

《电子商务战略》课程教学大纲

课程名称：电子商务战略	课程类别（必修/选修）：必修
课程英文名称：STRATEGIES FOR E-BUSINESS	
总学时/周学时/学分：36/2/2	其中实验学时：6
先修课程：电子商务、企业战略管理	
授课时间：1-18 周，周四 1-2 节	授课地点：莞城校区 7401
授课对象：2016 级国际经济与贸易(跨境电商)专业 1、2 班	
开课院系：经济与管理学院	
任课教师姓名/职称：吴华斌/讲师	
答疑时间、地点与方式：课前、课后、教室、邮件、约谈等形式	
课程考核方式：开卷（ ） 闭卷（ √ ） 课程论文（ ） 其它（ ）	
使用教材： 《电子商务战略》（第 3 版），（法）塔菲克·杰拉希等著，李洪心译，出版社：东北财经大学出版社。	
教学参考资料： （1）《可以量化的管理学》，作者：高广宇，出版社：经济日报出版社。 （2）《电子商务战略》，作者：杨兴凯著，出版社：东北财经大学出版社。 （3）《跨境电子商务》，作者：杨兴凯著，出版社：东北财经大学出版社。 （4）《哈佛商业评论管理必读：重塑战略》，作者：[美] 迈克尔·波特、吉姆·柯林斯等；陈媛熙等译，出版社：中信出版社。 （5）《重塑：信息经济的结构》，作者：张翼成 吕琳媛 周涛，出版社：四川人民出版社。	
课程简介： 电子商务战略是跨境电商专业的专业必修课。本课程从战略的角度分析电子商务实践，从电子商务的实践中寻找电子商务战略的一般模式。从管理与运营的角度谈及技术，从战略的高度研究过程，将战略的概念与电子商务的真实案例联系起来，提供了一个整体的、集成的战略观点。通过介绍案例，总结成功经验，分析存在的不足与隐患，以期帮助学生成为成功的电子商务战略的设计者。	
课程教学目标 1、 知识与技能目标： 通过本课程的学习，使学生理解电子商务的关键术语及演变过程；掌握从企业环境、价值创造、市场开发以及企业的边界和内部组织等不同角度讨论电子商务战略框架，能够运用相关概念与框架对具体的案例进行分析；综合掌握电子商务战略发展的路线图整体轮廓。 2、 过程与方法目标： 在课堂理论学习的同时，通过配套的讨论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，为学生走向企业电子商务战略相关工作岗位提供应用实践理论基础。 3、 情感、态度与价值观发展目标： 通过本课程的学习，使跨境电商专业的大学生认识到电子商务技术进步对企业战略重塑的力量，培养学生必须具备终身学习意识，必须紧跟管理科学发展、科学技术进步步伐的学习精神，为未来的学习、工作、生活奠定基础。 4、 课程设置能力要求： 运用专业知识的能力。具有良好的将理论知识与企业实际运营情况相结合的综合应用技能，做为成功的电子商务战略的设计者，能够为企业转型升级、更新改造电子商务战略，实施可持续发展竞争力提升的电子商务战略，提供电子商务战略发展的路线图。	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	战略概述	4	介绍（十二五规划到十三五规划、电子商务法）。电子商务概念及其发展历程。	课堂讲授	小组讨论
3	战略框架概述	2	传统电子商务战略面临的重大挑战；电子商务战略规划的系统方法。	课堂讲授 + 小组讨论	作业一 理解电子商务
4	外部分析	2	检查宏观环境变化趋势，使用五力框架考察行业结构，探讨五力模型和竞合模型，定义电子商务行业和市场划分	课堂讲授	小组讨论
5	内部分析	2	理解电子商务中的核心竞争力，分析互联网影响价值链，利用虚拟价值链和 ICDT 框架来实现超越价值链，向价值网络移动	课堂讲授	小组讨论
6	战略选择	2	了解电子商务竞争的基本原则，重点在于战略选择的审视及发展战略选择，在选择战略和价值链之间进行协调。	课堂讲授 + 小组讨论	作业二 理解和分析电
7	持续保持竞争优势	2	建立模仿障碍，应对电子商务中颠覆式创新所带来的威胁	课堂讲授 + 小组讨论	小组讨论
8	寻求新市场空间的机会	2	通过价值曲线获得对新市场空间的了解，跳出所在行业圈，查明新的价值创造的可能性，发现进入市场的正确时间	课堂讲授	小组讨论
9	价值流框架	2	价值流框架，通过 VPE 整合战略管理分析及 VPF 应用案例分析	课堂讲授	小组讨论
10	内部组织选择	2	“制作还是购买”原因分析，选择组织结构，打破互联网价值链，通过互联网拆分企业，讨论管理在线/离线分销渠道的冲突	课堂讲授 + 小组讨论	小组讨论
11-12	与供应商互动、与用户交流	4	在线采购，B2B，整合电子采购；互联网及社会化商业，广度和深度之间的权衡。	课堂讲授 + 小组讨论	作业三 评价电子商务
13	从有线到移动商务的转变	2	移动性和无线电子商务，战略和移动性，无处不在和 U 商务	课堂讲授 + 小组讨论	小组讨论
14	战略规划路线图	2	企业愿景、战略目标、战略价值、客户、合作者、内部架构、成本与收益、外部适应性等	课堂讲授 + 小组讨论	作业四 综合分析战略
18	案例研究	2	定义创造力和分析能力，变成“改革的催化剂”。通过案例研究、通过概念和框架来学习电子商务。	课堂讲授 + 小组讨论	自学十个类型案例
合计：		30			

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
15	云南东源煤业集团电子商务系统的分析与设计	2	分析企业信息化现状、业务流程,指出存在问题;提出建立电子商务系统可行性。论述企业电子商务系统功能的规划与设计。	验证/设计	案例分析、小组讨论
16	沈阳隆达公司电子商务系统的分析与设计	2	介绍企业运营中存在的主要问题;论述公司的战略目标提出开展电子商务的具体目标,对公司现状和面临的环境分析;提出电子商务系统规划的原则和方法,确定系统的总体结构以及各子系统的功能,对电子商务网站的功能、电子商务系统的安全、网络结构、系统平台和开发方式的选择做出具体的规划与设计	验证/设计	案例分析、小组讨论
17	商品网络系统战略规划,企业战略布局研究	2	《新零售模式下电商巨头的线下战略布局——以京东和阿里为例》和《新型电子商务环境下农村商品网络流通系统探索》论文解读	综合/设计	引导分析、小组讨论
合计:		6			
成绩评定方法及标准					
考核形式		评价标准		权重	
平时成绩	上课考勤(30%)	18次考勤,迟到、早退、旷课扣分		30%	
	课堂表现(30%)	课堂表现评分			
	作业(40%)	4次作业			
期末考试成绩		期末考试,闭卷笔试。卷面要求整洁清晰,请遵守考试纪律,严禁作弊,否则按学校相关规章处理。		70%	
大纲编写时间:2019年2月25日					
系(部)审查意见:					
同意遵照培养方案的学时、学分及考核方式等要求编写					
系(部)主任签名:			日期:2019 年 3 月 18 日		

