**【时尚产业电子商务（双语）】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【Electronic Commerce in Fashion Industry (Bilingual)】**

一、基本信息（必填项）

**课程代码：**【2060685】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【工商管理（奢侈品管理方向）】 （国际精英班，管理英才班）

**课程性质：**【专业选修课】

**开课院系：**珠宝学院工商管理系

**使用教材：**【埃弗雷姆-特班 等 《电子商务（第八版）—管理与社交网络角度》 中国人民大学出版社】

**参考书目**：【邵贵平 主编 《电子商务数据分析与运用》 人民邮电出版社】

 【MARTIN KUTZ: <INTRODUCTION TO E-COMMERCE-COMBINING BUSINESS AND INFORMATION TECHNOLOGY>, ISBN 978-87-403-1520-2, BOOKBOON.COM （学生可向教师索取本书的学习交流用电子版）】

**课程网站网址：**

**先修课程：微观经济学，宏观经济学，国际贸易**

二、课程简介（必填项）

电子商务，就是利用电子网络（主要是互联网）开展商务活动的一种新模式。他并不局限于买卖等产品和服务的交易活动，它还包括沟通交流，相互合作，以及信息检索的电子化。在全球经济普遍不景气的今天，电子商务却是一枝独秀，多家知名的电子商务企业（如脸谱，谷歌，亚马逊，阿里巴巴，腾讯等）每年都会有骄人业绩。电子商务领域的发展变化是飞快的，特别是在近年崛起的社交电子商务领域，研究者往往落后于商业实践者的脚步。《时尚产业电子商务（双语）》课程试图将既有学术成果与最新的商业现象结合起来，讲授电子商务的基本理论，并对新兴现象的商业模式作出分析，对引导学生电子商务领域的创新及其影响做出深刻思考，形成本专业一门具有时代特色的专业选修课程。

通过本课程的学习，学生可以界定各种类型的电子商务活动，了解各种商务模式和盈利模式，了解与电子商务相关的各种运行机制；理解在线销售商品和服务的各种方式、各种网络B2B商务活动，包括销售、采购、拍卖、商务合作等；了解在线交易意外的各种电子商务活动，例如电子政务、远程学习、培训、网络协同等；理解移动商务的重要性、内容、实施等；了解社交商务的各种应用；理解社交企业及其运行机制；了解网络消费行为，网络环境的营销和广告活动；了解电子商务活动中的安全问题；了解电子商务战略和制定战略的步骤，包括合理化论证，战略制定，战略实施，项目评估等；了解电子商务运行的法律、社会、道德以及商务环境。

三、选课建议（必填项）

本课程面向经济类、工商管理类本科专业学生。

四、课程与专业毕业要求的关联性（必填项）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|   |  专业毕业要求 | 关联度 |
| LO212 | 能搜集、获取达到目标所需要的学习资源，实施学习计划、反思学习计划、持续改进，达到学习目标。 | ● |
| LO314 | 熟悉主要社交媒体操作，掌握网络营销方法和策略。 | ● |
| LO332 | 熟悉消费者行为分析和市场分析的方法，掌握销售的技能，能够与顾客良好的沟通，达成销售。 | ● |
| LO412 | 诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 | ● |

备注：LO=learning outcomes（学习成果）

五、课程目标/课程预期学习成果（必填项）（预期学习成果要可测量/能够证明）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期****学习成果** | **课程目标****（细化的预期学习成果）** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | LO212 | 能搜集、获取达到目标所需要的学习资源，实施学习计划、反思学习计划、持续改进，达到学习目标。 | 提问，记录笔记， 课堂回答问题和讨论 | 回答正确性及条理性报告效果 |
| 2 | LO314 | 熟悉主要社交媒体操作，掌握网络营销方法和策略。 | 提问，布置课后作业， | 随堂练习，课后作业，平时测验 |
| 3 | LO332 | 熟悉消费者行为分析和市场分析的方法，掌握销售的技能，能够与顾客良好的沟通，达成销售。 | 理论及案例分析课堂讨论 | 随堂练习平时测验， |
| 4 | LO412 | 诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 | 案例分析 | 课堂提问平时测验 |

六、课程内容（必填项）

此处分单元列出教学的知识点和能力要求。知识点用布鲁姆认知能力的6种层次： (“**知道”、“理解”、“运用”、“分析”、“综合”、“评价”)**来表达对学生学习要求上的差异。能力要求必须选用合适的行为动词来表达。用文字说明教学的难点所在。

第一章：电子商务导论

教学内容：

1. 电子商务：定于与概念
2. 电子商务：增长趋势，内容，分类及发展简史
3. 电子商务的驱动力及益处
4. 电子商务的2.0时代
5. 数字社交世界里的经济，企业和社会
6. 多变的经营环境，企业的应对策略，以及电子商务的影响
7. 电子商务的商业模式
8. 电子商务的局限性和未来

能力要求：

知道电子商务的定义，概念，增长趋势，发展简史

理解电子商务的商业模式

分析经营环境，企业的应对策略

教学重点：

电子商务的定义；电子商务的商业模式；电子商务的影响

第二章：电子商务技术、基础设施及工具

教学内容：

1. 电子商务技术
2. 网络市场
3. 客户购物场所
4. 商用解决方案
5. 虚拟社区和社交网络
6. 虚拟世界在社交网络中的应用
7. 增强现实与众包（众筹）

能力要求：

知道电子商务活动的相关技术， 如网络市场，网络门店，电子目录，WEB 2.0等

知道虚拟现实，增强现实。

教学重点：

网络市场和网络门店

第三章 零售业电子商务：产品与服务

教学内容：

1. 网络营销与B2C网络零售业务
2. 网络零售业务的商务模式
3. 各种服务的网络零售：旅游、就业、房产、网络银行等
4. 在线购买决策辅助工具
5. 传统零售与网络零售
6. 在线零售存在的问题和教训

能力要求：

1. 理解网络零售及其特点，主要的商业模式
2. 分析零售业的去中介现象

教学重点：网络零售的主要商业模式； 去中介

第四章： B2B电子商务

教学内容：

1. B2B电子商务的概念、特征与经营模式
2. 卖方电子市场与买方电子采购
3. 第三方交易平台
4. B2B支持机制

能力要求：

1. 理解B2B定义、主要的经营模式
2. 理解卖方市场和买方电子市场的经营模式和特征
3. 知道第三方交易平台及其模式
4. 知道B2B支持机制

教学重点：

B2B 定义和主要的经营模式，B2B支持机制

第五章：电子政务、远程教育、协同商务和C2C商务

教学内容：

1. 电子政务概述
2. 远程教育、网络培训
3. 知识管理、咨询系统和电子商务
4. C2C电子商务

能力要求：

1. 知道电子政务、远程教育、培训、知识管理咨询系统的电子商务运作模式
2. 理解C2C的商业模式

教学重点：

C2C电子商务

第六章： 移动商务和普适计算

教学内容：

1. 移动商务的定义，应用范围，属性，驱动力，应用方式及优势
2. 企业对移动技术的应用
3. 移动娱乐，游戏，消费服务和移动购物
4. 普适计算和感应网络
5. 从可穿戴设备到智慧城市

能力要求：

1. 理解，分析移动商务的驱动力，应用场景和优势
2. 知道普适计算和感应网络，智慧城市等

教学重点：

 移动商务及应用场景分析

第七章：社交商务，社交营销

教学内容：

1. 社交商务的定义和演变
2. 社交商务带来的利益和局限性
3. 社交营销：病毒营销和定位营销
4. 社交客户服务及社交客户关系管理

能力要求：

1. 运用、分析：社交商务的应用场景，利弊分析。
2. 运用、分析：社交客户关系管理

教学重点：

1. 社交商务
2. 社交营销
3. 社交客户关系管理

第八章：社交企业

教学内容：

1. 商务型公共社交网络
2. 企业社交网络
3. 社交商务
4. 社交网络娱乐
5. 众包（众筹）：用于问题解决与内容创作
6. 社交协作（协作2.0）

能力要求：

1. 知道社交企业的定义及与社交商务的异同
2. 理解社交商务，社交网络娱乐的游戏化
3. 分析众包（众筹）的应用场景及利弊，得失，局限性

教学重点：

1. 什么是电子商务范畴内的社交企业
2. 社交商务与社交网络娱乐

第九章：电子商务中的广告及营销活动

教学内容：

1. 网络环境下的消费者行为方式
2. 消费者购买决策过程
3. 电子商务中客户忠诚度，满意度以及信任度
4. 大众营销，市场细分和关系营销
5. 个性化和行为营销
6. 电子商务活动中的市场调研
7. 网络广告，移动营销

教学内容：

1. 理解网络环境下的消费者行为方式
2. 知道消费者购买决策过程
3. 知道电子商务中客户忠诚度，满意度以及信任度
4. 应用，分析：大众营销，市场细分和关系营销；
5. 应用，分析：多渠道营销与全渠道营销在电子商务营销中的策略化应用

教学重点：

1. 大众营销，市场细分和关系营销， 多渠道与全渠道营销策略

第十章：电子商务欺诈与安全防范 合并

第十一章：电子商务支付系统

教学内容：

1. 电子商务安全的基本问题和形势
2. 信息安全模型和防御策略
3. 电子商务支付系统简介

能力要求：

1. 知道信息安全的重要性。
2. 知道各种电子商务支付系统

第十二章：供应链管理中的订单实施

教学内容：

1. 供应链管理中订单实施存在的问题和电子商务环境下的解决途径
2. 射频识别与协同式供应链管理简介

能力要求与教学重点：

理解供应链订单实施的挑战，物流系统的优化，最后一英里

第十三章： 电子商务战略，全球化和中小企业

教学内容：

1. 公司战略
2. 电子商务战略的规划过程与工具，制定与实施，绩效评价与改进创新
3. 全球电子商务战略
4. 中小企业的电子商务战略

能力要求：

知道，理解电子商务战略决策，制定，实施，评价与改进的一般工作流程。

知道中小企业电子商务战略如何开展

理解电子商务战略的全球化

教学重点：

 电子商务战略的规划过程与工具，制定与实施，绩效评价与改进创新

第十四章： 电子商务的监管，道德与社会环境

教学内容：

1. 道德挑战与指导原则
2. 知识产权与版权保护
3. 隐私权，隐私保护和言论自由度
4. 电子商务法律
5. 对消费者和商家免于网络欺诈的保护
6. 公共政策，税收和营商环境
7. 社会问题与绿色电子商务

能力要求：

1. 理解电子商务面临的监管与社会环境。
2. 知道我国对电子商务的政策，法律法规，知道电子商务面临的税收挑战和合规性挑战
3. 分析：电子商务的可持续发展

教学重点：

电子商务法律法规。

七、评价方式与成绩（必填项）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 总评构成（X=3） | 评价方式 | 占比 | 评测的毕业要求/指标点编号 |
| X1 | 小论文 （英语） | 40% | LO212 |
| X2 | 小论文 （中文） | 30% | LO314,LO332 |
| X3 | 团队PRESENTATION | 30% | LO212, LO314, LO412 |

撰写：何俊 系主任审核：