

<<网站开发与管理>>

图书基本信息

书名：<<网站开发与管理>>

13位ISBN编号：9787040141481

10位ISBN编号：7040141485

出版时间：2004-6

出版时间：高教

作者：张李义，罗琳，黄晓梅 主编

页数：274

字数：330000

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>

<<网站开发与管理>>

前言

网站开发与管理是企业实现现代化管理和参与国际市场竞争的重要手段，各个企业已将网站建设列为企业的一个重要方面。

如何规划、建设与管理网站是企业日常活动的一个重要组成部分，特别是网站的管理工作是企业信息化全面运作的重要保障。

对企业各级管理人员来讲，明确网站建设目标，了解网站规划与建设的总体架构，把握网站规划的具体内容，并且能够使用最新的应用技术与工具，掌握网页制作技术的基本方法与技巧，熟悉网站管理的具体内容及其相关技术，是非常必要的。

本书深入介绍了网站开发与管理最新理念与应用技术，从网站的总体设计思路与规划开始，全面论述了网站开发与管理的基本知识、网页设计的基本内容与制作技术、网站发布的基本规则，并介绍了网站开发与管理方面的典型案例。

本书是在作者参与企业网站规划、建设与管理的实践基础上完成的，是理论与实践相结合的产物，也是多位作者、许多同仁共同磋商与研究的成果。

全书分为7章，其中第1章、第2章由张李义编写，第3章、第4章、第5章由罗琳编写，第6章、第7章由黄晓梅编写，张李义负责全书的总体设计与统编。

在本书编写过程中，得到了高等教育出版社计算机分社、武汉大学信息管理学院的有关领导和同事的大力支持和帮助，高等教育出版社的刘艳女士为本书的编写提供了许多宝贵的意见，在此向他们表示最诚挚的谢意！

武汉大学信息管理学院的孟庆玲、段凌两位研究生和魏泉、李笑两位本科生为本书的校对、编辑等做了大量的工作，在此对他们的辛勤劳动表示衷心感谢！

由于时间紧、水平有限，书中不免存在不妥乃至错误之处，恳请读者批评指正。

<<网站开发与管理>>

内容概要

本书深入介绍了网站建设与管理的最新理念与应用技术，从网站的总体设计思路与规划开始，全面论述了网站建设与管理的基本知识，网页设计的基本内容与制作技术，网站发布的基本规则，并介绍了网站建设与管理方面具有突出特色的典型实例。

全书共分7章，内容选取适中，语言表述清晰，既可供信息管理、电子商务等经济管理类专业教学使用，也可作为对网站开发与管理感兴趣的人员的参考书。

<<网站开发与管理>>

书籍目录

第1章 网站综述 1.1 网站基本知识 1.1.1 网站基本概念与相关知识 1.1.2 网站分类与构成 1.1.3 电子商务网站的概念、功能、特点 1.1.4 一般网站与电子商务网站的结构 1.2 网站设计理念与建设流程 1.2.1 网站的目标确立 1.2.2 网站建设策略 1.2.3 网站建设的主要内容 1.2.4 网站实施步骤 1.3 网站实现过程 1.3.1 网站建设需求分析 1.3.2 网站建设与实施 1.3.3 网站价值链 1.3.4 电子商务网站建设 习题第2章 网站管理 2.1 网站管理的现状与发展 2.1.1 网站管理的现状 2.1.2 网站管理的作用与意义 2.1.3 网站管理的发展趋势 2.2 网站管理的目标、结构、内容及原则 2.2.1 网站管理的目标 2.2.2 网站管理的结构 2.2.3 网站管理的内容 2.2.4 网站管理的原则 2.3 服务器的维护与管理 2.3.1 目录管理 2.3.2 紧急响应 2.3.3 动态维护 2.4 性能管理 2.4.1 性能的监测与分析 2.4.2 网站性能问题及其解决方案 2.5 日常维护与管理 2.5.1 网站日常维护与管理的目的 2.5.2 网站日常维护与管理的内容 2.5.3 网站日常维护管理 2.6 网站更新与升级 2.6.1 网站更新 2.6.2 网站升级 2.7 常用电子商务网站管理软件 2.7.1 Microsoft Biztalk 2000 2.7.2 Microsoft Commerce 2000 2.7.3 IBM WebSphere 2.7.4 BEA WebLogic 习题第3章 网站设计规划 3.1 网站规划 3.1.1 网站定位 3.1.2 确定栏目和版块 3.2 网站设计流程 3.3 主页设计 3.3.1 相关因素介绍 3.3.2 主页设计步骤 3.3.3 工具使用.....第4章 HTML基本知识第5章 ASP介绍第6章 网站安全与发布第7章 网站案例分析参考文献参考网址

章节摘录

面向客户提供售后服务或动态服务状态查询,从而可以更高层次地满足客户需求。如美国联邦快递公司,该公司为顾客提供网上自行管理和跟踪货物的网上查询服务系统,中国银行推出的客户在线查询账户余额和结算情况的服务也具有这种功能。

面向客户直接进行销售,直至完成支付和运输安排。

电子营销作为传统营销的一种有效补充,可以拓展新的空间,增加销售渠道,接触更多的新客户,扩大市场;另外,电子营销可以减少环节、减少人员、节约费用、降低成本,有利于提高经营效率。如美国DELL电脑公司进行的网上电脑直销,目前该公司的全球销售额已达到每天500万美元以上,占到该公司计算机销售总量的一半。

另外,像网上书店Amazon.com和网上CD售卖Cdnw.com,均取得了巨大的成功。

面向媒体和股东,作为企业公共关系的重要窗口,宣传企业的最新动态和经营状况。

通过企业网站,公众可以跨越时空了解企业,利用多媒体技术,企业可以向用户展示产品、技术、经营理念、企业文化、企业形象,树立现代企业形象,增值企业无形资产。

这方面特别体现在国外的一些上市公司,这类公司的网站一般都设有公司新闻(corporate: News)和投资者专递(Investor Relations)栏目,成为企业对外公布消息的正式渠道和准确来源。

3. 电子商务网站的特点 普遍性。

利用电子商务这种新型的交易方式,可以将生产企业、流通企业以及消费者和政府带人一个网络经济、数字化生存的新天地。

电子商务目前正越来越深入人们的生活。

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>