

《电子商务安全与支付》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	电子商务安全与支付		课程英文名称	E-commerce Security and Payment	
课程编码	F03ZB08E		适用专业	电子商务专业	
考核方式	考试		先修课程	电子商务概论、计算机基础	
总学时	48	学分	3	理论学时	44
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实训、实验学时： 4		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《电子商务安全与支付》是电子商务专业的一门专业必修课。通过学习，从电子商务系统的安全角度出发，帮助学生了解技术层面的网络安全技术、安全协议与认证的内容，使学生深入系统地了解电子商务安全与支付的基本理论、基本知识和基本技能。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1： 掌握电子商务安全技术、安全体系；密码学基础、数据加密技术、身份认证与访问控制技术；数字证书和公钥基础设施；网络安全基础、防火墙和入侵检测系统；SET 协议原理、SSL 协议原理；电子商务网站和移动APP的安全；云计算与移动电子商务安全	5-2：掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理。	5. 专业性知识
能力目标	目标2： 在实践中巩固理论知识，培养学生的基本技能，包括加解密软件的应用、个人数字证书的使用、CA的安装和使用、网络扫描和网络嗅探、SSL协议的安装与配置、WEB服务器和网站的安全配置	9-1：具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识； 9-2：能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加工。	9. 运用知识能力
素质	目标3： 培养学生应具备的电子商务安全管理	3-1：具有扎实的经济理论基础和专业知识，掌握经济	3. 专业素质能力

目标	素质，且具有一定的网络安全防范意识，掌握作为一个电子商务从业人员必须了解的网络安全领域的职业道德和职业精神。	学、网络营销等学科门类的基本理论、分析方法和发展动态。	
----	--	-----------------------------	--

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
模块1： 电子商务安全体系与密码学基础	6	重点： 电子商务安全的内涵、电子商务基本需求、电子商务安全技术、电子商务安全体系、密码学基础知识、对称密码体制、公钥密码体制、数字信封、单向散列函数、数字签名、密钥管理与密钥分配 难点： 公钥密码体制、数字信封、单向散列函数、数字签名、密钥管理与密钥分配。 思政元素： 教学方法与策略： 本模块的理论在课堂上予以讲授，课堂教学采用讲授法、启发式、提问式的形式引导学生课堂听课的兴趣和积极性，并积极参与讨论本单元的重点。	课前：通过网上慕课预习。 课堂：积极思考，参讨论。 课后：复习巩固重点和难点问题，完成作业。	目标1 目标2
模块2： 认证技术	6	重点： 消息认证、身份认证、口令机制、常用的身份认证协议、单点登录技术。 难点： 消息认证、单点登录技术 思政元素： 教学方法与策略： 线下线上教学。本模块的理论在课堂上讲授。课堂运用主要运用讲授法和案例分析方法开展教学，以启发式或提问的形式引导学生课堂听课的积极性。	课前：通过网上慕课预习。 课堂：认真听课，参与讨论案例分析。 课后：认真完成网上布置的电子作业。	目标1 目标2
模块3： 数字证书和公钥基础设施	6	重点： 数字证书原理、内容和格式；数字证书的功能、公钥基础设施、个人证书的使用、安装和使用CA服务器 难点： 数字证书原理、公钥基础设施 教学方法与策略： 本模块的理论概念线下讲授。采用讲授、推演和案例讨论，以启发式或提问的形式引导学	课前：通过网上慕课预习。 课堂：认真听课，参与讨论案例分析。 课后：通过练习，巩固本单元所学内容。	目标1 目标4 目标5

		生课堂听课的积极性，并积极参与互动。		
模块4： 网络安全基础	6	重点： 网络安全体系模型、网络安全的常见威胁、计算机病毒及其防治 难点： 网络安全的常见威胁 思政元素： 教学方法与策略： 线下线上教学。本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学，以练习及讲解的形式引导学生熟练应用项目成本估算的方法。	课前：通过网上慕课预习。 课堂：认真听课，案例分析与讨论、解题与讲解。 课后：认真完成网上布置的电子作业。	目标1 目标2
模块5： 防火墙和入侵检测系统	6	重点： 访问控制概述、防火墙原理、技术与体系结构；入侵检测系统 难点： 访问控制的实现机制、动态包过滤技术、屏蔽子网防火墙 教学方法与策略： 本模块的理论与概念线下讲授。采用讲授、推演和案例讨论，以启发式或提问的形式引导学生课堂听课的积极性，并积极参与互动。	课前：预习防火墙的概念、功能。 课堂：认真听课，案例分析与讨论。 课后：按时完成课后设计的网上习题。	目标1 目标2
模块6： 电子商务安全协议	6	重点： SSL协议的工作过程、SET协议的工作流程、VPN的关键技术 难点： SSL协议的工作过程、SET协议的工作流程 思政元素： 教学方法与策略： 本章节的理论线下讲授。线下线上教学。本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学。	课前：通过网上慕课预习。 课堂：认真听课，参与提问互动。 课后：完成网上电子作业，以便巩固所学知识。	目标1 目标2
模块7： 电子支付与安全	6	重点： 电子现金、电子现金安全需求的实现、微支付 难点： 电子现金中使用的密码技术、常见微支付协议的比较 教学方法与策略： 本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学。	课前：通过网上慕课预习。 课堂：认真听课，参与提问互动。 课后：完成网上电子作业，巩固本模块的重点与难点。	目标1 目标2
模块8： 电子商务网站和移动App的	6	重点： SQL注入攻击、跨站脚本攻击、网页挂马。 难点： SQL注入攻击、跨站脚本攻击 教学方法与策略：	课前：通过网上慕课预习。 课堂：认真听课，参与提问互动。 课后：完成该模块	目标1 目标2

安全		本模块理论在课堂上讲授。运用主要运用讲授法、案例分析方法等形式开展教学。	的电子作业，巩固本章所学知识。	

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、期末考试或课程论文（设计）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15%）、实训（占5%）、考勤（占10%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.平时作业；2.实训；3.考勤
优秀 (90~100分)	1. 学习通APP电子作业；90%以上的习题解答正确。 2. 案例分析结果准确无误。 3. 没有贴图或截图作答。
良好 (80~89分)	1. 学习通APP电子作业；80%以上的习题解答正确。 2. 案例分析结果较为准确。 3. 没有贴图或截图作答。
中等 (70~79分)	1. 学习通APP电子作业；70%以上的习题解答正确。 2. 案例分析结果较为准确。 3. 没有贴图或截图作答。
及格 (60~69分)	1. 学习通APP电子作业；60%以上的习题解答正确。 2. 案例分析结果不太准确。 3. 有贴图或截图作答。
不及格 (60以下)	1. 学习通APP电子作业；50%以上的习题解答正确。 2. 案例分析结果不准确。 3. 有贴图或截图作答。

2. 期末考试或课程论文（设计）（占总成绩的70%）

（1）期末考试（开卷或闭卷）：采用百分制，考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
模块1~8	作业1-8电子练习题	单选题	目标1	20
模块1~8	作业1-8电子练习题	多选题	目标2	10
模块1~8	作业1-8电子练习题	判断题	目标1	20
模块1~8	作业1-8电子练习题	简答题	目标2	30
模块1~8	作业1-8电子练习题	案例分析	目标1	20

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士及以上 其他：
2	课程时间	周次：1-16周 节次：3节/周
3	授课地点	☒ 教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，一周一次 线下地点及时间安排：授课教室，上课前后

七、选用教材

[1]侯安才 栗楠 张强华. 电子商务安全技术实用教程（微课版 第2版）[M]. 人民邮电出版社, 2020年8月

八、参考资料

[1]许峰. 电子商务安全原理（第1版） [M]清华大学出版社, 2017年8月

九、网络资料

[1] 慕课《电子商务安全》，武汉大学，曾子明主讲

十、其他资料

大纲执笔人：张帆

讨论参与人：谭宇玮、朱文娟

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：侯瑞瑞

《电子商务法律与法规》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业选修课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	电子商务法律与法规		课程英文名称	E-commerce laws and regulations	
课程编码	F03ZB09C		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	电子商务概论、经济学	
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			数字经济学院		

二、课程简介

本课程系电子商务专业必修课，是调整以现代电子信息技术手段，进行商品、服务、信息和其他交换等商务活动的法律规范总称。

通过本课程的学习使学生比较系统的了解电子商务涉及的法律领域，掌握电子商务法的调整对象、电子商务经营主体法律法规、电子商务商业行为法律规范和有关电子商务法律基本原理、知识和应用技能，理解电子商务法律在电子商务交易当中的重要性，全面了解电子商务法律发展的趋势，培养学生的电子商务和信息政策法律意识，提高学生运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中各种问题的能力。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 掌握电子商务法的基本原理和电子商务立法概况、掌握数据电文和电子签名及电子认证法律制度、电子合同法律制度、电子商务税收法律制度、知识产权保护法律制度、消费者权益与隐私权保护法律制度、电子商务纠纷解决等必备知识	5-1了解快速发展的电子商务新兴产业动态以及电子商务法律法规相关知识 5-2掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理，	5. 专业性知识
能力目标	目标2: 通过学习，学生能够熟悉电子商务法的基本法律框架；具有依据法律问题的性质寻找相关工具书及案例的能力；具备运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中相关法律问题的能力。	2-1具有综合运用各种手段查阅文献、获取信息的能力； 3-4能够理论与实践紧密结合，解决实际问题； 7-2能够进行综合性的跨学	2. 综合素质能力 3. 专业素质能力 7. 其他领域的知识 8. 获取知识的能力

		科学习,达到知识的扩展和综合素质的提升。 8-3适应电子商务行业快速发展的客观情况; 8-4具备综合分析和解决实际问题。	
素质目标	目标3: 通过学习,充分认识电商法律法规发展现状;学会独立思考,积累解决实际问题的经验并学习深入的专业理论知识,主动构建自己的经验和知识体系;培养诚实守信的职业道德和敬业精神,促进学生职业素养的养成。	1-2具有良好的道德修养、高度的社会责任感、正确的劳动意识和敬业精神。 9-1具备洞察问题、提炼问题的能力,能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识; 9-2能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加工; 11-4能积极主动承担分内职责,具有较强的责任意识和担当精神	1. 思想道德品质 9. 运用知识的能力 11. 团队沟通与协作的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

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
电子商务法基础知识	4	重点: 电子商务法的特征、性质、调整对象和基本原则,国内外立法概况。 难点: 电子商务对传统法律的挑战 思政元素: 以电子商务为交易形式及以电子信息为交易内容的各种社会关系有别于实体社会的各种社会关系,通过学习,帮助学生树立正确的法制观念。 教学方法与策略: 通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识;利用多媒体资源,清晰、准确传授相关基础知识,突出重点难点。	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
电子商务交易主体法律制度	4	重点: 电子商务交易主体的概念、构成与市场准入退出制度;电子商务经营主体的权利与义务;电子商务经营者的法律责任。 难点: 互联网服务商(ISP与ICP)的侵权责任性质;电商企业的不正当竞争责任。 思政元素: 培养有条理、细致的工作习惯;善于	课前: 预习 课堂: 针对重点内容进行学习及巩固,并参与互动	目标1 目标2

		沟通、团结协作、实事求是的处事能力。 教学方法与策略：通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识；利用多媒体资源，清晰、准确传授相关基础知识，突出重点难点。	课后：完成习题，巩固课堂知识	
数据电文、电子签名与电子认证法律制度	6	重点：数据电文的基本含义及法律效力；电子签名与传统签名的异同、电子签名的立法模式；电子认证机构的法律地位、认证机构管理措施及义务责任 难点：数据电文证据效力；电子签名的使用及其法律效果；认证机构与当事人之间的法律关系。 思政元素：培养有条理、细致的工作习惯；善于沟通、团结协作、实事求是的处事能力。 教学方法与策略：通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识；利用多媒体资源，清晰、准确传授相关基础知识，突出重点难点。	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
电子支付与电子合同法律法规	4	重点：电子支付的特征及主要方式，电子支付中的法律责任，对电子支付的监管方法；电子合同的概念、形式、特征和法律效力。 难点：虚拟货币、第三方支付平台等电子支付领域出现的法律问题；电子合同的特殊法律问题。 思政元素：培养有条理、细致的工作习惯；善于沟通、团结协作、实事求是的处事能力。 教学方法与策略：通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识；利用多媒体资源，清晰、准确传授相关基础知识，突出重点难点。	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
消费者权益及个人信息权保护法律制度	4	重点：电子商务对消费者权益的威胁，电子商务消费者的权利及电子商务经营者的义务；个人信息资料保护的一般规则，个人信息资料的收集和利用 难点：我国电子商务消费者权益保护立法特征；个人信息的合理利用原则。 思政元素：培养有条理、细致的工作习惯；善于沟通、团结协作、实事求是的处事能力。 教学方法与策略：通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识；利用多媒体资源，清晰、准确传授相关基础知识，突出重点难点。	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
电子商务中的知识产权法律法规	4	重点：网络著作权的法律保护、网络工业产权的法律保护、域名的法律保护。 难点：网络著作权侵权行为及法律责任；网络技术与网络商务方法的区别；域名与商标权的冲突	课前：预习 课堂：针对重点内容进行学习及巩固	目标1 目标2

		及其解决机制 思政元素： 培养有条理、细致的工作习惯；善于沟通、团结协作、实事求是的处事能力。 教学方法与策略： 通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识；利用多媒体资源，清晰、准确传授相关基础知识，突出重点难点。	固，并参与互动 课后：完成习题，巩固课堂知识	
电子商务监管及纠纷的解决	6	重点： 电子商务对税收体制的挑战，对电子商务征税面临的问题；电子商务监管的基本原则，非政府治理监管体系；电子商务纠纷的特点和解决方式。 难点： 电子商务对税收管辖权的影响；我国电子商务监管问题存在的原因；电子商务纠纷管辖权的几种理论基本观点分析 思政元素： 培养有条理、细致的工作习惯；善于沟通、团结协作、实事求是的处事能力。 教学方法与策略： 通过讲授、实例分析、案例讨论等方法介绍法律法规基础知识；利用多媒体资源，清晰、准确传授相关基础知识，突出重点难点。	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

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、小组案例讨论成绩、期末考试等三个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占20%）、考勤（占10%）和课堂案例讨论成绩（占10%）三个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.作业； 2. 考勤； 3. 课堂案例讨论
优秀 (90~100分)	1. 作业书写工整、书面整洁；90%以上的作业习题解答正确。 2. 考勤全勤 3. 课堂表现优秀
良好 (80~89分)	1. 作业书写工整、书面整洁；；80%以上的作业习题解答正确。 2. 缺勤1次 3. 课堂表现良好
中等 (70~79分)	1. 作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的作业习题解答正确。 2. 缺勤2次 3. 课堂表现一般
及格 (60~69分)	1. 作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的作业习题解答正确。 2. 缺勤2次 3. 课堂表现不积极
不及格 (60以下)	1. 字迹模糊、卷面书写零乱；超过40%的作业习题解答正确。 2. 缺勤3次

3. 扰乱课堂秩序

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配

情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
电子商务法基础知识	电子商务法调整对象及调整范围；国外电子商务立法概貌；我国电子商务立法目的	选择、判断	目标1 目标3	10
电子商务交易主体法律制度	电子商务经营者特点；电子商务主体的准入与公示；电子商务主体的一般性义务；电子商务企业侵权责任；电子商务企业责任立法；	选择、判断、案例	目标1 目标2	15
数据电文、电子签名与电子认证法律制度	数据电文概念、法律效力；数据电文发送和接收的时间的确定；数据电文形式问题的解决方案；电子签名立法模式；电子签名的法律效力；电子认证的意义；电子认证机构的法律地位；认证机构的设立条件和管理措施；认证机构的义务与责任的法律法规。	问答、选择、判断	目标1 目标2	15
电子支付与电子合同法律法规	电子支付的形式、电子支付当事人及非金融机构支付服务的法律问题、电子货币特征及风险；网络银行风险及防范；电子合同的要约和承诺、电子合同的生效、电子代理人的性质与责任分担	问答、选择、判断	目标1 目标2	15
消费者权益及个人信息权保护法律制度	电子商务消费者的权利及经营者的义务；消费者权益保护及立法现状；电子商务中消费者索赔的相关法律问题；个人信息的分类、价值和构成要件，个人信息侵权的主要表现，个人信息保护的基本原则及我国立法状况。	选择、判断、案例	目标1 目标2	15
电子商务中的知识产权法律法规	知识产权的表现形式、侵权方式的判定、驰名商标的保护、域名抢注的确定方法、电子商务领域专利的保护措施。	问答、选择、判断	目标1 目标2	15
电子商务监管及纠纷的解决	电子商务税收特征；电子商务对税收的影响和各国对电子商务税收的探索；电子商务监管的基本原则；非政府治理监管体系的构建；我国电子商务监管现状；电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践；我国对网络管辖权的法律规定；	选择、判断、案例	目标1 目标2 目标3	15

六、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 其他： 学历（位）：硕士研究生
2	课程时间	周次： 1-16周 节次：1次/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：课堂或办公室

七、 选用教材

[1]王卫东.《电子商务法律法规》[M].北京：清华大学出版社，2021年2月

八、 参考资料

[1]孙祥和.《电子商务法律法规》[M].北京：中国人民大学出版社，2019年3月

[2] 吴景明.《中华人民共和国电子商务法》消费者权益保护法律制度[M].北京，中国法制出版社，2019年3月

[3] 郭锋.《中华人民共和国电子商务法法律适用与案例指引》[M].北京：人民法院出版社，2018年10月

网络资料

[1]网经社：www.100ec.cn

[2]艾媒网：<https://www.iimedia.cn/>

[3]广州互联网法院：www.gzinternetcourt.gov.cn

大纲执笔人：彭军

讨论参与人：陈语时

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：侯瑞瑞

《电子商务专业英语》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业选修课程	课程性质	理论	课程属性	理论
课程名称	电子商务专业英语		课程英文名称	English Course of E-Business	
课程编码	F03ZX19C		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	无	
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			数字经济学院		

二、课程简介

《电子商务专业英语》是电子商务专业的一门专业选修课，该课程对培养电子商务与贸易人才具有重要作用。通过本课程的学习，可以使学生了解和掌握实践应用中的专业英语知识，跟踪国际电子商务的理论与应用前沿，使学生既有系统化的经济理论知识，又能掌握语言工具，从而培养学生成为电子商务复合人才。为学生认识电子商务发展提供了基本手段和方法，为同学们将来取得职场竞争优势提供了科学的理论指导。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 掌握电子商务的发展，和基本概念； 目标2: 熟悉电子商务各领域。	5-2: 掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理	5. 专业性知识
能力目标	目标3: 熟练掌握电子商务各实践场景； 目标4: 学会不同场景英语。	7-1: 了解其他相关领域知识，形成文理交叉、融入哲学、文学、语言、数字化视觉设计与创作、面向数据可视化的计算机程序设计等课程	7. 其他领域知识
素质目标	目标5: 培养学生具有主动参与、积极进取、崇尚科学、探究科学的学习态度和思想意识； 目标6: 养成理论联系实际、科学严谨、认真细致、实事求是的科学态度和职业道德。	1-1: 热爱祖国，牢固树立正确的世界观、人生观和社会主义核心价值观。 2-1: 具有综合运用各种手段查阅文献、获取信息的能力。 4-2: 具备面向未来电商行	1. 思想道德品质 2. 综合素质能力 4. 基础知识

		业的大数据思维意识。	
--	--	------------	--

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）理论教学

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
Electronic Business and Commerce	4	重点: Electronic Business and Commerce文献阅读, 新词汇, 新短语, 常见缩写。 难点: Electronic Business and Commerce文献阅读, 新词汇, 新短语, 常见缩写。。 思政元素: 介绍电子商务的演变过程, 在国内的发展历史, 激发国家认同感。 教学方法与策略: 线下教学。课堂讲解概念性知识和思政内容, 课堂主要运用讲授法和案例法展开教学, 同时辅以课堂活动调动学生的学习积极性以及学习状态节奏, 启发式提问。	课前: 预习基础概念 课堂: 参与课堂活动; 记笔记 课后: 复习;	目标1 目标2 目标5
B2B	4	重点: B2B文献阅读, 新词汇, 新短语, 常见缩写。 难点: B2B文献阅读, 新词汇, 新短语, 常见缩写。 思政元素: 介绍B2B的应用, 例如: 国内常见B2B。激发爱国情怀。 教学方法与策略: 线下教学。课堂讲解概念性知识和思政内容, 课堂主要运用讲授法和案例法展开教学, 启发式提问。	课前: 预习基础概念; 课堂: 参与课堂活动; 记笔记 课后: 复习; 作业1: B2B练习。	目标1 目标2 目标3 目标4 目标5
B2C	4	重点: B2C文献阅读, 新词汇, 新短语, 常见缩写。 难点: B2C文献阅读, 新词汇, 新短语, 常见缩写。 思政元素: 介绍B2C的应用, 例如: 国内常见B2C。激发爱国情怀。	课前: 预习基础概念; 课堂: 参与课堂活动; 记笔记 课后: 复习; 作业2: B2C	目标1 目标2 目标3 目标4 目标5

		教学方法与策略：线下教学。课堂讲解概念性知识和思政内容，课堂主要运用讲授法和案例法展开教学；辅以启发式提问拓宽学生学习思路。启发式提问；小组讨论法。	练习	
Online-shopping	4	重点：Online-shopping文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 难点：Online-shopping文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 思政元素：介绍B Online-shopping的应用，例如：国内常见B Online-shopping。激发爱国情怀。 教学方法与策略：线下教学。课堂讲解概念性知识和思政内容，课堂主要运用讲授法和案例法展开教学；辅以课堂商务情景模拟表演活动，让学生针对不同的情境，启发式提问。	课前：预习基础概念； 课堂：参与课堂活动； 记笔记 课后：复习；	目标1 目标2 目标3 目标4 目标5
Build your Virtual Store and Selling Onlie	4	重点：Online-shopping文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 难点：Online-shopping文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 教学方法与策略：线下教学。课堂讲解概念性知识，课堂主要运用讲授法和案例法展开教学；启发式提问；情境模拟法：学生模拟真实的客户开发沟通情境，掌握课程要求的相关知识。	课前：预习基础概念； 课堂：参与课堂活动； 记笔记 课后：复习；	目标1 目标2 目标3 目标4 目标5
Digital Marketing and PPS & PPC	4	重点：Digital Marketing and PPS & PPC文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 难点：Digital Marketing and PPS & PPC文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 教学方法与策略：线下教学。课堂讲解概念性知识和思政内容，课堂主要运用讲授法和案例法展开教学，启发式提问。	课前：预习基础概念； 课堂：参与课堂活动； 记笔记 课后：复习； 作业2：Digital Marketing 练习	目标1 目标2 目标3 目标4 目标5
Online Shopping Safety and Logistic	4	重点：Online Shopping Safety and Logistic文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 难点：Online Shopping Safety and Logistic	课前：预习基础概念； 课堂：参与课堂活动；	目标1 目标2 目标3 目标4

		C文献阅读，新词汇，新短语，常见缩写。 思政元素：介绍国内物流的演变过程，在国内的发展历史，激发国家认同感。 教学方法与策略：线下教学。课堂讲解概念性知识和思政内容，课堂主要运用讲授法和案例法展开教学，启发式提问。	记笔记 课后：复习；	目标5
Presentation	4	重点：情景模拟演讲。 难点：电子商务英语实际应用。 教学方法与策略：线下教学。学生以小组形式开展情景模拟，小组汇报。	课前：预习基础概念； 课堂：参与课堂活动； 课后：反思。	目标2 目标3 目标4 目标5 目标6

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和期末考试两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分成作业（占15%）、课堂参与（占15%）、考勤（占10%）、三个部分

等级	评 分 标 准
	1.作业； 2.小组汇报3.考勤4.课堂参与
优秀 (90~100分)	1. 作业按时提交；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 练习内容完整充实、逻辑性强、创新性强、表达流畅自然、且能体现很强团队协作能力 3. 几乎没有出现迟到早退等现象（1-2次）；请假课时少于总课时的10%，且课前报备，材料齐全，理由充分。 4. 积极回答课堂问题，积极组织并参与小组讨论及课堂活动；课堂认真听课，注意力集中。
良好 (80~89分)	1. 作业按时提交；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 练习内容较完整充实、逻辑性较强、有较强创新性、表达较流畅自然、且能体现较强团队协作能力。 3. 偶尔出现迟到早退等现象（3-4次）；请假课时少于总课时的15%，且课前报备，材料较齐全，理由充分。 4. 主动回答课堂问题，大部分时间较积极参与小组讨论及课堂活动；课堂认真听课，偶尔注意力分散。
中等 (70~79分)	1. 作业基本按时提交；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 练习内容一般完整充实、逻辑性一般、创新性一般、表达一般、团队协作能力一般。

	3. 较少出现迟到早退等现象（4-5次）；请假课时少于总课时的15%，大部分课前报备，材料较齐全，理由较充分。 4. 偶尔主动回答课堂问题，小组讨论和课堂活动中参与度一般；课堂上注意力容易分散。
及格 (60~69分)	1. 作业基本按时提交；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 练习内容欠完整充实、逻辑性欠佳、创新性欠佳、表达欠佳、团队协作能力欠佳。 3. 较常出现迟到早退等现象（5-6次）；请假课时少于总课时的20%，大部分课前报备，材料较齐全，理由较充分。 4. 较少主动回答课堂提问，对于小组讨论和课堂活动从参与度较低；课堂上注意力经常分散。
不及格 (60以下)	1. 作业经常不提交；大部分习题解答错误。 2. 几乎参加练习、逻辑混乱、无创新性内容、抄袭痕迹明显、表达不流畅自然。 3. 经常出现迟到早退等考勤问题（7次及以上）；请假课时大于总课时的20%，且几乎没有课前报备，请假材料不齐全，理由不充分。 4. 基本不回答课堂问题，几乎不参与课堂讨论和课堂活动；课堂上注意力难以集中在学习上。

2. 期末考察（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考察包含两部分内容：个人课程论文（占总成绩的30%，以个人的基础评分）和小组报告（占总成绩的30%，以小组为基础评分）。通过这两种评价方式可以较综合评价学生对于知识的掌握程度，以及思辨能力、创新思维、自主学习、持续学习、逻辑分析、团队合作能力、表达等方面的能力。

3. 期末考察要求

3.1 个人课程论文要求

个人课程论文占总成绩的30%，以个人的基础评分。学生针对本课程的相关主题撰写一篇1000字以上的英文课程论文，需列明参考资料；题目由任课老师自拟，主要是针对课程内容的延伸，或是对于课程相关话题的讨论，需要学生通过收集整理资料，吸收理解内容，并形成自我的见解观点。论文要对重复率进行要求，应低于30%；论文将从结构完整度、资料收集的丰富度准确度、分析过程逻辑性、创新性四个维度对论文进行评价。

个人课程论文评分标准请见下表：

分数	评分标准
25~30分	论文结构完整，详略得当，重点突出；收集资料翔实丰富；分析过程逻辑严密，有理有据；论文见解独特，富有创新性；
21~25分	论文结构较完整，详略分明，重点比较突出；收集资料较丰富；分析过程逻辑比较严密，大部分观点都有证据支撑；论文观点有一定的新意；
16~20分	论文结构基本完整，能看出内容详略；收集了一定的资料；分析过程有一定

	逻辑，部分观点都有证据支撑；论文观点较常见；
11~15分	论文结构有部分缺失，详略较不得当；收集的资料数量质量都较一般；分析过程逻辑性较弱，小部分观点都有证据支撑；论文观点较陈旧；
15分以下	论文结构有较多缺失，无明显重点区分；收集的资料数量质量都较差；分析过程基本没有逻辑性，大部分观点没有证据支撑；论文观点陈旧且错误；

3.2小组展示要求

小组展示占总成绩的20%，以小组为基础评分。学生自由组合成学习小组，要求电子商务专业英语专题课程中的授课内容，进行情景模拟，并以PPT路演的形式在学期末课堂上进行10分钟左右的汇报。所有成员都要求参与其中，台下学生和教师共同对项目进行提问和评分，其中教师评分占比60%，其他小组综合评分占比40%。报告将从以下几方面进行评价：内容；分析逻辑性；表达能力；团队合作能力；PPT制作

评价维度	占比	评价要点
内容	20%	内容是否充实、详略是否得当；是否是新的营销方式；案例是否足够有代表性
分析逻辑	20%	结构是否合理；重点是否突出；结论是否有足够依据支撑
表达能力	20%	语言是否流畅流畅；肢体、表情语言；对于内容的熟悉程度
团队合作能力	30%	小组成员是否全体参与到路演，是否参与了整个小组研究过程；分工是否合理；路演配合是否流畅
PPT制作	10%	文字简洁、图表清晰、排版合理

七、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 其他： 学历（位）：硕士研究生及以上
2	课程时间	周次：1-16周 节次：每周2节
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，一周一次 线下地点及时间安排：授课教室，上课前后

七、 选用教材

[1] 电子商务专业英语/张强华主编，--北京：人民邮电出版社，2022 ISBN 978-7-115-58137-2

八、 参考资料

[1] 张强华, 司爱侠, 陆巧儿, 陈红美. 电子商务专业英语[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2017.

[2] 张强华, 司爱侠. 电子商务专业英语[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2021.

网络资料

其他资料

大纲执笔人: 逯宇铎

讨论参与人: 陈语时

系(教研室)主任: 张帆

学院(部)审核人: 侯瑞瑞

《国际贸易实务》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	必修
课程名称	国际贸易实务		课程英文名称	International Trade	
课程编码	F03ZB19E		适用专业	电子商务	
考核方式	考试		先修课程	微观经济学、宏观经济学	
总学时	48	学分	3	理论学时	44
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实验学时：4		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《国际贸易实务》是电子商务专业必修课程，是一门研究国际货物买卖的有关理论和实际业务，实践性很强的综合性应用学科。本课程以国际货物买卖为对象，以交易条件和合同条款为重点，以国际贸易惯例和法律规则为依据，并联系我国外贸实际，介绍国际货物买卖的具体内容以及合同订立和履行的基本环节与一般做法。

通过本课程的学习，使学生掌握合同的品质、数量、包装、价格、运输、保险、结算、检验、索赔和不可抗力等条款，具备交易磋商、合同的签订及履行合同的能力。能够让学生对进出口各环节有一个总体的把握；牢固掌握国际贸易实务的基本概念，掌握进出口商品的成本核算及报价、交易磋商及合同的签订以及进出口合同的履行；学会理论联系实际，用所学的知识从事跨境电商工作。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格 指标点	支撑人才 培养规格
知识 目标	目标1： 通过本课程的学习，学生可以掌握国际贸易实务的基础知识，熟练掌握国际贸易的单据和流程、国际贸易合同的内容以及相关的国际贸易法律惯例等，同时可以培养学生与外贸相关的职业能力，为学生以后的工作和职业资格考试奠定基础。	5-2掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理	5. 专业知识
能力	目标2： 培养学生灵活运用国际贸易实务的知识解决实际问题的能力，培养学生的独立操作	3-1具有扎实的经济學理論基礎和專業知識，掌握	3. 專業素質能力

目标	货物进出口业务、商务谈判、合同拟订、信用证落实、单据制作、结汇善后等能力，同时具备针对既定商品开展国际市场开拓和营销能力。	经济学、国际贸易、网络营销等学科门类的基本理论、分析方法和发展动态； 3-2了解主要国家和地区的经济状况	
	目标3: 在了解国际贸易规则的基础上，能初步将所掌握的国际贸易知识结合我国外贸实际，运用国际规则分析问题，处理各种外贸问题。	9-1具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识	9. 运用知识的能力
素质目标	目标4: 通过本课程的学习，使学生获得素质的提高，具备诚实守信的品格；培养踏实严谨的作风；形成风险防范意识；树立团队合作精神。	1-2具有良好的道德修养、高度的社会责任感、正确的劳动意识和敬业精神。 2-3具有健康体魄和良好的心理素质，面对环境压力时具有较强的自我调适能力。	1. 思想道德品质 2. 综合素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

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
国际贸易术语	4	重点: 《2020通则》中贸易术语的相关规定及其应用。 难点: 两组贸易术语(FOB、CFR、CIF与FCA、CPT、CIP)中买卖双方各自承担的风险、责任和费用，在国际贸易实务中使用的注意事项。 思政元素: 介绍国际贸易惯例，使学生产生遵照惯例、相关法律办事的义务感和责任感。 教学方法与策略: 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生理清不同术语使用的差异。课后布置相关练习题以巩固知识。	课前: 预习 课堂: 听课、参与课堂活动 课后: 复习巩固、课后练习，自由选择学习其余贸易术语	目标1 目标2 目标3 目标4

交易磋商 与国际货物买卖合同的订立	6	重点： 发盘、接受、合同应具备的条件。 难点： 发盘、接受生效的条件及失效的时间；。 思政元素： 介绍国际贸易程序和规则，树立诚信为本的经营理念。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂主要运用讲授法、案例法开展教学，帮助学生掌握重点、突破难点。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 自行复习、课后拓展（联合国销售合同公约）	目标1 目标2 目标4
国际货物买卖合同的履行； 进出口商品品名、品质、数量	6	重点： 出口合同的履行、进口合同的履行。 难点： 信用证的审核。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成预习。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生理解合同履行的流程以及信用证审核的要点。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 自行复习	目标1 目标2 目标3
进出口商品价格核算	6	重点： 出口商品的价格构成、合同中的价格条款、佣金和折扣的运用方法。 难点： 常用贸易术语之间的换算、出口成本核算。 思政元素： 介绍中国对外贸易形式报告，培养学生爱国情怀。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂重点讲授价格的构成以及贸易术语间的换算、佣金和折扣的计算。课后布置相关练习分析以巩固知识。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 课后练习	目标1 目标2 目标3 目标4
国际货物运输	4	重点： 海洋运输、运输单据、合同中的装运条款。 难点： 海运提单、海运单的填写及使用。 思政元素： 介绍各种运输方式，培养学生的家国情怀。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。课中，线下课堂重点讲授海运方式以及海运提单。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 自行复习	目标1 目标2 目标3 目标4
国际货物运输保险	4	重点： 海运货物保险中的风险和损失；平安险、水渍险、一切险。 难点： 共同海损与单独海损的区别、“仓至仓”条款的理解。 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生梳理全损的情形、共同海损和单独海损以及不同险别的承保范围等知识点。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 自行复习	目标2 目标3 目标4

国际结算方式	6	重点： 三种支付工具、三种支付方式及跟单信用证统一惯例。托收的种类、使用流程、涉及的各当事人承担的责任和风险，在进出口业务中的使用时的的注意事项及融资运用；《UCP600》中关于信用证特点、使用流程、当事人的责任等，各种信用证适用的特殊情况等。 难点： 跟单信用证统一惯例中关于信用证的使用 教学方法与策略： 线上+线下。课前完成线上自学。线下课堂用讲授法和案例法帮助学生理解不同支付方式的使用流程。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 练习	目标1 目标2 目标3
进出口合同的履行	4	重点： 进、出口合同的履行。 难点： 主要进出口单据。 思政元素： 要求学生缮制单据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 练习	目标1 目标2 目标3
违约及其法律救济方法	4	重点： 一般原则。 难点： 对卖方、买方的救济方法。 思政元素： 培养学生遵纪守法的精神。	课前： 预习 课堂： 听课、参与课堂活动 课后： 练习	目标1 目标2 目标3

(二) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	交易磋商	2	重点： 报价的原则和方法。 难点： 不同术语报价的换算。 思政元素： 具备多元文化的沟通能力、树立全球文化观。能够准确、流利地表达中国思想和中国文化。	综合	4人一组，完成既定情境下的交易磋商。	目标1 目标2 目标3 目标3
实训	国际货物买卖合同的订立	4	重点： 订立合同的程序和步骤。 难点： 合同成立的时间和生效的要件。 思政元素： 要求学生订立合同条款必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	综合	4人一组，完成既定情境下国际货物买卖合同的订立。	目标1 目标2 目标3 目标4

备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。

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线下平时成绩、线上学习成绩和期末考试成绩三个部分组成。

1. 线下平时成绩（占总成绩的20%）：采用百分制。平时成绩分小组汇报成绩（占10%）、课堂表现成绩（占5%）和考勤成绩（占5%）三个部分，评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.小组汇报；2.课堂表现；3.考勤
优秀 (90~100分)	1. 汇报材料格式规范，汇报内容完整、清晰，90%以上准确。 2. 课堂表现活跃，积极回答问题。 3. 全勤
良好 (80~89分)	1. 汇报材料格式规范，汇报内容完整、清晰，80%以上准确。 2. 课堂表现较好，主动参与互动。 3. 旷课1次以内
中等 (70~79分)	1. 汇报材料格式较规范，汇报内容较完整、清晰，70%以上准确。 2. 课堂表现较积极，能够参与互动。 3. 旷课2次以内
及格 (60~69分)	1. 汇报材料格式一般规范，汇报内容一般完整、清晰，60%以上准确。 2. 课堂表现一般，基本未参与互动。 3. 旷课3次以内
不及格 (60以下)	1. 汇报材料格式不规范，汇报内容不完整、清晰，40%以上不准确。 2. 课堂表现不积极，未参与互动。 3. 旷课4次及以上

2. 线上学习成绩（占总成绩的20%）：采取百分制。自主参加线上教学平台《国际货物贸易实务》课程学习，按照线上课程学习要求观看视频、回答问题、做练习题、参加线上考试、取得线上学习成绩。

3. 期末考试成绩（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
国际贸易术语	国际惯例、贸易术语的理解及使用，不同术语买卖双方各自承担的风险、责任和费用。	选择题 案例分析	目标1 目标2	20
交易磋商与国际货物买卖合同的订立	合同的商定，询盘，发盘，还盘，接受的含义及生效的条件。	选择题 案例分析	目标1 目标2 目标4	15
国际货物买卖合同的履行；进出口商品品名、品质、数量	出口合同的履行、进口合同的履行流程；商品品名、数量条款。	选择题 案例分析	目标1 目标4	10

进出口商品价格核算	成本核算，佣金、折扣的计算，贸易术语的换算。	选择题 计算题	目标1 目标2 目标3	15
国际货物运输	装运期、分批装运和转船、装卸时间、运输单据	选择题 案例分析	目标1 目标2 目标3	15
国际货物运输保险	海运货物保险中的风险和损失，我国海洋运输保险险别、伦敦保险协会海洋货物保险条款，保险单据，共同海损与单独海损的区别。	计算题 案例分析	目标1 目标2 目标3	15
国际结算方式	三种支付工具、三种支付方式，以及涉及的各当事人承担的责任和风险，《UCP600》中关于信用证特点、使用流程、当事人的责任等，各种信用证适用的特殊情况等。	选择题 案例分析	目标1 目标2 目标3	10

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：讲师及以上 学历（位）：硕士及以上 其他：无
2	课程时间	周次： 1-16周 节次：3节/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☒ 其他：线上
4	学生辅导	线上方式及时间安排：指定平台或企业微信（开课后时间另行安排） 线下地点及时间安排：授课教室（开课后时间另行安排）

七、选用教材

[1]黎孝先，王健. 国际贸易实务（第7版）[M]. 北京:对外经贸大学出版社, 2020年8月.

[2]吴百福，徐小微邓. 进出口贸易实务教程[M]. 上海:格致出版社, 2020年7月.

八、参考资料

[1]逯宇铎，辛转，陈璇. 新编国际贸易实务教程[M]. 北京:清华大学出版社, 2021年7月.

[2]吕红军，侯瑞瑞. 国际货物贸易实务[M]. 北京：中国商务出版社，2020年8月.

[3]刘秀玲. 国际贸易实务（第3版）[M]. 北京:对外经济贸易大学出版社, 2021 年8月.

[4]马俊，杨云匀，郑汉金. 国际贸易实务与案例分析[M]. 北京：清华大学出版社, 2021年8月.

[5]陈平. 国际贸易实务（第3版）[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2020年7月.

网络资料

[1] 智慧树教学平台《国际货物贸易实务》

<https://coursehome.zhihuishu.com/courseHome/1000062376#teachTeam>

[2] 大学慕课国家精品课程《国际贸易实务》

<https://www.icourse163.org/course/SUIBE-1003461001?from=searchPage>

[3] 中华人民共和国商务部网站

[4] 中国国际商会网站

[5] 超星教学平台《国际货物贸易实务》<http://csxy.fanya.chaoxing.com/portal>

其他资料

中华人民共和国商务部网站、海关总署网站、国家统计局网站的信息资料

大纲执笔人：江黎

讨论参与人：陈慧

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：侯瑞瑞

《进出口单证实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业必修课	课程性质	实践	课程属性	必修
课程名称	进出口单证实训		课程英文名称	Documents on International Business	
课程编码	F03ZB19Z		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	大学英语、国际贸易实务	
总学时	16	学分	1	理论学时	0
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：16		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《进出口单证实训》是电子商务专业的一门专业必修课程，是全面落实电子商务专业教学计划的重要实践性教学环节之一，是培养学生实际解决问题能力的一个重要手段。借助实验室国际贸易实务综合实训软件，对进出口贸易流程及各环节中的各种单证的概念、作用、种类、内容及缮制方法作详细的介绍和说明，培养学生审核信用证、缮制和审核单证的实际操作能力和职业素质。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1： 掌握进出口贸易业务流程，进出口单证的分类，单证流转和操作流程；掌握进出口业务单证的缮制和审核要点。	4-1掌握现代管理、经济学、信息技术的基础理论和专业知识 5-2掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理。	4. 基础知识 5. 专业性知识
能力目标	目标2： 培养学生审核信用证、缮制和审核单证的实际操作能力；为电商专业学生从事跨境贸易打下坚实的基础。	7-2能够进行综合性的跨学科学习，达到知识的扩展和综合素质的提升。 9-4能够利用网络商务平台进行国际贸易相关业务；	7. 其他领域的知识 9. 运用知识的能力
素质	目标3： 通过本课程的学习，培养电子商务从业	2-2运用外语工具进行沟通表达的能力；	2. 综合素质能力 3. 专业素质能

目标	人员必须具备的跨境贸易综合素质，严谨的逻辑思维、积极向上的价值观，为未来的学习、工作和生活奠定良好的基础。	3-1具有扎实的经济学理论基础和专业知识，掌握经济学、国际贸易、网络营销等学科门类的基本理论、分析方法和发展动态。 3-4能够理论与实践紧密结合，解决实际问题。	力。
----	---	---	----

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
上机	合同与信用证	4	重点：进出口业务各环节的流程及单证流转；信用证条款认知； 难点：信用证开立及根据合同审核信用证 思政元素：培养学生严谨细致的学习态度和积极进取的求知欲。	训练	学生自主进行真实业务背景下的操作和训练，教师配合指导、答疑、评价、测试	目标2 目标3 目标4 目标5 目标7 目标9
上机	租船订舱	4	重点：商业发票、装箱单、出口货物订舱委托书及国际货物托运书的缮制要点 难点：根据合同或信用证要求缮制商业发票、装箱单、出口货物订舱委托书及国际货物托运书	训练	单证缮制在有真实背景的贸易项目中进行，学生自主完成项目，教师配合指导、答疑、评价、测试	目标2 目标3 目标4 目标5 目标7 目标9
上机	制作议付单证	6	重点：海运提单、原产地证书、保险单、汇票、装船通知、受益人证明的缮制要点。 难点：根据信用证和发票要求缮作海运提单、原产地证书、保险单、汇票、装船通知、受益人证明	训练	单证缮制在有真实背景的贸易项目中进行，学生自主完成项目，教师配合指导、答疑、评价、测试	目标2 目标3 目标4 目标5 目标7 目标9*
上机	审核单据	2	重点：审单原则及审单要点 难点：信用证结算下的审单方法：纵横审单方法的综合应用。 思政元素：培养学生严密的逻辑思维和实事求是的科学态度。	训练	学生自主进行真实业务背景下的操作和训练，教师配合指导、答疑、评价、测试；完成课程实训报告。	目标2 目标3 目标4 目标5 目标7 目标9

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考勤成绩、实训作业成绩、实训报告等三个部分组成。

1. 实训综合成绩由三部分构成：考勤成绩占10%；实训作业成绩占70%，实训报告成绩占20%。

2. 五级制评分，综合成绩90-100为优秀，80-89为良好，70-79为中等，60-69为合格，60分以下为不合格。

等级	评 分 标 准
	1.考勤；2.实训作业；3.实训报告
优秀 (90~100分)	1. 无旷课记录 2. 实训过程认真，上机操作符合规范化要求，各项单证填写完整、正确率达80%以上，无抄袭现象； 3. 实训报告书书写规范、正确、详尽。
良好 (80~89分)	1. 无旷课记录。 2. 实训过程认真，上机操作符合规范化要求，各项单证填写完整、正确率达70%以上，无抄袭现象； 3. 实训报告书书写较为规范、详尽，只出现不超过三处的明显错误。
中等 (70~79分)	1. 旷课记录小于等于1节课。 2. 实训过程认真，上机操作符合规范化要求，各项单证填写完整、正确率达60%以上，无抄袭现象； 3. 实训报告书书写较为规范，但内容不够详尽，出现三到六处错误。
及格 (60~69分)	1. 旷课记录小于等于2节课 2. 实训过程基本认真，上机操作符合规范化要求，各项单证填写完整、正确率达50%以上，无抄袭现象； 3. 实训报告书书写较为规范，但内容不够详尽，出现六处以上错误，但没有明显的抄袭现象。
不及格 (60以下)	1. 旷课记录大于等于4节课 2. 实训过程不认真，不按时完成实训作业，各项单证填写完整、正确率达50%以下，有明显抄袭现象； 3. 实训报告书书写不规范，内容不够详尽，出现六处以上错误，有明显的抄袭现象

八、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士研究生 其他：
2	课程时间	周次：2 节次：4节连上
3	授课地点	☐ 教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信/课后答疑 线下地点及时间安排：办公室和教室/课后答疑

七、选用教材

[1] 黎孝先.《国际贸易实务》（第七版）[M].北京：对外经济贸易大学出版社.2020年8月

八、参考资料

[1] 《Simtrade实习指导书》

[2] 《东洋国际贸易实务电子沙盘》软件指导书

[3] 广银芳.《外贸单证实务》第二版[M].北京：中国轻工业出版社，2022年1月

网络资料

[1]福步外贸论坛：<http://bbs.fobshanghai.com/>

[2]环球外贸论坛：<http://bbs.fob5.com/>

[3]海关总署商品检验司：<http://sjs.customs.gov.cn/>

[4]外贸单证实务，南京交通职业技术学院，中国大学MOOC

大纲执笔人： 彭军

讨论参与人： 陈语时

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：侯瑞瑞

《商务沟通实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	实践	课程属性	实训
课程名称	商务沟通实训		课程英文名称	Practical Training of Business Communication	
课程编码	F03ZB23Z		适用专业	电子商务、国际贸易	
考核方式	提交实训报告		先修课程	《经济学》、《管理学》、《电子商务概论》等	
总学时	16	学分	1	理论学时	0
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			实践学时16		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《商务沟通实训》是电子商务专业的集中性教学实践课程，其应用性较强，是培养电商复合人才的实践教学环节之一。本课程通过商务沟通项目的训练，使学生理解商务活动中有效沟通的意义，熟悉商务沟通的过程和策略，指导学生注意具体业务及沟通过程中应该注意的问题，提升沟通效率；进一步加深对商务沟通的认识和理解，掌握基本的沟通方法和技巧，为今后从事电商领域的实际工作奠定基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 了解不同的会谈途径和沟通效果，在对比中了解各种沟通途径的优缺点，掌握在合适的情况下根据利弊恰当选择沟通方式，权衡使用，学会制定商务活动计划，以提高商务活动成功的概率。	5. 专业性知识	5. 专业性知识
能力目标	目标2: 能够真正掌握商务沟通的方法，从而为学生今后从事电子商务工作打下坚实的基础，成为理论与实际相结合的电子商务	2. 综合素质能力 3. 专业素质能力 9. 运用知识的能力	2. 综合素质能力 3. 专业素质能力 能力

	务专业人才。		9. 运用知识的能力
素质目标	目标3: 通过与课程内容紧密配合的课堂活动，丰富教学内容，培养学生的主体意识、问题意识、交流意识；让学生在实践操作、小组分工等活动中领悟并认识到敬业耐劳、恪守信用、讲究效率、尊重规则、团队协作、崇尚卓越等职业道德与素质在个人职业发展和事业成功中的重要性，使学生能树立起自我培养良好的职业道德与注重日常职业素质养成的意培养学生的综合职业能力和全面素养能力。	11. 创业项目管理的能力 12. 团队沟通与协作能力	11. 创业项目管理的能力 12. 团队沟通与协作能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

（一）实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	商务沟通的途径	4	重点：讲解会谈与沟通途径，面对面、视频、电话、电子邮件等的对比分析。讲解并讨论根据不同场景选择合适的会谈途径。 难点：学会制定商务活动计划，以提高商务活动成功的概率。	实践	拟定不同的场景，请学生根据需求思考合适的沟通途径，模拟进行商务沟通，各小组可以根据选取的不同途径进行对比。	目标1 目标2 目标3
实训	商务沟通的过程	4	重点：了解商务沟通的全过程，明确沟通过程的障碍因素，掌握越过沟通障碍、高效沟通的标准与方法。 难点：模拟实操沟通的过程：开局阶段、报价阶段、磋商阶段、协议达成阶段。	实践	小组开展模拟商务沟通各阶段	目标1 目标2 目标3

实训	商务沟通的策略	4	重点：了解主要商务沟通策略及其特点，掌握商务沟通策略的主要内容，能够根据商务沟通的目标制定具体的沟通策略。 难点：能够根据商务沟通的不同阶段选择性使用沟通策略。	实践	分角色演练开局、报价、讨价还价、迫使对方让步、促成签约等阶段的沟通策略； 组内合作讨论并根据目标制定合适的商务沟通策略，在组间演练时组内成员互相帮助，提供有用信息和策略	目标1 目标2 目标3
实训	商务沟通的礼仪	4	重点：了解商务沟通礼仪的重要性，熟悉基本的礼仪：形象礼仪、形体礼仪、语言礼仪、电话礼仪、宴请礼仪、公务礼仪、赠送礼仪并能够熟悉运用于商务沟通的各种场合，使沟通效果更佳。 难点：讨论如何把尊重、礼貌、热情用到恰到好处的形式，并规范地表达出来。	实践	指导学生掌握商务人员的印象管理等	目标1 目标2 目标3

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，学生的最终成绩是以优秀、良好、中等、及格、不及格五个等级来确定的。

等级	评 分 标 准
	1.作业 2.考勤 3.课堂表现
优秀 (90~100分)	1. 作业：90%以上的实验习题结果准确无误。 2. 考勤全勤 3. 课堂表现优秀
良好	1. 作业：80%以上的实验习题结果准确无误。 2. 缺勤1次

(80~89分)	3. 课堂表现良好
中等 (70~79分)	1. 作业：70%以上的实验习题结果准确无误。 2. 缺勤2次 3. 课堂表现一般
及格 (60~69分)	1. 作业：60%以上的实验习题结果准确无误。 2. 缺勤2次 3. 课堂表现不积极
不及格 (60以下)	1. 作业：超过40%的实验习题结果错误。 2. 缺勤3次 3. 扰乱课堂秩序

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士研究生 其他：
2	课程时间	周次：1-16周任意时间段完成 节次：4次/周
3	授课地点	☐ 教室 ☒ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信 线下地点及时间安排：课堂

七、选用教材

无

八、参考资料

[1]戚风主编：《麦肯锡商务沟通与文案写作》，天津科学技术出版社，2019年5月。

[2]张秋筠主编：《商务沟通技巧（第3版）》，对外经贸大学出版社，2018年4月。

大纲执笔人： 李欣原

讨论参与人： 冯辉

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：侯瑞瑞

《电子商务创业实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	实践
课程名称	电子商务创业实训		课程英文名称	E-commerce entrepreneurship training	
课程编码	F06ZB26G		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	数据结构、计算机组成原理	
总学时	32	学分	2	理论学时	0
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：32		

二、课程简介

《电子商务创业实训》是电子商务专业学生的一门必修实践类课程。

通过让学生掌握从网店的供应商选择开始,学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格,并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行店铺风格设计装修,对所发布商品进行美化,就网店交易进行商品上架与订单处理,订单发货,会员管理和评价管理,售后服务以及如何进行店铺和商品推广。最终目的是让学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1: 让学生掌握网络店铺开设定位的一般原理,网络开店的基本流程。	4-3: 掌握现代管理、经济学、信息技术的基础理论和专业知识,具备面向未来电商行业的大数据思维意识; 4-4: 掌握电子商务类专业理论与专门方法,能够理论与实践紧密结合,解决实际问题;了解快速发展的电子商务新兴产业动态,注重产业技术创新和商业模式创新。	3. 学科基础知识 4. 专业知识
能力目标	目标2: 使学生能掌握网店开设的原则、步骤与方法;能掌握商铺的装修方法、商品图片处理方法。	4-5: 能够熟练运营国际、国内B2B、B2C网络店铺;能够利用网络商务平台进	5. 专业能力 6. 综合创新能力

标		行国际贸易相关业务；能够规划、实施、维护各类电子商务网站，并且运用网络营销、商务数据分析等技能推广电子商务网站； 4-6: 具备独立自主地获取本专业相关知识的学习能力；具备将所获取的知识与实践融会贯通并灵活应用于电子商务实务的技能；初步具备基于多学科知识融合的创意、创新和互联网创业项目经营与管理能力。	
素质目标	目标3: 了解平台上管理网络店铺的功能流程，掌握网络营销推广、促销的各种方法，提高学生动手能力和综合思考问题的能力，增强学生的创业意识、交流沟通能力，从而提高学生的基本素质。	8-1: 具备良好的职业道德素养和商业伦理观。 8-2: 具有分析和解决企事业单位财务管理实际问题的专业素质。	8. 专业素质

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	电子商务平台介绍	4	重点: 电子商务运营模式、B2C2C模式涵义 难点: 电子商务交易环节、电商角色划分 思政元素: 要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标1 目标2 目标3
实训	网商平台简介	4	重点: 资讯列表页、商品分类页、商铺列表页/商铺浏览页 难点: 商家入驻页、平台帮助页 思政元素: 要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须	目标1 目标2 目标3

					有详细的实验记录。	
实训	网店前期准备	6	重点：网店注册流程，平台会员注册，主要经营类目、基础信息设置，商铺导航、轮转广告，弹窗广告，商铺美化等。 难点：商家申请认证，消费者保障制度，物流工具设置、客服信息设置，物流工具设置、客服信息设置，主站广告位设置（附广告位文档）、banner店招设计。 思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标1 目标2 目标3
实训	网店运营	6	重点：商品分类管理，商品上架下架，商品信息属性，订单管理，资金交易管理，会员管理，主站广告位，商品促销，社交渠道推广分享，主站资讯发布。 难点：常规商品管理，促销商品管理，商品标签管理，积分管理，评价管理，站内广告位设置，商品SEO关键词设置、网店商品咨询问答。 思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标1 目标2 目标3
实训	商铺数据分析	6	重点：商铺流量分析，商铺消费分析，网商买家版&卖家版app操作。 难点：商品销售分析，网商创业app移动端购物交易。 思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标1 目标2 目标3
实训	创业实战运营	6	重点：pc端+app端创业实战运营 难点：app店铺运营管理	训练	各自完成实验，须完成实验	目标1 目标2 目标3

			思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。		报告。实验报告须有详细的实验记录。	
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

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、小组汇报成绩、期末考试等三个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占20%）、小组汇报成绩（占10%）和考勤（占10%）四个部分。评分标准如下表：

分数	评 分 标 准
	1.作业；2.小组汇报3.考勤
90~100分	1. 作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. PPT美观，结构合理，表达思路清晰，能明确说出计划。 3. 全勤
80~89分	1. 作业书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. PPT美观，表达合理，计划存在些许小问题。 3. 请假1-2次，无旷课。
70~79分	1. 作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. PPT一般，表达不够清晰，计划存在问题。 3. 超过3次请假或旷课
60~69分	1. 作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. PPT一般，表达一般，计划有大问题。 3. 大于三次请假或旷课
60以下	1. 字迹模糊、卷面书写零乱；超过40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2. PPT凌乱，对计划不熟悉，表达思路混乱。 3. 大于三次请假或旷课

2. 期末考查采用小组汇报形式，2-6人一组做一个创业项目企划，学生自选感兴趣的企业或产品。

等级	评 分 标 准
	1.可行性；2.结构、层次、逻辑、结论； 3.排版
优秀 (90~100分)	1. 可行度高。 2. 结构完整、层次清楚、逻辑合理、结论正确。

	3. 排版规范、无错别字。
良好 (80~89分)	1. 可行度略高。 2. 结构完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论正确。 3. 排版规范、无错别字。
中等 (70~79分)	1. 可行度普通。 2. 结构基本完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论基本正确。 3. 排版基本规范、错别字较少。
及格 (60~69分)	1. 可行度一般。 2. 结构尚完整、层次尚清楚、逻辑尚合理、结论勉强正确。 3. 排版尚规范、错别字较多。
不及格 (60以下)	1. 可行度低。 2. 结构不完整、层次不清楚、逻辑不合理、结论不正确。 3. 排版不规范、错别字较多。

九、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：陈语时 熊炬成 张嘉毅 学历（位）：硕士 其他：
2	课程时间	周次： 1-8周 节次：
3	授课地点	☐ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排： 线下地点及时间安排：

七、 选用教材

[1] 杨坚争. 电子商务实务（第1版）[M]. 中国人民大学出版社，2008年6月.

八、 参考资料

[1] 陈科鹤. 电子商务实务教程（第2版）[M]. 清华大学出版社，2006. 4出版

大纲执笔人：张帆

讨论参与人：张嘉毅

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：侯瑞瑞

《电子商务创业实训》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	必修	课程属性	实践
课程名称	电子商务创业实训		课程英文名称	E-commerce entrepreneurship training	
课程编码	F06ZB26G		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	计算机基础、电子商务概论	
总学时	32	学分	2	理论学时	0
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：32		

二、课程简介

《电子商务创业实训》是电子商务专业学生的一门必修实践类课程。通过让学生掌握从网店的供应商选择开始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行店铺风格设计装修，对所发布商品进行美化，就网店交易进行商品上架与订单处理，订单发货，会员管理和评价管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。最终目的是让学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1： 让学生掌握网络店铺开设定位的一般原理，网络开店的基本流程。	4-3：掌握现代管理、经济学、信息技术的基础理论和专业知识，具备面向未来电商行业的大数据思维意识； 4-4：掌握电子商务类专业理论与专门方法，能够理论与实践紧密结合，解决实际问题；了解快速发展的电子商务新兴产业动态，注重产业技术创新和商业模式创新。	3. 学科基础知识 4. 专业知识
能力目标	目标2：使学生能掌握网店开设的原则、步骤与方法；能掌握商铺的装修方法、商品图片处理方法。	4-5：能够熟练运营国际、国内B2B、B2C网络店铺；能够利用网络商务平台进行国际贸易相关业务；能够规划、实施、维护各类电子商务网站，并且运用网络营销、商务数据分析等技能推广电子商务网站； 4-6：具备独立自主地获取	5. 专业能力 6. 综合创新能力

		本专业相关知识的学习能力；具备将所获取的知识与实践融会贯通并灵活应用于电子商务实务的技能；初步具备基于多学科知识融合的创意、创新和互联网创业项目经营与管理能力。	
素质目标	目标3： 了解平台上管理网络店铺的功能流程，掌握网络营销推广、促销的各种方法，提高学生动手能力和综合思考问题的能力，增强学生的创业意识、交流沟通能力，从而提高学生的基本素质。	8-1：具备良好的职业道德素养和商业伦理观。 8-2：具有分析和解决企事业单位财务管理实际问题的专业素质。	8. 专业素质

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	电子商务平台介绍	4	重点：电子商务运营模式、B2C2C模式涵义 难点：电子商务交易环节、电商角色划分 思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标1 目标2 目标3
实训	网商平台简介	4	重点：资讯列表页、商品分类页、商铺列表页/商铺浏览页 难点：商家入驻页、平台帮助页 思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标1 目标2 目标3
实训	网店前期准备	6	重点：网店注册流程，平台会员注册，主要经营类目、基础信息设置，商铺导航、轮转广告，弹窗广告，商铺美化等。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须	目标1 目标2 目标3

			难点：商家申请认证，消费者保障制度，物流工具设置、客服信息设置，物流工具设置、客服信息设置，主站广告位设置（附广告位文档）、banner店招设计。 思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。		有详细的实验记录。	
实训	网店运营	6	重点：商品分类管理，商品上架下架，商品信息属性，订单管理，资金交易管理，会员管理，主站广告位，商品促销，社交渠道推广分享，主站资讯发布。 难点：常规商品管理，促销商品管理，商品标签管理，积分管理，评价管理，站内广告位设置，商品SEO关键词设置、网店商品咨询问答。 思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标1 目标2 目标3
实训	商铺数据分析	6	重点：商铺流量分析，商铺消费分析，网商买家版&卖家版app操作。 难点：商品销售分析，网商创业app移动端购物交易。 思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标1 目标2 目标3
实训	创业实战运营	6	重点：pc端+app端创业实战运营 难点：app店铺运营管理 思政元素：要求学生处理实验数据必须坚持实事求是、严谨的科学态度。	训练	各自完成实验，须完成实验报告。实验报告须有详细的实验记录。	目标1 目标2 目标3
备注：项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

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、小组汇报成绩、期末考试等三个部分组成。
1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占20%）、小组汇报成绩（占10%）和考勤（占10%）四个部分。评分标准如下表：

分数	评 分 标 准
	1. 作业；2. 小组汇报3. 考勤
90~100分	1. 作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. PPT美观，结构合理，表达思路清晰，能明确说出计划。 3. 全勤
80~89分	1. 作业书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. PPT美观，表达合理，计划存在些许小问题。 3. 请假1-2次，无旷课。
70~79分	1. 作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. PPT一般，表达不够清晰，计划存在问题。 3. 超过3次请假或旷课
60~69分	1. 作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. PPT一般，表达一般，计划有大问题。 3. 大于三次请假或旷课
60以下	1. 字迹模糊、卷面书写零乱；超过40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2. PPT凌乱，对计划不熟悉，表达思路混乱。 3. 大于三次请假或旷课

2. 期末考查采用小组汇报形式，2-6人一组做一个创业项目企划，学生自选感兴趣的企业或产品。

等级	评 分 标 准
	1. 可行度；2. 结构、层次、逻辑、结论； 3. 排版
优秀 (90~100分)	1. 可行度高。 2. 结构完整、层次清楚、逻辑合理、结论正确。 3. 排版规范、无错别字。
良好 (80~89分)	1. 可行度略高。 2. 结构完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论正确。 3. 排版规范、无错别字。
中等 (70~79分)	1. 可行度普通。 2. 结构基本完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论基本正确。 3. 排版基本规范、错别字较少。
及格 (60~69分)	1. 可行度一般。 2. 结构尚完整、层次尚清楚、逻辑尚合理、结论勉强正确。 3. 排版尚规范、错别字较多。
不及格	1. 可行度低。

(60以下)	2. 结构不完整、层次不清楚、逻辑不合理、结论不正确。 3. 排版不规范、错别字较多。
--------	--

教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：陈语时 熊炬成 张嘉毅 学历（位）：硕士 其他：
2	课程时间	周次： 1-8周 节次：
3	授课地点	☐ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排： 线下地点及时间安排：

七、选用教材

[1] 杨坚争. 电子商务实务（第1版）[M]. 中国人民大学出版社，2008年6月.

八、参考资料

[1] 陈科鹤. 电子商务实务教程（第2版）[M]. 清华大学出版社，2006. 4出版

大纲执笔人：张帆
讨论参与人：张嘉毅
系（教研室）主任：张帆
学院（部）审核人：侯瑞瑞

《电子商务前沿知识及创新讲座》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业选修课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	电子商务前沿知识及创新讲座		课程英文名称	E-commerce Frontier Lectures and Seminars	
课程编码	F03ZX17C		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	电子商务概论、网络营销	
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			数字经济学院		

二、课程简介

《电子商务前沿知识及创新讲座》是电子商务专业的专业选修课程，是为了让学生深度理解和认知电子商务新模式、新现象背后的本质规律，思考电子商务未来发展趋势。学生需要了解和认知新零售、跨境电商、农村电商、大数据、云计算、人工智能、区块链等电子商务的前沿应用，思考电子商务的模式创新、电子商务的技术创新、网络营销新玩法和电子商务创新领域和应用。该课程关注最新电子商务企业实践发展热点，让同学们不仅仅追求“是什么”，更要专注于现象背后的“为什么”，提高学生跟踪判断电子商务发展趋势的能力，培养理论与实际相结合、解决实际问题的创新性应用型人才。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1：了解和认知电子商务的前沿应用，理解电子商务的模式创新和技术创新，充实和丰富对电子商务专业知识理解和掌握。	4-2具备面向未来电商行业的大数据思维意识。 5-3初步具备从事电子商务组织与运营的基本能力及互联网营销与策划活动的基本技能	4. 基础知识 5. 专业性知识
能力目标	目标2：能够掌握电子商务应用的技术基础、网络营销、互联网金融、电子商务安全与实现、电商供应链与物流等知识，获得综合运用专业知识分析电子商务新模式和新现象的能力。	3-1具有扎实的经济学理论基础和专业基础知识，掌握经济学、国际贸易、网络营销等学科门类的基本理论、分析方法和发展动态。	3. 专业素质能力

素质目标	目标3: 培养电商思维与意识,使学生跳出固定思维,独立思考,学会从不同的角度去看待问题,综合专业知识去探索解决问题的新途径。	7-2能够进行综合性的跨学科学习,达到知识的扩展和综合素质的提升。	7. 其他领域的知识
------	--	-----------------------------------	------------

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

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
透视电商本质	6	重点: 电子商务的发展历程、认识中国的电子商务。 难点: 电子商务分类背后的故事、电子商务技术应用和发展历程。 思政元素: 疫情之下, 各行各业面临线下流量红利的急剧消失和快速转型线上的窘境。新冠加速了企业转型移动电子商务生态的步伐, 同学们要紧跟时代的步伐, 积极投身于祖国的建设。 教学方法与策略: 线下教学。对于概念、原理在课堂上予以讲授, 选取的知识点尽量贴近生活, 课堂主要运用讲授法、案例分析与讨论开展教学, 启发式提问拓宽学生学习思路。让大家在轻松的氛围中, 对生活中的电商现象有进一步的理解。	课前: 发布学习资料 课堂: 要求学生积极参与课堂讨论 课后: 布置作业	目标1 目标2

解读新零售	6	重点：认识移动电子商务、移动电子商务发展历程与趋势；新零售概念和特征、推动新零售发展的因素、新零售的框架；我的产品你做主、看穿价格杀熟现象。 难点：消费者画像、营销数字化转型过程中面临的挑战、口碑的新玩法、客户关系管理、新零售的创新战略。 思政元素：结合5G时代移动电子商务突破，我们要学会正确看待事物的发展，学会利用事物发展的内部因素和外部因素，启发学生的创造性思维，提高学生创新思考的能力。 教学方法与策略：线下教学。寻找视频、图片、各种最新的流媒体资料和素材，采取微案例以及现场小组讨论互动的方式开展教学，课堂主要运用讲授法、案例分析与小组讨论开展教学。	课前：作业评阅反馈 课堂：及时反馈作业情况对教学班级进行分组 课后：布置作业小组查找主题案例	目标1 目标2 目标3
领悟跨境电商	6	重点：什么是跨境电子商务及全球市场、跨境电子商务与传统国际贸易的区别、跨境电商平台、跨境电商通关物流。 难点：跨境电子商务的模式、制约跨境电商购物体验的影响因素。 教学方法与策略：线下教学。采取微视频以及现场小组讨论互动的方式开展教学，争取让大家能在真实的情境和体验中获取电子商务相关专业知	课前：预习学习材料 课堂：要求学生积极参与课堂讨论 课后：针对视频材料布置思考题	目标1 目标2 目标3
走进农村电商	6	重点：农村淘宝案例、淘宝村十年介绍、农村电商发展阶段和类型。 难点：农村电商社交化运营、短视频运营、直播运营、农村电商渠道。 思政元素：农村电商名人系列视频、我为什么如此热爱新疆？这里也许有答案视频，展示我国农村风貌，激发学生踏实肯干和爱国热情。 教学方法与策略：线下教学。选取的知识点尽量贴近生活，课堂主要运用讲授法、案例分析与讨论开展教学。	课前：作业评阅反馈 课堂：要求学生分享案例积极参与课堂讨论 课后：针对思政材料布置思考题	目标1 目标2 目标3
大数据、云计算与人工智能	4	重点：大数据的概念、特征及发展历程、大数据的影响。 难点：大数据与云计算、物联网、人工智能、区块链的应用。 教学方法与策略：线下教学。寻找视频、图片、各种最新的流媒体资料和素材，再加上真实的案例，课堂主要运用讲授法、案例分析与小组	课前：预习学习材料 课堂：要求学生积极参与课堂讨论 课后：对新技术的思考	目标1 目标2

		讨论开展教学。		
畅谈电商发展	4	重点： 国家“一带一路”战略、“互联网+”趋势。 难点： 对国家战略层的理解、未来电子商务发展趋势。 思政元素： 日新月异的年代里，要求自己关心时事、投身社会、与时俱进，要有创新精神。 教学方法与策略： 线下教学。查阅相关政策文件，提供电子商务最新发展报告和相关研报，课堂主要通过讨论开展教学。	课前：通过线上资源进行预习 课堂：要求学生分享课程心得体会 课后：布置课程论文	目标1 目标2 目标3

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和期末考查两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分作业成绩（占15%）、课堂表现成绩（占10%）和考勤成绩（占15%）三个部分，评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1. 作业；2. 课堂表现；3. 考勤
优秀 (90~100分)	1. 作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确 2. 课堂表现活跃，积极回答问题 3. 全勤
良好 (80~89分)	1. 作业书写工整、书面整洁；80%以上的习题解答正确 2. 课堂表现较好，主动参与互动 3. 旷课1次以内
中等 (70~79分)	1. 作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确 2. 课堂表现较积极，能够参与互动 3. 旷课2次以内
及格 (60~69分)	1. 作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确 2. 课堂表现一般，基本未参与互动 3. 旷课3次以内
不及格 (60以下)	1. 字迹模糊、卷面书写零乱；超过40%的习题解答不正确 2. 课堂表现不积极，未参与互动 3. 旷课4次及以上

2. 期末考查（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考查，采取课程论文的形式，要求学生结合电子商务前沿知识研讨对生活中的电商现象进行分析和论述，评分标准如下：

等级	评 分 标 准
	1. 对电子商务前沿现象的观察能力；2. 对电子商务前沿知识问题的分析能力；3. 论文的观点和结构；4. 论文的语言表达和格式。
优秀 (90~100分)	1. 对电子商务前沿现象观察非常仔细且能够全面地进行说明 2. 对电子商务前沿知识分析和解决现实问题的能力较强

	3. 观点正确，思路清晰，结构完整 4. 语言表达流畅，书写美观工整
良好 (80~89分)	1. 对电子商务前沿现象观察较为仔细且能够较为全面地进行说明 2. 对电子商务前沿知识分析和解决现实问题的能力较好 3. 观点较为正确，思路较为清晰，结构较为完整 4. 语言表达较为流畅，书写较为美观工整
中等 (70~79分)	1. 对电子商务前沿现象有一定的观察但说明不够全面 2. 对电子商务前沿知识分析和解决现实问题的能力一般 3. 观点基本正确，思路的清晰程度和结构的完整程度一般 4. 语言表达一般，书写尚可
及格 (60~69分)	1. 对电子商务前沿现象观察不够仔细，说明不够全面 2. 对电子商务前沿知识分析和解决现实问题的能力较弱 3. 观点不够准确，思路不够清晰，结构不够完整 4. 语言表达不够流畅，书写不够工整
不及格 (60以下)	1. 对电子商务前沿现象观察不仔细，说明不全面 2. 对电子商务前沿知识基本理解和运用能力差 3. 观点不明确，思路不清晰，结构不完整 4. 语言表达较差，书写不工整

十、 教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士及以上 其他：
2	课程时间	周次：16周 节次：2节/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他：
4	学生辅导	线上方式及时间安排：企业微信，一周一次 线下地点及时间安排：授课教室，上课前后

七、选用教材

[1] 李忠美. 新零售运营管理[M]. 北京：人民邮电出版社，2020年5月.

八、参考资料

[1] 白东蕊. 电子商务概论（附微课 第5版）[M]. 北京：人民邮电出版社，2022年1月.

[2] 陈志浩，刘新燕. 网络营销（第三版）[M]. 武汉：华中科技大学出版社，2020年.

[3] 蓝宝江. 跨境电子商务案例集[M]. 北京：高等教育出版社，2021年.

[4] 埃弗雷姆·特班，戴维·金，李在奎，梁定澎. 电子商务——管理与社交网络视角（第八版）[M] 北京：中国人民大学出版社，2018年.

网络资料

[1] 中国慕课, www.icourse163.org

[2] 洞见研报, www.djyanbao.com/index

[3] 智慧树, www.zhihuishu.com

执笔人：熊炬成

参与人：李欣原

系（教研室）主任：张帆

学院（部）审核人：侯瑞瑞

《电子商务案例》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	电子商务案例		课程英文名称	Case Study of E-commerce	
课程编码	F03ZX15C		适用专业	电子商务专业	
考核方式	考查		先修课程	电子商务概论、电子商务安全与支付	
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			实践学时：0		
开课单位			数字经济学院		

二、课程简介

《电子商务案例》是电子商务专业必修课，是一门将电子商务理论知识和业务实践相结合的课程。本课程通过对B2B电子商务、B2C电子商务、C2C电子商务、电商安全与支付、电商物流等案例进行深入分析，增强学生对电子商务的感性认识，从而更好地把握电子商务发展的趋势，掌握分析、评估电子商务项目的基本方法，培养学生的案例分析能力和解决问题的能力，促使其在深入理解电子商务基本原理的基础上提升实践技能，为将来从事电子商务相关工作打下坚实的基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	目标1： 学生需掌握电商四大模式的概念、运营方法及赢利模式，了解其发展状况及发展趋势；重点理解和掌握长尾理论、商业模式、网络安全与支付等基础知识；	5-1了解快速发展的电子商务新兴产业动态以及电子商务法律法规相关知识， 5-2掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理，	5. 专业性知识
能力目标	目标2： 具备独立分析并总结电子商务案例的能力，能够对各种案例提出自己的看法和相应的解决方案；能够熟练运营电子商务案例的主要分析方法，根据国内外不同环境，对比分析众多电商企业成功与失败的原因；	5-3初步具备从事电子商务组织与运营的基本能力及互联网营销与策划活动的基本技能。 12-1养成独立思考的习惯，树立进取意识和探索精神； 12-2具有专业敏感性，拥有良好的创新、创业能力，在	

		激烈的市场竞争和国际竞争中敢于创新、善于创新。	
	目标3: 灵活运用客户关系管理、电子商务物流、图像设计等知识,对案例进行深层次的挖掘和提炼,并能在现实应用中举一反三。	7-2能够进行综合性的跨学科学习,达到知识的扩展和综合素质的提升。	7. 其他领域的知识
素质目标	目标4: 通过安排学生自主性分组讨论、合作探究、小组展示等课堂活动,培养学生独立思考、团队合作、自我表达等能力,帮助学生成长为具有良好团队意识、担当精神的高素质人才,为未来的学习、工作和生活奠定良好的基础。	11-2能准确表述传达专业性知识信息; 11-3具有良好的团队意识; 11-4能积极主动承担分内职责,具有较强的责任意识和担当精神;	11. 团队沟通与协作的能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 实践教学

实践类型	项目名称	学时	主要教学内容	项目类型	项目要求	支撑课程目标
实训	电子商务基础理论	4	重点: 电子商务的含义及构成; 电子商务的应用领域及其影响; 难点: 电子商务案例分析的内容和方法	综合	学生需分为4-6人一组, 完成实训报告	目标1 目标2
实训	四大电商模式案例分析(此处并不分析B2G和C2G)	6	重点: 四种电商模式概念、特点; 灵活运用所学知识分析典型平台, 如阿里巴巴、京东等 难点: 掌握四种电商模式的运营特点、赢利模式 思政元素: 要求学生有独立思考能力, 能灵活运用所学知识, 正确认识我国电子商务的发展趋势。	训练	思考: 企业如何结合自身资源优势开展有效的商业模式创新? 回答问题并形成书面报告	目标1 目标2 目标3
实训	移动电商案例分析	4	重点: 了解移动电子商务的概念和特点; 掌握移动电子商务企业的发展趋势 难点: 掌握知名移动电商企业发展概况、商业模式和移动战略	综合	比较贝贝网与唯品会发展模式、目标客户、市场定位等	目标1 目标2 目标3 目标4

					方面的区别，并形成实训报告并进行小组展示。	
调查	网络支付与安全案例分析	6	重点：了解互联网金融的定义、特点和模式；掌握支付宝的发展历程和商业模式 难点：掌握支付宝和微信的发展历程和商业模式 思政元素：加强学生金融安全意识，培养学生良好的消费习惯，合理规避风险，同时鼓励进行金融创新，提高金融素养。	综合	分析云闪付与支付宝微信在发展模式、支付手段等方面的不同，并形成实训报告。	目标1 目标2 目标3 目标4
实训	物流服务案例分析	6	重点：了解电子商务物流的概念与特点及其与传统物流的区别；掌握电子商务物流系统的组成 难点：掌握电子商务物流各主流模式；	训练	思考：通过对“菜鸟网络”案例的分析，讲解了菜鸟网络的产生背景、发展大事记和定位等信息。形成书面报告	目标1 目标2 目标3
实验	电子商务营销-农产品营销案例分析	6	重点：了解电子商务营销与农产品营销的区别与联系；了解农产品电商营销的优势 难点：掌握农产品电商营销与传统营销的区别； 思政元素：鼓励学生灵活运用所学电子商务营销知识和技巧，帮助家乡推销当地特色农产品。	训练	在微博或抖音上建立一个账号，并通过各种手段，将好友数增加到 500 人。	目标1 目标2 目标3
备注： 项目类型填写验证、综合、设计、训练等。						

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、小组汇报成绩、期末考试等三个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分实训报告（占10%）、小组汇报成绩（占10%）、考勤（占10%）和课堂表现（占10%）四个部分。评分标准如下表：

等级	评 分 标 准
	1.实训报告；2.小组汇报3.考勤4.课堂表现
优秀 (90~100分)	1. 实训报告书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 小组分工合理，PPT制作精美，内容充实，案例丰富，演讲者准备充分，内容熟练，表达流畅，重点突出。 3. 全勤 3. 课堂表现积极，回答问题或参与互动次数达5次或以上。
良好 (80~89分)	1. 实训报告书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 小组分工较合理，PPT排版美观，案例恰当，演讲者准备充分，表达流畅，重点突出。 3. 旷课1次 4. 课堂表现较好，回答问题或参与互动次数达3次或以上。
中等 (70~79分)	1. 实训报告书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 小组分工相对合理，PPT制作规范，案例恰当，演讲者准备相对充足，表达欠流畅，重点不够突出。 3. 4. 课堂表现较积极，回答问题或参与互动次数达2次或以上。
及格 (60~69分)	1. 实训报告书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 小组分工相对合理，PPT制作规范，案例恰当，演讲者准备不够充分，表达欠流畅，重点不够突出。 3. 旷课2次 4. 课堂表现一般，基本未参与互动。
不及格 (60以下)	1. 字迹模糊、卷面书写零乱；超过40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2. 小组分工不合理，PPT制作不规范，缺乏案例，演讲者准备不够充分，表达欠流畅，重点不够突出。 3. 旷课4次 4. 课堂表现不积极，未参与互动。

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
电子商务基础理论	电子商务的含义及构成；电子商务的应用领域及其影响；	填空题	目标1	4
	电子商务案例分析的内容和方法。	简答题	目标2	5
四大电商模式案例分析（此处并不分析B2G和C2G）	四种电商模式概念、特点；	填空题、选择题	目标1	4
	四种电商模式的运营特点、赢利模式	判断题、简答题	目标2	10
	分析典型平台，如阿里巴巴、京东等	案例分析	目标3	10
移动电商案例分析	移动电子商务的概念和特点；	填空题	目标1 目标2	2
	移动电子商务企业的发展趋势	简答题	目标3	5
	知名移动电商企业发展概况、商业模式和移动战略	综合案例分析题	目标3 目标4	10
网络支付与安全案例分析	互联网金融的定义、特点和模式；	简答题	目标1 目标2	5
	第三方支付平台的发展历程和商业模式	案例分析题	目标3 目标4	10
物流服务案例分析	电子商务物流的概念与特点及其与传统物流的区别；掌握电子商务物流系统的组成	简答题	目标1 目标2	5
	电子商务物流各主流模式；	案例分析	目标3	10
电子商务营销-农产品营销案例分析	电子商务营销与农产品营销的区别与联系；农产品电商营销的优势	简答题	目标1 目标2	10
	农产品电商营销与传统营销的区别；	综合案例分析	目标3	10

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称：助教及以上 学历（位）：硕士研究生及以上 其他：
2	课程时间	周次：1-8周 节次：4节/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地

		□其他:
4	学生辅导	线上方式及时间安排: 企业微信、雨课堂, 一周1次 线下地点及时间安排: 授课教室、办公室, 周二下午, 周四上午

七、选用教材

[1]陈德人, 白东蕊, 高功步. 电子商务案例分析[M]. 人民邮电出版社, 2020年

八、参考资料

[1]李洪心、刘继山. 电子商务案例分析(第2版)[M]. 东北财经大学出版社, 2017 年3月.

[2]蒋侃. 电子商务案例分析[M]. 科学出版社有限责任公司, 2018年3月.

[3]马述忠. 跨境电子商务案例[M]. 浙江大学出版社, 2017年9月.

[4]蔡剑. 电子商务案例分析[M]. 北京大学出版社, 2011年1月。

[5]赵冬梅. 电子商务案例分析[M]. 机械工业出版社, 2016年6月。

[6]张荣. 电子商务案例分析[M]. 北京理工大学出版社, 2007年6月。

网络资料

[1]艾瑞网, <https://www.iiresearch.cn/mindex.shtml>

[2]网经社, <https://www.100ec.cn/Index/Wjsproviders.html>

[3]全国电子商务公共服务网, <https://dzswgf.mofcom.gov.cn/>

大纲执笔人: 史姗姗

讨论参与人: 张嘉毅

系(教研室)主任: 张帆

学院(部)审核人: 侯瑞瑞