

高纲 4075

江苏省高等教育自学考试大纲

13479 电子商务与网络营销

南京理工大学编（2024 年）

I 课程性质与课程目标

一、课程性质和特点

《电子商务与网络营销》课程是江苏省高等教育自学考试信息管理与信息系统专业（专升本）中的一门必修课，该课程是信息管理与信息系统专业课程体系中的基础课程之一。

本课程是一门非常实用的课程，既有理论基础又有实际应用价值。课程侧重于电子商务与网络营销的理论和方法体系，同时兼顾一定的案例分析与应用的掌握。因此考生在掌握相关理论与方法的同时，一定要加强实际应用问题分析能力的培养，考生应当考察实际的各类电子商务和网络营销应用，注重解决实际问题，以便考生能把课程中所学的方法、原理应用到实际的电子商务与网络营销中。

二、课程目标

《电子商务与网络营销》课程是一门集知识和技能于一体，实践性很强的课程，课程设置的目标是鼓励考生：

1. 掌握电子商务理论和方法体系，包括电子商务概述，电子商务的技术手段，电子商务的应用模式，电子银行与电子支付，电子商务网站建设，为考生从事网站建设与管理奠定基础，提高考生运用所学知识与技能进行电子商务活动的能力。

2. 掌握网络营销的方法体系，包括网络营销概述，网上客户购买行为分析，网络营销方法，网络营销组合方法，以及网络营销效果评价与分析，能够进行实际的网络营销策略的设计与实施。

3. 熟悉电子商务和网络营销的业务规范和操作技能，具备承担电子商务项目和网络营销活动的基本业务素质 and 知识结构。

三、与相关课程的联系与区别

学习本课程应具备一定的计算机操作能力，了解计算机网络基本知识。

四、课程的重点和难点

本课程的重点在于电子商务网站建设和用户购买行为分析知识的掌握，次重点在于电子支付方式网络营销方法知识的掌握，难点在于根据电子商务应用进行电子商务网站的建设和网络营销的策划，掌握一定的网络促销技巧。

II 考核目标

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、简单应用和综合应用四个层次规定其应达到的能力层次要求。四个能力层次是递升的关系，后者必须建立在前者的基础上。各能力层次的含义是：

识记：要求考生能够识别和记忆本课程中有关电子商务和网络营销的基本理论和基础知识（如定义、分类、技术、方法、技巧、模式、步骤、效果评价、特点等），并能够根据考核的不同要求，做正确的表述、选择和判断。

领会：要求考生能够领悟和理解本课程中有关电子商务和网络营销基础知识的内涵及外延，理解电子商务技术与应用模式、电子支付、网上客户购买行为分析、网络营销方法；理解相关知识的区别和联系，并能根据考核的不同要求对电子商务和网络营销问题进行分析，做出正确的判断、解释和说明。

简单应用：要求考生能够根据已知的知识和电子商务应用的需求，对电子商务网站建设问题进行分析，设计适应的网站功能和页面以开展电子商务活动。

综合应用：要求考生能够面对具体、实际的网络营销问题，能探究解决问题的方法，分析网上客户的购买行为和决策过程，准确定位网络营销目标市场，制定网络营销组合策略，并进行实际效果的分析。

III 课程内容与考核要求

第一章 电子商务概述

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应当了解电子商务相关的基础知识，掌握电子商务的发展、概念、特点与功能，重点掌握电子商务的分类与效益。

二、考核知识点与考核要求

（一）电子商务的起源与发展过程

领会：①电子商务的起源；②电子商务的发展过程；③互联网发展对电子商务的影响。

（二）电子商务的概念、特点与功能

识记：①电子商务定义；②电子商务的特点；③电子商务的功能。

领会：①传统商务与电子商务的不同。

（三）电子商务的分类与效益

识记：①电子商务的分类；②电子商务产生的效益。

简单应用：①分析国内外运作电子商务成功企业的特点。

三、本章重点

重点：①电子商务的概念、特点与功能；②电子商务的基本分类。

第二章 电子商务技术基础

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应当了解电子商务技术基础，理解计算机网络的概念和功能、电子商务技术及 EDI 工作原理，同时能够掌握互联网、内联网、外联网三者区别。

二、考核知识点与考核要求

（一）电子商务网络技术

识记：①计算机网络的定义；②计算机网络功能；③计算机网络的分类。

领会：①互联网中的主要协议与 IP 地址。

（二）电子商务的通信手段

识记：①Internet 的定义；②Internet 的特点；③Internet 提供的服务。

领会：①Internet 的接入方式。

（三）电子商务信息技术

识记：①HTML、XML、ASP、PHP、ASP.NET、JSP 的定义；②服务器的定义；③客户机的定义。

领会：①HTML 在电子商务中的应用；②HTML 文档结构。

（四）内联网与外联网

识记：①内联网的定义；②外联网的定义；③内联网的优势。

领会：①Internet、内联网、外联网三者的区别。

（五）EDI 技术

识记：①EDI 的定义；②EDI 的构成；③EDI 的工作原理。

领会：①EDI 的优势。

简单应用：①电子商务中 EDI 的应用。

三、本章重点、难点

重点：①计算机网络基础知识（计算机网络定义、计算机网络应用、计算机网络分类、计算机网络功能、协议）；②Internet 的基础知识（定义、协议、接入方式、应用和服务）。

难点：①Internet 接入技术的特点。

第三章 电子商务的应用模式

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应当了解电子商务应用框架，理解水平型网站和垂直型网站的含义，掌握电子商务的几种交易模式。

二、考核知识点与考核要求

（一）电子商务的框架结构

识记：①电子商务的框架结构含义；②电子商务基本框架层次。

领会：①电子商务的支柱。

（二）电子商务的交易模式

识记：①B2B、B2C、C2C、B2G、O2O 的交易模式的含义；②B2B 的功能；B2B 的优势；③水平型网站含义；④垂直型网站含义。

领会：①B2B 的流程；②B2C 的购物过程。

简单应用：①了解阿里巴巴网站应用框架；②了解 B2B 流程。

三、本章重点

重点：①电子商务的交易模式；②电子商务的应用框架。

第四章 电子支付与网络金融

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应当了解电子支付的含义及发展阶段、电子货币的种类，掌握电子支付的几种主要方式、网络金融的含义及运营模式，同时要理解银行卡、电子现金、电子支票、电子钱包的功能。

二、考核知识点与考核要求

（一）电子银行简介

识记：①电子银行定义；②电子银行种类。

领会：①电子银行的优势。

（二）电子支付的概述

识记：①电子支付发展阶段。

领会：①电子支付的特点；②电子支付系统。

（三）几种主要的电子支付方式

识记：①电子支付主要方式；②电子货币的种类及其含义；③银行卡、电子现金、电子支票、电子钱包的功能。

领会：①各电子支付方式的特点和优势。

综合应用：①以中国建设银行为例，了解其网络银行开展情况及各种电子支付业务。

（四）网络金融

领会：①网络金融的定义；②网络金融的特点。

简单应用：①网络金融的运营模式。

三、本章重点、难点

重点：①电子支付和电子货币的特点；②电子银行种类。

难点：①电子支付与结算形式（银行卡、电子现金、电子支票、电子钱包）的特点和运行过程。

第五章 电子商务网站建设基础

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应当理解网站建设对于电子商务的意义与作用，了解常用的网页制作工具，理解域名分类系统、了解域名注册流程、熟悉知名的国内域名注册服务商，掌握利用中国互联网络信息中心平台查询所需信息，理解企业网站设计的基本规则和内容、明确企业商务站点的建设流程。

二、考核知识点与考核要求

（一）在互联网上发布网页的意义

识记：①网页制作对于电子商务的意义。

（二）常用网页制作工具

识记：①常用网页制作工具。

领会：①常用网页制作工具特点。

（三）互联网域名系统

识记：①域名的定义；②通用网址的定义；③网络实名的定义；④域名的分类。

领会：①域名、通用网址、网络实名的关系；②域名设计原则。

简单应用：①利用 CNNIC 平台，进行域名、通用网址或 IP 地址的查询。

（四）企业商务站点建设

识记：①企业网络建设的基本流程。

领会：①不同 CSS 引用方法的引用格式；②<link>标签功能、格式。

（五）企业网站页面设计

识记：①企业网络设计的基本内容。

领会：①企业网络的营销技术构成；②网页设计的技巧。

综合应用：①为一个小企业制定一份电子商务网站建设的策划书。

三、本章重点、难点

重点：①电子商务网站建设；②域名分类系统及注册流程。

难点：①电子商务网站设计；②电子商务网站实现。

第六章 网络营销概述

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应当了解网络营销基本知识和常用方法，理解网络营销与电子商务的关系、网络营销的职能、掌握网络营销的概念并了解网络营销的工具。

二、考核知识点与考核要求

（一）网络营销与电子商务的关系

识记：①网络营销的定义。

领会：①网络营销与电子商务的相同点；②网络营销与电子商务的区别。

（二）从 4P 到 4I 理论

识记：①4P、4C、4R、4V、4I 理念定义及其理论缺陷。

（三）网络营销的职能

识记：①网络营销职能。

（四）网络营销的工具

识记：①网络营销工具种类。

领会：①各网络营销工具的作用及其信息传递的特点。

简单应用：①网络营销工具的运用。

三、本章重点、难点

重点：①网络营销的概念；②网络营销的职能。

难点：①网络营销的工具。

第七章 网上客户购买行为分析

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应当掌握网上客户的分类及其购买过程，理解网上消费者购买行为的特点，理解组织、机构客户的特点，了解影响网上客户购买行为的因素并掌握网上客户购买行为分析报告。

二、考核知识点与考核要求

（一）网上客户

识记：①网上客户的定义；②网上客户的分类。

（二）网上消费者分析

识记：①网上消费者的特征；②影响网上消费者购买行为的因素。

领会：①网上消费需求的特征；②网上消费者的购买动机；③网上消费者购买行为分类。

综合应用：①以淘宝网站为案例，描述淘宝网当前的网络营销情况，并下载相关资料，编辑成一份报关资料。

（三）网上组织机构用户分析

识记：①网上组织机构市场的定义；②网上组织机构用户的定义。

领会：①网上组织机构用户特征。

（四）网上客户的购买决策过程

领会：①网上客户的购买决策过程。

三、本章重点

重点：①网上消费者的购买动机和影响网上消费者购买行为的因素。

第八章 网络营销的方法

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应当理解各种网络营销的概念，掌握开展网络营销的方法，学会综合利用各种网络营销方法进行营销推广。

二、考核知识点与考核要求

（一）搜索引擎营销

识记：①搜索引擎的内容；②搜索引擎营销的核心思想。

领会：①影响搜索引擎排名因素。

（二）微博营销

识记：①微博营销的含义；②微博营销的特点。

领会：①微博营销与博客营销的区别。

（三）论坛、贴吧营销

领会：①论坛营销特点；②贴吧营销特点。

（四）微信营销

识记：①微信营销的含义。

领会：①微信营销的运作方式；②微信营销的特点；③微信营销的优缺点。

（五）网络广告营销

识记：①网络广告营销的含义；②网络广告营销的优势。

三、本章重点

重点：①网络营销方法；②网络营销策略。

第九章 网络营销组合

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应当掌握网络营销组合的内容，理解网络营销产品的销售策划、促销策略和网络营销定价策略，了解网络营销渠道建设方案。

二、考核知识点与考核要求

（一）网络营销组合的内容

识记：①网络营销组合的内容；②网上销售产品的特点。

领会：①网络促销的方式；②网络营销渠道。

（二）网上产品销售策略

识记：①现代顾客的需求层次；②网络营销产品分类。

领会：①网络销售产品注意事项。

（三）网络促销策划

识记：①网络促销的定义；②网络促销与传统促销的区别。

领会：①网络促销的策略；②网络促销实施流程。

（四）网络营销渠道策略

识记：①网络营销渠道的特点。

（五）网络营销定价策划

识记：①网络营销的定价特点；

简单应用：①网络营销的具体定价策略。

三、本章重点、难点

重点：①网络营销产品的销售策划；②网络营销产品的促销策略。

难点：①网络营销定价策略。

第十章 网络营销效果评价与分析

一、学习目的与要求

通过本章学习，考生应当理解网络营销的意义，了解营销评价指标体系，掌握网络营销评价，了解商业网络竞争力分析、商业网站世界排名和网站流量分析。

二、考核知识点与考核要求

（一）网络营销效果评价

识记：①网络营销效果评价的意义；

领会：①取得顾客反馈信息的方法；②网络营销效果评价的原则。

简单应用：①网络营销的评价指标体系的建立。

（二）网络营销评价的统计分析基础

领会：①网络营销评价的方法。

（三）网络营销效果分析

领会：①网站流量分析要注意的问题。

三、本章重点

重点：①网络营销评价指标体系的建立。

IV 关于大纲的说明与考核实施要求

一、自学考试大纲的目的和作用

课程自学考试大纲是根据专业考试计划的要求，结合自学考试的特点而确定。其目的是对个人自学、社会助学和课程考试命题进行指导和规定。

课程自学考试大纲明确了课程学习的内容以及深广度，规定了课程自学考试的范围和标准。因此，它是编写自学考试教材和辅导书的依据，是社会助学组织进行自学辅导的依据，是考生学习教材、掌握课程内容知识范围和程度的依据，也是进行自学考试命题的依据。

二、课程自学考试大纲与教材的关系

课程自学考试大纲是进行学习和考核的依据，教材是学习掌握课程知识的基本内容与范围，教材的内容是大纲所规定的课程知识和内容的扩展与发挥。大纲与教材所体现的课程内容应基本一致；大纲里面的课程内容和考核知识点，教材里一般也要有。反过来教材里有的内容，大纲里就不一定体现。

三、关于自学教材

本课程使用教程为：《电子商务与网络营销》（第2版），胡启亮主编，机械工业出版社，2016年。

四、关于自学要求和自学方法的指导

本大纲的课程基本要求是依据专业考试计划和专业培养目标而确定的。课程基本要求明确了课程的基本内容，以及对基本内容掌握的程度。基本要求中的知识点构成了课程内容的主体部分。因此，课程基本内容掌握程度、课程考核知识点是高等教育自学考试考核的主要内容。

为有效地指导个人自学和社会助学，本大纲已指明了课程的重点和难点，在各章的基本要求中也指明了各章内容的重点和难点。

本课程是一门技能性、实践性很强的课，重点在于对各类电子商务和网络营销的实际应用能力，以及熟练应用各种设计策略和技巧来进行电子商务网站建设的能力和网络营销的技巧。自学考试主要是通过个人自学、教师辅导、社会助学和国家考试来考核考生掌握专业知识和能力的方法。考生应根据自己的特点，找出适合自己的学习方法，此外，考生在自学过程中，应注意以下几点：

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. 本课程内容涉及电子商务和网络营销的各个方面，知识、范围比较广泛，全书是一个整体，但各章之间又有相对独立性。考生应首先全面系统地学习各章的内容，深刻领会电子商务和网络营销中的理论知识；其次，要注意各章之间的联系；然后，在全面系统的基础上掌握重点，有目的地深入学习重点章节，但切忌在没有了解全貌的情况下孤立地去抓重点，押题目。

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。

5. 注意将电子商务和网络营销理论与实践应用相结合。考生应明白，电子商务和网络营销这门课是一门实践性很强的课程，在学习过程中切忌死记硬背，而应当尽可能多上网，观察、分析和研究实际电子商务网站的设计和网络营销案例，将课程中所讲述的基本理论知识（如电子支付模式、网站网页设计、网上客户购买行为分析等），与一定的实际相联系，并通过实际操作（如网络营销组合方式、网络促销策划）来更好地理解 and 掌握相关的理论知识。

五、应考指导

1. 如何学习

很好的计划和组织是你学习成功的法宝。如果你正在接受培训学习，一定要跟紧课程并完成作业。为了在考试中作出满意的回答，你必须对所学课程内容有很好的理解。使用“行动计划表”来监控你的学习进展。你阅读课时可以做读书笔记。如有需要重点注意的内容，可以用彩笔来标注。如：红色代表重点；绿色代表需要深入研究的领域；黄色代表可以运用在工作之中。可以在空白处记录

相关网站，文章。

2. 如何考试

卷面整洁非常重要。书写工整，段落与间距合理，卷面赏心悦目有助于教师评分，教师只能为他能看懂的内容打分。回答所提出的问题。要回答所问的问题，而不是回答你自己乐意回答的问题！避免超过问题的范围。

3. 如何处理紧张情绪

正确处理对失败的惧怕，要正面思考。如果可能，请教已经通过该科目考试的人，问他们一些问题。做深呼吸放松，这有助于使头脑清醒，缓解紧张情绪。考试前合理膳食，保持旺盛精力，保持冷静。

4. 如何克服心理障碍

这是一个普遍问题！如果你在考试中出现这种情况，试试下列方法：使用“线索”纸条。进入考场之前，将记忆“线索”记在纸条上，但你不能将纸条带进考场，因此当你阅读考卷时，一旦有了思路就快速记下。按自己的步调进行答卷。为每个考题或部分分配合理时间，并按此时间安排进行。

六、对社会助学的要求

1. 社会助学者应根据本大纲规定的考试内容和考核目标，认真钻研指定教材，明确本课程与其它课程不同的特点和学习要求，对考生进行切实有效的辅导，引导他们防止自学中的各种偏向，把握社会助学的正确方向。

2. 要正确处理重点和一般的关系。课程内容有重点与一般之分，但考试内容是全面的，而且重点与一般是相互影响的，不是截然分开的，社会助学者应指导自学考生全面系统地学习教材，掌握全部考核内容和考核知识点，并在此基础上突出重点。总之，要把重点学习同兼顾一般结合起来，切勿孤立地抓重点，把考生引向猜题押题。

七、对考核内容的说明

1. 本课程要求考生学习和掌握的知识点内容都作为考核的内容。课程中各章的内容均由若干知识点组成，在自学考试中成为考核知识点。因此，课程自学考试大纲中所规定的考试内容是以分解为考核知识点的方式给出的。由于各知识点在课程中的地位、作用以及知识自身的特点不同，自学考试将对各知识点分别按四个能力层次确定其考核要求。

2. 本大纲在考核目标中,按照识记、领会、简单应用和综合应用四个层次要求考生掌握,四个能力层次是递进关系。

3. 课程分为十部分,分别是电子商务概述、电子商务技术基础、电子商务的应用模式、电子支付与网络金融、电子商务网站建设基础、网络营销概述、网上客户购买行为分析、网络营销的方法、网络营销组合、网络营销效果评价与分析。

八、关于考试命题的若干规定

本课程的命题考试,应根据本大纲规定的考试内容和考核目标来确定考试范围和考核要求,按大纲规定试题中主观性题和客观性题的比例来组配试卷,适当掌握试题的内容覆盖面、能力层次和难易度。

1. 本大纲各章所规定的基本要求、知识点及知识点下的知识细目,都属于考核的内容。考试命题既要覆盖到章,又要避免面面俱到。要注意突出课程的重点、章节重点,加大重点内容的覆盖度。

2. 命题不应有超出大纲中考核知识点范围的题目,考核目标不得高于大纲中所规定的相应的最高能力层次要求。命题应着重考核考生对基本概念、基本知识和基本理论是否了解或掌握,对基本方法是否会用或熟练。不应出与基本要求不符的偏题或怪题。

3. 本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为:识记占 30%,领会占 30%,简单应用占 30%,综合应用占 10%。

4. 试题要合理安排难度结构。试题难易可分为易、较易、较难、难四个等级。每份试卷中,不同难易试题的分数比例一般为:易占 30%、较易占 30%,较难占 30%,难 10%。注意,试题的难易度与能力层次不是一个概念,在各能力层次上都会存在不同难度的问题。

5. 本课程考试试卷中可能采用的题型有:单项选择题、填空题、名词解释、简答题、论述题、案例分析题。

6. 考试方式为闭卷、笔试,考试时间为 150 分钟。评分采用百分制,60 分为及格。考生只准携带 0.5 毫米黑色墨水的签字笔、铅笔、圆规、直尺、三角板、橡皮等必需的文具用品,不可携带计算器。

附录 题型举例

一、单项选择题

1. Internet 是目前全世界规模最大、信息资源最多的计算机网络，它是一个（ ）

- A. 外部网 B. 专用网 C. 公共信息网 D. 城域网

参考答案： C

2. 对我国电子商务应用现状描述不正确的是（ ）

- A. 不少传统产业与中西部地区电子商务发展相对落后
B. 大部分电子商务网站功能强大，能完成网上购物、网上支付
C. 传统商业与电子商务将长期并存
D. 大部分电子商务是非支付型的，网上营销，网下支付

参考答案： D

二、填空题

1. 电子商务按照交易的网络范围可以分为本地电子商务、国内电子商务和_____。

参考答案：全球电子商务

三、名词解释

1. 电子支付

参考答案：电子支付（Electronic Payment）是指以计算机和通信技术为手段，通过计算机网络统计，以电子信息传递形式实现的货币支付与资金流通。

四、简答题

1. 简述电子支付的主要方式。

参考答案：

- ①银行卡支付方式；②第三方网络支付方式；③电子现金支付方式；④电子支付方式；
⑤电子钱包。

五、论述题

1. 网络促销和传统促销的区别是什么？

参考答案：

（1）网络促销是一种“软”营销。传统营销是一种强势营销，网络营销注重的是与消费者建立起一种相互信任的关系，在交流产品信息的同时交流感情。

（2）网络促销活动具有互动性。传统营销观念中的促销策略是以面向大众为主的，是

单一性的，以宣传劝说位置还要方式的。而网络营销中的促销策略具有针对性强、消费者选择余地大、信息传递与反馈快捷、信息覆盖面全而廉价的特点给。

(3) 网络促销具有无限的空间。网络空间在时间和空间上、信息传播模式上、消费者参与程度上都发生了较大的变化。

(4) 网络促销占用的时间是有价的。传统营销中时间和空间一样也是有昂贵而有限的，网络促销的时间是由消费者花费的，是有价值的上面。

六、案例分析题

1. 阅读背景材料，完成后面的题目。

背景材料：深圳市容大节能科技有限公司是致力于新材料开发应用的高科技节能、环保产品的开发、生产和销售。与国内外纳米研究机构、汽车工程研究部门、环保部门、内燃机生产厂商等有着广泛的研发合作和技术交流。该公司在节能方面算是做得有名气的，也建有公司的网站，但由于没有重视网络推广，公司网站访问量少，影响了公司网络营销的发展。经过分析发现，公司的网站流量一直很低。现在是互联网时代了，他们也想尝试做一下网络推广，提高公司的网站流量，后来通过别人的介绍知道了天助公司的中国商机发布引擎，他们就尝试地做了，效果非常好，网站的流量也快速上升，互联网上一些知名的推广平台几乎都有容大节老的产品信息。例如，环保燃气节能器、环保型汽车节油器、深圳燃气节能器等，都能在百度、谷歌等搜索引擎的首页出现。

问题：

- (1) 企业商务网站建成后，网站流量的多少对企业网络营销有什么影响？
- (2) 在进行网站流量分析时需要注意哪些问题？

参考答案：

- (1) 从入门级、初级、中级、高级网络营销四种类型进行分析。
- (2) 从缓存问题、防火墙过滤、不同的地理位置、网页计数器缺陷等方面进行分析。