**《电子商务》教学大纲**

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | 专业拓展选修课程 | **课程性质** | 理论 | **课程属性** | 选修 |
| **课程名称** | 电子商务 | **课程英文名称** | Electronic Commerce |
| **课程编码** | F01ZX16C | **适用专业** | 市场营销 |
| **考核方式** | 考查 | **先修课程** | 管理学原理 |
| **总学时** | 32 | **学分** | **2** | **理论学时** | 32 |
| **实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时** | 0 |
| **开课单位** | 商学院 |

**二、课程简介**

《电子商务》课程是市场营销专业的一门拓展选修课程。教学目的是可以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大致的了解，同时能够为进一步学习市场营销专业的其他课程打下一个理论基础。通过本课程的学习，使学生了解电子商务的发展过程；理解电子商务的特点及其与传统商务活动的区别，能够充分利用网络优势提高从事商务活动的技巧，发现商业机会的能力，关注传统商务活动如何利用网络；掌握主要电子商务中的重要概念、观念、理论及方法，要求能结合现实中的例子加以应用，并能提出自己的观点，同时要求能够综合运用。

**三、课程教学目标**

|  |
| --- |
| **课程教学目标** |
| **知****识****目****标** | **目标1：**系统理解电子商务的基本概念、整体框架、商业模式，了解电子商务在信息时代的重要地位、应用范围和发展前景。**目标2：**掌握电子商务交易模式，包括网络零售模式、新零售模式及B2B电子商务模式。掌握电子商务模式的关键环节，包括网络营销、新媒体营销、电子支付、电子商务物流及客户关系管理。 |
| **能****力****目****标** | **目标3：**具有实施电子商务的一般能力，能够参与电子商务项目的创建、规划、设计和运营，会利用网络营销的方法，选择合适的物流模式，维护良好的客户关系。 |
| **素****质****目****标** | **目标4：**具备一定的创业能力，培养有效沟通的能力和为客户服务的理念；培养勇于实践、不断开拓创新的能力；培养不畏艰难，勇于探索的职业精神；培养遵守法律法规的职业意识。 |

**四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **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** |
| 电子商务基本理论 | 6 | **重点：**电子商务的基本概念和分类；电子商务的产生与发展；电子商务系统的组成及框架；电子商务法律环境；互联网技术基础、互联网新兴技术。**难点：**电子商务的基本概念和分类；电子商务系统的组成及框架；互联网新兴技术。**思政元素：**认识门课的重要性，认识传统企业和电子商务企业的商业竞争，培养学生竞争意识；遵循电子商务法律规则，具有电子商务的职业道德；尊重网络主权；认识互联网新兴技术是一把双刃剑，需要正确合理利用。**教学方法与策略：**课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，利用多媒体辅助教学，教学过程启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。课后：完成习题，巩固课堂知识 | 目标1目标3目标4 |
| 电子商务交易模式 | 8 | **重点：**B2C电子商务概念、分类；B2C后台管理及购物流程；B2C盈利模式；B2C模式成功的关键；C2C电子商务运作模式；新零售的概念、主要特征与本质；新零售的框架（前台、中台、后台）；新零售商业模式；B2B电子商务内涵、特点；B2B电子商务模式类型。**难点：**B2C模式成功的关键；新零售的框架（前台、中台、后台）；新零售商业模式；B2B电子商务模式类型。**思政元素：**从事电子商务交易时，要讲诚信，做诚信网商，不做非法交易；遵守电商平台的运营规则，具有电商运营的职业道德；通过我国电商的成功案例培养学生的爱国情操；要理性消费，避免强迫性购物；即使是电子商务模式，销售的商品要货真价实、诚信不欺诈。**教学方法与策略：**课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，利用多媒体辅助教学，教学过程启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。课后：完成习题，巩固课堂知识 | 目标1目标2目标3目标4 |
| 电子商务模式下的营销方法 | 6 | **重点：**网络营销的含义；传统市场营销与网络营销的分别与联系；网络营销的职能；网络营销策略；常用网络营销方法；新媒体运营的内涵；新媒体与新媒体运营的区别与联系；新媒体运营的主要模块；常见新媒体营销平台。**难点：**传统市场营销与网络营销的分别与联系；网络营销策略；新媒体运营的主要模块。**思政元素：**网络营销要注意避免虚假广告宣传、侵犯知识产权、侵犯隐私权及传播不当言论，应加强对学生的诚信教育、法律意识教育、道德意识教育；举例直播带货（家乡的土特产）成功的案例，培养学生具有服务地方经济的意识和报效家乡的情怀；。 **教学方法与策略**：课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，利用多媒体辅助教学，教学过程启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。课后：巩固课堂知识 | 目标1目标2目标3目标4 |
| 电子商务模式下的金融与物流 | 4 | **重点：**电子支付系统；电子支付工具；电子支付媒介；第三方支付；移动支付；互联网金融含义、特征及产品；电子商务环境下物流的实现方式及特点；电子商务配送；供应链管理；新零售时代的供应链。**难点：**电子支付系统；互联网金融含义、特征及产品；电子商务环境下物流的实现方式及特点；新零售时代的供应链。**思政元素：**支付方式的认知与学生资金安全意识培养，对支付常见风险进行梳理，培养学生规避支付陷阱；树立科学理财观念；讲到电子商务物流及供应链管理时，教育学生减少资源损耗、尽可能以低成本实现节能减排、绿色环保、绿色物流等生态保护理念。**教学方法与策略：**课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，利用多媒体辅助教学，教学过程启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。课后：完成习题，巩固课堂知识 | 目标1目标2目标3目标4 |
| 客户关系管理 | 2 | **重点：**客户关系管理内涵；客户关系管理解决的主要问题；电子商务客户关系管理（信息、满意、服务）；客户关系管理技术及应用。**难点：**客户关系管理解决的主要问题；电子商务客户关系管理（信息、满意、服务）。**思政元素：**教育学生要倾听客户、了解客户、沟通客户，同时应修炼良好的心理素质，较强的沟通协调力、洞察判断力、坚韧执着力和自制自控力，弘扬爱岗敬业精神。**教学方法与策略：**课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，利用多媒体辅助教学，教学过程启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。课后：完成习题，巩固课堂知识 | 目标1目标2目标3目标4 |
| 电子商务的新应用 | 4 | **重点：**移动电商的概念与特点；移动电商的应用；移动网店；跨境电商的含义与分类；跨境电商的主要模式；跨境电商物流；主要跨境电商平台。**难点：**移动电商的应用；移动网店；跨境电商的主要模式。**思政元素：**利用好移动电子娱乐，教育学生不要沉迷于移动互联网络游戏，追求网络健康发展，利用手机做移动阅读，提高自身的素质；教育学生要做文明网商，与国家“一带一路”的倡议相结合，引导学生树立民族自豪感；跨境电商物流要正确通关报关，自觉规避非法通关。**教学方法与策略：**课堂主要运用讲授法和案例法开展教学，利用多媒体辅助教学，教学过程启发式提问拓宽学生学习思路。 | 课前：预习课堂：针对重点内容进行学习及巩固，并参与互动。课后：完成习题，巩固课堂知识 | 目标1目标2目标3目标4 |
| 综合复习 | 2 | **重点：**各模块重点内容复习**难点：**各模块难点内容复习 | 课后：全面复习，准备期末考试 | 目标1目标2 |

**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、课程论文成绩两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的30%）：采用百分制。平时成绩分作业（占20%）和考勤（占10%）两个部分。评分标准如下表：

|  |  |
| --- | --- |
| **成绩** | **评 分 标 准** |
| **1.作业；2.考勤** |
| 90～100分 | 1.作业书写工整、书面整洁；90％以上的作业解答正确2.无旷课、迟到、早退及因事请假情况。 |
| 80～89分 | 1.作业书写工整、书面整洁；80％以上的作业解答正确。2.无旷课、迟到、早退情况，事假1-2次。 |
| 70～79分 | 1.作业书写较工整、书面较整洁；70％以上的作业解答正确。2.旷课次数1次或迟到早退次数1-2次或事假3次。 |
| 60～69分 | 1.作业书写一般、书面整洁度一般；60％以上的作业解答正确。2.旷课次数2次或迟到早退次数3-4次或事假4-5次。 |
| 60以下 | 1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过40％的作业解答不正确。2.旷课次数＞2次或迟到早退次数＞4次或事假次数＞5次 |

2.课程论文成绩（占总成绩的70%）：采用百分制。课程论文评分标准见下表：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **评阅点** | **评分标准（细则）** | **分值** |
| 论点（20分） | 正确、有新意、有创见  | 20分 |
| 正确、有一定新意  | 15分 |
| 基本正确  | 10分 |
| 错误较明显  | 5分 |
| 完全错误 | 0分 |
| 论据（10分） | 充分、资料翔实、真实可靠 | 10分 |
| 较充分翔实 | 8分 |
| 一般 | 5分 |
| 较少 | 3分 |
| 空乏无力 | 0分 |
| 论证（20分） | 论证严谨、思路清晰、逻辑性强、有较强说服力、引文准确 | 20分 |
| 论证较严谨、思路较清晰、符合逻辑、有较强说服力、引文准确 | 15分 |
| 思路较清晰、引文较恰当 | 10分 |
| 有一定的说服力 | 5分 |
| 紊乱、自相矛盾、大段落抄袭他人文章 | 0分 |
| 结构（20分） | 结构严谨、逻辑严密、层次清晰 | 20分 |
| 结构合理、符合逻辑、层次分明 | 15分 |
| 结构基本合理，层次比较清楚，文理通顺 | 10分 |
| 有不合理部分、逻辑性不强 | 5分 |
| 结构混乱，文不对题，或者有明显抄袭现象 | 0分 |
| 深度和广度（20分） | 见解独特，对问题分析透彻且非常全面 | 20分 |
| 有自主的见解，对问题的分析比较深入全面 | 15分 |
| 能提出自己的见解，分析的深度、广度一般 | 10分 |
| 分析比较深入全面 | 5分 |
| 对问题的分析既无深度，又无广度 | 0分 |
| 格式（10分） | 格式完全符合规范，字数完全符合要求 | 10分 |
| 格式比较规范，字数偏少 | 8分 |
| 格式基本符合规范，但有个别地方不合规，字数较少 | 5分 |
| 格式规范性尚可，但不足之处较多，字数太少 | 3分 |
| 格式不规范，字数严重不足 | 0分 |

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：讲师（或其他中级）以上 或 学历（位）：本科以上其他：相关专业学习背景 |
| 2 | 授课地点 | ☑教室 □实验室 □室外场地 □其他： |
| 3 | 学生辅导 | 线上方式及时间安排：企业微信，正常上班时间线下地点及时间安排：教师办公室，正常上班时间；上课教室，课间时间。 |

**七、选用教材**

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

**八、参考资料**

[1]宋文官.电子商务概论(第4版)[M].北京:清华大学出版社,2017年10月.

[2]张润彤、朱晓敏.电子商务概论(第3版)[M].人民大学出版社,2018年10月.

[3]姚国章.电子商务与企业管理（第4版）[M].北京大学出版社,2020年5月.

[4]鲁馨蔓.电子商务物流管理与应用[M].北京大学出版社,2019年10月.

[5]张夏恒.跨境电子商务概论[M].机械工业出版社，2020年1月.

大纲执笔人：赵影

讨论参与人:吴会芳

系（教研室）主任：张洪

学院（部）审核人：郑阿泰