

《电子商务概论》教学大纲

课程名称：电子商务概论			课程类别（必修/选修）：必修						
课程英文名称：Introduction to E-Commerce									
总学时/周学时/学分：32/2/2			其中实验/实践学时：8						
先修课程：大学计算机基础、市场营销学、管理学原理									
授课时间：1-16 周二 3-4			授课地点：莞城 5303						
授课对象：2018 国贸 1、2、3、4 班									
开课学院：经济与管理学院									
任课教师姓名/职称：尹小勇/副教授									
答疑时间、地点与方式：课前、课后，微信、qq 等线上答疑、教室，交流									
课程考核方式：开卷（ ） 闭卷（ √ ） 课程论文（ ） 其它（ ）									
使用教材：自编讲义									
教学参考资料：									
（1）《电子商务基础与应用》（第 10 版），杨坚争、杨立钊，西安电子科技大学出版社，2017 年 11 月第 10 版。									
（2）《电子商务基础》（第 5 版），万守付主编，人民邮电出版社，2019 年 6 月第 5 版									
课程简介：电子商务概论是经济管理类专业的专业必修课。本课程侧重从管理的角度学习电子商务的发展、分类及其发展环境、网络营销及商务安全等有关知识，使学生坚信电子商务代表着未来商务活动的发展方向，并通过相关实验培养学生独立从事电子商务活动的实践操作能力。									
课程教学目标				本课程与学生核心能力培养之间的关联(授课对象为理工科专业学生的课程填写此栏)： □核心能力 1. □核心能力 2. □核心能力 3. □核心能力 4. □核心能力 5. □核心能力 6. □核心能力 7. □核心能力 8.					
一、知识目标：									
通过本课程的学习，使学生从整体上了解电子商务研究的基本内容，认识电子商务的发展历史及趋势、电子商务运作的社会环境以及网络营销策略等内容，掌握电子商务的基本理论。									
二、能力目标：									
在有关电子商务课堂理论学习的同时，通过配套的实践环节使学生的动手能力得到一定的训练，掌握电子支付的理论与流程、网络交易安全基本思路与方法，做到理论联系实际，为学生今后走向工作岗位的电子商务实践打下基础。									
三、素质目标									
通过本课程的学习，使经管类大学生认识到信息时代电子商务的重要性，培养他们作为时代宠儿必须具备的持续学习、紧跟经济、技术发展的坚持不懈的学习精神，为未来的学习、工作和生活奠定良好的基础									
理论教学进程表									
周次	教学主题	学时数	教学的重点、难点、课程思政融入点				教学方式 (线上/线下)	教学手段	作业安排

1	电子商务概述	2	<p>电子商务的定义、优势及发展历史。</p> <p>重点：电子商务的广义狭义定义；</p> <p>难点：电子商务的内涵</p> <p>课程思政融入点：介绍中国电商在国际电商发展史上的地位及其在中国特色社会主义经济发展环境下取得成绩的必然性</p>	线上：腾讯课堂	讲授	1次习题
2、3	电子商务的分类	4	<p>电子商务的分类。</p> <p>重点：企业和消费者为参与主体的电商分类；</p> <p>难点：B2B2C、C2B</p>	线上：腾讯课堂	课堂讲授	
6	电子商务系统	1	<p>电子商务的系统结构与中介服务流程。</p> <p>重点：电商系统结构；</p> <p>难点：电子商务的系统服务商</p>	线上：腾讯课堂	课堂讲授	
6、7	电子商务与物流	3	<p>电子商务与物流的关系；物流环节对电子商务发展的意义。</p> <p>重点：电商物流的几种模式；</p> <p>难点：物流企业发展自营电商平台的优劣势</p> <p>课程思政融入点：结合美国联邦快递私自截留华为快递的案例，介绍当前我国（电商）物流快递业发展中亟需解决的问题</p>	线上/线下	课堂讲授	
8、9	电子商务涉及的法律问题	4	<p>中外电子商务的立法状况。</p> <p>重点：电子商务法的解读；</p> <p>难点：红旗原则与避风港原则。</p> <p>课程思政融入点：介绍中国特色社会主义经济发展环境下我国电商领域立法的特点</p>	线上/线下	课堂讲授	
10、11	网络营销	4	<p>网络营销的特点与常用工具。</p> <p>重点：数字产品的版本定价策略；</p> <p>难点：电子商务个性化推荐引擎</p>	线上/线下	课堂讲授	1次习题
12、13	电子商务安全	4	<p>数据加密技术与认证技术。</p> <p>重点：加密技术的发展历史；</p> <p>难点：非对称加密技术的有关概念</p>	线上/线下	课堂讲授	1次习题/实验作业
16	移动电商与 O2O	2	<p>移动电商大发展状况及原因。</p> <p>重点及难点：展厅现象与反展厅现象。</p>	线上/线下	课堂讲	

					授	
合计:		24				
实践教学进程表						
周次	实验项目名称	学时	重点、难点、课程思政融入点	项目类型(验证/综合/设计)	教学手段	
4、5	卓越电子商务实验系统 B2B、B2C 实验	4	通过电商模拟实验加强对电商分类的了解。 重点及难点: 了解有关实验环节的前后逻辑关系;	验证	小组讨论/实验	
14、15	安全电子邮件	4	通过电邮客户端数字证书的使用加强对非对称加密密钥对使用情况的理解。 重点: 数字加密和数字签名密钥对使用的区别; 难点: 电邮客户端的正确配置	验证	小组讨论/实验	
合计:		8				
考核方法及标准						
考核形式		评价标准			权重	
到堂情况		平时成绩缺勤一次扣 10 分, 迟到一次扣 5 分			40%	
课堂讨论		对于预习问题只字不能回答的扣 5 分, 积极答对问题一次平时成绩加 5 分				
完成作业		缺交作业一次扣 10 分, 迟交扣 5 分				
期末考试		书写工整, 认真作答。参考答案			60%	
大纲编写时间: 2020 年 2 月 15 日						
系(部)审查意见:						
<div style="text-align: center; font-size: 24px; font-weight: bold;">同 意</div>						
系(部)主任签名: 方妙英						
<div style="text-align: right;">日期: 2020 年 2 月 17 日</div>						