

# 《电子商务概论》课程建设报告

## 一. 课程指导思想及定位

对外经济贸易大学是教育部 2000 年首次批准开设电子商务专业的 13 所高校之一，作为教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会副主任委员单位，曾组织十所高校教师编写《电子商务概论》等专业教材共 7 本，其中 5 本入选国家级精品教材。承办了教育部首届电子商务学科发展研讨会。目前正在组织“电子商务与网络金融”系列教材的出版工作。我校是在国内最早面向经贸、金融、经济、管理类学生开设《电子商务概论》本科课程的高校之一。该课程是对外经济贸易大学重点支持建设（校级精品课程立项）的课程，在全国高校具有一定的影响，处于教学与研究的前沿。

教育部 2001 年颁发 4 号文件《关于加强高等学校本科教学工作提高教学质量的意见》，实施了《高等学校教学质量与教学改革工程》，开展了高等学校教学质量与教学改革工程精品课程建设工作，即精品课程建设，《电子商务概论》课程建设正是以教育部 4 号文件为指导，在经贸大学的大力支持下进行的。

本课程的指导思想是，使学生了解电子商务在信息时代的重要地位和发展前景，理解电子商务的基本框架、原理和技术，掌握企业开展电子商务的方法等。本课程的教学目的是使学生能够学到电子商务的基本概念和理论，掌握有关的商务、技术、法律知识，通过案例学习，了解电子商务在典型行业的应用，学会利用有关原理和方法，分析电子商务实践中的具体问题，培养学生解决实际问题的能力，以便迎接今后进入社会后的挑战。

“了解电子商务的全貌，认识电子商务的流程和运行过程，理论联系实际，掌握客户端开展电子商务的方法，培养学生实践能力”是本课程的定位。即基础性、实用性和实践性。

## 二. 教学内容

教育部 4 号文件要求，精品课程教学内容要具有先进性、科学性，要及时反映本学科领域的最新科技成果。对外经济贸易大学是以财经外语类为主的大学，培养的学生主要从事外贸、金融、管理等领域工作。针对这些教学对象，我们对《电子商务概论》课程的教学内容进行了科学合理的安排和设计，不间

断的改进和健全课程内容，使之逐步趋于完善，努力做到立足基础、体现前沿、教学与科研相结合。

### 1. 教学内容的基础性

《电子商务概论》课程既有技术方面的内容，又有经济管理方面的内容，具有文理渗透的特点。从学生的实际水平出发，我们把电子商务涉及的多学科知识划分为商务、技术、环境三个大模块，在课程设计上使这些知识有机结合，既发挥文科财政、金融、经济、管理类非计算机专业学生在传统商务方面的特长，又使他们紧跟新技术革命的步伐，使这门课在培养学生“宽口径、厚基础、强能力、高素质”方面成为其他学科课程难以替代的重点课程。

鉴于文科财政、金融、经济、管理类非计算机专业学生的特点，我们注重培养学生掌握电子商务的知识架构和实际应用能力，内容选取上侧重于应用和实用，并突出信息技术对管理的影响。本课程内容包括：电子商务的基本概念和基本框架、电子商务基础设施和数据交换标准（EDI、XML/EDI、ebXML）、网络营销、网上支付、电子商务安全、电子商务中的物流与供应链管理、电子商务法律问题以及电子商务典型应用实例等。通过本课程的学习，使得文科财政、金融、经济、管理类学生能够了解电子商务的全貌，从而对电子商务的流程、运行过程有一清晰的认识，使他们能够掌握客户端开展电子商务的方法，达到基本了解电子商务的知识体系，掌握其基本概念、基本观点和基本方法的目的。

### 2. 教学内容的前沿性及时代性

本课程的前沿性和时代性体现在：第一、本课程在电子商务基本概念、基本理论和基本流程的框架内，追踪电子商务研究的新进展，不断融进最新的信息技术和电子商务解决方案以及电子商务发展的变化，体现了本学科强烈的时代感，反映了本学科学术的前沿成果。在教学过程中，教师注重实时跟踪国内外电子商务新趋势、新技术和新方法理念，使教学内容资源和研究方向方法与世界接轨，与时代发展同步，例如是我校首次将以前教材中没有的电子商务标准 ebXML 加入教材和课堂教学中。第二、注意教学人员与国内外的交流与培训，汲取最新的研究成果与动态。不定期选派教师到国外进修，参加国内外电子商务相关研讨会和培训，并尝试引入先进的理念、内容和方法，培养具有时代性、创新性的电子商务复合人才。如曹淑艳教授曾作为访问学者就电子商务课程体系到澳大利亚维多利亚大学进行研究考察、华迎讲师在美国威斯康星大学进行为期一年的电子商务及相关课程进修、原电子商务系主任席宁华教授也曾到美国进行考察；黄健青副教授、华迎讲师先后参加国内培训，获得教育部电子商务骨干教师培训合格证书和劳动部电子商务师资培训合格证书。第三、与教育部主管部门保持畅通的沟通渠道，保证教学内容在正确的道路上

进行延伸与扩展。信息学院院长陈进博士、原电子商务系主任席宁华教授、信息学院副院长谢怀军副教授、现电子商务系主任黄健青副教授先后多次参加教育部高等学校电子商务专业教学指导委员会的研讨会，与同行专家学者进行切磋、商谈，确保该课程的内容走在时代发展的前列。第四、校内外知名专家参与教学内容建设。信息学院设有教学指导委员会，委员会成员来自商务部、信息产业部和国家信息化委员会以及一些权威研究机构，他们先后参加课程教学内容设计，就课程如何与社会发展、时代前沿接轨进行指导。信息学院有在国内较早开展电子商务研究的知名专家，比如陈恭和教授是教育部高等学校文科非计算机专业计算机教学指导委员会委员，主持社科基金项目“对电子商务标准 eb-XML 的研究”；蒋汉生副教授曾经是国家 EDI 标准委员会、电子商务安全等重大课题组的成员，是几个部委与电子商务有关的专家委员会成员。陈恭和教授、蒋汉生副教授等都参加了本课程教学内容的探讨和研究，把自己多年研究成果和资料提供给教学人员，对教学大纲、计划和教案提出许多建议。由于他们亲自进行电子商务前沿研究，亲自参加国家课题，参与国家部委专家咨询，因此他们的建议有助于加强本课程的先进性、科学性，及时反映本学科领域的最新科技成果。

### 3. 教学与科研相结合、科研促进教学

主讲教师高质量的科研工作使《电子商务概论》能够更加适应信息技术和国际商务形势的变化和学术研究的最新发展，提高了本课程教学的质量和深度，使《电子商务概论》一直保持其旺盛的生命力。曹淑艳教授参与的社科基金项目“对电子商务标准 ebXML 的研究”，在对目前通用的电子商务标准研究的基础上，侧重对 ebXML 标准进行了研究，其研究成果介绍已作为教学内容被写入她主编的“电子商务应用教程”教材之中；211 课题“WTO 下的电子商务环境建设研究”从电子商务技术框架、电子商务安全、电子商务法律法规、电子商务信用、电子商务知识产权等方面对电子商务环境进行了全方位的研究，对《电子商务概论》课程建设进行了强有力的支撑，为本课程高质量的教学提供了重要的促进作用。黄健青副教授是商务部“电子商务促进与推广工程项目”中子项目“北京地区电子商务案例研究”课题负责人，对电子商务案例进行了深入研究。商务部与我校合作成立了中外经贸合作网站信息采编中心，开展经济贸易信息的采编、发布和处理工作。信息采编中心作为教师电子商务研究和学生电子商务实践基地，丰富了教学内容、促进了学生的实践活动。陈进教授承担了“十五”国家重大科技攻关计划项目—电子商务与现代物流发展战略及示范工程中的子项目)；周志忠博士参与的“北京市科委电子商务模拟应用系统”，对我们自行开发“电子商务模拟教学系统”提供了实体支持。“电子商务模拟教学系统”已经引入学生的实验课程教学，通过实际操作，让学生对电子商务基

本概念、基本流程有一身临其境的感受。

### 三. 教学方式

授课教师经过不断研讨，摸索出了一些行之有效的教学方法。在多媒体授课的基础上，还采用实验、案例和网络平台等方法，达到了比较理想的知识传授目标。

#### 1. 课堂理论教学与实验室实验相结合

针对经济和管理等相关专业学生对本课程的要求，以及电子商务课程的特点，我们以理论与实践相结合的方式进行教学。电子商务实验室配备的五个教学实验平台为理论课的教学提供强有力支撑，可以让学生全方位体验电子商务全过程，从而对理论课程学习内容有一感性认识，进而加深对理论学习内容的理解。

#### 2. 讲授知识点与互动式实践教学相结合

由于电子商务课程具有较强的应用性和实践性，在进行电子商务课程教学时我们充分利用了互动式实践教学等方式，深受学生欢迎，达到了提高教学质量的目的。

如任课老师在讲解像 SSL 这个电子商务的基本概念时，原有教材对此部分内容涉猎的很少，为了激发学生的学习热情，任课老师要求学生以小组为单位进行实际调查：授课老师在课堂上提出招标书，题目是“商业银行银行卡支付流程”，要求学生调查 SSL 运作过程。老师给学生 5 分钟时间进行小组讨论，然后竞标，由接标书的学生到银行进行调查，调查中发现银行的业务人员对此问题也不十分清楚。老师又指导他们去拜访相关权威人士。结果调查出来后，老师就让学生在课上进行讲解。通过这样的师生互动，学生一方面对基本概念进一步理解与掌握，同时也锻炼了他们将书本知识与社会实践相结合的能力，收到了良好的教学效果。

#### 3. 案例教学

在案例教学方面，采用大、小案例结合的方式：在每章内容之后介绍“小案例”，有针对性地从电子商务的各个环节、不同方面如电子商务模式、电子商务技术、网络营销、网上支付等，引导帮助学生理解本章讲述的电子商务知识、流程，及其在实际中的应用；讲授全部电子商务流程之后，介绍国内外电子商务“大案例”，并组织学生进行讨论分析，以提高学生对电子商务的整体认识和综合分析应用能力。例如，在对电子商务模式进行讲解时，围绕 B2G、B2B、B2C、

C2C 这四大模式精心选取了、IBM、DELL、Ariba、E-stell、联想、海尔、阿里巴巴、8848、易趣等国内外典型案例，并结合当前国内电子商务发展状况，有针对性地从事技术、营销、管理等角度进行分析，说明了各模式的不同特点、发展状况、趋势。在综合“大案例”方面，选用“电子商务巨人”亚马逊(Amazon.com)作为分析研究对象，通过对图书零售市场状况、网络商务发展、亚马逊发展历史、价值定位、客户取得、客户保留、盈利模式、支付、文化营造等说明，引导学生对“纯”网络企业开展电子商务的优势劣势及独特特点，以及与之相应的策略，成功的关键等。并通过与美国最大的传统零售图书大亨巴诺书店(BarnesandNoble.com)的比较分析，认识到传统“板砖加水泥”企业的电子商务转型、对纯网络企业的威胁、不同的业务战略及运营模式、传统和网络商务的整合，等等。

在案例中，教师通过引导式教学，启发学生主动思考，学生在学习了相关电子商务理论知识后，非常喜欢参与案例讨论，思考如何把所学知识和案例联系起来，通过分析综合，与教师互动，进一步加深了对电子商务实际应用的理解决与认识。根据学生意见调查反馈，我们编印了“综合案例选”，发给授课成员，以便帮助教师联系实际进行教学，同时我们又编写了“《电子商务概论》参考资料”，在课程中辅助学生进行案例分析和实际调查。

#### 4. 充分利用网络平台进行师生互动，保持联系

现代信息技术的发展，特别是国际互联网为教学提供了一个新的平台。以国际互联网为核心的网站技术的应用已经可以与传统的互动沟通相媲美，因此，学校建立了教学辅助平台(TAS)，从2003年开始，我们开始在教学辅助平台上设立互动答疑系统，让教师与学生时刻保持互动联系。

网络互动答疑系统的实施可以给我们的教学和研究带来多方面的益处。第一，方便学生时刻与教师进行沟通，而且在网上提出的问题和有关的回答可以让所有的人受益。第二，便于形成完整的互动知识体系。答疑问题和教师的回答和分析等都被记录下来，日积月累，可以形成独立的教学知识库，对课堂教学起到非常重要的辅助作用。

## 四. 教师队伍

建立一支老中青结合的师资队伍是本课程建设的目标之一。《电子商务概论》课程是电子商务系重点建设的课程，并受到学校精品课程立项支持。院长陈进教授是教育部高等学校电子商务专业指导委员会副主任、中国人民银行“网上银行发展与监管工作组”专家、全国金融标准化技术委员会委员，亲自过问

课程建设情况，主持课程建设研讨会；席宁华教授是政府特殊津贴专家，中国信息经济学会电子商务专委会理事。陈恭和教授是教育部高等学校文科非计算机专业计算机教学指导委员会委员，负责财经专业计算机教学指导工作；蒋汉生副教授曾经是国家 EDI 标准委员会、电子商务安全等重大课题组的成员，是几个部委与电子商务有关的专家委员会成员，他们一直关注和支持本课程建设。

### 1. 课程负责人及主讲教师情况

课程负责人曹淑艳教授为学院主管本科教学副院长，管理学硕士，经济学在读博士，2003 年获经贸大学本科优秀教师称号。在教育部高教司组织编写的《高等学校文科类专业大学计算机教学基本要求（2003 年版）》（《电子商务应用》作为计算机教育的后续课程）中负责“电子商务应用”课程教学大纲起草工作，现任全国高校计算机基础教育研究会文科专业委员会委员。主编出版了面向文科专业的“电子商务应用基础”教材，承担了文科计算机教学指导委员会立项的“《电子商务》课程建设研究和立体化教材建设”项目，该项目的建设成果——面向财经类学生的“电子商务基础教程”教材终稿已交由清华大学出版社出版。她还参与了国家社科基金项目“对电子商务标准 eb-XML 的研究”，参与了我校 211 课题“WTO 下的电子商务环境建设研究”。

该课程主讲教师谢怀军副教授为学院负责科研工作的副院长，管理学在读博士。谢怀军副教授参加的科技部《电子商务支付系统研究》、人民银行《网络银行研究》和《中国金融认证中心》项目，对电子商务的教学有极大的贡献，将电子商务支付与认证的新知识和新方法引入课堂。

上述两位教师均参与了《电子商务专业人才培养与实践研究》教学研究课题，2004 年获北京市教学成果奖二等奖

### 2. 教师梯队结构合理

承担本课程教学的教师包括教授 2 人，副教授 3 人，讲师 1 人。博士后 2 名，在读博士 2 人，硕士学位 3 名。年龄 50 岁以上 1 人，40—50 岁 2 人，30—40 岁 2 人，20—30 岁 1 人。

本课程教师队伍的整体素质较高，理论基础扎实，学术水平较高，学术成果多，教学经验丰富。主讲教师大多参与了《电子商务概论》教材和相关书籍的编写。他们大多都是产业经济学专业(电子商务方向)研究生课程教学的主要力量。授课成员具有较高的学术水平，在电子商务领域进行了深入的研究，发表和出版过不少学术论文和著作。教师们在教学和科研方面的成果是保证《电子商务概论》成为精品课程的重要专业基础。

原电子商务系主任席宁华教授被评为有突出贡献的专家，享受政府特殊津贴，2004年获经贸大学本科优秀教师称号。谢怀军副教授参加的科技部《电子商务支付系统研究》、人民银行《网络银行研究》和《中国金融认证中心》项目，将电子商务支付与认证的新知识和新方法引入课堂。现电子商务系主任黄健青副教授是商务部项目“面向消费者电子商务应用调查研究”专家组成员，获得了“国际电子商务认证”讲师资格（中国电子商务协会）以及教育部《全国重点建设职业教育师资培训基地》（同济大学）电子商务课程培训结业证书，年轻教师华迎讲师到美国威斯康星进行为期一年的电子商务及相关课程进修、同时她参加了教育部电子商务物流学习班、劳动部电子商务师资格考试命题及培训工作。新引进的博士后周志忠作为后备力量也被充实到本课程的实验教学环节。可以说本课程建设了一支年龄、学历、教学资历等结构合理的教师梯队。

国内外学习和交流的经历，提高了主讲教师的学识，开阔了视野。主讲教师有的学识渊博，教学经验丰富；有的年轻有为，锐意进取，紧随学术前沿，各显特色，相得益彰。总之，本课程的教师队伍结构合理，学术梯队已经形成，为精品课程的建设和发展准备了充足的师资条件。

## 五. 教学条件

学校对本课程一贯给予支持，全体任课教师的共同努力，《电子商务概论》课程教学资源非常丰富。有关的教学条件可以归纳为以下几个方面：

### 1. 教学大纲建设

由于电子商务是近年来新兴的专业，课程开设的历史只有6年，又由于信息技术突飞猛进的发展，我们的教学大纲与教学计划多次修改，时刻把电子商务的前沿引进教学大纲，所以我们的教学大纲建设定位于动态：即在保证知识体系完整的前提下进行动态更新，每一年的教学大纲研讨是我们例行的工作。我们首先以全国高校电子商务专业建设协作组联席会议制定的电子商务核心课程为指南，以教育部高教司组织编写的《高等学校文科类专业大学计算机教学基本要求（2003年版）》为指导，结合国外优秀教材的教学内容，并根据社会需要和本院师资优势，在内容上进行改进。

### 2. 教材建设

在《电子商务概论》课程教学过程中，我们根据教育部高教司的推荐，参考了一系列国内外优秀的、权威的教材，如由Laudon和Traver合著的《E-commerce: business, technology, society》，由Efraim Turban等著的《Electronic Commerce—A managerial Perspective》，国内出版的教材主要

参考了李琪、张秦等编著的《电子商务概论》、甄阜明主编的《电子商务基础教程》、张润彤、张铎编著的《电子商务教程》。

《电子商务概论》课程建设在教材建设上的任务分成两步走，首先，在《电子商务概论》课程建设初期先在现有教材中（国内外）评价与甄选，通过教学实践选用高质量的教材作为主要参考书；其次自己编写教材初稿，经过几轮教学实践和改进，力争质量达到国内先进，公开出版。

截止到 2006 年 2 月，我们已出版相关系列教材，在本课程师资队伍中的教师均参加了教材编写工作，共出版专著、教材十几本，并一直精选国内外优秀教材作为辅助教学参考书。由院长陈进博士组织十所高校教师编写，由高等教育出版社出版的《电子商务专业教材》共 7 本，其中 5 本入选国家级精品教材。目前正在组织“电子商务与网络金融”系列教材的出版工作，信息学院院长陈进博士任编委会主任委员，本课程负责人曹淑艳教授、谢怀军副教授任编委会副主任委员。曹淑艳教授主编的《电子商务应用基础》（面向文科专业）已经由清华大学出版社出版。为了和我们的教学对象更加紧密结合，曹淑艳教授承担了教育部文科计算机教学指导委员会立项的“《电子商务》课程建设研究和立体化教材建设（面向财经类院校的）”，其课题研究成果——面向财经专业的电子商务教材终稿已经交由清华大学出版社出版。

### 3. 实验室及实验课程建设

电子商务是一门实践性很强的学科，因此学院专门建设了环境优良的电子商务实验室，配备了实验指导教师（目前负责电子商务实验室建设的教师为学院从清华大学引进的博士后李兵博士，负责电子商务课程实验的老师为从北京航空航天大学引进的博士后周志忠博士），撰写了实验课程大纲和实验指导书。电子商务实验室中安装由我校和某软件公司合作推出了全新的外贸教学系列解决方案以及自行开发的电子商务模拟教学软件，为电子商务课程的教学提供了良好的辅助手段。目前实验室提供的电子商务实践平台如下：① IBM WebSphere 商务解决方案② 外贸教学系列解决方案（包括 SimTrade 外贸实习平台、外贸实务教学系统、TrainingOnline 外贸模拟练习系统和外贸单证教学系统系列产品。）③ 企业 ERP 解决方案，④ 电子商务模拟系统，⑤ 中外经贸合作信息平台。其中 SimTrade 是模拟的 B2B 电子商务中心，提供电子商务环境下开展国际贸易的各种业务与流程的模拟环境，每个参与 SimTrade 外贸实习的学生都将按照实习计划扮演进出口业务中的不同当事人，共同组成模拟贸易环境。通过这样相互竞争和协作的角色扮演，他们将面对出口商、进口商、供应商甚至银行的日常工作，从而熟练掌握各种业务技巧。

同时我们也搜集了一些视频录像，能有声有色地把电子商务的实际交易情景在实验课上展示给学生，让学生直接看到实际的网上电子交易实况。如首都电子商城网上支付视频录像，把首都电子商城的网上支付过程如实展现出来，不仅有动态画面，而且有解说；又如中国石油总公司的网上招标、投标、完整的商品交易场面录像，把交易过程的全部界面：包括操作中鼠标的动作、界面的反映、以及详细的解说，都用录像形式表现出来，做成电子视频文件，可以在实验室播放。

#### 4. 实习基地建设

目前我们建有电子商务实习基地校外两个：首都信息化发展有限公司和中国国际电子商务中心，校内两个：SimTrade 外贸实习平台和商务部中外经贸信息网采编中心。校内外实习基地为本课程提供了良好的实习实践平台。

#### 5. 课件制作

按照教育部要使用先进的教学方法和手段的要求，本课程的教学全部采用电子课件，这是由参与此课程教学的教师统一制作的教学幻灯 PPT 文件，每位教师使用统一的课件，同时鼓励大家结合教学、学科前沿及新进展进行改进和再共享，以便减少备课工作量，把精力集中到教学与科研中。

#### 6. 网上教学情况

建立课程网站，本课程相关的教学大纲、教案、习题、实验指导、参考文献目录等教学资料均上网。同时也充分利用学校校园网教学辅助平台 TAS，学生平时的作业、问题与解答等都可以通过网站、教学辅助平台和电子邮件进行，特别是教学辅助平台的实时在线交流和讨论板功能，允许学生和教师进行互动交流，实现了网络教学资源共享和师生互动交流。

### 六. 课程特色

#### 1. 课程建设具有前瞻性、实用性、实践性

近年来电子商务以及相关的计算机技术发展速度很快，所以该课程的内容涵盖范围也不断调整，不断增加最新成果，更新内容，力求把电子商务的最新发展信息传递给学生。良好的实验室实验环境和完备的校内外实习基地本课程提供了良好的社会实践平台，培养了一批成绩优异的实用型电子商务人才，成果显著。如我校学生 2004 年组队参加了首届全国电子商务大赛，获得了北京赛区一等奖的好成绩，2005 年两个代表队又分别获得一等和三等奖。

## 2. 多学科交叉、文理渗透

《电子商务概论》课程既有技术方面的内容，又有经济管理方面的内容，具有文理互相渗透的特点。在技术方面，要讲授计算机网络、电子商务安全等知识，其技术性很强、内容比较深奥、知识更新快。在经济管理方面，包括了商业、外贸、营销、供应链与物流、银行，还要讲授法律知识。从学生的实际水平和专业特色出发，我们把电子商务涉及的多学科知识划分为商务、技术、环境三个大模块，在课程设计上使这些知识有机结合，既发挥文科工商外贸金融类非计算机专业学生在传统商务方面的特长，又使他们紧跟新技术革命的步伐。

对外经济贸易大学和某软件公司合作推出的 SimTrade 外贸实习平台，是电子商务与国际贸易结合的典型应用。

## 3. 课程教学体系成熟

经过长达 6 年的教学实践，我们拥有了一整套经过实践检验的完整的教学资源，做到了教学内容更新及时，课程教学体系逐渐走向成熟。教学资源包括立体化教材、多媒体教案、电子商务模拟系统、案例汇编、试题习题库等，在每一循环的教学过程中，我们在教学体系保持相对稳定的情况下进行内容更新、充实、丰富和完善等工作，此方式在教学实际应用中获得了学生的一致好评，取得了满意的教学效果。

## 4. 优良的学术环境

对外经济贸易大学在国内是最早开设电子商务专业的高校之一。院长陈进教授是网络银行与网络金融方向的博士生导师，他是教育部电子商务教学指导委员会副主任。席宁华教授是北京市信息化专家。信息学院重视与政府部门和有关企业的密切联系，聘请了客座教授、兼职教授等近 20 名，开展了相关的学术交流活动，促进了发展。如 2001 年承担了“教育部电子商务学科发展研讨会”、2002 年与新加坡百富门集团合作举办了“金融科技研讨会”、2003 年承担了“中国贸易促进委员会“国际企业信用高峰论坛”、2004 年承担了商务部“中国电子商务报告首发暨研讨会”、2005 年与电子商务世界合作举办了“中国网上支付高峰论坛”，取得了良好的效果，增加了与外部的沟通、加强了学术交流。

同时学院重点建设了商务部“中外经贸合作网信息采编中心”，使之成为面向广大教师、学生的科研、教学实践平台，为教师的科研、教学实践活动提供更好的服务，同时也是信息学院科研活动的窗口和桥梁，该中心对学校具有重要意义，对教学、实践及外部合作等方面有促进作用，取得了良好的效果，受到商务部领导的表扬和广大学生的欢迎。

## 5. 教学质量监控办法科学、有效

原电子商务系主任席宁华教授为本课程付出了极大心血，采用了一系列科学、有效的方法对本课程的教学质量进行监控。

### ✓ 采用讲课录像实行质量评议

席宁华教授多次旁听主讲老师讲课，并且在几次听课时将主讲老师讲课实况加以录像。并多次组织全体教师观看主讲教师录像剪辑并采用集体评议的办法，依靠集体力量来帮助授课团队提高整体教学质量。同时还可以为学校保留珍贵的第一手资料，也有利于对新来的教师进行培训。

### ✓ 用教育测量学方法衡量教学效果

席宁华教授在其他院校工作时曾经担任教育测量学和教育统计学方面的研究课题负责人。他根据教育部对教学质量和效果的要求，按照教育测量学原理，设计了教学质量的考评指标，将教育测量学和教育统计学方法等引入此课程，用科学的方法测评教师教学效果和质量。

### ✓ 用教育统计学方法分析教学效果

在得到测评结果之后，席宁华教授把大量原始数据按照较科学的办法加以整理和分析，以便得到客观、科学的结论。本课题采用了教育统计学方法来分析教师教学效果，计算每一个考核指标的优良比率，最后计算总的优良比率。从总的优良比率可以判断学生对教师的总体满意度，从各个分项考核指标的优良比率可以分析存在的问题和改进的方向。

课程实践证明：采用讲课录像实行质量评议，采用教育测量学和教育统计学方法，搜集、整理和分析教学质量和效果，不失为科学、有效的教学质量监控方法，这也是本课程建设、教学改革的一个重要收获。

## 6. 教学效果优秀

《电子商务概论》课程一直受到学生的认可和好评。优秀的教学效果，为学生打下信息技术、电子商务知识和技能的基础，为学生今后从事电子商务方面的工作和研究提供了保证。

综上所述，电子商务课程建设指导思想明确先进，拥有教学与科研相长的师资队伍，教育教学思想与时俱进，适应新信息时代的需求，课程体系与内容充分体现基础性、前沿性和时代性，教材建设立体化，教学手段和教学环境先进，能够在教学中起良好示范作用。