

# 《电子商务》课程教学大纲

## 一、课程简介

课程中文名	电子商务				
课程英文名	ELECTRONIC COMMERCE			双语授课	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
课程代码	<b>05122211</b>	课程学分	<b>2</b>	总学时数	32（含实践22）
课程类别	<input type="checkbox"/> 通识教育课程 <input type="checkbox"/> 公共基础课程 <input checked="" type="checkbox"/> 专业教育课程 <input type="checkbox"/> 综合实践课程 <input type="checkbox"/> 教师教育课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修 <input type="checkbox"/> 其他	课程形态	<input type="checkbox"/> 线上 <input type="checkbox"/> 线下 <input type="checkbox"/> 线上线下混合式 <input type="checkbox"/> 社会实践 <input checked="" type="checkbox"/> 虚拟仿真实验教学
考核方式	<input type="checkbox"/> 闭卷 <input type="checkbox"/> 开卷 <input type="checkbox"/> 课程论文 <input type="checkbox"/> 课程作品 <input type="checkbox"/> 汇报展示 <input checked="" type="checkbox"/> 报告 <input checked="" type="checkbox"/> 课堂表现 <input type="checkbox"/> 阶段性测试 <input type="checkbox"/> 平时作业 <input type="checkbox"/> 其他（可多选）				
开课学院	财经学院		开课系(教研室)	经贸系	
面向专业	经济统计学		开课学期	第4学期	
课程负责人	宁建楠		审核人	谭银清	
先修课程	《计算机基础》、《西方经济学》等				
后续课程	无				
选用教材	程絮森等. 电子商务概论[M]. 中国人民大学出版社, 2022.				
参考书目	1. 李琪等. 电子商务概论（第二版）[M]. 高等教育出版社, 2017. 2. 国家商务部组. 中国电子商务报告2022. 中国商务出版社, 2023.				
课程资源	无				
课程简介	<p>电子商务是经济统计学专业的一门专业选修课程，它系统地介绍电子商务的基本理论、基本知识、基本技术、基本应用和法规等内容，是一门综合性、交叉性、边缘性课程，它体现着了电子商务专业的基本特征和特点，勾画出电子商务专业的基本框架和轮廓，为后继专业课程的学习打下一定的基础和给出必要的线索。</p> <p>本课程要求学生掌握电子商务的基本理论、基本知识，了解电子商务的基本技术、基本应用和基本法规等内容，从而对电子商务有一个整体的了解和认识。</p>				

## 二、课程目标

表 1 课程目标

序号	具体课程目标
课程目标 1	<p>通过本课程的实践，学生能掌握以下知识：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1) 学生在平台上注册个人信息、企业信息。</li><li>(2) 掌握CA证书的申下载及安装，开通个人、企业网上银行账户。</li><li>(3) 掌握B2B交易的流程。</li><li>(4) 掌握B2C交易的流程。</li><li>(5) 掌握C2C交易的流程。</li></ul>
课程目标 2	<p>培养学生具备以下能力：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1) 能够熟练安装、使用客户端和服务端操作系统和应用软件；</li><li>(2) 掌握网络技术的基本理论和应用方法，能够组建部门级（低于企业级）的局域网，对路由和交换机的调试、配置有初步的了解；</li><li>(3) 掌握企业电子商务的决策、规划、设计和实施过程，具有较强的企业电子商务方案解决能力，能够规划、建设企业电子商务网站，能对网站的运营进行维护，并能借助网站进行电子商务活动；</li><li>(4) 熟悉电子商务实训仪器、设备、设施的操作规程及正确、规范的操作方法；</li><li>(5) 学生应能够做到熟练操作电子商务和设备。</li></ul>
课程目标 3	<p>培养学生具备以下素质：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1) 探究问题的能力；</li><li>(2) 与人沟通的能力归纳总结的能力；</li><li>(3) 团队协作的能力；</li><li>(4) 自学的的能力；</li><li>(5) 解决问题的能力；</li><li>(6) 信息处理的能力；</li><li>(7) 创新能力等；</li><li>(8) 学生运用电子商务知识的能力。</li></ul>

表2-1 课程目标与毕业要求对应关系

毕业要求	指标点	课程目标
毕业要求5: 语言表达【L】	5.1: 具有较强的语言与文字表达、人际沟通、信息获取能力。	课程目标3
毕业要求6: 团队合作【L】	6.1: 能够与他人进行有效地业务沟通和工作协调, 较好地适应团队工作。	课程目标2
毕业要求7: 创新创业【L】	7.1: 具备创新精神、创业意识和创新创业能力。	课程目标3
毕业要求8: 自主发展【L】	8.1: 具有终身学习和专业发展意识, 能够适应时代发展需求, 进行学习和职业生涯规划。	课程目标1

### 三、课程学习内容与方法

#### (一) 理论学习内容及要求

表3-1 课程目标、学习内容和教学方法对应关系

序号	课程模块	学习内容	学习任务	课程目标	学习重点难点	教学方法	学时
1	电子商务概述	电子商务基本概念及其演进	拓展阅读： 1. 电子商务的网络经济学基础 2. 电子商务的信息经济学基础 3. 新兴概念与理论	课程目标1	重点： 1. 电子商务的概念和特征 2. 电子商务的分类 3. 电子商务基本框架 难点： 1. 电子商务框架的几个典型模型	<b>讲授法：</b> 能够引导学生了解电子商务的概念及其发展历程，促进学生掌握电子商务的框架	4
		电子商务的分类与特征		课程目标1			
		电子商务框架		课程目标1			
2	电子商务的商业模式	B2C电子商务交易模式	拓展阅读： 1.从电商平台开店到微信自有平台——农产品B2C电子商务在中国的探索	课程目标1	重点： 1. 四种电子商务交易模式的定义和特点 难点： 1. 四种电子商务交易模式的交易流程	<b>1.讲授法：</b> 能够引导学生掌握电子商务的四种交易模式 <b>2.专题研讨：</b> 能够促进学生深入认识各种交易模式的特点和流程	4
		C2C电子商务交易模式		课程目标1			
		B2B 电子商务交易模式		课程目标1			
		O2O 电子商务交易模式		课程目标1			
3	电子商务的发展趋势及创新技术	世界各国的电子商务发展趋势	拓展阅读： 1.速途网络——打造中国领先的新媒体生态运营商 2. 敦煌网——打造数字贸易生态体系 3.易宝支付案例分析	课程目标3	重点： 1. 各国发展的不同阶段 2. 移动电子商务、社交电子商务、共享经济和新零售 难点： 1. 各国互联网战略的选择	<b>案例教学：</b> 能够引导学生拓宽思维，了解电子商务的创新形式	2
		电子商务的创新技术		课程目标3			

## （二）实验学习内容及要求

表3-2 课程目标、学习内容和教学方法对应关系

序号	项目名称	项目来源	教学目标（观测点、重难点）	学时数	项目类型	要求	每组人数	教学方法	课程目标
1	实验1：个人、企业信息注册	教师开发	使学生掌握在平台上注册的方式和具体过程	2	演示型	必做	1	实验指导	2
			使学生拥有个人、企业两种身份的账号及详细信息						
2	实验2：CA认证及银行账户开通	教师开发	使学生掌握数字证书申请、CA认证管理、数字证书的使用	2	演示型	必做	1	实验指导	2
			使学生掌握个人、企业网上银行的申请及管理						
3	实验3：B2B交易	教师开发	使学生掌握 B2B 平台的注册及交易规则	6	演示型	必做	2	实验指导	2
			使学生掌握分别以买方、卖方进行 B2B 交易的流程						
			使学生掌握平台类电子商务网站的使用						
4	实验4：B2C交易	教师开发	使学生掌握 B2C 平台的注册及交易规则	6	演示型	必做	2	实验指导	2
			使学生掌握分别以买方、卖方进行 B2C 交易的流程						
			使学生掌握企业网站的建设与维护						
5	实验5：C2C交易	教师开发	使学生掌握 C2C 平台的注册及交易规则	6	演示型	必做	2	实验指导	2
			使学生掌握分别以买方、卖方进行 C2C 交易的流程						
			使学生掌握个人网店的建设与维护						

## 四、课程考核

### (一) 考核内容与考核方式

表4-1 课程目标、考核内容与考核方式对应关系

课程目标	考核内容	所属学习模块/项目	考核占比	考核方式
课程目标 1	1. 电子商务的概念、分类和特征	理论模块1	×30%	研究报告
	2. 四种电子商务交易模式的定义和特点	理论模块2		
课程目标 2	1. B2B交易流程及平台类电子商务网站的使用	实验模块3	×50%	实验操作
	2. B2C交易流程及企业网站的建设与维护	实验模块4		
	3. C2C交易流程及个人网店的建设与维护	实验模块5		
课程目标 3	1. 电子商务的发展趋势	理论模块3	×20%	研究报告
	2. 电子商务的新技术	理论模块3		

表4-2 课程目标与考核方式矩阵关系

课程目标	考核方式		考核占比（此处需与上表基本一致）
	实验操作 50%	研究报告 50%	
课程目标1	0%	60%	$30\%=0\%*50\%+60\%*50\%$
课程目标2	100%	0%	$50\%=100\%*50\%+0\%*50\%$
课程目标3	0%	40%	$20\%=0\%*50\%+40\%*50\%$

### (二) 成绩评定

#### 1. 平时成绩评定

(1) **课堂表现 (20%)**：通过学生在课堂上的表现情况、发言与提问情况，来评价学生相关的能力。

(2) **实验操作 (80%)**：按学生操作电子商务软件的效果为依据，对学生完成各部分实验的效果进行评价，给出相应的实验成绩。

#### 2. 期末成绩评定

**研究报告 (100%)**：写一篇电子商务理论研究或其应用研究方面的论文，标题可自拟，包括但不限于以下选题。内容要求论文根据电子商务基本理论进行相应的案例分析、得出结论、并提出相关建议。

选题一:互联网金融(众筹)

选题二:电子商务的发展趋势及国际对比

- 选题三:农村电商
- 选题四:跨境电商
- 选题五:生鲜电商
- 选题六:O2O
- 选题七:互联网+
- 选题七:母婴电商
- 选题八:网络支付(支付宝、微信支付、apple pay等)
- 选题九:微商(概念和商业模式)
- 选题十:网络安全
- 选题十一:网络视频, 网络直播, 网红经济
- 选题十二:专车软件及环境政策分析(Uber、滴滴专车、神州专车、易到等)
- 选题十三:电子商务商业模式分析
- 选题十四:电子商务企业营销策略分析
- 选题十五:电子商务物流
- 选题十六:移动商务
- 选题十七:电子商务法律法规
- 选题十八:网络消费者行为分析(九零后)

### 3.总成绩评定

总成绩 (100%) = 平时成绩 (50%) + 期末成绩 (50%)

### (三) 评分标准

表5 评分标准 (非试卷考核项目)

考核项目	评分标准				
	优秀 (100>x≥90)	良好 (90>x≥80)	中等 (80>x≥70)	及格 (70>x≥60)	不及格 (x<60)
研究报告	选题符合本课程基本要求, 能达到综合训练的目的;对本课程领域文献熟悉程度较高, 涉猎较广;论文有创见, 具有一定的深度和新意或具有应用推广价值;论文层次结构分明、结构严谨, 文字表达能力强, 材料翔实, 数据	选题符合本课程基本要求, 能达到综合训练的目的;对本课程领域文献涉猎较广;论文具有一定的深度和新意;论文层次结构分明、结构严谨, 文字表达能力较强, 材料、数据可靠, 中心突出, 论据充分, 分析问题	选题符合本课程基本要求, 能达到综合训练的目的;能够查找课程领域相关文献;论文层次结构基本分明、结构基本严谨, 文字表达通畅, 能够组织材料分析问题, 中心基本突出, 论据能够说明问题, 撰写格式基本规范。	选题符合本课程基本要求, 能达到综合训练的目的;参考文献不少于5篇;论文层次结构基本分明, 文字表达基本通畅, 能够组织材料分析问题, 有中心, 有论据, 撰写格式大部分满足规范要求。	有下列情形之一, 均判为不及格: 1. 选题完全不符合本课程基本要求, 严重偏题; 2. 完全抄袭他人成果; 3. 论文层次结构混乱, 逻辑不清, 文字表达严重条理不清, 论文没有中心, 论据不能说明问题;

	可靠，中心突出，论据充分，分析问题正确、全面，撰写格式规范。	正确，撰写格式规范。			撰写格式严重不满足规范要求。
--	--------------------------------	------------	--	--	----------------

## 五、其它说明

本课程大纲依据2023版经济统计学专业人才培养方案，由财经学院经贸系讨论制定，财经学院教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。