**本科课程教学大纲**

课程名称： 电子商务概论

课程类型： 学科基础课

课程编号：

学院名称： 学院

编写者：

审核人： 电子商务教研室

2017年6月编制

一、课程概述

1.课程性质：电子商务是一门新兴的实践性很强的交叉学科，是信息技术与经济管理活动的融合。在新世纪信息化社会的国民经济建设、金融与商业流通、生产与服务乃至各类社会活动都有着广泛的应用。电子商务作为新兴的贸易方式，作为新的经济增长点，它不仅会改变人们的生活和活动方式，更将带来人们思维方式和行为准则的变化，其影响会远远超过技术和商务本身。随着经济全球化发展进程的加速，随着计算机技术、通信技术和网络技术的蓬勃发展，电子商务的发展异常迅速。

2.课程教学目标: 本课程的教学目标是使学生对电子商务的基本知识体系和电子商务的基本框架有一个完整的了解，同时能够为进一步学习电子商务专业的其它课程打下一个理论基础；掌握电子商务的有关概念、运作方法，理解电子商务的运行环境，了解国内外电子商务的发展现状及趋势，了解电子商务的实施和应用过程，了解电子商务对消费者、企业、市场和整个社会的影响，了解电子商务系统是如何利用信息技术来实现的，了解电子商务应用中的安全管理和不同电子商务模式的交易与实施管理。

3.课程授课对象:电子商务专业和信息管理与信息系统专业、一年级。

4.课程总学时要求:总课时40学时，其中理论课时28学时、实验课时12学时。

5.本课程与其他课程的联系与分工:本课程为一年级开设的学科基础课，学生在课前应对电子商务基本模式有所了解。

二、课程内容

1.课程内容：

**第一章 电子商务概述**

**教学重点难点：**

本章的重点是电子商务的概念与内涵。难点是电子商务工具的演变，电子商务的分类。

**教学内容：**

1．传统商务与电子商务区别；

2．电子商务的定义及分类；

3．电子商务的应用；

4．电子商务的产生与发展过程；

5．电子商务的特点；

6．电子商务运作的宏观环境。

**第二章 电子商务的商业模式**

**教学重点难点：**

重点是电子商务系统的组成、流程、结构和功能， B2C、C2C电子商务模式的实现过程。难点是电子商务的结构和功能，不同类型企业电子商务流程的特点，B2B电子商务应用主流。

**教学内容：**

1．电子商务系统的组成、流程、结构和功能；

2．B2B电子商务模式；

3．B2C电子商务模式；

4．C2C电子商务模式；

5．O2O等其他电子商务模式。

**实验一：B2C网上购物模拟实验**

在课堂理论学习的基础上，通过本实验，可以使学生以消费者的身份，亲自体验网上购物的过程，清楚地了解电子商务网站的运营及管理过程，熟悉电子商务B-C模式的网上商城后台管理的内容及订单处理的过程，明确各种单据之间的关系及其变更过程，并让学生亲自参与到网站的日常经营活动中，从而大大提高学生的实践动手能力。

**实验二：B-B经销商购物模拟实验**

通过本实验，可以使学生分别扮演不同的角色，模拟企业与企业间的交易过程，在商务活动中进行实战演练，进一步理解电子商务的B-B模式，明确的企业网上采购的过程。掌握企业处理网上客户订单的过程，了解B-B后台管理的内容、方法和步骤，进一步明确电子商务的B-B模式与B-C模式的区别。

**实验三：C2C消费者间交易模拟实验**

通过本实验，可以使学生经过亲自动手和运营电子商务网站来提高自己对理论知识的认识和实践能力，掌握电子商务C-C模式的个人网上拍卖和竟拍过程，了解网上拍卖与竞拍的区别和联系。

**第三章 电子商务技术基础**

**教学重点难点：**

本章的重点是电子商务中的信息技术的组成与发展、Internet的基础知识，掌握域名的基本原则。难点是Internet在企业中的应用，如何把域名和品牌紧密结合。

**教学内容：**

1．电子商务中的信息技术简介；

2．计算机网络技术；

3．Internet的基础知识；

4．Internet的地址与域名；

5．Internet的具体应用。

**第四章 网络营销**

**教学重点难点：**

本章的重点是网络营销概念、特点，网上市场调查的基本方法。难点是网上消费者的购买行为分析，网络营销的策略。

**教学内容：**

1．网络营销概述；

2．网络营销与传统营销的区别；

3．网上消费者购买行为分析；

4．网络营销规划；

5．网络营销策略；

6. 网络营销工具。

**实验四：搜索引擎营销模拟实验**

通过本实验，可以使学生充分理解网络营销的重要工具——搜索引擎营销，掌握搜索引擎营销的过程，了解搜索引擎营销的内容、方法和步骤，进一步明确搜索引擎营销与其他网络营销工具的区别。

**第五章 电子支付系统**

**教学重点难点：**

本章的重点是电子支付与网上支付的特点及不同，电子货币的定义，电子钱包的功能。难点是电子支付的手段，网上银行的异同。

**教学内容：**

1．电子货币；

2．电子钱包及其应用；

3．网上支付模式；

4．网络银行的功能与特征；

5．网络银行的产生与发展；

6. 移动商务与移动支付。

**实验五：电子支付模拟实验**

通过本实验，可以使学生充分理解电子支付的具体流程，掌握电子支付的过程，了解电子支付后台管理的内容、方法和步骤，进一步明确各种电子支付模式的区别。

**第六章 电子商务物流**

**教学重点难点：**

本章的重点是物流、物流管理和物流系统的概念，新型物流中心。难点是现代物流技术对物流的影响，中国第三方物流企业发展的战略。

**教学内容：**

1．物流的相关概念；

2．国内外物流的发展状况；

3．第三方物流；

4．新型电子商务物流配送中心的功能；

5．现代物流技术。

**实验六：电子商务物流模拟实验**

通过本实验，可以使学生经过亲自动手模拟电子商务物流过程来提高自己对理论知识的认识和实践能力，掌握电子商务物流前台与后台操作流程，了解电子商务物流与传统物流的区别和联系。

2.课程教学内容及学时分配表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程内容 | 学 时 安 排 | | | 备注 |
| 总学时 | 课堂 | 实验 |
| 电子商务概述 | 4 | 4 |  |  |
| 电子商务的商业模式 | 10 | 4 | 6 |  |
| 电子商务技术基础 | 4 | 4 |  |  |
| 网络营销 | 10 | 8 | 2 |  |
| 网络银行与支付 | 6 | 4 | 2 |  |
| 电子商务物流 | 6 | 4 | 2 |  |
| 合 计 | 40 | 28 | 12 |  |

三、教学基本要求

1.对课程教学的基本要求

（1）采用案例教学、启发式、讨论式、互动式等教学方法，充分利用多媒体等现代化教学手段，整体优化教学过程和教学内容，调动学生学习积极性。

（2）贯彻精讲的原则，注重三基内容的讲解，突出重点，简化推导，图文并貌，重在基本概念的理解。

（3）贯彻理论和实践相结合的原则，讲述中辅以一定量的实验课、讨论课及案例分析课，给学生布置一定量的思考题或习题，并要求学生完成一定量的作业，以提高学生对电子商务概论课程基本概念的全面理解。

（4）分析与总结相结合，宏观讲授与微观分析相结合，对讲授内容及时总结，对重点内容透彻分析，深入浅出，循序渐进。

2.课程的考核要求

（1）要求学生掌握电子商务的概念、功能及分类，掌握电子商务的运作方式，了解电子商务的产生及其发展过程，了解电子商务的应用，了解国内外电子商务发展所存在的问题及发展趋势。

（2）要求学生掌握电子商务系统的组成，掌握电子商务系统的基本结构，了解电子商务系统的功能，了解电子商务运行所需的法规和政策环境，正确区分不同行业的电子商务活动机理。

（3）要求学生掌握企业电子商务实施策略的原则和方法，理解电子商务与传统商务相比具有哪些竞争优势，了解电子商务对企业经营管理的影响，明确当前我国企业开展电子商务应采取的对策。

（4）要求学生理解电子商务中消费者的特定含义，掌握电子商务对消费者购买行为及生活方式的影响，了解电子商务对市场准入条件的变革，了解电子商务对市场营销理念与策略的影响。

（5）要求学生掌握计算机网络基础知识，掌握Internet的地址与域名结构，了解因特网的工作原理，了解因特网的具体应用，明确Internet、Intranet与Extranet三者之间的关系。

（6）要求学生掌握EDI的概念及组成，掌握EDI的运作模式、运作类型和标准，掌握企业EDI电子商务战略规划，了解EDI的发展过程，了解EDI电子商务系统在不同行业的实施状况。

（7）要求学生掌握网络营销的概念，掌握网络营销的特点，掌握网络营销策略，了解网络消费需求的特征，明确电子商务运作中营销理念的更新，了解网络营销与传统营销的区别。

（8）要求学生掌握网络银行与电子货币的基本概念，掌握网上支付模式，了解网络银行功能和特点，了解电子钱包的使用过程，知晓我国网上银行存在的主要问题及其发展趋势。

（9）要求学生掌握电子商务与物流的关系，了解电子商务对传统物流带来的机遇和挑战，了解现代物流技术的发展对物流带来的革命性的变化。

（10）要求学生掌握电子商务安全的基本问题，掌握电子商务安全的手段，掌握电子商务安全管理的对策，了解对计算机病毒及网络黑客的防范措施，了解我国电子商务认证机构建设的情况。

四、课程推荐使用的教材及教学参考资料

1.推荐使用教材：

《电子商务概论》，董志良等主编，清华大学出版社，2014年。

2.教学参考资料：

（1）《电子商务概论》，邵兵家主编，高等教育出版社, 2003；

（2）《电子商务》（第二版），黄敏学主编，高等教育出版社, 2004；

（3）《电子商务概论》（第二版），覃征等主编，高等教育出版社, 2006；

（4）《电子商务概论》，陈德人等主编，浙江大学出版社, 2002；

（5）《电子商务概论》，李琪等主编，人民邮电出版社, 2002；

（6）《电子商务实务教程》陈科鹤主编，清华大学出版社, 2006。

网络资源1：http://ec.iresearch.cn/

网络资源2：http://b2b.toocle.com/

网络资源3：http://www.cnnic.net.cn/

五、实施说明：

1.本课程在《管理学原理》、《计算机文化基础》、《计算机技术基础》等课程结束后开设。安排在第二学期开设。

2.开设本课程的特殊要求：

（1）需要安装“电子商务体验式教学平台”教学软件

（2）需要安装 Windows 系统环境

3.考核方法：结课考试或课程研究报告或论文。平时作业、实习等不占总成绩。