

# 湖南省高等教育自学考试

## 课程考试大纲

### 电子商务基础理论与实践

(课程代码: 12562)

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：电子商务基础理论与实践

课程代码：12562

## 第一部分 课程性质与目标

### 一、课程性质与特点

电子商务基础理论与实践是高等教育自学考试网络营销与管理（本科）专业的专业核心课程。电子商务是以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动，是一门集商务技术、信息技术和管理技术于一体的新兴的交叉学科，它是人类经济、科技、文化发展的必然产物。电子商务涵盖的范围较广，既有信息技术的技能和方法，也有管理、经济、法律等领域的理论知识。该课程是考生学习电子商务的入门级概论课程。

通过本章的学习，考生应全面地初步认识、了解和掌握电子商务的概念、电子商务的功能与交易流程、电子商务的技术实现与安全保障体系与电子商务网络营销策略等基本知识；掌握商务信息的搜索、收集与处理技术、安全协议与认证技术在应用软件中的使用方法、电子商务交易的操作过程和后台处理流程等主要技能，为后续课程的学习打下必要的基础。

### 二、课程目标与基本要求

课程目的：通过本课程的学习，要求考生能对电子商务的基本概念和框架、电子商务的建设与管理、电子商务的安全技术、支付工具与网上银行、网上营销、物流系统等基本理论有专业水平的理解。掌握电子商务应用领域的基本操作，能够将电子商务技能融会贯通，灵活应用于工作实践、个人的网络化生活和日常理财。

1. 让考生了解、掌握电子商务的基础知识，在已经掌握现代信息技术、网络技术下所学的基本概念、基本范畴、基本理论的基础上，结合实践来理解掌握电子商务基础的相关理论及其电子商务实务的处理。

2. 正确运用电子商务理论知识，进行网上购物、网上支付、网上消费、网上贸易、网上服务等活动，明确电子商务应用中的安全以及电子商务活动的法律法规。

3. 以此门课程为基础，奠定考生学习其他市场营销专业知识的理论基础，提供互联网络下利用电子商务技术分析处理经济现象的能力。

基本要求：掌握电子商务应用领域的基本操作，能够将电子商务技能融会贯通，灵活应用于工作实践、个人的网络化生活和日常理财。

### 三、与本专业其他课程的关系

本课程的前期课程是计算机网络技术、数据库技术、Internet、管理学、国际贸易及市场营销学的基本原理。

## 第二部分 课程内容与考核目标

### 第一章 电子商务概述

#### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生：1. 对电子商务的内容有全面的了解；2. 掌握电子商务的概念及分类、框架结构及内容、概念模型，为继续学习奠定基础。

#### 二、考核知识点与考核目标

##### （一）电子商务的概念（重点）

识记：电子商务的定义；电子商务的分类

应用：B2C 电子商务的交易过程

##### （二）电子商务的一般框架（次重点）

识记：电子商务的框架结构及其组成部分

理解：框架内容包括网络层、多媒体信息发布、报文和信息传播层、贸易服务层、电子商务应用及公共政策、法律和技术标准

##### （三）电子商务的模型（次重点）

识记：电子商务概念模型的基本要素

理解：电子商务的交换模型；基本贸易处理的流程和贸易背景处理的内容

##### （四）电子商务的效益和制约因素（一般）

识记：电子商务的给企业、消费者和社会带来的效益

理解：电子商务的技术性和非技术性制约因素

##### （五）电子商务的发展（一般）

识记：电子商务的发展简史，主要集中于我国电子商务的四个发展阶段

理解：电子商务的发展简史、发展现状、存在问题以及全球电子商务发展动态

### 第二章 电子商务带来的经济变革

#### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生：1. 了解从微观的企业运营，到中观经济产业结构，直至宏观经济的各个方面；2. 电子商务对经济理论带来的新发展。

#### 二、考核知识点与考核目标

##### （一）数字商品与知识资本（重点）

识记：数字商品的概念、分类；知识资本

理解：数字商品的特征；定价策略；知识资本的特点

##### （二）电子商务与产业结构（次重点）

识记：交易成本、流通成本、菜单成本、价格离散、价格弹性

理解：电子商务市场效率；网络效应和先发优势；电子商务与创新策略

##### （三）电子商务与经济发展（一般）

识记：信息交换综合服务平台基础框架；数字鸿沟

理解：电子商务全球化的远景、障碍及措施；电子商务与经济增长；电子商务与经济周期

### 第三章 电子商务的法律问题

#### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生：1. 了解电子商务发展所涉及的基本法律问题；2. 世界各国有关电子商务法律问题以及我国电子商务法制环境建设存在问题。

#### 二、考核知识点与考核目标

##### （一）电子商务的相关法律问题（重点）

识记：电子商务涉及的法律问题的内容

理解：电子交易的安全问题；电子合同的法律问题；电子商务认证的法律问题；知识产权问题；隐私问题以及电子商务的信用制度问题

##### （二）世界各国有关电子商务的法律问题（一般）

识记：电子商务立法原则，WTO 电子商务立法范围

理解：美国、欧洲、新加坡和联合国有关电子商务政策框架及法案

##### （三）我国电子商务的法律环境现状（一般）

理解：立法领域、司法领域和产业界法律环境现状分析

##### （四）个人隐私权（重点）

识记：网络空间的个人隐私权定义及内容

理解：我国及其他国家颁布的相关法律

##### （五）知识产权、商标权、域名等问题（重点）

识记：直接电子商务

理解：知识产权的矛盾，域名争议投诉受理的条件；恶意注册使用域名的情形

应用：域名浏览及注册

##### （六）电子合同法律（重点）

识记：电子商务合同法保护存在的问题；数据电文保障电子交易安全的作用

理解：新型购物合同在订立与效力方面存在的问题

##### （七）保护 EC 参与各方权益的法律（一般）

识记：电子商务的参与者

理解：保护消费者权益的相关电子商务法律

### 第四章 电子商务的业务流程

#### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生：1. 掌握电子商务的基本业务流程的内容；2. 理解电子商务的基本流程；3. 通过传统商务与电子商务的比较分析，了解他们的差异所在。

## 二、考核知识点与考核目标

### （一）传统商务的基本业务流程（次重点）

识记：商务、商务活动、商务流程；传统商务的基本流程的内容；谈判的内容

理解：传统商务的基本流程

### （二）电子商务的基本业务流程（重点）

识记：电子商务的基本流程的内容

理解：电子商务的基本流程

### （三）传统商务与电子商务的比较（一般）

识记：交易虚拟化、服务个性化等特性

理解：传统商务与电子商务的比较特点

## 第五章 企业实施电子商务的步骤

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生：1. 掌握企业电子商务系统的结构、企业电子商务系统建设的原则与方法；2. 了解如何制定企业电子商务的规划；3. 了解企业电子商务系统的可行性分析、设计及其面临的风险。

### 二、考核知识点与考核目标

#### （一）电子商务系统的结构（重点）

识记：电子商务系统的基本构成；企业内部信息系统、电子商务系统的成长过程

理解：电子商务系统的生命周期；电子商务系统的循环周期

#### （二）企业电子商务系统建设的原则与方法（重点）

识记：电子商务系统建设一般原则的内容；瀑布模型；原型化的主要思想；系统建设的四种原型

理解：电子商务系统建设的四个阶段；瀑布模型的特点

#### （三）电子商务系统的规划（次重点）

识记：电子商务系统的规划概述；企业需求分析及内容；B2B 电子商务体系结构

理解：制定发展战略的内容；电子商务系统建设人员组织规划；电子商务系统规划报告的内容

应用：模拟编写电子商务系统的规划报告

#### （四）电子商务系统的可行性分析（次重点）

识记：可行性分析的内容

理解：电子商务系统的可行性分析的内容；电子商务系统成本构成要素的内容

#### （五）电子商务系统的设计（次重点）

识记：设计阶段需求分析的内容；企业内部网、企业外部网、商务平台、

企业商务网站、域名、虚拟主机、主机托管、物理服务器、逻辑服务器、Web 服务器、电子商务解决方案

理解：网络平台设计、商务平台设计；商务网站建设的过程；电子商务方案的选择

应用：模拟电子商务系统功能设计、网站功能设计

#### （六）企业开展电子商务系统可能面临的风险（一般）

识记：企业内部风险、企业外部风险、技术选择风险、数据存取风险、战略风险、管理风险、系统风险、市场风险、法律风险、信用风险

理解：企业电子商务系统面临的内外部风险，尤其是系统性风险和其他风险之间的概念理解

## 第六章 电子商务时代的信息管理

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生：1. 掌握客户关系管理的内涵、特点和功能；供应链管理的任务和方法；2. 理解客户关系管理的管理思想、特点、功能及内容、CRM 软件的具体功能；3. 了解供应链管理面临的主要问题；4. 电子商务个性化服务等内容。

### 二、考核知识点与考核目标

#### （一）电子商务时代的客户关系管理（重点）

识记：客户关系管理内涵；CRM 的功能框架

理解：客户关系管理的管理思想；实现全面客户关系管理和深入供应链管理；客户关系管理特点；电子商务时代客户关系管理功能及内容；CRM 软件的具体功能

#### （二）电子商务时代的供应链管理（次重点）

识记：供应链管理；电子商务的宏微观层次

理解：供应链管理的核心任务；供应链管理的方法

#### （三）电子商务推荐系统（一般）

识记：个性化信息服务；电子商务推荐系统及组成

理解：个性化信息服务的意义；电子商务推荐系统的作用及技术

应用：在亚马逊、淘宝、京东商城等购物网站实践推荐功能

## 第七章 电子商务引发的企业管理变革

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生：1. 掌握供应链及构成要素、企业资源计划(ERP)、长鞭效应等概念；2. 理解供应链集成下的采购管理、渠道管理、长鞭效应形成原因、快速反应的成功条件、BPR 的工作方法及组织变革。

### 二、考核知识点与考核目标

- (一) 传统企业开展电子商务的四阶段模型（重点）  
识记：传统企业开展电子商务的四阶段模型；供应链及构成要素、价值网  
理解：企业内集成、供应链集成、价值网集成以及战略性转变的内容意义
- (二) ERP：企业开展电子商务的基础（一般）  
识记：MRP 的思想、企业资源计划（ERP）、ERP 的功能特点  
理解：传统的库存控制方法；MRP 的基本逻辑；ERP 的产生背景  
应用：ERP 系统操作认知
- (三) 供应链集成（次重点）  
识记：管理思想、供应链集成、长鞭效应、快速反应、有效顾客反应  
理解：供应链集成下采购管理、渠道管理、长鞭效应形成原因；快速反应的成功条件
- (四) 价值网集成（一般）  
识记：超企业价值网络的构成；e 化供应链管理的内容以及超企业价值网络运作的系统模型  
理解：e 化客户关系的管理过程；价值网集成与信息技术
- (五) 构建核心竞争力实现战略性转折（一般）  
识记：战略转型的表现及内容；商业合作伙伴的类型  
理解：外包对企业的意义和影响；业务过程转型、行业转型
- (六) 业务流程再造（BPR）与组织变革（次重点）  
识记：业务流程再造（BPR）；流程设计的重要因素；BPR 的工作方法；企业变革的三个层次；组织变革  
理解：业务流程再造的原则与实现；组织变革的内容；流程团队设计的一般原则；人力资源政策的重新设计

## 第八章 网络营销基础知识

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生：1. 掌握网络营销的概念与特点以及网络营销的运作方式、商务活动内容等分类；2. 理解网络营销的理论基础、网络营销的交易过程、网络商品直销的流转程序；3. 了解网络分销渠道的功能、网络分销渠道的管理、网络营销沟通的作用、网络营销沟通的策略及营销的“柠檬”问题

### 二、考核知识点与考核目标

- (一) 网络营销的概念与特点（重点）  
识记：营销、网络营销  
理解：网络营销的特点；网络营销与电子商务的关系；网络营销相对于传统营销的优势
- (二) 网络营销的理论基础（次重点）  
识记：网络营销的理论基础主要是直复营销理论、网络关系营销论、软营销理论和网络整合营销理论

- 理解：网络整合营销理论、网络软营销理论、网络直复营销理论
- (三) 网络营销的商务模式 (重点)
- 识记：网络营销的各种分类
- 理解：网络营销的交易过程
- (四) 网络营销的消费者与市场细分 (次重点)
- 识记：理性消费行为的内容；市场细分的基础变量及一般策略
- 理解：网络营销环境的变化；市场的变化
- 应用：网络购物动机及行为分析
- (五) 网络分销 (次重点)
- 识记：网络分销概念；分销渠道、分类及中介类型
- 理解：网络分销渠道的功能；网络分销渠道的管理
- (六) 网络营销沟通 (一般)
- 识记：中介服务；销售促进
- 理解：网络营销沟通的作用；网络营销沟通的策略；营销的“柠檬”问题
- 应用：网络广告浏览；网络促销的实施过程

## 第九章 网络技术和 Internet

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生应该掌握电子商务的基础设施，包括：1. 数据路由选择和基础协议； 2. Internet 技术；3. 内部网和外部网以及互联网接入的各种方案及其优缺点。

### 二、考核知识点与考核目标

- (一) 计算机网络的基本概念 (重点)
- 识记：计算机网络定义及分类；计算机网络拓扑结构概念及类型；传输介质及分类；互联网设备
- 理解：计算机网络五种拓扑结构类型
- (二) Internet 技术 (重点)
- 识记：TCP/IP 协议的概念；IP 地址概念及分类 (A\B\C 三类)
- 理解：Internet 上提供的服务及其作用
- 应用：IP 地址和域名的识别；电子邮件、Telnet 和 FTP 的使用
- (三) Intranet、Extranet 和 VPN (次重点)
- 识记：Intranet、Extranet、VPN
- 理解：Internet、Intranet 和 Extranet 的区别与联系

## 第十章 EDI 技术

### 一、学习目的与要求

通过本章学习，要求考生：1. 掌握 EDI 概念、内容及分类，EDI 的标准分类，



实现 EDI 功能的条件内容、EDI 系统五大模块内容；2. 理解电子数据交换 EDI 的应用、实现 EDI 功能条件、EDI 系统五大模块以及安全和法律问题等内容。

## 二、考核知识点与考核目标

### （一）EDI 概述（重点）

识记：EDI 概念、内容及分类

理解：EDI 的应用，将其应用扩大到服务性行业

### （二）EDI 的有关标准（次重点）

识记：EDI 的标准分类

理解：EDI 标准的未来发展

### （三）EDI 的工作原理（次重点）

识记：实现 EDI 功能的条件内容；EDI 系统五大模块内容

理解：EDI 的实现条件；EDI 的工作原理

### （四）EDI 的网络结构和服务组织结构（一般）

识记：EDI 网络拓扑结构的类型

理解：EDI 的网络拓扑结构；VAN 的电子数据交换、EDI 服务中心；分析各种类型的优缺点

### （五）EDI 的安全和法律问题（一般）

识记：EDI 涉及的法律问题；EDI 安全性的四项要求；加密技术的分类

理解：EDI 经营者面对的问题

## 第十一章 电子商务的安全技术

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生：1. 了解 Internet 上电子商务所涉及的安全隐患，分析存在的安全威胁和相应的安全措施；2. 掌握信息加密技术、数字签名技术、身份识别的方法、认证机构的职能、防火墙及其分类；3. 理解安全电子交易、安全套接层及公钥基础设施；4. 对电子商务安全技术有全面的了解。

## 二、考核知识点与考核目标

### （一）Internet 上的电子商务安全（重点）

识记：商业机密泄漏、信息破坏涉及的内容

理解：Internet 的安全隐患；Internet 上进行电子商务存在的问题

### （二）电子商务所涉及的安全技术（次重点）

识记：信息加密技术；数字签名技术；身份识别的方法；认证机构的职能；防火墙及其分类

理解：加密技术、认证技术、防火墙技术的识别以及各自优缺点的分析

### （三）电子商务安全协议（一般）

识记：安全电子交易的概念及内容；安全套接层的概念

理解：SSL 协议的优缺点；SET 和 SSL 的比较

### （四）公钥基础设施（重点）

识记：公钥基础设施实现的安全性功能及管理功能；PKI 体系部件的分类  
理解：公钥基础设施的功能及特性

## 第十二章 电子商务的资金支付

### 一、学习目的与要求

通过本章学习，要求考生：1. 掌握电子支付、电子货币、电子支票、电子现金等概念；2. 了解并使用常用网上支付工具及电子支付过程中所涉及的各种技术。

### 二、考核知识点与考核目标

#### （一）电子支付（重点）

识记：电子支付的概念及特征

理解：电子支付具有的优势

#### （二）电子货币（重点）

识记：电子货币的概念表现形式

理解：电子货币的特征；电子现金的优点、表现形式及问题；磁条卡、IC 卡、光卡的性能

应用：银行卡、信用卡的办理

#### （三）电子支付模型（次重点）

识记：电子交易五种模型

理解：电子交易五种模型的特点；SET 模型的目标、内容、流程及安全措施

应用：网络购物在线支付、支付宝等项使用

#### （四）其他电子支付相关技术（一般）

识记：网上银行两种概念模式；电子钱包的概念；SWIFT 的概念及三方面安全控制

理解：自动取款机、售货终端机、电话和客户终端、网上银行的功能

应用：自动取款机、售货终端机、电话和客户终端、网上银行的使用

## 第十三章 物流系统

### 一、学习目的与要求

通过本章学习，要求考生：1. 掌握物流系统的概念及构成、电子商务环境下供应链结构的概念、电子商务中物流配送的内涵、第三方物流的概念；2. 了解传统物流模式存在的问题，电子商务下物流系统模式及第三方物流的产生及特点。

### 二、考核知识点与考核目标

#### （一）现代物流的基本概念（重点）

识记：物流的概念及构成

理解：现代物流的目标；物流管理与供应链管理的区别与联系

应用：网络购物的快递环节

#### （二）电子商务物流系统（次重点）

识记：电子商务环境下供应链结构的概念

理解：企业内部运作网络、供应链静态网络、供应链动态网络；电子商务环境下物流系统与传统企业的比较

### （三）电子商务的物流模式（一般）

识记：电子商务中物流配送的内涵；第三方物流的概念

理解：电子商务物流体系的组建模式；电子商务下的物流系统再构造；第三方物流产生的原因及特点

## 第十四章 代理技术

### 一、学习目的与要求

通过本章学习，要求考生：1. 掌握软件代理技术的概念、智能代理的定义及特点，以及移动代理技术的概念；2. 了解代理技术的产生背景，智能代理在网上和电子商务中的应用。

### 二、考核知识点与考核目标

#### （一）软件代理的产生与发展（重点）

识记：软件代理的概念；信息获取的障碍；智能代理的概念

理解：软件代理产生的原因

#### （二）智能代理与个性化服务（重点）

识记：智能代理定义；信息服务的功能

理解：智能代理的特点；智能代理的生命周期；智能代理在电子商务领域的应用

应用：网络购物的评价及推荐环节

#### （三）移动代理技术（一般）

识记：移动代理技术的概念；移动代理系统结构

理解：移动代理的新特点；信息搜索工作流程及关键技术

#### （四）一个智能代理系统模型（一般）

识记：ECGAME 三类代理的功能

理解：ECGAME 中电子市场分布式架构

## 第十五章 电子商务的应用领域

### 一、学习目的与要求

通过本章学习，要求考生：1. 了解传统企业（如制造业、零售业）的信息化和电子商务应用及实施状况；2. 了解电子商务在旅游业、金融业和拍卖中的应用状况。

### 二、考核知识点与考核目标

#### （一）制造加工业的电子商务应用（重点）

识记：制造加工业电子商务发展的两方面问题；虚拟企业具有的三个优点；

### JIT 的核心思想

理解：精细化管理与及时制造；构建虚拟企业

应用：ERP 网络应用系统

#### （二）零售业的电子商务应用（次重点）

识记：零售业中的电子商务发展概况；连锁零售经营存在的两方面问题；零售业供应链管理涵盖的环节

理解：行业要求分析；应用范围分析

应用：手机 APP 零售服务

#### （三）金融业的电子商务应用（一般）

识记：网上银行业务范围；网络金融存在的问题

理解：银行业中的电子商务；网上证券交易

应用：网上证券交易

#### （四）教育领域的信息化发展（一般）

识记：教育领域的信息化的意义；四项具体任务

理解：教育领域的信息化的特点、意义、目标和现状

应用：网络公开课、高等院校精品课、慕课 MOOC 学习平台

#### （五）其他服务领域的电子商务应用（一般）

识记：旅游电子商务的服务对象；旅游预定网站的类型及提供的服务

理解：电子商务服务业；旅游电子商务；网上拍卖

应用：旅游自由行网络机票；饭店及旅馆的预订

## 第十六章 两个典型的电子商务案例

### 一、学习目的与要求

通过本章学习，要求考生：1. 了解 DELL 公司的网上营销方式、其直销优势和物流管理；2. 了解阿里巴巴、淘宝、支付宝为消费者提供的服务。

### 二、考核知识点与考核目标

#### （一）向网络要生意---DELL 公司（一般）

识记：DELL 营销理念、盈利的模式

理解：DELL 公司的网上营销方式；DELL 直销优势和物流管理；中国 DELL 的电子商务化物流

应用：DELL 设备的购置

#### （二）B2B、C2C 与电子支付实例---阿里巴巴、淘宝与支付宝（一般）

识记：淘宝网基本结构；买方角色在淘宝网的功能；支付宝的流程、价值及增值服务

理解：阿里巴巴旗、淘宝、支付宝的简介

应用：阿里巴巴旗下淘宝、支付宝的使用

## 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

指定教材：电子商务理论与实践，方美琪、付虹蛟，中国人民大学出版社，2005 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。

### 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 6 学分，建议总课时 108 学时，其中助学课时分配如下：

章 次	内 容	学 时
一	电子商务概述	2
二	电子商务带来的经济变革	2
三	电子商务的法律问题	2
四	电子商务的业务流程	6
五	企业实施电子商务的步骤	6
六	电子商务时代的信息管理	2
七	电子商务引发的企业管理变革	4
八	网络营销基础知识	10
九	网络技术和 Internet	10
十	EDI 技术	10
十一	电子商务的安全技术	10
十二	电子商务的资金支付	10
十三	物流系统	8
十四	代理技术	6
十五	电子商务的应用领域	10
十六	两个典型的电子商务案例	10
合 计		108

## 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 40%、“理解”为 40%、“应用”为 20%。
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、多项选择题、填空题、简答题、论述题、案例分析题等。
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. 1996 年 2 月，VISA 与 MASTERCARD 两大信用卡国际组织共同发起制定了保障在互联网进行安全电子交易的

- A. TCP/IP 协议      B. SET 协议      C. SSL 协议      D. STMP 协议

### 二、多项选择题（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. 数字证书包含的内容有

- A. 证书拥有者的姓名和公钥      B. 公钥的有效期  
C. 颁发数字证书的单位及其数字签名      D. 数字证书的序列号  
E. 数字证书的级别

### 三、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 网络按通信方式可以分为\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_。

### 四、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 简述电子商务的运作过程。

### 五、论述题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 谈谈现今电子商务所面临的安全问题有哪些。

### 六、案例分析题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

戴尔计算机公司于 1984 年由企业家迈克尔·戴尔创立。迈克尔·戴尔是目前计算机业内任期最长的首席执行官，他的理念非常简单：按照客户要求制造计算机，并向客户直接发货，使戴尔公司能够更有效和明确地了解客户需求，继而迅速地作出回应。

这重革命性的举措已经使戴尔公司成为全球领先的计算机系统直销商，跻身业内主要制造商之列。截至 2000 年 1 月 28 日的过去 4 个财季中，戴尔公司的收益达到 270 亿美元，是全球名列第二、增长最快的计算机公司，全球有 35800 名雇员。在美国，戴尔公司是商业用户、政府部门、教育机构及个人消费者市场名列第一的主要个人计算机供应商。

戴尔公司设计、开发、生产、营销、维修和支持一系列从笔记本电脑到工作站的个人计算机显然，每一个系统都是根据客户的个别要求量身定制的。

戴尔公司透过首创的革命性“直线订购模式”，与大型跨国企业、政府部门、教育机构、中小型企业以及个人消费者建立直接关系。戴尔公司是首个向客户提供免费直拨电话技术支持以及第二个工作日到场服务的计算机供应商。这些服务形式现在已经成为全球行业的标准。

戴尔公司与技术开发和缔造者建立的一对一直接关系，为顾客带了更多的好处。直线订购模式使戴尔公司能够提供最佳价值的技术方案：系统配置强大而丰富，性能表现绝对是物超所值。同时，也使戴尔公司能以更富竞争力的价格推出最新的相关技术。

从每天与众多客户的直接洽谈中，戴尔公司掌握了针对客户需要的第一手资料。戴尔公司提供广泛的增值服务，包括安装支持和系统管理，并在技术转换方面为客户提供指导服务。通过 Dell Ware 项目，戴尔公司设计并订制产品以及服务、销售包括外围硬件和计算机软件等在内的广泛产品系列。

今天，戴尔公司利用互联网进一步推广其直线订购模式，再次处于业内领先地位。戴尔在 1994 年推出了网站并在 1996 年加入了电子商务功能，推动商业向互联网方向发展。今天，今天基于微软公司的操作系统，戴尔运营着全球最大规模的互联网商务网站。该网站销售额占公司总收益的 40%~50%。戴尔 PowerEdge 服务器运作的网址包括 80 个国家的站点，目前每

季度有超过 4000 万人浏览。客户可以评估多种配置，即时获取报价，得到技术支持，订购一个或多个系统。

戴尔公司在全球 34 个国家设有销售办事处，其产品和服务遍及 170 多个国家和地区。戴尔公司总部位于得克萨斯州的 Round Rock，距奥斯丁不远，戴尔公司还在以下地方设立地区总部：香港，负责亚太地区业务；日本川崎，负责日本市场业务；英国布莱尔内尔(Bracknell)，负责欧洲、中东和非洲的业务。戴尔公司在以下 6 处地点设有生产全线计算机系统的设施：得克萨斯州的奥斯丁、田纳西州的 Nashville、巴西的 Eldorado do sul(美洲)、爱尔兰的利姆里克、马来西亚槟城和中国厦门。

1.为什么戴尔公司的网络营销如此成功呢？请结合电子商务基础理论的相关概念对 Dell 公司进行案例分析。