

《电子商务概论》（课程代码：00897）实践考核大纲

华南理工大学自学考试

I 课程性质与目标

一、课程性质、实验目的与基本要求

1. 课程性质:

课程以认识电子商务基本概念为核心,以网络技术为载体,融合了电子商务、管理学、营销学等多学科知识,其核心在于帮助考生巩固和理解对电子商务理论知识的理解,并提升其电子商务实践能力。

2. 实验目的:

使考生深入理解电子商务的基本概念、原理及其在实践应用中的运作方式,着重培养考生的电子商务思维 and 实践能力,使考生能够掌握电子商务平台的运营方式,为将来从事电子商务相关工作打下坚实的基础。

3. 基本要求:

- (1) 培养考生对电子商务的基本概念和基础知识的掌握;
- (2) 培养考生对电子商务的技术基础知识的掌握与应用;
- (3) 培养考生对电子商务细分模式知识的掌握与应用;
- (4) 培养考生对传统企业及行业转型相关知识的掌握与应用;
- (5) 培养考生对电子商务战略基础知识的掌握和使用;
- (6) 培养考生对电子商务的生产相关知识的掌握和使用;
- (7) 培养考生对网络营销基础知识的掌握和使用;
- (8) 培养考生对客户关系管理基础知识的掌握和使用;
- (9) 培养考生对电子商务市场相关知识的掌握和使用;
- (10) 培养考生对电子商务采购与物流相关知识的掌握和使用;
- (11) 培养考生对电子商务公共政策相关知识的掌握和使用。

II 课程内容与考核要求

一、课程内容与考核范围

1. 电子商务的概念、电子商务的分类、产生和发展、分类以及电子商务经济规律等基础知识。
2. WEB 技术、内联网和外联网、安全技术、支付技术的应用、移动通信技术的应用、云计算技术、物联网技术。
3. B2B 电子商务细分模式、B2C 电子商务细分模式、C2C 电子商务细分模式、电子商务创新模式、电子商务赢利模式、移动电子商务和跨境电子商务。
4. 企业业务流程重组、传统企业的转型以及互联网+、互联网下社会生活方式的变化、互联网金融的模式、互联网金融的特质和模式。
5. 电子商务战略的概念和特点、电子商务战略分析工具的应用、电子商务战略的指定与实施。
6. 电子商务产品、电子商务生产模式、电子商务生产管理、创客时代的来临。
7. 网络营销理论的发展、网络营销方法的应用、网络营销的内容。
8. 网上消费者及其特征、网上消费者的购买行为、客户关系管理理论、客户关系管理的应用以及客户关系管理技术。
9. 电子商务市场结构、电子商务市场战略、电子商务定价。
10. 电子商务供应链管理的特点与优势、电子采购、电子商务物流模式类型及其特征。

11. 知识产权、电子商务伦理、不正当竞争行为、数字鸿沟。

二、运行环境

1. 硬件环境

CPU: x64 处理器, 1.4 GHz 以上

内存: 1G 以上

硬盘: 3G 以上可用空间

2. 软件环境

Windows 7 及以上版本, WPS

三、考核方式

1. 上机考核。

2. 在考核时间内完成考核内容当中的题目, 上交考核内容中所有完成的作业。

3. 课程实验考核为开卷形式, 考生可携带除电子资料以外的书本、笔记。

4. 考核时间: 120 分钟。

四、实践考核的基本要求

1. 实践题目发布后, 在规定时间内完成, 以电子方式提交;

2. 作业必须按照题目的要求;

3. 作业采用的软件版本需与要求一致;

五、实践考核必读和参考书目

《电子商务概论》, 程大为, 中国财政经济出版社, 2016 年版

六、评分标准

1. 评分标准: 采用五级评分制即优秀、良好、中等、及格、不及格。

2. 优秀: 90—100 分; 良好: 80—89 分; 中等: 70—79 分; 及格: 60—69 分; 不及格: 0—59 分。