

《电子商务概论》 教材论证报告

一. 教材简况

1. 中文书名： 电子商务概论
2. 英文书名： Electronic Commerce
3. 出版社： 已经与清华大学出版社签约出版
4. 图书类别： 大学本科生学历教育教材
5. 课程属性： 公共基础课 、专业基础课
6. 适用专业： 信息、计算机应用、经济管理
7. 字数： 30 万字
8. 主要著译者资料：

姓名	性别	年龄	职务	职称
席宁华	男	58	系主任	教授
蒋汉生	男	58	教师	副教授
黄健青	女	36	院长助理、教研室主任	副教授
华迎	女	26	教师	讲师

二. 内容定位

1. 读者对象

经过大量调查，工商外贸金融类等文科院校中的非计算机专业学生在今后工作中将会需要多方面的电子商务理论和实用知识。因此，在校学生学习电子商务的呼声日益强烈。

本教材是为文科工商外贸金融类非计算机专业学生开设的本科生专业基础课，也是我院本专业本科生的重点基础课。本课题的教学目的是使他们能够学到电子商务的基本理论和概念，掌握有关的商务、技术、法律知识，以便迎接今后进入社会后的挑战。

2. 在专业课程体系中的定位

在电子商务本科专业的培养方案中，《电子商务概论》课程是本专业课程体

系中的基础课，在该专业的基础课中，是除了政治、数学等公共基础课之外的、本专业的第一门基础课。

按照培养方案。电子商务本科专业的课程体系由基础课、专业基础课和专业课三个层次构成。三个层次的关系是综合、分析、综合的关系。《电子商务概论》教材是第一个层次的基础课之一，它要综合介绍电子商务的全貌，应该为后续课程奠定基础。专业基础课的作用是“分析”，即把电子商务各个主要模块的知识分别抽出来，作为几门专业基础课单独、深入、全面地讲授。最后，在专业课中，在更高的层次上综合，把各个主要模块的专门知识融会贯通，形成全面、有机的知识能力体系。

因此，作为综合介绍电子商务基本概念的基础课，《电子商务概论》教材的多数核心模块要把其后的专业基础课的基本概念、观点与方法加以介绍，而这些内容以后都会作为单独的后续课程继续讲授，比如《网络营销》、《EDI 技术》、《电子银行》和《供应链管理与物流》等。因此，在设计本教材时，要注意加强它与本专业其它课程的衔接，注意既为后续课程奠定基础，又为后续课程留出空间，不发生前后教材内容重复的问题。

在本教材内容取舍上决定采取如下原则：凡是后续课程将要讲授的主要内容，都要在本教材讲授，但是只讲解基本概念，把原理讲清楚，而把深入、全面的教学留给后续教材。凡是电子商务专业本科生必须了解、而后续教材不讲、或少讲的内容，都要在本教材里较为详细地讲授。

3. 教学目标

因此，对电子商务专业学生而言，设计本教材的目的是综合介绍电子商务的全貌，为后续课程打好基础。要适应新生的水平，使他们基本了解电子商务的总体结构，掌握其基本概念、基本观点和方法；但是不要求他们在本课程就达到深入、全面、系统地掌握全部电子商务专业的知识。

对于非电子商务专业学生而言，要使他们不需要再另外学习其它相关课程，就可以基本了解电子商务的知识体系，掌握其基本概念、基本观点和方法。

三. 主要特色

1. 与国内外同类图书比较

(可能的话，请与国内外同类图书或本书的旧版图书相比较)

我校是教育部批准首批开设本科生电子商务专业的 5 所高校之一。本教材是我校重点建设课题成果，经过课题组教师反复讨论、修改和课堂使用而成。其编者或为国家重点科研项目的成员，或多次承担各层次相关课程的教学。

目前国内电子商务教材出版仓促、体系不清、概念不统一、案例较少，不少内容重复。由于缺乏实际教学的检验，多数教材在教学中不受学生欢迎。根据几年教学实践，本书在结构上从改进教学大纲出发，使全书脉络清楚、结构合理，其次明确各章节教学目的、基本概念、重点难点、学时分配。在内容上引入国外原版教材新内容和国内新进展，如增加电子商务关键技术、供应链管理与物流等。在编写上借鉴国外优秀教材经验，对每章内容均从案例开始，深入浅出讲清基本概念，图文并茂、易于理解。每章有摘要、总结、提示、大量思考题、练习题。

在我校组织的学生评教中，对按本书内容的教学评价很高。

2. 内容简介

本书是面向财经、计算机、信息类本科生的电子商务专业基础课教材，旨在使学生掌握其基本概念、理论和技术，为深入学习其后续课程以及相关课程奠定基础。本书内容包括：电子商务的基本概念和基本框架、电子商务的经营模式、电子商务的关键技术、网络营销、电子银行、电子商务安全、电子商务环境下的物流、电子商务的法律问题等。

根据几年教学实践，本书在结构上从改进教学大纲出发，使全书脉络清楚、结构合理，其次明确各章节教学目的、基本概念、重点难点、学时分配。在内容上引入国外原版教材新内容和国内新进展，如增加电子商务关键技术、供应链管理与物流等。在编写上借鉴国外优秀教材经验，对每章内容均从案例开始，深入浅出讲清基本概念，图文并茂、易于理解。每章有摘要、总结、提示、大量思考题、练习题。

3. 学术价值和作用

本书是面向财经、计算机、信息类本科生的电子商务专业基础课教材。电子商务是信息时代经济生活的新趋势，本教材旨在使学生掌握其基本概念、理论和技术，为深入学习其后续课程以及相关课程奠定基础。

本教材内容包括：电子商务的基本概念和基本框架、电子商务的经营模式、电子商务的关键技术、网络营销、电子银行、电子商务安全、电子商务环境下的物流、电子商务的法律问题等。

4. 市场推广与图书销售

对外经贸大学已经将本课作为本专业必修课和其他专业选修课，故本教材出版后可在对外经贸大学使用。目前全国上百家高校开设电子商务专业，早期出版的本专业教材写作较仓促，对电子商务的认识有待提高，各高校对于经过教学实践检验的教材需求很大。因此，本教材市场前景很好。

四. 主要章节及字数分配

第一章. 电子商务基本知识 (3万 5千字)

- 第一节. 电子商务基本概念
- 第二节. 电子商务与网络
- 第三节. 电子商务的发展与现状

第二章. 电子商务技术基础 (6万字)

- 第一节. 计算机网络基础
- 第二节. 通讯基础
 - 一. 常用通讯技术
 - 二. 网络与通讯的常用设备
 - 三. 无线局域网
- 第三节. 互联网技术
 - 一. 互联网 (Internet) 概述
 - 二. Internet 的服务
 - 三. Internet 的接入技术与 ISP、ASP
 - 四. Internet 在中国
- 第四节. 电子商务系统的常用开发软件 (机动)

第三章. EDI 技术 (6万字)

- 第一节. EDI 概述
- 第二节. EDI 标准
- 第三节. EDI 系统的组成
- 第四节. EDI 的实施
- 第五节. EDI 应用案例
- 第六节. INTERNET 上的 EDI — XML/EDI

第四章. 网络营销 (5万字)

- 第一节. 网络营销概述
- 第二节. 网络营销环境分析
- 第三节. 网络市场调研
- 第四节. 网上消费者行为研究
- 第五节. 网络营销案例

第五章. 电子商务中的供应链管理与物流 (5万字)

- 第一节. 供应链管理概论
- 第二节. ERP: 以供应链管理为基础的信息系统
- 第三节. 电子商务与物流
- 第四节. 案例: 海尔现代物流同步模式

第六章. 电子支付系统（6 万字）

第一节. 支付与支付系统基本概念

第二节. 支付系统的要素

第三节. 支付系统的分类

第四节. 支付手段

第五节. 网络银行的电子支付

第六节. 典型支付系统介绍

第七章. 电子商务的安全（6 万字）

第一节. 信息安全技术

第二节. 网络安全技术

第八章. 电子商务的法律问题（4 万字）

第一节. 电子商务环境下法律面临的新课题

第二节. 世界各国计算机立法状况

第三节. 我国电子商务交易安全的法律保护

第四节. 拟议中的我国电子商务法律