

《电子商务》课程教学大纲

课程名称：电子商务	课程类别（必修/选修）：专业选修课
课程英文名称：E-Commerce	
总学时/周学时/学分：48/3/3	其中实验学时：24
先修课程：大学计算机基础、管理学原理、市场营销学	
授课时间：1-16 周二 1-4；9-16 周四 1-4	授课地点：莞城 3209、2407
授课对象：15 会计学 1、2、3、4 班	
开课院系：经济与管理学院 管理系	
任课教师姓名/职称：尹小勇/副教授	
联系电话：理工短号 784052	Email:yinxxy@dgut.edu.cn
答疑时间、地点与方式：课前、课后，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》（第九版），杨坚争著，西安电子科技大学出版社，2015 年 2 月第 9 版。 （2）《电子商务基础》（第 4 版），万守付主编，人民邮电出版社，2015 年 2 月第 4 版	
课程简介：电子商务（概论）是经济管理类专业的基础选修课。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 1. 知识与技能目标：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趋势、电子商务运作的社会环境，掌握电子商务的基本理论、网络营销策略，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、电子商务与物流关系等内容。 2. 过程与方法目标：在有关电子商务课堂理论学习的同时，通过配套的实验环节使学生的思维和分析方法得到一定的训练，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 3. 情感、态度与价值观发展目标：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	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.
理论教学进程表	

周次	教学主题	教学时长	教学的重点与难点	教学方式	作业安排
1、2	认识电子商务	4	电子商务发展的历史轨迹；电子商务的概念与分类。重点：电子商务的分类	课堂讲授	2 次习题
7	电子商务系统	3	电子商务的系统结构与中介服务流程。难点：电子商务的系统服务商	课堂讲授	
8、9	电子商务涉及的法律问题与税收问题	6	电子商务的立法状况与税收政策。重点：电子商务模式中外的立法状况对比	课堂讲授	1 次习题
10	电子商务与物流	3	电子商务与物流的关系；物流环节对电子商务发展的意义。难点：物流企业发展自营电商平台的优劣势	课堂讲授	
11、12	网络营销	5	网络营销的特点与常用工具。重点：数字产品的版本定价策略；难点：电子商务个性化推荐引擎	课堂讲授	1 次习题
14	电子商务安全	3	数据加密技术与认证技术。难点：非对称加密技术的有关概念	课堂讲授	1 次习题
合计：		24			

实践教学进程表

周次	实验项目名称	学时	重点与难点	项目类型(验证/综合/设计)	教学方式
2、3	电子商务的内涵	3	重点：供应链视角的电子商务流程	综合	案例分析/课堂讨论
3	认识 B2B2C	2	结合亚马逊案例分析 B2C 电商企业开展 B2B2C 的战略意义	综合	案例分析/实验
4	认识 C2B	3	分析青岛红领的 C2M 模式如何实现大规模定制；难点：对比分析 priceline	综合	案例分析/课堂讨论/实验
5、6	卓越电子商务实验系统 B2B、B2C 实验	6	重点：了解有关实验环节的前后逻辑关系	验证性	课堂讨论/实验
12、13	网络广告类型	4	重点：基于搜索引擎的关键词竞价排名广告和搜索引擎的网页内容相关广告的区别。难点：DSP 模式的网络广告	综合	案例分析/课堂讨论/实验
15	电子商务安全交易协议	3	重点：SSL 与 SET 技术的对比	综合	案例分析/课堂讨论
16	安全电子邮件	3	难点：电邮客户端的正确配置	验证性	课堂讨论/实验
合计：		24			

