

湖南省高等教育自学考试

课程考试大纲

移动商务应用

(课程代码: 12251)

湖南省教育考试院组编
2016 年 12 月

高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：移动商务应用

课程代码：12251

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

移动商务应用是高等教育自学考试电子商务（移动商务管理方向）（本科）专业的专业核心课程，本书主要包括移动电子商务概念，移动电子商务技术基础，移动电子商务价值链及其应用模式，移动电子商务交易服务，移动电子商务信息服务，移动电子娱乐，移动电子支付，移动电子商务平台，移动电子商务整合、安全、资源开发，移动电子商务管理和营销，移动电子商务物流配送及移动电子商务法律规范等。本课程重在探讨和研究移动电子商务的各种应用方式、模式以及对应的案例分析。

二、课程目标与基本要求

课程目标：通过本课程的学习使考生掌握移动商务应用的基本知识，了解和熟悉移动电子商务的主要应用领域、主要技术、主要模式，能够运用专业知识和技能进行移动产品的销售、服务管理、客户服务，并且能够设计移动商务营销方案。

基本要求：

1. 掌握移动商务应用的基本概念，应用分类和功能；
2. 了解移动商务技术的基本原理及其应用案例；
3. 掌握移动商务模式及价值链概念以及实际应用案例；
4. 掌握移动商务应用和行业应用；
5. 掌握移动商务支付、移动商务营销及移动商务安全等概念及应用实例。

三、与本专业其他课程的关系

考生学习本课程应先具备电子商务和网络技术等学科的基础知识。本课程的先修课程为：电子商务概论和计算机网络技术。由于本课程涉及领域的技术和商业形态发展速度非常快，考生应该主动加强课外知识的学习，扩大知识面，同时还要紧跟时代发展，对伴随移动通信技术发展而出现的移动商务应用新业务有准确和及时的把握。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 移动商务概述

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应该掌握移动商务的基本概念、定义和特点，了解移动

商务和传统电子商务的区别、优劣势，移动电子商务发展历史，移动互联网技术对移动电子商务的支撑作用，同时通过了解移动商务在韩国的发展以及韩国 SK 电信公司发展的案例，掌握移动商务发展趋势。

二、考核知识点与考核目标

（一）基本原理（重点）

识记：1. 移动商务概念；2. 移动商务与传统电子商务的区别

（二）案例（次重点）

理解：1. 移动商务在韩国的发展；2. 韩国 SK 电讯

第二章 移动商务技术

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应该掌握不同移动通信技术的功能、应用场景，移动终端的功能、分类以及发展，移动操作系统的分类、功能，了解 LTE 技术的发展和应用，了解移动终端的应用案例，了解智能手机操作系统的特点和发展。

二、考核知识点与考核目标

（一）基本原理（重点）

识记：1. 移动通信技术；2. 移动终端；3. 移动操作系统

（二）案例（一般）

理解：1. LTE 技术；2. 移动终端；3. 智能手机操作系统

第三章 移动商务模式及价值链

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应掌握移动商务模式定义和分类，掌握移动商务价值链概念和内涵，了解移动电子商务产业价值链的生成、移动商务产业价值链演进分析、移动电子商务价值链的生成模型和移动商务模式创新。通过学习 i-mode、移动梦网和中国电信等案例，学会分析、设计企业移动商务模式。

二、考核知识点与考核目标

（一）基本原理（重点）

识记：移动商务价值链概念

理解：移动商务模式

（二）案例（次重点）

识记：1. i-Mode；2. 亿美软通“卖三次”模式

理解：1. 移动梦网；2. 延伸阅读—中国电信互联星空；3. 腾讯

应用：超女短信实证分析

第四章 移动商务应用

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应掌握移动电子商务应用的内涵和本质特征，熟悉移动电子商务应用模式的特征和类型，了解移动商务应用发展，通过学习手机阅读、Flipboard、手机网络游戏等案例，掌握移动商务应用的基本开发、设计思路。

二、考核知识点与考核目标

（一）基本原理（重点）

识记：移动应用概念

理解：移动商务应用展望

（二）案例（一般）

识记：1. 手机阅读；2. 移动搜索；3. 移动门户

理解：1. Flipboard—新的阅读模式；2. 手机网络游戏；3. 井下人员定位系统；4. 可口可乐；4. 数据空港

应用：福建移动爱贝通平安卡系统；惠普 SDK

第五章 移动商务行业应用

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生掌握手机银行、移动证券、移动保险、移动 SCM、移动 OA、移动商务在旅游业中的应用以及移动电子票务等定义和概念，了解移动商务在行业中的不同应用，通过学习移动商务平台应用、交通银行 WAP 手机银行应用等案例，了解移动商务的行业应用模式。

二、考核知识点与考核目标

（一）基本原理（重点）

识记：1. 手机银行；2. 移动证券；3. 移动保险；4. 移动 SCM；5. 移动 OA

（二）案例（次重点）

理解：1. 移动商务平台的三种常见企业应用案例；2. 交通银行 WAP 手机银行应用；3. 智能终端期货行业应用；4. 中国人寿移动商务应用；5. 阿姆斯特特大学的无线教育；6. 移动物流行业应用；6. 巴枪物流管理应用

应用：1. 中国建设银行短信平台应用；2. 宝洁与移动商务；3. 长春市无线政府移动政务平台应用；4. 政府应急指挥调度；5. 无线政务网；6. 农信通；7. 江苏盐城农业信息化应用

第六章 移动支付

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应掌握移动支付概念，移动支付系统构成、移动支付运

营业务范围，熟悉手机银行业务，掌握移动电子支付的几种运营模式，了解移动电子支付安全与风险防范。通过学习 NFC 移动支付系统、中国移动世博手机票等移动支付案例，了解和掌握移动支付的基本应用。

二、考核知识点与考核目标

（一）基本原理（重点）

识记：1. 移动支付系统；2. 移动支付运营

（二）案例（一般）

识记：基于 NFC 的移动支付系统

理解：1. 国外移动支付发展情况；2. 中国移动支付发展

应用：1. 中国移动世博手机票；2. 电子钱包；3. 翼卡通打造零现钞校园手机支付新生活；4. 江苏移动支付平台

第七章 移动营销

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应掌握移动营销的基本内涵、移动营销模式及 4I 模型，通过 Nokia、三星以及蒙牛等营销案例，掌握移动营销的基本方式、方法。

二、考核知识点与考核目标

（一）基本原理（重点）

识记：1. 移动营销的运作模式；2. 移动营销的 4I 模型

（二）案例（次重点）

理解：1. Nokia 神话般的移动营销；2. 三星：双赢天下三星双卡商务手机
双剑合璧；3. 星巴克：借力手机即时传递艺术之声；4. 蒙牛冠益乳：千里之外速递关爱；5. 惠普：试鲜无线富媒体广告；6. LG 甜蜜系列：无线社交，聊到爽；7. 百事：群音无线音乐革命；8. 移动互联网营销—LBS 营销应用案例

第八章 移动商务安全

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应掌握移动商务安全的基本知识，包括移动商务安全的需求、电子商务立法基本情况、移动设备安全问题、无线网络的安全问题和移动商务的主要安全技术。通过手机钱包安全、智能手机病毒等案例，了解移动商务安全发展趋势。

二、考核知识点与考核目标

（一）基本原理（重点）

识记：1. 移动商务的安全需求；2. 我国的电子商务立法情况；3. 移动设备的安全问题

理解：无线网络的安全问题

应用：移动商务的主要安全技术

（二）案例（一般）

理解：1. 手机钱包带来的便利与担忧；2. 定位资料易曝光 GPS 需注意安全隐私；3. 手机银行存款被盗起诉银行败诉；4. 电子签名法颁布后第一案；5. 手机木马产业链惊人黑洞：年入 10 亿

应用：1. 智能手机病毒；2. 网络安全：无线攻击何时休？3. 德保罗大学安全远程访问

第三部分 有关说明与实施要求

一、考核的能力层次表述

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

二、教材

1. 指定教材：

移动商务应用实例，傅四保，北京邮电大学出版社，2011 年版

2. 参考教材：

移动电子商务，秦成德，人民邮电出版社，2009 年版

移动电子商务速成教程，美.路易斯，人民邮电出版社，2002 年版

三、自学方法指导

1. 在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。

2. 阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。

3. 在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。

4. 完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，

针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

本课程要求考生有一定的实践经历，因此考生在自学时往往会感到有一定困难，但自学能力的培养对获取知识是非常必要的。自学应考者在自学过程中应注意如下几个方面：

（1）根据考核要求中的能力层次，在全面系统学习的基础上掌握重点概念和重点问题，注意各章内容之间的内在联系。

（2）本课程是一门实践性较强的课程，考生在自学过程中必须注意理论联系实际，按实验的目的、要求和内容认真做好实验。建议实验与课程自学过程同步进行。

（3）考生在自学时要注意基本能力的培养，即系统分析和综合能力，分析问题和理解知识的能力，抓住重点阐述问题的能力，以及实验能力等。

四、对社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。
3. 辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
4. 辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
5. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
6. 注意对考生能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
7. 要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。
8. 助学学时：本课程共 5 学分，建议总课时 90 学时，其中助学课时分配如下：

| 章 次 | 内 容 | 学 时 |
|-----|------------|-----|
| 第一章 | 移动商务概述 | 8 |
| 第二章 | 移动商务技术 | 9 |
| 第三章 | 移动商务模式及价值链 | 11 |
| 第四章 | 移动商务应用 | 12 |
| 第五章 | 移动商务行业应用 | 13 |
| 第六章 | 移动支付 | 12 |
| 第七章 | 移动营销 | 13 |
| 第八章 | 移动商务安全 | 12 |
| 合 计 | | 90 |

五、关于命题考试的若干规定

1. 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
2. 试卷中对不同能力层次的试题比例大致是：“识记”为 50%、“理解”为 40%、“应用”为 10%。
3. 试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。
4. 每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占 60%，次重点占 30%，一般占 10%。
5. 试题类型一般分为：单项选择题、填空题、名词解释题、简答题、材料分析题。
6. 考试采用闭卷笔试，考试时间 150 分钟，采用百分制评分，60 分合格。

六、题型示例（样题）

一、单项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 专门的数据交换协议保证了移动商务信息传递的
A. 安全性和高效性 B. 快速性和正确性
B. 正确性和安全性 D. 安全性和快速性

二、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 苹果手机的操作系统英文缩写是_____。

三、名词解释题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 移动商务价值链

四、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 简述移动商务的分类。

五、材料分析题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

电商 LBS：品牌“营”、“销”升级术

说起近两年来互联网领域的新特征、新表象，上万家团购网站策马奔腾无疑是极其重要的一笔。众所周知，热门的商品、超低的价格、正品的保证，是团购网站吸引用户流连眷顾的根本原因，但团购网也面临着客户流失、忠诚客户较少的掣肘。如何才能让“一次性客户”变成“回头客”并最终转化为“常客”呢？以下的案例也许能帮到您。

位于波士顿的 SCVNGR 是一家为用户提供地理位置服务的平台，因推出寻宝手机游戏而出名，其近日来推出了 LevelUp 的游戏，就致力于增强团购网站的粘性。商家提供的团购游戏分为三大关：试一下、喜欢它、爱上它。在“试一下”阶段，用户在完成前一个等级之后，便可以更优惠的条件购买更多面额的折扣券；如果用户选择在 Twitter 或者 Facebook 上分享消费的细节，还可以获得返款奖励，LevelUp 则在商家的第二、第三关游戏中抽取 25% 的提成。通过这个方式，一次性的团购深化为三次不断深入的购买经历，通过巧妙的互动体验解决团购顾客忠诚度维系较难的难题。

1. 根据以上案例资料，试分析：
和传统电子商务相比，该商务模式具有什么优势？