**《电商商务概论》教学大纲**

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | 专业选修课程 | **课程性质** | 选修 | **课程属性** | 理论 |
| **课程名称** | 电商商务概论 | **课程英文名称** | Electronic Business |
| **课程编码** | H40X002D | **适用专业** | 数据科学与大数据技术 |
| **考核方式** | 考查 | **先修课程** | 无 |
| **总学时** | 32 | **学分** | **2** | **理论学时** | 26 |
| **实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时** | 上机学时：6 |

**二、课程简介**

《电子商务概论》是数据科学与大数据技术的一门专业选修课程。电子商务是随着计算机网络发展而发展起来的一门新型学科，电子商务使传统意义上的服务、商品流通、国内贸易、国际贸易等概念的内涵发生了理念上的变化。本课程主要讲授电子商务的基础知识、企业电子商务商业模式、开展网络营销、进行电子交易、实施电子支付与网络安全管理、订单履行和电子商务物流管理等内容。生活中与电子商务相关的现象非常普遍，结合实际探讨如消费者利用第三方支付工具进行网上购物、企业在互联网上开展网络营销和网络销售、物流企业开展第三方物流快递服务等等。通过本课程的学习，使学生掌握电子商务的基础理论、专门知识、电子商务系统分析与设计方法以及电子商务运作管理能力，并具有从事电子商务实际工作的基本技能和初步能力。

**三、课程教学目标**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程教学目标** | **支撑人才培养规格指标点** | **支撑人才培养规格** |
| **知****识****目****标** | **目标1：**学生需掌握电子商务的基本概念、基本理论；了解电子商务的发展现状，对经济管理的影响及未来发展趋势；掌握互联网思维、电子商务商业模式以及其催生出的新模式、新业态；熟悉和掌握电子商务活动过程中的网络营销、电子交易、电子支付、网络安全及物流管理等业务。 | 1-2：理解大数据专业及相关学科的基本概念、知识结构、典型方法等，建立数字化、算法、模块化与层次化等核心专业意识。 | 1.工程知识 |
| **能****力****目****标** | **目标2：**具备能在今后的商业经营中有意识地运用电子商务的相关理论、思想和运营技能，创建电子商务环境，创新电子商务应用，满足电子商务企业和传统企业电子商务转型的理论与实践需要的能力。 | 2-2：具有独立分析和解决问题的能力，能跟踪新一代信息技术的发展动态，适应用户需求。3-1：具备大数据应用程序开发实践能力，能根据软件需要，设计简单的解决方案。 | 2.问题分析3.设计/开发解决方案 |
| **素质目标** | **目标3：**具有良好的团队合作精神；培养学生正确的价值观、人生观，并过渡到社会责任、信息安全、法律意识、创造型思维、创新创业能力。 | 9-1：具有良好的组织管理、人际交往和团队协作能力。 | 9.个人和团队 |

**四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略**

**（一）理论教学**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学模块**  | **学时** | **主要教学内容与策略** | **学习任务安排** | **支撑课程目标** |
| 电子商务认知 | 6 | 重点：掌握电子商务的内涵，电子商务的分类。掌握互联网技术的应用难点：理解电子商务的框架体系。Web应用系统结构的理解思政元素：介绍电子商务的演变过程，培养学生科学探索精神。教学方法与策略：线下教学。对于案例、视频在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：观看视频；思考电子商务活动需要哪些科学技术的应用与支撑，电子商务活动的组成部分。课堂：通过案例、视频讨论教学课后：习题总结 | 目标1目标2 |
| 网络零售与新零售 | **4** | 重点：B2C网站后台管理功能；C2C网上开店的流程；新零售的系统框架难点：C2C拍卖平台的运作模式；新零售的概念的理解思政元素：介绍新常态下的电商经济发展，培养学生关注学科前沿发展的意识，体会大国自强的情怀。教学方法与策略：线下教学。在课堂讲授B2C、C2C网络营销模式和新零售。课堂运用主要运用讲授法、讨论法、启发法开展教学，调动学生的积极性，锻炼学生的思维能力。 | 课前：调查生活中网络营销的实例？思考什么是新零售。课堂：通过案例、课堂讨论新零售与网络零售的区别课后：习题总结 | 目标1目标2 |
| B2B电子商务 | **2** | 重点：掌握B2B的交易过程；对比水平B2B和垂直B2B 难点：基于企业自有网站的网络采购思政元素：结合疫情期间中国跨境电商发展的经历，培养学生的价值观、科技强国的理念教学方法与策略：线下教学。讲授B2B电子商务的特点、类型、发展，以及自有网站的B2B交易和第三方平台的B2B交易。课堂运用主要运用讲授法、案例分析法开展教学，通过。 | 课前：调查B2B电子商务网站有哪些？这些网站的交易流程课堂：讲解相关知识课后：习题总结 | 目标1目标3 |
| 网络营销与新媒体 | **4** | 重点：网络营销的含义及网络市场调研的方法；网络营销的策略；网络营销常用的方法与应用；新媒体运营平台的类型；新媒体营销的技巧难点：网络营销的方法与应用思政元素：结合生活中网红现象探讨现代网红营销的现象对于公共关系的影响，培养学生的社会责任感、法律意识。教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结 | 目标1目标3 |
| 电子商务安全 | **4** | 重点：电子商务安全性要求；电子商务安全的相关技术难点：掌握电子商务安全的相关技术思政元素：分享案例“电信诈骗与社会和谐”，培养学生法律意识教学方法与策略：线下教学。通过讲授电子商务安全面临的威胁，电子商务安全性要求及相关技术，结合现实案例与实例，让学生参与讨论分析，认知安全的电子商务系统活动的展开需要运用哪些安全技术。 | 课前：思考为什么会出现黑客、网上诈骗、网上病毒等现象。课堂：通过案例分析讲授本模块的知识点课后：习题总结 | 目标1目标2目标3 |
| 电子商务支付与互联网金融 | **2** | 重点：掌握常用的电子支付系统；第三方支付模式的交易流程难点：熟练操作第三方支付模式的交易流程教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结 | 目标1目标3 |
| 电子商务物流与供应链管理 | **2** | 重点：掌握电子商务物流的实现模式；电子商务配送流程；物流的功能难点：电子商务配送流程教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结 | 目标1目标2目标3 |
| 电子商务客户关系管理 | **2** | 重点：电子商务客户关系管理系统；能够运用客户关系管理的管理理念和技术解决企业管理问题难点：客户关系管理的数据管理与数据挖掘教学方法与策略：线下教学。对于思想、原理在课堂上予以讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课本课堂：通过案例、课堂讨论教学课后：习题总结 | 目标1目标2 |

**（二）实践教学**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **实践类型** | **项目名称** | **学时** | **主要教学内容** | **项目****类型** | **项目****要求** | **支撑课程目标** |
| 课堂实践 | 认识电子商务模式 | 6 | **重点：**认识电子商务不同交易模式；**难点：**掌握电子商务模式的应用情况。 | 训练 | 在任课教师的指导下，每组学生认真完成实践任务。 | 目标2目标3 |

**五、学生学习成效评估方式及标准**

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试等两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分平时作业（占10%）、实训作业（占20%）和考勤（占10%）两个部分。评分标准如下表：

|  |  |
| --- | --- |
| **等级** | **评 分 标 准** |
| **1.作业；2.小组汇报3.考勤……（根据课程需要自行设计）** |
| 优秀（90～100分） | 1.作业书写工整、书面整洁；90％以上的习题解答正确或实训作业结果准确无误。2.考勤全勤3.课堂表现优秀 |
| 良好（80～89分） | 1.作业书写工整、书面整洁；；80％以上的习题解答正确或实训作业结果准确无误。2.缺勤1次3.课堂表现良好 |
| 中等（70～79分） | 1.作业书写较工整、书面较整洁；70％以上的习题解答正确或实训作业结果准确无误。2.缺勤2次3.课堂表现一般 |
| 及格（60～69分） | 1.作业书写一般、书面整洁度一般；60％以上的习题解答正确或实训作业结果准确无误。2.缺勤2次3.课堂表现不积极 |
| 不及格（60以下） | 1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过40％的习题解答不正确或实训作业结果错误。2.缺勤3次3.扰乱课堂秩序 |

2.期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。有两套考核方案可共任课老师选择。

（1）期末考查课考试（开卷）的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核****模块** | **考核内容** | **主要****题型** | **支撑目标** | **分值** |
| 电子商务的认知 | 电子商务的基本概念、分类 | 名词解释题、选择题 | 目标1 | 5 |
| 电子商务系统组成 | 简答题 | 目标2 | 3 |
| 电子商务的一般框架 | 选择题、简答题 | 目标1 | 5 |
| 网络零售与新零售 | B2C电子商务 | 选择题 | 目标1 | 2 |
| C2C电子商务 | 选择题 | 目标1 | 3 |
| 新零售概念、本质以及框架 | 选择题、简答题 | 目标1 | 5 |
| B2B电子商务及其平台 | B2B电子商务概述 | 选择题 | 目标1 | 3 |
| 基于企业自有网站及第三方平台的B2B交易 | 选择题、简答题 | 目标1 | 3 |
| 网络营销与新媒体 | 网络营销含义、与传统营销的比较、网络营销的职能、新媒体的概念、类型及特点 | 名词解释题、选择题、简答题 | 目标1 | 5 |
| 网络营销策略、网络广告、网络市场调研 | 名词解释题、选择题、简答题 | 目标1 | 6 |
| 常用的网络营销方法、新媒体营销的技巧 | 简答题、案例分析题 | 目标3 | 14 |
| 电子商务技术的应用 | 互联网基础、Web开发技术、物联网等新兴技术 | 选择题、名词解释题、案例分析题 | 目标1目标2 | 12 |
| 电子商务安全与电子支付 | 电子商务安全内涵、相关技术、电子支付系统、第三方支付模式的交易流程 | 名字解释题、简答题、案例分析题 | 目标1 | 12 |
| 电子商务物流与供应链管理 | 电子商务物流的实现模式、电子商务配送流程、物流的功能、电子商务环境下的供应链 | 名字解释题、选择题、简答题、论述题 | 目标1目标2 | 15 |
| 电子商务客户关系管理 | 客户关系管理概述 | 名字解释题、简答题 | 目标1 | 3 |
| 电子商务客户信息管理、电子商务客户满意与忠诚管理、电子商务客户服务管理 | 简答题、选择题、案例分析题 | 目标1 | 4 |
| 客户关系管理系统的分类、 客户数据管理与数据挖掘、 客户关系管理系统的主要应用 | 简答题、选择题、案例分析题 | 目标3 | 3 |

（2）期末考查采用撰写一篇课程论文或者调研网站报告，老师可以布置课程论文或者让学生自选一个熟悉的网站，对该网站进行分析评价，并形成一个分析评价报告。不要求进行过深技术分析，主要从营销角度来讨论。成绩百分制，期末成绩占总成绩60%。

|  |  |
| --- | --- |
| **等级** | **评 分 标 准** |
| **1.字数；2.结构、层次、逻辑、结论； 3.排版** |
| 优秀（90～100分） | 1.字数在3000字以上。2.结构完整、层次清楚、逻辑合理、结论正确。3.排版规范、无错别字。 |
| 良好（80～89分） | 1.字数在3000字以上。2.结构完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论正确。3.排版规范、无错别字。 |
| 中等（70～79分） | 1.字数在3000字以上。2.结构基本完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论基本正确。3.排版基本规范、错别字较少。 |
| 及格（60～69分） | 1.字数在2000-3000字之间，未达3000字。2.结构尚完整、层次尚清楚、逻辑尚合理、结论勉强正确。3.排版尚规范、错别字较多。 |
| 不及格（60以下） | 1.字数在2000字以下。2.结构不完整、层次不清楚、逻辑不合理、结论不正确。3.排版不规范、错别字较多。 |

1. **教学安排及要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **教学安排事项** | **要 求** |
| 1 | 授课教师 | 职称：助教及以上 学历（位）：硕士研究生其他： |
| 2 | 课程时间 | 周次： 1-16周 节次：2次/周 |
| 3 | 授课地点 | ☑教室 □实验室 □室外场地 □其他： |
| 4 | 学生辅导 | 线上方式及时间安排：企业微信线下地点及时间安排：课堂 |

**七、选用教材**

[1]白东蕊.电子商务概论（第5版）[M].北京：人民邮电出版社，2022年1月

**八、参考资料**

[1]《电子商务概论》·宋文官·清华大学出版社·2017年

[2]《电子商务》（第7版）·埃弗瑞姆.特伯恩·中国人民大学出版社·2017年

[3]《电子商务概论》·杨兴凯·,东北财经大学出版社·2021年

**网络资料**

[1]中国慕课MOOC，www.icourse163.org

[2]艾瑞网 https://www.iresearch.cn

[3]虎嗅网 https://www.huxiu.com

[4]阿里研究院 http://pre.aliresearch.com/

[5]亿邦动力 https://www.ebrun.com

[6]中国国际电子商务中心 https://www.ec.com.cn

[7]网经社http://www.100ec.cn/

大纲执笔人：江黎

讨论参与人:黎贺桃

系（教研室）主任：

学院（部）审核人：邢风云