个具体案例有助于读者更好地理解和实践。

书中有一些实例取自于Sun公司网站上的公开学习栏目，具有一定的先进性和实时性。

自1995年以来，清华大学知识工程研究室一直从事于Java技术的研究，并承担了许多国内外的应用项目，除在知识工程上结合Java技术开展了长期的科研外，也开发和完成了许多应用工程，并有了以Java技术为基础的软件产品，获得国内外市场的好评，同时培养了一些Java技术的高级人才。

本书结合实际开发经验，是课程和培训教授的总结，因此具备了较好的可操作性、实践性和先进性。

本书一方面可以供各大院校作为教材，另一方面可作为电子商务培训教程，也可作为远程教学网站的教材使用。

本书由王克宏教授主编。

其中，第1章、第2章和第5章由柳西玲编写；第6章由柳西玲和蔡月茹编写；第3章和第4章由丁峰编写；第7章由丁峰和马路编写。

根据电子商务的发展，本书由柳西玲和丁峰对第1版的第6章和第7章分别做了部分修改。

感谢清华大学知识工程研究室全体师生的大力支持和帮助。

感谢清华大学出版社的支持和帮助。

限于编者的水平及时间，本书可能有许多不足之处，欢迎读者批评指正。

<<电子商务软件技术教程>>

内容概要

本书从电子商务系统的软件实现角度出发，以构件化思想为基础，介绍了贯穿电子商务实际系统实现和应用全过程的各项技术，包括设计技术、Web技术和信息安全技术。

其中：第1章是对电子商务的基本概念、特性、发展过程、分类、主要功能以及在信息领域内的相关技术的介绍；第2章对软件构件化技术的基本概念、模型、分类、特点、开发原则，以及对软件工程的影响等进行了讲解，着重介绍了基于J2EE平台的标准构件模型；第3章对主流面向对象设计技术UML和设计模式进行了简要介绍。

第4章对网络营销、电子交易、在线零售、供应链、电子支付等电子商务全过程进行了详细的剖析；第5章分析电子商务系统的安全性和保密问题，具体涉及网络安全、软硬件安全、信息加密与认证技术；第6章剖析Sun公司和IBM公司的电子商务解决方案；第7章是实例分析，包括对经典系统宠物商店的剖析和对动态竞价器构件的剖析，以及基于旅游电子商务网站的技术剖析。

<<电子商务软件技术教程>>

作者简介

王克宏，教授，博士生导师，中国闻名的 Java 技术专家，主要研究方向为网络计算模式下的知识处理，基于Web技术的软件开发, 电子商务与嵌入技术等。

已完成基于基于多Agent的知识处理技术研究、基于Java技术的个性化智能导航系统等多个国家八六三项目。

其领导研究完成的国际合

<<电子商务软件技术教程>>

书籍目录

第1章 概论 1.1 基本概念1.2 电子商务的发展1.3 电子商务的分类1.4 电子商务的主要功能1.5 电子商务全球信息系统的挑战习题参考资料第2章 构件化技术2.1 概述2.2 构件的一般模型2.3 构件的分类2.4 JavaEE平台的标准构件模型2.5 与传统软件开发技术的比较2.6 基于构件开发应用软件的原则2.7 构件化开发对软件工程的影响习题参考资料第3章 电子商务应用系统设计技术3.1 UML概述3.2 UML的概念模型3.3 UML的静态建模机制3.4 UML的动态建模机制3.5 UML的面向实现建模3.6 设计模式习题参考资料第4章 电子商务过程4.1 网络营销4.2 电子交易4.3 在线零售4.4 供应链4.5 电子支付习题参考资料第5章 电子商务的安全与保密5.1 安全与保密的问题5.2 网络安全5.3 计算机系统安全5.4 信息加密技术5.5 信息认证技术习题参考资料第6章 企业电子商务的解决方案第7章 电子商务与构件案例分析

章节摘录

插图：5.网络营销的内容网络营销所涉及的范围较广，所包含的内容也很丰富。

网络营销要针对新兴的网上虚拟市场，及时了解和把握网上虚拟市场的消费者特征和消费者行为模式的变化，为企业在网上虚拟市场进行营销活动提供可靠的数据分析和营销依据。

网络营销依托网络开展各种营销活动来实现企业目标，而网络的特点是信息交流自由、便捷、费用低廉，因此在网上开展营销活动，必须改变传统的营销手段和方式。

网络营销主要包括以下内容。

（1）利用网络进行市场调查：利用网络进行市场调查是指企业利用Internet的交互式信息沟通渠道来实施市场调查活动，所采取的方法包括直接在网上通过发布问卷进行调查，企业也可以在网上收集市场调查中需要的各种资料。

网上市场调查的重点是利用网络调查工具软件，降低调查费用、提高调查效率和效果，同时利用网络和软件可以收集比以往人力手工收集到的更多的信息，还可以利用相应的数据库技术进行管理、利用数据挖掘技术发现更有价值的知识。

（2）网络消费者行为分析：网络消费者是一个不同于传统消费者的、比较特殊的消费群体，其消费行为和传统的消费行为有着很大不同，因此有必要深入了解网上用户群体的需求特征、购买动机和购买行为模式。

而网络消费由于本身已通过网络获得了大量的用户数据，因此可方便地利用相应的数据分析、数据挖掘技术和工具进行顾客行为分析。

（3）发布网络广告：网络广告具有低成本、传播范围广、发布不受时间限制等特点，是目前最活跃的一种广告载体。

网络广告的具体形式包括：旗帜广告（Banner）、图标广告（Logo）、文本广告（Text）、电子邮件广告（Mailing List）、网上问卷调查（Questionnaire）等。

（4）网络公共关系：利用网络管理公共关系，具有直接、快速传递信息、提供个性化服务、具有互动能力等特点。

4.1.2 网络营销的战略1.网络营销竞争战略分析哈佛大学商学院Porter教授提出企业竞争中要面对5种力量：新的进入者威胁、供应商要价能力、现有竞争者之间对抗、消费者还价能力、替代产品或服务威胁。

企业必须加强自身能力对付新的进入者、供应商、现有竞争者、消费者、替代商品或服务带来的问题，改变企业与其他竞争者之间的竞争对比力量。

企业可以采取以下几个竞争战略提高竞争力。

<<电子商务软件技术教程>>

编辑推荐

《电子商务软件技术教程(第2版)》是清华大学计算机系列教材之一。

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>