

## 电子商务

课程编号: 02816080

学 分: 2

课程性质: 选修

先修课程: 无

授课对象: 研究生

任课教师: 邱凌云

开课学期: 2013 年秋

---

任课教师联系方式: 邱凌云

(电子邮件: qiu@gsm.pku.edu.cn, 电话: 62757557, 办公室: 光华新楼 357 室)

辅导答疑时间: 通过邮件或电话预约。

### 一、项目培养目标

学习目标 1 系统掌握从事学术研究所需要的专业知识及理论。
具体目标 1、系统掌握本学科基础知识及基本理论
具体目标 2、掌握本学科前沿知识和理论、具有足够的相关领域的知识
具体目标 3、熟练掌握本学科的研究方法
学习目标 2 具有从事创新性研究的能力; 能够撰写并发表高质量的毕业论文和学术论文
具体目标 1、撰写高质量的毕业论文和学术论文
具体目标 2、具有高水平的分析能力和批判思维能力, 能够创造性地解决问题
学习目标 3 具有宽阔的国际视野, 能够与国际学者进行交流、合作的能力。
具体目标 1、具有优秀的口头交流和文字交流能力
具体目标 2、能够熟练地运用至少一门外语进行学术交流与沟通
学习目标 4 了解学术伦理, 具有强烈的社会责任感、关注社会问题
具体目标 1、了解社会责任感的重要性
具体目标 2、了解学术生涯中的学术道德问题
具体目标 3、关注现实社会问题

### 二、课程概述

本课程将重点介绍与电子商务相关的商业模式和支撑技术, 通过小组讨论和案例分析等多种形式梳理各类型企业通过互联网扩展业务时的战略选择和特点。此外, 我们还将总结与电子商务有关的前沿研究课题, 通过阅读并讨论重点相关文献, 帮助学生了解电子商务领域相关研究的主要类别、主题和研究方法, 为未来进行本领域的研究打下坚实基础。

### 三、课程目标 (包括学生所提高的技能要求), 本课程目标如何服务于项目的培养目标

通过学习本课程，学生将：

- 了解电子商务的基本商业模式和技术
- 了解不同类型的电子商务的发展战略
- 了解当前国内外电子商务研究的主要方向
- 结合所在专业，提出一个与电子商务相关的研究问题

#### 四、 内容提要及学时分配

教学周:	课程内容
第 1 周	• 电子商务研究概述
第 2 周	• 电子商务战略
第 3 周	• 电子商务相关技术
第 4 周	• 电子商务用户体验设计
第 5 周	• 网络购物中的消费者行为
第 6 周	• 网络营销
第 7 周	• B2B 电子商务
第 8 周	• 电子商务价值评估和项目管理
第 9 周	• 社交网络
第 10 周	• 移动互联网
第 11 周	• 期末作业报告

#### 五、 教学方式

课堂讲授结合案例分析、小组讨论

#### 六、 教学过程中 IT 工具等技术手段的应用

课堂讲授时使用 PPT 工具

#### 七、 教材

参考教材：电子商务（原书第 9 版），Gary P. Schneider 著，机械工业出版社，2011。

## 八、参考书目

来自 International Journal of Electronic Commerce, Journal of Electronic Commerce Research, Electronic Commerce Research and Application, Journal of Interactive Marketing, Information & Management 等期刊的相关论文

## 九、教学辅助材料，如 CD、录影等

关于电子商务应用的新闻片段及视频资料

## 十、课程学习要求及课堂纪律规范

- 课前完成指定阅读材料的浏览；
- 按时完成个人或小组作业；
- 课堂纪律规范：与北京大学关于课堂纪律规范的规定相同

## 十一、学生成绩评定办法（需详细说明评估学生学习效果的方法）

- 课堂参与：10%
- 案例报告：20% （2 次，每次 10%）
- 专题讨论：20%
- 期末报告：50%