

电子商务

经济与管理学院简介

经济与管理学院（以下简称经管学院）现有全日制本科学生 3156 余名，长期留学生 240 名，研究生 6 人，是目前全校办学规模最大的二级学院。

经管学院现有经济与金融系、国际贸易与商务系、营销与公共管理系、财务管理系、工程管理系、信息管理系等 6 个系，有 3 个二级学科硕士学位授权点“国际商务”、“应用统计”、“土木建造与管理”，有国际经济与贸易、经济学、金融工程、财务管理、市场营销、国际商务、物流管理、工业工程、信息管理与信息系统、电子商务和公共事业管理等 11 个本科专业，专业所属学科横跨经济学、管理学 2 大学科门类。其中国际经济与贸易专业为省校两级重点建设专业、省“十二五”普通本科高校新兴特色专业，管理科学与工程为校级重点学科。从 2009 年起，学院先后开设了全英语授课的国际经济与贸易及市场营销两个专业。2013 年起招收中美国际合作经济学（金融服务方向）专业。

经管学院秉承“崇德尚用，求真创新”的校训，借鉴德国应用科学大学（FH）办学经验，坚持“经世济用，创业创新”的育人理念，致力于培养具有国际化背景的高层次应用型经济管理人才，服务于地方经济建设。

目 录

1. 通识教育课程

现代管理基础.....	1
人力资源管理.....	6
管理心理学.....	9
中国古代管理艺术.....	13
市场营销.....	18
电子商务.....	23
财务管理.....	26
会计学.....	30
生产与运作管理.....	34
现代物流.....	39
博弈论.....	44
Office 高级应用.....	47

2. 电子商务

KAB 和创业导论.....	52
经济法.....	57
管理学原理.....	61
微观经济学.....	67
基础会计学.....	73
统计学原理.....	77
管理信息系统（双语）.....	82
运筹学.....	86
管理统计学.....	89
市场营销学.....	94
电子商务概论（双语）.....	99
Java 语言程序设计.....	103
数据结构.....	108
网页设计与制作.....	114
数据库原理与应用.....	119
ERP 原理与应用.....	124
网络营销技术应用.....	129
计算机网络与应用.....	134
电子商务运营管理.....	140

电子商务系统分析与设计.....	145
国际贸易理论与实务.....	150
消费者行为学.....	155
互联网产品设计.....	161
电子商务物流.....	166
网络金融与电子支付.....	171
电子商务安全技术.....	176
客户关系管理.....	180
新兴电子商务专题.....	184
Java 高阶.....	188
WEB 程序设计.....	192
移动商务应用开发.....	197
交互设计.....	202
财务管理.....	207
信息技术基础.....	211
技术经济学.....	215
物联网技术与应用.....	220
决策支持系统.....	224
浙商创业经典案例.....	228
人力资源管理.....	233
市场调查与预测.....	237
数据仓库与大数据挖掘.....	241
生产运作管理.....	247
互联网创新与创业.....	251
项目管理.....	256
营销渠道管理.....	260
基础会计实验.....	264
电子商务系统软件综合实验.....	267
Java 程序设计综合实验.....	271
电子商务运营课程综合实验纲.....	274
移动应用开发综合实验.....	277
认知实习.....	280
企业 ERP 沙盘模拟.....	283
创业综合实训.....	286
企业仿真虚拟实习综合实训.....	289

网络营销策划实践.....	291
电子商务市场调查分析.....	294
学年论文.....	297
数据库课程设计.....	299
Java 高阶课程设计.....	301
电子商务系统分析与设计课程设计.....	304
管理实习.....	307
毕业实习.....	310
毕业设计（论文）.....	313

现代管理基础课程教学大纲

课程代码：0615C395

课程名称：现代管理基础 / Foundation of Management

开课学期： 1—7

学分/学时： 2/32（理论： 32）

课程类别：校选修课/通识教育类

适用专业/开课对象：各专业/各年级

先修课程/后修课程：无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 李於洪

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是全校各专业、各年级学生的选修课。在现代社会中，管理作为有助于实现目标的一种有效手段，可以说无时不在，无处不在，不管从事何种职业，人人都在参与管理：或管理国家，或管理业务，或管理家庭，或管理子女。国家的兴衰，企业的成败，家庭的贫富，无不与管理是否得当有关。对于大学生来说，一旦走上社会，人人不是从事管理就是被人管理，通过学习该门课程，可以比较系统地了解组织的运转过程或管理者的行为方式，从而有助于学生更好地适应这个社会，增强生存能力。本课程主要研究管理过程、管理结构、管理行为、管理决策等基本理论和方法。通过这门课的学习，使学生了解和掌握现代管理学的框架结构，系统地把握管理理论的主要内容、重要性及其内在联系，熟悉履行各项管理职能的基本程序和原则，掌握目标制定、计划、决策、组织、沟通、领导、控制的主要原理与常用方法，并能灵活的应用到解决实际管理问题中去。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1.1 具有良好的人文素养、社会责任感和爱国敬业精神；具有诚信意识，注重职业道德，自觉遵纪守法。

体现在通过自我管理、组织文化、管理者的角色分工、管理者的领导影响力、权力的运用等内容的学习。

1.2 具有求真务实精神和严谨的科学素养。

体现在科学决策和理性决策过程的学习、组织结构的设计、行为动机与激励等内容的学习。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 管理与管理学（2 学时）

了解管理的起源；理解管理的概念、管理的功能和实质、管理的重要性、管理的科学性与艺术性的统一；掌握管理的基本职能和一般过程、管理有效性的衡量方法、效率与效益的相互关系。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

2. 组织及其绩效影响因素（4 学时）

了解组织产生的原因；理解组织的功能；掌握组织环境的定义及其组成要素；能够区分某一因素是否是环境因素以及是何种环境因素；知道各种环境因素对组织绩效的可能影响；能对某一特定组织的任务环境进行分析；理解组织文化的内涵、特点及对管理的影响。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

3. 管理者（2 学时）

清楚管理者的特征，能区分谁是管理者；知道管理产生的原因，清楚管理者在组织中充当的角色；掌握管理者的分类，清楚各级管理者的职责；清楚管理者应承担的责任和管理者的基本职责。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

4. 管理思想的演变（3 学时）

了解西方管理思想的发展过程，掌握不同管理思想的特点及其主要学派的基本观点；知道各管理学派的主要代表人物及其贡献。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

5. 目标及其确定（2 学时）

理解目标在管理中的重要性；能区分组织宗旨和组织目标，掌握组织目标的基本特点；清楚组织目标与个人目标的关系；掌握确定目标的基本原则，了解目标的确定过程。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

6. 计划及其制定（1 学时）

掌握计划的基本构成要素；掌握计划的分类，清楚各种计划之间的区别；理解进行计划的益处；清楚制定计划的基本步骤和计划审定方法。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

7. 决策及其过程（3 学时）

掌握科学决策理论的基本观点；明确决策在管理工作中的地位；了解各种决策类型；清楚理性决策的基本过程。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

8. 组织结构的设计（2 学时）

了解不同的组织设计理论的基本观点和特点，掌握各种环境因素对组织结构的影响；清楚组织结构与组织成员之间的关系。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

9. 人员的配备（3 学时）

掌握人员配备工作的内容和基本原则；知道获得人员的基本途径和选聘人员的基本方法；了解培训的重要性以及员工培训的常用方法。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

10. 权力的分配（1 学时）

理解权力的含义，掌握不同性质权力的区分和它们之间的关系；知道授权的重要性，了解授权的过程，掌握授权的基本原则。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

11. 领导理论（2 学时）

知道领导影响力的来源及其构成，了解威信的组合因素和领导影响力的基本方法；清楚领导者和管理者的区别；了解领导品质理论、领导行为理论和领导权变理论之间的区别；了解各种具体的领导理论的具体观点，掌握一些典型的领导理论并能运用于实际问题分析。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

12. 沟通方法（2 学时）

理解沟通在管理中的重要性；了解信息沟通的基本方式；知道自我沟通的目的和方法；清楚个体行为对沟通的影响，知道人际沟通中的主要障碍，掌握改善人际沟通的方法。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

13. 激励原理（4 学时）

了解基本的人性学说；理解人的行为产生的原因和激励机制，清楚需求、动机、行为、目标和激励之间的关系；了解各种激励理论，掌握主要的激励理论并能运用于实际分析。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

14. 控制基础（1 学时）

理解控制的概念和作用，了解控制与其他管理职能之间的关系；知道控制系统的构成要素；掌握控制的基本前提，清楚控制的基本过程；掌握控制的基本原则，知道基本的控制类型及其适用特点；熟悉各种常见的经营控制方式；了解人们反对控制的原因、表现形式和管理者对待人们抵制的方法。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

三、教学方法

该门课程的授课对象是全校各专业各年级的本科生，工科学生居多。本科生走上社会共同面临着“不是管理别人，就是被人管理”的现实工作环境，还要学会自我管理，以便在竞争的社会环境中以良好的个人素质、修养和品德赢得社会的认同、获得更多的发展机会。一旦得以晋升，成为管理者，就要从组织层面学会管理。该门课程正是以组织管理为研究对象，研究一般的管理问题。本课程采用系统授课和案例分析及课堂讨论相结合的方法。系统授课讲授管理的理论、方法，并以小案例阐释观点；各教学单元结束都有案例分析，通过课堂讨

论完成，主要由学生分析，教师点评或者阐述自己的观点与学生探讨。教师可以选择一部企业家的教学片给学生看，提出探讨的问题，课堂讨论。每章结束布置数量不等的作业，加深学生对所学内容的理解和记忆。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	管理与管理学	2			2	
2	组织及其绩效影响因素	4			4	
3	管理者	2			2	
4	管理思想的演变	3			3	
5	目标及其确定	2			2	
6	计划及其制定	1			1	
7	决策及其过程	3			3	
8	组织结构的设计	2			2	
9	人员的配备	3			3	
10	权力的分配	1			1	
11	领导理论	2			2	
12	沟通方法	2			2	
13	激励原理	4			4	
14	控制基础	1			1	
合计		32			32	

五、课外学习要求

学生自主学习的内容及要求是通过课外阅读：了解一些知名企业家管理的风格、取得的绩效、对社会的贡献、获得社会怎样的评价等等。依据学生自己兴趣，可以选择阅读管理理论创始人的传记，或者知名企业家的传记，或者著名的理论著述，或者与与管理者相关的扩展知识、培养品格和修养的著述。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（）；考查（√）

本课程成绩由平时成绩和期末成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查遵守学校规定考勤纪律情况、平时作业完成情况和课堂讨论案例分析等。

重点支持毕业要求指标点：1.1、1.2。

期末考试成绩占 70%。考查课，采用开卷考试。考核内容包括教学大纲的授课内容。重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2。

七、持续改进

本课程根据管理学最新发展不断增补新案例替换旧案例从而改进教学内容与社会经济发展同步；每年将新阅读的有价值的文献推荐给学生从而增进学生课外阅读的兴趣，以改进教学效果；对学生或学校教学督导组提出的教学改进意见仔细斟酌，加以改进，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 邢以群著. 管理学（第四版）[M]. 杭州：浙江大学出版社，2016

参考资料：

[1] 斯蒂芬·P·罗宾斯著. 毛蕴诗主译. 《管理学原理与实践》（第 7 版）[M]. 北京：机械工业出版社，2010

[2] 周三多主编. 《管理学教与学导引》[M]. 上海：复旦大学出版社，2005

[3] 周三多主编. 《管理学习题与案例》（第三版）[M]. 北京：高等教育出版社，2010

人力资源管理课程教学大纲

课程代码：0615C396

课程名称：人力资源管理/Human Resources Management

开课学期：不限

学分/学时：2/32（理论 22，习题 2，研讨 8，课外学时 32）

课程类别：校选修课/通识教育类

适用专业/开课对象：全校

先修课程/后修课程：

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：卢玮

执笔人：樊钱涛

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

《人力资源管理》课程是阐述开发人力资源，提高人力资源素质以及如何合理使用人力资源的理论、原则、方法的科学。它是为培养学生的人力资源管理的基本理论、知识和能力设置的一门专业基础课。本课程教学总的目标要求是：使学生认识人力资源在经济、社会发展中的地位作用（指标点 1）；掌握人力资源管理的基本理论、基本知识和基本方法（指标点 2）；培养从事人力资源管理工作的能力（指标点 3）；为其他专业课的学习和今后的工作奠定基础。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 人力资源管理概述：（学时：4）

通过学习，理解人力资源的特点和作用；掌握人力资源管理的内容和作用；理解人力资源管理的基本原理；了解当代人力资源管理与传统的劳动人事管理的区别。

教学重点与难点：人力资源管理的内容和作用。

重点支持指标点 1。

2. 工作分析：（学时：4）

通过学习，理解工作分析的地位和作用；了解工作分析的程序和方法；掌握工作说明书的内容。

教学重点与难点：工作说明书的内容。

重点支持指标点 2。

3. 人力资源规划：（学时：4）

通过学习，了解人力资源规划的含义和作用；理解影响人力资源需求的因素；掌握人力资源需求和供给的预测方法以及编制人力资源规划的方法。

教学重点与难点：人力资源需求和供给的预测方法以及编制人力资源规划的方法
重点支持指标点 2。

4. 人员招聘：（学时：4）

通过学习，了解招聘的作用；掌握招聘的原则、程序和方法。

教学重点与难点：招聘的原则、程序和方法。

重点支持指标点 2、3。

5. 人员培训：（学时：4）

通过学习，理解人员培训的意义；了解人员培训的原则和形式；掌握人员培训管理及人员培训的方法；了解职业生涯管理的意义。

教学重点与难点：人员培训管理及人员培训的方法。

重点支持指标点 2、3。

6. 绩效考核：（学时：6）

通过学习，理解绩效考核的意义；了解绩效考核的原则和特点；掌握绩效考核的种类、程序和方法。

教学重点与难点：绩效考核的种类、程序和方法。

重点支持指标点 2、3。

7. 薪酬管理：（学时：6）

通过学习，了解薪酬管理的基本思想；理解薪酬制度的主要形式；掌握薪酬制度的设计原则、程序和方法。

教学重点与难点：薪酬制度的设计原则、程序和方法。

重点支持指标点 2、3。

三、教学方法

多媒体教学。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	人力资源管理概述	4			4	4
2	工作分析	4			4	4
3	人力资源规划	2		2	4	4
4	人员招聘	2		2	4	4

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
5	人员培训	2		2	4	4
6	绩效考核	4	2		6	6
7	薪酬管理	4		2	6	6
合计		22	2	8	32	32

五、课外学习要求

- 1、完成课程小论文一篇；
- 2、每次课程，根据老师的要求完成相应的课后作业。
- 3、阅读教材以及老师推荐的教学参考书（每学期应推荐教学参考书三本以上）。

六、课程考核方法及要求

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（）；考查（√）

总评成绩构成：平时考核（20）%；期末考核（80）%

平时成绩构成：考勤考纪（10）%；作业（10）%

七、持续改进

八、建议教材及参考资料

建议教材：

陈维政，《人力资源管理》，高教出版社，最新版

参考资料：

- 1、雷蒙德·A·诺伊等，人力资源管理：赢得竞争优势，中国人民大学出版社，最新版
- 2、劳伦斯 S. 克雷曼，人力资源管理：获取竞争优势的工具，机械工业出版社，最新版
- 3、Gary Dessler，HUMAN RESOURCE MANAGEMENT，清华大学出版社 Prentice-Hall International, Inc.，最新版
1. 萧鸣政著，《人力资源开发的理论与方法》，高教出版社，最新版
2. 赵曙明著，《国际企业：人力资源管理》，南京大学出版社，最新版

管理心理学课程教学大纲

课程代码：0615C397

课程名称：管理心理学/ Psychology of Management

开课学期：6

学分/学时：2/32（理论 32）

课程类别：校选修课/通识教育类

适用专业/开课对象：全校

先修/后修课程：消费行为学/零售管理，营销渠道管理等

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：审核人：卢玮

执笔人：陈思静 审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

通过本课程的学习，使学生比较系统地获得管理心理学的基本概念、基础知识和基本理论；理解管理情景下人的心理规律；学会管理心理学的基本研究方法，帮助学生摆脱关于行为的直觉观点，学会系统地分析人的行为，认识和分析组织中的人的心理和行为问题，提高学生解释行为和预测行为的准确性，发展解决这些问题的能力；培养学生运用心理学规律分析并解决管理中实际问题的能力，为培养学生的企业家才能和素质打下坚实的基础。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1 了解渠道构造和组织管理。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 管理心理学的体系、发展和研究方法（6 学时）

了解管理心理学的历史演变，研究的数据分析与其他方法；理解我国管理思想与管理心理学的发展；掌握管理心理学的理论体系与管理环境，掌握研究的构思与设计。

2. 知觉、归因理论和个体决策（4 学时）

了解人的一般知觉过程及其规律；了解归因偏差；理解社会知觉及其在管理中的意义；理解归因与任务绩效之间的关系；掌握知觉信息加工理论；掌握归因理论；掌握个体决策理论。

3. 个性与心理测验（4 学时）

了解能力与个性的测量；理解能力与技能的概念；理解管理技能与胜任力的概念；理解个性的概念；理解工作于管理情景下的个性研究；掌握个性的特质理论。

4. 价值观与态度（2 学时）

了解价值观概念和类型；了解工作态度的基本成分与功能；理解工作与管理情景中的价

价值观；掌握工作满意感的理论与测量；掌握管理价值观与工作绩效的关系。

5. 激励理论（4 学时）

了解工作激励策略；了解综合激励应用；理解激励的概念；理解管理者激励机制；掌握需要理论、成就动机理论、双因素论；掌握激励的过程理论。

6. 群体心理与行为（4 学时）

了解群体的发展阶段及其特征；了解影响群体内聚力的因素；了解群体决策的性质与特点；理解群体规范的概念；理解群体内聚力的概念和测量；理解群体决策的偏差；掌握群体的理论；掌握改进群体决策的途径。

7. 管理沟通（4 学时）

了解沟通的概念及沟通过程；了解组织沟通网络；了解外向性组织沟通和电子沟通；理解影响沟通效能的因素；掌握沟通的模式，掌握沟通技能。

8. 权力与政治（4 学时）

了解权力与政治的基本概念；理解员工必须善于运用权力，通过适当的政治手段来达到组织和个人目标；理解如何界定和防范性骚扰；掌握权力的五种类型。

重点支持毕业要求指标点 1。

三、教学方法

本课程采用课堂教学为主，结合课外学习及课内交流讨论的教学方法。

1. 课堂教学主要介绍社会心理学的理论与方法、自我概念、社会认知、社会行为、态度与偏见、人际关系、社会交换与社会影响、团体心理与行为。引导学生观察现实生活中的社会心理学问题；引导学生对学习生活中的心理学问题进行分析总结，将社会心理学理论应用于实践中。

重点支持毕业要求指标点 1。

2. 课外学习和课内讨论主要通过学生自主学习，案例分析、探究式及研究式的方法在课堂内演讲讨论交流，培养自主学习的能力和终身学习的意识，能用社会心理学的研究方法和相关理论对问题进行分析解释，并提出可行的解决方案。

重点支持毕业要求指标点 1。

四、课内外教学环节及基本要求

本课程理论环节共 32 个学时，讲授 16 周（每周 2 学时）1；课外 32 学时。课内外教学安排见表 4-1, 和课外学习要求。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	管理心理学的体系、发展和研究方法	6			6	4
2	知觉、归因理论和个体决策	4			4	4
3	个性与心理测验	4			4	4
4	价值观与态度	2			2	4
5	激励理论	4			4	4
6	群体心理与行为	4			4	4
7	管理沟通	4			4	4
8	权力与政治	4			4	4
合计		32			32	32

五、课外学习要求：

1. 查阅资料，收集日常学习或生活中与管理心理学相关的实际问题，用管理心理学的研究方法和相关理论对问题进行分析和解释，提出可行的解决方案；（16 学时）

重点支持毕业要求指标点 1。

2. 制作不少于 12 页的 PPT 在课堂上分组交流。（16 学时）

重点支持毕业要求指标点 1。

六、考核内容及方式

本课程成绩由平时成绩、期末考试组合而成，采用百级计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 40-60%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，运用相关理论和知识解决实际问题的能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 1。

期末成绩占 40-60%，采用开卷形式，考试课。题型为判断题、选择题、简答题、论述题、案例分析题等。考核内容主要包括管理心理学的体系、发展和研究方法，占总分比例 20%；知觉、归因理论和个体决策，占总分比例 20%；个性与心理测验、价值观与态度，占总分比例 20%；激励理论，占总分比例 20%；群体心理与行为、管理沟通、权力与政治，占总分比例 20%；主要支撑毕业要求指标点 1。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

- [1] 陈国海. 管理心理学（第二版）[M]. 北京：清华大学出版社，2012 年
- [2] 戴维·迈尔斯 (David G.Myers). 社会心理学（第 11 版）[M]. 北京：人民邮电出版社，2016

参考资料：

- [1] 王重鸣. 管理心理学 [M]. 北京：人民教育出版社，2001
- [2] 俞文钊. 管理心理学（第四版）[M]. 大连：东北财经大学出版社，2012
- [3] 刘永芳. 管理心理学 [M]. 北京：清华大学出版社，2008
- [4] 苏东水. 管理心理学[M]. 上海：复旦大学出版社，2011

中国古代管理艺术

课程代码：0615C347

课程名称：中国古代管理艺术/Theories and Art of Chinese Ancient Management

开课学期：

学分/学时：2 /32（理论：32）

课程类别：校选修课/通识教育类

适用专业/开课对象：全校本科生

先修课程/后修课程：管理学、微观经济学、宏观经济学/经济史、经济思想史

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：张萍

执笔人：孔祥来

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是经管类专业学生拓展复合层次选修课程之一，通过该课程学习可了解和汲取中国古代国家和社会经济管理的有益经验和思想智慧。本课程通过系统讲授儒家、道家、法家、商家、兵家等经典学派的管理思想和管仲、范蠡、刘邦、项羽、韩信、曹参、陈平、李世民、刘晏、王安石、曾国藩等管理实践的成败得失经验，使学生掌握诸家管理思想的精髓及其在具体管理实践中的运用之妙。通过本课程教学，学生应达到系统掌握诸家管理思想精髓并能在有效付诸实践的教学目标。

《中国古代管理思想和管理艺术》是经管类专业学生拓展复合层次选修课程之一。通过本课程学习，使学生能较系统地掌握道家、儒家、法家、《管子》、商家、兵家等经典学派的管理思想和中国古代经典管理思想的运用之妙，初步具有一定的管理素养，为培养学生的企业家才能和素质打下坚实的基础。

本课程主要介绍儒家、道家、法家、商家、兵家等经典学派的管理思想和管仲、范蠡、刘邦、项羽、韩信、曹参、陈平、李世民、刘晏、王安石、曾国藩等的管理实践。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

- 1 了解中国古代经济管理思想的历史演变及其实践，理解中国古代经济管理思想的经典论述及其内涵；
- 2 理论联系实际，学以致用，能够将中国古代经济管理思想的方法和智慧应用于分析和解决现实经济管理问题；
- 3 继承中国传统思想文化的优秀精神，提高文化自信和民族自尊，培育积极的价值观、人生观和世界观，实现有意义的人生。

体现在通过熟练掌握中国古代各派管理思想的精髓和重要的管理实践经验，理解中国社会经济发展和企业组织的历史特点，有效运用中国古代的管理智慧和思想理论解决当代的经

济管理问题。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 范蠡的经营之术与实践（2 学时）

了解范蠡治国理政和从事商业活动的历史事迹；理解范蠡将治国之术运用到商业经营活动中的重大转变；掌握范蠡的主要管理思想和经营之术。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

2. 孙子的战略和战术思想（2 学时）

了解孙子的历史事迹和《孙子兵法》的基本内容；理解战略、战术和战略管理的内涵及关系；掌握孙子的重要战略思想和战术思想。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

3. 黄老的“无为而治”思想（2 学时）

了解黄帝学和老子学向黄老之学的历史演进，理解《老子》中的基本管理思想和管理艺术，掌握黄老“无为而治”的内涵和实践技术。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

4. 法家的管理思想与管理实践（2 学时）

了解法家学派的形成及其代表人物商鞅、韩非、李斯的历史事迹，理解韩非对于法家思想主张的重要论述，掌握法、术、势的内涵及其在管理中的具体运用。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

5. “利出一孔”和“善者因之”（2 学时）

了解管仲、司马迁的历史事迹和《管子》、《史记》的成书过程、基本内容，理解《管子·轻重》诸篇和《史记·货殖列传》提出的各种经济管理思想，掌握“利出一孔”和“善者因之”的内涵及历史实践。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

6. 儒商与“义利之辨”（2 学时）

了解儒商产生的历史背景及其经营特点，理解“义利之辨”的内涵和在经济管理活动中的重要意义，掌握儒家学者讨论义利关系的基本观点和实践。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

7. 半部《论语》治天下（2 学时）

了解“半部《论语》治天下”的历史典故，理解“半部《论语》治天下”的真实内涵及其在中国历史上的重要影响，掌握孔子对“孝”的论述及其在管理中的重要价值。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

8. 儒家的德治、仁政和礼治思想（6 学时）

了解儒家管理思想的形成、基本内容和历史演变，理解德、仁、礼及德治、仁政、礼治之间的逻辑关系，掌握德治、仁政和礼治的基本内涵及其实践。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

9. 儒家管理思想的人性基础（2 学时）

了解不同管理思想背后的人性假设及历史上的主要人性观，理解为什么无论性善论还是性恶论都强调制度规范的重要性，掌握孟子、荀子人性论的内容及其管理思想的逻辑。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

10. 儒家管理思想的超越性意义（2 学时）

了解管理哲学的内容和对根本性价值的探讨，理解儒家管理思想必然联系着一种超越性精神价值，掌握儒家管理思想背后的超越性价值诉求。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

11. 大学之道（4 学时）

了解《大学》的形成与历史演变，理解《大学》中管理思想的基本逻辑和重要价值，掌握“大学之道”的基本内容和实践的工夫。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

12. 古代管理案例分析（4 学时）

了解中国历史上重要的管理实践案例，理解案例中的一些历史人物所以成功、而另一些历史人物所以失败的原因，掌握古代管理实践的基本艺术。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

三、教学方法

本课程采用理论讲授与课堂研讨相结合的教学方式，根据授课对象特点和课程类型，教学过程中更多地采用引导和启发性教学，不仅使学生理解和掌握中国古代管理思想的基本体系和精髓，还要引导学生效地运用古代的管理思想和智慧解决现实中的经济管理问题。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	范蠡的经营之术与实践	2			2	2
2	孙子的战略和战术思想	2			2	2
3	黄老的“无为而治”思想	2			2	2
4	法家的管理思想与管理实践	2			2	2
5	“利出一孔”和“善者因之”	2			2	2

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
6	儒商与“义利之辨”	2			2	2
7	半部《论语》治天下	2			2	2
8	儒家的德治、仁政和礼治思想	6			6	6
9	儒家管理思想的人性基础	2			2	2
10	儒家管理思想的超越性意义	2			2	2
11	大学之道	4			4	4
12	古代管理案例分析	4			4	4
合计		32			32	32

五、课外学习要求

本课程要求学生认真完成课后作业，研读《孙子兵法》、《老子》、《中庸》、《孟子》、《管子》、《韩非子》、《史记》、《贞观政要》、《资治通鉴》、《近思录》、《传习录》等经典文献，背诵一遍《大学》和《论语》，并联系现实的管理问题完成一篇读书报告。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（）；考查（√）

本课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 40%，主要考查出勤、课堂参与和课后作业完成情况等。重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

期末考试成绩占 60%，考查课，采用课程论文的形式。考核内容主要包括对相关思想理论的理解与掌握情况，以及理论联系实际的能力，重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

七、持续改进

本课程根据教学过程中学生接受、理解和运用相关思想理论的实际情况，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 朱熹撰. 四书章句集注[M]. 北京：中华书局，2003

[2] 刘云柏. 中国管理思想通史[M]. 上海：上海人民出版社，2014

参考资料：

- [1] 陈焕章. 孔门理财学[M]. 北京：商务印书馆，2015
- [2] 钱穆. 中国历代政治得失[M]. 北京：生活·读书·新知三联书店，2012
- [3]许倬云. 从历史看管理[M]. 桂林：广西师范大学出版社，2011
- [4] 赵靖. 中国经济思想通史[M]. 北京：北京大学出版社，2002

市场营销教学大纲

课程代码：0615C399

课程名称：市场营销/marketing

开课学期：1-4

学分/学时：2/32（理论：32）

课程类别：校选修课/通识教育类

适用专业/开课对象：全校一年级、二年级学生

先修课程/后修课程：无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：卢玮

执笔人：郭俊辉

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是市场营销专业本科生的必修课，也是专业核心课。通过本课程学习，使学生能较系统地掌握市场营销管理哲学、企业战略规划、市场营销环境、消费者市场及购买行为、市场调研与预测、竞争性市场营销战略、产品策略、定价策略、分销策略和促销策略等基本知识、原理和方法，为进一步学习各专业课程打下基础。

本课程是一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论基础上的应用科学。它研究以满足消费者需求为中心的企业营销活动过程及其规律性，具有全程性、综合性、实践性的特点。通过本课程的学习，提高学生分析和解决实际问题的能力，

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1. 了解商业的本质。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 市场营销与市场营销学（2 学时）

了解市场营销的产生和发展、任务，市场与市场营销；理解市场营销研究的方法；掌握市场营销的相关概念。

重点支持毕业要求指标点 1。

2. 市场营销管理哲学及其贯彻（2 学时）

了解市场导向战略与组织创新；理解顾客满意；掌握市场营销管理；市场营销管理哲学。重点支持毕业要求指标点 1。

3. 规划企业战略与市场营销管理（2 学时）

了解规划和实施市场营销管理；理解企业战略与战略规划；掌握规划总体战略；规划经营战略。

重点支持毕业要求指标点 1。

4. 市场营销环境（2 学时）

了解微观环境；理解营销环境的分析需要及趋势；掌握企业对主要营销环境的辨认和反应。

重点支持毕业要求指标点 1。

5. 消费者市场、组织市场和购买行为分析（2 学时）

了解消费者市场和消费者行为模式；组织市场和购买行为分析；理解影响消费者购买行为的内外在因素；掌握消费者购买决策过程。

重点支持毕业要求指标点 1。

6. 市场营销调研与预测（2 学时）

了解企业市场营销信息系统的构成；理解营销调研系统；掌握预测和需求衡量。

重点支持毕业要求指标点 1。

7. 目标市场营销战略（2 学时）

了解市场细分的产生和发展；理解市场细分标准；市场定位；掌握目标市场营销战略选择。

重点支持毕业要求指标点 1。

8. 竞争性市场营销战略（2 学时）

了解识别竞争者；理解分析竞争者；掌握选择决策竞争战略。

重点支持毕业要求指标点 1。

9. 产品策略（2 学时）

了解产品与产品组合的概念，产品各个生命周期的概念；理解新产品开发的程序，产品组合；掌握产品各个生命周期的营销策略。

重点支持毕业要求指标点 1。

10. 品牌与包装策略（2 学时）

了解品牌与包装的含义及其在市场营销中的作用；掌握制定和实施产品品牌与包装策略的原理和方法。

重点支持毕业要求指标点 1。

11. 定价策略（2 学时）

了解影响定价的因素；理解定价方法的选择；掌握定价的基本策略（教学基本要求）。

重点支持毕业要求指标点 1。

12. 分销策略（2 学时）

了解物流策略；理解分销渠道的职能与类型；掌握分销渠道策略；批发与零售。

重点支持毕业要求指标点 1。

13. 促销策略（2 学时）

了解促销的含义；促销的作用；理解促销组合与促销策略；掌握人员推销策略；广告策略；公共关系策略；销售促进策略。

重点支持毕业要求指标点 1。

14. 市场营销计划、组织与控制（2 学时）

了解市场营销组织；市场营销审计；掌握市场营销计划；市场营销控制。

重点支持毕业要求指标点 1。

15. 国际市场营销（2 学时）

了解国际市场营销策略；国际目标市场选择；理解进入国际市场的方式。

重点支持毕业要求指标点 1。

16. 服务市场营销（2 学时）

了解服务营销概述；理解服务质量管理；服务的有形展示；服务定价、分销与促销。

重点支持毕业要求指标点 1。

三、教学方法

本课程以任课教师讲授为主，同时发挥学生学习的主体性作用。理论性、述评性和研究性的内容由老师讲授为主，同时把理论讲授与案例分析结合起来。在授课过程中大量运用最新、最典型的丰富案例分析来阐释市场营销的基本内容，注重发挥学生的参与积极性与分析问题、解决问题的能力。在授课过程中，结合以下教学方法：

1. 研讨教学

主题包括：市场营销与市场营销学、市场营销管理哲学及其贯彻、规划企业战略与市场营销管理、市场营销环境、消费者市场、组织市场和购买行为分析、市场营销调研与预测、目标市场营销战略、竞争性市场营销战略、产品策略、品牌与包装策略、定价策略、分销策略、促销策略、市场营销计划、组织与控制、国际市场营销、服务市场营销、市场营销的新领域与新概念等。

2. 案例教学

主题包括：营销观念、企业战略、营销环境、消费行为与管理决策、市场调研、市场细分、竞争战略、品牌战略、价格策略、渠道策略、促销策略、关系营销、网络营销等；共 6 个学时。

重点支持毕业要求指标点 1。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 1。

表 1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	市场营销与市场营销学	2			2	
2	市场营销管理哲学及其贯彻	2			2	
3	规划企业战略与市场营销管理	2			2	
4	市场营销环境	2			2	
5	消费者市场、组织市场和购买行为分析	2			2	
6	市场营销调研与预测	2			2	
7	目标市场营销战略	2			2	
8	竞争性市场营销战略	2			2	
9	产品策略	2			2	
10	品牌与包装策略	2			2	
11	定价策略	2			2	
12	分销策略	2			2	
13	促销策略	2			2	
14	市场营销计划、组织与控制、国际市场营销	2			2	
15	国际市场营销	2			2	
16	服务市场营销	2			2	
合计		32			32	

五、课外学习要求

1. 在学习过程中应着重把握课程的基本概念和基本理论要点,对所有理论问题要做到心中有数,课后寻找相关的企业实践案例,回归到课本中所学的相关理论;同时学会用所学理论去解析现实社会中企业的各种营销实践,撰写案例分析报告。

重点支持毕业要求指标点 1。

2. 制作不少于 8 页的 PPT 在课堂上分组交流。

重点支持毕业要求指标点 1。

六、考核内容及方式

计分制: 百分制 (√); 五级分制 (); 两级分制 ()

考核方式: 考试 (√); 考查 ()

本课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 40%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 2.3。

期末成绩占 60%，采用闭卷形式，考试课。题型为填空题、选择题、简答题、论述题、应用题等。重点支持毕业要求指标点 1。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 吴建安主编. 市场营销学第五版[M]. 北京：高等教育出版社，2015

参考资料：

[1] 菲利普·科特勒（美）著. 营销管理[M]. 北京：中国人民大学出版社，最新版

[2] 张大亮主编. 营销管理[M]. 北京：新华出版社，2002

[3] 纪宝成主编. 市场营销学教程[M]. 北京：中国人民大学出版社，2002

电子商务课程教学大纲

课程代码：0615C401

课程名称：电子商务/Electronic Commerce

开课学期：2

学分/学时：2/32（理论：24，研讨：8）

课程类别：校选修课/通识教育类

适用专业/开课对象：全校非经管类专业/一年级本科生

先修课程/后修课程： /

开课单位：经管学院

团队负责人：

审核人： 范佳静

执笔人： 张玲

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是面向全校大一学生开设的公共选修课，本课程主要讲授：电子商务的基本概念、基本模式、技术基础、发展历程等等；面向消费者的 B2C/C2C、企业之间的 B2B，以及移动商务、社交网络等模式；电子商务安全、支付系统、电子商务软件等；电子商务战略和实施等方面的内容。本课程既注重理论知识的系统性、全面性，又注重实际应用的讲解。通过本课程的学习，使学生系统地、扎实地掌握电子商务的基本原理、基本理论、基本模式，着重掌握各基本概念、模式、应用、方法和工具，同时了解现实中电子商务的应用方法和应对策略等；培养学生具备电子商务应用的基本知识和能力，为今后在企业电子商务应用相关领域工作和研究奠定坚实基础。

本课程主要涵盖四方面的内容：概述篇、技术篇、商务篇、整合篇。具体包括电子商务的概念体系、理论基础、竞争战略、商业模式、网络营销、物流配送、电子支付、应用技术、系统建设等基本知识、原理和方法。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1 能够将电子商务的基本理论用于解决具体的电子商务实践问题。

体现在能够运用电子商务的基本理论和思想，系统分析企业现实中存在的问题，进而为企业寻求合理的解决方案。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 概述篇：（8 学时）

了解电子商务的发展历程、地位和作用；理解电子商务技术基础；掌握电子商务的基本概念、分类、框架、价值链分析方法等。

重点支持毕业要求指标点 1。

2. 商务篇：（10 学时）

了解电子商务的环境；理解面向消费者的 B2C/C2C、企业之间的 B2B，以及移动商务、社交网络等商业模式；掌握企业如何开展电子商务业务和常见网络营销的方法。

重点支持毕业要求指标点 1。

3. 技术篇：（8 学时）

了解常见电子商务应用系统、电子商务支持软件功能和使用方法；理解网络安全、电子支付的工作原理；掌握电子支付方式、数据加密技术的应用。

重点支持毕业要求指标点 1。

4. 整合篇：（6 学时）

了解电子商务的战略规划和实施方法。

重点支持毕业要求指标点 1。

三、教学方法

本课程主要采用教师讲授的方法进行课程的教学，对于一些具体的应用问题进行研讨。

重点支持毕业要求指标点 1。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	概述篇	6		2	8	4
2	商务篇	8		2	10	5
3	技术篇	6		2	8	4
4	整合篇	4		2	6	3
合计		24		8	32	16

五、课外学习要求

本课程的课外作业主要是查阅资料，为案例分析、研讨内容做准备。

重点支持毕业要求指标点 1。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（）；考查（√）

本课程成绩由平时考核和期末考核成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查学生的到课情况以及课堂讨论情况等。重点支持毕业要求指标点 1。

期末考试成绩占 70%，考查课采用开卷形式。题型主要包括选择题、简答题、论述题和案例分析题，重点支持毕业要求指标点 1。

七、持续改进

本课程根据课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 覃征主编. 电子商务概论（第 4 版）[M]. 北京：高等教育出版社，2015

参考资料：

[1] 施奈德著，张俊梅，徐礼德译. 电子商务（原书第 10 版）[M]. 北京：机械工业出版社，2014

财务管理课程教学大纲

课程代码：0615C402

课程名称：财务管理/Financial Management

开课学期：3/4/5/6/7

学分/学时：2 /32

课程类别：校选修课/通识教育类

适用专业/开课对象：非财务管理类专业/二、三、四年级本科生

先修课程：会计学

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：王光新

执笔人：王光新

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程属于选修课，通过本课程的学习，使学生了解财务管理的价值观念，掌握财务分析、财务战略与预算、长期筹资方式、投资决策原理、投资决策实务、短期资产管理、短期筹资管理的原理和方法，具有初步分析和解决企业财务管理简单问题的能力。

本课程主要介绍财务管理价值观念、财务分析、财务战略与预算、长期筹资方式、投资决策原理、投资决策实务、短期资产管理、短期筹资管理等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1 具备现代企业运营管理基本理论知识和实践能力。

体现在通过投资方案净现值、现值指数和投资报酬率的计算，进行财务预测，能够编制预测资产负债表、现金流量表和利润表。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 财务管理总论（3 学时）

了解财务管理的概念，财务管理的主要内容；理解财务管理的目标；掌握代理成本、财务管理环境对财务管理的影响。

重点支持毕业要求指标点 1。

2. 财务管理的价值观念（4 学时）

了解财务管理的价值观念；理解货币时间价值、风险与报酬的关系；掌握证券估值。

重点支持毕业要求指标点 1。

3. 财务分析（3 学时）

了解财务分析的概念、目的、作用；理解财务分析的方法；掌握财务能力分析、财务趋势分析和财务综合分析。

重点支持毕业要求指标点 1

4. 财务战略与预算（3 学时）

了解财务战略与预算的概念；理解财务战略与预算的关系；掌握财务战略的选择、编制财务预算、筹资数量的预测。

重点支持毕业要求指标点 1

5. 长期筹资方式（3 学时）

了解长期筹资方式概念；理解长期筹资的动机、原则、渠道和类型；掌握股权性筹资、债务性筹资、混合性筹资。

重点支持毕业要求指标点 1

6. 投资决策原理（4 学时）

了解投资活动对于企业的意义、投资分类；理解投资管理的原则和投资过程分析；掌握投资现金流量的构成与计算、各种投资决策指标的计算方法和决策原则、各种投资决策方法的相互比较与具体运用。

重点支持毕业要求指标点 1。

7. 投资决策实务（5 学时）

了解现金流量估计中需要考虑的一些特别因素、多个投资组合的决策方法；理解税负与折旧对投资的影响；掌握固定资产更新决策分析方法、掌握投资风险分析中的风险调整法和决策树法。

重点支持毕业要求指标点 1

8. 资产管理（3 学时）

了解营运资本的概念及其管理原则、短期金融资产的特征和持有目的，短期资产管理原则；理解应收账款功能、存货规划；掌握现金持有动机、现金管理意义、现金预算和最佳现金持有量决策的基本方法、信用政策、存货经济批量、再订货点和保险储备的计算。

重点支持毕业要求指标点 1

9. 短期筹资管理（4 学时）

了解短期筹资的概念、内容、政策、自然性筹资的内容、短期借款筹资的种类、程序、决策因素；理解短期融资券的优缺点；掌握商业信用筹资的特征、应付费用筹资的概念与筹资额的计算、短期借款筹资的资本成本计算。

重点支持毕业要求指标点 1

三、教学方法

本课程采用课堂教学为主，结合课外学习及课内交流讨论的教学方法。

1. 课堂教学主要介绍财务管理价值观念、财务分析、财务战略与预算、长期筹资方式、投资决策原理、投资决策实务、短期资产管理、短期筹资管理，引导学生从实际生活中理解投资决策不同计算方法，能够通过企业实际案例进行投资决策，能够编制预测资产负债表、现金流量表和利润表等。

重点支持毕业要求指标点 1。

2. 课外学习和课内讨论主要通过学生自主学习，案例分析、探究式及研究式的方法在课堂内演讲讨论交流，培养自主学习的能力和终身学习的意识，能够分析不同公司的财务业绩。

重点支持毕业要求指标点 1。

四、课内外教学环节及基本要求

本课程理论环节共 32 个学时，讲授 10 周（每周 3 学时）。课内外教学安排见表 4-1 和课外学习要求。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	财务管理总论	3			3	
2	财务管理的价值观念	4			4	
3	财务分析	3			3	
4	财务战略与预算	3			3	
5	长期筹资方式	3			3	
6	投资决策原理	4			4	
7	投资决策实务	5			5	
8	短期资产管理	3			3	
9	短期筹资管理	4			4	
合计		32			32	

五、课外学习要求

1. 查阅资料，下载一家企业的财务报告，计算相关的财务指标，并分析其中的含义。
2. 认真完成老师布置的课后作业。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（）；考查（√）

本课程成绩由平时成绩和期末成绩复合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20-30%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 1

期末考试成绩占 70-80%，考试采用开卷或闭卷的形式。题型有单选题、多选题、判断题、计算分析题等。

七、持续改进

本课程根据最新企业财务制度的发展、企业准则的变化和经济的发展，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

荆新，王化成，刘俊彦主编. 财务管理学[M]. 北京：中国人民大学出版社，2015

参考资料：

1. 中国注册会计师协会. 财务成本管理[M]. 北京：中国财政经济出版社，2017
2. (美)斯蒂芬 A. 罗斯(Stephen A. Ross). 公司理财（第 9 版）[M]. 北京：机械工业出版社，2015

会计学课程教学大纲

课程代码：0615C403

课程名称：会计学/Accounting

开课学期：3/4/5/6

学分/学时：2/32

课程类别：校选修课/通识教育类

适用专业/开课对象：非经管类专业/二年级或三年级

先修/后修课程：无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：审核人：王光新

执笔人：王光新审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

会计是在社会生产实践中产生和发展起来的，它是以货币为主要计量单位，以凭证为依据，借助于专门的技术方法，对一定主体的经济活动进行全面、综合、连续、系统的核算与监督，并向有关方面提供会计信息的一种经济管理活动。随着经济的发展，会计除了反映和监督外，还通过预测、决策、计划、控制和分析等来谋求经济效益。特别是现代科学技术的发展，会计在经济管理方面的作用日益显著。因此学生通过该课程的学习，可以了解会计作为一种对经济活动进行管理的手段在现代社会经济中以及在企业管理中所发挥的重要作用，了解会计信息对于投资者、债权人、政府及其他利益相关者的作用，从而提高各个主体决策的科学性，进而提高整个社会运行的效率。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1.了解现代会计发展的基本历史，掌握现代财务会计的基本理论。

体现在能了解会计的变迁及发展动因，理解现代会计的定义、目标、对象、会计假设、会计信息及其质量要求；知道如何对会计要素进行分类，每个会计要素的具体内容，理解会计等式的基本内涵及其在现代财务会计中的重要地位和作用。

2.掌握现代财务会计循环的基本内容，能够运用复式记账方法对一般企业发生的交易事项进行账务处理，并将处理结果编制成财务会计报告。

体现能够了解现代财务会计处理的基本流程，即在对企业会计设置账户和选择复制记账方法的基础之上，对企业发生的基本交易事项进行会计确认、计量、记录和报告。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 会计发展与会计目标（4 学时）

了解现代会计发展的基本历史及其变迁的动因，掌握现代会计的定义和目标以及现代会计的分类；理解关于现代会计目标的基本学术观点；了解现代会计的对象；掌握四大会计假

设；掌握现代会计信息的含义及其质量要求。

重点支持毕业要求指标点 1。

2. 会计要素与会计等式（4 学时）

了解现代会计要素的定义及其分类，掌握六大会计要素的定义、基本特征以及每一会计要素的构成内容；理解会计要素确认的内涵及各个会计要素确认的基本条件；理解会计等式的内涵及交易事项对会计等式影响的规律。

重点支持毕业要求指标点 1。

3. 账户设置（3 学时）

了解账户设置方法在整个会计方法体系中的重要地位，理解会计科目的内涵及其与会计账户之间的关系，掌握会计账户的功能、结构及账户体系。

重点支持毕业要求指标点 2。

4. 复式记账（3 学时）

了解复式记账方法在现代企业中的运用，掌握复式记账方法的定义及内涵，掌握借贷记账法的基本规则及应用、会计账户平行登记的基本原理。

重点支持毕业要求指标点 2。

5. 会计凭证（5 学时）

了解会计凭证的概念、意义和种类；理解原始凭证、记帐凭证填制的基本格式与填制方法。

重点支持毕业要求指标点 2。

6. 会计账簿（4 学时）

了解会计帐簿的意义、作用、种类；理解会计帐簿的设置与登记，即日记帐、分类帐的设置与登记；掌握记帐的规则，即启用帐簿的规则、登记帐簿的规则、更正错帐规则、总分帐与明细分类帐的平行登记的应用。

重点支持毕业要求指标点 2。

7. 一般企业主要账务处理（6 学时）

了解现代一般企业交易事项的基本内容和分类，掌握运用借贷记账法对一般企业发生的基本交易事项进行账务处理，理解与交易或事项处理相关的其他内容。

重点支持毕业要求指标点 2。

8. 财务报告（3 学时）

了解财务报告的作用及编制要求；理解会计报表的编制原理；掌握资产负债表、利润表的种类、格式、编制方法。

重点支持毕业要求指标点 2。

三、 教学方法

本课程采用课堂教学为主，课堂讨论和课外自主学习相结合的教学方法。

1. 课堂教学主要介绍现代会计的基本发展简史、会计的分类、目标、对象、会计假设、会计信息及其质量要求；会计要素的定义、特征、会计要素的内容与作用、会计确认、计量；会计等式及其变化规律；会计科目、会计账户的设置、结构及功能；复式记账和借贷记账的基本原理、方法；会计凭证的分类、填制方法；会计账簿的格式登记方法；一般企业交易事项会计处理的基本方法；财务会计报告的基本内容与编制方法。

重点支持毕业要求指标点 1、2

2. 课外学习和课内讨论主要通过学生自主学习，资料查找，案例分析，理解会计对现代社会经济发展及企业的经营管理所发挥的重要作用，了解外部信息使用者所需要的会计信息种类及其对信息使用者的作用，掌握一般企业交易事项处理会计处理的基本方法。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

四、课内外教学环节及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1

表 4-1 课内外教学环节安排表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	会计发展与会计目标	4			4	
2	会计要素与会计等式	4			4	
3	账户设置	3			3	
4	复式记账	3			3	
5	会计凭证	5			5	
6	会计账簿	4			4	
7	一般企业主要账务处理	6			6	
8	财务报告	3			3	
合计		32			32	

五、课外学习要求：

1. 查阅资料，了解会计的起源、发展及其对现代社会经济发展及企业经营管理所起的作用。

2. 了解一家企业根据其将要发生的交易事项所设置的账户，查看其账簿记录，了解账务处理的基本流程。

3. 仔细阅读一家企业的财务报告，看能从中了解到哪些基本有用的信息。

4. 认真完成老师布置的作业。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

六、考核内容及方式

本课程成绩由平时成绩，期末考试组成，采用百分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20-30%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，课堂讨论回答问题、出勤等情况。重点支持毕业要求指标点 1、2。

期末成绩占 70-80%，采用闭卷或开卷形式。题型可以包括选择题、判断题、简答题、实务题等。考核内容主要包括大纲中规定的八个章节。

上课老师也可以根据自己的教学和学生学习的自主情况自主选择考核方式。

主要支撑毕业要求指标点 1、2。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

张捷主编，《基础会计》，中国人民大学出版社，最新版

参考资料：

1. 财政部会计司主编，《企业会计准则》，中国财政出版社，2006 年版及各年更新版本

2. 财政部会计司主编，《企业会计准则——应用指南》，中国财政出版社，2006 年版

生产与运作管理课程教学大纲

课程代码：0615C404

课程名称：生产与运作管理/ Production and Operation Management

开课学期：各学期

学分/学时：2/32（理论学时：30，研讨学时：2）

课程类别：校选修课/通识教育类

适用专业/开课对象：非经管类各年级各专业

先修/后修课程：各专业基础课

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：审核人：范佳静

执笔人：江思定审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

《生产与运作管理》是面向全校非经管类专业拓展选修课程之一。本课程主要包括现代生产与服务管理的基本原则、要求与方法，生产与服务计划与控制的基本理论和方法，生产与服务组织及质量管理，以及先进生产方式和系统等内容，旨在培养学生从事企业运作计划、协调和控制管理的能力。

通过该课程的教学环节，使学生熟悉现代企业生产运作的基本原则、要求与方法，树立运作系统优化控制的意识；掌握生产与运作管理的基本思想、方法，运作系统的质量控制，多种先进运作方式的系统技术；了解生产与运作管理的一些前沿理论与方法。

通过本课程的学习，培养学生运用现代生产运作管理的理论和方法解决运作管理中实际问题的能力，掌握现代企业运作管理岗位应具备的基本技能，使之具备运用系统的观点去组织和管理企业生产和服务等工作，从而达到培养学生系统性、创造性的思维能力，以适应现代企业对各类人才的要求。对工科专业同学来说，本课程学习内容是将来在企业从技术岗位向管理岗位转变的基础。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1 具备生产企业现场改善的基本知识和能力。

体现在对企业生产现场管理、问题分析和解决等方面理论方法的掌握，以及运用这些理论方法分析问题和解决问题的能力培养。

2 具备企业运营管理基本理论知识和实践能力。

体现在对企业生产管理部门和生产管理岗位业务内容的理解和掌握，对企业生产系统设计、产品研发管理、生产运营、协调和控制管理以及服务质量管理等相关理论方法的掌握，并培养学生运用这些理论方法分析问题和解决问题的能力。

3 具有了解和跟踪生产管理领域发展趋势的能力。

体现在了解生产管理这一领域的发展过程，并跟踪这一领域最新动态和理论，理解课外的自学内容，从而培养学生对生产管理领域的学习兴趣和探索意识。

二、教学内容、教学基本要求及学时分配

1. 生产管理基本概念：（2 学时）

了解生产运作管理的发展历史；理解生产运作管理的定义、生产运作管理的目的和内容；掌握生产运作分类、制造性生产和服务性运作的区别。

重点支持毕业要求指标点 2、3。

2. 企业战略和运作策略：（2 学时）

了解战略理论的发展；理解战略管理的重要性；掌握生产运作总体策略、运作系统设计。

重点支持毕业要求指标点 2、3。

3. 产品设计和流程选择：（2 学时）

了解研究与开发的概念与分类、并行工程的概念；理解产品开发的过程、产品开发决策、产品设计过程；掌握生产流程的种类和特点、产品-流程矩阵的应用。

重点支持毕业要求指标点 2、3。

4. 运作设施选址与布置：（4 学时）

了解选址的重要性、选址决策的影响因素；理解选址决策的概念；掌握典型的布置形式、布置决策的定量分析。

重点支持毕业要求指标点 2、3。

5. 需求预测：（4 学时）

了解预测的概念、分类及一般步骤；理解几种常见的定性预测方法原理和过程；掌握时间序列平滑模型、时间序列分解模型等定量预测方法的操作及计算。

重点支持毕业要求指标点 2、3。

6. 运作与生产能力计划：（2 学时）

了解企业生产计划层次、制定计划的一般步骤和方法；理解能力计划的概念、处理非均匀需求的策略；掌握 MTS、MTO 企业年度的制定方法。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

7. 独立需求库存控制：（4 学时）

了解库存的意义和作用；理解库存的定义、库存问题的分类、库存控制系统；掌握多周期库存模型参数的计算和应用。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

8. MRP：（4 学时）

了解 MRP 在企业计划体系中的地位和作用、MRP 系统的技术问题、订货点方法在处理相关需求时的局限性；理解独立需求和相关需求的概念、MRP 的基本原理、MRP 系统的构成、MRP 的输入和输出；掌握 MRP 的计算和处理过程。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

9. 制造业作业计划与控制：（4 学时）

了解制造业作业计划与控制的内容；理解作业排序的基本概念、排序问题的分类和表示方法、单件作业排序问题的描述、生产作业控制的原因、不同生产类型生产控制的特点；掌握最长流程时间的计算、约翰逊算法、一般流水车间排序问题的启发式算法。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

10. 服务业作业管理：（2 学时）

了解服务交付系统和服务特征矩阵；了解顾客参与影响及减少顾客参与影响的方法；了解影响服务需求结构的策略；了解随机服务系统的构成；掌握应对非均匀服务需求的策略。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

11. 准时制和其他先进生产方式：（2 学时）

了解 JIT、精细生产的产生背景；了解各种先进生产方式的产生背景；理解 JIT 基本思想、组织准时生产的条件、精细生产的基本思想、精细生产的主要内容；理解大规模定制、敏捷制造、供应链管理的基本原理和主要内容；掌握推进式系统和牵引式系统；掌握 OPT 的目标、OPT 的基本思想和 9 条原则、DBR 系统。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

三、教学方法

针对高层次应用型人才培养计划的目标，生产与运作管理这门课程本身具有实践性强、理论抽象，实践突显出理论的不足，理论与实践不能很好地结合等特点，改革以往传统的教学方法，尝试“研讨式教学法”和“案例教学法”的课堂教学法。

在“服务业作业计划”的教学内容中采用“研讨式教学法”，安排 2 学时，研讨主题是“服务作业计划和制造业作业计划有什么不同”和“哪些方法适用于服务业作业计划”。

课程全程采用“案例教学法”的课堂教学法。“案例教学法”就是以分析企业案例教学形式为主的“理论与实践直接相结合”的课堂教学模式，其目的是强化学生的分析问题和解决问题的能力，提高人才培养质量。为实施“案例教学法”的课堂教学模式，可采用：

1. 在课堂上，采用课堂讲授、课堂研讨式教学,采用启发式、举例式、提问式教学；课堂讨论采用独立思考和分组讨论等多种开放、互动的教学形式。

2. 在案例教学中，采用以学生“参与式”的模拟演练的实例教学形式。

重点支持毕业要求指标点 1、2、3。

四、课内外教学环节及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时							课外学时
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	生产管理基本概念	2						2	
2	企业战略和运作策略	2						2	2
3	产品设计和流程选择	2						2	
4	运作设施选址与布置	4						4	
5	需求预测	4						4	
6	运作与生产能力计划	2						2	
7	独立需求库存控制	4						4	
8	MRP	4						4	2
9	制造业作业计划与控制	3						3	2
10	服务业作业计划	1					2	3	2
11	准时制和其他先进生产方式	2						2	
合计		30					2	32	8

五、课外学习要求

企业战略和运作策略这一章，学生课外查找资料和案例，以本专业所在行业的一家企业为研究对象，分析该企业的生产运作战略特点和生产运作系统设计，3-5人为小组，完成一份读书报告。

MRP这一章，学生要在熟悉MRP的原理和方法基础上，以一个产品为例，设计该产品的BOM表和MRP计划表，3-5人为小组，共同完成一份设计报告。

制造业作业计划这一章，学生在熟悉课堂内容基础上，完成5道题左右的作业排序计算练习题。作业要求抄题，字体工整，图表干净整洁。作业必须个人独立完成，不允许抄袭他人作业，否则平时成绩的作业分为零分。做完作业要按时交上来，否则视具体情况酌情扣除作业分。

服务业作业计划这一章，学生课外要阅读《服务管理》这类参考书，并上网查资料，3-5人为一小组，共同完成一份读书报告，介绍作业计划方法在服务企业运营管理中的应用。

重点支持毕业要求指标点1、2、3。

六、考核内容及方式

本课程成绩由平时成绩、期末考试成绩组合而成，采用百分计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代各种工具获取所需信息和综合理解整理能力，课堂互动时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点：1、2、3。

期末成绩占 70%，采用考试的考核方式，考试采用开卷形式。题型为判断题、选择题、填空题、计算题等。考核内容主要为生产与服务管理基本理论和基本工具的掌握，占总分比例 60%，重点支持毕业要求指标点：1、2、3。考核学生运用生产管理基本理论和工具分析问题和解决企业实际问题的能力，占总分比例 40%。重点支持毕业要求指标点：1、2。

七、持续改进

本课程根据学生读书报告、课堂讨论、作业、平时考核情况和学生平时交流反馈、教学督导反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、建议教材及参考资料

建议教材：

[1]陈荣秋，马士华.《生产运作管理》（第 5 版），机械工业出版社，2017 年版。

参考资料：

1. [美]威廉·史蒂文森，张群，张杰，马凤才著.《运营管理》（原书第 11 版），机械工业出版社，2012 年版。
2. [美]F. 罗伯特·雅各布斯著. 任建标译.《运营管理》（原书第 13 版），机械工业出版社，2011 年版。
3. 马凤才编著.《运营管理》（第 2 版），机械工业出版社，2011 年版。
4. 陈志祥，李丽.《生产与运作管理》，机械工业出版社，2009 年版。
5. [美]Steven Nahmias. Production and Operations Analysis（第 6 版），清华大学出版社，2009 年版。

现代物流管理教学大纲

课程代码：0615C406

课程名称：现代物流管理/ Modern Logistics Management

开课学期：2 3 4

学分/学时：2 /32（理论：24,习题 4,研讨 4）

课程类别：校选修课/通识教育类

适用专业/开课对象：工科类、理科类、经管类专业/一年级或二年级本科生

先修课程/后修课程：

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 范佳静

执笔人： 彭鸿广

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是公共选修课，通过学习这门课程，使同学了解国内外物流的发展，熟悉现代物流的基本概念、物流价值、物流活动的构成、物流信息系统的作用、企业物流的基本内容、第三方物流等方面的知识。通过本课程的教学，使学生了解物流管理的概念及物流运作模式、物流活动各环节的管理内容等基本理论知识，并通过对大量的物流运作案例的介绍和分析，培养学生具备物流思维的能力，使学生能够将物流与本专业相结合，完善学生的知识结构，促进复合型人才的形成。

本课程主要介绍物流的基本概念和物流模式、物流的主要功能环节、企业物流、第三方物流、供应链管理、物流管理发展趋势等。

本课程重点支持以下人才培养基本要求：

1. 专业知识

体现在熟悉物流、供应链、运输、配送、仓储等物流术语的基本概念及特点，掌握物流管理的基本原理与方法。

2. 问题分析与设计/开发解决方案

体现在通过物流管理的基本原理与方法的学习，能对社会中的各种物流现象和具体的系统管理问题中的物流环节进行正确的分析并提出合理的解决方案。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 现代物流导论（2 学时）

了解物流概念的形成与发展；理解物流的价值、物流的理论认识；熟悉物流的定义及其特征、物流的基本构成及种类、物流管理的概念与内容、物流管理的原则。

重点支持人才培养要求指标点 1。

2. 供应链物流管理（2 学时）

理解供应链管理与物流管理的区别、供应链物流管理的方法；熟悉供应链的概念、结构模型及特征、供应链管理的概念与特征、供应链管理的内容及运营机制、供应链管理的关键业务流程、供应链物流管理的原理、目标及特点。

重点支持人才培养要求指标点 1、2。

3. 运输（3 学时）

了解托盘运输、集装箱运输的优点、多式联运的概念与特点；理解运输与其他物流活动的关系、运输的两大功能；熟悉运输的两大原理、五种基本运输方式的特性、运输方式的选址、运输的合理化。

重点支持人才培养要求指标点 1、2。

4. 包装（1 学时）

了解物流包装的基本概念和作用；理解现代包装管理的作用、包装标准化的含义；熟悉现代包装技术的基本方法和应用、包装合理化的实现。

重点支持人才培养要求指标点 1。

5. 仓储与库存管理（4 学时）

了解自动化立体仓储的特点与构成；装卸搬运作业的特点；理解仓储的概念与功能、装卸搬运作业的合理化内容；熟悉仓储管理的任务、仓储决策的基本内容、仓储作业流程、库存控制管理方法。

重点支持人才培养要求指标点 1、2。

6. 配送与流通加工（3 学时）

了解自动分拣系统；理解配送的概念与特点、配送计划制定的步骤、流通加工的概念与主要形式；熟悉配货作业方法及配送路线的优化、配送中心的作业环节、流通加工合理化的途径。

重点支持人才培养要求指标点 1、2。

7. 物流信息系统（2 学时）

了解物流信息的含义、分类和作用；理解不同物流信息技术的功能和作用；掌握物流信息系统的结构。

重点支持人才培养要求指标点 1。

8. 企业物流（4 学时）

了解电子采购的优点、不同的物流组织对物流的影响；理解企业物流的特点、准时采购、准时生产和准时供应的特点与条件；熟悉物料需求计划的概念与特点、分销需求计划的运作机制。

重点支持人才培养要求指标点 1、2。

9. 第三方物流（3 学时）

了解第四方物流的概念与特征；理解利用第三方物流带来的好处、第三方物流企业的类

型；熟悉第三方物流的概念与特征、第三方物流的服务内容、第三方物流的运作价值。

重点支持人才培养要求指标点 1、2。

10. 国际物流（2 学时）

了解国际海运、铁路、航空物流的组织方法；海上运输保险险别的选择；理解常见的国际贸易术语、国际货运代理的概念与作用；熟悉国际物流的概念与特点、一般货物进出口通关程序。

重点支持人才培养要求指标点 1、2。

11. 物流战略管理（2 学时）

了解物流环境的新变化；理解物流战略的含义、特征与内容；熟悉物流战略制定的环境分析、物流战略规划的内容、物流战略规划的方法。

重点支持人才培养要求指标点 1、2。

12. 物流成本管理（2 学时）

理解物流成本的隐含性；熟悉物流成本的概念、物流成本的核算对象与方法、物流成本控制的原则。

重点支持人才培养要求指标点 1、2。

13. 绿色物流（2 学时）

了解物流系统各功能对环境的影响；理解逆向物流的定义、分类与特点；熟悉绿色物流的概念与特征、绿色物流体系的构建。

重点支持人才培养要求指标点 1、2。

三、教学方法

本课程采用理论教学为主，结合课外学习及课内习题、研讨的教学方法。

1. 理论教学以介绍基本概念、基本原理与基本方法等基础理论为主。
2. 理论教学之外的学时主要用于培养学生自主学习、终身学习的能力和习惯。通过习题、案例分析等形式帮助学生理解和掌握基本原理、基本方法的具体应用。

重点支持人才培养要求指标点 1、2。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	现代物流导论	2			2	1
2	供应链物流管理	2			2	2
3	运输	2	1		3	1

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
4	包装	1			1	1
5	仓储与库存管理	3	1		4	1
6	配送与流通加工	2	1		3	1
7	物流信息系统	1		1	2	2
8	企业物流	3		1	4	1
9	第三方物流	2		1	3	1
10	国际物流	2			2	1
11	物流战略管理	2			2	2
12	物流成本管理	1	1		2	1
13	绿色物流	1		1	2	1
	合计	24	4	4	32	16

五、课外学习要求

本课程的课外学习主要是完成一定量的作业、针对某些物流问题查阅物流相关企业资料进行分析，要求学生每次作业和案例分析都能认真、独立、按时的完成。

重点支持人才培养要求指标点 1、2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

考核方式：考试（）；考查（√）

本课程成绩由平时考核和期末考核成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 40%：主要考查学生的到课情况（30%）、回答或提出问题（20%）以及作业完成情况（20%）、案例分析（30%）等。重点支持人才培养要求指标点 1、2。

期末考试成绩占 60%，考试采用开卷形式。题型为选择题、简答题、计算题、案例分析题等。重点支持人才培养要求指标点 1、2。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应人才培养要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

张余华主编. 现代物流管理（第二版）[M]. 北京：清华大学出版社，2017.

参考资料：

1. 李联卫著. 物流管理案例及解析[M]. 北京: 化学工业出版社, 2015.
2. 林庆著. 物流 3.0: “互联网+” 开启智能物流新时代[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2017.
3. 张佳举, 张洪编. 物流管理[M]. 北京: 北京大学出版社, 2014.

博弈论课程教学大纲

课程代码：0615C409

课程名称：博弈论/ Game Theory

开课学期：

学分/学时：2 /32（理论：32）

课程类别：校选修课/通识教育类

适用专业/开课对象：全校学生

先修课程/后修课程：高等数学、微观经济学院、管理学、概率论与数理统计、

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 范佳静

执笔人： 刘云霞

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是研究多个决策主体的行为存在相互影响、相互冲突的决策以及这种决策的均衡问题的学科；博弈论也是现代经济学用于分析经济现象的基本工具。通过该课程学习不仅可以使经济专业的学生开阔视野，同时也可以为其他学科有兴趣的同学提供接触经济学，了解经济学的机会。本课程通过对博弈论（主要是非合作博弈）的基本概念、基本方法及其在经济学中若干应用的介绍，使学生掌握博弈论的基本思想和方法，具备一定的运用博弈论分析现实经济与社会问题的能力。通过本课程教学，学生应具备博弈互动思维、求解不同博弈类型的均衡策略以及典型博弈问题的本质和均衡的教学目标。

本课程主要介绍博弈的特征和分类、完全信息静态博弈、完全且完美信息动态博弈、完全不完美信息动态博弈。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

4.1 能够对产业和城市经济问题进行研究

体现在通过博弈论的基本思想和方法，分析现实生活中的经济和社会问题，能对具体的经济管理或社会问题进行解释或结果预测，建立博弈模型，分析其博弈结果，提出解决方法。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 导论（8 课时）

了解现实中的囚徒困境、智猪博弈、情侣博弈、混合策略均衡现象；理解博弈的概念、博弈的基本要素、博弈的分类以及博弈的特征；掌握囚徒困境的本质以及博弈模型的常用表现形式。

重点支持毕业要求指标点 4.1

2.完全信息的静态博弈（8 课时）

了解国内外经济中存在的众多问题并用博弈思维解释；理解纳什均衡的概念、上策均衡、严格下次反复消去法、反应函数、多重纯策略纳什均衡的方法或思想；掌握划线法和严格下次反复消去法寻找博弈结果、掌握混合策略纳什均衡的分析方法。

重点支持毕业要求指标点 4.1

3. 完全且完美信息动态博弈（8 课时）

了解可观察行动的动态博弈问题，了解斯坦克伯格模型、劳资博弈、银行挤兑现象、国际竞争和最有关税的博弈分析；理解子博弈的概念，动态博弈的可行性问题；掌握逆推归纳法对完全且完美信息动态博弈的分析，博弈树的表示方法。

重点支持毕业要求指标点 4.1

4. 完全但不完美信息动态博弈（8 课时）

了解不完美信息动态博弈问题在实际经济社会的普遍存在现象；理解柠檬原理和逆向选择的社会现象对社会产生的低效率现象；掌握完美贝叶斯均衡的分析方法，掌握双价二手车交易模型的分析过程。

重点支持毕业要求指标点 4.1

三、教学方法

本课程主要采用教师讲授的方法进行课程的教学，其中每章的建模和 lingo 求解分析内容进行研讨。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	导论	8			8	8
2	完全信息静态博弈	8			8	8
3	完全且完美信息动态博弈	8			8	8
4	完全但不完美信息动态博弈	8			8	8
合计		32			32	32

五、课外学习要求

本课程的课外作业主要是完成一定量的作业，能收集具体的社会经济现象，并根据具体的社会现象进行博弈分析，要求学生每次作业都能认真、独力、按时的完成。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

考核方式：考试（）；考查（√）

本课程成绩由平时考核和期末考核成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 60%：主要考查学生的到课情况（20%）、回答或提出问题（10%）以及作业完成情况（70%）等。重点支持毕业要求指标点 4.1。

期末考试成绩占 40%，考试课采用开卷形式。重点支持毕业要求指标点 4.1。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

1.谢织予主编，经济博弈论(第四版)[M]，复旦大学出版社，2016 年版

参考资料：

- [1] 张维迎主编，博弈论与信息经济学[M]，格致出版社，2012 年
- [2] 弗登博格，梯若尔著，博弈论[M]，中国人民大学出版社，2010 年版
- [3] 焦宝聪，陈兰平，方海光编著．博弈论--思想方法及应用[M]．北京：中国人民大学出版社，2013
- [4] 罗伯特·道奇．哈佛大学的博弈论课[M]．北京：新华出版社，2013

Office 高级应用课程教学大纲

课程代码：0613C481

课程名称：Office 高级应用/Advanced Applications of Office

开课学期：32

学分/学时：1/32（上机学时：32）

课程类别：校选修课/通识教育类

适用专业/开课对象：全校所有专业/各年级本科生

先修课程/后修课程：计算机基础/不限

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 范佳静

执笔人： 闫换新

审批人： 刘洪民

毕业设计要求（指标）：

1、掌握企业公文、产品相关长文档、复杂文档版式要求、样式和模板设计关键、主要控件、主要要素、设计技能等，能够比较熟练运用 WORD 设计企业文档，作为熟练掌握的基本技能；

2、掌握企业报表设计的版面要求，表格设计的关键函数应用，能够熟练应用 EXCEL 设计自动化报表，作为熟练掌握的基本技能；

3、掌握企业 PPT 设计的版面要求，掌握模板设计关键，版面设计、视觉、色彩等设计应用技能，能够熟练应用 OFFICE 设计展示演示幻灯片，作为熟练掌握的基本技能；

4、掌握 P D F 编辑工具和 OFFICE 的结合，适应企业对不同类型文档归并整理的技术要求。

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程教学为各行业各提供实用基本技能训练，以优秀企业文档为设计标杆，通过严格仿制专业文档标杆，制作专业 word 版式产品说明书、宣传册等，制作专业 EXCEL 版本企业营销统计报表、产品系统报价册等，制作专业 PowerPoint 版本产品介绍和宣传幻灯片，使学生掌握高水平文档设计、制作、操作等技术和技能，适应优秀对所有工作岗位的基本要求，适应社会对高技能人才和应用性人才的基本要求，提升学生就业能力和素质，提升浙江科技学院应用型人才的内涵。

1. 培养面向企业的实践能力和技能

通过严格模仿的产品设计、宣传、营销等文文档的设计样式，学习掌握大量教材中没有的新技能、新操作，并且熟练掌握这些技能和操作，进入企业后能较大幅度提升工作效率和

质量，提升技术应用和实践能力；

2. 培养较强的解决实践问题能力

优秀企业文档种类繁多，不同类型文档有不同的专业规范，要求学生具有较高设计思维和 office 应用技能，要求学生进行大量积极探索和努力，在探索中为学生带来成就感，强化学生解决实践问题的思考和动手能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 设计政府、企业公文（2 学时）

通过本章设计实践，了解样式设计要素和原则，理解分节与页眉和页脚设计等概念和操作，掌握政府和企业不同级别公文构成及其样式要求，掌握插入控件、开发工具控件的应用；
重点支持毕业要求指标点 1。

2. 设计企业产品信息卡（4 学时）

通过本章学习，了解企业对邮件和文档审阅的要求，理解相关概念，掌握通过表格实现版面控制和稳定技术，掌握校对文档、审阅修订文档等操作技能，掌握插入控件、开发工具控件的应用；

重点支持毕业要求指标点 1。

3、设计制作阿尔伯特、魁北克、哥伦比亚省等旅游产品书，改进、提升并重新设计浙江科技学院毕业设计模板学校毕业论文模板（8 学时）

通过本章学习，了解企业产品文档的规范要求、要素和原则，理解产品文档对 office 应用技术要求，自动编号、图表题注、交叉、引用、提取、引用 excel 表格、自动分节、目录及索引等；掌握综合文档编辑、修订、模板等技术，产品宣传手册等设计技巧；

重点支持毕业要求指标点 1。

4、设计制作企业工资表（4 学时）

通过本章学习，企业专业报表的设计要素和原则，理解企业报表对 office 应用技术的一般要求，掌握表格制作、样式设计、套用与删除、主题设定与使用、设置条件、创建和使用工作簿模板等操作技能。

重点支持毕业要求指标点 2。

5、设计制作费用表、支出表、进销存表（8 学时）

通过本章学习，了解企业数据统计报表设计要素和原则，理解规范统计报表设计 office 应用技术的一般要求，掌握合并计算、排序筛选、分类汇总、多 table 表操作、数据透视、公式和函数应用；制作复杂产品系统的报价表，掌握 excel 制作复杂报表的技能和技术。

重点支持毕业要求指标点 2。

6、设计制作 Raph、Brooks Brothers、阿尔伯特、魁北克等产品 PPT（4 学时）

通过本章学习和严格模仿设计，了解企业 PPT 设计的要素和原则，理解企业级 PPT 设计

对视觉、色彩、内容表达等的要求，掌握文档安全、主题设置、模板制作、动画效果、链接动作、放映设置、绘图应用等技术。

重点支持毕业要求指标点 3。

7、合并 word、excel、 PPT 设计电子文档（2 学时）

通过整合不类型文档，了解企业对文档整合的技术要求，掌握运用 PDF 编辑工具整合不同类型的文档的技术能力，适应企业的要求；

重点支持毕业要求指标点 4。

三、教学方法

1. 以产品文档设计实践为主、以理论教学和研讨为辅

教师理论讲解主要体现系统的归纳总结操作和设计的难点和关键点；课堂教学选择实验中心多媒体教室，以优秀企业产品文档的 pdf 文件作标杆，学生通过大量的严格仿制高水平文档，在实践中获得成就感，掌握企业需要的技能；

2. 课堂讨论、课堂实践和课余实践相结合

对于实践性很强的课程，将 Office 操作和设计的难点、关键点作为讨论主题，讨论后直接用于课堂设计，在反复实践中理解概念，熟练掌握设计和操作技能；同时，真实企业文档要求学生课下付出大量努力，去探索问题，解决难点，开展版面设计、数据表设计、视觉设计、色彩设计、文字内容设计等，更好地实现课堂讨论、课堂实践和课下实践相结合

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时					课外学时
		理论学时	上机学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	设计政府、企业公文		4			4	2
2	设计企业产品信息卡		4			4	4
3	设计制作阿尔伯特、魁北克、哥伦比亚省等旅游产品书，改进、提升并重新设计浙江科技学院毕业设计模板学校毕业论文模板		8			8	8
4	设计制作企业工资表		4			4	4
5	设计制作费用表、支出表、进销存表		6			6	8
6	设计制作 Raph、Brooks Brothers 产品推广 PPT		4			4	4
7	合并 word、excel、 PPT 设计电子文档		2			2	2
合计			32			32	32

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持 毕业要求 指标点	实践类 别	课内 学时	课外 学时	备注
1	设计政府、企业公文	掌握操作技能	1	设计	4	2	
2	设计企业产品信息卡	掌握操作技能	1	设计	4	4	
3	设计制作阿尔伯特、魁北克、哥伦比亚省等旅游产品书,改进、提升并重新设计浙江科技学院毕业设计模板学校毕业论文模板	掌握操作技能	1	设计	8	8	
4	设计制作企业工资表	掌握操作技能	2	设计	4	4	
5	设计制作费用表、支出表、进销存表	掌握操作技能	2	设计	6	8	
6	设计制作 Raph、Brooks Brothers 产品推广 PPT	掌握操作技能	3	设计	4	4	
7	合并 word、excel、PPT 设计电子文档	掌握操作技能	4	设计	2	2	
小计					32	32	

五、课外学习要求

1. 提供 PDF 版《IBM Cloud Management》，word 仿制前 15 页
2. 提供 PDF 版《SONY ILCE-7000 用户手册》，word 仿制前 15 页；
3. 提供 PDF 版《华为综合交换系统报价册》，EXCEL 仿制全部；
4. 提供 PDF 版《BC Travel Plan》素材，word 设计前 15 页；
5. 提供 PDF 版《阿尔伯特省旅游指南》素材,word 设计前 15 页；

六、考核内容及方式

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

考核方式：考试（）；考查（√）

本课程成绩由平时考勤、平时实践设计组合而成，各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%，主要考查考勤、课堂设计表现等；

实践成绩占 80%，以设计文档完成的量和质作为评价指标，提交材料为每个阶段各类型文档，文档提交特殊要求说明图下：

1. 提交仿制标杆企业的 Word 产品电子文档和纸质文档；如 Word 文档中有较多彩色图文，只提供电子文档；
2. 提交仿制标杆企业的 Excel 和 PPT 电子文档。

根据以上文档材料，主要考察文档版面、样式、模板、视觉、色彩、样式、数据处理等文字等所体现应用和技能水平，及其设计文档与真实产品文档的接近水平。

七、持续改进

本课程根据教学进展、学生及其设计作品反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1]教育部考试中心.《MS Office 高级应用》[M]. 北京：高等教育出版社，2016

参考资料：

[1]刘相滨，刘艳松.《Office 高级应用》[M]. 电子工业出版社. 2015

[2]许巧珍.《Office2010 高级应用教程》[M]. 杭州：浙江大学出版社，2015

[3]教育部考试中心.《MS Office 高级应用上机指导》[M]. 北京：高等教育出版社，2016

[4]杨学林，陆凯.《Office2010 高级应用教程》[M]. 北京：邮电出版社，2015

KAB 和创业导论课程教学大纲

课程代码：06326900

课程名称：KAB 和创业导论/Know About Business

开课学期：第三学期和第四学期

学分/学时：3 /48（理论：48）

课程类别：必修课/通识教育类

适用专业/开课对象：经济与管理学院各专业，学校其他专业/二年级学生

先修课程/后修课程：会计学 /无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 王光新

执笔人： 吕海萍

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

KAB 和创业导论是经济与管理学院为培养大学生的创业意识、企业精神和创业能力而设置的平台课程。本课程是为经济与管理学院各专业二年级学生开设的必修课，通过本课程的学习，帮助大学生树立对创业问题的正确认识，了解创业者基本特征和所需素质，使学生了解从产生商业想法、写出商业计划书、组建一个企业直到运营企业的基本过程；有助于培养“企业家型”的复合型人才，具体包括：1) 培养创业意识，正确认识企业在社会中的作用和自我雇用；2) 提供创办和经营小企业所需的基本知识和技能；3) 提高就业能力，使学生能够在中小企业以及缺乏正规就业机会的环境下从事有产出的工作；4) 鼓励把创业和自我雇用作为理性职业选择。

本课程以国际劳动组织编写的英文教材为蓝本，经国际劳动组织授权，并根据我国实际情况进行了本土化改编。本课程在 KAB 部分主要介绍 8 个模块：依次为为什么是企业模块、为什么要发扬创业精神模块、什么样的人能成为创业者、如何成为创业者、如何找到一个好的企业想法模块、如何组建一家企业、如何经营一家企业和如何准备商业计划书；在创业导论部分，主要介绍四个专题，分别为：专题一、创业计划书和创业竞赛；专题二、创业融资和激励；专题三、创业竞争战略；专题四、创业税务和法律。本课程通过上述系统化的创业管理基础知识的学习，能有效加强学生的学习动机、引发兴趣，并初步训练学以致用、表达想法、观察力和适应力等方面的综合能力。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 模块 1 什么是企业（3 学时）

了解每个人都与企业（enterprise）有着联系、了解小企业及类型；理解小企业的特点；掌握企业（enterprise）的含义、企业的不同形式、人们在企业中的角色及小企业等内容。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能。

2. 模块 2 为什么要发扬创业精神（3 学时）

了解在任何环境下发扬创业精神都是有益的；理解创业的动因、创业在社会中的作用；掌握创业精神的界定、自主创业等内容。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

3. 模块 3 什么样的人能成为创业者（3 学时）

了解识别成功创业者所需具备的人格特征；理解创业者特征；掌握领导力、决策力、风险承担等内容。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

4. 模块 4 如何成为创业者（3 学时）

理解成功的创业者和小企业的管理所需的关键能力与决定性因素；掌握成功创业者的能力、成功创办小企业的关键因素、创业决定、开发和提高创业者的能力等内容。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

5. 模块 5 如何找到一个好的企业想法（3 学时）

理解产生企业想法的技术以及识别和评估商业机会的方法；掌握产生企业想法、识别和评估商业机会等内容。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

6. 模块 6 如何组建一家企业（4 学时）

了解开办企业的程序，包括市场、法律形态、资金筹措等问题；掌握选择合适的市场、企业选址、确定企业法律形式、计算所需资金、筹措创业资金、开办企业的途径等内容。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

7. 模块 7 如何经营一家企业：（5 学时）

了解如何运用相关技术解决企业经营实际问题；掌握员工的招聘和管理、时间管理、营销管理、供应商的选择、新技术在中小企业中的应用、成本预测、财务管理、财务报表等内容。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本

知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

8. 模块 8 创业准备：商业计划书(1 学时)

了解信息与帮助的来源；理解商业计划书的内容；掌握标准的商业计划书的撰写。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

9.SIYB 线下商业游戏（6 学时）

了解企业基本周期、供给与需求；理解企业基本周期中的增值与保值、供需变化与价格关系；掌握企业基本周期运营中利润的产生和增加；掌握供需变化中价格、产量如何确定；掌握企业经营中谈判的技巧和策略；掌握销售与利润的关系。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

10. 专题一创业计划书和创业竞赛（4 学时）

了解各种大学生创业的载体、创业计划书分类和要求以及大学生创业竞赛的相关的程序和知识，理解社会实践和社会调查对创业计划书和创业竞赛的作用和影响，掌握创业竞赛选题、创业项目设计、开展和创业计划书写作的基本规范。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能。

11. 专题二创业融资和激励（4 学时）

了解创业融资和激励的概念、创业融资和激励的目标的主要观点和优缺点；理解创业融资的动机、融资方式和融资组合、企业融资能力确定，理解创业激励机制设计的原则，创业企业层级激励、产权激励的原理、应用和适用条件；掌握企业不同生命周期中企业融资和激励策略及风险规避。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

12. 专题三创业竞争战略（4 学时）

了解战略管理的概念及过程包括战略分析、战略选择、战略实施及战略控制等环节，了解创业战略在创业过程中重要性，理解基于创业环境、创业项目的特征等选择合适的竞争战略，掌握为创业项目选择合适的竞争战略。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

13. 专题四创业税务和法律（4 学时）

了解我国基本税种的概念及计算，了解涉及创业的基本法律，理解不同创业组织类型税务的差异性，理解不同创业项目可能遇到的法律问题以及解决途径，掌握不同创业组织类型税负的计算。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本

知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

三、教学方法

完成本课程所需教学时间为 KAB32 学时，专题讲座 16 学时。其中课程前半部分 KAB 内容需用多媒体教室、白板、可移动桌椅、小班教学，人数控制在 35 人左右，后半部分专题讲座可小班也可按实际情况合班讲授。

本课程和教材的内容设置是以学生为中心的，学生是整个过程的主体，教师承担的是指导的角色，营造环境，使学生能以个体、小组或集体的方式参与其中，每个主题模块中有一半的学时是通过分组讨论、小组活动、游戏活动、头脑风暴、角色扮演、商业游戏等教学方法，通过学生的参与、思考来培养实践技能，然后将这些技能应用到各种环境当中。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	模块 1、什么是企业	3			3	
2	模块 2、为什么要发扬创业精神	3			3	
3	模块 3、什么样的人能成为创业者	3			3	
4	模块 4、如何成为创业者	3			3	
5	SIYB 游戏模块一基本企业周期	4			4	
6	模块 5、如何找到一个好的企业想法	3			3	
7	模块 6、如何组建一家企业	4			4	
8	模块 7、如何经营一家企业	5			5	
9	SIYB 游戏模块二供给与需求	3			3	
10	模块 8、如何准备商业计划书	1			1	
11	专题一、创业计划书和创业竞赛	4			4	
12	专题二、创业融资和激励	4			4	
13	专题三、创业竞争战略	4			4	
14	专题四、创业税务和法律	4			4	
合计		48			48	

五、课外学习要求

本课程进行中，学生除了要课外预习、复习，课程教材自身所设置的每一模块中的许多练习都需要学生在课外时间自学完成。当然教师设置的一些调研环节如“调查身边企业的开

办资金类型及数量”等都需要学生在课外时间里完成。

重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

六、考核内容及方式

本课程总成绩由平时成绩和期末商业（创业）计划书成绩组合而成。考核形式为考查，可用百分制或五级分制，各部分所占比例如下：

平时成绩占 40%-50%，主要有考勤和课堂表现组成。主要考查课堂参与、小组合作和讨论、观点发言、各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力、调研作业等。重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

商业（创业）计划书成绩占 60-50%。考查课，采用个人或小组（少于 3 人）提交一份商业（创业）计划书。主要考查对课程知识的综合运用能力，重点支持毕业要求指标点：培养学生的创业创新意识，具备创办和经营企业所需的基本知识和技能；提高学生的就业能力，能把创业和自我雇用作为理性的职业选择之一。

七、持续改进

本课程根据学生课堂研讨、平时考核情况、同行教学评价和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

主讲教师可根据当时教学需要、学生的接受能力、知识体系新发展等适当调整和改进大纲部分内容、学时安排及成绩评定比例。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 《大学生 KAB 创业基础》修订版，共青团中央，中华全国青年联合会，国际劳工组著，北京：高等教育出版社，2015.7

参考资料：

[1] 张玉利. 创业管理[M]. 北京：机械工业出版社，2013

[2] 邓立治. 商业计划书：原理与案例分析[M]. 北京：机械工业出版社，2015

经济法课程教学大纲

课程代码：0626A001

课程名称：经济法/ Economic Law

开课学期：1/2

学分/学时：2 / 32（理论：24； 习题学时：4； 研讨学时：4； 课外学时：8）

课程类别：必修课/学科专业基础课

适用专业/开课对象：市场营销、公共事业管理、国贸、金融工程、经济学、国际商务、信息管理与信息系统、物流管理、电子商务、工业工程、财务管理/一年级本科生

先修课程/后修课程：

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 张萍

执笔人： 胡传海

审批人： 刘洪民

一、课程简介

经济法是高等院校各非法学专业本科生应开设的一门专业基础课。既有理论性又有实践性的学科。通过本课程的教学，能使学生掌握经济法的基本理论；掌握公司法、合同法、担保法、知识产权法、票据法、证券法和劳动法等基本经济法律制度，理解经济法规市场经济活动的基本方式；提高法律水平，增强法律素养，能够利用法律知识分析简单的涉法案件，从而增强学生的分析能力和实际工作能力。

本课程主要介绍公司法、破产法、合同法、担保法、知识产权法、票据法、证券法、保险法、消费者权益保护法、劳动法等制度。

本课程重点支持以下毕业要求指标点 6.1 了解与经济发展相关的法律法规和行业产业政策。

体现在通过经济法的学习，了解基本的市场运行规则，理解市场主体参与市场经济的基本行为准则，掌握一定的法律知识。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 企业法（2 学时）

了解《国际商事通则》的制订与适用特点；理解国际商事合同涵义、特征和重要性；掌握国际商事合同成立、效力、履行、终止及违约救济的基本规则。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

2. 公司法（理论学时：2；习题学时：1；研讨学时：1；课外学时：1）

了解公司的演变和种类；理解公司的基本制度、一人有限责任公司的规定；掌握有限责

任公司和股份公司的设立条件、资本和股东的法律规定。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

3. 破产法（理论学时：2；课外学时：2）

了解破产界限、破产案件的管辖，破产案件的受理，受理的法律效果；理解和解与整顿的关系、破产财产的构成；掌握和解与整顿制度、取回权、别除权、抵销权、追回权的法律规定。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

4. 合同法（理论学时：2；习题学时：1；研讨学时：1；课外学时：1）

了解合同的特征、合同的分类；理解合同法的基本原则、合同的效力；掌握合同的订立程序、合同履行中的抗辩权和保全的规定、合同责任的规定。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

5. 担保法（理论学时：2；习题学时：1；研讨学时：1；课外学时：1）

了解担保的分类、担保合同中出现的一些特殊问题、留置权的成立；理解一般保证和连带保证合同的区别；掌握质押权和质押标的法律规定、抵押权的效力。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

6. 票据法（2 学时）

了解票据权利类型和立法；理解票据上的法律关系和非票据关系；掌握汇票的出票、背书规则，掌握支票规则。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

7. 证券法（理论学时：2；课外学时：1）

了解证券法的基本原则、证券机构的种类、证券承销；掌握限制和禁止的证券交易行为、信息公开制度、上市公司收购方式。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

8. 保险法（2 学时）

了解保险法的基本原则；理解保险合同的客体——保险利益；掌握代位求偿权、委付。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

9. 知识产权法（理论学时：2；课外学时：1）

了解著作权的取得；理解著作权的内容；掌握著作权客体的构成要件、对注册商标专用权的保护、专利权的限制。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

10. 产品质量法和消费者权益保护法（理论学时：2）

了解生产者的四项产品质量义务、销售者的四项产品质量义务；理解消费者权益保护的基本原则；掌握消费者权利的内容。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

11. 劳动法（理论学时：2；习题学时：1；研讨学时：1；课外学时：1）

了解社会保险制度、劳动争议的处理方式；理解劳动就业原则；掌握劳动者的主要权利

12、诉讼和仲裁（理论学时：2）

了解民事诉讼的管辖、第一审程序、行政诉讼的四项原则、受案范围；理解诉讼和仲裁的区别；掌握仲裁基本原则和制度、仲裁协议的要件

三、教学方法

本课程采用课堂理论讲解、案例剖析相结合的方式。理论介绍辅之以案例深化，增加教学趣味和生动性，使学生更易理解所学内容。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 1。

表 1 课内外教学环节及时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	企业法	2			2	
2	公司法	2	1	1	4	1
3	破产法	2			2	2
4	合同法	2	1	1	4	1
5	担保法	2	1	1	4	1
6	票据法	2			2	
7	证券法	2			2	1
8	保险法	2			2	
9	知识产权法	2			2	1
10	产品质量与消费者权益保护法	2			2	
11	劳动法	2	1	1	4	1
12	诉讼与仲裁	2			2	
合计		28	4	4	32	8

五、课外学习要求

本课程需要大量案例阅读。因此要求学生课外查找案例并进行解读。课外习题以案例分析为主。每次教学内容均布置的案例阅读与分析不少于 2 个。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（○）；两级分制（○）

考核方式：考试（√）；考查（○）

本课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20-40%，主要考查参加授课的情况、课外作业情况等。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

期末考试成绩占 60-80%，考试课，采用闭卷考核方式。考核内容主要包括授课内容和指定的课外案例分析内容，重点支持毕业要求指标点 6.1。

七、持续改进

本课程根据培养应用型人才的教学计划要求，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 赵威主编. 经济法[M]. 北京：中国人民大学出版社，2014

[2] 史际春主编. 经济法[M]. 北京：中国人民大学出版社，2015

参考资料：

[1] 殷洁主编. 经济法[M]. 北京：法律出版社，2016

[2] 刘文华主编. 经济法[M]. 北京：中国人民大学出版社，2017

管理学原理课程教学大纲

课程代码：0626A028

课程名称：管理学原理/ Management

开课学期：2

学分/学时：3 /48（理论：40，实验或实践：0，研讨：8，习题：0）

课程类别：必修课/学科专业基础课

适用专业/开课对象：电子商务/一年级本科生

先修课程/后修课程： /市场营销、公共管理学

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 卢玮

执笔人： 葛晓巍

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

管理学是市场营销、公共事业管理、财务管理、国贸、经济学、信息管理与信息系统、国际商务、物流管理、工业工程、金融工程等专业一门必修的基础课。同时也是一门实践性很强的应用科学。通过这门课的学习，使学生了解现代管理学的框架结构，系统地把握管理理论的主要内容、重要性及其内在联系，熟悉履行各项管理职能的基本程序和原则。通过本课程教学，学生应达到掌握目标制定、计划、决策、组织、沟通、领导、控制的主要原理与常用方法，并能灵活的应用到解决实际管理问题中去的教学目标。

本课程主要介绍一般组织管理理论，以组织管理为研究对象，致力于研究管理者如何有效地管理所在的组织，它所提出的管理基本原理、基本思想和基本原则是各类管理学科的概括和总结，是整个管理学科体系的基石。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1 掌握管理学、经济学、社会学等相关科学的基本理论。

体现在通过管理学基本理论知识的讲授，了解管理学的基本知识。

2 善于理论联系实际，善于学习，具有创新意识和团队合作精神，具有较强的执行力、行动力具备自主创业的能力。

体现在通过课堂的研讨，对现实工作、生活中相关的管理学问题进行思考讨论，使学生具备创新意识和团队合作精神，具有较强的执行力、行动力具备自主创业的能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 管理与组织导论（2 学时）

了解管理者角色理论、组织概念的变迁；理解管理的普遍性、效率和效果对于管理的重要性、管理人员与非管理人员的差别、组织的特征；掌握管理的定义、管理的四个职能。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

2. 管理的昨天和今天（3 学时）

了解管理的历史背景、知识管理、学习型组织、质量管理；理解科学管理理论、一般行政管理理论、管理的定量方法、霍桑研究；掌握管理的系统观点、权变理论。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

3. 组织文化与环境（2 学时）

了解组织文化的来源、当今管理者面临的组织文化问题；理解组织文化的七个维度、组织文化对管理者的影响、环境不确定性的两个维度；掌握如何把文化传递给员工、具体环境和一般环境的要素、管理外部利益相关群体关系的四个步骤。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

4. 全球环境中的管理（2 学时）

了解区域性贸易联盟和世界贸易组织；理解三种全球观念、霍夫斯泰德评估文化的框架、GLOBE 框架；掌握不同类型的全球组织的特点。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

5. 社会责任和管理道德（2 学时）

了解国际环境中的道德、管理道德败坏和不负社会责任的行为、社会企业家的概念；理解有关社会责任的两种相反的观点、社会责任和经济绩效之间的关系、企业共享价值观的要点；掌握社会责任的含义、组织如何走向绿色、如何改善道德行为。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

6. 制定决策（3 学时）

了解决策在管理中的重要性、决策制定的四种风格；理解决策的类型、有限理性、满意和承诺升级的概念、管理者可能出现的决策制定的偏见；掌握理性决策过程、常见的决策方法及其特点、决策的技巧。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

7. 计划的基础、计划工作的工具和技术（3 学时）

了解目标管理思想诞生的背景、计划的概念、计划的表现形式和类型；理解目标的特点和作用、组织目标和个人目标之间的关系、计划的制定和审定方法；掌握良好的目标的特征、目标管理的基本思想和程序、目标制定和运用技巧、滚动计划法、网络计划技术、线性规划、个人时间管理的方法。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

8. 战略管理（3 学时）

了解资源、能力和核心竞争力的作用；理解为什么战略管理是重要的；掌握战略管理过

程的六个步骤、BCG 矩阵及其用法、波特的五力模型、波特的三种基本竞争战略。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

9. 组织结构与设计（3 学时）

了解无边界组织、虚拟组织、网络组织、学习型组织的概念；理解集权和分权的影响因素、跨职能团队；掌握组织结构设计的基本过程和设计的基本原则、组织设计的六个关键要素、传统的组织结构形式的优缺点及其适用场合、矩阵型结构、项目型结构、常见的岗位职责设计方法。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

10. 管理沟通与信息技术（3 学时）

了解互联网世界管理沟通所面临的挑战、政治上的准确性如何影响沟通；理解人际沟通和组织沟通的定义、沟通的功能、正式沟通和非正式沟通的差异、信息技术如何影响沟通；掌握沟通过程的七个要素、人际间有效沟通的障碍及克服方法、管理者可以运用的沟通方法。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

11. 人力资源管理（3 学时）

了解精简机构的管理、劳动力多元化的管理、人力资源成本的控制；理解人力资源的重要性、信度和效度的概念；掌握人力资源管理过程、人力资源规划的步骤、招聘和甄选的方案、绩效评估方法。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

12. 变革与创新管理（3 学时）

了解变革过程的两种不同观点、变革的力量；理解组织变革的三种类型、创新的因素；掌握如何应对变革的阻力、组织文化的变革。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

13. 行为的基础（2 学时）

了解组织行为学的目的、不同文化下的人格类型、社会学习理论；理解态度、工作满意度、工作参与与组织承诺、态度与一致性、迈尔斯—布瑞格斯类型指标、大五人格模型、操作性条件反射；掌握认知失调理论、归因理论。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

14. 群体与团队（2 学时）

了解社会网络的构造；理解群体的发展阶段、工作群体的行为、群体运行过程；掌握群体结构、工作团队的类型、开发高效的团队。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

15. 激励员工（3 学时）

了解劳动力中特殊群体的激励；理解需要层次理论、X 理论和 Y 理论、双因素理论、三种需要理论；掌握目标设置理论、强化理论、具有激励作用的工作设计、公平理论、期望

理论、恰当的奖励制度。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

16. 领导（3 学时）

了解交易型领导者、变革型领导者、领袖魅力型领导者、愿景规划型领导者、跨文化的领导；理解为什么管理者应当成为领导者、领导者的两面性；掌握领导者权力的五个来源、研究发现的领导特质、行为理论、费德勒模型、情景领导理论、领导者参与模型、路径—目标理论。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

17. 控制的基础（3 学时）

了解财务控制的衡量标准、信息控制、针对文化差异的控制调整、公司治理；理解控制为何重要、三种控制系统的特征；掌握控制过程、工作绩效的衡量、组织绩效的衡量、控制的类型、标杆比较、平衡计分卡。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

18. 运营及价值链管理（3 学时）

了解提高生产率的原则、信息技术在价值链管理中的作用；理解技术在运营管理中的作用、质量领先、重量目标、批量定制；掌握价值链管理的定义、价值链管理的六个要求、实施价值链管理的障碍。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

三、教学方法

本课程主要采用课堂讲授的教学方法，同时在讲课过程中会穿插活动、与学生的互动和讨论。在这个过程中要求学生认真准备、积极投入、进入角色以达到良好的课堂效果。在教学过程中，老师需要结合大量的案例，使学生能够更深刻地领会该课程的主要内容。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	管理与组织导论	2			2	2
2	管理的昨天和今天	2		1	3	3
3	组织文化与环境	2			2	2
4	全球环境中的管理	2			2	2

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
5	社会责任与管理道德	2		1	3	3
6	制定决策	1		1	2	2
7	计划的基础、计划工作的工具和技术	2		1	3	3
8	战略管理	2		1	3	3
9	组织结构与设计	3			3	3
10	管理沟通与信息技术	2		1	3	3
11	人力资源管理	3			3	3
12	变革与创新管理	2		1	3	3
13	行为的基础	2			2	2
14	群体与团队	2			2	2
15	激励员工	2		1	3	3
16	领导	3			3	3
17	控制的基础	3			3	3
18	运营及价值链管理	3			3	3
合计		40		8	48	48

五、课外学习要求

阅读相关课外资料、经典案例。并运用管理学的理论知识分析案例、管理自己的日常生活。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩和期末成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20-40%，主要考查出勤、课堂表现等。重点支持毕业要求指标点 2.1、2.2、2.3。

期末考试成绩占 60-80%，考试课采用开（闭）卷形式。题型选择、名词解释、简答、案例。考核内容主要包括上课所涉及的基本理论、以及运用理论分析案例。

重点支持毕业要求指标点 3.1、6.1、6.3。

七、持续改进

本课程根据学生课堂的反应情况，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

斯蒂芬.P.罗宾斯, 玛丽.库尔特.管理学(第13版)[M], 北京: 中国人民大学出版社, 2017

参考资料：

- [1] 邢以群.管理学[M], 杭州: 浙江大学出版社, 2016
- [2] 周三多, 陈传明, 鲁明泓.管理学[M], 上海: 复旦大学出版社, 2014
- [3] 哈罗德.孔茨.管理学[M], 北京: 经济科学出版社, 2003
- [4] 里基.W.格里芬.管理学[M], 北京: 中国市场出版社, 2008
- [5] 彼得.德鲁克.德鲁克管理思想精要[M], 北京: 机械工业出版社, 2007
- [6] 彼得.圣吉.第五项修炼: 学习型组织的艺术与实践[M], 北京: 中信出版社, 2009
- [7] 余世维著, 《有效沟通: 管理者的沟通艺术》, 北京: 机械工业出版社, 2006年版
- [8] 金错刀著, 《马云管理日志》, 北京: 中信出版社, 2009年版

微观经济学课程教学大纲

课程代码：0626A003

课程名称：微观经济学/Microeconomics

开课学期： 1/2

学分/学时： 3 /48（理论： 40， 实验或实践： 0， 研讨： 4， 习题： 4）

课程类别： 必修课/学科专业基础课

适用专业/开课对象： 金融工程、经济学、物流管理、电子商务、市场营销、工业工程、财务管理、公共事业管理、国际经济与贸易、信息管理与信息系统、国际商务/一年级本科生

先修课程/后修课程： 高等数学 /宏观经济学、中级微观经济学

开课单位： 经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 张萍

执笔人： 祝荣富

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是经济学专业必修课程之一，通过该课程学习可使学生把握微观经济理论的基本框架，了解微观经济学的基本概念、基本理论。本课程通过讲授相关经济学概念和理论，结合案例分析与习题练习，使学生掌握经济学的基本分析方法，培养学生的经济学思维方式。通过本课程教学，学生应达到能够运用所学的分析工具，解释和分析现实经济问题，为进一步学习其他经管类课程奠定经济学理论基础的的教学目标。

本课程主要介绍经济学基本原理及方法，市场供给、需求及均衡，弹性、政府政策极其影响，税收的成本，外部性、公共品及公共资源，生产成本，竞争市场中的企业，市场结构与博弈论介绍等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1 1.5 具备扎实的经济学专业专业知识，并能将其应用于解决经济学的相关问题。

体现在通过对经济学基本概念、基本理论的学习，能够使用相关的经济学基本分析方法，分析市场经济活动中消费者、生产者的决策，以及政府政策对市场的影响等。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 十大经济学原理（3 学时）

了解经济学研究的是稀缺资源的配置；

- 理解人们所面临的取舍选择；
- 理解“边际”的概念如何影响人们的决策；
- 理解激励对人的行为的影响；
- 理解个体之间或国家之间的贸易为何可以使双方都得益；
- 了解市场作为资源配置方式的优缺点；
- 了解影响宏观经济趋势的因素。
- 掌握机会成本（经济成本）的概念。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

2. 像经济学家一样思考（3 学时）

- 了解经济学家如何使用科学方法来研究经济；
- 理解假设和模型如何帮助人们理解现实世界的现象；
- 了解宏观经济学与微观经济学的区别；
- 了解实证研究与规范研究；
- 了解经济学家在政策制定中的作用；
- 理解为什么经济学家之间会有分歧；
- 掌握两个简单的经济学模型：经济的循环流程图及生产可能性边界。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

3. 供给、需求及市场均衡（4 学时）

- 了解供给的概念以及影响市场供给的要素；
- 了解需求的概念以及影响市场需求的要素；
- 理解价格在市场配置稀缺资源中的作用；
- 掌握市场均衡的概念，供给与需求如何达成均衡；
- 掌握市场均衡价格和均衡产量的计算。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

4. 弹性及其应用（4 学时）

- 了解需求弹性的含义；
- 理解需求弹性的决定因素；
- 了解供给弹性的含义；
- 理解决定供给弹性的因素；
- 掌握弹性在不同市场中的应用。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

5. 供给、需求与政府政策（4 学时）

- 了解价格上限和价格下限的概念；
- 掌握政府价格上限的影响；
- 掌握政府价格下限的影响；
- 掌握政府征税对商品均衡价格和均衡量的影响；
- 理解向买房征税与向卖方征税对市场均衡的影响是相同的；
- 掌握买卖双方如何分担税负成本。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

6. 消费者、生产者与市场的有效性（4 学时）

- 理解消费者的支付意愿与市场需求曲线的关系；
- 了解消费者剩余的概念；
- 掌握消费者剩余的衡量；
- 理解生产者成本与供给曲线的关系；
- 了解生产者剩余的概念；
- 掌握生产者剩余的衡量；
- 理解完全竞争市场中，市场均衡时消费者剩余与生产者剩余之和达到最大。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

7. 税收的成本（3 课时）

- 理解税收如何减少消费者剩余与生产者剩余；
- 了解无谓成本的概念；
- 理解税收为什么会带来无谓成本；
- 掌握影响税收无谓成本大小的因素；
- 掌握税收收入及税收带来的无谓成本如何随着税率高低而变化。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

8. 外部性、公共品与公共资源（4 学时）

- 了解外部性的概念；
- 理解外部性为什么会市场无效率；
- 掌握公共品与公共资源的概念；
- 理解为什么公共品供给上会产生市场失灵；
- 理解为什么在公共品问题上，成本-收益分析方法既必要又困难；
- 了解经济中一些重要的公共资源。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

9. 生产成本（3 课时）

- 了解生产成本的概念；
- 理解企业生产过程与总成本的联系；
- 掌握平均成本与边际成本的关系；
- 掌握企业成本曲线的形状；
- 掌握短期成本与长期成本之间的关系。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

10. 完全竞争市场中的企业（5 学时）

- 了解完全竞争市场的特征；
- 理解完全竞争市场中企业的产量决策；
- 掌握完全竞争市场中企业的短期关门点；
- 掌握完全竞争市场中企业进入或退出行业的条件；
- 理解企业行为如何决定市场的短期和长期供给曲线。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

11. 垄断（4 学时）

- 了解垄断产生的原因；
- 掌握垄断厂商的价格和产量决策；
- 掌握垄断厂商的决策如何影响经济福利；
- 掌握不同的垄断管制政策的效果；
- 理解为什么垄断厂商对不同消费者实行价格歧视。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

12. 寡头垄断和博弈论（5 学时）

- 了解完全竞争与完全垄断之间的其他市场结构；
- 理解寡头垄断时市场均衡结果是怎样的；
- 掌握囚徒困境在寡头垄断中的应用；
- 理解反托拉斯法如何促进寡头垄断市场的竞争。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

13. 垄断竞争（3 学时）

- 了解产别产品情况下的企业竞争；

- 理解垄断竞争与完全竞争下市场均衡的异同；
- 理解垄断竞争市场均衡的特点；
- 理解关于广告的争议；
- 理解关于品牌的争议。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

三、教学方法

本课程以课堂讲授为主，结合案例分析、课堂问答与讨论等多种方式同时进行；此外，授课老师可以根据课程进度情况灵活安排随堂测验、小论文及课外作业等，来检查学生学习效果。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	十大经济学原理	3	0	0	3	3
2	像经济学家一样思考	3	0	0	3	3
3	供给、需求和市场均衡	3	1	0	4	4
4	弹性及其应用	3	0	1	4	4
5	供给、需求和政府政策	3	0	0	3	3
6	消费者、生产者与市场的有效性	3	0	1	4	4
7	应用：税收的成本	2	1	0	3	3
8	外部性、公共品与公共资源	3	0	0	3	3
9	生产成本	3	1	0	4	4
10	完全竞争市场中的企业	4	0	1	5	5
11	垄断	4	0	0	4	4
12	寡头垄断和博弈论	3	1	0	4	4
13	垄断竞争	3	0	1	4	4
合计		40	4	4	48	48

五、课外学习要求

本课程要求学生在上课前预习，熟悉基本概念及术语，对课程内容有基本的了解；并在

课后及时复习，进行一定的习题练习，巩固所学知识。学生在课外学习上花费的时间至少应与课内学时数相等。课外阅读的主要内容是在第七项列出的教学参考资料及教师新发现的关于国内外现实经济现象和经济问题的期刊、报告、网络文献等。学生应该独立完成所布置的课后作业，并按时上交。作业抄袭、迟交将被拒收或影响作业成绩。

重点支持毕业要求指标点 1.5。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时考核和期末考核成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 50%，主要考查考勤、作业及课堂参与等。重点支持毕业要求指标点 1.5。

期末考试成绩占 50%，采用闭卷形式。题型包括选择、判断、计算和应用等。考核内容主要包括经济学基本概念、基本模型的理解、计算及应用等，重点支持毕业要求指标点 1.5。

七、持续改进

本课程根据本课程根据学生反馈及学校各项教学评估反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] [美]曼昆：《经济学原理》（第 6 版，梁小民等译），北京大学出版社 2012 年 7 月

参考资料：

[1] 萨缪尔森、诺德豪斯：《经济学》（第十七版，萧琛主译），人民邮电出版社 2004 年

[2] [美]范里安：《微观经济学：现代观点》（第 8 版，费方域等译），格致人民出版社 2012 年

[3] 高鸿业主编，西方经济学(第 6 版，微观部分)，中国人民大学出版社 2014 年

基础会计学课程教学大纲

课程代码：0626A031

课程名称：基础会计学/Fundamental Accounting

开课学期：1/2

学分/学时：2.5/40（理论：34，习题：4，研讨2）

课程类别：必修课/学科专业基础课

适用专业/开课对象：市场营销、公共事业管理、物流管理、信息管理与信息系统、电子商务、工业工程、经济学、金融工程、国际贸易、国际商务/一年级本科生

先修/后修课程：无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：王光新

执笔人：王光新

审批人：刘洪民

四、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

会计是在社会生产实践中产生和发展起来的，它是以货币为主要计量单位，以凭证为依据，借助于专门的技术方法，对一定主体的经济活动进行全面、综合、连续、系统的核算与监督，并向有关方面提供会计信息的一种经济管理活动。随着经济的发展，会计除了反映和监督外，还通过预测、决策、计划、控制和分析等来谋求经济效益。特别是现代科学技术的发展，会计在经济管理方面的作用日益显著。因此学生通过该课程的学习，可以了解会计作为一种对经济活动进行管理的手段在现代社会经济中以及在企业管理中所发挥的重要作用，了解会计信息对于投资者、债权人、政府及其他利益相关者的作用，从而提高各个主体决策的科学性，进而提高整个社会运行的效率。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1.1 了解现代会计发展的基本历史，掌握现代财务会计的基本理论。

体现在能了解会计的变迁及发展动因，理解现代会计的定义、目标、对象、会计假设、会计信息及其质量要求；知道如何对会计要素进行分类，每个会计要素的具体内容，理解会计等式的基本内涵及其在现代财务会计中的重要地位和作用。

2.1 掌握现代财务会计循环的基本内容，能够运用复式记账方法对一般企业发生的交易事项进行账务处理，并将处理结果编制成财务会计报告。

体现能够了解现代财务会计处理的基本流程，即在对企业会计设置账户和选择复制记账方法的基础之上，对企业发生的基本交易事项进行会计确认、计量、记录和报告。

五、教学内容、基本要求及学时分配

1. 会计发展与会计目标（5 学时）

了解现代会计发展的基本历史及其变迁的动因，掌握现代会计的定义和目标以及现代会计的分类；理解关于现代会计目标的基本学术观点；了解现代会计的对象；掌握四大会计假设；掌握现代会计信息的含义及其质量要求。

重点支持毕业要求指标点 1。

2. 会计要素与会计等式（6 学时）

了解现代会计要素的定义及其分类，掌握六大会计要素的定义、基本特征以及每一会计要素的构成内容；理解会计要素确认的内涵及各个会计要素确认的基本条件；理解会计等式的内涵及交易事项对会计等式影响的规律。

重点支持毕业要求指标点 1。

3. 账户设置（3 学时）

了解账户设置方法在整个会计方法体系中的重要地位，理解会计科目的内涵及其与会计账户之间的关系，掌握会计账户的功能、结构及账户体系。

重点支持毕业要求指标点 2。

4. 复式记账（4 学时）

了解复式记账方法在现代企业中的运用，掌握复式记账方法的定义及内涵，掌握借贷记账法的基本规则及应用、会计账户平行登记的基本原理。

重点支持毕业要求指标点 2。

5. 会计凭证（5 学时）

了解会计凭证的概念、意义和种类；理解原始凭证、记帐凭证填制的基本格式与填制方法。

重点支持毕业要求指标点 2。

6. 会计账簿（5 学时）

了解会计帐簿的意义、作用、种类；理解会计帐簿的设置与登记，即日记帐、分类帐的设置与登记；掌握记帐的规则，即启用帐簿的规则、登记帐簿的规则、更正错帐规则、总分帐与明细分类帐的平行登记的应用。

重点支持毕业要求指标点 2。

7. 一般企业主要账务处理（8 学时）

了解现代一般企业交易事项的基本内容和分类，掌握运用借贷记账法对一般企业发生的基本交易事项进行账务处理，理解与交易或事项处理相关的其他内容。

重点支持毕业要求指标点 2。

8. 财务报告（4 学时）

了解财务报告的作用及编制要求；理解会计报表的编制原理；掌握资产负债表、利润表的种类、格式、编制方法。

重点支持毕业要求指标点 2。

六、 教学方法

本课程采用课堂教学为主，课堂讨论和课外自主学习相结合的教学方法。

1. 课堂教学主要介绍现代会计的基本发展简史、会计的分类、目标、对象、会计假设、会计信息及其质量要求；会计要素的定义、特征、会计要素的内容与作用、会计确认、计量；会计等式及其变化规律；会计科目、会计账户的设置、结构及功能；复式记账和借贷记账的基本原理、方法；会计凭证的分类、填制方法；会计账簿的格式登记方法；一般企业交易事项会计处理的基本方法；财务会计报告的基本内容与编制方法。

重点支持毕业要求指标点 1、2

2. 课外学习和课内讨论主要通过学生自主学习，资料查找，案例分析，理解会计对现代社会经济发展及企业的经营管理所发挥的重要作用，了解外部信息使用者所需要的会计信息种类及其对信息使用者的作用，掌握一般企业交易事项处理会计处理的基本方法。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

四、课内外教学环节及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1

表 4-1 课内外教学环节安排表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	会计发展与会计目标	4		1	5	10
2	会计要素与会计等式	5	1		6	12
3	账户设置	3			3	6
4	复式记账	4			4	8
5	会计凭证	5			5	10
6	会计账簿	4	1		5	10
7	一般企业主要账务处理	6	2		8	16
8	财务报告	3		1	4	8
合计		34	4	2	40	80

五、课外学习要求：

1. 查阅资料，了解会计的起源、发展及其对现代社会经济发展及企业经营管理所起的

作用。

2. 了解一家企业根据其将要发生的交易事项所设置的账户，查看其账簿记录，了解账务处理的基本流程。

3. 仔细阅读一家企业的财务报告，看能从中了解到哪些基本有用的信息。

4. 认真完成老师布置的作业。

重点支持毕业要求指标点 1、2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩，期末考试组成，采用百分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20-30%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，课堂讨论回答问题、出勤等情况。重点支持毕业要求指标点 1、2。

期末成绩占 70-80%，采用闭卷或开卷形式。题型可以包括选择题、判断题、简答题、实务题等。考核内容主要包括大纲中规定的八个章节。

上课老师也可以根据自己的教学和学生学习的情况自主选择考核方式。

主要支撑毕业要求指标点 1.1、2.1。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

张捷主编，《基础会计》，中国人民大学出版社，最新版

参考资料：

1. 财政部会计司主编，《企业会计准则》，中国财政出版社，2006 年版及每年更新版本

2. 财政部会计司主编，《企业会计准则——应用指南》，中国财政出版社，2006 年版

统计学原理课程教学大纲

课程代码：0626A005

课程名称：统计学原理/Statistics

开课学期：第3学期或第4学期

学分/学时：3/48（理论：48）

课程类别：必修课/学科专业基础课

适用专业/开课对象：物流管理、金融工程、电子商务、国际商务、财务管理、市场营销、国际贸易、公共事业管理、信息管理与信息系统、工业工程、经济学/大二学生

先修课程/后修课程：高等数学、概率论与数理统计、经济学原理等

开课单位：经济管理学院

团队负责人：

审核人：张萍

执笔人：翁异静

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是经济学、管理学两大门类各专业学生必修学科基础课程之一，是国家教育部最早将其列入经济学与管理学的核心课程之一。本课程的教学目的是通过对统计学的学习，加经过大量的习题练习，使学生认识到统计学是一门反映社会经济现象总体数量特征的方法论的科学，学生掌握统计这个有力的工具，学会如何正确地搜集、整理客观事物的数量资料，如何用数字去描述和分析客观事物的现状和变化过程，如何正确地预测事物的前景。在教学中要求理论联系实际，并且做到定量分析与定性分析结合，通过理论讲解，习题练习，对问题进行客观分析，最后达到学以致用目的。通过本课程教学，使学生在学校能够系统学习统计科学的理论及方法，使之进入社会之后，既能为搞好统计工作服务，更能为经济社会的建设和发展发挥更大的作用。

本课程主要介绍统计学的基本理论和方法，内容主要包括绪论、数据资料的搜集、数据资料的整理、集中趋势和离散程度的测定、抽样推断、相关与回归分析、动态数列分析、统计指数分析、国民经济核算。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.3 具备实证分析、论证和解决经济学相关问题的能力，获得有效结论，并能恰当表达

体现在通过数据资料的搜集、整理、处理及模型构建等，具备对现实经济问题进行基本的统计分析。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 统计学总论（3 学时）

了解统计研究对象的特点、统计学的种类及其性质，了解统计学与数学、经济学等其他学科的区别与联系；理解统计学的作用；掌握统计的含义、统计研究的基本环节，掌握统计学中常用的基本概念和基本原理。

教学重点：明确统计学的研究对象，统计学的基本概念；教学难点：总体、总体单位、标志、统计指标、指标体系等基本概念及相互关系。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

2. 数据的收集与整理（3 学时）

了解统计调查的意义和种类；了解统计整理的意义、内容和组织形式；了解统计表的结构、种类、编制方法和统计图的意义。理解统计数据收集的含义、要求和步骤；理解统计分组的意义。掌握统计分组方法；掌握根据实际问题能够设计初步的调查方案和调查问卷；掌握统计分组的基本理论与方法；掌握分布数列、尤其是变量数列的编制方法；掌握常用统计图的绘制方法。

教学重点：统计数据收集方案设计，统计数据收集方式，统计分组的内容；教学难点：统计次数分布，统计表的编制规则。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

3. 综合指标（3 学时）

了解总量指标、相对指标在现实中的作用，了解总量指标、相对指标的涵义和分类。理解总量指标与相对指标的异同和作用；理解总量指标的计量单位不同形成的各具特点的指标体系。掌握总量指标的时期指标与时点指标的异同和作用；掌握相对指标的种类、计算方法、应用原则；掌握并能够应用各类相对指标分析国民经济中的宏观问题和微观问题。

教学重点：时期指标与时点指标的区别特点，总量指标的分类和计算方法；教学难点：五种不同的相对指标的计算与分析。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

4. 统计分布特征指标（6 学时）

了解平均指标和变异指标的概念及在现实中的作用，了解平均指标和变异指标的分类及其表现形式。理解平均指标和、变异指标和形状指标的异同及作用；理解并熟悉权数在平均指标中的重要作用；理解标准差在变异指标中的重要地位和作用，尤其要深刻理解方差、标准差和离散系数的涵义。掌握五大平均指标和重要变异指标的计算方法和应用原则；掌握算术平均数、中位数和众数之间的数量关系；掌握并能够应用各类统计特征指标分析、观察国民经济中的宏观和微观问题。

教学重点：五种平均指标的计算与分析、级差与平均差的计算与内涵；教学难点：中位数和众数的计算，标准差及变异系数的含义与计算。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

5. 抽样推断（抽样调查与推断）（6 学时）

了解统计抽样推断的基本原理和作用；了解统计抽样推断的基本概念和基本内容；了解

抽样推断的抽样设计和组织实施的各种方法。理解抽样推断中的抽样平均误差、抽样极限误差、置信区间和置信度、概率度和概率保证程度的概念；理解假设检验的重要性，增强人们对抽样推断结果的可信性；理解显著性检验的基本原理和显著性检验的步骤。掌握抽样推断与调查中的抽样平均误差、抽样极限误差、置信区间和置信度的计算方法；掌握主要统计指标抽样推断的误差计算和估计方法；掌握抽样的样本容量的确定及其计算方法。

教学重点：抽样推断的误差、平均误差、极限误差、置信区间和置信度、概率度与保证程度的内容和计算；教学难点：样本容量的确定与计算，抽样的区间估计方法，显著性检验的原理、步骤及方法。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

6. 相关与回归分析（9 学时）

了解相关关系系数的概念及种类；了解统计相关分析的基本概念与内容；了解统计回归分析的基本概念与内容；了解一元或多元线性相关关系、一元或多元线性回归分析的程序。理解现象之间存在的函数关系和各种各样的相关关系之间的联系；理解相关系数和回归系数两者的联系与区别；理解回归分析中估计标准误差的作用。掌握简单线性相关关系的分析方法；掌握一元线性回归分析的理论与方法；掌握相关系数和回归系数的计算方法及最小平方方法；掌握并运用相关与回归统计分析方法对实际资料进行一元线性回归分析和预测；有条件时掌握多元回归分析方法的运用。

教学重点：相关分析与回归分析的概念、内容及相互关系，线性相关系数的计算，回归系数与相关系数的联系与区别，线性相关的计算与分析方法；教学难点：最小平方方法的计算、线性回归的分析与预测，估计标准误差的计算与理解，多元回归的分析方法。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

7. 动态数列分析（时间数列分析）（9 学时）

了解动态数列的概念和编制原则；了解动态数列的种类、因素、构成、变动及测定方法；了解动态数列变动要素的分解。理解各种不同类型动态指标之间、水平指标与速度指标之间的相互关系；理解长期趋势等分析测算方法；掌握动态数列水平指标（序时平均数）的应用条件和计算方法；掌握动态数列速度指标的应用条件和计算方法；掌握动态分析指标的长期趋势及季节变动测定方法。

教学重点：各类动态相对指标的水平指标和速度指标的相互关系与计算，用最小平方方法测定直线趋势方程；教学难点：时点序时平均数的计算，定基、环比、平均速度指标的计算及对应关系，长期趋势和季节变动的测定方法。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

8. 统计指数分析（6 学时）

了解统计指数的概念、意义、性质和作用；了解统计指数的分类和指数数列的基本内容；了解现实中一些重要经济指数的意义与编制方法。理解统计指数体系的涵义，理解同度量因素的含义及作用。掌握数量综合指数和质量综合指数的编制方法；掌握平均数指数和平均指标指数的编制方法；熟练掌握指数中的同度量因素的选择和固定时期的确定；掌握并根据实际资料建立指数体系并进行因素分析。

教学重点：同度量因素的含义，基本综合指数的计算，各类实用的统计指数；教学难点：

平均数指数、平均指标指数的区别与计算，指数体系及指数的因素分析等。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

9. 国民经济核算（3 学时）

了解国民经济核算体系的概况和内容；了解国民经济核算的基本方法和指标。理解国内生产总值指标（GDP）与其它相关指标之间的联系和区别；理解国民经济核算体系的其它指标以及相互间的关系。掌握国内生产总值（GDP）的含义、范围和三种不同的计算方法。

教学重点：国内生产总值的涵义及与其他指标之间的区别和联系；教学难点：国内生产总值的三种不同的计算口径和方法。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

三、教学方法

教学方法采取课堂讲授与研讨教学相结合的方式。本课程的探讨教学主要是针对课程中与社会经济实践有联系的现象，采取了以下的若干研讨题目，在课程的相关环节实行有时间限制的探讨。例如：统计指数的实用性问题；在实践中有用的指数介绍；抽样调查在社会经济中的运用；国内生产总值的意义与计算；平均指标在实践中的应用；关于速度指标与水平指标的联系与应用；等等。同时每个探讨题目都要结合思考练习题增加理解。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	总论	3			3	3
2	数据收集与整理	3			3	3
3	综合指标	3			3	3
4	统计分布特征指标	6			6	6
5	抽样推断	6			6	6
6	相关与回归分析	9			9	9
7	动态数列分析	9			9	9
8	统计指数分析	6			6	6
9	国民经济核算	3			3	3
合计		48			48	48

五、课外学习要求

本统计学对于学生要求在课外能够自主学习部分内容，主要有：第一章的统计任务和组织制度；第二章的统计表；第三章的总量指标中计量单位和相对指标中的动态相对指标；第四章的变异指标中的变异系数的含义和计算；第五章的抽样推断的组织形式，假设检验中的两个总体差数的检验；第六章的曲线回归分析及相关与回归分析的应用；第七章的动态数列趋势分析中的季节变动的计算分析；第八章的第六节统计指数的应用；第九章的国民经济核算统计指标体系。

教材各章之后都附有大量的思考与练习题，题型有问答题、单选题、多选题、判断题、计算题、调查实践题等。其中要求学生在课外自主思考和写作各章的问答题、单选题、多选题、判断题，同时完成老师布置的计算题，每章计算题的数量相当于全部习题数量的 1/2 以上，计算题的作业必须交老师批改，然后针对错误的类型和数量讲评，计算题作业采取全批全改的方法，其他习题由老师讲解。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由**平时考核**和**期末考核**成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%，主要考查学生的到课情况（20%）、回答或提出问题（10%）以及作业完成情况（70%）等。重点支持毕业要求指标点 2.3。

期末考试成绩占 80%，考试课采用闭卷形式。重点支持毕业要求指标点 2.3。

七、持续改进

本课程根据学生课堂互动情况、课下交流提问情况、作业情况、平时考核情况、教学督导反馈等及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 黎东升. 统计学（第二版）[M]. 北京：中国农业出版社，2013

[2] 曲昭仲. 应用统计学[M]. 北京：经济科学出版社，2011

参考资料：

[1]陈珍珍.统计学（第五版）.厦门大学出版社，2013

[2]贾俊平.统计学（第五版）.中国人民大学出版社，2012

[3]李金昌，苏为华. 统计学（第四版）.机械工业出版社，2014

[4]刘汉良主编，《统计学教程》（第三版），上海财经大学出版社，2006

管理信息系统（双语）课程教学大纲

课程代码：0626A015

课程名称：管理信息系统（双语）/Management Information Systems

开课学期：4

学分/学时：2/32（理论：28，实验：4）

课程类别：必修课/学科专业基础课

适用专业/开课对象：电子商务/二年级本科生

先修课程/后修课程：Java 语言程序设计 /信息系统分析与设计

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 杨光明

审批人： 刘洪民

一、课程简介

本课程是管理科学与工程学科、工商管理学科的核心课程之一，是应用经济学科的基础课程之一。通过本课程的学习，使学生能在已有的计算机软、硬件基础知识和企业管理知识的基础上了解管理信息系统的概念、用途、应用领域、组成，掌握管理信息系统的开发方法等，通过案例分析，了解管理信息系统在各个领域的应用，存在的问题，在开发过程和使用过程中要注意解决的问题，为今后的开发和应用奠定基础，并具有应用计算机进行管理信息处理和开发管理信息系统的初步能力。本课程是信息管理与信息系统专业学生必须掌握的计算机应用能力知识培养课程体系中的一门技术基础课程，是现代管理技术和信息技术融合应用的基本手段和方法，是管理理论和实务与计算机技术相结合的边缘学科。

本课程主要介绍管理信息系统的基本概念、特点及数据处理的基本方法；通过本课程的学习，学生应当熟悉管理信息系统开发的基本步骤和方法，了解各管理应用系统的基本结构和设计思想，初步具备参与系统开发的能力；掌握主要管理应用系统的操作和日常维护知识；掌握管理信息系统使用和管理的基本内容和应用于市场管理、生产管理、商务管理、质量管理等信息系统的规划、调研、分析、软件开发、管理、维护，提高学生信息的综合应用能力。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1. 能够将经济、管理、信息技术等基础知识和专业知识用于解决实际应用问题。

体现在通过本课程的学习，能够初步从事了解信息系统，从事信息系统的流程分析、功能分析等方面的工作。

2.2 掌握数据管理、数据分析与大数据挖掘的基本技能。

体现在通过本课程的学习，能够深刻理解现代信息系统的组成原理和应用领域范围、熟练的操作各类信息系统。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 管理信息系统的基本概念（4 学时）

了解信息、系统、信息系统等基本概念，了解管理信息系统发展历程、所处环境；理解管理信息系统的经济学基础；掌握管理信息系统的概念、分类、功能、框架、应用层次等。

重点支持毕业要求指标点 2.1。

2. 业务流程管理（4 学时）

了解企业中的应用系统和企业集成；理解信息系统与组织、战略、管理、决策的关系，掌握如何利用信息系统提高决策水平和战略优势。

重点支持毕业要求指标点 2.1，2.2。

3. 系统开发技术基础（6 学时）

了解信息系统的基础技术、计算机系统、软件、硬件，了解计算机网络基础；理解信息系统基础技术的原理，理解基础技术的应用。

重点支持毕业要求指标点 2.1，2.2。

4. 信息系统的建立和管理（8 学时）

了解管理信息系统的系统规划、分析、设计、实施等过程；理解管理信息系统的测试、转换、运行和维护；掌握系统规划的方法和开发方法。掌握管理信息系统具体的调研、系统分析、系统设计、系统实施的内容和步骤。

重点支持毕业要求指标点 2.3，3.1。

5. 应用系统（4 学时）

了解管理信息系统的行业应用状况，未来发展趋势，了解信息系统相关领域发展，了解各层次的信息系统和职能信息系统，了解信息系统的管理；理解管理信息系统的应用模式。

重点支持毕业要求指标点 2.1，3.3。

三、教学方法

本课程的教学以教师的讲授为主，辅助以课堂讨论、平台演示、案例分析等。由于本课程是一门实践性较强的课程，教学过程中教师除了讲授基本理论知识外，重要的是联系当今管理信息系统发展的实际，引用经典的案例和最新的素材进行分析和讲解。同时，应加强引导学生课外调研，并列岀调研的基本方案，以此指导学生的实践。

重点支持毕业要求指标点 3.3，6.1。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时						课外学时	
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		合计
1	管理信息系统的基本概念	4						4	4
2	业务流程管理	8	2					10	10
3	系统开发技术基础	6						6	6
4	信息系统的建立和管理	6	2					8	8
5	应用系统	4						4	4
合计		28	4					32	32

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	系统运用 1	网上电子采购和交易系统的使用。	4.1	验证性	2	2	必做
2	系统运用 2	物流系统（出入库，车辆调度、配送等）使用	4.2	验证性	2	2	选做
3	系统运用 3	生产管理系统各模块使用	5.1	验证性	2	2	选做
4	系统部署	ERP 系统的安装配置	5.1	验证性	2	2	选做
5	系统分析	ERP 系统的业务流程分析	4.1	验证性	2	2	选做
小计					4	4	选 1

五、课外学习要求

课外学习的任务首先要消化课程的教学内，在此基础上，对课程部分内容安排学生课外学习。主要安排 Web 程序设计、企业流程重组案例、面向对象的开发技术、管理信息系统等为课外学习内容。课外学习选择课外学习参考资料 2-3 本进行自主学习。每一章完成教学后，安排课后习题 2-3 题，学生必须自主完成。同时，学生应该调研一个组织的信息系统应用现状、并进行分析提出改善建议。

作业以习题和调研报告为主，其中习题作业不少于六次，实际调研报告不少于一份。

重点支持毕业要求指标点 3.3, 4。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、实验成绩和期末考试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 10%，主要考查课题出勤情况、作业、课堂讨论、调研报告等。

期末考试成绩占 70%，考试课，采用开（闭）卷形式。题型可为选择题、判断题、简答题、论述题、案例分析题、综合应用题等。考核内容主要包括课内教学环节和课外学习要求的各项内容。

实验成绩占 20%，主要考查实验内容的完成质量和完整性、实验报告、操作表现、实验报告答辩表现等，还包括课外实践完成情况。

重点支持毕业要求指标点 3.3, 4, 5。

七、持续改进

本课程根据教学过程的实施情况、学生学习过程的反馈情况、校内外领域内专家的意见和建议和行业发展的最新形势的要求等，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

- [1] 斯蒂芬.哈格，梅芙.卡明斯，信息时代的管理信息系统（第八版），机械工业出版社，2011.4
- [2] 斯蒂芬.哈格，梅芙.卡明斯，信息时代的管理信息系统（第九版），机械工业出版社，2016.11

参考资料：

- [1] 乔·瓦拉西奇（Joe Valacich），克里斯托弗·施耐德（Christoph Schneider），管理信息系统（第 5 版英文版） [Information Systems Today Managing in the Digital World (Fifth Edition)]，上海人民出版社，2015.7
- [2] 肯尼思·C·劳东，简·P·劳东，管理信息系统(英文版精要版第 9 版)，中国人民大学出版社，2013.1
- [3] 詹姆斯·A·奥布赖恩（James A. O'Brien），乔治·M·马拉卡斯（George M. Marakas），管理信息系统(英文版)(第 15 版)，中国人民大学出版社，2013.7
- [4] 薛华成主编，《管理信息系统》第六版，清华大学出版社，2013.8
- [5] 黄梯云主编，《管理信息系统》（第五版），高等教育出版社，2014.7

运筹学课程教学大纲

课程代码：0626A012

课程名称：运筹学/Operational Research

开课学期： 4

学分/学时：2.5 /40（理论：40）

课程类别：必修课/学科专业基础课

适用专业/开课对象：电子商务/大二本科生

先修课程/后修课程：高等数学、线性代数、概率论与数理统计/系统工程

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 范佳静

执笔人： 范佳静

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

《运筹学》是一门作为经济、管理同数学密切结合的学科。其学科特点是以定量分析为主来研究管理问题，它在管理类学科课程中担负着帮助学员掌握定量分析方法的作用。通常的工作程序是：将经济管理领域中提出的问题归结成适当的运筹学模型，然后选择恰当的方法求解，最后对求解结果加以分析评价，为决策提供定量依据。

通过该课程的教学环节，使学生能够在前继课程的基础上掌握好运筹学课程中近代数学的思想、观点、概念与方法。掌握好系统优化的基本概念、基本数学原理与理论、基本算法与操作，在保持运筹学课程系统优化理论的前提下，加强理论与实际相结合的方法训练，加强局部和整体的系统优化的思维方法的训练。

通过该课程的学习，培养学生应用数学的意识和环境、兴趣与能力，使之具备用优化思想运用所学的数学基本知识自觉解决实际问题的能力，培养学生建立数学模型并选择应用方法利用计算机去处理分析数据和处理实际问题的能力。从而达到培养学生创造性的思维能力，以适应现代科技迅猛发展对未来科技人才的要求。

本课程主要介绍了线性规划问题、运输问题、整数规划问题的建模、求解及分析方法。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.3 掌握管理学基本原理，相关基础理论和方法，能用于解决电子商务企业的运营管理问题

体现在能够运用运筹学的基本思想，系统分析企业现实中存在的问题，进而通过建模定量分析的方法为企业寻求合理的解决方案。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 绪论（1 学时）

了解运筹学的产生与发展；理解运筹学研究的基本特征与基本方法；掌握运筹学主要分支简介。

重点支持毕业要求指标点 2.3

2. 线性规划问题及其数学模型（12 学时）

了解线性规划问题的提出的背景；理解图解法的步骤和线性规划问题解的几种形式，单纯形法的进一步讨论；掌握数学模型问题模型的一般表达式和标准形式，单纯形法的单纯形法原理及计算步骤。

重点支持毕业要求指标点 2.3

3. 线性规划的对偶理论与灵敏度分析（10 学时）

了解对偶问题的意义，单纯形法计算的矩阵描述，对偶问题的一般形式；理解非对称形式的原—对偶问题关系，对偶问题的基本性质，影子价格的含义，影子价格的用途；掌握对偶单纯形法的求解步骤，对各类参数进行灵敏度分析。

重点支持毕业要求指标点 2.3

4. 运输问题（5 学时）

了解运输问题的提出，数学模型的特点；理解产销不平衡的运输问题，有转运的运输问题；掌握给出初始基可行解；解的最优性检验；解的改进。

重点支持毕业要求指标点 2.3

5. 整数规划（6 学时）

了解整数规划的数学模型及解的特点；理解割平面法和分枝定界法的原理和计算步骤，指派问题的数学模型及应用；掌握 0-1 型整数规划的模型建立和求解方法，掌握指派问题的求解方法。

重点支持毕业要求指标点 2.3

6. 图与网络分析（6 学时）

了解图与网络的产生背景；理解图与网络的基本概念、连通图、图的矩阵表示、树的概念和性质；掌握最短路问题、最大流问题、最小费用流问题的求解算法。

重点支持毕业要求指标点 2.3

三、教学方法

本课程主要采用教师讲授的方法进行课程的教学，其中第一、第二部分中的部分内容进行研讨。

数学建模分析/线性规划问题的建模；

对偶问题分析/对偶问题的基本性质；

重点支持毕业要求指标点 2.3。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	绪论	1			1	1
2	线性规划问题及其数学模型	10			12	12
3	线性规划的对偶理论与灵敏度分析	10			10	10
4	运输问题	5			5	5
5	整数规划	6			6	6
6	图与网络分析	6			6	6
合计		40			40	40

五、课外学习要求

本课程的课外作业主要是完成一定量的习题，要求学生每次作业都能认真、独力、按时的完成。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时考核和期末考核成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 40%，主要考查学生的到课情况以及作业完成情况等。重点支持毕业要求指标点 2.3。

期末考试成绩占 60%，考试课采用闭卷形式。题型主要包括填空题、计算题和建模题。重点支持毕业要求指标点 2.3。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 胡运权主编. 运筹学教程（第四版）[M]. 北京：清华大学出版社，2013 年

参考资料：

[1] 熊伟. 运筹学[M]. 北京：机械工业出版社，2014

[2] 温斯顿. 运筹学：应用与解决方法（第四版）[M]. 北京：清华出版社，2011

[3] 郝英奇. 实用运筹学[M]. 北京：机械工业出版社，2016

[4] 周晶. 运筹学[M]. 北京：机械工业出版社，2016

管理统计学课程教学大纲

课程代码：0626A007

课程名称：管理统计学/Statistics for Management

开课学期：5

学分/学时：3/48（理论：24，实验：16，研讨：8，习题：0）

课程类别：必修课；专业基础课程

适用专业/开课对象：电子商务/三年级本科生

先修/后修课程：概率论、统计学原理

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：审核人：范佳静

执笔人：庞海云审批人：刘洪民

一、课程的性质、目的和任务

本课程是管理类各专业的专业基础课，本课程讲述人文社会科学特别是经济管理学科中常用的统计学原理、方法与技术，是管理学、社会学领域，应用最为广泛的数量方法。正确掌握和应用管理统计学方法，对解决大多数管理问题和社会问题及其相应的研究，都是非常重要的。本课程不仅为学生的后续学习奠定坚实的理论基础，同时还要为学生能够灵活运用该课程所提供的基本理论与方法解决实际问题提供必要的理论上、方法上、思路上和工具上的帮助和指导。

本课程的目的和任务旨在学习和掌握如何应用统计学原理、方法来解决科学研究与社会生活中的实际问题，在强调透彻理解统计学原理和方法的基础上，着重掌握如何从解决实际问题的需要出发，进行数据收集，设计统计调查方案，并利用 SPSS 软件的强大功能，分析数据并解释分析结果，从而构建起一个贯通统计学原理、SPSS 软件使用技巧与统计学应用研究方法的应用型统计学知识体系，可迅速、有效地提高学生分析和解决问题的综合能力。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.2 掌握本学科领域相关的经济学知识，能用于分析电子商务领域的基本商业数据

体现在掌握如何从解决实际问题的需要出发，进行数据收集，设计统计调查方案，并利用 SPSS 软件的强大功能，分析数据并解释分析结果。

2.3 掌握管理学基本原理，相关基础理论和方法，能用于解决电子商务企业的运营管理问题

体现在掌握统计数据的概括性描述方法、抽样分布、参数估计、假设检验、方差分析、相关分析和回归分析理论和方法，有效地提高学生分析和解决问题的综合能力。

二、教学内容、教学基本要求及学时分配

1. 绪论（2 学时）

理解管理统计学的重要性及其作用；掌握管理统计学的概念、特点、及描述性统计与推断性统计意义；了解管理统计学的主要内容；了解管理统计学的产生与发展过程。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

2. 统计数据收集与整理（8 学时）

掌握总体与样本的概念；掌握数据的计量尺度与类型；了解常用的统计数据收集的方法及收集数据的质量要求；了解调查方案的设计基本思想；理解抽样调查的有关基本概念。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

3. 统计数据的概括性描述（5 学时）

掌握样本数据的图形与表格表示的基本方法；掌握样本数据的集中趋势测度与离散测度的概念与方法；理解样本数据特征表示的综合图形方法—箱形图；了解样本数据集合的峰度与斜度的概念。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

4. 抽样与参数估计（8 学时）

理解抽样分布的基本概念；掌握正态分布的概念与特征及掌握 χ^2 分布、t 分布、F 分布的基本概念与特征；理解样本均值的抽样分布与样本比例的抽样分布；理解参数估计量与估计值的概念；理解点估计的矩估计法与极大似然估计法并掌握总体均值与方差的矩估计量与极大似然估计量的计算；理解评估点估计量优良性准则；理解参数区间估计的概念；掌握正态总体或大样本下总体特征及总体比例的区间估计方法并能应用于参数样本容量的确定。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

5. 假设检验（6 学时）

理解假设检验的基本思想与原理；掌握假设检验的基本概念；掌握单个正态总体与大样本下一般总体均值与方差的假设检验的方法；掌握总体比例的假设检验方法；掌握两个正态总体或大样本下两个一般总体均值比较的假设检验方法；掌握用 Excel 或 SPSS 进行单个总体或两个总体均值的假设检验的方法。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

6. 方差分析（6 学时）

理解方差分析的有关概念与基本思想；理解单因素方差分析、无重复实验的双因素方差分析及重复实验的双因素方差分析原理；掌握借助于 SPSS 统计软件进行上述方差分析的基本方法。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

7. 相关分析（5 学时）

理解变量的相关关系的概念；掌握简单相关系数的计算；理解相关系数的假设检验原理；掌握用 SPSS（或 Excel）计算简单相关系数并对其进行假设检验的方法。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

8. 回归分析（8 学时）

理解回归分析的概念；理解一元线性回归模型的构成与基本假设；理解一元线性回归模型的估计最小二乘法；理解对一元线性回归模型进行统计检验的方法；掌握用 SPSS(或 Excel)对一元线性回归模型进行分析的方法并能应用于简单的管理实际问题；了解将一元非线性模型化为线性模型的方法；了解多元线性回归模型的有关概念与估计方法；理解用 SPSS(或 Excel)进行多元回归分析的基本方法。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

三、教学方法

教学的基本方式是：讲清数理统计的基本原理和思路（舍弃证明过程的讲解与讨论）、主要用途和特点，通过例题讲明相应统计知识的应用，通过课堂演示和课后练习，使学生不仅有正确运用统计知识的能力，而且有运用成熟统计软件处理数据、寻找本专业问题规律的能力。

管理统计将着重采取案例研究、课程作业、小组讨论、计算机分析演示与实验课上机练习等多种实践教学方式，来培养学生运用统计分析的能力，及提高学生（按照国际规范）分析与研究管理问题的能力。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

四、课内外教学环节及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1，课内实验环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时						课外学时	
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		合计
1	绪论	1					1	2	2
2	统计数据收集与整理	7					1	8	2
3	统计数据的概括性描述	2	2				1	5	2
4	抽样与参数估计	4	3				1	8	2
5	假设检验	2	3				1	6	2
6	方差分析	2	3				1	6	2
7	相关分析	2	2				1	5	2
8	回归分析	4	3				1	8	2
合计		24	16				8	48	16

表 2 课内实验环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	实验类别	课内学时	课外学时	备注

1	统计数据的概括性描述	掌握用 Excel 或 SPSS 软件进行样本数据的图形与表格表示方法。	综合性	2		必做
2	抽样与参数估计	掌握用 Excel 或 SPSS 进行样本数据的图形与表格表示的基本方法。	综合性	3		必做
3	假设检验	掌握用 Excel 或 SPSS 进行单个总体或两个总体均值的假设检验的方法。	综合性	3		必做
4	方差分析	掌握借助于 SPSS 统计软件进行单因素方差分析、双因素方差分析的基本方法。	综合性	3		必做
5	相关分析	掌握用 SPSS (或 Excel) 计算简单相关系数并对其进行假设检验的方法。	综合性	2		必做
6	回归分析	掌握用 SPSS (或 Excel) 对一元线性回归模型进行分析的方法并能应用于简单的管理实际问题。	综合性	3		必做
小计				16		

五、课外学习要求

完成一定的课外习题，要求学生每次作业都能认真、独力、按时的完成。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制 (√)；五级分制 ()；两级分制 ()

考核方式：考试 (√)；考查 ()

本课程成绩由平时成绩、期末考试和实验成绩组合而成，采用百分计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 10%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

期末成绩占 70%，采用考试的考核方式，考试采用闭卷形式。题型为填空题、判断题、选择题、问答题、计算题、案例分析题等。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

实验成绩占 20%，主要考察学生实验预习及态度、实验操作与规范、分析研究和报告撰写。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标

点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 马庆国. 应用统计学：数理统计方法数据获取与 S P S S 应用) [M]. 北京：科学出版社，2016

[2] 李金林，赵中秋，马宝龙. 管理统计学（第 2 版） [M]. 北京：清华大学出版社，2011

参考资料：

[1]李金昌,苏为华. 统计学（修订版） [M]. 北京：机械工业出版社，2009

[2] 刘金兰. 管理统计学[M]. 天津：天津大学出版社，2007

[3]（美）格罗布纳等，商务统计[M]. 北京：机械工业出版社，2008

市场营销学课程教学大纲

课程代码：0626A009

课程名称：市场营销学/marketing

开课学期：3

学分/学时：2.5/40（理论：40，研讨：0）

课程类别：必修课/学科专业基础课

适用专业/开课对象：电子商务专业/二年级本科生

先修课程/后修课程：管理学原理、微观经济学、管理心理学/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：卢玮

执笔人：杭雷鸣

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是专业基础课。通过本课程学习，使学生能较系统地掌握市场营销管理哲学、企业战略规划、市场营销环境、消费者市场及购买行为、市场调研与预测、竞争性市场营销战略、产品策略、定价策略、分销策略和促销策略等基本知识、原理和方法，为进一步学习各专业课程打下基础。

本课程是一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论基础上的应用科学。它研究以满足消费者需求为中心的企业营销活动过程及其规律性，具有全程性、综合性、实践性的特点。通过本课程的学习，提高学生分析和解决实际问题的能力，

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.3 了解商业的本质。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 市场营销与市场营销学（3 学时）

了解市场营销的产生和发展、任务，市场与市场营销；理解市场营销研究的方法；掌握市场营销的相关概念。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

2. 市场营销管理哲学及其贯彻（3 学时）

了解市场导向战略与组织创新；理解顾客满意；掌握市场营销管理；市场营销管理哲学。重点支持毕业要求指标点 2.3。

3. 规划企业战略与市场营销管理（3 学时）

了解规划和实施市场营销管理；理解企业战略与战略规划；掌握规划总体战略；规划经营战略。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

4. 市场营销环境（3 学时）

了解微观环境；理解营销环境的分析需要及趋势；掌握企业对主要营销环境的辨认和反应。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

5. 消费者市场、组织市场和购买行为分析（3 学时）

了解消费者市场和消费者行为模式；组织市场和购买行为分析；理解影响消费者购买行为的内外在因素；掌握消费者购买决策过程。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

6. 市场营销调研与预测（3 学时）

了解企业市场营销信息系统的构成；理解营销调研系统；掌握预测和需求衡量。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

7. 目标市场营销战略（3 学时）

了解市场细分的产生和发展；理解市场细分标准；市场定位；掌握目标市场营销战略选择。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

8. 竞争性市场营销战略（3 学时）

了解识别竞争者；理解分析竞争者；掌握选择决策竞争战略。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

9. 产品策略（3 学时）

了解产品与产品组合的概念，产品各个生命周期的概念；理解新产品开发的程序，产品组合；掌握产品各个生命周期的营销策略。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

10. 品牌与包装策略（3 学时）

了解品牌与包装的含义及其在市场营销中的作用；掌握制定和实施产品品牌与包装策略的原理和方法。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

11. 定价策略（3 学时）

了解影响定价的因素；理解定价方法的选择；掌握定价的基本策略（教学基本要求）。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

12. 分销策略（3 学时）

了解物流策略；理解分销渠道的职能与类型；掌握分销渠道策略；批发与零售。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

13. 促销策略（2 学时）

了解促销的含义；促销的作用；理解促销组合与促销策略；掌握人员推销策略；广告策略；公共关系策略；销售促进策略。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

14. 市场营销计划、组织与控制（1 学时）

了解市场营销组织；市场营销审计；掌握市场营销计划；市场营销控制。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

15. 国际市场营销（1 学时）

了解国际市场营销策略；国际目标市场选择；理解进入国际市场的方式。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

16. 服务市场营销（1 学时）

了解服务营销概述；理解服务质量管理；服务的有形展示；服务定价、分销与促销。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

17. 市场营销的新领域与新概念（1 学时）

了解营销道德；理解绿色营销；整合营销；掌握关系营销；网络营销。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

三、教学方法

本课程以任课教师讲授为主，同时发挥学生学习的主体性作用。理论性、述评性和研究性的内容由老师讲授为主，同时把理论讲授与案例分析结合起来。在授课过程中大量运用最新、最典型的丰富案例分析来阐释市场营销的基本内容，注重发挥学生的参与积极性与分析问题、解决问题的能力。在授课过程中，结合以下教学方法：

1. 研讨教学

主题包括：市场营销与市场营销学、市场营销管理哲学及其贯彻、规划企业战略与市场营销管理、市场营销环境、消费者市场、组织市场和购买行为分析、市场营销调研与预测、目标市场营销战略、竞争性市场营销战略、产品策略、品牌与包装策略、定价策略、分销策略、促销策略、市场营销计划、组织与控制、国际市场营销、服务市场营销、市场营销的新领域与新概念等。

2. 案例教学

主题包括：营销观念、企业战略、营销环境、消费行为与管理决策、市场调研、市场细分、竞争战略、品牌战略、价格策略、渠道策略、促销策略、关系营销、网络营销等；共 6 个学时。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	市场营销与市场营销学	2			2	3
2	市场营销管理哲学及其贯彻	2			2	3
3	规划企业战略与市场营销管理	3			3	3
4	市场营销环境	3			3	3
5	消费者市场、组织市场和购买行为分析	3			3	3
6	市场营销调研与预测	3			3	3
7	目标市场营销战略	3			3	3
8	竞争性市场营销战略	3			3	3
9	产品策略	3			3	2
10	品牌与包装策略	3			3	2
11	定价策略	3			3	2
12	分销策略	3			3	2
13	促销策略	2			2	2
14	市场营销计划、组织与控制、国际市场营销	1			1	1
15	国际市场营销	1			1	1
16	服务市场营销	1			1	2
17	市场营销的新领域与新概念	1			1	2
合计		40			40	40

五、课外学习要求

1. 在学习过程中应着重把握课程的基本概念和基本理论要点,对所有理论问题要做到心中有数,课后寻找相关的企业实践案例,回归到课本中所学的相关理论;同时学会用所学理论去解析现实社会中企业的各种营销实践,撰写案例分析报告。(25 学时)

重点支持毕业要求指标点 2.3。

2. 制作不少于 8 页的 PPT 在课堂上分组交流。(15 学时)

重点支持毕业要求指标点 2.3。

六、考核内容及方式

计分制: 百分制 (√); 五级分制 (); 两级分制 ()

考核方式: 考试 (√); 考查 ()

本课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 2.3。

期末成绩占 70%，采用闭卷形式，考试课。题型为填空题、选择题、简答题、论述题、应用题等。重点支持毕业要求指标点 2.3。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 吴建安主编. 市场营销学[M]. 北京：高等教育出版社，2011

参考资料：

[1] 菲利普·科特勒（美）著. 营销管理[M]. 北京：中国人民大学出版社，最新版

[2] 张大亮主编. 营销管理[M]. 北京：新华出版社，2002

[3] 纪宝成主编. 市场营销学教程[M]. 北京：中国人民大学出版社，2002

电子商务概论（双语）课程教学大纲

课程代码：0632A250

课程名称：电子商务概论（双语）/Basics of E-commerce

开课学期：3

学分/学时：2.5 /40（理论：40）

课程类别：必修课/专业核心课

适用专业/开课对象：电子商务/二年级本科生

先修课程/后修课程： /

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 杨光明

审批人： 刘洪民

一、课程简介

本课程是是一门集网络信息技术和商务的复合性知识课程,通过该课程学习可比较全面地掌握和理解电子商务的若干重要问题,对如何理性看待电子商务的本质和最新发展,提高学生对电子商务问题的分析能力,开展电子商务实践,尤其是通过电子商务创业是非常有价值的。本课程通过理论知识的学习和大量实际案例的分析研讨,使学生掌握电子商务的概念、应用模式、商务流程、网络推广方法及其移动商务和社会化网络理论和应用知识。通过本课程教学,学生应达到理解和掌握电子商务的核心理论并基本具备从事电子商务应用操作和管理的教学目标。

本课程主要介绍电子商务研究的基本对象,电子商务的发展趋势,电子商务运作的社会环境和技术环境,电子商务的基本理论,电子商务信息的收集与整理方法、网络营销策略与促销方法,电子支付的理论与流程、网络交易安全基本思路与方法,移动商务和社会化网络理论和应用等内容。

本课程重点支持以下毕业要求指标点:

1. 能够将经济、管理、信息技术等基础知识和专业知识用于解决实际应用问题。

体现在通过本课程的学习,能够初步从事电商运营管理和网络推广等工作,并为学生的互联网创业提供基础。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 电子商务基本知识（4 学时）

了解电子商务的概念、发展历程、所处环境;理解电子商务的经济学基础、价值链分析方法;掌握电子商务的概念、分类、框架等。

重点支持毕业要求指标点 2.1。

2. 技术基础（4 学时）

了解电子商务的基础技术、应用系统知识；理解网络安全、电子支付的原理。掌握电子支付安全技术。

重点支持毕业要求指标点 2.1, 3.3。

3. 在线销售（6 学时）

了解网络营销战略；理解网上客户行为特征；掌握网络广告、电子邮件营销、网络客服、网络营销、物流配送等相关电子流程的过程和分析方法。

重点支持毕业要求指标点 2.1, 3.3。

4. B2B 电子商务（4 学时）

了解电子商务的行业应用状况；理解电子商务的应用模式；掌握电子商务的实施方法；了解电子数据交换应用。

重点支持毕业要求指标点 2.1, 3.3。

5. 虚拟社区和社会化网络应用（4 学时）

了解虚拟社区的概念；理解社会化网络和移动商务和在线拍卖；掌握社会化网络发展最新趋势。

重点支持毕业要求指标点 2.1, 3.3。

6. 电子商务收入模式（4 学时）

了解收入模式的概念和类型；理解收入模式的设计和实现；掌握不同类型电子商务应用的收入模式设计。

重点支持毕业要求指标点 2.1, 3.3, 6.1。

7. 在线支付（4 学时）

在线支付基础；理解电子现金、电子钱包、储值卡和网络银行；掌握网络支付安全技术。

重点支持毕业要求指标点 2.1, 3.3。

三、教学方法

本课程的教学以教师的讲授为主，辅助以课堂讨论、平台演示、案例分析等。由于本课程是一门实践性较强的课程，教学过程中教师除了讲授基本理论知识外，重要的是联系当今电子商务行业发展的实际，引用经典的案例和最新的素材进行分析和讲解。同时，应加强引导学生课外调研，并列调研的基本方案，以此指导学生的实践。

重点支持毕业要求指标点 3.3, 4。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	实验、实践、上机学时	习题学时	研讨学时	

序号	课程内容	课内学时					课外学时
		理论学时	实验、实践、上机学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	电子商务基本知识	4				4	4
2	电子商务技术基础	8				8	8
3	在线销售	8				8	8
4	B2B 电子商务	4				4	4
5	虚拟社区和社会化网络应用	4				4	4
6	电子商务收入模型	4				4	4
7	在线支付理论和技术	6				6	6
合计		40				40	40

五、课外学习要求

学生应课外应熟悉主流的 B2B、B2C 和 C2C 电子商务平台，对平台的界面设计、功能模块、营销策略、推广渠道、新技术的应用应熟练的掌握。同时熟练的操作主流的 B2B 和其他类型的电商平台。熟练的掌握主流平台的运营知识，熟练的掌握主要的网络营销策略和方法。对本大纲列出的参考资料应进行自主学习。

作业以习题和调研报告为主，其中习题作业不少于六次，大型的调研报告不少于一份。

重点支持毕业要求指标点 3.3，4。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查课题出勤情况、作业、课堂讨论、调研报告、课外实践活动等。

期末考试成绩占 70%，考试课，采用开（闭）卷形式。题型可为选择题、判断题、简答题、论述题、案例分析题、综合应用题等。考核内容主要包括课内教学环节和课外学习要求的各项内容。

重点支持毕业要求指标点 2.3，3.3，4。

七、持续改进

本课程根据教学过程的实施情况、学生学习过程的反馈情况、校内外领域内专家的意见和建议和行业发展的最新形势的要求等，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程

教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] Gary P. Schneider, Electronic Commerce, 10th Edition , Cengage Learning Asia Pte Ltd. , (English language edition reprinted and distributed by China Machine Press 2014)

参考资料：

[1] Efraim Turban, etc, Electronic Commerce, a managerial perspective, 5th Edition, Pearson Education Press (English language edition reprinted and distributed by China Machine Press 2010).

[2]戴建中，电子商务概论（第3版）.清华大学出版社出版，2016年10月

[3]白东蕊岳云康,电子商务概论（第3版）.人民邮电出版社出版，2016年08月

[4]中国电子商务研究中心：<http://www.100ec.cn/>

[5]中国互联网信息中心：<http://www.cnnic.net.cn>

Java 语言程序设计课程教学大纲

课程代码：0632A251

课程名称：Java 语言程序设计/ JavaProgramming

开课学期：3

学分/学时：3/48（理论：30，实验：16，研讨：0，习题：2）

课程类别：必修课/专业核心课

适用专业/开课对象：电子商务/二年级本科生

先修课程/后修课程：计算机应用/数据结构、Java 高阶

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 张蕾

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

Java 语言作为电子商务系统、网络程序和移动平台软件开发的首选工具之一，在电子商务平台的设计和开发中发挥着举足轻重的作用。它功能强大，具有面向对象程序设计语言的优点，语法结构简单，集平台无关特性、安全性、高可靠性和内嵌的网络支持于一身，目前，以 Java 语言为基础的各种 Java 技术应用十分广泛。

本课程是电子商务专业的专业核心课（必修）。本课程主要介绍程序设计的基本概念、程序控制结构、面向对象程序设计思想、Java 语言基本语法等。通过该课程学习学生可理解程序设计的基本思想，掌握 Java 语言的语法规则、面向对象的程序设计方法，学会利用 Java 语言编写简单程序，并为以后使用各类 Java 技术进行高级编程做好准备。通过本课程教学，学生应达到理解程序化思维，具备基本的程序设计能力的教学目标。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.4 具备基本的软件设计和程序开发能力，能解决电子商务软件设计开发和管理维护等问题。

体现在通过本课程的学习，学生将深入理解计算机程序的基本原理，掌握构造程序的基本思路和工具，为学生今后进一步学习数据结构、电子商务系统分析与设计等课程打下坚实基础，进而具备解决电子商务软件设计开发中相关问题的基本能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. Java 程序设计概述（课内 2 学时）

了解计算机编程语言；了解 Java 语言的产生背景和基本特点；理解 Java 虚拟机及 Java

开发环境；了解程序设计常见的几类错误；掌握 Java 程序的编辑、编译和运行过程。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

2. 基本数据类型（课内 4 学时+实验 2 学时）

理解 Java 语言标识符、变量；掌握各种数据类型、表达式、运算符；理解基本数据类型和引用数据类型的区别。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

3. 程序流程控制（课内 4 学时+实验 2 学时）

理解利用顺序结构，条件分支结构和循环结构实现程序基本流程控制的思想；掌握 Java 语言实现上述流程控制结构的语句规范，包括 if-else、switch、while、do-while、for、continue、break、return 语句的使用方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

4. 数组（课内 2 学时+课外 2 学时）

掌握一维、二维数组的声明、创建、访问、拷贝等基本操作。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

5. 简单的数学函数与字符串（课内 2 学时）

掌握简单的三角函数方法、指数函数方法、取整方法、max、min 和 abs 方法以及 random 方法；掌握 String 类型的基本操作和字符型数据与数值型数据之间的转换。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

6. 类与对象（课内 4 学时+实验 2 学时）

理解 java 的面向对象特性：抽象性，封装性，继承性，多态性；掌握 Java 语言类定义的基本语法，类数据成员的访问控制，对象建立的方法，类构造函数的定义，类方法的访问控制；掌握静态成员的特点，了解 Java 语言的垃圾回收机制，了解包的作用。

重点支持毕业要求指标点 2.4

7. 继承与多态（课内 4 学时+实验 2 学时）

理解子类和父类；掌握类继承的基本语法；理解隐藏和重写的概念；理解 Java 的多态特性；掌握 Java 基础类库、自定义包的使用方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4

8. 异常处理（课内 2 学时+实验 2 学时）

了解 Java 语言的异常处理机制；掌握 try、catch、finally 关键字的基本用法；掌握异常的基本处理方法，了解自定义异常类的定义方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4

9. 抽象类和接口（课内 2 学时+实验 2 学时）

理解抽象方法和抽象类的概念和实现；掌握接口的定义与使用方法；了解接口多继承的实现。

重点支持毕业要求指标点 2.4

10. 输入输出流（课内 2 学时+实验 2 学时）

掌握文本 I/O、二进制 I/O、对象 I/O 的基本操作。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

三、教学方法

作为本专业学生信息技术能力培养的入门级课程,本课程在教学中将突出实践能力培养,采用多媒体理论教学、课内上机操作实践和课外编程练习相结合的方式。从理论上,引导学生建立程序化思维;从实践中,巩固所学知识。帮助学生迈好成长为高级技术型管理人才的第一步。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1,课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时						课外学时	
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		合计
1	Java 程序设计概述	2						2	2
2	基本数据类型	4	2					6	6
3	程序流程控制	4	2					6	6
4	数组	2	2					4	4
5	简单的数学函数与字符串	2						2	4
6	类与对象	4	2					6	6
7	继承与多态	4	2					6	6
8	异常处理	2	2					4	4
9	抽象类和接口	4	2					6	6
10	输入输出流	2	2					4	4
11	期末复习					2		2	
合计		30	16			2		48	48

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实验类别	课内学时	课外学时	备注
1	基本数据类型	学会 Java 开发环境的配置;掌握 Java 程序的编辑、编译和运行过程。编写第一个 Java 程序。	2.4	验证性	2	2	必做

2	程序流程控制	编写简单的 Java 程序实现分支、循环等程序流程控制。	2.4	设计性	2	2	必做
3	数组	学会数组的基本操作，利用循环对数组进行操作	2.4	设计性	2	2	必做
4	类与对象	学会类的定义、构造方法的定义和对象建立的方法；掌握静态成员的特点；编写基本的 Java 类。	2.4	设计性	2	2	必做
5	继承与多态	学会类的继承，变量与方法的继承与重写；学习继承的多态性及其实现。	2.4	设计性	2	2	必做
6	异常处理	掌握异常的捕获与处理方法。	2.4	设计性	2	2	必做
7	抽象类和接口	学会接口的实现及接口回调技术。	2.4	设计性	2	2	选做
8	输入输出流	学会利用输入、输出流实现文件的读写。	2.4	设计性	2	2	必做
小计					16	16	

五、课外学习要求

课外学习包括课前预习、课后复习与课后例题验证三大部分。教师在每章节教学开始以课堂提问等形式检查学生的课外学习情况，并通过校园网、电子邮件等方式学习答疑和指导，作为课外学习的扩充；在实验教学过程中，要求学生必须预习实验指导书，弄清实验目的，熟悉实验内容，实验完成后按时提交实验记录和实验报告。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、期末考试成绩和实验成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 10%，主要包括考勤考纪、课堂表现等。重点支持毕业要求指标点 1.4。

期末考试成绩占 50%，考试可灵活选用开卷或闭卷形式。题型可灵活采用选择题、判断题、程序阅读题、程序填空题、程序设计题等多种形式全方位考查学生对教学内容的掌握程度。考核内容应涵盖主要教学内容，重点支持毕业要求指标点 2.4。

实践成绩占 40%，主要考查学生动手实践能力，培养具备一定工程实践能力的应用型人才。重点支持毕业要求指标点 2.4。

七、持续改进

本课程将根据教学效果和学生反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 梁勇 (Y.Daniel Liang) .Java 语言程序设计（基础篇原书第 10 版）[M].北京：机械工业出版社. 2015

参考资料：

[1] 凯 S.霍斯特曼. Java 核心技术卷 I 基础知识（原书第 10 版）[M]. 北京：机械工业出版社. 2016

[2] BruceEckel, Java 编程思想（第四版）.北京：机械工业出版社. 2007.

[3] 耿祥义. Java 2 实用教程（第 4 版）.北京：清华大学出版社. 2012.

[4] 宋晏，杨国兴. Java 程序设计及应用开发. 北京：机械工业出版社. 2016.

数据结构课程教学大纲

课程代码：0632A209

课程名称：数据结构/Data Structure

开课学期：4

学分/学时：4/64（理论学时：36，实践学时：24，习题：4）

课程类别：必修课/专业核心课

适用专业/开课对象：信息管理与信息系统，电子商务/二年级本科生

先修/后修课程：计算机应用基础、计算机程序设计

开课单位：经济与管理学院

团队负责人： **审核人：** **杨光明**

执笔人： 荣珏 **审批人：** **刘洪民**

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

数据结构是研究一门研究非数值计算的程序设计问题中的操作对象以及它们之间的关系和操作的学科。《数据结构》课程已经成为信息管理与信息系统专业的一门重要课程。数据结构作为计算机科学与技术专业的重点课程，主要介绍了线性表、栈和队列、串、数组、树和图等几种基本类型的数据结构，以及在程序设计中经常遇到的查找和排序问题。它的研究不仅仅涉及计算机学，而且还要涉及离散数学、程序设计语言、算法设计等诸多的学科及领域，是一门综合性的交叉学科。换言之，是要以计算机语言对于涉及数据组织，数据关系的数学模型进行模拟。它是一门计算机基础理论和计算机应用知识之间的桥梁课程。其作用主要是让学生了解各种数据的组织方式，为学生下一步的面向对象编程以及软件开发工具学习打下坚实的基础。值得注意的是，数据结构里涉及的伪代码，或者是直接可以执行的程序，相对与一般的应用系统，编程难度要高。所以，在大多数 IT 企业面试时，都喜欢用数据结构的经典算法作为面试题。系统地学习和掌握数据结构知识和方法，对于提高设计与开发软件系统尤其是复杂软件系统的能力，是十分重要的。另外，计算机等级考试的三级试题，软件设计师的试题中，设计到数据结构的题目非常多。至于计算机相关专业的研究生入学考试，数据结构几乎是必考内容，相对于要参加这类考试的学生来说，数据结构这门课程具有更深远的意义。

重点支持毕业要求指标点：

2. 掌握扎实的数学、信息管理学、计算机、经济等基础学科知识；深刻理解信息系统开发的核心思想和方法；熟练使用信息系统分析设计开发的主要工具；熟悉信息系统在当代的发展前沿；具有勇于追求真理的品质。（信息管理与信息系统）

2. 能够将数学、经济学、管理学的基础理论知识以及计算机相关技术用于解决电子商务领域中的运营管理或技术开发问题。（电子商务）

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 数据结构基本概念和术语。（2 学时）

了解算法和算法分析,理解并掌握数据结构基本概念和术语以及抽象数据类型的表示与实现。

重点支持毕业要求指标点:信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点,电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

2. 线性表（4 学时）

了解双向链表,理解线性表的类型定义,掌握线性表的顺序表示和实现;掌握线性表的链式表示和实现和一元多项式的表示和相加,循环链表的操作。

重点支持毕业要求指标点:信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点,电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

3. 栈（4 学时）

了解栈和队列的概念,理解并掌握栈的顺序存储表示,掌握队列的链式存储表示,掌握循环队列（队列的顺序表示）的实现。

重点支持毕业要求指标点:信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点,电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

4. 串（4 学时）

了解串的概念,理解并掌握串类型的定义与操作。

重点支持毕业要求指标点:信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点,电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

5. 数组与广义表（4 学时）

了解多维数组在内存中的保存方式,理解广义表的概念和存储方式,掌握多维数组中某一元素在内存中的保存位置的计算,掌握特殊矩阵和稀疏矩阵的压缩存储方式。

重点支持毕业要求指标点:信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点,电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

6. 树（6 学时）

了解树和二叉树的概念,理解并掌握二叉树的遍历,掌握树和二叉树的存储方式,掌握赫夫曼树的概念及其应用,掌握线索二叉树的建立和遍历。重点支持毕业要求指标点:信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点,电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

7. 图（6 学时）

了解图的定义和术语,理解并掌握图的存储结构,掌握图的遍历,理解图的连通性问题,

理解有向无环图的概念和应用,掌握求最短路径的方法。

重点支持毕业要求指标点:信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点,电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

8. 内部排序(6学时)

了解归并排序和基数排序,理解每种简单排序改良后的复杂排序方法,掌握各种简单排序方法。

重点支持毕业要求指标点:信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点,电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

9. 查找(4学时)

掌握顺序表的查找,理解并掌握有序表的查找,了解二叉排序树和平衡二叉树,了解索引顺序表的查找,掌握哈希表的概念及其处理冲突的方法。

重点支持毕业要求指标点:信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点,电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

三、教学方法

针对信息管理与信息系统专业和电子商务教育培养目标,结合数据结构这门课程本身具有的理论性强、比较抽象的同时又需要较强编程能力的特点,强化理论与实践地结合,改革课程以往只偏重理论或只偏重实践教学方法,通过尝试理论结合实践,课本结合课外资料,老师指导结合学生自主创新的方法进行教学。

数据结构是一门研究怎么组织数据,怎么用数据模拟现实世界的科学,涉及离散数学、程序设计语言、算法设计等诸多的学科,所以学生学起来很容易感到枯燥难懂。因此,老师在课堂上除了讲述相关理论之外,要不失时机地有限度地讲授一些数据结构这门课程在实际中的应用的知识,比如在计算机图像,计算机图形,人工智能方面的应用。另外也可以讲述一些某些著名公司在面试技术人员时喜欢出的一些数据结构方面的相关面试题。结合学生的计算机二级,三级考试,可以适当讲述一些与数据结构相关的考试模拟题或真题。数据结构的实验程序相对与学习编程语言时实验程序,在难度和工作量上都有不同的提高。因此,在试验教学上,一定要保证老师自己动手编写实验程序,对于每个实验程序都要非常的熟悉,这样,才能及时在试验课上指出学生设计与编程的错误。对于学生可能与老师不同的设计编程思路,要鼓励其独立思考,大胆假设,小心求证,不可一开始就打消其积极性。

重点支持毕业要求指标点:信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点,电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

四、课内外教学环节及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时					课外学时
		理论学时	实践学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	绪论	2	2			4	4
2	线性表	4	2			6	6
3	栈和队列	4	2			6	6
4	串	4	2			6	6
5	数组和广义表	4	2			6	6
6	树和二叉树	4	2	2		8	8
7	图	4	4	2		10	10
8	查找	4	4			10	10
9	内部排序	6	4			10	10
合计		36	24	4		64	64

表 4-2 课内实验环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实验类别	课内学时	课外学时	备注
1	循环链表的实现	建立一个循环链表，按顺序输出所有结点的数据	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
2	约瑟夫环的实现	用循环链表实现一个约瑟夫环	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
3	数制转换程序	使用栈将十进制数转换成八进制数	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
4	串匹配算法的实现	输入母串和子串，求得子串位置	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
5	稀疏矩阵运算	将一个三元组表示的稀疏矩阵转置后输出	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
6	二叉树数据结构	动态建立一个二叉树	信息管理与信息系统专业	设计	2	2	

	构的实现		培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	性			
7	二叉树遍历演示	中序遍历一棵二叉树，输出遍历结点序列	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
8	树的存储	用双亲表示法存储一棵树，并对此树进行层次遍历	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
9	图的数据结构的实现	输入图的结点和边的信息，用邻接矩阵存储这个图	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
10	更改图的存储方式	将一个用邻接矩阵存储的图转换成邻接表	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
11	折半查找	按顺序输入一个结点序列，然后用折半查找找出给定结点的位置	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
12	简单排序	实现直接插入，简单选择和冒泡排序	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
小计					24	24	

五、课外学习要求：

数据结构是一门对理论性和操作性要求都非常高的课程，所以，在课外学习中，既需要做一些手写的课后习题，又需在课堂上机时间之外，做一些上机的程序设计练习。

重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、期末考试成绩组合而成，采用百分计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，毕业要求指标点：信息管理学于信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

实验成绩占 20%，主要考查平时上机实验时对程序的理解程度，学习态度，自主设计分析程序的能力，毕业要求指标点：信息管理学于信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

期末成绩占 60%，采用考试的考核方式，考试采用开卷形式。题型为选择、填空、判断，问答，程序题等。考核内容主要为本课程教授过的所有章节。毕业要求指标点：信息管理学于信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

七、持续改进

本课程根据学生作业以及上机情况，分析学生掌握程度，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 刘小晶，杜选. 数据结构-java 语言描述. 北京：清华大学出版社，(第二版)2015 年 04 月

[2]严蔚敏，吴伟民数据结构（C 语言版）北京：清华大学出版社 2012 年 7 月 1 日

注：根据学生前导课程所学编程语言选择教材

参考资料：

[1]肖宏启数据结构(C 语言版)清华大学出版社 2016 年 09 月。

[2]马克·艾伦·维斯数据结构与算法分析：Java 语言描述机械工业出版社 2016 年 03 月

网页设计与制作课程教学大纲

课程代码：0632A205

课程名称：网页设计与制作/Web Design and Construction

开课学期：3

学分/学时：3/48（理论学时：14，上机学时：32，习题学时：2）

课程类别：必修课；专业核心课

适用专业/开课对象：信息管理与信息系统，电子商务/二年级本科生

先修/后修课程：计算机应用基础、计算机程序设计

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：荣珏

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是电子商务和信息管理与信息系统专业学生的专业拓展选修课，主要内容涵盖网页前端设计开发的三个方面：HTML、CSS、JS。通过本课程的学习，主要使学生掌握网页设计制作工具的使用方法；能熟练运用 HTML 构建网页；熟练使用 CSS+DIV 进行页面布局；熟练使用 JS 进行前端开发；具备网站的综合设计、建立、规划、管理、发布的相关技能。培养学生的动手能力、实践能力、综合应用分析能力。为今后在企业互联网相关领域工作和研究奠定坚实基础。

重点支持毕业要求指标点：

2. 掌握扎实的数学、信息管理学、计算机、经济等基础学科知识；深刻理解信息系统开发的核心思想和方法；熟练使用信息系统分析设计开发的主要工具；熟悉信息系统在当代的发展前沿；具有勇于追求真理的品质。（信息管理与信息系统）

2. 能够将数学、经济学、管理学的基础理论知识以及计算机相关技术用于解决电子商务领域中的运营管理或技术开发问题。（电子商务）

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. HTML 基础（3 学时）

了解 WEB 技术，HTML 标准规范；掌握 HTML 语言基本结构；掌握常见标签如段落、超链接、图像、列表、表格等标签的用法。掌握网页设计工具的使用方法。

重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

2. HTML 表单（3 学时）

理解表单的工作原理；掌握表单元素的使用方法。

重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商

务专业培养计划毕业要求第二点。

3. HTML 高级应用（5 学时）

了解 HTML5 技术，初步掌握结构元素、音频、视频、*canvas* 绘图标签用法；

重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

4. CSS 基础（5 学时）

了解 CSS 历史和标准体系；理解 CSS 样式表的基本概念；掌握 CSS 样式表的引用、语法结构和属性单位。

重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

5. DIV+CSS 布局（6 学时）

理解 CSS 盒模型；熟练掌握 DIV+CSS 进行页面布局的方法；掌握 CSS 浮动、定位方法。

重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

6. CSS 高级应用（6 学时）

掌握 CSS 在文本、图像、超链接、导航菜单方面的应用方法。

重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

7. JS 基础（6 学时）

了解 JS 的语法及在服务器与客户端的工作原理；掌握 JS 数据类型、常量、变量、函数、过程、流程控制语句等内容。理解 DOM 结构、事件处理方法。

重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

8. JS 高级应用（6 学时）

初步掌握 JS+HTML+CSS 进行前端开发的技能和方法，能进行前端特效的设计开发。

重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

9. 综合实训（8 学时）

了解站点规划流程；掌握网页设计与制作的技能、WEB 服务器的配置、站点的测试、上传与发布。综合运用 HTML+CSS+JS 进行网站前端的设计开发。

重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

三、教学方法

针对信息管理与信息系统专业和电子商务教育培养目标，结合网页设计这门课程本身具有的需要一定理论基础、需要一定编程能力，甚至最好有一点美术基础的特点，强化理论与实践地结合，改革课程以往只偏重理论或只偏重实践教学方法，通过尝试理论结合实践，课本结合课外资料，老师指导结合学生自主创新的方法进行教学。

网页设计这门课程主要是静态网页设计，即网络的前端设计。所以，它是 web 开发的先导课程，也可以说是有机组成部分。如果要设计得很好，其难度不亚于后端开发。甚至在某些细节上需要更繁复的设计，涉及的知识点也比较多。但根据以往教学经验，学生对于这么课程的兴趣比他们之前学习程序设计语言和数据结构兴趣大。关键的一点是，网页设计有以下特点：1、入门容易。如果单纯只是界面设计，使用一些比如 DreamWeaver 之类的设计工具可以达到不错的效果。2、与学生的生活更相关。所以，要根据学生比较容易接受这门课程的特点，在教学上要先易后难，先培养兴趣，再逐步深入地教学。另外，此门课程尽量多上机，让学生在操作中学习，效果更好。重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

四、课内外教学环节及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时						课外学时	
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		合计
1	HTML 基础	1			2			3	2
2	HTML 表单	1			2			3	4
3	HTML 高级应用	1			4			5	4
4	CSS 基础	1			4			5	4
5	DIV+CSS 布局	2			4			6	4
6	CSS 高级应用	2			4			6	6
7	JS 基础	2			4			6	6
8	JS 高级应用	2			4			6	4
9	综合实训	2			4	2		8	6
合计		14			32	2		48	48

表 4-2 课内实验环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实验类别	课内学时	课外学时	备注
1	HTML 基础	掌握 HTML 语言基本结构；掌握常见标签如段落、超链接、图像、列表、表格等标签的用法。掌握网页设计工具的使用方法。	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	

2	HTML 表单	掌握表单 form 的插入和设置，以及数据的提交； 掌握各表单元素的插入和设置方法；	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
3	HTML 高级应用	初步掌握结构元素、音频、视屏、canvas 绘图标签用法；	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
4	CSS 基础	熟练掌握用 CSS 样式来控制网页中的元素，使网页的排版更加美观大方。	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
5	DIV+CSS 布局	熟练掌握 DIV+CSS 控制网页布局；	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
6	CSS 高级应用	掌握 CSS 在文本、图像、超链接、导航菜单方面的应用方法。	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	6	6	
7	JS 基础	掌握 JS 数据类型、常量、变量、函数、过程、流程控制语句等内容。理解 DOM 结构、事件处理方法。	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	6	6	
8	JS 高级应用	初步掌握 JS+HTML+CSS 进行前端开发的技能和办法，能进行前端特效的设计开发。	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	4	4	
9	综合实训	掌握网站整体设计制作的技巧。	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点， 电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	6	6	
小计					32	32	

五、课外学习要求

网页设计是一门对理论性和操作性要求都非常高的课程，但是，它又是一门易学难精的课程。所以，在课外学习中，不用强调处处都知其然并知其所以然，有的时候，先做出效果

更重要。之后再去根究其原理。

重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、期末考试成绩组合而成，采用百分计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

实验成绩占 20%，主要考查平时上机实验时对程序的理解程度，学习态度，自主设计分析程序的能力，毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

期末成绩占 60%，采用考试的考核方式，考试采用开卷形式。题型为设计题。即，截取一个简单的网页或网页的一部分，要求学生写出相关的 HTML, CSS, JS 代码。考核内容主要为本课程教授过的所有章节。毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

七、持续改进

本课程根据学生作业以及上机情况，分析学生掌握程度，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1]建议教材：

刘瑞新主编，《网页设计与制作教程（HTML+CSS+JavaScript）》，机械工业出版社，第五版 2014 年 9 月 1 日。

参考资料：

[1]李东博《Dreamweaver+Flash+Photoshop 网页设计从入门到精通》清华大学出版社，2013 年 6 月 1 日

[2]殷辛《网页设计》，华中科技大学出版社 2014 年 7 月 1 日

数据库原理与应用课程教学大纲

课程代码：0632A210

课程名称：数据库原理与应用/Principles and Application of Database

开课学期：3

学分/学时：3/48（理论：36，实验：12）

课程类别：必修课；专业核心课

适用专业/开课对象：电子商务/二年级本科生

先修课程/后修课程：无/管理信息系统

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：史红霞

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

《数据库原理及应用》课程是信息管理与信息系统专业的专业核心课程之一。本课程讲授数据库系统原理的基本理论，通过课程学习，使学生掌握正确管理、使用和维护数据库的基本知识和基本方法，学会运用结构化查询语言等相关技术对数据库进行管理和维护，具有分析和设计数据库应用系统的能力，为后续相关专业课程的学习打下良好的基础。本课程内容包括数据库原理和数据库应用两个部分。数据库原理部分内容包括数据库系统的相关概念、数据管理技术的发展、数据模型和数据库的体系结构；关系数据库基本理论、关系规范化理论、数据库的安全、完整性约束等；数据库应用部分内容包括：关系数据库设计理论、数据库设计的需求分析、数据库概念设计、数据库逻辑设计、数据库物理设计、数据库的实现、运行和维护、数据库应用示例以及面向应用领域的数据库新技术等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

3.2 具有数据库技术与网络技术的基本应用能力和设计能力

体现在通过数据概念模型、逻辑模型及物理模型等的分析和设计，掌握数据组织、数据管理及数据维护的方法，掌握数据库技术的基本技能。

3.3 具有多种平台下电子商务软件的设计开发能力

体现在通过具体电子商务项目应用实践，提升电子商务系统数据管理能力。

5.2 了解互联网+大背景下新兴的电子商务形式、关键的技术及其所面临的问题

体现在课程数据组织、数据管理及数据维护等方法的学习，有助于掌握电子商务数据分析与大数据挖掘的基本技能。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 绪论（4 学时）

了解数据库的基本概念、应用领域；理解数据库在工程实际的应用；掌握数据模型，概念模型，数据模型。重点掌握：数据模型、数据库体系结构、实体—联系图（E—R图）。

重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2

2. 关系数据库（6 学时）

了解关系数据库概念和掌握关系数据结构；理解关系的完整性；掌握关系代数及关系数据库管理系统。重点掌握：关系代数中的各种运算。

重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2

3. 关系数据库标准语言 SQL（14 学时）

了解 SQL 语言产生及发展；理解和掌握基本 SQL 语言，包括数据定义、数据查询、数据更新、视图的定义、查询和更新。重点掌握：表及视图的建立和修改，数据查询、插入、删除、更新等操作。

重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2

4. 数据库安全性（2 学时）

了解数据库问题及安全标准；理解数据库安全性概念；掌握数据库安全性控制。重点掌握：使用 SQL 中的 GRANT 语句和 REVOKE 语句来实现数据库的自主存取控制功能，掌握视图机制在数据库安全保护中的作用。

重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2

5. 数据库完整性（2 学时）

理解数据库完整性概念，掌握实体完整性、参照完整性、用户自定义完整性的定义及处理。重点掌握：DBMS 完整性控制机制的三个方面的定义、完整性约束条件的检查和违约反应。

重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2

6. 关系数据理论（4 学时）

了解数据的依赖；理解范式和关系模式的规范化。重点掌握：数据依赖，范式的概念及判定，规范化的含义和作用。

重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2

7. 数据库设计（14 学时）

了解数据库设计的步骤和掌握需求分析；理解概念结构设计、逻辑结构设计、数据库物理设计；掌握数据库实施和数据库运行与维护。重点掌握：数据库设计步骤和方法，特别是数据库概念结构的设计和逻辑结构的设计，E-R 图的设计，E-R 图向关系模型的转换。

重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2

8. 数据库技术新进展（2 学时）

了解数据库技术发展概述；了解数据库模型及数据库系统的内容；了解数据库技术与其他相关技术相结合；了解面向应用领域的数据库新技术。重点掌握：数据库技术的发展与应用领域的拓展。

重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2

三、教学方法

主题一：学生结合实际案例分析数据模型，画出 E-R 图，采用案例教学法。

主题二：SQL 语言综合应用研讨，采用研讨教学法。

主题三：数据库设计，采用项目教学法。

重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时						课外学时	
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		合计
1	绪论	4						4	2
2	关系数据库	4	2					6	2
3	关系数据库标准语言	8	6					14	4
4	数据库安全性	2						2	2
5	数据库完整性	2						2	2
6	关系数据理论	4						4	2
7	数据库设计	10	4					14	4
8	数据库技术新进展	2						2	2
合计		36	12					48	20

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	熟悉数据库	掌握数据库安装、配置，熟悉数据库环境及应用方法	3.2、3.3、	验证性	2	2	必做

			5.2				
2	SQL 语言	掌握利用 SQL 语言完成数据库、基本表及视图的定义、查询、更新等操作。	3.2、 3.3、 5.2	设计性	6	4	必做
3	数据库设计	掌握数据库设计的方法及步骤	3.2、 3.3、 5.2	综合性	4	4	必做
小计					12	10	

五、课外学习要求

学生课外自主学习的内容及要求：完成课程预习、复习及课程作业，并能对课程教学中的重点及难点问题有比较深入的理解；学习数据库技术新发展，了解数据库技术的发展趋势、发展特点及面向应用领域的与社会生活、生产和发展密切相关的问题。
重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时考核、期末考核和实践环节成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 15%，主要考查考勤、作业、课堂表现等。重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2。

期末考试成绩占 70%，采用闭卷形式。题型为填空题、判断题、选择题、问答题、计算题、综合应用题等。重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2。

实践成绩占 15%，主要考查实验准备及实验完成情况、实验报告、实验表现等。重点支持毕业要求指标点 3.2、3.3、5.2。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1]王珊、萨师焯编著，《数据库系统概论》（第 5 版）（普通高等教育十五国家级规划教材），高等教育出版社，2015 年版。

参考资料：

[1]何玉洁编著，《数据库原理与应用》（第 2 版），机械工业出版社，2011 年版。

教学参考书

[2]严冬梅编著，《数据库原理》，清华大学出版社，2011 年版。

- [3]付立平编著，《数据库原理与应用》，高等教育出版社，2011年版。
- [4]张俊玲，《数据库原理与应用习题及辅导》，清华大学出版社，2007年版。
- [5]李春葆等，《数据库原理习题与解析》（十一五规划计算机主干课程辅导丛书），清华大学出版社，2006年版。

ERP 原理与应用课程教学大纲

课程代码：0632A202

课程名称：ERP 原理与应用/Principles and Application of ERP

开课学期：5/电子商务、6/信息管理与信息系统

学分/学时：3/48（理论：36，上机：6，研讨：4，习题：2）

课程类别：必修课/专业核心课

适用专业/开课对象：电子商务、信息管理与信息系统/本科大三学生

先修课程/后修课程：计算机网络，数据库原理与应用、管理信息系统

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：邵雷

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是建立在信息技术基础上，以系统的管理思想为企业决策层及员工提供决策运行的现代企业管理模式。尽管越来越多的企业已经或正在准备实施 ERP 系统，然而，在国外使用很好的系统在中国却遇到了障碍；中国本土的 ERP 厂商在实施 ERP 的过程中也困难重重，在中国培养大量的 ERP 实施与应用人才是当务之急。《ERP 原理与应用》课程正是迎合中国目前这种实际国情需要而设立的一门全新课程，该课程对信息管理与信息系统、电子商务、国际贸易等相关专业的学生掌握现代企业管理和运作模式具有较强的针对性，是培养学生成为适应时代发展要求、具有综合专业素质的复合性人才的专业课程。

学生学习该课程后，首先获得 ERP 原理与应用（ERP）方面的专业基础知识，包括 ERP 的管理思想、ERP 的主要模块和功能，以及各管理模块之间的联系与作用，在此基础上，通过具体实例，掌握 ERP 中主要计划的制定方法和相关的管理方法，包括物料需求计划（MRP）的制定方法；能力需求计划（CRP）的制定方法；主生产计划（MPS）的制定方法；各类车间生产作业计划的制定方法；项目型生产作业计划的制定方法；作业排序的基本方法等，以及供应链管理方法、客户关系管理方法等。最终，获得 ERP 原理与应用方面系统的专业知识，并具有基本的参与 ERP 原理与应用方面具体设计规划的能力。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

4.2 具备电子商务企业运营管理基本理论知识和实践能力（电子商务专业）。

3.2 应具有一定的程序设计、软件开发、大数据分析处理等能力（信息管理与信息系统专业）。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. ERP 系统概述（2 学时）

了解 ERP 技术的产生和发展；理解 ERP 技术发展各阶段对企业管理产生的重要作用；掌握 ERP 管理思想的内容，认识现代计算机技术是 ERP 管理思想的重要手段。

教学重点与难点：ERP 的基础条件及适用产业。

重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

2. ERP 的基本原理（4 学时）

了解物料需求计划(MRP)、能力需求计划(CRP)、闭环 MRP、MRP II、工作中心的基本概念和特点；理解物料需求计划(MRP)、能力需求计划(CRP)、闭环 MRP、MRP II 管理思想在 ERP 管理思想中的地位，以及对 ERP 管理思想发展产生的重要作用；掌握物料需求计划(MRP)和能力需求计划(CRP)的基本工作原理。

教学重点与难点：MRP 的计算方法和应用。

重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

3. ERP 的主要模块（6 学时）

了解 ERP 的总体结构，以及 ERP 中各主要功能模块管理的内容；理解 ERP 中主要功能模块之间的相互联系与作用；掌握 ERP 中主要模块的特点和功能，熟悉 ERP 中主要模块的作业流程。

教学重点与难点：主要功能模块的开发和技术。

重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

4. 企业物流模块（6 学时）

了解企业的 3 大流：物流、资金流、信息流，进行全面一体化管理的管理信息系统；理解在企业中，一般的管理主要包括 3 方面的内容：物流管理（分销、采购、库存管理）、生产控制（计划、制造）和财务管理（会计核算、财务管理）；掌握采购、库存管理、分销管理模块的开发。

教学重点与难点：采购和仓库管理模块的开发和技术。

重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

5. 主生产计划和车间管理（4 学时）

了解物料需求计划 MPS 的含义及其重要性；理解粗能力计划的制定过程、成组技术、准时生产的特点、拉式作业方式与推式作业方式；掌握 CRP 的定义及作用，CRP 的计算和平衡。

教学重点与难点：CRP 管理模块的 ABC 管理方法和开发技术。

重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

6. 财务和成本管理子系统（10 学时）

了解成本管理，在 ERP 系统中一般设置的 3 种成本类型；理解作业成本法；掌握成本计算系统和开发技术。

教学重点与难点：账务流程管理系统的开发工具和关键技术。

重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

7. 质量管理和设备管理（4 学时）

了解质量管理和设备管理的内容；理解固定资产是指使用年限超过一年的房屋、建筑物、机器、机械、运输工具以及其他与生产经营有关的设备、器具与工具等；掌握全面质量管理体系的开发。

教学重点与难点：全面质量管理模块和控制图。

重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

8. 客户关系管理（4 学时）

了解供应链管理与客户关系管理的有关知识；理解 CRM 解决方案主要有 3 类（接入管理、关系管理和流程管理）；掌握客户关系管理信息平台的开发技术。

教学重点与难点：客户 ABC 分析及模块。

重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

9. 人力资源管理（4 学时）

了解人才之争是市场竞争的核心内容之一，企业必须采用现代化的人才管理方法，才能吸引人才，留住人才；理解人员选聘与培训、人力资源测评；掌握建立统一的人事管理系统，解决人事数据的孤岛问题。

教学重点与难点：人力资源管理的图像管理系统和开发。

重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

10. ERP 项目的组织实施和评价（4 学时）

了解 ERP 技术及构架、需求建模方法、数据建模、过程建模；理解业务流程再造（BPR）；掌握 ERP 项目实施的可行性分析技术

教学重点与难点：ERP 项目实施的可行性报告的写作和实践。

重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

三、教学方法

从企业实践的角度出发，内容涵盖了 ERP 系统的内容、功能以及国内外 ERP 软件供应商的情况。研究 ERP 的方法采用管理、组织和技术 3 方面结合的方法来分析企业实施和运用 ERP 的经验和教育，理论与实践相结合的方法，在理论中引入实例。

重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外教学环节及学时分配表见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时						课外学时	
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		合计
1	ERP 系统概述	2						2	2
2	ERP 的基本原理	4						4	8
3	ERP 的主要模块	4			2			6	6
4	企业物流模块	4					2	6	6
5	主生产计划和和车间管理	4						4	4
6	财务和成本管理子系统	6			4			10	10
7	质量管理和设备管理	4						4	4
8	客户关系管理	2					2	4	4
9	人力资源管理	2				2		4	4
10	ERP 项目的组织实施和评价	4						4	4
合计		36			6	2	4	48	48

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持 毕业要求 指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	ERP 系统主控模块的开发	了解 ERP 系统各功能；熟悉 VB 软件工具；掌握主控模块的开发方法		综合性	2		必做
2	财务管理模块的开发	了解帐务系统；熟悉控件开发工具；掌握本利量管理模块开发方法		综合性	2		必做
3	供应链管理模块的开发	了解供应链管理过程；熟悉 VB 控件开发工具；掌握开发采购、库存和销售管理模块的开发方法。		综合性	2		必做
小计					6		小计

五、课外学习要求

应用原理开发一个 ERP 系统，项目结合浙江制造业现状，开发工具自定，推荐用 VB。系统模块至少要一个能操作。联系实际写作一个 ERP 系统策划方案，自主选题。作业量自行确定，建议字数在一万字以上。

重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时考核、实践环节和期末考核成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%：主要考查学生的到课情况（20%）、回答或提出问题（10%）以及作业完成情况（20%）、案例分析或设计报告（50%）等。重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

实验成绩占 30%：主要考察学生实验预习及态度、实验操作与规范、分析研究和报告撰写。重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

期末考试成绩占 50%，考试课采用闭卷形式。题型采用单选题、多选题、判断题、名词解释、简答题、论述题和案例分析题等组成，选择不少于 5 种类型。重点支持毕业要求指标点 4.2（电子商务专业），3.2（信息管理与信息系统专业）。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 杨尊琦，林海主编，《企业资源规划(ERP)原理与应用》北京：机械工业出版社，2011 年版

[2] 刘翊主编，《ERP 原理与应用》，北京：清华大学出版社，2011 年版

[3]周玉清、刘伯莹、周强，ERP 原理与应用简明教程，北京：清华大学出版社，2016 年 09 月

[4]刘，ERP 原理与应用（高等学校经济与管理专业系列教材），北京：高等教育出版社，2014 年 08 月

参考资料：

[1] [美]托马斯.F.华莱士等著. 陈德民等译，《企业资源规划：成功指南》，上海：上海交通大学出版社，2010 年版

[2] 陈庄等编，《ERP 原理与应用教程》，北京：电子工业出版社，2010 年版

[3] 刁柏青等编著，《ERP 项目实施中的管理问题研究》，济南：山东大学出版社，2011 年版

[4] 庄小兰，ERP 原理与应用实训教程，厦门大学出版社，2016 年 09 月出版

网络营销技术应用课程教学大纲

课程代码：0632A256

课程名称：网络营销技术应用/Application of network marketing technology

开课学期：5

学分/学时：2/32（理论学时：26，实验学时6）

课程类别：必修课/专业核心课

适用专业/开课对象：电子商务专业/三年级本科生

先修课程/后修课程：电子商务概论/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：顾忠伟

审批人：刘洪民

一、课程简介

本课程是电子商务专业的专业核心课层次的必修课。通过该课程学习可了解掌握网络营销的基本概念、方法、策略、实施等。

本课程通过运用模块化、案例式教学方法，由浅入深、循序渐进开展教学，使学生掌握网络影响策略方法等若干主题。通过本课程教学，学生应达到掌握网络营销基础知识、熟练开展网络营销策划实施的教学目标。

本课程主要介绍：网络营销的基本概念和基本策略、网络推广的渠道和方法、网络市场调研的方法、网站运营推广手段、网络促销、网络广告、网络品牌建设、客户关系管理以及网络营销效果的度量评估等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

4.1 具备通过互联网平台进行营销的能力，能够策划电商相关营销方案

体现在通过网络营销的基本概念和基本策略、网络推广的渠道和方法、网络市场调研的方法、网站运营推广手段、网络促销、网络广告、网络品牌建设、客户关系管理以及网络营销效果的度量评估等内容的学习，能够初步掌握**互联网平台进行营销的能力，能够策划电商相关营销方案。**

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 网络营销概述（课内2学时+课外2学时）

了解网络营销演变进程、发展环境；理解网络营销优势、职能；掌握网络营销的基本概念、基本理论。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

2. 网络营销推广的基本方法（课内 6 学时+课外 6 学时）

理解网络营销渠道和策略；掌握常用推广方法：搜索引擎营销、电子邮件营销、电商平台推广、移动营销、会员营销、数据库营销等等。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

3. 网络市场调研（课内 2 学时+课外 2 学时）

了解网络市场调研的作用；掌握网络调研的方法；

重点支持毕业要求指标点 4.1。

4. 网站建设与推广（课内 4 学时+课外 4 学时）

了解网站建设的方法；掌握网站运营推广的手段。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

5. 网络促销（课内 2 学时+课外 2 学时）

理解网络促销的概念；掌握常用网络促销手段。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

6. 网络广告（课内 2 学时+课外 2 学时）

理解网络广告的作用；掌握网络广告的类型、投放渠道和制作方法。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

7. 网络品牌建设（课内 2 学时+课外 2 学时）

理解网络品牌的概念；掌握网络品牌推广的方法。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

8. 网络客户关系管理（课内 2 学时+课外 42 学时）

理解客户关系管理的作用；掌握网络客户关系管理的方法。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

9. 网络营销评估（课内 4 学时+课外 4 学时）

了解网络营销评估的概念；掌握网络营销评估的方法和工具。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

三、教学方法

第三方渠道推广、网站建设推广、网络营销评估等 3 个教学内容中采用“实验教学法”，共计安排 6 个实验学时。

课程全程采用“实例教学法”的课堂教学法。“实例教学法”就是以学生参与式的现场教学、演示教学等实例教学形式为主的“理论与实践直接相结合”的课堂教学模式，其目的就是使课堂成为高效课堂，强化学生的实践动手和工程应用能力，提高人才培养质量。为实施“实例教学法”的课堂教学模式，可采用：

1. 在课堂上，采用课堂讲授、课堂研讨式教学，采用启发式、举例式、提问式教学；课堂讨论采用独立思考和同组同学合作研究等多种开放、互动的教学形式。

2. 在实例教学中，采用以学生“参与式”的模拟演练、亲手操作的现场教学、演示教学等一些实例教学形式。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时					课外学时
		理论学时	实验学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	网络营销概述	2				2	2
2	网络营销推广的基本方法	6	2			8	8
3	网络市场调研	2				2	2
4	网站建设与推广	4	2			6	6
5	网络促销	2				2	2
6	网络广告	2				2	2
7	网络品牌建设	2				2	2
8	网络客户关系管理	2				2	2
9	网络营销评估	4	2			6	6
合计		26	6			32	32

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	第三方渠道推广估	第三方渠道推广估	4.1	综合性	2	2	必做
2	网站建设推广	网站建设推广	4.1	综合性	2	2	必做

3	网络营销评估	网络营销评估	4.1	综合性	2	2	必做
小计					6	6	

五、课外学习要求

1. 在“网络营销概述”的教学内容中，通过 2 学时的课外学习，重点网络营销的基本概念、基本理论。

2. 在“网络营销推广的基本方法”的教学内容中，通过 6 学时的课外学习，重点掌握常用推广方法。

3. 在“网络市场调研”的教学内容中，通过 2 学时的课外学习，重点网络调研的方法。

4. 在“网站建设与推广”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握网站运营推广的手段。

5. 在“网络促销”的教学内容中，通过 2 学时的课外学习，重点掌握常用网络促销手段。

6. 在“网络广告”的教学内容中，通过 2 学时的课外学习，重点掌握网络广告的类型、投放渠道和制作方法。

7. 在“网络品牌建设”的教学内容中，通过 2 学时的课外学习，重点掌握网络品牌推广的方法。

8. 在“网络客户关系管理”的教学内容中，通过 2 学时的课外学习，重点掌握网络客户关系管理的方法。

9. 在“网络营销评估”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握网络营销评估的方法和工具。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、期末考试和实验成绩组合而成，采用百分计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指

标点 4.1。

期末成绩占 60%，采用考试的考核方式，考试采用开卷或闭卷形式。题型为填空题、判断题、选择题、问答题、设计题、应用题等。重点支持毕业要求指标点 4.1。

实验成绩占 20%，主要考察学生实验预习及态度、实验操作与规范、分析研究和报告撰写。重点支持毕业要求指标点 4.1。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

杨路明主编，.《网络营销》，机械工业出版社，2017 年版。

参考资料：

[1] 石建鹏主编，.《网络营销实战全书》，北京联合出版社，2012 年版。

[2] 宋文官主编，《网络营销》，清华大学出版社，2008 年版。

计算机网络与应用课程教学大纲

课程代码：0632A257

课程名称：计算机网络与应用/ Computer Network and Application

开课学期：5

学分/学时：3 /48（理论：36，实验：12）

课程类别：必修课/专业核心课

适用专业/开课对象：电子商务/三年级本科生

先修课程/后修课程：信息技术基础、管理信息系统、数据结构、数据库原理与应用、Web 程序设计、软件工具

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 李春颖

审批人： 刘洪民

一、课程简介

计算机网络是计算机技术和通信技术密切结合的产物，是从事电子商务运营管理和技术开发人员要掌握的基本知识和技能。《计算机网络与应用》课程是电子商务专业的专业复合课，课程内容主要包括计算机网络的基本原理和计算机网络的应用两部分。计算机网络的基本原理，介绍综合了 OSI 和 TCP/IP 优点的五层协议的原理体系结构，使学生掌握物理层、数据链路层、网络层与网络互连、运输层及应用层的工作原理、方法和技术。计算机网络应用部分主要介绍了域名系统、万维网 WWW、电子邮件、P2P 文件共享、多媒体网络应用等，最后介绍了计算机网络的安全。本课程通过课堂教学、课内实验及课外学习，使学生掌握计算机网络中最基础和最核心的知识点，具备深入学习和应用、研究相关技术的能力。通过本课程教学，学生应达到利用计算机网络更好地进行电子商务运营管理和技术开发的教学目标。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

3.2 具有数据库技术与网络技术的基本应用能力和设计能力。

体现在计算机网络各层协议的学习在计算机网络应用中如何实现，计算机网络系统的设计和规划方面。

7.1 具备就复杂业务或技术问题进行准确有效的陈述发言、清晰表达或回应指令的能力，以及具备撰写报告和设计文稿的能力。

体现在计算机网络实验中能够综合运用所学知识，计算机网络报告的撰写、组织中。

8.1 有积极向上的价值观，具备不断拓展知识面和终身学习，适应发展的能力。

体现在课外学习中，深度阅读各层协议的具体内容，探索计算机网络应用的新发展和应用背后体现出来的理论基础。

8.2 掌握良好的学习方法，具有一定的探索知识的能力。

体现在课内外知识的学习、结合和结合、应用方面。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 计算机网络概述（4 学时）

了解因特网的概念，了解因特网的标准化工作；理解因特网的组成；掌握计算机网络的定义和分类，理解计算机网络的主要性能指标；掌握计算机网络协议的概念，掌握计算机网络的体系结构；了解计算机网络在我国的发展及新兴的网络技术。

重点支持毕业要求指标点：3.2, 8.1, 8.2。

2. 物理层（5 学时）

理解物理层的基本概念，了解数据通信的基础知识，理解物理层下面的传输媒体，掌握几种常用的信道复用技术，了解数字传输系统，理解常见的互联网接入技术。

重点支持毕业要求指标点：3.2, 7.1, 8.1, 8.2。

3. 数据链路层（3 学时）

掌握使用点到点信道的数据链路层和点对点协议 PPP，了解使用广播信道的数据链路层，理解共享式以太网，了解以太网的发展及演进，理解无线局域网的组成及数据链路层工作机制。

重点支持毕业要求指标点：3.2, 8.1, 8.2。

4. 网络层与网络互连（13 学时）

了解网络层的基本概念；掌握网际协议 IP 的编址方式、物理地址、地址解析协议 ARP，掌握 IP 数据报的格式及转发机制；理解网际控制报文协议 ICMP，了解因特网的路由选择协议。理解路由器的工作原理，理解 VPN 和 NAT，了解 IP 多播的概念及工作机制；理解移动 IP 的概念及标准，掌握下一代网际协议 IPv6。

重点支持毕业要求指标点：3.2, 7.1, 8.1, 8.2。

5. 运输层（6 学时）

了解运输层的概念；理解用户数据报协议 UDP 及首部格式；掌握传输控制协议 TCP 的报文结构、可靠传输及流量控制机制；理解拥塞的原因及危害、拥塞控制的基本方法，理解 TCP 的拥塞控制机制。

重点支持毕业要求指标点：3.2, 8.1, 8.2。

6. 网络应用（11 学时）

理解网络应用程序体系结构及应用层协议；掌握域名系统的概念及结构、域名的工作机制；掌握万维网的概念、统一资源定位符 URL 和超文本传输协议的工作机制，了解万维网的应用；掌握电子邮件系统的组成和协议、电子邮件系统的工作机制；理解文件传输协议 FTP 及动态主机配置协议 DHCP；了解远程终端协议 TELNET 及多媒体网络的应用。

重点支持毕业要求指标点：3.2, 7.1, 8.1, 8.2。

7. 网络安全（2 学时）

了解网络安全的概念；理解对称密钥密码体制和公钥密码体制，理解报文的完整性与鉴别，了解访问控制的基本概念和策略；了解网络各层的安全实例；理解防火墙与入侵检测系统，了解网络攻击及其防范措施。

重点支持毕业要求指标点：3.2, 8.1, 8.2。

8. 网络系统集成、规划与设计（4 学时）

了解网络系统集成的目标、方法和内容；掌握网络规划的内容和方法；掌握网络设计的内容和步骤。

重点支持毕业要求指标点：3.2, 7.1, 8.1, 8.2。

三、教学方法

本课程采用课堂教学、课内实验为主，结合课外学习的教学方法。

1. 课堂教学主要介绍计算机网络的概念及五层协议的工作机制、计算机网络应用的基本原理和网络安全与管理等内容，使学生掌握计算机网络的发展、工作机制及应用；课内实验结合课堂教学内容，强化学生对网络各层协议的工作机制及计算机网络应用的认识，为从事信息管理、信息系统开发工作奠定计算机网络的理论基础，具备一定的动手实践能力。

重点支持毕业要求指标点：3.2, 7.1, 8.1, 8.2。

2. 课外学习结合课堂教学内容，鼓励学生阅读计算机网络发展过程、协议有关的文献资料，认识计算机网络的来龙去脉，结合理论研究和实践应用，掌握计算机网络新的发展和应用，扎实提高理论基础，对行业的发展有较新的认识，培养学生自主学习和探究的意识及能力，提升学生对专业的综合认识。

重点支持毕业要求指标点：3.2, 7.1, 8.1, 8.2。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时					课外学时
		理论学时	实验学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	计算机网络概述	4				4	4
2	物理层	4	1			5	5
3	数据链路层	3				3	3
4	网络层与网络互连	8	5			13	13
5	运输层	6				6	6
6	网络应用	7	4			11	11

序号	课程内容	课内学时					课外学时
		理论学时	实验学时	习题学时	研讨学时	合计	
7	网络安全	2				2	2
8	网络系统集成、规划与设计	2	2			4	4
合计		36	12			48	48

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持 毕业要求 指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	熟悉并认识网络、制作双绞线	(1) 了解双绞线的布线标准； (2) 掌握直通式双绞线的制作方法； (3) 掌握交叉式双绞线的制作方法； (4) 掌握测线器的使用方法。	3.2, 7 .1, 8. 1, 8.2	综合性	1		选做
2	网络配置	(1) 了解常用网络命令的工作原理。 (2) 掌握常用网络命令的使用方法及各参数的含义。	3.2, 7 .1, 8. 1, 8.2	综合性	2		必做
3	协议与工具的使用	(1) 熟悉添加网络连接的过程 (2) 掌握 Windows 操作系统环境下 TCP/IP 的参数设置； (3) 理解 IP 地址的含义，理解并掌握子网掩码的使用和子网的划分方法。	3.2, 7 .1, 8. 1, 8.2	综合性	3		必做
4	安装及设置网络操作系统	(1) 了解 HTTP 协议的应用，熟悉 IE 的一般设置； (2) 掌握电子邮件常用协议的使用； (3) 应用网络协议分析软件，进行 HTTP 协议、FTP 协议	3.2, 7 .1, 8. 1, 8.2	综合性	4		必做
5	网络规划与设计	(1) 掌握网络的规划和设计方法； (2) 掌握网络设备的连接及配置方法； (3) 掌握 IP 地址的规划和分配方法。	3.2, 7 .1, 8. 1, 8.2	设计性	2		必做
小计					12		

五、课外学习要求

在计算机网络概述部分，要求学生课外学习 4 课时，参考中国互联网络信息中心 www.cnnic.com.cn、因特网协会 www.isoc.org 主页，结合参考教材，认识计算机网络的发展历程及现状。

在计算机网络的五层体系结构部分的学习中，要求学生课外学习 38 课时，参考教材、建议网址，学习计算机网络各层协议的工作机制及标准构成，深入理解计算机网络的工作机制。

在计算机网络应用及网络安全管理部分，要求学生课外学习 6 课时，结合当前移动互联网的发展、各计算机网络的应用，结合参考教材，认识网络应用及其工作机制。

重点支持毕业要求指标点：3.2, 7.1, 8.1, 8.2。

要求学生掌握各章知识点，作业及实验报告根据要求自主或分组完成，内容完整，按时上交，否则视具体情况酌情扣除作业分。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、实践成绩和期末考试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%，主要考查学生对各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 3.2, 8.1, 8.2。

期末考试成绩占 70%，考查课，采用开卷或闭卷形式考试。题型有选择、填空、判断、论述和解答题。考核内容主要包括计算机网络基本概念、协议及应用基础理论，重点支持毕业要求指标点 3.2, 7.1, 8.1, 8.2。

实验成绩占 10%，主要考查学生对计算机网络的工作机制的认识和掌握。重点支持毕业要求指标点 3.2, 7.1, 8.1, 8.2。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 谢钧，谢希仁．毛计算机网络教程（第四版）[M]．北京：人民邮电出版社，2014

参考资料：

[1] 谢希仁．计算机网络（第七版）[M]．北京：电子工业出版社，2017

[2] 郭雅．计算机网络实验指导书[M]．北京：电子工业出版社，2012

[3] 肖明．计算机网络基础教程 [M]．北京：清华大学出版社，2014

[4] www.cnnic.cn

[5] www.isoc.org

[6] standards.ieee.org

[7] www.w3.org

电子商务运营管理课程教学大纲

课程代码：0632A258

课程名称：电子商务运营管理/Electronic Commerce Operation Management

开课学期：6

学分/学时：3/48（理论学时：32，实验学时：16）

课程类别：必修课/专业核心课

适用专业/开课对象：电子商务专业/三年级本科生

先修课程/后修课程：电子商务概论/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：顾忠伟

审批人：刘洪民

一、课程简介

本课程是电子商务专业的专业核心课必修课。通过该课程学习可了解掌握电子商务运营的策略、方法和实施流程。

本课程通过运用模块化、案例式教学方法，由浅入深、循序渐进开展教学，使学生掌握电商运营的基础知识和运营实施方法。通过本课程教学，学生应达到具备运营网店或其他互联网产品的教学目标。

本课程主要介绍：运营基础、商品规划及管理、渠道规划及管理、客服管理、物流管理、市场推广、网站运营等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.3 掌握管理学基本原理，相关基础理论和方法，能用于解决电子商务企业的运营管理问题

体现在通过运营基础、商品规划及管理、渠道规划及管理、客服管理、物流管理、市场推广、网站运营的学习，能够初步掌握电子商务企业的运营管理。

4.2 具备电子商务企业运营管理基本理论知识和实践能力

体现在通过运营基础、商品规划及管理、渠道规划及管理、客服管理、物流管理、市场推广、网站运营的学习，能够初步掌握电子商务企业运营管理基本理论知识和实践能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 运营基础（课内 4 学时+课外 4 学时）

了解电子商务运营与传统商务运营的区别；理解电子商务运营的问题，理解电商运营战略定位；掌握电子商务运营的基本概念，掌握电商运营战略分析方法和工具。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

2. 商品规划及管理（课内 4 学时+实验 3 学时+课外 7 学时）

了解商品管理及规划的核心内容、相关岗位考核办法，掌握商品规划及管理的工作流程；重点支持毕业要求指标点 2.3。

3. 渠道规划及管理（课内 4 学时+实验 2 学时+课外 6 学时）

了解渠道管理及规划的核心内容、相关岗位考核办法，掌握渠道规划及管理的工作流程；重点支持毕业要求指标点 2.3。

4. 客服管理（课内 4 学时+实验 2 学时+课外 6 学时）

了解客服的概念、岗位职责、任职基础；掌握客服的沟通技巧、工作细则。重点支持毕业要求指标点 2.3。

5. 物流管理（课内 4 学时+实验 3 学时+课外 7 学时）

了解电商物流管理的目标、相关岗位职责及考核办法；理解电商物流工作流程解析；掌握仓库信息管理系统使用、电商物流仓储布局及功能区划分；重点支持毕业要求指标点 2.3。

6. 市场推广（课内 6 学时+实验 3 学时+课外 9 学时）

了解市场推广相关工作岗位及考核办法；理解市场推广流程；掌握相关工作岗位及考核办法方法；重点支持毕业要求指标点 4.2。

7.网站运营（课内 6 学时+实验 3 学时+课外 9 学时）

了解网站运营的目标，相关工作岗位及考核办法；理解相关专业术语；掌握网站运营核心模块；重点支持毕业要求指标点 4.2。

三、教学方法

商品规划及管理、渠道规划及管理、客服管理、物流管理、市场推广、网站运营等 6 个教学内容中采用“实验教学法”，共计安排 16 个实验学时。

课程全程采用“实例教学法”的课堂教学法。“实例教学法”就是以学生参与式的现场教学、演示教学等实例教学形式为主的“理论与实践直接相结合”的课堂教学模式，其目的就是使课堂成为高效课堂，强化学生的实践动手和工程应用能力，提高人才培养质量。为实施“实例教学法”的课堂教学模式，可采用：

1. 在课堂上，采用课堂讲授、课堂研讨式教学，采用启发式、举例式、提问式教学；课堂讨论采用独立思考和同组同学合作研究等多种开放、互动的教学形式。

2. 在实例教学中，采用以学生“参与式”的模拟演练、亲手操作的现场教学、演示教

学等一些实例教学形式。

重点支持毕业要求指标点 2.3、4.2。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时					课外学时
		理论学时	实验学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	运营基础	4				4	4
2	商品规划及管理	4	3			7	7
3	渠道规划及管理	4	2			6	6
4	客服管理	4	2			6	6
5	物流管理	4	3			7	7
6	市场推广	6	3			9	9
7	网站运营	6	3			9	9
合计		32	16			48	48

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	商品规划及管理	掌握商品规划及管理方法	2.3	研究性	3	3	必做
2	渠道规划及管理	熟悉掌握渠道规划及管理	2.3	研究性	2	2	必做
3	客服管理	熟悉客服管理的技巧和方法	2.3	研究性	2	2	必做
4	物流管理	掌握电商物流管理的流程	2.3	研究性	3	3	必做
5	市场推广	掌握电商市场推广常见方法	4.2	综合性	3	3	必做
6	网站运营	熟悉网站运营流程	4.2	综合性	3	3	必做
小计					16	16	

五、课外学习要求

1. 在“运营基础”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握电子商务运营的基本概念，掌握电商运营战略分析方法和工具。

2. 在“商品规划及管理”的教学内容中，通过 7 学时的课外学习，重点掌握商品规划及管理工作流程。

2. 在“渠道规划及管理”的教学内容中,通过6学时的课外学习,重点掌握渠道规划及管理的工作流程。。

4. 在“客服管理”的教学内容中,通过6学时的课外学习,重点掌握客服的沟通技巧、工作细则。

5. 在“物流管理”的教学内容中,通过7学时的课外学习,重点掌握仓库信息管理系统使用、电商物流仓储布局及功能区划分。

6. 在“市场推广”的教学内容中,通过9学时的课外学习,重点掌握相关工作岗位及考核办法方法。

7. 在“网站运营”的教学内容中,通过9学时的课外学习,重点掌握网站运营核心模块。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

六、考核内容及方式

计分制: 百分制(√); 五级分制(); 两级分制()

考核方式: 考试(√); 考查()

本课程成绩由平时成绩、期末考试和实验成绩组合而成,采用百分计分制。各部分所占比例如下:

平时成绩占20%,主要考查各章知识点的理解程度,学习态度,自主学习能力,利用现代工具获取所需信息和综合整理能力,课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 2.3。

期末成绩占60%,采用考试的考核方式,考试采用开卷或闭卷形式。题型为填空题、判断题、选择题、问答题、设计题、应用题等。重点支持毕业要求指标点 2.3、4.2。

实验成绩占20%,主要考察学生实验预习及态度、实验操作与规范、分析研究和报告撰写。重点支持毕业要求指标点 4.2。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈,及时对教学中不足之处进行改进,并在下一轮课程教学中改进提高,确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材:

崔立标主编,《电子商务运营实务》,人民邮电出版社,2013年版

吴伟定主编,《电商运营之道:策略、方法与实践》,机械工业出版社,2015年版

参考资料:

[1] 阿里巴巴商学院,《电商运营》,电子工业出版社,2016年版

电子商务系统分析与设计课程教学大纲

课程代码：0632A259

课程名称：电子商务系统分析与设计/E-commerce Systems Analysis and Design

开课学期：6

学分/学时：3/48（理论：32，实验：16）

课程类别：必修课/专业核心课

适用专业/开课对象：电子商务/三年级本科生

先修课程/后修课程：Java 语言程序设计，数据库原理与应用，计算机网络与应用 /无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：张蕾

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是电子商务专业必修的专业核心课，通过该课程学习学生能够对前期所学专业知识进行梳理并加以综合应用。本课程以电子商务系统生命周期为主线，内容涵盖电子商务系统分析设计的思想和方法、系统实现的相关技术等多方面，使学生掌握电子商务系统规划、分析、设计的原理、过程、作用、方法及工具，明确电子商务系统实施及运行维护的主要任务，并能将系统开发各个阶段的理论知识和实践过程贯穿起来形成整体概念。通过本课程教学，学生最终应达到能独立完成电子商务系统分析设计工作的教学目标。

本课程以结构化开发方法和基于 UML 的面向对象开发方法两类主流开发方法为主线，结合实例，全面系统地介绍电子商务系统规划、分析、设计、实施和运行维护内容，步骤、技术及工具。包括基本概念、常用开发方法、建模语言、开发工具、开发前要做的各项准备工作；开发中系统规划、分析与设计的主要内容、基本步骤、常用方法及应用过程；系统实施和运行维护的内容步骤等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

3.1 掌握电子商务系统的分析方法、设计方法

体现在通过本课程学习，学生将对电子商务系统整个生命周期中各个阶段有全面的了解，能够将前期所学程序设计、数据库原理、管理信息系统等各门课程知识有机结合起来，加以综合运用，从而掌握电子商务系统的分析方法、设计方法，达到具备独立完成系统分析设计工作的能力的教学目标。

3.3 具有多种平台下电子商务软件的设计开发能力

本课程及配套的课程设计将以团队作业的形式，让学生根据自己的兴趣及能力特长选择相应的项目，综合运用前期所学各种平台下电子商务软件设计开发知识和技能，完成电子商

务系统的分析和设计工作,从而进一步培养学生在多平台下从事电子商务软件的设计开发能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 电子商务系统概论（理论 2 学时）

了解电子商务系统生命周期中各阶段的主要任务；掌握电子商务系统的体系结构。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

2. 电子商务系统开发方法（理论 2 学时）

理解结构化开发方法的核心思想和开发步骤；理解面向对象开发方法的核心思想、基本思路和开发步骤；掌握原型法的开发过程。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

3. 统一建模语言 UML（理论 4 学时）

了解 UML 在系统开发中的作用；理解 UML 的组成结构及各构造模块的内容；掌握 UML 各种图形之间的逻辑关系和图形绘制。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

4. 电子商务系统开发基础（理论 2 学时）

了解电子商务系统开发平台的组成内容；了解常用的电子商务系统开发技术及工具；理解电子商务系统开发模式。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

5. 电子商务系统规划（理论 2 学时+实验 2 学时）

理解电子商务系统规划的概念和必要性；掌握电子商务系统规划的主要内容、步骤和具体过程；了解指定电子商务系统规划的两种常用方法。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

6. 电子商务系统分析（理论 4 学时+实验 4 学时）

了解电子商务系统常用的调查方法，各类电子商务系统的基本需求；理解电子商务系统分析的内容和步骤；掌握结构化系统分析法和面向对象系统分析法的主要建模工具。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

7. 电子商务系统设计（理论 4 学时+实验 4 学时）

理解电子商务系统设计的内容和原则，电子商务系统总体结构设计的主要内容；掌握电子商务系统运行平台的设计原则；了解电子商务系统中间件的作用及其选择标准。

重点支持毕业要求指标点 3.1，3.3。

8. 电子商务应用系统设计（理论 4 学时+实验 4 学时）

了解电子商务网站设计的主要内容；理解常见的电子商务应用系统体系结构；掌握结构化系统数据库设计和面向对象系统数据库设计的步骤和工具；理解常见电子支付系统的业务

流程。

重点支持毕业要求指标点 3.1, 3.3。

9. 电子商务系统实施（理论 4 学时+实验 2 学时）

理解电子商务系统实施的主要工作内容；了解电子商务应用系统的开发特点和编码规范；掌握电子商务系统测试的内容和方法；掌握电子商务系统发布的主要内容和步骤。

重点支持毕业要求指标点 3.1, 3.3。

10. 电子商务系统运行维护（理论 2 学时）

了解电子商务系统管理的主要内容，电子商务系统维护的分类，电子商务系统评价的内容和常用方法。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

三、教学方法

本课程教学中采用案例驱动的方法，以电子商务典型系统为例，将系统规划、分析以及设计方法贯穿到解决该案例的过程之中，帮助学生实现从“知道”到“应用”，再到“吸收”的转化。本课程教学结合理论讲授和动手实践，实验以典型的电子商务系统为案例，让学生体验电子商务系统生命周期中各个阶段，亲身经历系统从规划到分析，再到设计，最后到实施的整个过程。让学生实现从被动接受知识到主动获取知识的转变。

重点支持毕业要求指标点 3.1, 3.3, 7.1, 8.1, 8.2。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时					课外学时
		理论学时	实验学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	电子商务系统概论	2				2	2
2	电子商务系统开发方法	2				2	2
3	统一建模语言 UML	4				4	4
4	电子商务系统开发基础	2				2	2
5	电子商务系统规划	2	2			4	4
6	电子商务系统分析	6	4			10	8
7	电子商务系统设计	4	4			8	4
8	电子商务应用系统设计	4	4			8	10
9	电子商务系统实施	4	2			6	10
10	电子商务系统运行维护	2				2	2

序号	课程内容	课内学时					课外学时
		理论学时	实验学时	习题学时	研讨学时	合计	
合计		32	16			48	48

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	电子商务系统规划	明确开发背景, 进行业务状况调查, 分析竞争对手、目标系统定位, 撰写系统规划报告	3.1, 7.1	设计性	2	4	
2	电子商务系统分析	对系统的需求进行分析, 学习利用 UML 工具绘制各类系统分析图, 撰写需求分析报告	3.1, 7.1	设计性	4	8	
3	电子商务系统设计	根据需求分析报告完成系统总体结构设计, 中间件设计, 应用系统设计, 接口设计等	3.1, 7.1	设计性	4	4	
4	电子商务应用系统设计	完成系统体系结构设计、应用程序模块设计、数据库设计、电子商务网站设计、支付系统设计安全系统设计等	3.1, 7.1	设计性	4	10	
5	电子商务系统实施	根据系统设计完成编码调试及测试工作	3.1, 7.1	设计性	2	10	
小计					16	36	

五、课外学习要求

结合课堂所讲授内容进一步查阅相关资料, 培养学生不断拓展知识面, 探索新知识的能力。本课程要求学生在课前对实验进行充分准备, 资料查阅、实验报告撰写等工作都需要通过课外学习来完成, 从而培养学生独立分析问题, 解决问题的能力。

重点支持毕业要求指标点: 3.1, 3.3, 7.1, 8.1, 8.2。

六、考核内容及方式

计分制: 百分制 (√); 五级分制 (○); 两级分制 (○)

考核方式: 考试 (√); 考查 (○)

本课程成绩由平时成绩、期末考试成绩和实验成绩组合而成。各部分所占比例如下:

平时成绩占 10%, 主要考查学生学习态度, 课堂表现, 自主学习能力等。重点支持毕业

要求指标点 3.1, 3.2, 3.3, 7.1, 8.1, 8.2。

期末考试成绩占 60%，考试课，采用开（闭）卷形式。题型灵活采用填空题、选择题、判断题、名词解释、论述题、应用题等。考核内容涵盖本课程所学知识点，重点支持毕业要求指标点 3.1。

实验成绩占 30%，主要考查实验效果和实验报告等，评估学生的电子商务系统规划、分析和设计能力。重点支持毕业要求指标点 3.1, 3.2, 7.1, 8.2。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂表现、课程设计环节、平时考核情况和学生反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 吴子珺主编. 电子商务系统分析与设计[M]. 北京：机械工业出版社，2015

参考资料：

[1] 张凯. 电子商务系统分析与设计[M]. 北京：清华大学出版社，2014

[2] 宫小全. 电子商务系统分析与设计（第 2 版）. 北京：清华大学出版社，2013

国际贸易理论与实务课程教学大纲

课程代码：0642B250

课程名称：国际贸易理论与实务/International Trade Theory and Practice

开课学期：4

学分/学时：3 / 48（理论：32，实验：16）

课程类型：选修课/专业拓展课

适用专业 / 开课对象：电子商务/ 大二本科生

先修课程 / 后修课程：微观经济学、宏观经济学/

开课单位：经济管理学院

团队负责人： 惠丰廷

审核人： 惠丰廷

执笔人： 李洪

审批人： 刘洪民

一、课程简介

国际贸易是一门专门研究国家间商品和服务交换活动规律的学科，在数百年的历史进程中，已然形成了系统的理论和实践体系。随着现代国际经济与贸易运行机制的日益复杂化和多元化、中国企业面向国际市场并参与国际竞争活动的日益频繁，本课程已成为电子商务专业的拓展课程，在专业教学中具有十分重要的地位。

同时，本课程又是一门实践性很强的综合性应用学科。它涉及到国际贸易理论与政策、国际贸易法律与惯例、国际金融、国际运输与保险等学科的基础理论和基础知识等。

本课程分为理论和实务两个部分。理论部分介绍了国际贸易产生与发展的基本理论、国际贸易中的主要政策和措施、国际经济与贸易变化发展的趋势等。实务部分介绍了进出口业务专业知识和技能、国际贸易惯例和法律知识等，为解决实际问题提供帮助。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.2 掌握本学科领域相关的经济学知识，并能用于分析电子商务领域的基本商业数据。

体现在能够了解国际贸易相关的理论和实务的基本知识，通过案例分析、图表解读、仿真实训、小组作业等方法模拟并提高从业能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1.国际贸易导论（2 学时）

了解各种贸易结构，理解基于供求差异的国际贸易，掌握国际贸易的基本分析工具，对国际贸易理论的基本框架有总体上的了解。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

2. 国际贸易理论（3 学时）

认识重商主义，了解绝对优势理论、新古典的基本假设、产品生命周期理论，理解要素禀赋理论的四大定理及其理论体系、规模经济与不完全竞争的关系，掌握以产业内贸易理论为代表的新贸易理论，思考比较优势与竞争优势的关系、战略贸易理论的得失。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

3.贸易与经济增长（3 学时）

认识经济增长在图形上表示，了解荷兰病的经济意义、转移支付的表现形式，理解经济增长可能存在的效应、转移支付对支付国的福利影响，掌握存在市场扭曲时的福利恶化性增长的原因，思考可能导致荷兰病的因素。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

4.国际贸易政策和措施（3 学时）

认识国际贸易政策的基本情况、关税征收的依据及程序、非关税措施的特点、作用、分类及主要种类、促进进出口的主要措施、出口管制的对象、形式及程序，理解关税的基本分类标准及其具体类别、关税的计征方法、名义保护率与实际保护率及结构性关税、进口配额的经济效应及配额租的分配、出口信贷及国家担保制、经济特区的类型，掌握小国和大国征收进口关税与出口关税对其福利的影响、最优关税的理论可能与实践困难、出口补贴的经济效应，思考明知关税会减少国家福利却依然征收关税的原因、关税与配额的福利效应的对比。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

5. 国际贸易理论、政策的应用（1 学时）

了解关贸总协定、世界贸易组织、欧盟等主要的自由贸易区、外商直接投资的原因，理解世界贸易组织的基本原则、自由贸易区的类别及区别、转移定价，掌握贸易创造、贸易转移及其比较、科斯定理及其运用，思考如何使得区域经济一体化的贸易创造效应超过贸易转移效应、如何有效解决跨境的环境污染。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

6.国际贸易术语（5 学时）

了解国际贸易术语的产生、发展与作用、有关术语的国际惯例的基本情况；理解各术语的特点、风险、费用和责任的划分以及适用的运输方式、选用术语时应考虑的重要因素；掌握贸易术语的含义、2010 通则对 2000 通则的关键修改、使用 6 种主要贸易术语时应注意的事项以及彼此之间的比较、CFR 术语的船货衔接与 CIF 术语的运保衔接、装运通知在 CFR 术语与 CIF 术语中不同作用及其关键信息、贸易术语与合同的关系。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

7.国际贸易结算（5 学时）

了解票据的概念与特性及相关法律、出口信用保险、银行保函、TSU；理解各种票据的含义、内容、种类及行为、各种支付方式的定义、当事人关系、一般程序与性质、多种结算方式的结合；掌握汇票的填制、汇票与本票及支票的主要区别、托收项下对买卖双方的融资、议付与贴现及国际保理的同、出口信用保险与国际保理及福费廷的比较、信用证的特点与理解应用、各种主要的信用证种类。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

9.合同商订（6 学时）

了解交易前的各种准备、定价原则及策略、各种国内外费用、洽商的内容与形式、合同的形式与基本内容；理解市场调研与报告、客户开发与保持及服务、影响价格的因素、主要术语的价格构成、佣金与折扣、询盘、发盘、还盘、接受的含义及其法律意义、合同有效成

立的条件；掌握进出口经济效益的核算、主要术语的换算、作价方法、各项价格条款的拟定、发盘与接受的必备条件及其撤回与撤销的条件、发盘撤销与逾期接受的例外、根据磋商函电订立合同。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

9.出口合同履行——备货（7 学时）

了解许可证的申领、信用证补证的处理、产品、样品与品牌、列明标的各条款的意义、常用的度量衡及计量单位、包装的要求及分类、商检的作用、依据、范围、程序、证书、机构及方法；理解标的物的必要条件、商标与品名的关系、品质的含义及基本要求、品质机动幅度与品质公差的比较、信用证催证的情形、商检的定义与标准；掌握许可证与报检单、一般原产地证书的缮制、信用证的审核要点及其处理、信用证软条款的主要情形及其防范、信用证改证的注意事项、标的各条款的基本内容及注意事项、品质的表示方法及运用、品质、数量机动幅度、重量的计量方法、中性包装的运用、检验的时间和地点、一般原产地证书与普惠制原产地证书的主要区别。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

10.出口合同履行——出货（7 学时）

了解各种运输方式的特点、各种运费、各项装运条款、各式运输单据、通关流程、国际货运保险的历史发展、各种可保障的风险、各种险别；理解班轮运输与租船运输、TEU、FEU 的运用、FAK 与 FCB 及 FCS 包箱费率的区别及应用、国际多式联运的要件、OCP、各种装运通知的运用、海运单、货物类别与报关程序的差异、关税的征收、保险的基本原则、实际全损与推定全损及其区别、施救费用与救助费用及其区别、委付与代位追偿；掌握“交货”与“装运”的区分、运费、滞期费/速遣费计算、分批装运与转运、海运提单的性质、作用、种类、运输业务处理、共同海损的必备条件、分摊及与单独海损的区别、各种海损程度与性质的判断、基本险及险别选择、CIC 与 ICC 的区别、保险金额与保险费的计算、托运单、出口货物报关单、保险单、提单的填制及运用。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

11.出口合同履行——结汇（6 学时）

了解单据的分类、制单的流程、交单的方式、交单委托书、结汇可能需要的各种证明、出口收汇核销流程及单据、出口退税的主体、客体、货物范围、退税率及流程、争议的含义与解决方式、仲裁的定义及特点；理解制单的要求及主要注意事项、违约及其法律后果、索赔与理赔、仲裁协议、出口风险管理；掌握三种出口结汇方式的关键区别、不符点的处理、退税的计算、开证申请书的判读与填制、各种索赔条款及处理、不可抗力的必备条件及其运用、仲裁条款。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

三、教学方法

图表解读：在第 1-5 章中，每一章都会选取 3 个图或者表深入解读其意义、作用。

案例分析：在第 6-11 章中，每一章都会选取 3 个以上的案例缜密分析其原因、依据、后果及解决方案。

模拟实训：在第6-11章中，都会设定1个背景，结合实际要求进行仿真训练。

小组作业：分国际贸易理论、实务两个部分，要求4-5个学生组成1个小组，共同完成2个专题作业。

重点支持毕业要求指标点2.2。

四、学时分配表

课内外理论教学环节及学时分配表见表4-1，课内实践环节教学安排及要求见表4-2。

表4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时							课外学时
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	国际贸易导论	2						2	2
2	国际贸易理论	3						3	3
3	贸易与经济增长	3						3	3
4	国际贸易政策和措施	3						3	3
5	国际贸易理论、政策的应用	1						1	1
6	国际贸易术语	5						5	5
7	国际贸易结算	5						5	5
8	合同商订	2	4					6	6
9	出口合同履行——备货	3	4					7	7
10	出口合同履行——出货	3	4					7	7
11	出口合同履行——结汇	2	4					6	6
合计		32	16					48	48

表4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	交易准备	依次完成公司注册、信息发布、业务联系、成本预算	2.2	综合性	4	/	
2	合同商订	依次完成外销邮件磋商、内购邮件磋商、外销合同签订、内购合同签订	2.2	综合性	4	/	
3	出口履约	依次完成收证、采购、进货、托运、报关、	2.2	综合性	4	/	

		报检、投保、装运、通知、制单、结汇、核销、退税					
4	进口履约	依次完成开证、改证、审单、接货、付款、报关、报检、核销、销售	2.2	综合性	4	/	
合计					16	/	

五、课外学习要求

结合课本中作业、案例、实训等内容，按照教师的指定，要求学生充分准备后，按规范提交。

重点支持毕业要求指标点 2.2

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 40%，主要考查到课情况、课堂提问、小组作业等。重点支持毕业要求指标点 2.2。

期末考试成绩占 60%，考试课采用开卷形式。题型包括填空、单选、计算、判断。考核内容主要包括国际贸易理论与实务的基础知识点，重点支持毕业要求指标点 2.2。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、建议教材及参考资料

建议教材：

- [1]陈百助、晏维龙主编，《国际贸易理论、政策与应用》，高等教育出版社，2006 年版
- [2]惠丰廷、李洪、南仲信主编，《国际贸易实务》，经济科学出版社，2011 年版

参考资料：

- [1]李贺、刘燕、刘东主编，《国际贸易理论与实务：应用·技能·案例·实训》，上海财经大学出版社，2016 年版
- [2]宋海英 魏兴民 胡跃 冯涛主编，《国际贸易理论与实务》，机械工业出版社，2017 年版

消费者行为学课程教学大纲

课程代码：0642B251

课程名称：消费者行为学/ Consumer Behavior

开课学期：5/6

学分/学时：2/32（理论：32）

课程类别：选修课/专业拓展课、选修课/专业复合

适用专业/开课对象：国际商务，电子商务/三年级本科生

先修课程/后修课程：市场营销学 /管理心理学

开课单位：经济管理学院

团队负责人：

审核人：卢玮

执笔人：董颖

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是市场营销专业学生必修学科基础课程之一，是在市场经济需求的推动下产生的一门应用学科，通过本课程学习可使学生对消费者的购买行为及其购买心理有一定的了解和掌握。本课程通过学习心理学和行为科学基础理论在当代市场营销理论与实践中的应用，使学生掌握流通领域所面对的消费过程中人的心理及行为产生、发展的规律。通过本课程教学，学生应达到对消费者购买决策过程、消费者的购买行为及其购买心理认识的教学目标，牢固树立以消费者需求为中心的现代市场营销观念，并为进一步学习各专业理论和实践工作打下基础。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

4、学习零售管理等相关课程，为成为高素质应用型人才打下坚实基础；

4.2 了解顾客的消费心理及决策

体现在通过学习掌握消费过程中人的心理及行为产生、发展的规律，具备现代消费者购买行为规律的基本知识以及将心理学和行为科学基础理论运用在当代市场营销的实践能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 消费者行为研究概论（2 学时）

了解消费者行为研究的发展历史；理解消费者行为研究的理论来源；掌握什么是消费者、什么是消费者行为；研究消费者行为的意义及方法；消费者行为研究的基本框架。

教学重点与难点：教学重点：消费者、消费者行为的概念及其意义 / 教学难点：消费者行为研究的历史。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

2. 消费者决策过程：问题认知与信息搜集（3 学时）

了解影响问题认知的诸多非营销因素；理解问题认知的过程，掌握消费者决策的类型，信息

搜集方式及影响消费者决策过程的社会和心理变量。

教学重点与难点：教学重点：消费者问题认知 / 教学难点：消费者信息搜集。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

3、消费者决策过程：评价与购买（3 学时）

了解影响店铺的选择的因素；理解购前评价标准及选择规则；掌握影响实际购买的因素。

教学重点与难点：教学重点：消费者决策过程中的评价与购买过程 / 教学难点：店铺的选择。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

4、消费者决策过程：购后行为（2 学时）

了解产品的使用与购后冲突、产品与包装的处置；理解消费者不满的表达方式和消费者重复购买和品牌忠诚的成因。掌握产品的使用与购后冲突的营销意义、消费者满意与不满的形成过程及影响因素，如何培养顾客满意度和应对不满的营销策略；品牌忠诚度计划。

教学重点与难点：教学重点：产品的使用与闲置产品与包装的处置 / 教学难点：消费者的满意与不满。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

5、消费者的资源（2 学时）

了解消费者资源的构成，理解消费者资源对购买决策的影响，掌握消费者的经济资源、时间、消费者知识的内容。

教学重点与难点：教学重点：消费者的经济资源、时间资源 / 教学难点：消费者的知识。

6、消费者的购买动机（2 学时）

了解早期动机理论，理解动机与需要的区别与联系；现代动机理论；掌握如何根据不同的动机实施相关的营销策略。

教学重点与难点：教学重点：消费者的购买动机及营销策略 / 教学难点：消费者购买动机的理论。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

7、消费者的知觉（2 学时）

了解知觉的信息加工理论；解感觉与知觉的区别与联系；掌握消费者的知觉形成过程及其影响因素；费者如何知觉产品的质量；消费活动中存在的种种风险及企业如何减少消费者的购买风险。

教学重点与难点：教学重点：消费者的购买风险及其预防 / 教学难点：知觉的信息加工过程。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

8、消费者的学习与记忆（2 学时）

了解学习的概述和学习的一些基本特性；理解有关消费者学习的理论；掌握消费者的学习、记忆机制及其对消费者的影响。条件反射理论（经典性与操作性）；影响学习的主

要因素；什么是刺激的泛化与辨别？在营销中有何意义；记忆的形成；如何加强消费者对产品或服务的记忆而减少其遗忘。

教学重点与难点：教学重点：消费者的记忆与学习机制及其在营销中的应用 / 教学难点：有关消费者学习的理论。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

9、消费者态度的形成与改变（2 学时）

了解态度测量的方法；理解态度形成的各种理论；掌握态度的功能、特点、组成、对购买行为的影响及改变消费者态度的模式。

教学重点与难点：教学重点：消费者的态度形成及改变 / 教学难点：消费者态度的测量。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

10、消费者的个性、自我概念与生活方式（2 学时）

了解个性理论；自我概念与生活方式的测量方式；理解个性形成理论；掌握消费者个性、自我概念、生活方式的内涵及它们对消费者行为的影响。

教学重点与难点：教学重点：消费者的个性、自我概念与生活方式对消费者行为的影响 / 教学难点：个性、自我概念、生活方式的测量与分类。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

11、文化与消费者购买行为（2 学时）

了解消费者的文化价值观和影响非语言沟通的文化因素，理解中国文化特点及其对消费者购买行为的影响，掌握消费者的文化价值观及企业如何利用文化价值观展开营销策略。

教学重点与难点：教学重点：文化价值观及其对消费者行为的影响 / 教学难点：中国文化的特点。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

12、社会阶层与消费者购买行为（2 学时）

了解社会阶层的划分、社会阶层及其对消费者的行为的影响，理解不同社会阶层消费者的行为差异，掌握社会阶层与市场营销战略。

教学重点与难点：教学重点：社会阶层及其对消费者行为的影响 / 教学难点：社会阶层的划分。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

13、社会群体与消费者购买行为（2 学时）

了解社会群体及其对消费者的行为的影响，理解参照群体对购买行为的影响，掌握角色与购买行为、群体压力与从众。

教学重点与难点：教学重点：社会群体及其对消费者行为的影响 / 教学难点：角色与消费者的购买行为。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

14、口传、流行与创新扩散（3 学时）

了解创新扩散的各种模型；理解口传产生的原因，流行与消费者行为的关系，影响创新扩散

的因素；掌握营销者如何识别和利用意见领袖；企业如何利用影响创新扩散的因素制定营销策略；企业如何应付谣言。

教学重点与难点：教学重点：口传、意见领袖对消费者行为的影响 / 教学难点：创新的扩散

重点支持毕业要求指标点 4.2。

15、情境与购买行为（2 学时）

了解情境及其对消费者的行为的影响。理解消费者情境及其构成，掌握消费者情境的类型及其对消费者行为产生的影响。

教学重点与难点：教学重点：消费者情境的构成及类型 / 教学难点：情境、产品和消费者之间的交互影响

重点支持毕业要求指标点 4.2。

三、教学方法

研讨教学。在讲授时，注意结合案例和实务；认真指导学生做好作业，提高分析问题和解决问题的实际能力。本课程是一门理论性与实践性较强的课程，要求学生在理解基本理论、基本内容和基本方法的基础上，熟练掌握基本分析方法，要达到这一教学要求，除学生自学外，面授辅导课是一个重要的教学环节。要根据教学大纲的要求，配合文字教材对重点难点进行讲解，对学生的进行学习指导和帮助，为学生提供尽可能完善的教学服务。在整个教学过程中要充分发扬学生的学习自主性，注意培养学生自主学习的能力，定期组织学生进行讨论，适当增加自学和辅导课时。学生在学习过程中，以文字教材为基础，应注重自学，着重掌握其基本原理和方法，并联系实际加以运用和完善。教师在面授过程中要注意学生的自学能力和联系实际分析能力的培养。教师在讲授过程时，可适当组织同学围绕一些热点消费现象进行各种形式的讨论，以开拓视野、活跃思路，提高分析问题的能力。

重点支持毕业要求指标点 4.2 了解顾客的消费心理及决策。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	消费者行为研究概论	2			2	2
2	消费者决策过程：问题认知与信息搜集	2			2	2
3	消费者决策过程：评价与购买	2			2	3
4	消费者决策过程：购后行为	2			2	2
5	消费者的资源	2			2	2
6	消费者的购买动机	2			2	2
7	消费者的知觉	2			2	2

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
8	消费者的学习和记忆	2			2	2
9	消费者态度的形成与改变	2			2	2
10	消费者的个性、自我概念与生活方式	2			2	2
11	文化与消费者购买行为	2			2	2
12	社会阶层与消费者购买行为	2			2	2
13	社会群体与消费者购买行为	2			2	2
14	口传、流行与创新扩散	3			3	3
15	情境与购买行为	2			2	2
合计		32			32	32

五、课外学习要求

实践性学习：小组报告—关于改变消费者对某产品态度的改变。要求小组（4-6人）为单位，为该产品公司设计一份消费者对其产品的态度的调查表。并用调查表做一次抽样调查（样本数为30人）。最后帮助该公司营销部的经理出谋划策，帮助他们改变消费者的态度。

要求：查询并阅读3-5篇有关消费者态度及其测量的文献资料（可以从知网、学术google等网站下载）。

作业形式：每小组提交一份调查表及报告。重点支持毕业要求指标点4.2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩和期末考核成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占30%，主要考查考勤考纪（50）%；作业（50）%等。重点支持毕业要求指标点4.2。

期末考试成绩占70%，考试课采用闭卷形式。题型包括选择、填空、名称解释、简答、论述及分析等。考核内容主要包括各章基本内容、重点和难点。

重点支持毕业要求指标点4.2。

七、持续改进

本课程根据平时考核情况、学生课堂反馈、研讨及课后作业情况，结合教学督导等反馈，

及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

1. 符国群编著，《消费者行为学》（第二版），高等教育出版社，2010年版

参考资料：

1. 龚振主编，《消费者行为学》，东北财经大学出版社，第1版，2002年版
2. 温孝卿等，《消费者行为学》，天津大学出版社，第1版，2001年版
3. [美] 迈克尔·R·所罗门、[中]卢泰宏著,消费者行为学（第6版）中国版,电子工业出版社,第1版,2006年版
4. 苏勇著，《消费者行为学》，高等教育出版社，第1版,2005年版
5. （美）德尔·I·霍金斯，罗格·J·贝斯特，肯尼思·A·科尼著，符国群等译，消费者行为学，机械工业出版社，2003年版
6. （美）J·保罗·彼德，杰里·C·奥尔森著，韩德昌主译，消费者行为与营销战略，东北财经大学出版社，2000年版
7. 恭振，荣晓华，刘志超编著，消费者行为学，东北财经大学出版社，2002
8. J. Paul Peter, Jerry C. Olson, Consumer Behavior And Marketing Strategy, 4e, McGraw-Hill

互联网产品设计课程教学大纲

课程代码：0642B252

课程名称：互联网产品设计/Internet product design

开课学期：7/6

学分/学时：3/48（理论学时：32，实验学时：16）

课程类别：选修课/拓展复合课

适用专业/开课对象：电子商务、市场营销、信息管理与信息系统专业/四年级或三年级本科生

先修课程/后修课程：电子商务概论/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：顾忠伟

审批人：刘洪民

一、课程简介

本课程是电子商务、市场营销、信息管理与信息系统专业的拓展复合课层次的专业拓展（按模块选修）课。通过该课程学习可了解掌握互联网产品的设计方法、项目管理等。

本课程通过运用模块化、案例式教学方法，由浅入深、循序渐进开展教学，使学生掌握互联网产品的基础知识和互联网产品设计方法。通过本课程教学，学生应达到具备设计管理常见互联网产品（web、app）的能力的教学目标。

本课程主要介绍：互联网产品设计基础、互联网产品前期规划、互联网产品的系统设计、面向产品开发的设计、互联网产品项目管理、互联网产品营销设计等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

3.1 掌握电子商务系统的分析方法、设计方法；

体现在互联网产品的系统设计、面向产品开发的设计的学习，能够初步掌握**电子商务系统的分析方法、设计方法**。

3.3 具有多种平台下电子商务软件的设计开发能力

体现在通过互联网产品设计基础、互联网产品前期规划、互联网产品的系统设计、面向产品开发的设计、互联网产品项目管理、互联网产品营销设计的学习，能够初步掌握具有多种平台下电子商务软件的设计开发能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 互联网产品设计基础（课内4学时+实验3学时+课外6学时）

了解产品、产品设计、互联网产品基本概念、了解经典的互联网产品，互联网产品设计特点，成功产品设计的特点和互联网产品类型；理解设计的概念，互联网产品设计的生命周

期、产品更新和用户需求；掌握互联网产品设计基本流程。

重点支持毕业要求指标点 3.3。

2. 互联网产品前期规划（课内 4 学时+实验 3 学时+课外 7 学时）

了解互联网产品前期规划过程、前期规划的方法和形式；理解市场机遇和用户需求、追踪行业发展和市场需求、确认用户需求；掌握产品指标和商业模式、建立产品目标和指标、商业可行性分析。

重点支持毕业要求指标点 3.3。

3. 互联网产品的系统设计（课内 6 学时+实验 4 学时+课外 10 学时）

了解概念设计的原理、基本特征、原则、市场创新；理解信息架构的基本概念及其组成；掌握视觉设计、交互设计、快速原型设计的基本概念、方法、工具；

重点支持毕业要求指标点 3.3。

4. 面向产品开发的设计（课内 6 学时+实验 3 学时+课外 9 学时）

了解互联网产品开发技术；理解互联网产品开发模型；掌握互联网产品开发流程、互联网产品开发框架、移动互联网产品开发。

重点支持毕业要求指标点 3.3。

5. 互联网产品项目管理（课内 6 学时+实验 3 学时+课外 9 学时）

了解互联网产品管理中的组织架构；理解互联网产品管理的核心理念；掌握互联网项目管理中的团队建设、项目管理方法；

重点支持毕业要求指标点 3.3。

6. 互联网产品营销设计（课内 6 学时+实验 3 学时+课外 9 学时）

了解互联网产品营销设计的概念；理解互联网产品营销设计的理念；掌握互联网产品营销设计的方法；

重点支持毕业要求指标点 3.1。

三、教学方法

互联网产品设计基础、互联网产品前期规划、互联网产品的系统设计、面向产品开发的设计、互联网产品项目管理、互联网产品营销设计等 6 个教学内容中采用“实验教学法”，共计安排 16 个实验学时。

课程全程采用“实例教学法”的课堂教学法。“实例教学法”就是以学生参与式的现场教学、演示教学等实例教学形式为主的“理论与实践直接相结合”的课堂教学模式，其目的

就是使课堂成为高效课堂，强化学生的实践动手和工程应用能力，提高人才培养质量。为实施“实例教学法”的课堂教学模式，可采用：

1. 在课堂上，采用课堂讲授、课堂研讨式教学,采用启发式、举例式、提问式教学；课堂讨论采用独立思考和同组同学合作研究等多种开放、互动的教学形式。

2. 在实例教学中，采用以学生“参与式”的模拟演练、亲手操作的现场教学、演示教学等一些实例教学形式。

重点支持毕业要求指标点 3.3、3.1。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时						课外学时	
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		合计
1	互联网产品设计基础	4	2					6	6
2	互联网产品前期规划	4	2					6	6
3	互联网产品的系统设计	6	3					9	9
4	面向产品开发的设计	6	3					9	9
5	互联网产品项目管理	6	3					9	9
6	互联网产品营销设计	6	3					9	9
合计		32	16					48	48

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	互联网产品设计基础	熟悉互联网产品设计基础	3.3	设计性	2	2	必做
2	互联网产品前期规划	掌握互联网产品前期规划的方法	3.3	设计性	2	2	必做
3	互联网产品的系统设计	掌握互联网产品的系统设计	3.3	设计性	3	3	必做
4	面向产品开发的设计	掌握面向产品开发的设计	3.3	设计性	3	3	必做
5	互联网产品项目管理	掌握互联网产品项目管理	3.3	设计性	3	3	必做
6	互联网产品营销	掌握互联网产品营销设计	3.1	设计性	3	3	必做

	设计						
小计					16	16	

五、课外学习要求

1. 在“互联网产品设计基础”的教学内容中，通过 6 学时的课外学习，重点掌握互联网产品设计基本流程。

2. 在“互联网产品前期规划”的教学内容中，通过 7 学时的课外学习，重点掌握产品指标和商业模式、建立产品目标和指标、商业可行性分析。

3. 在“互联网产品的系统设计”的教学内容中，通过 10 学时的课外学习，重点掌握视觉设计、交互设计、快速原型设计的基本概念、方法、工具。

4. 在“面向产品开发的设计”的教学内容中，通过 7 学时的课外学习，重点掌握互联网产品开发流程、互联网产品开发框架、移动互联网产品开发。

5. 在“互联网产品项目管理”的教学内容中，通过 9 学时的课外学习，重点掌握互联网项目管理中的团队建设、项目管理方法。

6. 在“互联网产品营销设计”的教学内容中，通过 9 学时的课外学习，重点掌握互联网产品营销设计的方法。

重点支持毕业要求指标点 3.3, 3.1。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、期末考试和实验成绩组合而成，采用百分计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 3.1。

期末成绩占 60%，采用考试的考核方式，考试采用开卷或闭卷形式。题型为填空题、判断题、选择题、问答题、设计题、应用题等。重点支持毕业要求指标点 3.1、3.3。

实验成绩占 20%，主要考察学生实验预习及态度、实验操作与规范、分析研究和报告撰写。重点支持毕业要求指标点 3.3。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

李海玲主编，《互联网产品设计》，高等教育出版社，2012年版

戴维·罗斯，《极致：互联网时代的产品设计》，中信出版社，2016年版

参考资料：

[1] （美）亨特主编，《互联网产品设计》，人民邮电出版社，2014年版

电子商务物流课程教学大纲

课程代码：0642B253

课程名称：电子商务 E-commerce logistics

开课学期：5

学分/学时：2/32（理论：32）

课程类别：选修课/专业拓展课

适用专业/开课对象：电子商务/本科大三学生

先修课程/后修课程：管理学、电子商务概论

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：邵雷

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是电子商务专业的专业拓展课程。电子商务物流管理是电子商务专业的重要专业课之一，是一门实用性较强的专业课程。它以计算机信息技术、网络技术作为依托，研究运输、存储、包装、装卸搬运、订单处理、物流预测、采购、客户服务、物流信息等作业的现代综合管理课程并在物流管理的基础上整合上述具体的作业行成一个高效的协作系统。电子商务中的任何一笔交易都以信息流、资金流和物流为支撑。通过本课程的学习，使学生掌握电子商务环境下如何开展物流管理的理论知识和应用方法，掌握物流及电子商务物流的概念，电子商务物流管理的研究对象与特点，物流系统及基本功能。电子商务物流市场及物流模式，电子采购与库存控制，电子商务物流配送管理，电子商务物流技术与信息管理，基于互联网的国际物流管理，电子供应链、供应链管理理论与方法等内容，使学生理解电子商务物流管理的基本理论知识，通过对国内外物流企业的电子商务网站分析，对物流企业网站相关热点问题探讨，了解国内外物流企业的电子商务的应用，掌握电子商务物流管理这门交叉学科的实际应用知识，打好专业理论基础，培养专业知识的运用能力，提供综合专业素质。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

4.3 具备电子商务物流与供应链管理的相关知识，了解相关的新技术，能够解决该领域的特殊问题。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 现代物流概述（2 学时）

通过本章的学习，使学生掌握现代物流的基本概念和现代物流的特点；了解物流相关理论和我国物流理论研究方向；认识物流系统的构成，以及物流在国民经济中的作用与地位；要求把握现代物流的发展，特别是我国现代物流业的发展现状与趋势。

重点支持以下毕业要求指标点 4.3。

2. 电子商务与物流（2 学时）

通过本章的学习，使学生认识电子商务与物流的关系，电子商务物流的一般过程；掌握电子商务环境下物流的发展趋势和策略；掌握电子商务环境下物流管理的概念、内容与特点；了解物流管理的基本模式。

重点支持以下毕业要求指标点 4.3。

3. 电子商务物流技术管理（4 学时）

通过本章的学习，使学生了解自营物流的优势和劣势；掌握第三方物流的含义、功能；了解产生第四方物流的原因，掌握其运作模式；掌握电子物流和绿色物流的含义。

重点支持以下毕业要求指标点 4.3。

4. 电子商务环境中的物流模式（2 学时）

通过本章的学习，使学生了解物流的基本概念；理解物流对电子商务的影响，电子商务下物流配送与配送中心，物流信息概念；掌握物流要素的概念及特点，物流管理及其目标，物流信息技术，物流信息系统。

重点支持以下毕业要求指标点 4.3。

5. 电子商务环境下的供应链管理（4 学时）

通过本章的学习，使学生了解供应链管理的产生和发展的阶段；掌握供应链管理的含义；掌握电子商务环境下，供应链物流管理的目标、功能；了解第四方物流的供应链特点；了解供应链管理的方法。

重点支持以下毕业要求指标点 4.3。

6. 电子商务的采购与库存管理（4 学时）

通过本章的学习，使学生了解电子商务下的采购过程；掌握采购过程的监督与控制；了解库存的作用，掌握库存合理化、库存成本的内容，掌握零库存方式，了解电子订货系统基本内容。

重点支持以下毕业要求指标点 4.3。

7. 电子商务环境下的生产物流管理（4 学时）

通过本章的学习，使学生了解影响生产物流的三个主要因素；理解生产物流的主要作用与合理组织生产物流的要求；了解电子商务时代消费需求的变化对企业生产的影响，并理解其对生产物流所带来的间接影响；掌握电子商务下企业生产物流的基本模式和发展策略；理解准时制生产的基本理念；理解准时制物流应用的前提条件；掌握看板管理的运作程序、作用和使用原则。

重点支持以下毕业要求指标点 4.3。

8. 电子商务配送中心与配送管理（4 学时）

通过本章的学习，使学生掌握配送中心的概念、类型、功能以及与物流中心的区别；掌握配送中心的作业流程；理解电子商务配送中心管理的相关内容；了解配送路线的选择及优化，进行配送合理化分析。

重点支持以下毕业要求指标点 4.3。

9. 电子商务物流业务管理（2 学时）

通过本章的学习，使学生掌握物流质量的概念及内容，理解物流质量的标准体系，掌握物流质量的控制体系及物流质量管理的实施；掌握电子商务物流成本的组成与结构，了解电子商务物流成本控制的途径及降低物流成本的主要方法，理解物流成本与物流质量的“二律悖反”现象；了解我国电子商务物流过程存在的主要问题及原因，掌握电子商务物流的过程管理重点；了解电子商务物流客户的类型与特点，重点掌握电子商务物流的客户管理的意义及其功能。

重点支持以下毕业要求指标点 4.3。

10. 电子商务国际物流管理（2 学时）

通过本章的学习，使学生了解国际物流的发展情况；掌握国际物流的特点、功能要素、系统模式；了解国际物流内容、掌握货物的电子报关、数据处理程序；掌握配送中心的区位选择和用地规模；了解国际物流信息管理的基本功能、要求。

重点支持以下毕业要求指标点 4.3。

11. 电子商务环境下的物流信息管理（2 学时）

通过本章的学习，使学生掌握电子商务物流信息的特点、作用，了解信息技术在电子商务物流信息管理中的应用；了解电子商务物流信息系统的功能、特点与组成、类型，掌握信息系统安全的概念及属性；掌握电子商务物流信息的安全性管理的基本方式、方法；了解电子商务物流信息系统技术管理的方法；了解电子商务物流信息系统故障管理、备份和灾难恢复的概念。

重点支持以下毕业要求指标点 4.3。

三、教学方法

主要采用教师讲授和同学研讨的方法进行课程的教学，采用研讨教学主题/案例教学主题方法，其中针对每章的案例背景材料进行研讨分析。

重点支持毕业要求指标点 4.3。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外教学环节及学时分配表见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时						课外学时	
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		合计
1	现代物流概述	2						2	2
2	电子商务与物流	2						2	2

序号	课程内容	课内学时						课外学时	
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		合计
3	电子商务物流技术管理	4						4	4
4	电子商务环境中的物流模式	2						2	2
5	电子商务环境下的供应链管理	4						4	4
6	电子商务的采购与库存管理	4						4	4
7	电子商务环境下的生产物流管理	4						4	4
8	电子商务配送中心与配送管理	4						4	4
9	电子商务物流业务管理	2						2	2
10	电子商务国际物流管理	2						2	2
11	电子商务环境下的物流信息管理	2						2	2
合计		32						32	32

五、课外学习要求

学生自主学习的内容及要求是通过课外阅读参考资料：了解电子商务环境中最新的物流模式及应用；了解电子商务物流技术及应用的前沿，了解电子商务环境下供应链管理研究的进展；了解跨境电子商务环境下国际物流的开展和应用的动态发展情况、国际电子商务配送与配送管理等。

重点支持毕业要求指标点4.3。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时考核和期末考核成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占40%：主要考查学生的到课情况（20%）、回答或提出问题（10%）以及作业完成情况（20%）、案例分析或设计报告（50%）等。重点支持毕业要求指标点4.3。

期末考试成绩占60%，考试课采用闭卷形式。题型采用单选题、多选题、判断题、名词解释、简答题、论述题和案例分析题等不少于5种类型组成。重点支持毕业要求指标点4.3。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

1. 杨路明等编著，电子商务物流管理——高等院校电子商务专业规划教材，机械工业出版社，2007年8月。

2. 胡燕灵、马洪娟、王英伟，电子商务物流管理（第2版），清华大学出版社，2016年06月出版时间：
3. 吴健，电子商务物流管理（第2版）（21世纪经济管理类精品教材），清华大学出版社，2013年06月出版。
4. 方磊、夏雨、周红，电子商务物流管理（第2版），清华大学出版社，2017年01月出版。

参考资料：

1. 王晓平，电子商务环境下的物流管理，北京大学出版社，2014年01月出版。
2. 陈修齐，电子商务物流管理（第3版），电子工业出版社，2015年01月出版。

网络金融与电子支付课程教学大纲

课程代码：0642B254

课程名称：网络金融与电子支付/ Network Finance and Electronic Payment

开课学期：5

学分/学时：2/32（理论 24 研讨 8）

课程类别：选修课/专业拓展

适用专业/开课对象：市场营销、电子商务/三年级本科生

先修/后修课程：金融学，互联网金融

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：审核人：张萍

执笔人：曹赢审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

课程的性质、目的和任务

本课程网络金融与电子支付是金融专业的专业选修课程，也是其它经济管理专业的专业拓展课程。通过本课程的学习，使学生了解网络金融与电子支付的基本概念、常用术语、特点、规则及相互间的联系与区别，熟悉电子支付工作的基本原理以及操作方法。该课程是学生在金融学与营销学等课程的基础上，掌握电子支付和网络金融的基本原理和相关技术方法，深入了解各种电子化、网络化支付工具的特点和应用，培养分析与设计新的电子支付工具的能力，为日后从事互联网金融的理论研究和实际应用打下坚实的基础。

本课程主要介绍了网络金融与电子支付的理论构架，包括它的涵义、性质、特点、职能、基本内容、形成展、环境因素、基本原理、基础理论、应用和实践等问题，并将国外的先进理论、方法和实践经验与我国实际需要紧密联系起来，同时阐述了网络支付与结算技术的核心问题；从经济学原理上论证了互联网金融模式的合理性和可行性。

通过本课程学习使学生具备从事网络金融与电子支付相关工作所必需的基础知识，系统了解其基本原理与操作方法。本课程的先导课程是金融学、保险学、统计学、概率论与数理统计等课程。

本课程重点支持以下毕业要求指标点。

1.3 从事金融活动的相关知识

具体体现在通过本课程的学习，了解网络金融与电子支付的计算机网络基础知识，网络安全相关知识，了解网络金融与电子支付所涉及的主要方面，包括网络银行，自助银行与电话银行，电子货币，网络支付与结算，网络支付安全，网络证券与网络保险应用，网络金融应用管理，较为系统全面的了解网络金融与电子支付及其发展趋势，了解其对金融行业及经济活动带来的影响。

2.1 具备较强的经济活动能力

具体体现在通过实际案例对现有的网络支付、电子货币等网络金融形势进行深入分析，对实际业务有一定程度的了解，具备一定的实务能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 导论网络金融的发展状况

本章介绍了网络经济的基本知识，以及网络金融的产生及演变。要求理解网络经济学的概念、特征、应用；理解网络金融的产生；了解网络金融的特点和作用；了解网路金融发展现状。

重点支持毕业要求指标点 1.3。

2. 网络银行

了解网络银行的基本知识和基本理论。要求掌握网络银行的概念、特点；了解网络银行的主要内容；了解网络银行的产生于发展；掌握网络银行的功能和特点；理解网络银行的建设；掌握网络银行建设的特点；了解网络银行的管理与监管。

重点支持毕业指标点 1.3。

3. 自助银行与电话银行

了解自助银行的基本知识，电话银行的基本知识和基本理论。要求掌握自助银行的基本概念；掌握移动金融服务的应用模式；了解电话银行的功能和服务内容；了解电话银行系统网络结构与服务流程图。

重点支持毕业指标点 1.3。

4. 电子货币与应用

了解电子货币的基本知识，电子货币的作用和影响。要求掌握电子货币的概念；了解电子货币的发展；掌握电子货币的特点和功能；了解电子货币的应用现状与趋势；掌握电子货币的形式；掌握网络的货币的概念、类型、属性；掌握电子现金的概念；理解电子现金的支付工作原理；理解电子数字现金带来的问题；理解电子货币的作用和影响。

重点支持毕业指标点 1.3。

5. 网络支付与结算

了解网络支付结算的基本知识和基本理论。要求掌握网络支付的形式、特点、网络支付模型和一般过程；了解网络支付结算的兴起；了解大额资金支付系统；掌握网络支付业务流程；了解国际电子支付的发展；了解中国现代货支付系统的建设。

重点支持毕业指标点 1.3

6. 支付与结算实务

了解数字现金、电子支票和电子钱包的基本知识，介绍了第三方支付和银行卡支付模式。要求掌握数字现金的支付流程；了解数字现金支付系统；掌握电子支票的含义和安全机制；掌握第三方支付的含义和支付流程；掌握第三方支付模式的特点；掌握智能卡支付模式；掌握信用卡网络支付流程。

重点支持毕业指标点 2.1

7.网络支付与安全

了解支付协议和结算认证系统。要求掌握电子支付安全技术；了解网络支付的安全问题；掌握 SSL 和 SET 协议；理解证书的含义、发放。

重点支持毕业指标点 1.3,2.1

8. 网络证券与网络保险的应用

了解网络证券和网络保险的基本知识。要求掌握网络证券的一般内容；掌握网上证券的交易模式；理解网络证券的特征和影响；理解网上证券交易程序和应用；理解网络保险的含义；掌握网络保险的一般内容；了解网上财险产品服务和网上险产品服务与实务。

重点支持毕业指标点 2.1

9.网络金融应用管理

了解国内外网络金融监管以及网络金融的法律法规和监管措施。要求了解国内外网络金融监管；了解网络金融的法律法规和监管问题；理解网络金融监管措施；了解金融风险管应用平台。

重点支持毕业指标点 1.3

三、教学方法

本课程采用课堂教学为主，结合课外学习及课内交流讨论的教学方法。

1. 本课程主要以网络金融与电子支付为主要教学内容。主要分析在互联网高速发展条件下，网络金融与电子商务的内涵，现状及发展趋势，并重点学习其中的电子货币，网络支付，网络支付安全，网络证券与网络保险等内容，并在此基础上学习网络金融应用管理。通过课程学习与案例分析相结合，使学生对当前网络金融及电子支付的现状与主要业务形式有系统了解，并具备对具体业务的分析能力。

重点支持毕业要求指标点 1.3。

2. 课外学习和课内讨论主要通过学生自主学习，案例分析的形式进行，主要关注网络支付，电子货币，网络支付安全及网络金融应用管理方面的知识和实际案例分析。

重点支持毕业要求指标点 2.1。

四、课内外教学环节及基本要求

本课程理论环节共 32 个学时，讲授 16 周（每周 2 学时），其中包含 3 学时课内研讨；课外 12 学时。课内外教学安排见表 4-1, 和课外学习要求。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	导论网络金融的发展状况	2			2	

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
2	网络银行	2		2	4	4
3	自助银行与电话银行	2			2	
4	电子货币与应用	4		2	6	8
5	网络支付与结算	4			4	4
6	支付与结算实务	4			4	8
7	网络支付与安全	2		2	4	4
8	网络证券与网络保险的应用	2		2	4	4
9	网络金融应用管理	2			2	
合计		24		8	32	32

五、课外学习要求：

1. 查阅资料，搜集网络支付，电子货币，网络支付安全及网络金融应用管理方面相关案例，并结合课堂教学内容进行分析。

重点支持毕业要求指标点 1.3，2.1。

1. 制作 PPT 在课堂上分组交流。

重点支持毕业要求指标,2.1。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩，期末成绩组成，采用百级计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%-40%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。

重点支持毕业要求指标点 1.3。

期末成绩占 60%-80%，采用课程论文形式。主要支持毕业要求指标点 1.3，2.1。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 李蔚田，孙学军. 网络金融与电子支付[M]. 北京大学出版社, 2015

参考资料：

[1] 瞿彭志等. 网络金融与电子支付[M]. 化学工业出版社，2014

[2] 杨军. 电子货币对货币供给的作用与影响研究. 中国金融出版社，2011

电子商务安全技术课程教学大纲

课程代码：0642B255

课程名称：电子商务安全技术/Electronic Commerce Security Technology

开课学期：7

学分/学时：2 / 32（理论：32）

课程类别：选修课/专业拓展课

适用专业/开课对象：电子商务/四年级本科生

先修课程/后修课程：计算机网络与应用/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：张蕾

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是电子商务专业重要的专业拓展课（选修），安全性是制约电子商务发展的重要因素，通过该课程学习学生可了解目前各类电子商务承载平台所面临的安全威胁，理解典型攻击原理及其相应的防御措施基本原理，通过本课程教学，学生应达到掌握电子商务系统安全防护的基本方法，能够从事电子商务系统安全设计相关工作的教学目标。

本课程主要介绍电子商务安全涉及的相关技术，包括信息安全、系统安全、网络安全、交易安全、数据安全等技术。课程内容包含电子商务安全概述、信息加密技术、信息鉴别技术、公钥基础设施、信息隐藏技术、用户身份认证技术、访问控制技术、互联网安全技术、电子商务安全协议、数据高可用技术、电子支付与安全、移动电子商务安全技术、电子商务云安全、大数据与电子商务和电子商务安全解决方案等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

5.1 理解电子商务领域所面临的安全性问题，掌握相关的安全保障技术。

体现在通过本课程的学习，学生将能够理解信息安全保障的密码学基础，网络安全攻击和防范措施；掌握如何利用电子商务安全协议和数据备份与恢复机制保障电子商务系统安全；

5.2 了解互联网+大背景下新兴的电子商务形式、关键的技术及其所面临的问题。

体现在电子支付与安全，移动电子商务安全，云平台安全以及大数据安全等专题介绍将帮助学生全面理解这些电子商务新增长点所存在的安全问题。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 电子商务安全概述（2 学时）

了解电子商务的风险和威胁；理解电子商务安全要素和安全体系；理解电子交易常见问题及解决方法。

重点支持毕业要求指标点 5.1。

2. 密码学基础（6 学时）

了解密码系统的基本概念、类型；理解对称密码技术和非对称密码技术的基本原理；理解消息摘要、数字签名的原理及工作过程；了解公钥基础设施的概念，理解数字证书的工作原理、公钥基础设施的组成、实现和应用。了解信息隐藏技术的特点及分类；理解信息隐藏技术的基本原理及典型算法。

重点支持毕业要求指标点 5.1。

3. 用户身份认证与访问控制技术（2 学时）

理解身份认证的原理和方法；掌握访问控制结构、策略、模型。

重点支持毕业要求指标点 5.1。

4. 网络安全技术（4 学时）

了解网络系统面临的威胁、关键技术；理解防火墙、入侵检测、VPN 等常见网络安全保障措施的工作原理。

重点支持毕业要求指标点 5.1。

5. 电子商务安全协议（4 学时）

理解 SET 协议、SSL 协议以及 HTTPS 协议。

重点支持毕业要求指标点 5.1。

6. 数据备份与容灾（2 学时）

了解数据备份的重要性，理解网络备份系统和数据容灾技术。

重点支持毕业要求指标点 5.1。

7. 电子支付与安全（2 学时）

了解电子支付的安全威胁，理解相关安全解决方案。

重点支持毕业要求指标点 5.1，5.2。

8. 移动电子商务安全（2 学时）

了解移动电子商务的安全威胁；理解移动通信协议及其安全机制。

重点支持毕业要求指标点 5.1，5.2。

9. 电子商务云安全（2 学时）

理解云计算及其安全框架和安全技术。

重点支持毕业要求指标点 5.1，5.2。

10. 大数据与电子商务（2 学时）

了解大数据带来的安全问题；理解基于大数据的安全机制。

重点支持毕业要求指标点 5.1，5.2。

11. 电子商务安全解决方案（4 学时）

了解电子商务安全解决方案经典案例，理解安全保障方案的综合设计。

重点支持毕业要求指标点 5.1，8.3。

三、教学方法

本课程采用课堂理论教学为主，课外自学+课内研讨为辅的教学模式。电子商务领域发展迅速，作为该领域的未来从业者，学生应具有自主学习和终身学习的意识。本课程设置的课外自学+课内研讨环节要求学生自行利用网络资源了解电商领域安全技术发展现状，经典安全解决方案以及最新的安全技术，从而培养学生了解和跟踪本专业学科发展趋势的能力。

重点支持毕业要求指标点 5.1，5.2，8.2，8.3。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及时分配表见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	电子商务安全概述	2			2	
2	密码学基础	6			6	6
3	用户身份认证与访问控制技术	2			2	2
4	网络安全技术	4			4	4
5	电子商务安全协议	4			4	4
6	数据备份与容灾	2			2	2
7	电子支付与安全	2			2	2
8	移动电子商务安全	2			2	2
9	电子商务云安全	2			2	2
10	大数据与电子商务	2			2	2
11	电子商务安全解决方案	4			4	6
合计		32			32	32

五、课外学习要求

本课程要求学生自行利用网络资源学习电商领域安全技术发展现状，经典安全解决方案，并反思电子商务系统分析与设计中安全性设计应该考虑的问题和可以采用的技术。将自己分析总结的结果在课堂上与同学进行研讨分享，并撰写课程报告。

重点支持毕业要求指标点 7.1，8.2，8.3。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩和期末随堂测试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 40%，主要考查学生学习态度、课堂表现、作业、课程报告等。重点支持毕业要求指标点 5.1，5.2，1.4，8.2，7.1。

期末随堂测试成绩占 60%。考核内容主要包括本课程所学习理论知识，重点支持毕业要求指标点 5.1。

七、持续改进

本课程根据学生反馈意见、随堂测试试卷分析和学生作业情况，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 王丽芳主编. 电子商务安全技术[M]. 北京：电子工业出版社，2015

参考资料：

[1] 刘义春. 电子商务安全理论与技术[M]. 北京：电子工业出版社，2015

[2] 刘权. 电子商务安全[M]. 北京：化学工业出版社，2017

客户关系管理课程教学大纲

课程代码：0645B512

课程名称：客户关系管理/ Customer Relationship Management

开课学期：4/5/6/7

学分/学时： 2/32（理论：24，实验：4，研讨：2，习题：2）

课程类别：选修课/专业拓展课、选修课/专业复合

适用专业/开课对象：电子商务、信息管理与信息系统、国际商务、物流管理、市场营销/二年级本科生，三年级本科生，四年级本科生

先修课程/后修课程：管理信息系统，管理学原理

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 李春颖

审批人： 刘洪民

一、课程简介

本课程是信息管理与信息系统、电子商务、物流管理、国际商务及市场营销的专业课程，是现代管理理论和计算机信息技术相结合的产物。本课程从客户关系管理的原理、技术和实际应用出发，通过课堂理论教学、课内实验及讨论等方式，使学生掌握以客户为中心的客户关系管理的理念、方法和技术。通过本课程教学，学生应达到掌握客户关系管理的理念和技术，能够在工作中践行客户关系管理的理念的教学目标。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

3.1 具有较强的分析、归纳、抽象、演绎推理、空间想象、科学计算等能力，并具有综合运用所学知识解决实际问题的能力。

体现在客户关系管理系统的应用、客户信息的搜集和建立的学习中。

3.2 应具有一定的程序设计、软件开发、大数据分析处理等能力。

体现在客户信息的分类方面。

3.3 具有一定的企业信息处理、流程规划与设计、企业诊断分析、统计分析等能力

体现在客户关系管理的理论基础方面。

4.能够自主学习，自主探索。具有文献检索、资料查询及运用现代信息技术获取相关信息的能力。

体现在课内实验对客户关系管理系统的应用方面。

6.2 具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。

体现在课外学习方面。

7.具有较强的沟通能力和团队意识。具有一定的组织能力和良好的表达能力、较强的人

际交往能力和团队合作能力

体现在客户关系管理的过程方面。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 客户关系管理概述（4 学时）

了解关系营销产生的背景和客户关系营销产生的背景；掌握客户关系管理的内涵；了解客户关系管理在中国的发展。

重点支持毕业要求指标点：3.1，4，6.2，7。

2. 客户关系管理理论（14 学时）

了解客户识别的概念，掌握客户识别的方法和客户细分的标准，理解客户贡献价值的内涵，掌握客户组合分析的工具以及对应的关系类型；

了解价值的概念，理解客户价值的内涵，掌握客户需要的内涵，掌握企业如何为客户设计其真正需要的价值组合。

理解客户接触的方式及模式，理解客户接触面的构建。

掌握客户周期管理，包括客户获取管理、客户保持与开发、客户流失管理等。

理解评估客户满意，了解顾客导向的质量观，了解顾客满意的定义，理解顾客满意与顾客忠诚，了解顾客满意度的评价指标体系。

重点支持毕业要求指标点：3.1，3.2，3.3，4，6.2，7。

3. 客户管理管理技术（10 学时）

理解客户关系管理的核心流程和支撑平台；了解客户关系管理技术的演进与发展；了解客户关系管理的软件系统，理解软件的主要功能模块，了解软件系统的评价标准；理解客户关系管理的硬件和软件支撑技术，重要技术包括接触管理与应用平台技术、数据仓库技术、数据挖掘技术。

重点支持毕业要求指标点：3.1，3.2，3.3，4，6.2，7。

4. 客户管理管理应用（4 学时）

了解客户经理制，理解客户经理的选拔与培养、授权与激励。

理解客户关系管理项目的实施工作内容和步骤，了解网络化的客户关系管理。

重点支持毕业要求指标点：3.1，3.2，3.3，4，6.2，7。

三、教学方法

本课程采用课堂教学、案例分析、课内实验为主，结合课外学习的教学方法。

1. 课堂教学主要结合管理学和信息技术，介绍客户关系管理的理论、相关技术和应用，使学生树立客户关系管理的意识，理解客户关系管理的内容和理论基础，明确从技术的角度实现客户关系管理的理念。

重点支持毕业要求指标点：3.1, 3.2, 3.3, 4, 6.2, 7。

2. 课外学习结合课堂教学内容，分析经典案例，分析、应用客户关系管理软件系统，从理论和应用两方面提升对客户关系的认识，培养学生自主学习和探究的意识及能力，提升学生对专业的综合认识。

重点支持毕业要求指标点：3.1, 3.2, 3.3, 4, 6.2, 7。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时						课外学时	
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		合计
1	客户关系管理概述	4						4	4
2	客户关系管理理论	12				1	1	14	14
3	客户管理管理技术	4	4			1	1	10	10
4	客户管理管理应用	4						4	4
合计		24	4			2	2	32	32

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	CRM 软件实践	了解软件结构功能，熟悉软件主要功能，掌握市场、销售、服务主要应用	3.3, 4, 6.2	综合性	2		必做
2	CRM 软件实践	了解简数据管理原理，熟悉数据管理方法，掌握数据挖掘基本应用	3.1, 3.2, 3.3	综合性	2		必做
小计					4	4	

五、课外学习要求

在客户关系管理理论方面，结合参考教材，学习不同的观点，并分析各观点的异同、联系等；

在客户关系管理技术方面，除了深入应用课内实验 CRM 软件之外，要求从理论的角度评价软件的各项功能，学习应用其它 CRM 软件，分析软件的业务流程；

在客户关系管理应用方面，多搜集经典案例，和实践实习结合起来，分析不同企业、行业客户关系管理的开展情况、问题，提出一定的建议、对策。

重点支持毕业要求指标点：3.1, 3.2, 3.3, 4, 6.2, 7。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查学生对各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点：3.1，3.2，3.3，4，6.2，7。

期末考试成绩占 70%，考查课，采用开卷或闭卷形式。题型有选择、填空、名词解释、简答、论述、案例分析等。考核内容主要包括对客户关系管理的理论和技术的理解、掌握等，重点支持毕业要求指标点：3.1，3.2，3.3，4，6.2，7。

七、持续改进

本课程根据学生课内实验、课堂讨论、平时考核情况和学生平时交流反馈、教学督导反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 郭金涛，严鸣．客户关系管理[M]．北京：中国人民大学出版社，2014

[2] 马刚，李洪心，杨兴凯．客户关系管理（第三版）[M]．大连：东北财经大学出版社，2015

参考资料：

[1] 李文龙，徐湘江，包文夏．客户关系管理[M]．北京：清华大学出版社，2016

[2] (美国)威廉·G·齐克蒙德(William G.Zkmund) 等．客户关系管理——营销战略与信息技术的整合[M]．北京：中国人民大学出版社，2010

[3] 汤兵勇，孙天慧．客户关系管理（第三版）[M]．北京：高等教育出版社，2015

新兴电子商务专题课程教学大纲

课程代码：0642B257

课程名称：新兴电子商务专题/New E-Commerce

开课学期：5

学分/学时：2/32（理论学时：32）

课程类别：选修课/专业拓展

适用专业/开课对象：电子商务专业/三年级本科生

先修课程/后修课程：电子商务概论/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：顾忠伟

审批人：刘洪民

一、课程简介

本课程是电子商务专业的拓展复合课层次的专业拓展（按模块选修）课。通过该课程学习可了解掌握互联网+时代新兴电子商务发展的若干主题等。

本课程通过运用模块化、案例式教学方法，由浅入深、循序渐进开展教学，使学生掌握新兴电子商务发展的若干主题。通过本课程教学，学生应达到了解并认识互联网+时代的电子商务新发展方向的教学目标。

本课程主要介绍：新兴电子商务模式、商务智能与大数据挖掘、电商消费者行为研究、电商安全与认证、电子商务供应链与渠道优化等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

5.2 了解互联网+大背景下新兴的电子商务形式、关键的技术及其所面临的问题

体现在通过新兴电子商务模式、商务智能与大数据挖掘、电商消费者行为研究、电商安全与认证、电子商务供应链与渠道优化、可选主题等内容的学习，能够初步掌握互联网+大背景下新兴的电子商务模式、关键的技术及其所面临的问题。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 新兴电子商务模式（课内4学时+课外4学时）

了解新兴电子商务模式的发展历程；理解普适商务、可穿戴商务的内核；掌握电商模式的本质。

重点支持毕业要求指标点5.2。

2. 商务智能与大数据挖掘（课内4学时+课外4学时）

了解商务智能与大数据挖掘的内容；理解商务智能与大数据挖掘的原理；掌握商务智能

与大数据挖掘的常见算法和工具。

重点支持毕业要求指标点 5.2。

3. 电商消费者行为研究（课内 4 学时+课外 4 学时）

了解电商消费者行为模式；理解电商消费者行为研究的内容；掌握电商消费者行为研究的方法。

重点支持毕业要求指标点 5.2。

4. 电商安全与认证（课内 4 学时+课外 4 学时）

了解电商安全与认证的基本术语；理解电商安全与认证的内容；掌握电商安全与认证的原理。

重点支持毕业要求指标点 5.2。

5. 电子商务供应链与渠道优化（课内 4 学时+课外 4 学时）

理解电子商务供应链与渠道优化的内容；掌握电子商务供应链与渠道优化的方法。

重点支持毕业要求指标点 5.2。

6. 可选主题 6（课内 4 学时+课外 4 学时）

7. 可选主题 7（课内 4 学时+课外 4 学时）

8. 可选主题 8（课内 4 学时+课外 4 学时）

三、教学方法

课程全程采用“实例教学法”的课堂教学法。“实例教学法”就是以学生参与式的现场教学、演示教学等实例教学形式为主的“理论与实践直接相结合”的课堂教学模式，其目的就是使课堂成为高效课堂，强化学生的实践动手和工程应用能力，提高人才培养质量。为实施“实例教学法”的课堂教学模式，可采用：

1. 在课堂上，采用课堂讲授、课堂研讨式教学，采用启发式、举例式、提问式教学；课堂讨论采用独立思考和同组同学合作研究等多种开放、互动的教学形式。

2. 在实例教学中，采用以学生“参与式”的模拟演练、亲手操作的现场教学、演示教学等一些实例教学形式。

重点支持毕业要求指标点 5.2。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时					课外学时
		理论学时	实验、实践、上机学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	新兴电子商务模式	4				4	4
2	商务智能与大数据挖掘	4				4	4
3	电商消费者行为研究	4				4	4
4	电商安全与认证	4				4	4
5	电子商务供应链与渠道优化	4				4	4
6	可选主题 6	4				4	4
7	可选主题 7	4				4	4
8	可选主题 8	4				4	4
合计		32				32	32

五、课外学习要求

1. 在“新兴电子商务模式”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握电商模式的本质。

2. 在“商务智能与大数据挖掘”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握商务智能与大数据挖掘的常见算法和工具。。

3. 在“电商消费者行为研究”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握电商消费者行为研究的方法。

4. 在“电商安全与认证”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握电商安全与认证的原理。

5. 在“电子商务供应链与渠道优化”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握电子商务供应链与渠道优化的方法。

6. 可选主题 6（灵活制定）。

7. 可选主题 7（灵活制定）。

8. 可选主题 8（灵活制定）。

重点支持毕业要求指标点 5.2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、期末考试和实验成绩组合而成，采用百分计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 5.2。

期末成绩占 70%，采用考试的考核方式，考试采用开卷或闭卷形式。题型为填空题、判断题、选择题、问答题、设计题、应用题等。重点支持毕业要求指标点 5.2。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

阿里研究院主编，《互联网+：从 IT 到 DT》，机械工业出版社，2015 年版

陈国青主编，《新兴电子商务：深度模式分析与不确定性建模》，清华大学出版社，2013 年版

杨德礼主编，《新兴电子商务：商务智能方法与服务知识管理》，清华大学出版社，2013 年版

荆继武主编，《新兴电子商务：安全体系与电子认证技术》，清华大学出版社，2013 年版

陈剑主编，《新兴电子商务：定价、多渠道协调与供应链优化》，清华大学出版社，2013 年版

陈国青主编，《新兴电子商务：参与者行为》，清华大学出版社，2013 年版

王飞跃主编，《新兴电子商务关键字竞价基础理论与计算实验》，清华大学出版社，2013 年版

参考资料：

[1] 马化腾主编，《互联网+：国家战略行动路线图》，中信出版社，2015 年版

Java 高阶课程教学大纲

课程代码：0642B210

课程名称：Java 高阶/Advanced Java Programming

开课学期：4

学分/学时：2/32（理论：20，实验：12，研讨：0，习题：0）

课程类别：选修课/专业拓展课

适用专业/开课对象：电子商务/二年级本科生

先修课程/后修课程：Java 语言程序设计/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：张蕾

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是电子商务专业的专业拓展课(选修)。本课程针对已学习过 Java 语言程序设计，具备基本程序化思维，理解面向对象编程思想，掌握简单 Java 语言编程能力的学生，本课程将深入学习图形程序设计、多线程技术、网络编程与数据库访问技术等高级 Java 特性。通过本课程教学，学生应达到熟悉并掌握 Java 图形编程、网络编程、数据库编程和并行编程，能够利用 Java 语言设计并开发较复杂功能信息系统的教学目标。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.4 具备基本的软件设计和程序开发能力，能解决电子商务软件设计开发和管理维护等问题。

通过本课程的学习，学生将掌握利用 Java 语言进行网络、数据库相关程序的开发，为学生后续学习电子商务系统分析与设计等课程以及完成毕业设计打下坚实的实践能力基础，进而具备从事电子商务软件设计开发相关工作的基本能力，提升学生的就业竞争力。

8.2 掌握良好的学习方法，具有一定的探索知识的能力

体现在 Java 高阶课程涉及知识面较广较深，仅仅掌握课堂上所学知识点是不够的，学生需要在教师的指导下结合课堂教学点查阅和自学大量扩展内容。这将有效激发学生学习主动性，培养其自主学习终身学习，适应发展的能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 图形程序设计（课内 6 学时+实验 4 学时）

了解 Java 语言 GUI 设计相关类；理解 Java 绘图环境；理解组件，容器，布局等概念；

掌握并且能够熟练应用事件处理机制；理解组件模型和常用组件的使用；掌握图形界面的绘图技术。

重点支持毕业要求指标点 2.4、8.2。

2. 多线程技术（课内 6 学时+实验 2 学时）

理解线程的概念、线程的状态、线程的属性；理解死锁的概念；掌握线程的创建、阻塞和同步方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4、8.2。

3. 网络编程（课内 4 学时+实验 4 学时）

理解网络通信模式；掌握用 Java 编写网络客户端和服务端，以及从 Web 服务器获取数据的方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4、8.2。

4. 数据库编程（课内 4 学时+实验 2 学时）

了解 JDBC 的设计和作用；掌握 JDBC 配置，SQL 语句执行等。

重点支持毕业要求指标点 2.4、8.2。

三、教学方法

作为电子商务平台设计与开发方向的专业拓展课程，本课程旨在提高学生的实践动手能力。本课程侧重学生工程实践能力的培养，在教学中将多媒体理论教学和上机操作实践相结合。以问题驱动的方式，激发学生有针对性的去主动学习；培养探索知识的能力。

重点支持毕业要求指标点 2.4，8.2。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及时分配表见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及时分配表

序号	课程内容	课内学时							课外学时
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	图形程序设计	6	4					10	10
2	多线程技术	6	2					8	8
3	网络编程	4	4					8	8
4	数据库编程	4	2					6	6
合计		20	12					32	32

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持 毕业要求 指标点	实验 类别	课内 学时	课外 学时	备注
1	图形程序设计	掌握 GUI 的基本构建方法和事件处理的机制，能够在 GUI 界面上通过事件处理完成与用户的常见交互。	2.4	设计性	4	4	必做
2	多线程技术	掌握线程的创建、执行、调度、同步以及线程间通信。	2.4	设计性	2	2	必做
3	网络编程	掌握服务器连接、Web 信息获取的方法。	2.4	设计性	4	4	必做
4	数据库编程	掌握数据库的访问过程，包括数据库连接、SQL 语句执行、查询结果处理等	2.4	设计性	2	2	必做
小计					12	12	

五、课外学习要求

课外学习主要包括理论知识扩充和上机预习。Java 高级特性在课程教学中无法全面覆盖，因此教师应在每次课前布置课外学习内容，要求学生通过 Internet 或参考书籍学习，并在每章节教学开始前以课堂提问等形式检查学生的课外学习情况，针对学生问题较多的内容进行集中答疑。在实验教学过程中，要求学生必须预习实验指导书，弄清实验目的，熟悉实验内容，实验完成后按时提交实验记录和实验报告。

重点支持毕业要求指标点 2.4、8.2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩和实验成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%，主要包括考勤考纪、课堂表现等。重点支持毕业要求指标点 1.4。

实验成绩占 80%，成绩评定主要依据实验课堂考核和实验报告情况，主要考查学生动手实践能力，培养具备一定工程实践能力的应用型人才。重点支持毕业要求指标点 2.4。

七、持续改进

本课程将根据教学效果和学生反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 无

参考资料：

- [1] 凯 S.霍斯特曼. Java 核心技术卷 I 基础知识（原书第 10 版）[M]. 北京：机械工业出版社. 2016
- [2] 凯 S.霍斯特曼. Java 核心技术卷 II 高级特性（原书第 9 版）[M]. 北京：机械工业出版社. 2013
- [3] 梁勇（Y.Daniel Liang）.Java 语言程序设计（基础篇原书第 10 版）[M].北京：机械工业出版社. 2015
- [4] BruceEckel, Java 编程思想（第四版）.北京：机械工业出版社. 2007.
- [5] 耿祥义. Java 2 实用教程（第 4 版）.北京：清华大学出版社. 2012.
- [6] 宋晏，杨国兴. Java 程序设计及应用开发. 北京：机械工业出版社. 2016.

WEB 程序设计课程教学大纲

课程代码：0642B259

课程名称：WEB 程序设计/WEBProgramming

开课学期：5

学分/学时：3/48（理论学时：28，实验学时：20）

课程类别：选修课/专业拓展

适用专业/开课对象：电子商务专业/三年级本科生

先修课程/后修课程：数据库原理与应用、网页设计与制作/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：顾忠伟

审批人：刘洪民

一、课程简介

本课程是电子商务专业的拓展复合层次选修课。通过该课程学习可了解掌握 WEB 基础知识并开发基于 WEB 的应用程序。

WEB 程序设计是当前信息系统开发领域最活跃、最重要的分支。WEB 程序设计从本质上来讲是各种技术的集成与综合应用，目前有三大主流技术：JSP/JEE(JAVA)、PHP(PHP)、ASP.NET(C#等)，各有优缺点，适用不同场合。本课程以 PHP 为基础，对 WEB 开发进行全面而深入地探讨。教师也可以选择 JEE 或.NET 体系。

本课程通过运用模块化、案例式教学方法，由浅入深、循序渐进开展教学，使学生掌握 WEB 基础知识和 WEB 开发方法。通过本课程教学，学生应达到具备初步设计开发中小型 WEB 应用程序的教学目标。

本课程主要介绍：WEB 基础、WEB 开发环境的搭建、WEB 程序设计基础、面向对象编程、数据库基础、数据库编程、WEB 高级编程、WEB 项目开发等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.4 掌握计算机基本知识，具备基本的软件设计和程序开发能力，能解决电子商务软件设计开发和管理维护等问题

体现在通过 WEB 基础、WEB 开发环境的搭建、WEB 程序设计基础、面向对象编程、数据库基础、数据库编程的学习，能够初步掌握开发 WEB 应用程序的能力。

3.3 具有多种平台下电子商务软件的设计开发能力

体现在通过 WEB 高级编程、WEB 项目开发的学习，能够初步掌握多种平台下电子商务软件的设计开发能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. WEB 基础知识（课内 3 学时+课外 3 学时）

了解 WEB 术语和当前主流的 WEB 技术、网络通信协议；理解 WEB 的工作原理；掌握 WEB 前端技术包括 HTML/CSS/JS。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

2. WEB 开发环境搭建（课内 3 学时+实验 3 学时+课外 6 学时）

了解 WEB 开发环境的构成，掌握常见服务器组件和 LAMP/WAMP 等工作平台的搭建；

重点支持毕业要求指标点 2.4。

3. WEB 程序设计基础（课内 4 学时+实验 3 学时+课外 7 学时）

了解 PHP 历史；掌握 PHP 基本语法、数据类型、变量、常量、运算符、流程控制语句、数组、函数、字符串操作、正则表达式、WEB 页面交互等内容。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

4. 面向对象编程（课内 6 学时+实验 3 学时+课外 9 学时）

理解面向对象的思想，类、继承、多态等基本概念，初步掌握 PHP 面向对象编程方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

5. 数据库基础（课内 3 学时+实验 3 学时+课外 6 学时）

了解数据管理技术的发展以及数据库管理系统的分类；理解 WEB 数据库的基本概念；掌握利用 MYSQL/SQL SERVER 建立简单的数据库的方法、熟练掌握常用 SQL 语句。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

6. 数据库编程（课内 3 学时+实验 3 学时+课外 6 学时）

掌握利用 PHP 连接数据库并进行数据操作的基本方法，能开发简单的数据库应用程序。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

8. WEB 高级编程（课内 3 学时+实验 3 学时+课外 6 学时）

了解 WEB 服务、分布式数据交换的概念；理解文件处理技术、图像处理技术；掌握 cookie 与会话控制。

重点支持毕业要求指标点 3.3。

9. WEB 项目开发（课内 3 学时+实验 3 学时+课外 6 学时）

了解 WEB 项目开发的流程，掌握 WEB 项目开发的方法。

重点支持毕业要求指标点 3.3。

三、教学方法

WEB 开发环境的搭建、WEB 程序设计基础、面向对象编程、数据库基础、数据库编程、

WEB 高级编程、WEB 开发案例 7 个教学内容中采用“实验教学法”，共计安排 20 个实验学时。

课程全程采用“实例教学法”的课堂教学法。“实例教学法”就是以学生参与式的现场教学、演示教学等实例教学形式为主的“理论与实践直接相结合”的课堂教学模式，其目的就是使课堂成为高效课堂，强化学生的实践动手和工程应用能力，提高人才培养质量。为实施“实例教学法”的课堂教学模式，可采用：

1. 在课堂上，采用课堂讲授、课堂研讨式教学，采用启发式、举例式、提问式教学；课堂讨论采用独立思考和同组同学合作研究等多种开放、互动的教学形式。

2. 在实例教学中，采用以学生“参与式”的模拟演练、亲手操作的现场教学、演示教学等一些实例教学形式。

重点支持毕业要求指标点 2.4、3.3。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时						课外学时	
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		合计
1	WEB 基础知识	3						3	3
2	WEB 开发环境的构建	3	3					6	6
3	WEB 程序设计基础	4	3					7	7
4	面向对象编程	6	3					9	9
5	数据库基础	3	3					6	6
6	数据库编程	3	3					6	6
7	WEB 高级编程	3	3					6	6
8	WEB 项目开发	3	2					5	5
合计		28	20					48	48

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	WEB 开发环境的构建	掌握常见 WEB 工作环境的 LAMP/WAMP 的搭建	2.4	验证性	3		必做
2	WEB 程序设计基础	掌握 PHP 基础语法，能进行 PHP 基础编程	2.4	验证性	3		必做
3	面向对象编程	理解面向对象思想，初步掌握面向对象编程	2.4	验证性	3		必做
4	数据库基础	理解数据库概念，掌握常见数据库使用方法	2.4	验证性	3		必做

5	数据库编程	熟练掌握 SQL 语法，配合 PHP 进行数据库应用开发	2.4	验证性	3		必做
6	WEB 高级编程	熟练掌握 cookie 与 session，初步掌握文件、图像处理方法，了解 web 服务和分布式计算。	3.3	验证性	3		必做
7	WEB 项目开发	综合运用 WEB 技术，掌握 WEB 项目开发的流程和方法。	3.3	综合性	2		必做
小计					20		

五、课外学习要求

1. 在“WEB 基础知识”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握 WEB 前端技术包括 HTML/CSS/JS、web 工作原理。

2. 在“WEB 开发环境搭建”的教学内容中，通过 6 学时的课外学习，重点掌握常见服务器组件和 LAMP/WAMP 等工作平台的搭建。

3. 在“WEB 程序设计基础”的教学内容中，通过 7 学时的课外学习，重点掌握 PHP 基本语法、数据类型、变量、常量、运算符、流程控制语句、数组、函数、字符串操作、正则表达式、WEB 页面交互基础知识。这些内容可见参考资料。

4. 在“面向对象编程”的教学内容中，通过 9 学时的课外学习，重点掌握 PHP 面向对象编程方法。

5. 在“数据库基础”的教学内容中，通过 6 学时的课外学习，重点掌握利用 MYSQL/SQL SERVER 建立简单的数据库的方法、熟练掌握常用 SQL 语句。

6. 在“数据库编程”的教学内容中，通过 6 学时的课外学习，重点掌握利用 PHP 连接数据库并进行数据操作的基本方法，能开发简单的数据库应用程序。

7. 在“WEB 高级编程”的教学内容中，通过 6 学时的课外学习，重点掌握 cookie 与会话控制。

8. 在“WEB 项目开发”的教学内容中，通过 6 学时课外学习，完成一个综合 web 应用程序的开发，并提交设计报告。

重点支持毕业要求指标点 2.4，3.3。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、期末考试和实验成绩组合而成，采用百分计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 2.4。

期末成绩占 60%，采用考试的考核方式，考试采用开卷或闭卷形式。题型为填空题、判断题、选择题、问答题、设计题、应用题等。重点支持毕业要求指标点 2.4、3.3。

实验成绩占 20%，主要考察学生实验预习及态度、实验操作与规范、分析研究和报告撰写。重点支持毕业要求指标点 3.3。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

黄迎久主编，《PHP 动态网页设计教程》，清华大学出版社，2017 年版

徐辉主编，《PHP Web 程序设计教程与实验》，清华大学出版社，2008 年版

明日科技，《php 从入门到精通（第 4 版）》，清华大学出版社，2017 年版

参考资料：

[1]塞巴斯塔主编，《Web 程序设计》，清华大学出版社，2013 年版

[2]丁跃潮主编，《Web 编程技术--JSP XML JavaEE》，科学出版社，2008 年版

[3]王成良主编，《Web 开发技术及其应用》，清华大学出版社，2007 年版

移动商务应用开发课程教学大纲

课程代码：0642B260

课程名称：移动商务应用开发/Mobile Application Development

开课学期：6

学分/学时：3 / 48（理论：28，实验：16，研讨：2，习题：2）

课程类别：选修课/专业拓展课

适用专业/开课对象：电子商务/三年级本科生

先修课程/后修课程：Java 语言程序设计 /无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人： 审核人： 杨光明

执笔人： 张蕾 审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是为电子商务专业高年级本科生开设的专业拓展选修课。移动平台是近年来电子商务最为活跃的增长点，市场对具有移动商务软件设计与开发能力的人才需求量也在逐年增长。本课程主要介绍 Android 开发的基础知识、开发环境搭建、Android 工程的文件系统分析、Android 程序的运行原理、用户界面设计、服务与广播接收组件、SQLite 数据库的存储与访问、内容提供者组件、Android 近场通信、位置服务与地图应用、Android 网络编程等内容。

本课程以典型移动商务应用为例，通过理论学习与实践应用相互印证的方法，使学生掌握 Android 平台上移动商务应用开发技术，为后续选择移动电子商务商务软件相关毕业设计课题以及今后从事移动电子商务软件设计与开发等工作打下坚实基础。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.4 具备基本的软件设计和程序开发能力，能解决电子商务软件设计开发和管理维护等问题。

通过本课程的学习，学生将掌握利用 Java 语言在 Android 移动平台上进行商务应用开发的基本方法，提升学生的程序开发能力，为后续毕业设计及即将面临的就业市场竞争储备扎实的技术基础。

3.3 具有多种平台上电子商务软件的设计开发能力。

体现在通过 Android 应用开发技术的学习，学生能够掌握电子商务新增长点——移动平台上的商务软件设计与开发能力，从而提升就业竞争力。

5.2 了解互联网+大背景下新兴的电子商务形式、关键的技术及其所面临的问题。

体现在通过本课程的学习，学生将能够从技术层面上对新兴的移动电子商务软件及其关键技术有更加深入的认识。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. Android 应用开发概述（理论 4 学时+实验 2 学时）

了解智能移动设备特点及其主流操作系统分类；理解 Android 系统架构，Android 工程的文件系统结构，Android 应用程序的组成；掌握 Android 开发环境搭建及项目运行方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4，3.3，5.2。

2. Android UI 基础（理论 4 学时+实验 2 学时）

理解移动商务应用 UI 设计的基本原则，Android UI 框架；掌握界面布局的方法，窗口组件 Activity、常用 Widget 控件的使用；理解 Android 文件的存储。

重点支持毕业要求指标 2.4，3.3。

3. 手机基本功能程序设计（理论 4 学时+实验 2 学时）

掌握 Android 平台上实现打电话、发短信、音视频播放与录制、拍照与视频录制以及二维码扫描与生成等手机常用功能的实现方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4，3.3。

4. 服务与广播组件（理论 2 学时+实验 2 学时）

理解服务、本地服务、远程服务的概念；掌握服务的创建与使用方法；理解广播的概念；掌握广播组件的使用。

重点支持毕业要求指标点 2.4，3.3。

5. SQLite 数据库编程（理论 2 学时+实验 2 学时）

了解 SQLite 数据库的特点及 Android 对 SQLite 的支持；掌握 SQLite 数据库及表的创建、打开及更新；掌握 SQLite 数据库的修改及查询方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4，3.3。

6. 应用程序间的数据共享（理论 2 学时+实验 2 学时）

理解应用程序间数据共享机制；掌握使用 ContentProvider 组件及其相关类的方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4，3.3。

7. Android 通信及其应用（理论 2 学时）

了解 Android 对 WIFI、Bluetooth 及 NFC 的支持；掌握使用相应无线通信技术实现数据传输的方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4，3.3。

8. 位置服务及地图应用开发（理论 4 学时+实验 2 学时+习题 2 学时）

了解获取位置信息的几种方式；理解常用定位方式，Google 与 BaiduMapAPI 的特点；掌握利用 Map API 实现基本地图开发。

重点支持毕业要求指标点 2.4，3.3。

9. Android 网络编程（理论 2 学时+实验 2 学时）

理解基于 HTTP 和 TCP/IP 的网络编程原理；掌握与 Web 服务器交互的手机客户端程序编写方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4, 3.3。

10. 移动商务应用系统分析（理论 2 学时+研讨 2 学时）

结合电子商务系统分析与设计课程所学知识,理解并掌握移动商务应用系统分析与设计方法。

重点支持毕业要求指标点 3.1, 3.3。

三、教学方法

作为电子商务平台设计与开发方向的专业拓展课程,本课程侧重学生工程实践能力的培养,在教学中将多媒体理论教学和上机操作实践相结合。以问题驱动的方式,激发学生有针对性的去主动学习;培养探索知识的能力。

重点支持毕业要求指标点 2.4, 3.3, 8.2。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1, 课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时							课外学时
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	Android 应用开发概述	4	2					6	2
2	AndroidUI 基础	4	2					6	6
3	手机基本功能程序设计	4	2					6	6
4	服务组件与广播组件	2	2					4	4
5	SQLite 数据库编程	2	2					4	4
6	应用程序间的数据共享	2	2					4	4
7	Android 近距离通信技术及其应用	2						2	4
8	位置服务与地图应用开发	4	2			2		8	8
9	Android 网络编程	2	2					4	4
10	移动商务应用系统分析	2					2	4	4
合计		28	16			2	2	48	48

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	Android 开发环境	掌握 Android 开发环境搭建, 项目部署和运行	2.4 3.3	验证型	2	2	

2	AndroidUI 基础	掌握 UI 布局, Activity 组件和常用 Widget 控件的使用	2.4 3.3	设计型	2	4	
3	手机基本功能程序设计	掌握打电话、发短信、音视频播放与录制等功能实现方法	2.4 3.3	设计型	2	4	
4	服务组件与广播组件	掌握 Service 组件和 Broadcast 组件的使用	2.4 3.3	设计型	2	2	
5	SQLite 数据库编程	掌握 SQLite 数据库的创建、打开、记录修改和查询	2.4 3.3	设计型	2	4	
6	应用程序间的数据共享	掌握 ContentProvider 组件及其相关类的使用	2.4 3.3	设计型	2	2	
7	位置服务与地图应用开发	掌握 LBS 应用的开发基础	2.4 3.3	设计型	2	2	
8	Android 网络编程	掌握手机客户端与 Web 服务器端通信编程	2.4 3.3	设计型	2	4	
小计					16	24	

五、课外学习要求

本课程要求学生在每次实验课前对实验内容进行预习, 提前编写相关代码, 课内实验主要用于解答学生疑难问题, 检查学习情况。此外要求学生根据自己兴趣选择一款 Android 商务应用进行分析, 撰写课程报告并准备课堂研讨交流。

重点支持毕业要求指标点 2.4, 3.3, 7.1, 8.2。

六、考核内容及方式

计分制: 百分制 (); 五级分制 (√); 两级分制 ()

考核方式: 考试 (√); 考查 ()

本课程成绩由平时成绩和实验成绩组合而成。各部分所占比例如下:

平时成绩占 30%, 主要考查学生课堂纪律性, 课堂表现以及课程报告撰写情况等。重点支持毕业要求指标点 1.4, 3.1, 5.2, 7.1。

实验成绩占 70%, 主要考查学生对相关程序设计技术的掌握程度, 重点支持毕业要求指标点 3.1, 3.3。

七、持续改进

本课程根据上机实践效果, 学生反馈意见等, 及时对教学中不足之处进行改进, 并在下一轮课程教学中改进提高, 确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材:

[1]吴志祥, 柯鹏, 张智, 胡威. Android 应用开发案例教程[M]. 武汉: 华中科技大学

出版社，2015

[2]夏辉，李天辉，陈泉. *Android 移动应用开发实用教程*[M]. 北京：机械工业出版社，2015

参考资料：

[1] 郭霖. *第一行代码 Android 第二版*[M]. 北京：人民邮电出版社，2016

[2] 巅峰卓越. *Android 从入门到精通*[M].北京：人民邮电出版社，2016

交互设计课程教学大纲

课程代码：0642B261

课程名称：交互设计/User Experience Design(Interaction Design)

开课学期：6

学分/学时：2/32（理论学时：16，实验学时：16）

课程类别：选修课/专业拓展课

适用专业/开课对象：电子商务/三年级本科生

先修课程/后修课程：网页设计与制作/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：顾忠伟

审批人：刘洪民

一、课程简介

本课程是电子商务专业的拓展复合课层次的专业拓展（按模块选修）课。通过该课程学习可了解掌握互联网产品的交互设计方法等。

本课程通过运用模块化、案例式教学方法，由浅入深、循序渐进开展教学，使学生掌握交互设计的基础知识和交互设计方法。通过本课程教学，学生应达到具备设计管理常见互联网产品（web、app）的交互设计能力的教学目标。

本课程主要介绍：交互设计基础、用户需求研究、需求获取、原型设计、设计模式应用、细节设计、可用性评估、交互设计创新研究等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

3.1 掌握电子商务系统的分析方法、设计方法；

体现在交互设计基础、用户需求研究、需求获取、原型设计、设计模式应用、细节设计、的学习，能够初步掌握电子商务系统的分析方法、设计方法。

3.3 具有多种平台下电子商务软件的设计开发能力

体现在通过可用性评估、交互设计创新研究的学习，能够初步掌握具有多种平台下电子商务软件的设计开发能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 交互设计基础（课内 2 学时+实验 2 学时+课外 4 学时）

了解交互设计的发展历程、相关知识；理解交互设计的学习方法；掌握交互设计的基本概念。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

2. 用户需求研究（课内 2 学时+实验 2 学时+课外 4 学时）

理解 UCD 的基础设计理论；掌握用户需求建模。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

3. 需求获取（课内 2 学时+实验 2 学时+课外 4 学时）

了解 如何制定设计目标；理解制定产品设计原则；掌握商业需求获取；

重点支持毕业要求指标点 3.1。

4. 原型设计（课内 2 学时+实验 2 学时+课外 4 学时）

了解常见的原型；理解原型设计；掌握原型设计方法。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

5. 设计模式应用（课内 2 学时+实验 2 学时+课外 4 学时）

理解交互设计模式的基本概念；掌握常见互联网产品的交互设计应用。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

6. 细节设计（课内 2 学时+实验 2 学时+课外 4 学时）

了解互细节设计的原则，色彩之分组、联系和区别；理解色彩的原理，色彩之文化差异和习惯用法；掌握文字设计、色彩使用的方法；

重点支持毕业要求指标点 3.1。

7. 可用性评估（课内 2 学时+实验 2 学时+课外 4 学时）

了解可用性评估的价值，色彩之分组、联系和区别；理解走查：认知过程遍历、启发式评估；掌握可用性测试方法；

重点支持毕业要求指标点 3.3。

8. 交互设计创新研究（课内 2 学时+实验 2 学时+课外 4 学时）

了解交互设计领域的研究新进展；理解未来交互之梦；掌握基于不同终端的设计创新研究；

重点支持毕业要求指标点 3.3。

三、教学方法

交互设计基础、用户需求研究、需求获取、原型设计、设计模式应用、细节设计、可

用性评估、交互设计创新研究等 8 个教学内容中采用“实验教学法”，共计安排 16 个实验学时。

课程全程采用“实例教学法”的课堂教学法。“实例教学法”就是以学生参与式的现场教学、演示教学等实例教学形式为主的“理论与实践直接相结合”的课堂教学模式，其目的就是使课堂成为高效课堂，强化学生的实践动手和工程应用能力，提高人才培养质量。为实施“实例教学法”的课堂教学模式，可采用：

1. 在课堂上，采用课堂讲授、课堂研讨式教学，采用启发式、举例式、提问式教学；课堂讨论采用独立思考和同组同学合作研究等多种开放、互动的教学形式。

2. 在实例教学中，采用以学生“参与式”的模拟演练、亲手操作的现场教学、演示教学等一些实例教学形式。

重点支持毕业要求指标点 3.3、3.1。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时						课外学时	
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		合计
1	交互设计基础	2	2					4	4
2	用户需求研究	2	2					4	4
3	需求获取	2	2					4	4
4	原型设计	2	2					4	4
5	设计模式应用	2	2					4	4
6	细节设计	2	2					4	4
7	可用性评估	2	2					4	4
8	交互设计创新研究	2	2					4	4
合计		16	16					32	32

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	交互设计基础	熟悉交互设计的基础知识和基本工具	3.1	设计性	2	2	必做
2	用户需求研究	掌握用户需求研究方法	3.1	设计性	2	2	必做
3	需求获取	掌握需求获取的工具和分析	3.1	设计性	2	2	必做

4	原型设计	掌握原型设计方法	3.1	设计性	2	2	必做
5	设计模式应用	熟悉设计模式应用	3.1	设计性	2	2	必做
6	细节设计	掌握交互细节设计	3.1	设计性	2	2	必做
7	可用性评估	撰写可用性评估	3.3	设计性	2	2	必做
8	交互设计创新研究	熟悉交互设计创新研究	3.3	设计性	2	2	必做
小计					16	16	

五、课外学习要求

1. 在“交互设计基础”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握交互设计的基本概念。

2. 在“用户需求研究”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握用户需求建模。

3. 在“需求获取”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握商业需求获取。

4. 在“原型设计”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握原型设计方法。

5. 在“设计模式应用”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握常见互联网产品的交互设计应用。

6. 在“细节设计”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握文字设计、色彩使用的方法。

7. 在“可用性评估”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握可用性测试方法。

8. 在“交互设计创新研究”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握基于不同终端的设计创新研究。

重点支持毕业要求指标点 3.3, 3.1。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、期末考试和实验成绩组合而成，采用百分计分制。各部分所占

比例如下：

平时成绩占 20%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 3.1。

期末成绩占 60%，采用考试的考核方式，考试采用开卷或闭卷形式。题型为填空题、判断题、选择题、问答题、设计题、应用题等。重点支持毕业要求指标点 3.1、3.3。

实验成绩占 20%，主要考察学生实验预习及态度、实验操作与规范、分析研究和报告撰写。重点支持毕业要求指标点 3.3。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

黄琦主编，《交互设计》，浙江大学出版社，2012 年版

顾振宇主编，《交互设计——原理与方法》，清华大学出版社，2016 年版

参考资料：

[1] GavinAllanwood，《国际经典交互设计教程：用户体验设计（全彩）》，电子工业出版社，2015 年版

[2] 刘津，《破茧成蝶——用户体验设计师的成长之路》，人民邮电出版社，2014 年版

财务管理课程教学大纲

课程代码：0646B615

课程名称：财务管理/Financial Management

开课学期：第 4、5、6 学期

学分/学时：2.5 /40（理论：40）

课程类别：选修课/专业复合

适用专业/开课对象：经管类非财管专业/二三年级本科生

先修课程：会计学

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：王光新

执笔人：朱灵通

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是跨专业选修课程，通过本课程学习，使学生能较好地掌握财务管理价值观念、财务分析、财务战略与预算、长期筹资方式、投资决策原理、投资决策实务、短期资产管理、短期筹资管理、股利理论与政策、公司并购管理、公司重组、破产和清算的基本知识、原理和方法，具有初步分析和解决企业财务管理一些简单问题的能力。

本课程主要介绍财务管理价值观念、财务分析、财务战略与预算、长期筹资方式、投资决策原理、投资决策实务、短期资产管理、短期筹资管理、股利理论与政策、公司并购管理、公司重组、破产和清算等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1 具备电子商务企业运营管理基本理论知识和实践能力。

体现在通过投资方案净现值、现值指数和投资报酬率的计算，进行财务预测，能够编制预测资产负债表、现金流量表和利润表。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 财务管理总论（3 学时）

了解财务管理的概念；理解财务管理的目标；掌握代理成本、财务管理环境对财务管理的影响。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

2. 财务管理的价值观念（4 学时）

了解财务管理的价值观念；理解货币时间价值、风险与报酬的关系；掌握证券估值。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

3. 财务分析（3 学时）

了解财务分析的概念；理解财务分析的方法；掌握财务能力分析、财务趋势分析和财务

综合分析。

重点支持毕业要求指标点 4.2

4.财务战略与预算（3 学时）

了解财务战略与预算的概念；理解财务战略与预算的关系；掌握财务战略的选择、编制财务预算、筹资数量的预测。

重点支持毕业要求指标点 4.2

5. 长期筹资方式（3 学时）

了解长期筹资方式概念；理解长期筹资的动机、原则、渠道和类型；掌握股权性筹资、债务性筹资、混合性筹资。

重点支持毕业要求指标点 4.2

1. 投资决策原理（4 学时）

了解投资活动对于企业的意义、投资分类；理解投资管理的原则和投资过程分析；掌握投资项目现金流量的构成与计算、各种投资决策指标的计算方法和决策原则、各种投资决策方法的相互比较与具体运用。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

2. 投资决策实务（5 学时）

了解现金流量估计中需要考虑的一些特别因素、多个投资组合的决策方法；理解税负与折旧对投资的影响；掌握固定资产更新决策分析方法、掌握投资风险分析中的风险调整法和决策树法。

重点支持毕业要求指标点 4.2

3.短期资产管理（3 学时）

了解营运资本的概念及其管理原则、短期金融资产的特征和持有目的，短期资产管理原则；理解应收账款功能、存货规划；掌握现金持有动机、现金管理意义、现金预算和最佳现金持有量决策的基本方法、信用政策、存货经济批量、再订货点和保险储备的计算。

重点支持毕业要求指标点 4.2

4.短期筹资管理（3 学时）

了解短期筹资的概念、内容、政策、自然性筹资的内容、短期借款筹资的种类、程序、决策因素；理解短期融资券的优缺点；掌握商业信用筹资的特征、应付费用筹资的概念与筹资额的计算、短期借款筹资的资本成本计算。

重点支持毕业要求指标点 4.2

5. 股利理论与政策（3 学时）

了解股票分割与股票股利的区别；理解股利理论的主要内容、评价指标；掌握股利政策的影响因素以及股利政策的类型、公司利润分配程序，股利种类及股利的发放程序。

重点支持毕业要求指标点 4.2

6. 公司并购（3 学时）

了解各种支付的特点；理解公司并购的概念、类型、理论、公司并购主要方式的含义；掌握公司并购的价值评估方法和公司并购的程序。

重点支持毕业要求指标点 4.2

7. 公司重组、破产和清算（3 学时）

了解财务危机的征兆、财务危机形成的原因和过程；理解资产剥离、公司分立和股权出售的差别、资产剥离的财务估值、财务危机的含义与财务危机的特征、破产的概念和程序；掌握企业重整的程序、掌握债务和解的方式与程序、破产财产、破产债权、破产费用的概念。

重点支持毕业要求指标点 4.2

三、教学方法

本课程采用课堂教学为主，结合课外学习及课内交流讨论的教学方法。

1. 课堂教学主要介绍财务管理价值观念、财务分析、财务战略与预算、长期筹资方式、投资决策原理、投资决策实务、短期资产管理、短期筹资管理、股利理论与政策、公司并购管理、公司重组、破产和清算，引导学生从实际生活中理解投资决策不同计算方法，能够通过企业实际案例进行投资决策，能够编制预测资产负债表、现金流量表和利润表等。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

2. 课外学习和课内讨论主要通过学生自主学习，案例分析、探究式及研究式的方法在课堂内演讲讨论交流，培养自主学习的能力和终身学习的意识，能够分析不同公司的财务业绩。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

四、课内外教学环节及基本要求

本课程理论环节共 40 个学时，讲授 10 周（每周 4 学时），课外 6 学时。课内外教学安排见表 4-1 和课外学习要求。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	财务管理总论	3			3	3
2	财务管理的价值观念	4			4	4
3	财务分析	3			3	3
4	财务战略与预算	3			3	3
5	长期筹资方式	3			3	3
6	投资决策原理	4			4	4
7	投资决策实务	5			5	5
8	短期资产管理	3			3	3
9	短期筹资管理	3			3	3
10	股利理论与政策	3			3	3
11	公司并购管理	3			3	3
12	公司重组、破产和清算	3			3	3
合计		40			40	40

五、课外学习要求

1 查阅资料：查阅我校以前年度电子商务和挑战杯竞赛中的财务资料，读懂其中的财务规划部分。

2 小组讨论：以电子商务和挑战杯竞赛案例为背景，每一组编制一套，分析解读其中的财务部分。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩和期末成绩合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 4.2

期末考试成绩占 70%，考试课采用开卷形式。题型有单选题、多选题、判断题、计算分析题等。

七、持续改进

本课程根据最新企业财务制度的发展、企业准则的变化和经济的发展，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

荆新，王化成，刘俊彦主编. 财务管理学[M]. 北京：中国人民大学出版社，2015

参考资料：

1. 中国注册会计师协会. 财务成本管理[M]. 北京：中国财政经济出版社，2017
2. (美)斯蒂芬 A. 罗斯(Stephen A. Ross). 公司理财（第 9 版）[M]. 北京：机械工业出版社，2015

信息技术基础课程教学大纲

课程代码：0642B211

课程名称：信息技术基础/Foundation of Information Technology

开课学期：3

学分/学时：2.5/40（理论：40）

课程类别：选修课/专业复合课

适用专业/开课对象：电子商务专业/二年级本科生

先修课程/后修课程：信息资源管理

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：李春颖

审批人：刘洪民

一、课程简介

本课程是电子商务专业的专业核心课程，主要讲述以计算系统的构成及工作机制、离散信息处理和算法思维为代表的重要理论基础，该课程是电子商务专业计算机基本原理的理论基础课程。通过该课程学习，学生可以较系统地掌握计算机原理的基本知识，使学生掌握计算机体系各方面的基础知识。通过本课程教学，学生应达到为后续课程的学习和工作打下良好的专业理论基础的的教学目标。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1.2 具有求真务实精神和严谨的科学素养。

体现在对计算机系统体系的认识和学习过程中，如计算系统的工作机制。

2.1 具有良好的数学、信息管理、经济学和计算机基础知识，掌握数学建模和系统建模仿真等基本知识。

体现在通过学习计算机系统基础知识，为信息管理和信息系统开发打下理论基础。

3.1 具有较强的分析、归纳、抽象、演绎推理、空间想象、科学计算等能力，并具有综合运用所学知识解决实际问题的能力。

体现在通过学习计算系统、离散信息处理等知识的过程中，从软硬件的角度分析计算机的工作机制。

4.能够自主学习，自主探索。具有文献检索、资料查询及运用现代信息技术获取相关信息的能力。

体现在通过课外学习，进一步深化课堂所学的知识，拓展自己的专业视野。

6.2 具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。

体现在通过课外学习，既要深化理论知识，也要认识当前计算机的发展和应用。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 信息技术、计算与计算机（6 学时）

理解信息及信息技术的相应概念；了解计算机的发展历程，了解计算机的构成；理解计算的概念及人们对计算系统的探索历程；理解计算思维的概念及内容；掌握符号计算化的表示及计算机编码方式；理解计算系统与程序的概念和内容。

重点支持毕业要求指标点：1.2，2.1，3.1，4，6.2。

2. 计算系统及工作机制（16 学时）

理解通用计算机器暨自动计算系统的核心是指令、程序及其自动执行，理解冯·诺依曼计算机，理解机器指令与机器级程序，理解程序自动存取与自动执行的基本原理，理解机器级程序的执行过程。

掌握现代计算机系统的基本构成；理解存储体系及现代计算机环境的变化；掌握现代计算机系统各构成要素分工、合作与协同解决复杂环境下程序执行的基本思想及实现方式；理解操作系统对硬件功能扩展的基本思想。

理解不同层次的计算机语言，了解高级语言的基本构成要素。

3. 离散信息处理（13 学时）

理解集合及其表示方法，集合间的关系，掌握集合的运算和运算定律；理解关系和函数。理解命题和命题联结词，掌握命题公式的等值和蕴含，掌握命题的演算和推理方法。

理解谓词、个体和量词，掌握谓词演算公式；掌握谓词等值和蕴含和推理理论。

了解图、子图的基本概念。了解树的基本概念和赋权图。了解代数系统和布尔代数。

重点支持毕业要求指标点：1.2，2.1，3.1，4，6.2。

4. 算法思维与信息素养（5 学时）

理解算法是计算机系统的灵魂，理解算法类问题求解框架，即算法设计的基本步骤；理解算法的实现，了解算法的复杂性。

理解信息素养的构成，及各构成要素的培养。

重点支持毕业要求指标点：1.2，2.1，3.1，4，6.2。

三、教学方法

本课程采用课堂教学为主，结合课外学习及课内习题的教学方法。

1. 课堂教学：主要介绍信息技术、计算系统的构成及各构成要素的工作机制，掌握计算机系统的构成和工作机制，理解操作系统的原理及各管理功能的实现机制，离散信息处理的基本内容，理解算法思维和信息素养的基本概念。

重点支持毕业要求指标点：1.2，2.1，3.1，4，6.2。

2. 课外学习和课内习题：课外学习主要结合推荐教材，根据课堂所讲内容，进一步深入学习计算机系统、操作系统、离散数学的原理和应用。课内习题根据各章所学内容，进行练习、讲解。学生既要牢固掌握该门课程的基础知识，也鼓励学生对课外知识的探究和深入

学习，为从事信息管理、信息系统工作打好扎实的专业基础。

重点支持毕业要求指标点：1.2，2.1，3.1，4，6.2。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	信息技术、计算与计算机	6			6	6
2	计算系统及工作机制	16			16	16
3	离散信息处理	13			13	15
4	算法思维与信息素养	5			5	3
合计		40			40	40

五、课外学习要求

1. 在信息技术与计算机部分，结合当前计算机硬件和软件技术的发展，认识人们对计算系统的探索和计算思维的发展。(6 学时)

重点支持毕业要求指标点：1.2，2.1，3.1，4，6.2。

2、在计算系统及工作机制部分，结合参考资料《计算机组成原理》，系统学习计算机系统的构造及工作原理 (6 学时)，结合后参考资料《计算机操作系统》，系统学习计算机操作系统的功能及工作原理 (10 学时)。在离散信息处理部分，结合参考资料《离散数学》，系统学习离散数学在的集合、关系、函数、命题、图等知识 (15 学时)。算法思维与信息素养部分，课外学习要求 3 课时。

重点支持毕业要求指标点：1.2，2.1，3.1，4，6.2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制 (√)；五级分制 ()；两级分制 ()

考核方式：考试 (√)；考查 ()

本课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查学生对各章知识点的理解程度、学习态度、自主学习能力，课堂讨论时的沟通和表达能力等。重点支持毕业要求指标点：1.2，2.1，3.1，4，6.2。

期末考试成绩占 70%，考试课，采用闭卷形式。题型有选择题、判断题、填空题、简答题、论述题、解答应用题等。考核内容主要包括信息技术与计算机、计算系统及工作机制、离散信息处理、算法思维等的内容，重点支持毕业要求指标点：1.2，2.1，3.1，4，6.2。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1]战德臣，聂兰顺，张丽杰 等，大学计算机——计算与信息素养[M]，高等教育出版社，2014

参考资料：

[1] 白中英，戴志涛. 计算机组成原理（第五版）[M]. 北京：科学出版社，2013

[2] 汤小丹，梁红兵，哲凤屏，汤子瀛. 计算机操作系统（第四版）[M]. 西安：西安电子科技大学出版社，2017

[3] 屈婉玲，耿素云，张立昂. 离散数学（第三版）[M]. 北京：清华大学出版社，2014

技术经济学课程教学大纲

课程代码：0641B100

课程名称：技术经济学/Technology Economics

开课学期：第三学期、第四学期或第六学期

学分/学时：2/32（理论：32）

课程类别：选修课/专业拓展或复合

适用专业/开课对象：国际商务、电子商务、工业工程、物流管理/大二、大三本科生

先修课程/后修课程：会计学/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：王光新

执笔人：吕海萍

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是管理学院、经济管理学院等开设的一门重要课程，相关课程名称有工程经济学（欧美）、经济性工学（日本）等，是研究技术与经济如何最佳结合的有关技术学和经济学的交叉学科，是工程管理类专业学生应必备的核心专业技能之一，也可作为其他专业的专业选修或拓展、复合课程。本课程是为电子商务专业、国际商务专业和工业工程专业二年级学生、物流管理专业三年级学生开设的专业拓展或复合课，通过该课程学习，使学生初步树立起技术进步与经济合理性互联互通、可持续发展、技术创新等基本思想和观念，掌握经济评价性基本要素、经济评价基本指标、多方案选择评价方法、方案风险和不确定性分析方法等方案经济分析和评价的基础知识，初步具备撰写可行性分析报告的基本能力，并能将理论和方法灵活应用于企业的设备更新、价值工程等实际活动，从而为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识，以增强学生的社会适应能力和竞争能力，适应市场经济和新时期“社会建设、经济建设、政治建设、文化建设、生态建设”五化建设协同发展的需要。通过本课程教学，学生应达到了解技术经济学的基本概念、基本原理、学科发展，了解技术创新的重要性、类型、战略、组织结构等，了解项目可行性研究的、作用、结构和基本内容，了解可持续发展和项目可持续发展的内涵、评价；掌握经济性评价的基本方法和指标，掌握风险和不确定性风险方法，掌握价值工程分析法，掌握确定性和不确定性分析法在设备更新与租赁决策等方面的实际应用的的教学目标。

本课程是一门由技术学与经济学相互交叉渗透而形成的学科，是应用经济学的一个分支，是一门研究技术领域的经济问题和经济规律，研究技术进步与经济增长之间的相互关系的科学，是研究技术领域内资源的最佳配置，寻找技术与经济的最佳结合点以求可持续发展的应用科学。主要介绍技术经济分析的基本理论、基本指标和基本方法，为项目决策提供有效的

依据，课程知识应用性很强。

本课程重点支持的毕业要求指标点主要为：系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系，能够综合运用所学的技术经济分析的知识进行相应的决策，为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识，以增强学生的社会适应能力和竞争能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 概论（2 学时）

了解学习技术经济学的意义、技术经济学发展史等；理解技术与经济的关系、技术经济中的有关基本原理；掌握技术经济学研究对象、技术经济学研究程序。

重点支持毕业要求指标点：系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系，为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识。

2. 技术创新（4 学时）

了解为什么需要创新，理解技术创新的内涵、技术创新与发明、研究开发等的区别联系，了解技术创新动力、技术创新与企业竞争优势间的关系、技术创新程序、技术创新战略的选择、企业技术创新的组织形式、技术创新能力的评价指标。

重点支持毕业要求指标点：系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系，为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识。

3. 经济性评价基本要素（6 学时）

理解各评价要素（经济效果、投资、折旧、现金流量、成本、利润、税收等）的内涵、作用；掌握现金流量图画法；理解资金时间价值的内涵、表现形式；掌握各评价要素的计算公式、资金时间价值的计算与应用。

重点支持毕业要求指标点：系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系，为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识，以增强学生的社会适应能力和竞争能力。

4. 经济性评价基本指标（6 学时）

了解经济性评价的静态和动态、时间型、价值型、效率型各指标方法；掌握各种经济性评价指标（投资回收期、净现值、净现值率、内部收益率等）的概念、特点、适用范围和计算公式及实际应用；掌握独立方案、互斥方案比选的方法；理解和掌握混合方案的比选方法。

重点支持毕业要求指标点：系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系，为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识，以增强学生的社会适应能力和竞争能力。

5. 不确定与风险分析（3 学时）

理解与掌握项目风险及项目不确定性分析的思路和步骤；掌握盈亏平衡分析、单因素敏感性分析；理解不确定性分析的方法及各方法间的适用条件。

重点支持毕业要求指标点：系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系，为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识，以增强学生的社会适应能力和竞争能力。

6. 设备更新与租赁决策（3 学时）

理解设备磨损和设备寿命，掌握用净现值和费用现值等指标计算设备的经济寿命；掌握设备更新决策、设备租赁决策的技术经济分析方法和应用。

重点支持毕业要求指标点：为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识，能够综合运用所学的技术经济分析的知识进行相应的决策，以增强学生的社会适应能力和竞争能力。

7. 价值工程（2 学时）

了解价值工程的内涵、作用、发展概况；理解价值工程的实施步骤及具体内容；掌握价值工程应用的对象、产品部件的功能分析和功能评价方法及功能分析的实际应用。

重点支持毕业要求指标点：系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系，能够综合运用所学的技术经济分析的知识进行相应的决策，为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识，以增强学生的社会适应能力和竞争能力。

8. 项目可行性研究（4 学时）

了解投资项目的主要条件和特点、了解可行性报告编制的程序、了解项目的市场需求预测、项目规模选择、技术选择、厂址选择、筹资决策、财务评价、国民经济评价、社会评价等基本方法和实际应用；理解可行性研究报告的主要内容。

重点支持毕业要求指标点：系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系，能够综合运用所学的技术经济分析的知识进行相应的决策，为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识，以增强学生的社会适应能力和竞争能力。

9. 项目可持续发展（2 学时）

理解可持续发展的内涵、可持续发展的重要意义；理解可持续发展评价的指标体系和模型；了解项目环境经济政策主要内容及环境经济效益的分析评价。

重点支持毕业要求指标点：系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系，能够综合运用所学的技术经济分析的知识进行相应的决策，为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识，以增强学生的社会适应能力和竞争能力。

三、教学方法

本课程的综合性和实用性很强，教学方法上应综合运用理论讲授、研讨、习题、课后练习、知识串联等多种方法组织教学，采用课堂教学为主，结合课内交流讨论和课外学习。

课堂理论讲授是该课程最基本的教学手段。主要讲授技术经济分析的基本原理、基本指标和基本方法等内容。研讨教学以案例讨论为主，是本课程教学过程中必不可少的教学手段，教师可以根据教学进程和教学内容在技术创新、项目可行性研究章节内容中，适当安排一些实际项目案例研读和讨论，既能激发学生的学习交流兴趣，又能起到事半功倍的教学效果。课内习题和课后练习是本课程教学过程的重要补充手段。由于本课程中涉及不少的指标计算公式等，所以需要通过给学生布置和练习各种练习题特别是计算题来加深对技术经济分析方法的理解。知识串联法有助于学生整合知识。本课程要运用到前续课程比如会计学等的专业知识，因此教师要善于引导学生把相关知识点串联起来，使学生对零散的专业知识进行整合并提升认识的高度。

重点支持毕业要求指标点：系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系，能够综合运

用所学的技术经济分析的知识进行相应的决策,为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识,以增强学生的社会适应能力和竞争能力。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 1

表 1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	技术经济概论	2			2	2
2	技术创新	4			4	4
3\A	经济性评价基本要素	6			6	4
4	经济性评价的基本方法	6			6	5
5	不确定性与风险分析	3			3	3
6	价值工程	2			2	3
7	设备更新与租赁决策	3			3	3
8	建设项目的可行性研究	4			4	6
9	建设项目的可持续发展评价	2			2	2
	合计	32			32	32

五、课外学习要求

学生需要结合教材及相应的参考资料预习、复习并深入学习每章主题,自主查阅资料完成教材后的每章思考题。根据实际授课进程,可考虑在第三章、第四章、第五章布置书面作业,第二章布置技术创新相关的案例交流、第八章布置可行性研究报告精读和交流。

重点支持毕业要求指标点:系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系,能够综合运用所学的技术经济分析的知识进行相应的决策,为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识,以增强学生的社会适应能力和竞争能力。

六、考核内容及方式

计分制:百分制(√);五级分制();两级分制()

考核方式:考试(√);考查()

本课程成绩由平时成绩、期末成绩组合而成。各部分所占比例如下:

平时成绩占 30%—40%,主要有学习交流报告和作业组成,主要考查各章知识点的理解程度,学习态度,自主学习能力,综合运用知识对实际项目进行可行性研究的能力。如平时作业多于 4 次且有可行性研究案例的学习报告撰写和交流平时成绩可占 40%。重点支持毕业要求指标点为系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系,能够综合运用所学的技术经济分析的知识进行相应的决策,为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识,以增强学生的社会适应能力和竞争能力。

期末考试成绩占 70%—60%，考查课可采用开或闭卷形式。题型填空题、选择题、判断题、计算题、分析题等，重点支持毕业要求指标点为系统掌握技术经济分析的基本理论和知识体系，能够综合运用所学的技术经济分析的知识进行相应的决策，为复合型人才的培养提供必要的经济管理学科知识，以增强学生的社会适应能力和竞争能力。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂研讨、平时考核情况、同行教学评价和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

主讲教师可根据当时教学需要、学生的接受能力、知识体系新发展等适当调整和改进大纲部分内容、学时安排及成绩评定比例。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 虞晓芬，龚建立主编，《技术经济学概论》(第四版)，北京：高等教育出版社，2016

参考资料：

[1] 傅家骥主编，《技术经济学前沿问题》[M]，北京：清华大学出版社，2005

[2] 傅家骥等主编，《工业技术经济学》第三版[M]，清华大学出版社，2003

[3] 夏恩君，《技术经济学》[M]，中国人民大学出版社，2013

[4] 虞和锡主编，《工程经济学》[M]，中国计划出版社，2002

[5] 《投资项目可行性研究指南》编写组，《投资项目可行性研究指南》[M]，北京：中国电力出版社，2002

[6] 国家发展改革委建设部编，《建设项目经济评价方法与参数》[M]，北京：中国计划出版社，2006

[7] 雷家骥，洪军，《技术创新管理》[M]，北京：机械工业出版社，2012

物联网技术与应用课程教学大纲

课程代码: 0642B208

课程名称: 物联网技术与应用/Technology and Application of Internet of Things

开课学期: 5/6

学分/学时: 1/16 (理论学时: 10, 上机学时: 6)

课程类别: 选修课/专业复合课

适用专业/开课对象: 信息管理与信息系统, 电子商务, 物流管理, 工业工程/三年级本科生

先修/后修课程: 计算机应用基础

开课单位: 经济与管理学院

团队负责人:

审核人: 杨光明

执笔人: 荣珏

审批人: 刘洪民

一、课程简介(包含课程性质、目的、任务和内容)

物联网技术与应用物联网技术与应用是主要介绍物联网的基本概念,以及在物联网中使用的基本技术与相关软硬件的学科。物联网技术是一门发展中的技术,所以本课程必须跟踪物联网技术的最新动态,将最新的技术与行业动态介绍给学生。本课程立足于对物联网领域知识点作综合性、交叉性、均衡性和全面性的阐述,深入浅出、条分缕析地阐释了前沿概念、知识架构、全球统一标识体系 EPC 电子编码体系与自动识别技术、各种传感器的原理、机电系统、近域通信与无线网络技术等。另外,本课程遴选一批应用案例,详述物联网在精致农业、食品卫生、社会治安、智能楼宇、感知城市、智能交通、节能环保、旅游观光、生产监控、新型商务和医疗护理等众多重点生产与生活领域中的应用。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 物联网概述与产品电子编码(EPC)基础(2学时)

了解物联网基本概念,理解产品电子编码的编码规则。重点支持毕业要求指标点:信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点,电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

2. 物联网技术基础(10学时)

了解物联网使用的基本技术,如传感器技术, MEMS 技术, 无线传感器网络技术, 无线网络技术, 自动识别技术, RFID 技术, 条形码技术, 定位技术。理解这些技术在物联网中的综合运用。掌握,掌握一些技术的使用如条形码, 二维码的使用, RFID 的使用, 蓝牙的使用, 无线网络的配置。重点支持毕业要求指标点:信息管理与信息系统专业培养计划

毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

3. 物联网在各领域的应用（4 学时）

了解物联网在各个领域的应用，如在精致农业中的应用，在食品管理领域的应用，在食品安全与营养卫生领域的应用，在社会治安管理中应用，在智能楼宇中的应用，在感知城市中的应用，节能环保领域的应用，在旅游业的应用，在生产监控中的应用，在商务中的应用，医疗保健领域的应用。要求学生掌握一些利用物联网技术设计某种应用产品的能力。重点支持毕业要求指标点：信息管理学于信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

三、教学方法

针对信息管理与信息系统专业和电子商务教育培养目标，结合物联网技术与应用这门课程本身具有的特点，针对经济与管理学生的知识体系与需求，相较于工科学院开设的类似课程，本课程有自己的特点。主要是介绍性和操作性，不刻意深入研究相关的技术。在教学过程中，一定要紧密跟踪当前物联网的技术发展趋势和市场应用趋势，与时俱进，把最新的技术和最新的市场动态传授给学生。重点支持毕业要求指标点：信息管理学于信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

四、课内外教学环节及基本要求

课内外理论教学环节及时分配表见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及时分配表

序号	课程内容	课内学时						合计	课外学时
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		
1	物联网概述与产品电子编码(EPC)基础	2						2	2
2	如传感器技术, MEMS 技术, 无线传感器网络技术,	2			2			4	4
3	无线网络技术, 自动识别技术	1			2			3	3
4	RFID 技术, 条形码技术, 定位技术	1			2			3	3
5	物联网在各领域的应用	4						4	4
合计		10			6			16	16

表 4-2 课内实验环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实验类别	课内学时	课外学时	备注
1	无线路由设置和蓝牙通讯实验	掌握无线路由器的设置方法和基本原理，包括 LAN，WAN 口 IP 地址设置，DHCP 设置。另外，掌握蓝牙模块使用和设置	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
2	RFID 读写实验	掌握多种 RFID 芯片的读写以及各种 RFID 芯片的异同；	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
3	条码打印读写实验	掌握条形码的打印和读取方法	信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。	设计性	2	2	
小计					6	6	

五、课外学习要求：

本课程主要的目的在于了解物联网技术与相关动态。所以学生课外学习主要以搜集学习相关资讯为主。

重点支持毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、实验成绩、期末论文成绩组合而成，采用百分计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，毕业要求指标点：信息管理与信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

实验成绩占 20%，主要考查平时上机实验时对程序的理解程度，学习态度，自主设计分

析程序的能力，毕业要求指标点：信息管理学于信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

期末论文成绩占 60%，采用考查的考核方式，不出试卷，要求学生认真规范地写一篇与物联网技术与应用相关的论文。毕业要求指标点：信息管理学于信息系统专业培养计划毕业要求第二点，电子商务专业培养计划毕业要求第二点。

七、持续改进

本课程根据学生作业以及上机情况，分析学生掌握程度，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1]鄂旭 《物联网概论》清华大学出版社 2015 年 11 月

参考资料：

[1]刘化君，刘传清 《物联网技术（第 2 版）》电子工业出版社 2015 年 10 月 1 日

[2] 冉文学，宋志兰 《物联网技术》高等教育出版社 2014 年 09 月 01 日

[3] 田景熙 《物联网概论》东南大学出版社 2010 年版

决策支持系统课程教学大纲

课程代码：0641B111

课程名称：决策支持系统/Decision Supporting Systems

开课学期：7

学分/学时：2/32（理论学时：32）

课程类别：选修课/拓展复合课

适用专业/开课对象：信息管理与信息系统专业、电子商务/四年级本科生

先修课程/后修课程：管理信息系统/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：顾忠伟

审批人：刘洪民

一、课程简介

本课程是信息管理与信息系统、电子商务专业的拓展复合课层次的专业拓展（按模块选修）课。通过该课程学习可了解掌握决策支持系统的知识、原理和方法。

本课程通过运用模块化、案例式教学方法，由浅入深、循序渐进开展教学，使学生掌握决策支持系统、商务智能、智能决策支持系统、专家系统等基本知识、原理和方法。通过本课程教学，学生应达到初步具有分析和解决决策支持系统设计开发和解决实际问题的能力的教学目标。

本课程主要介绍：决策、决策支持、决策制定、决策建模、决策支持系统、商务智能、智能决策支持系统、专家系统等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.2 掌握数据管理、数据分析与大数据挖掘的基本技能。

体现在通过决策、决策支持、决策制定、决策建模、决策支持系统、商务智能的学习，能够初步掌握数据管理、数据分析与大数据挖掘的基本技能。

2.3 具有管理软件分析、设计、开发、大数据处理等专业知识及技能。

体现在通过智能决策支持系统、专家系统的学习，能够初步掌握具有管理软件分析、设计、开发、大数据处理等专业知识及技能。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 决策、决策支持、决策制定、决策建模：（课内 8 学时+课外 8 学时）

了解决策支持系统的发展历程、决策模型的类型；理解决策/决策支持的概念、决策制

定的过程步骤；掌握决策建模的方法、决策支持系统的相关概念等等。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

2. 决策支持系统（课内 6 学时+课外 6 学时）

了解决策支持系统的结构、类型；理解决策支持系统的原理、决策支持系统的开发方法；掌握 DSS 的模型库的设计。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

3. 商务智能系统（课内 12 学时+课外 12 学时）

了解商务智能的体系；理解商务智能 BI（数据仓库、数据挖掘、OLAP）原理、概念；掌握商务智能相关的技术方法。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

4. 智能决策支持系统（课内 6 学时+课外 6 学时）

了解智能决策支持系统的相关内容、互联网上的智能系统；理解人工智能原理、专家系统概念、知识管理的方法；掌握人工神经网络、模糊逻辑等智能技术。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

三、教学方法

课程全程采用“实例教学法”的课堂教学法。“实例教学法”就是以学生参与式的现场教学、演示教学等实例教学形式为主的“理论与实践直接相结合”的课堂教学模式，其目的就是使课堂成为高效课堂，强化学生的实践动手和工程应用能力，提高人才培养质量。为实施“实例教学法”的课堂教学模式，可采用：

1. 在课堂上，采用课堂讲授、课堂研讨式教学，采用启发式、举例式、提问式教学；课堂讨论采用独立思考和同组同学合作研究等多种开放、互动的教学形式。

2. 在实例教学中，采用以学生“参与式”的模拟演练、亲手操作的现场教学、演示教学等一些实例教学形式。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时					课外学时
		理论学时	实验、实践、上机学时	习题学时	研讨学时	合计	

序号	课程内容	课内学时					课外学时
		理论学时	实验、实践、上机学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	决策、决策支持、决策制定、建模	8				8	8
2	决策支持系统	6				6	6
3	商务智能系统	12				12	12
4	智能决策支持系统	6				6	6
合计		32				32	32

五、课外学习要求

1. 在“决策、决策支持、决策制定、决策建模”的教学内容中，通过 8 学时的课外学习，重点掌握决策建模的方法、决策支持系统的相关概念。

2. 在“决策支持系统”的教学内容中，通过 6 学时的课外学习，重点掌握 DSS 的模型库的设计。

3. 在“商务智能系统”的教学内容中，通过 12 学时的课外学习，重点掌握商务智能相关的技术方法。

4. 在“智能决策支持系统”的教学内容中，通过 6 学时的课外学习，重点掌握人工神经网络、模糊逻辑等智能技术。

重点支持毕业要求指标点 2.2, 2.3。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、期末考试组合而成，采用百分计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 2.2。

期末成绩占 70%，采用考试的考核方式，考试采用开卷或闭卷形式。题型为填空题、判断题、选择题、问答题、设计题、应用题等。重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，

及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

埃弗雷姆.特班著，《决策支持系统与智能系统（第9版）》，机械工业出版社，2015年版。

参考资料：

[1]陈文伟编著，《决策支持系统教程（第3版）》，清华大学出版社，2017年版。

[2]高洪深著，《决策支持系统（DSS）理论、方法、案例》，清华大学出版社，2000年2月版。

[3]陈晓红著，《决策支持系统理论与应用》，清华大学出版社，2000年5月版。

浙商创业经典案例课程教学大纲

课程代码：0644B424

课程名称：浙商创业经典案例/Venture Case of Zhejiang Businessmen

开课学期：4/5/6/7

学分/学时：2 /32（理论：32，课外：32）

课程类别：选修课/专业复合、专业拓展课

适用专业/开课对象：公共事业管理、电子商务、国际经济与贸易、金融工程、国际商务、经济学 / 二三四年级本科生

先修课程/后修课程：管理学原理，创业导论

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：卢玮

执笔人：董颖

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是公共事业管理专业学生专业复合课程之一。通过该课程学习可使学生能形象地掌握浙商的创业精神、经营策略、管理艺术和成功因素，初步具有一定的创业管理技能。本课程通过学习浙商创业的经典案例，理解浙商创业的历史、现在和未来，使学生掌握浙商创业的基本内涵、精神和创业活动的特殊性，深化认识创业者、创业机会、创业资源、创业计划和创业项目。通过本课程教学，学生应达到能对浙商创业案例进行辩证分析的教学目标，为培养学生的创业意识、方法和能力打下坚实的基础。

本课程主要介绍浙商的历史文化、发展模式及经典案例。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

7、掌握创业创新、企业综合运营知识及其基本技能，具备有胆有识、沉着稳重的思维习惯和风格。

7.1 具备自主创业的能力

体现在通过学习浙商的创业精神、经营策略、管理艺术和成功因素，深化对创业活动的认知，培养学生的创业精神、能力和素质。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 浙商的历史文化（3 学时）

了解浙商“个众”的形成和发展；了解浙江古代商业活动；理解浙商“个众”的作为和影响；理解浙商“个众”的挑战和转型；掌握浙江近代的三大商帮。

教学重点与难点：浙商“个众”的挑战和转型、浙江近代的三大商帮。

重点支持毕业要求指标点 7.1。

2. 浙商的兴起与成长（3 学时）

了解浙商休眠的激活；了解“八二结构”；了解浙商兴起的相关因素；理解浙商成长的自发和生长；理解政策支持和浙商的快速成长；掌握社会转型和浙商的趋于成熟。

教学重点与难点：浙商兴起的相关因素、政策支持和浙商的快速成长

重点支持毕业要求指标点 7.1。

3. 浙商的企业制度与专业市场（3 学时）

了解浙商企业制度演变的历史；了解浙商专业市场的成长过程；理解浙商企业制度现存的问题；理解浙商专业市场的主体地位；理解浙商专业市场的功能作用；掌握浙商企业制度创新的若干对策。

教学重点与难点：浙商企业制度现存的问题、浙商专业市场的主体地位、浙商专业市场的功能作用以及浙商企业制度创新的若干对策。

重点支持毕业要求指标点 7.1。

4. 浙商的产业集群与商业模式（3 学时）

了解浙商集群化成长的历程与历史逻辑；理解浙商集群化成长的挑战；理解浙商专业市场的价值实现模式；理解浙商缘约网络的价值创造模式；掌握浙商龙头企业的价值整合模式；掌握浙商区域品牌的价值放大模式。

教学重点与难点：浙商集群化成长的挑战、浙商龙头企业的价值整合模式。

重点支持毕业要求指标点 7.1。

5. 温商创业案例分析（3 学时）

了解温州商人敢于冒险，善于变通，勇于创新的创业精神；理解温商创业过程中的管理艺术；理解温商的经营策略；掌握温商创业的成功因素。

教学重点与难点：温商创业过程中的管理艺术

重点支持毕业要求指标点 7.1。

6. 台商创业案例分析（3 学时）

了解台州商人大气，包容，硬气的创业精神；理解台商创业过程中的管理艺术；理解台商的经营策略；掌握台商创业的成功因素。

教学重点与难点：台商创业过程中的管理艺术

重点支持毕业要求指标点 7.1。

7. 婺商创业案例分析（3 学时）

了解金华地区商人务实而低调，吃苦耐劳的创业精神；理解婺商创业过程中的管理艺术；理解婺商的经营策略；掌握婺商创业的成功因素。

教学重点与难点：婺商创业过程中的管理艺术

重点支持毕业要求指标点 7.1。

8. 甬商创业案例分析（3 学时）

了解宁波商帮吃苦耐劳，艰苦创业、谦逊低调，稳健务实、重商亲商，市场敏锐、厚道诚信，义利兼顾、抱团打拼，家族经营的创业哲理；理解宁波商帮创业过程中的管理艺术；理解宁波商帮的经营策略；掌握宁波商帮创业的成功因素。

教学重点与难点：宁波商帮创业过程中的管理艺术

重点支持毕业要求指标点 7.1。

9. 越商创业案例分析（2 学时）

了解越文化对绍兴商人创业精神的影响，了解绍兴商人精明、理性、务实、内敛的风格；理解越商创业过程中的管理艺术；理解越商的经营策略；掌握越商创业的成功因素。

教学重点与难点：越商创业过程中的管理艺术

重点支持毕业要求指标点 7.1。

10. 杭商创业案例分析（3 学时）

了解杭商“贾而重诺、艰苦创业、坚韧不拔、不断创新、敢于冒险、富有激情、责任心强”的文化内涵；了解杭商坚忍不拔的创业精神；理解杭商创业过程中的管理艺术；理解杭商的经营策略；掌握杭商创业的成功因素。

教学重点与难点：杭商创业过程中的管理艺术

重点支持毕业要求指标点 7.1。

三、教学方法

本课程主要采用案例教学方式，坚持理论讲授与案例分析相结合、小组讨论与角色体验相结合、经验传授与创业实践相结合，注重探究式启发式学习，鼓励学生从不同角度提出问题，把知识传授、思想碰撞和实践体验有机统一起来，调动学生学习的积极性、主动性和创造性，不断提高教学质量和水平。

重点支持毕业要求指标点 7.1。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	浙商的历史文化	3			3	2
2	浙商的兴起与成长	3			3	2
3	浙商的企业制度与专业市场	3			3	2
4	浙商的产业集群与商业模式	3			3	2

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
5	温商创业案例分析	3			3	4
6	台商创业案例分析	3			3	4
7	婺商创业案例分析	3			3	4
8	甬商创业案例分析	3			3	4
9	越商创业案例分析	2			2	4
10	杭商创业案例分析	3			3	4
合计		32			32	32

五、课外学习要求

要求学生课外查阅温商、台商、婺商、甬商、越商、杭商等商人群体创业的相关资料并尝试运用管理学理论对浙商创业的经典案例进行分析，完成一篇浙商案例分析报告。

重点支持毕业要求指标点 7.1。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩和期末考核成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查考勤考纪（50）%；作业（50）%等。重点支持毕业要求指标点 7.1。

期末考试成绩占 70%，考试课采用开卷形式。题型包括选择、名称解释、简答、论述及案例分析等。考核内容主要包括各章基本内容、重点和难点。重点支持毕业要求指标点 7.1。

七、持续改进

本课程根据平时考核情况、学生课堂反馈、研讨及课后作业情况，结合教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

吕福新主编，《浙商的崛起与挑战——改革开放 30 年》，中国发展出版社，2009 年版。

参考资料：

1. 吕福新主编，《浙商人文精神》，中国发展出版社，2008 年版。
2. 吕福新主编，《浙商创新——从模仿到自主》，中国发展出版社，2008 年版。
3. 张一青，蒋天颖，刘斯敖编著，《温、甬、杭三地浙商群体比较》，中国社会科学

出版社，2008年版。

4. 汪岩桥，吴伟强著，《浙商之魂——浙江企业家精神研究》，中国社会科学出版社，2009年版。

人力资源管理课程教学大纲

课程代码：0645B521

课程名称：人力资源管理/Human Resources Management

开课学期：4/5/6/7

学分/学时：2/32（理论 22，习题 2，研讨 8，课外学时 32）

课程类别：选修课/专业拓展课、专业复合课

适用专业/开课对象：市场营销、物流管理、信息管理与信息系统、电子商务、公共事业管理、工业工程、国际商务、财务管理/二三四年级本科生

先修课程/后修课程：管理学 /

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：卢玮

执笔人：樊钱涛

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

《人力资源管理》课程是阐述开发人力资源，提高人力资源素质以及如何合理使用人力资源的理论、原则、方法的科学。它是为培养学生的人力资源管理的基本理论、知识和能力设置的一门专业基础课。本课程教学总的目标要求是：使学生认识人力资源在经济、社会发展中的地位作用；掌握人力资源管理的基本理论、基本知识和基本方法；培养从事人力资源管理工作的能力；为其他专业课的学习和今后的工作奠定基础。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 人力资源管理概述：（学时：4）

通过学习，理解人力资源的特点和作用；掌握人力资源管理管理的内容和作用；理解人力资源管理的基本原理；了解当代人力资源管理与传统的劳动人事管理的区别。

教学重点与难点：人力资源管理管理的内容和作用。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

2. 工作分析：（学时：4）

通过学习，理解工作分析的地位和作用；了解工作分析的程序和方法；掌握工作说明书的内容。

教学重点与难点：工作说明书的内容。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

3. 人力资源规划：（学时：4）

通过学习，了解人力资源规划的含义和作用；理解影响人力资源需求的因素；掌握人力资源需求和供给的预测方法以及编制人力资源规划的方法。

教学重点与难点：人力资源需求和供给的预测方法以及编制人力资源规划的方法

重点支持毕业要求指标点 2.2。

4. 人员招聘：（学时：4）

通过学习，了解招聘的作用；掌握招聘的原则、程序和方法。

教学重点与难点：招聘的原则、程序和方法。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

5. 人员培训：（学时：4）

通过学习，理解人员培训的意义；了解人员培训的原则和形式；掌握人员培训管理及人员培训的方法；了解职业生涯管理的意义。

教学重点与难点：人员培训管理及人员培训的方法。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

6. 绩效考核：（学时：6）

通过学习，理解绩效考核的意义；了解绩效考核的原则和特点；掌握绩效考核的种类、程序和方法。

教学重点与难点：绩效考核的种类、程序和方法。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

7. 薪酬管理：（学时：6）

通过学习，了解薪酬管理的基本思想；理解薪酬制度的主要形式；掌握薪酬制度的设计原则、程序和方法。

教学重点与难点：薪酬制度的设计原则、程序和方法。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

三、教学方法

多媒体教学。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	人力资源管理概述	4			4	4
2	工作分析	4			4	4
3	人力资源规划	2		2	4	4
4	人员招聘	2		2	4	4
5	人员培训	2		2	4	4
6	绩效考核	4	2		6	6
7	薪酬管理	4		2	6	6
合计		22	2	8	32	32

五、课外学习要求

- 1、完成课程小论文一篇；
- 2、每次课程，根据老师的要求完成相应的课后作业。
- 3、阅读教材以及老师推荐的教学参考书（每学期应推荐教学参考书三本以上）。

六、课程考核方法及要求

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

总评成绩构成：平时考核（20）%；期末考核（80）%

平时成绩构成：考勤考纪（10）%；作业（10）%

七、持续改进

八、建议教材及参考资料

建议教材：

陈维政，《人力资源管理》，高教出版社，最新版

参考资料：

- 1、雷蒙德·A·诺伊等，人力资源管理：赢得竞争优势，中国人民大学出版社，最新版

2、劳伦斯 S. 克雷曼，人力资源管理：获取竞争优势的工具，机械工业出版社，最新版

3、Gary Dessler， HUMAN RESOURCE MANAGEMENT， 清华大学出版社 Prentice-Hall International, Inc.， 最新版

1. 萧鸣政著，《人力资源开发的理论与方法》，高教出版社，最新版

2. 赵曙明著，《国际企业：人力资源管理》，南京大学出版社，最新版

市场调查与预测课程教学大纲

课程代码：0644B412

课程名称：市场调查与预测/Marketing Investigation and Forecasting

开课学期：6

学分/学时：2/32（理论：32）

课程类别：选修课/专业复合课

适用专业/开课对象：电子商务/三年级本科生

先修课程/后修课程：管理学原理、统计学、微观经济学/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：卢玮

执笔人：杭雷鸣

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程是电子商务专业本科生的拓展复合课。通过本课程的学习使学生掌握市场调查的原理与方法以及市场预测的原理与方法，从而更好地理解与把握目标市场。在市场经济条件下，做好市场调查与预测，把握瞬息万变的市场是企业生存与发展的必要前提。市场调查与预测是现代市场经济条件下企业经营管理的重要组成部分。因此把本课程列为电子商务专业的拓展复合课，有利于学生为学习其他经济管理类课程做好铺垫。

本课程介绍市场调查与预测的基本知识，目的是使学生在具备经济与管理基础知识的基础上，进一步掌握市场信息的调查与预测方法，更好地适应市场经济的要求，为企业生产经营管理服务。通过本课程的学习，有利于帮助学生提高分析问题、解决问题的能力。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

6.1 具备利用互联网新技术自主创业的基本理念和能力

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 导论（2学时）

了解市场调查和预测的作用；理解直接资料、间接资料的概念与特点；间接资料的应用；掌握市场的含义、消费者市场和产业市场的特点。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

2. 市场调查基本内容（2学时）

了解市场调查的原理和步骤；理解市场调查的主要内容；掌握市场调查的类型。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

3. 市场调查策划（2 学时）

了解国内外各种市场调查组织的类型；理解市场调查策划的过程与内容；掌握市场调查报告的撰写方法。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

4. 市场调查方法（5 学时）

了解关于网络的基本知识及信息网络技术在当今市场调查中的重要作用；理解文案调查的要求、程序、资料来源；掌握市场调查方法的选用原则及各种不同的调查方法。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

5. 市场调查方式（3 学时）

了解不同市场调查方式的适用范围及使用条件；理解各种市场调查方式的含义及特点；掌握各种市场调查方式的使用方法、对抽样调查误差的控制及对必要抽样数目的确定。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

6. 市场调查表设计技术（4 学时）

了解什么是市场调查表以及市场调查表设计的重要性；理解市场调查的基本结构；掌握市场调查表的基本设计方法。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

7. 市场调查资料分析（2 学时）

了解市场调查资料整理、分析的意义；理解在市场营销工作中如何正确使用市场调查资料分析技术；掌握市场调查资料整理的一般程序及方法。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

8. 市场调查专题（2 学时）

了解企业为何要进行广告调查、购买动机调查和固定样本调查；理解广告调查、购买动机调查和固定样本调查的内容，掌握科学进行广告调查、购买动机调查和固定样本调查。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

9. 市场预测原理（4 学时）

了解市场预测的类型；理解市场预测的作用；掌握市场预测的一般步骤；市场预测的主要内容。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

10. 市场预测方法（2 学时）

了解不同形式预测方法的使用条件和步骤；理解定性预测与定量预测的联系；掌握定性预测法跟定量预测法的基本原理。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

11. 市场信息系统（4 学时）

了解市场信息的特点与作用；理解企业内部与外部市场信息的内容与来源；掌握市场信息系统的内容和构成。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

三、教学方法

作为一门方法论课程，市场调查与预测包括理论和实践两大部分，前者注重对市场调查与市场预测的基本概念、基本原理与方法的阐释，后者侧重对运用各种方法对具体细分市场进行研究的实践。

本课程以任课教师讲授为主，同时发挥学生学习的主体性作用。理论性、研究性的内容由老师讲授为主，同时把理论讲授与案例分析结合起来。在授课过程中大量运用最新、最典型的丰富案例分析来阐释市场研究的基本内容，注重发挥学生的参与积极性与分析问题、解决问题的能力。要求学生对其某一个细分市场进行重点调研并撰写调查报告。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	导论	2			2	2
2	市场调查基本原理	2			2	3
3	市场调查策划	2			2	3
4	市场调查方法	5			5	3
5	市场调查方式	3			3	3
6	市场调查表设计技术	4			4	3
7	市场调查资料分析	2			2	3
8	市场调查专题	2			2	3
9	市场预测原理	4			4	3
10	市场预测方法	2			2	3
11	市场信息系统	4			4	3
合计		32			32	32

五、课外学习要求

1. 在学习过程中应着重把握课程的基本概念和基本理论要点，对所有理论问题要做到心中有数，课外需要思考并研究的问题如下：

- (1) 在全球化背景下，智能产业的发展趋势是什么？(13 学时)

(2) 一带一路战略对企业发展的影响? (13 学时)

重点支持毕业要求指标点 3.2。

2. 制作不少于 8 页的 PPT 在课堂上分组交流。(6 学时)

重点支持毕业要求指标点 3.2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制 (√)；五级分制 ()；两级分制 ()

考核方式：考试 (√)；考查 ()

本课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 50%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 3.1。

期末成绩占 50%，采用闭卷形式，考试课。题型为选择题、简答题、论述题、应用题等。重点支持毕业要求指标点 3.1。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 马连福主编. 市场调查与预测[M]. 北京：首都经济贸易大学出版社，2004

参考资料：

[1] 张自利编著. 市场调查完全手册[M]. 北京：中国纺织出版社，2003

[2] 杜跃平主编. 如何创办市场调查公司[M]. 北京：机械工业出版社，2003

数据仓库与大数据挖掘课程教学大纲

课程代码：0642B201

课程名称：数据仓库与大数据挖掘/Data Warehouse and Big Data Mining

开课学期：6

学分/学时：2/32（理论：26，实验：6）

课程类别：选修课/专业复合课

适用专业/开课对象：电子商务专业/三年级本科生

先修课程/后修课程：数据库原理与应用

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：李於洪

审批人：刘洪民

一、课程简介

本课程是 20 世纪 90 年代中期兴起的两项决策支持新技术。数据仓库是区别于数据库的一种新的数据存储形式，主要用于企业决策而不是日常事务处理；数据挖掘是从数据库中发现知识（Knowledge Discovery in Database, KDD）的核心技术。两者都是在数据库的基础上发展起来的，是数据库研究、开发和应用的深入。从信息处理的角度，人们更希望计算机帮助我们分析、理解大数据，帮助我们基于丰富的数据作出决策，做人力所不能及的事情。于是，从大量数据中发现有用的知识——数据挖掘——就成了一种自然的需求。通过该课程的学习可以使学生较为系统地获得有关数据仓库和数据挖掘的基本概念、应用价值和应用领域方面的知识；具备对需要进行决策分析的大宗数据进行预处理方法选择与分析的能力，以及运用数据挖掘算法对现实中分析数据进行决策需求处理基本方法应用的能力。本课程通过数据仓库构建方法和模型的介绍，以及数据挖掘算法的分析应用，再通过实验课程建立数据仓库数据查询模型，以及挖掘算法所得结论的分析，使学生掌握如何运用数据仓库与数据挖掘工具对大宗数据进行建模和挖掘分析的方法。

本课程主要介绍数据仓库构建方法；数据仓库数据的预处理；数据仓库数据的存储；数据仓库数据的查询；数据仓库数据的建模；数据挖掘算法以及不同的应用领域。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.2 掌握数据管理、数据分析与大数据挖掘的基本技能。

体现在掌握数据仓库数据预处理方法、OLAP 建模方法、数据挖掘算法领域应用上。

2.3 具有管理软件分析、设计、开发、大数据处理等专业知识及技能。

体现在有能力寻找数据仓库与数据挖掘的分析工具，并利用工具进行大数据分析的技能方面。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 数据仓库与数据挖掘概念与内涵（5 学时）

了解数据仓库产生的原因，并通过实例理解数据仓库（Data Warehousing, DW）的决策分析目标与作用，以及数据仓库的四个基本特征：数据仓库的数据是面向主题的、集成的、不可更新的、随时间不断变化的；弄清数据仓库与数据集市（Data Market, DM）的关系，以及独立数据集市和从属数据集市的内涵；了解粒度的概念。了解数据挖掘（Data Mining, DM）是数据库技术自然演化的一部分；并通过实例分析，认识数据挖掘分析与应用的重要价值；在此基础上，建立对数据挖掘概念的理解；弄清数据仓库与数据挖掘的关系。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

2. 数据仓库的体系结构及其组成部分（5 学时）

了解数据仓库三个主要区域：数据获取、数据存储、信息传递的体系结构；懂得数据仓库体系结构的各个组成部分是如何使数据从源系统流向最终用户的。理解为什么说数据抽取（Extraction）、转换（Transformation）和装载（Loading），即 ETL 是非常重要的、耗时和艰巨的任务；学习、理解并掌握数据的离散化和规范化处理的场合与方法。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

3. 数据仓库数据的商业需求分析（1 学时）

了解信息包的含义，理解商业数据维度的概念，掌握运用商业数据维度进行企业数据仓库数据描述与分析的方法；理解商业需求是如何影响数据仓库维度建模的。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

4. 数据仓库的维度建模（3 学时）

掌握星型模式建模方法；掌握星型模式经规范化维度选项形成雪花模式的过程；学会分析使用雪花型模式如何平衡存储空间与查询性能之间的关系；理解对事实表中最低粒度的数据进行单路聚集、二路聚集和三路聚集的目的，并掌握聚集的方法。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

5. 数据仓库中的联机分析处理——OLAP（1 学时）

理解 OLAP（Online Analytical Processing，联机分析处理）的含义和特征；了解 OLAP 的规则；理解切片、切块、上钻与下钻、旋转四种操作在实际决策分析中如何应用；了解五种 OLAP 模型结构；掌握 ROLAP、MOLAP、HOLAP 三种 OLAP 模型结构的数据组织方法及其应用的局限性。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

6. 元数据（1 学时）

了解为什么数据仓库的用户、系统开发人员及管理员需要元数据；通过实例理解元数据的定义及其内涵；通过学习几种不同的元数据分类方法深入理解元数据在数据仓库中的神经中枢作用。以数据仓库构建为背景，学会分析采用三种不同的元数据管理体系结构分别具

有哪些优缺点。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

7. 关联分析（2 学时）

了解关联分析解决问题的目标；理解支持度和置信度的含义以及计算方法；掌握关联规则分析过程和算法。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

8. 神经网络算法（2 学时）

了解神经网络的工作原理；理解人工神经网络模型进行预测和分类的计算过程；通过实例弄清什么是训练神经网络；掌握后向传播是如何工作的，熟悉后向传播算法，并学会后向传播中权和偏置值的计算及调整方法。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

9. 决策树算法（3 学时）

了解决策树生成与剪枝在数据分类中的实际应用情况和基本步骤；依据实例学习决策树生成的过程；掌握信息论的基本原理；理解算法是如何运用信息论基本原理进行决策节点选择的；通过实例掌握 ID3 算法及其分类的计算方法。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

10. 聚类分析（3 学时）

了解聚类的思想和过程；通过实例理解并掌握聚类分析中几种常见的、用于不同类型变量的相异度测度方法；熟悉一些聚类算法，并了解它们在聚类应用中的局限。

重点支持毕业要求指标点 2.3。

三、教学方法

该课程的授课对象是电子商务专业的本科生，该门课程是教授学生利用大数据分析工具如何处理数据、分析结论，并进行决策。本课程采用系统授课与研讨及案例教学相结合的方法。对理论、算法、方法等采用系统授课的方法，注重逻辑性，让学生明白，例如，决策树算法中根结点选择的信息论原理，以及神经网络算法中的后向传播工作原理；对 OLAP 工具、数据仓库应用前沿、关联分析在商业管理中决策应用判断等都要穿插研讨的内容；对数据挖掘的领域应用采用案例教学方法。研讨的内容主要安排在课外，例如，学生以小组方式讨论并共同完成作业。鉴于此，针对概念、内涵、理论内容，开设必要的实验课程进行直观的数据处理，以及对结论进行分析，就是教学方法不断进行改革的目标。技术工具在不断变化，通过作业的形式让学生探索新工具并尝试使用新工具是一种好的教学方法，此外，在教学内容中更细节的层面也不断引入更多新实验并在课后做实验而不是等到课程结束再实验也是可以考虑的，效果会更好，可以与实验室进行沟通实时安排实验。

重点支持毕业要求指标点 2.2，2.3。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时							课外学时
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	数据仓库概念与内涵	4						4	4
2	数据挖掘概念与内涵	1						1	1
4	数据仓库的体系结构及其组成部分	5	1					6	6
5	数据仓库数据的商业需求分析	1						1	1
6	数据仓库的维度建模	3	2					5	5
7	数据仓库中的联机分析处理——OLAP	1	1					2	2
8	元数据	1						1	1
9	关联分析	2						2	2
10	神经网络算法	2						2	2
11	决策树算法	3	2					5	5
4	聚类分析	3						3	3
合计		26	6					32	32

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持 毕业要求 主要指标 点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	数据仓库实验与工具应用	了解数据仓库的体系结构；熟悉相关实验环境支持下的数据仓库工具的使用；掌握多维数据集浏览器对多维数据集中的数据进行分析的方法。	2.2 2.3	综合性	4	4	
2	决策树实验或其他算法实验	了解决策树方法和关联分析在实践中应用的指导作用；熟悉相关实验环境支持下的决策树挖掘分析过程和关联分析过程；掌握某种环境支持下的决策树挖掘结果的分析方法，以及关联分析方法。或聚类分析等其他算法实验。	2.2 2.3	综合性	2	2	
小计					6	6	

五、课外学习要求

学生自主学习的内容及要求是通过课外阅读参考资料：了解数据挖掘最新的领域应用；了解组织构建数据仓库及应用的前沿，了解大数据研究进展；了解 OLAP 应用的动态发展情况，以及新的技术；了解数据挖掘新工具及其应用的局限性；在学习关联规则、神经网络算法、决策树算法、聚类分析等算法的基础上拓展对其他挖掘算法应用的了解。

课外阅读的参考资料：

- (1) [美]Paulraj Ponniah 著. 段云峰, 李剑威等译. 数据仓库基础[M]. 北京: 电子工业出版社, 2004
- (2) (加) Jiawei Han 等著. 范明等译. 数据挖掘概念与技术. 机械工业出版社, 2005.
- (3) 武森, 高学东, [德]M. 巴斯蒂安. 数据仓库与数据挖掘[M]. 北京: 冶金工业出版社, 2003.
- (4) 张洪举. 网站数据分析 数据驱动的网站管理、优化和运营[M]. 北京: 机械工业出版社, 2013.
- (5) 刘军. Hadoop 大数据处理[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2013.
- (6) 陈文伟. 数据仓库与数据挖掘. 人民邮电出版社, 2004.
- (7) Margaret H. Dunham 著. 郭崇慧等译. 数据挖掘教程. 清华大学出版社, 2005.
- (8) David Macro 著. 张铭, 李钦等译. 元数据仓库的构建与管理[M]. 北京: 机械工业出版社, 2004.
- (9) 司蓝. MOLAP ROLAP 可以兼得[J]. 每周电脑报, 2002-10-14.
- (10) 张雁强. 电信企业数据仓库的建设[N]. 计算机世界报, 2006. 3. 20.
- (11) 朱建秋. 数据集市与数据仓库[N]. 中国计算机用户, 2004. 4. 21

重点支持毕业要求指标点 2.2, 2.3。

六、考核内容及方式

计分制：百分制 (√)；五级分制 ()；两级分制 ()

考核方式：考试 (√)；考查 ()

本课程成绩由平时成绩、实验成绩和期末成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 15%，主要考查学生作业和纪律等。

重点支持毕业要求指标点 2.2, 2.3。

期末考试成绩占 65%，考查课，采用开卷形式。考核内容涉及该门课程讲授的所有内容，题型依据授课教师具体安排，主要可以包括：判断题、分析题、算法题等。

重点支持毕业要求指标点 2.2, 2.3。

实验成绩占 20%，主要考查学生数据仓库建模和查询分析能，以及数据挖掘算法应用于现实问题的分析能力。重点支持毕业要求指标点 2.2, 2.3。

七、持续改进

本课程根据大数据研究和数据仓库与数据挖掘技术工具的研究进展情况,及时对教学中不足之处进行改进,并在下一轮课程教学中改进提高,确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材:

[1] 李於洪. 数据仓库与数据挖掘导论[M]. 北京: 经济科学出版社, 2012

说明: 如果现用教材重新修订出版, 或者有更合适的教材, 也可以根据实际情况选用。

参考资料:

1. [加]Jiawei Han 等著, 范明等译. 数据挖掘概念与技术. 机械工业出版社, 2005 年版。
2. [美]Paulraj Ponniah 著, 段云峰等译. 数据仓库基础. 电子工业出版社, 2004 年版。
3. [德]M. 巴斯蒂安著, 武森等译. 数据仓库与数据挖掘. 冶金工业出版社, 2003 年版。
4. 张洪举. 网站数据分析 数据驱动的网站管理、优化和运营[M]. 北京: 机械工业出版社, 2013.
5. 刘军. Hadoop 大数据处理[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2013。

生产运作管理课程教学大纲

课程代码：0641B158

课程名称：生产运作管理/ Production and Operations Management

开课学期：4

学分/学时：2.5/40（理论：32，研讨：8）

课程类别：选修课/专业复合课程

适用专业/开课对象：电子商务专业/二年级本科生

先修/后修课程：管理学、运筹学/ERP 原理与应用

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 范佳静

执笔人： 陈帆

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

《生产与运作管理》是管理科学与工程类专业的专业课程之一。通过本课程的学习，培养学生运用现代生产运作管理的理论和方法解决运作管理中实际问题的能力，掌握现代企业运作管理岗位应具备的基本技能，使之具备运用系统的观点去组织和管理企业生产和服务等工作，从而达到培养学生系统性、创造性的思维能力，以适应现代企业对企业管理人才的要求。

通过该课程的教学环节，使学生熟悉现代企业生产运作的基本原则、要求与方法，树立运作系统优化控制的意识；掌握生产与运作管理的基本思想、方法，多种先进运作方式的系统技术；了解生产与运作管理的一些前沿理论与方法。

本课程主要介绍现代运作管理的基本原则、要求与方法、生产运作管理的基本理论和方法以及先进运作方式的方法和系统等内容，是管理科学与工程类专业基础必修的一门专业课。旨在培养学生从事企业运作计划、协调和控制管理的能力。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：2.3 掌握管理学基本原理，相关基础理论和方法，能用于解决电子商务企业的运营管理问题。4.2 具备电子商务企业运营管理基本理论知识和实践能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 生产运作管理基本概念：（4 学时）

了解生产运作管理的发展历史；理解生产运作管理的定义、生产运作管理的目的和内容；掌握生产运作分类、制造性生产和服务性运作的区别。

重点支持毕业要求指标点 2.3，4.2。

2. 企业战略和运作策略：（2 学时）

了解战略理论的发展；理解战略管理的重要性；掌握生产运作总体策略、运作系统设计。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

3. 产品设计和流程选择：（2 学时）

了解研究与开发的概念与分类、并行工程的概念；理解产品开发的过程、产品设计过程；掌握生产流程的种类和特点、产品-流程矩阵的应用。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

4. 运作设施选址与布置：（4 学时）

了解选址的重要性、选址决策的影响因素；理解选址决策的概念；掌握典型的布置形式、布置决策的定量分析、装配线平衡方法。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

5. 工作设计与作业组织：（2 学时）

了解工作设计与工作测量的概念；理解工作设计的主要内容及相关理论；掌握测时法、模特法。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

6. 需求预测：（4 学时）

了解预测的概念、分类，理解几种常见的定性预测方法原理和过程；掌握时间序列平滑模型、时间序列分解模型、因果模型等定量预测方法的操作及计算。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

7. 运作与生产能力计划：（4 学时）

了解企业生产计划层次；理解能力计划的概念、处理非均匀需求的策略；掌握 MTS、MTO 企业年度生产计划的制定方法。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

8. 独立需求库存控制：（5 学时）

了解库存的意义和作用；理解库存的定义、库存问题的分类、库存控制系统、单周期库存模型、掌握多周期库存模型参数的计算和应用。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

9.MRP：（4 学时）

了解 MRP 在企业计划体系中的地位和作用、MRP 系统的技术问题、订货点方法在处理相关需求时的局限性；理解独立需求和相关需求的概念、MRP 的基本原理、MRP 系统的构成、MRP 的输入和输出、MRP II 的体系结构与运作原理；掌握 MRP 的计算和处理过程。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

10. 制造业作业计划与控制：（4 学时）

了解制造业作业计划与控制的内容；理解作业排序的基本概念、排序问题的分类和表

示方法；掌握最长流程时间的计算、约翰逊算法、一般流水车间排序问题的算法。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

11. 准时制和精细生产：（3 学时）

了解 JIT、精细生产的产生背景；理解 JIT 基本思想、组织准时生产的条件、精细生产的基本思想、精细生产的主要内容；掌握推进式系统和牵引式系统、丰田的看板控制系统。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

12. 其他先进生产方式：（2 学时）

了解各种先进生产方式的产生背景；理解敏捷制造、供应链管理的基本原理和主要内容。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

三、教学方法

本课程主要教学模式与策略有：课堂教学、小组讨论：

1. 教师在讲授中应注意理论联系实际，采用多媒体教学为主，黑板板书为辅助的教学方式，通过课堂演示与讲解，使学生尽快掌握实际操作技巧。

2. 根据课程内容，确定讨论主题，让学生以小组讨论的方式参与到课堂教学中。

重点支持毕业要求指标点 2.3, 4.2。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	生产运作管理基本概念	4			4	4
2	企业战略和运作策略			2	2	2
3	产品设计和流程选择	2			2	2
4	运作设施选址与布置	2		2	4	4
5	工作设计与作业组织	2			2	2
6	需求预测	3		1	4	4
7	运作与生产能力计划	4			4	4
8	独立需求库存控制	5			5	5
9	MRP	3		1	4	4
10	制造业作业计划与控制	4			4	4
11	准时制和精细生产	3			3	3
12	其他先进生产方式			2	2	2

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
合计		32		8	40	40

五、课外学习要求

学生要课外阅读和学习国外运营管理的相关参考资料、运筹学方法在生产管理中的应用、ERP 的原理和系统结构，特别要认真阅读《MRPII—制造资源计划系统》这本参考书，熟悉 ERP 系统的核心模块 MRPII，并且通过课外练习，掌握主要的计算方法和原理。

重点支持毕业要求指标点 2.3，4.2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（）；考查（√）

本课程成绩由平时成绩和期末考试组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查平常的出勤，学习态度，通过作业了解知识点的理解程度和自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 2.3，4.2。

期末成绩占 70%，采用开卷形式，考查课。题型为填空题、选择题、计算题、简答题等。重点支持毕业要求指标点 2.3，4.2。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 陈荣秋，马士华.《生产运作管理》（第 4 版），机械工业出版社，2013。

参考资料：

[1][美]威廉·史蒂文森，张群，张杰，马凤才著.《运营管理》（原书第 11 版），机械工业出版社，2012 年版。

[2][美]F. 罗伯特·雅各布斯著.任建标译.《运营管理》（原书第 13 版），机械工业出版社，2011 年版。

[3]马凤才编著.《运营管理》（第 2 版），机械工业出版社，2011 年版。

[4]陈志祥，李丽.《生产与运作管理》，机械工业出版社，2009 年版。

[5][美]Steven Nahmias. Production and Operations Analysis（第 6 版），清华大学出版社，2009 年版。

互联网创新与创业课程教学大纲

课程代码：0642B264

课程名称：互联网创新与创业/Internet innovation and Entrepreneurship

开课学期：6

学分/学时：2/32（理论学时：24，实践学时：8）

课程类别：选修课/专业复合

适用专业/开课对象：电子商务专业/三年级本科生

先修课程/后修课程：电子商务概论/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：顾忠伟

审批人：刘洪民

一、课程简介

本课程是电子商务专业的拓展复合课层次的专业复合（跨专业选修）课。通过该课程学习可了解掌握互联网+时代的创业基础与实践技能等。

本课程通过运用模块化、案例式教学方法，由浅入深、循序渐进开展教学，使学生掌握互联网创新创业的若干主题。通过本课程教学，学生应达到了解并认识互联网+时代的创业基础与实践技能的教学目标。

本课程主要介绍：创业概述与时代背景、创业者、创业团队、机会评估与资源整合、设计商业模式、创业计划书与风险投资、融资策略财务管理与税务筹划、新创企业的流程管理、企业市场营销策略、注册登记、法律问题与风险管理等。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

6.1 具备利用互联网新技术自主创业的基本理念和能力

体现在通过创业概述与时代背景、创业者、创业团队、机会评估与资源整合、设计商业模式、创业计划书与风险投资、融资策略、财务管理与税务筹划、新创企业的流程管理、企业市场营销策略、注册登记、法律问题与风险管理等内容学习，能够初步掌握利用互联网新技术自主创业的基本理念和能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 创业概述与时代背景（课内3学时+课外3学时）

了解时代背景；理解创业的本质；掌握创业的要素。

重点支持毕业要求指标点6.1。

2. 创业者、创业团队（课内3学时+课外3学时）

了解创业者的时代、创业者的心理准备；理解创业者的素质要求、团队的重要性；掌握团队的组建方式、团队的管理方法。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

3. 机会评估与资源整合（课内 3 学时+课外 3 学时）

了解互联网时代下的创业机会；理解资源整合的基本原则；掌握创业机会的评估。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

4. 设计商业模式（课内 3 学时+实践 4 学时+课外 7 学时）

了解商业模式的重要性、未来的商业模式；理解商业模式的标准化实施；掌握商业模式的设计。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

5. 创业计划书与风险投资（内 3 学时+实践 4 学时+课外 7 学时）

了解创业计划书与风险投资者；理解创业计划书的概念、作用；掌握创业计划书的基本结构与核心内容。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

6. 融资策略、财务管理与税务筹划（课内 3 学时+课外 3 学时）

了解财务管理、税务筹划；掌握融资策略。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

7. 新创企业的流程管理、注册登记、法律问题与风险管理（课内 3 学时+课外 3 学时）

了解法律问题与注册登记；理解新创企业的流程管理；掌握风险管理。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

8. 企业市场营销策略（课内 3 学时+课外 3 学时）

了解企业市场营销策略；掌握企业市场营销策略方法。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

三、教学方法

设计商业模式、创业计划书与风险投资等 2 个教学内容中采用“实践教学法”，共计安排 8 个实践学时。

课程全程采用“实例教学法”的课堂教学法。“实例教学法”就是以学生参与式的现场

教学、演示教学等实例教学形式为主的“理论与实践直接相结合”的课堂教学模式，其目的就是使课堂成为高效课堂，强化学生的实践动手和工程应用能力，提高人才培养质量。为实施“实例教学法”的课堂教学模式，可采用：

1. 在课堂上，采用课堂讲授、课堂研讨式教学，采用启发式、举例式、提问式教学；课堂讨论采用独立思考和同组同学合作研究等多种开放、互动的教学形式。

2. 在实例教学中，采用以学生“参与式”的模拟演练、亲手操作的现场教学、演示教学等一些实例教学形式。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及时分配见表 4-1，课内实践环节教学安排及要求见表 4-2。

表 4-1 课内外教学环节及时分配表

序号	课程内容	课内学时						合计	课外学时
		理论学时	实验学时	实践学时	上机学时	习题学时	研讨学时		
1	创业概述与时代背景	3						3	3
2	创业者、创业团队	3						3	3
3	机会评估与资源整合	3						3	3
4	设计商业模式	3		4				7	7
5	创业计划书与风险投资	3		4				7	7
6	融资策略、财务管理与税务筹划	3						3	3
7	新创企业的流程管理、注册登记、法律问题与风险管理	3						3	3
8	企业市场营销策略	3						3	3
合计		24		8				32	32

表 4-2 课内实践环节教学安排及要求

序号	教学内容	教学基本要求	重点支持毕业要求指标点	实践类别	课内学时	课外学时	备注
1	设计商业模式	设计商业模式	6.1	研究性	4	4	必做
2	创业计划书与风险投资	创业计划书与风险投资	6.1	研究性	4	4	必做
小计					8	8	

五、课外学习要求

1. 在“创业概述与时代背景”的教学内容中，通过 3 学时的课外学习，重点掌握创业的要素。

2. 在“创业者、创业团队”的教学内容中，通过 3 学时的课外学习，重点掌握团队的组建方式、团队的管理方法。

3. 在“机会评估与资源整合”的教学内容中，通过 3 学时的课外学习，重点掌握创业机会的评估。

4. 在“设计商业模式”的教学内容中，通过 7 学时的课外学习，重点掌握商业模式的设计。

5. 在“创业计划书与风险投资”的教学内容中，通过 4 学时的课外学习，重点掌握创业计划书的基本结构与核心内容。

6. 在“融资策略、财务管理与税务筹划”的教学内容中，通过 3 学时的课外学习，重点掌握融资策略。

7. 在“新创企业的流程管理、注册登记、法律问题与风险管理”的教学内容中，通过 3 学时的课外学习，重点掌握风险管理。

8. 在“企业市场营销策略”的教学内容中，通过 3 学时的课外学习，重点掌握市场营销策略方法。

重点支持毕业要求指标点 6.1。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、期末考试和实验成绩组合而成，采用百分计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 6.1。

期末成绩占 60%，采用考试的考核方式，考试采用开卷或闭卷形式。题型为填空题、判断题、选择题、问答题、设计题、应用题等。重点支持毕业要求指标点 6.1。

实践成绩占 20%，主要考察学生实验预习及态度、实验操作与规范、分析研究和报告撰写。重点支持毕业要求指标点 6.1。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

彭华伟主编，《互联网背景下的创业基础与实践》，经济科学出版社，2015年版

参考资料：

[1] 崔勇主编，《视界——“互联网+”时代的创新与创业》，清华大学出版社，2016年版

项目管理课程教学大纲

课程代码：0641B102

课程名称：项目管理/Project Management

开课学期：7

学分/学时：2/32（理论 32）

课程类别：选修/专业复合课程

适用专业/开课对象：电子商务专业/四年级本科生

先修/后修课程：管理学、技术经济学

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 范佳静

执笔人： 庞海云

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

项目管理是管理科学与工程、管理类学科相关专业的一门重要的专业基础课。主要研究项目在投资前期、中期和后期的规划、决策、计划、组织、指挥、控制及协调的理论、方法和手段。项目管理的目的是使项目在规定的投资范围内，以最短的工期，高质量的完成项目目标。课程设置的目的是使学生构建必要的项目管理知识体系和实用的项目管理技能，培养学生有效从事项目管理的基本能力。课程的任务是培养学生利用项目管理的知识和理念，增强项目范围、成本、质量、时间、沟通、风险等控制的观念，以市场为前提，经济为目标，技术为手段，对项目进行管理。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

4.2 具备电子商务企业运营管理基本理论知识和实践能力

体现在掌握项目在投资前期、中期和后期的规划、决策、计划、组织、指挥、控制及协调的理论、方法和手段，培养学生有效从事项目管理的基本实践能力。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 项目和项目管理：（2 学时）

了解项目管理的发展历史和趋势；理解项目管理知识体系；掌握项目的概念和特征以及项目管理的过程。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

2. 项目组织管理：（2 学时）

了解项目组织的基本概念；理解项目经理的素质要求及对项目成功担负的重要责任；掌握项目的三种基本组织结构和特点。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

3. 项目范围管理：（4 学时）

了解项目范围管理的定义和过程；理解工作结构分解的定义、内容和方法；掌握项目范围管理计划的编制及项目范围变更控制的方法、步骤。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

4. 项目人力资源管理：（3 学时）

了解项目人力资源管理的概念及方法；理解项目人力资源计划的制定方法；掌握项目团队组建、建设和管理的方法。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

5. 项目时间管理：（6 学时）

了解项目时间管理的定义和内容；理解项目时间管理的各个过程；掌握项目活动定义、活动排序、活动资源需求估算、工期估算、进度计划编制、进度计划控制的理论和方法。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

6. 项目成本管理：（3 学时）

了解项目成本估算和预算的概念、意义和基本方法；理解项目成本的概念及成本的构成；掌握在工期约束下的资源分配问题、在资源约束下的项目进度、成本控制的过程和成本控制的挣值法。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

7. 项目质量管理：（3 学时）

了解项目质量管理的定义和地位；理解质量管理成熟度的相关概念；掌握质量规划、质量保证、质量控制的内容和方法。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

8. 项目采购管理：（3 学时）

了解项目采购管理的概念、类型及过程；理解项目采购的原则和方法、招投标程序；掌握项目合同类型及主要内容。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

9. 项目沟通管理：（2 学时）

理解项目沟通的含义和方式；掌握项目管理的过程；了解有关项目中冲突的概念、特征、原因；掌握解决不同冲突的方法和策略。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

10. 项目风险管理：（2 学时）

理解项目风险管理的含义、原则和目标；了解项目风险识别的步骤和项目风险的来源及风险评估的依据；掌握项目风险规避策略。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

11. 项目集成管理：（2 学时）

了解项目集成管理的含义；掌握项目起始阶段的集成管理、项目集成计划的实施、项目终结的集成管理的方法。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

三、教学方法

本课程主要教学模式与策略有：课堂教学和案例分析：

1. 教师在讲授中应注意联系实际，并采用多媒体辅助教学，通过课堂演示与讲解，使学生尽快掌握实际操作技巧。

2. 以具体事例解释实际操作过程中遇到的疑难问题，以案例引导式分析教学启发学生思维，激发学生学习兴趣。

4. 课程结束后开卷考试。着重对基本概念、基本理论和基本操作方法掌握情况进行考核，同时评价学生平时作业、论文完成态度、质量以及分析、解决问题的能力，最后综合评

定。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

四、课内外教学环节及基本要求

本课程理论环节共 32 个学时，讲授 16 周（每周 2 学时），课内外教学安排见表 4-1。

表 4-1 课内外教学环节及学时分配表

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	项目与项目管理	2			2	2
2	项目组织管理	2			2	2
3	项目范围管理	4			4	4
4	项目人力资源管理	3			3	3
5	项目时间管理	6			6	6
6	项目成本管理	3			3	3
7	项目质量管理	3			3	3
8	项目采购管理	3			3	3
9	项目沟通管理	2			2	2
10	项目风险管理	2			2	2
11	项目集成管理	2			2	2
合计		32			32	32

五、课外学习要求

要求学生在确定某个研究领域后，课外查阅相关的文献，整理总结后完成一篇文献综述（字数在 3000 字以上）。

完成一定的课外习题，要求学生每次作业都能认真、独力、按时的完成。

重点支持毕业要求指标点 4.2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩，期末考试，采用百级计分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查各章知识点的理解程度，学习态度，自主学习能力，利用现代工具获取所需信息和综合整理能力，课堂讨论时的沟通和表达能力。重点支持毕业要求指标点 4.2。

期末成绩占 70%，采用开卷形式，考查课。题型为填空题、选择题、计算题、案例分析题等。重点支持毕业要求指标点 4.2。

七、持续改进

本课程根据学生作业、课堂讨论、实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

- [1] 孙新波. 项目管理（第2版）[M]. 北京：机械工业出版社，2016
- [2] 威安邦. 项目管理学（第2版）[M]. 北京：科学出版社，2016

参考资料：

- [1] 戴大双. 现代项目管理[M]. 北京：高等教育出版社，2004
- [2] 刘岗. 工程项目管理[M]. 北京：科学出版社，2006
- [3] 刘国靖主编. 现代项目管理教程[M]. 北京：中国人民大学出版社，2009

营销渠道管理课程教学大纲

课程代码：0644B427

课程名称：营销渠道管理/ Place Management

开课学期：长 6

学分/学时： 2（理论：32）

课程类别：选修课/专业复合

适用专业/ 开课对象：电子商务/三年级本科生

先修课程/后修课程：管理学；市场营销学；消费者行为学 / 零售管理；电子商务；创新管理

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 卢玮

执笔人： 赵翼虎

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

《营销渠道管理》是企业营销管理的一项重要内容，关系到企业能否成功地将产品打入市场、满足目标市场的需要、扩大产品销售、获取可持续的竞争优势。本课程通过理论和课内研讨的方式，让学生掌握营销渠道、渠道结构及渠道管理的基本概念；营销渠道管理的主要步骤。掌握批发商的概念及其特征；零售商的概念及其功能。掌握渠道结构的长度、宽度和广度的概念；垂直渠道系统的类型和特点；水平渠道系统的类型和特点。掌握营销渠道结构设计的一般流程。掌握选择渠道成员的标准和原则；渠道成员选择评估的方法。掌握渠道冲突的类型，掌握渠道权力对渠道行为的影响；渠道激励的基本形式。掌握营销渠道控制的类型；营销渠道控制的手段。掌握营销渠道关系、特点；伙伴型渠道关系。掌握终端销售促进；制造商的渠道定价策略。掌握物流管理，营销渠道运作绩效评估遵循的标准。通过本课程学习，使学生能全面掌握营销渠道管理的基本概念、基本理论，以及营销渠道策划和管理的基本操作程序与基本方法；初步具有分析和解决一般渠道实际问题的能力，为进一步学习各专业课程打下基础。

本课程主要介绍营销渠道概述、营销渠道的中间商、营销渠道结构、营销渠道结构设计、营销渠道成员选择、营销渠道冲突管理、营销渠道权力与激励、营销渠道控制、营销渠道关系管理、营销渠道定价与促销管理、营销渠道物流管理与顾客服务、营销渠道绩效评估与改进等。

二、教学内容、基本要求及学时分配

1. 营销渠道概述：（2 学时）

了解营销渠道的基本作用及功能；营销渠道的主要参与者及分类；理解营销渠道管

理对企业的意义；掌握营销渠道、渠道结构及渠道管理的基本概念；营销渠道管理的主要步骤。

重点支持毕业要求指标点 4.1

2. 营销渠道的中间商：（4 学时）

了解批发商的分类；特许连锁经营的概念及特许商的权利和义务；理解批发商在营销渠道中发挥的作用；零售商在营销渠道中地位发生变化的原因；掌握批发商的概念及其特征；零售商的概念及其功能。

重点支持毕业要求指标点 4.1

3. 营销渠道结构：（4 学时）

了解典型的营销渠道结构形式；无店铺营销渠道结构的类型与特征；营销渠道结构变革的相关理论；理解营销渠道结构变革的趋势；掌握渠道结构的长度、宽度和广度的概念；垂直渠道系统的类型和特点；水平渠道系统的类型和特点。

重点支持毕业要求指标点 4.1

4. 营销渠道结构设计：（4 学时）

了解营销渠道结构设计的影响因素；营销渠道结构设计的服务需求和目标设定，营销渠道结构的长度和宽度设计；理解渠道结构设计方案的选择与评估；掌握营销渠道结构设计的一般流程。

重点支持毕业要求指标点 4.1

5. 营销渠道成员选择：（2 学时）

了解渠道成员数量的确定方法；渠道成员间任务分配的形式；海外渠道成员选择的途径和标准；理解渠道成员数量；掌握选择渠道成员的标准和原则；渠道成员选择评估的方法。

重点支持毕业要求指标点 4.2

6. 营销渠道冲突管理：（2 学时）

了解渠道冲突的流程以及解决措施，串货的原因及控制方法；理解渠道冲突的原因；掌握渠道冲突的类型。

重点支持毕业要求指标点 4.2

7. 营销渠道权力与激励：（4 学时）

了解渠道权力的来源；渠道间接激励；渠道直接激励；理解如何运用返利进行渠道激励；掌握渠道权力对渠道行为的影响；渠道激励的基本形式。

重点支持毕业要求指标点 4.2

8. 营销渠道控制：（2 学时）

了解营销渠道控制的程序；渠道成员信用控制的措施；赊销问题的危害及控制措施；理解渠道控制方法与步骤；掌握营销渠道控制的类型；营销渠道控制的手段。

重点支持毕业要求指标点 4.2

9. 营销渠道关系管理：（2 学时）

了解营销渠道关系的生命周期；渠道成员之间信任的特点、因素等；理解如何从传统的渠道关系向伙伴型渠道关系转变；掌握营销渠道关系、特点；伙伴型渠道关系。

重点支持毕业要求指标点 4.2

10. 营销渠道定价与促销管理：（2 学时）

了解渠道价格体系设计的内容及影响因素；理解渠道促销的目的和时机选择；渠道促销策略；掌握终端销售促进；制造商的渠道定价策略。

重点支持毕业要求指标点 4.2

11. 营销渠道物流管理与顾客服务：（2 学时）

了解顾客服务的要素；提高顾客服务绩效的措施；物流发展过程；理解物流系统的顾客服务；掌握物流管理。

重点支持毕业要求指标点 4.2

12. 营销渠道绩效评估与改进：（2 学时）

了解营销渠道绩效评估；营销渠道成员评估；理解营销渠道运作绩效评估遵循的标准。

重点支持毕业要求指标点 4.2

三、教学方法

采用理论讲授和案例研讨相结合的方式，把理论的运用和案例实践的理论回归联系起来，在理论中指导实践，在实践案例中理解理论。

四、课内外教学环节教学安排及基本要求

序号	课程内容	课内学时				课外学时
		理论学时	习题学时	研讨学时	合计	
1	营销渠道概述	2			2	2
2	营销渠道的中间商	4			4	4
3	营销渠道结构	4			4	4
4	营销渠道结构设计	4			4	4
5	营销渠道成员选择	2			2	2
6	营销渠道冲突管理	2			2	2
7	营销渠道权力与激励	4			4	4
8	营销渠道控制	2			2	2
9	营销渠道关系管理	2			2	2
10	营销渠道定价与促销管理	2			2	2
11	营销渠道物流管理与顾客服务	2			2	2
12	营销渠道绩效评估与改进	2			2	2
合计		32			32	32

五、课外学习要求

浏览营销的专业网站和各大门户网站的商业新闻和案例；了解当前正在发生的企业营销的实际案例；阅读财经网站和商业评论的文章。

重点支持毕业要求指标点 4.1、4.2

六、考核内容及方式

计分制：百分制（√）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（√）；考查（）

本课程成绩由平时成绩和期末考试成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查平时的上课到课率、上课研讨的参与度等。

期末考试成绩占 70%，考试课采用开卷形式。题型有选择题、简答题、案例分析题。

考核内容主要包括营销渠道概述、营销渠道的中间商、营销渠道结构、营销渠道结构设计、营销渠道成员选择、营销渠道冲突管理、营销渠道权力与激励、营销渠道控制、营销渠道关系管理、营销渠道定价与促销管理、营销渠道物流管理与顾客服务、营销渠道绩效评估与改进等。

七、持续改进

本课程根据时代发展的要求和企业发展的现状，及时对教学中教学方式、讲解方式、讲解内容等不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 张闯编著. 营销渠道管理[M]. 北京：清华大学出版社，2014

[2] 王国才主编. 营销渠道[M]. 北京：清华大学出版社，2007 年

参考资料：

[1] 卜妙金，张传忠，常永胜，分销渠道管理(第 2 版). [M]. 北京：高等教育出版社，2007.

[2] 科兰等. 营销渠道（第 7 版）. 蒋青云等翻译. [M]. 北京：中国人民大学出版社，2008.

[3] 应贵军，王桂林主编，营销渠道管理，[M]. 北京：北京大学出版社，2004.

基础会计实验大纲

课程代码：0661A004

课程名称：基础会计实验/Experiments of basic Accounting

开课学期：1/2

学分/学时：0.5/16

课程类型：必修课/基础实验课程

适用专业/开课对象：市场营销、公共事业管理、物流管理、信息管理与信息系统、电子商务、工业工程、经济学、金融工程、国际贸易、国际商务/一年级本科生

先修/后修课程：基础会计

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：审核人：王光新

执笔人：王光新 审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

基础会计实验是一门实践类的必修课程。会计是一门实践性很强的学科，学生不仅要懂得基本的会计理论，还要知道如何进行实践操作，特别是在当前信息化的条件下，会计的实践操作显得更为重要。该实验就是为了配合《基础会计》理论课程后所进行的一项会计综合模拟实习。在《基础会计》这门理论课程中，学生了解到了会计是如何通过对企业发生的各种交易或事项进行处理来对企业生产经营活动进行管理，提高企业经营效率的。但是学生如果只学习会计理论知识，是无法完成实践操作的。因此《基础会计实验》以一个企业12月份发生的经济业务为实习资料，让学生以企业会计的身份，从企业原始凭证的填制与审核到会计报表的编制与分析，从而完成企业的从会计确认、计量、记录，到会计报告的一个完整的会计循环，全部在计算机上进行操作，以提高学生的会计核算水平，进一步巩固所学会计知识，增强感性认识，培养学生动手能力及解决会计实践问题的能力，同时提高计算机的操作水平。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

3.2 系统掌握现代财务会计、管理会计和财务管理的基本理论和知识体系。

4.1 能够担任各种组织的基本的会计和财务管理工作。

二、教学内容、教学基本要求及学时分配

1. 填制和审核原始凭证：

了解原始凭证的概念；理解原始凭证分类；掌握原始凭证的填制与审核方法。

重点支持毕业要求指标点 3.2、4.1。

2. 填制和审核记账凭证：

了解记账凭证的概念；理解记账凭证的分类；掌握记账凭证的填制和审核方法。

重点支持毕业要求指标点 3.2、4.1。

3. 登记账簿：

了解账簿的概念；理解账簿的格式和分类；掌握各种账簿的登记方法和错账更正方法。

重点支持毕业要求指标点 3.2、4.1。

4. 成本核算：

了解成本核算的对象和基本程序；理解成本核算的基本原理；掌握各种对象成本核算的方法及运用。

重点支持毕业要求指标点 3.2、4.1。

5. 编制会计报表：

了解会计报表的概念；理解资产负债表和利润表的内容；掌握资产负债表和利润表的编制方法。

重点支持毕业要求指标点 3.2、4.1。

三、教学方法

本课程教学主要采用学生上机实验和老师引导相结合的方式。上课老师向学生阐述本实验的基本内容和注意事项，然后学生自己上机动手实验。在实验过程中，老师解答学生遇到的各种问题。

四、课内外教学环节及基本要求

课内外教学环节及学时分配表见表 1。

表 1 学时分配表

序号	教学内容	重点支持 毕业要求	实验类别	课内学时	课外学时	备注
1	填制和审核原始凭证	3.2、4.1	综合性	3		必修
2	填制和审核记账凭证	3.2、4.1	综合性	3		必修
3	登记账簿	3.2、4.1	综合性	6		必修
4	成本核算	3.2、4.1	综合性	2		必修
5	编制会计报表	3.2、4.1	综合性	2		必修
合计				16		

五、考核内容及方式

本课程设的考核主要根据学生的综合表现来确定，成绩可以采用五级计分制或百分制。学生成绩主要由老师根据学生的表现，包括学生出勤的情况，课程设计过程中认真的程度，学生对规定的教学任务完成的情况等来综合评定。具体评价由上课老师把握。

六、持续改进

本课程根据老师引导情况、实验过程、学生反馈、教学督导等反馈、平行班间教学情况的交流，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

七、教材及参考资料

本课程不需要教材和参考资料

电子商务系统软件综合实验课程教学大纲

课程代码：0661A254

课程名称：电子商务系统软件综合实验/Synthetical Experiment for Electronic Commerce Software

开课学期：5

学分/学时：2/64

课程类型：必修课/基础实验课程

适用专业/开课对象：电子商务/三年级本科生

先修课程/后修课程：电子商务概论 /无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 杨光明

审批人： 刘洪民

一、课程简介

电子商务系统软件综合实验是经管类相关专业的一门重要的实践课程。本课程作为电子商务专业的一门重要的基础实践课，系统的模拟操作了电子商务交易的全流程。通过学习电子商务系统的安装配置，电子商务系统的后台管理，电子商务系统的前台使用，电子商务系统的界面设计，网络渠道、网络定价、网络促销、网络广告等常见网络营销策略，数字证书、网上银行、第三方支付工具的办理流程，电子商务系统的部分源码并进行简单分析等电子商务全流程知识，掌握电子商务系统软件的使用、安装配置、开发设计、网络营销、电子支付与物流等相关知识，培养学生的动手能力、实践能力、综合应用分析能力，使学生具备电子商务的运营操作管理的技能和素质。

本课程支持以下毕业要求指标点

3.1. 掌握电子商务系统的分析方法、设计方法；

体现在通过电子商务平台全流程的实验学习，具备电子商务系统的整体框架和各部分功能模块熟练操控的能力。

4.1 具备通过互联网平台进行营销的能力，能够策划电商相关营销方案

体现在通过实验营销方案的设计训练，具备基本的网络营销方案策划的相关知识和技能。

4.2 具备电子商务企业运营管理基本理论知识和实践能力

体现在通过全流程的演练和模拟，具备电子商务企业运营管理的基本知识和实践能力。

4.3 具备电子商务物流与供应链管理的相关知识，了解相关的新技术，能够解决该领域的特殊问题

体现在通过实践中物流方案的设计、调研和模拟，熟练掌握电子商务物流与供应链管理

的相关知识和技能。

5.1 理解电子商务领域所面临的安全性问题，掌握相关的安全保障技术

体现在通过实验中安全模块的设置和操作，掌握和理解当今影响电子商务安全的主要技术和应用控制点。

3.3 具有多种平台下电子商务软件的设计开发能力

体现在通过电子商务软件代码的分析和理解，具备初步的电子商务软件的设计和开发的能力。

二、教学内容、教学基本要求及学时分配

1. 电子商务系统软件的部署(4 学时)

了解电子商务系统的概念、类型，理解行业中不同类型的电子商务应用软件系统，掌握电子商务系统软件的安装、配置、测试。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

2. 电子商务系统软件的开发设计(16 学时)

了解电子商务系统软件的开发方法，理解系统的架构、原理，初步掌握软件的二次开发方法、前端界面设计、能读懂部分源码，掌握电子商务软件的系统架构、各模块之间的关系和相应的业务流程设计。

重点支持毕业要求指标点 3.1,3.2。

3. 电子支付与物流配送(8 学时)

了解常见支付类型、配送方式；理解支付、物流的作用和原理；理解物流供应链在电子商务中的作用，掌握常见的电子支付手段、物流配送的操作

重点支持毕业要求指标点 4.1,4.2。

4. 网络营销(16 学时)

了解常见网络营销的概念；理解网络促销方案的设计；掌握网络营销的方法并能开展网络营销实践。

重点支持毕业要求指标点 4.3。

5. 网络安全(4 学时)

了解电子商务可能存在的主要威胁，了解电子商务安全的现状和各类安全问题的特点；理解电子商务安全的应对方法；掌握常见的网络安全技术和相应的软件、硬件工具。

重点支持毕业要求指标点 5.1。

6. 电子商务平台界面设计(16 学时)

了解界面设计的一般基本理念，理解界面设计的原则、方法和技巧；掌握相关界面设计的工具。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

三、教学方法

本实验性质为综合性，教学方法为案例教学法、教师引导演示、学生独立设计等方法。

实验要求每个学生独立完成全部的内容。在实验过程中，学生应掌握电子商务系统的各类软件和相关运行环境条件，同时在老师的引导下独立配置系统环境。对其他各个模块，学生应明确每个详细的流程，然后根据规定的要求，独立完成实验任务。

本实验虽然在实验室完成，但是要求学生充分理解和掌握电子商务行业的发展应用实际，调研一些知名电子商务平台的具体应用。在充分考虑实际的基础上，力求学生的学到的知识与生产实践中应用能够无缝的衔接，真正做到应用型人才的培养。

重点支持毕业要求指标点 4,5,6。

四、课内外教学环节及基本要求

序号	教学内容	重点支持毕业要求	实验类别	课内学时	课外学时	备注
1	电子商务系统软件的部署	2.4	验证性	4		必修
2	电子商务系统软件的开发设计	3.1,3.2	设计性	16	6	必修
3	电子支付与物流配送	4.1,4.2	验证性	8		必修
4	网络营销	4.3	设计性	16	6	必修
5	网络安全	5.1	验证性	4		必修
6	电子商务平台界面设计	3.1	设计性	16	6	必修
合计				64	18	

五、课外学习要求

学生应课外应熟悉主流的 B2B、B2C 和 C2C 电子商务平台，对平台的界面设计、功能模块、营销策略、推广渠道、新技术的应用、网络安全的管理、网络支付的应用等应熟练的掌握。同时熟练的操作主流的 B2B 和其他类型的电商平台。学习主流电子商务平台界面设计的理念和方法。熟练的掌握主流平台的运营知识，熟练的掌握主要的网络营销策略和方法。

作业以调研报告为主，大型的调研报告不少于一份。

重点支持毕业要求指标点 4, 5。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

本课程成绩由平时成绩、实验报告和实验答辩成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 10%，主要考查课堂到课情况、实验操作熟练程度、与教师交流讨论、实验作业等。考查方式为：作业和教师观察提问等。重点支持毕业要求指标点 4.3。

实验报告占 50%，主要考查实验报告内容完整性、层次逻辑、对问题的理解的深度、实验内容的掌握情况、格式等。考查方式为：检查实验报告。重点支持毕业要求指标点 4.2。

实验答辩占 40%，主要考察学生对实验的整体掌握情况和各知识点。考察方式为：学生陈述实验过程和内容结果、提问回答等。重点支持毕业要求指标点 4.2。

六、持续改进

本课程根据教学过程的实施情况、学生学习过程的反馈情况、校内外领域内专家的意见和建议和行业发展的最新形势的要求等，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

七、教材及参考资料

建议教材：

[1] 《电子商务系统软件综合实验指导书》。

参考资料：

- [1] 李敏魏娟，电子商务实验与案例，人民邮电出版社，第1版，2016.6
- [2] 曹杰，伍之昂，电子商务基础实验与实践，化学工业出版社，2017.2
- [3] 中国电子商务研究中心：<http://www.100ec.cn/>
- [4] 中国互联网信息中心：<http://www.cnnic.net.cn/>

Java 程序设计综合实验课程教学大纲

课程代码：0661A251

课程名称：Java 程序设计综合实验/Comprehensive Experiment of Java Programming

开课学期：3

学分/学时：1 / 32

课程类型：必修课/基础实验课程

适用专业/开课对象：电子商务/二年级本科生

先修课程/后修课程：Java 语言程序设计/Java 高阶

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：张蕾

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

本课程作为电子商务专业的必修实验环节，要求学生独立或以 2-3 人小组形式在教师的引导下综合运用 Java 语言程序设计课程所学内容，设计并实现一个具有一定功能的小程序。每期的具体实验项目由教师自行拟定，要求该项目的实现需要综合运用 Java 语言程序设计课程所学的知识点。通过本课程的学习，学生将对程序语言设计有更加深入全面的理解，掌握利用 Java 语言设计并开发小型程序的步骤和方法，使学生具备基本的程序开发能力和简单的文档撰写能力，为后续学习打好实践动手能力基础。

本课程支持以下毕业要求指标点

2.4 掌握计算机基本知识，具备基本的软件设计和程序开发能力，能解决电子商务软件设计开发和管理维护等问题。

体现在本综合实验将较为全面地训练学生的编程能力和软件开发的工程意识，增强学生对后续专业的兴趣和动力，渡过程序设计能力入门的难关。

7.1 具备就复杂工程问题进行准确有效的陈述发言、清晰表达或回应指令的能力，以及具备撰写报告和设计文稿的能力。

体现在本综合实验最后成果要求学生撰写基本的需求文档、设计文档和测试文档，让学生初步认识文档在程序开发过程中的重要性，并掌握基本的几类文档撰写要点，从而培养学生清晰书面表达技术要求、设计内容、设计结果等的的能力。

二、教学内容、教学基本要求及学时分配

1. 实验项目介绍（4 学时）

了解本综合实验项目设计目标、考核要求等；理解题目所要实现的功能需求；掌握简单

的需求分析文档的撰写。

重点支持毕业要求指标点 2.4, 7.1。

2. 项目实施相关技术学习 (4 学时)

学习实现本综合实验题目所需掌握的新知识和技能; 掌握使用该技能的方法。

重点支持毕业要求指标点 2.4。

3. 项目设计 (4 学时)

掌握程序设计的内容, 步骤, 设计文档的撰写。

重点支持毕业要求指标点 2.4, 7.1。

4. 程序编码实现 (12 学时)

根据项目设计文档完成代码编写。

重点支持毕业要求指标点 2.4, 8.2。

5. 程序测试 (8 学时)

掌握基本的程序测试方法; 掌握根据项目需求及设计文档设计测试方案, 简单测试文档的撰写。

重点支持毕业要求指标点 2.4, 7.1,8.2。

三、教学方法

本课程将教学过程融入到具体任务及其实现过程之中, 需要将程序语言要点与实际设计流程及实现要点联系起来理解和学习, 需要学习如何将已有程序语言知识运用于需求分析、程序模块确定、程序设计及测试的过程。课程学习强调实践性与理论的良好结合, 要求发挥学生学习的主观能动性, 因此, 课程教学方式以小组讨论、协作工作为主, 教师主要提供答疑和指导。

重点支持毕业要求指标点 2.4, 7.1,8.2。

四、课内外教学环节及基本要求

本课程课内外教学环节及要求如下表所示:

序号	教学内容	重点支持 毕业要求	实验类别	课内学时	课外学时	备注
1	实验项目介绍	2.4、7.1	设计性	4	4	
2	项目实施相关技术学习	2.4	验证性	4	4	
3	项目设计	2.4、7.1	设计性	4	4	
4	程序编码实现	2.4、8.2	设计性	12	12	
5	程序测试	2.4、7.1、 8.2	设计性	8	8	
合计				32	32	

五、课外学习要求

本综合实验除了其先导课程——Java 程序语言设计中所学习的知识点外，还需要学习一些图形编程的简单技能，要求学生在课外根据教师的指引自行学习并掌握相关内容。此外由于课堂上时间有限，程序的编码工作需要学生课后花一定的时间，需求分析、设计以及测试文档的撰写都需要学生在课外完成。

重点支持毕业要求指标点 8.2。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

本课程成绩由平时成绩和考查成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 50%，主要考查学生实验态度、阶段性成果、文档撰写能力等。考查方式为：考勤考纪、阶段性检查和提交的需求分析文档、程序设计文档以及测试文档。重点支持毕业要求指标点 1.4、2.4、7.1。

考查成绩占 50%，主要通过最后的源代码检查或答辩对学生的程序设计思路，能力进行评定。重点支持毕业要求指标点 2.4。

七、持续改进

本课程根据学生实验课堂情况、源代码编写质量，文档撰写质量以及教学反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材：

[1] 无

参考资料：

- [1] 梁勇（Y.Daniel Liang）.Java 语言程序设计（基础篇原书第 10 版）[M].北京：机械工业出版社. 2015
- [2] 凯 S.霍斯特曼. Java 核心技术卷 I 基础知识（原书第 10 版）[M]. 北京：机械工业出版社. 2016
- [3] BruceEckel, Java 编程思想（第四版）. 北京：机械工业出版社. 2007.
- [4] 宋晏，杨国兴. Java 程序设计及应用开发. 北京：机械工业出版社. 2016.

电子商务运营课程综合实验课程教学大纲

课程代码：0661A250

课程名称：电子商务运营课程综合实验/Integrated experiment of electronic commerce operation

开课学期：6

学分/学时：1/32（实验学时：32）

课程类别：必修课；基础实验

适用专业/开课对象：电子商务专业/三年级本科生

先修课程/后修课程：电子商务概论/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：顾忠伟

审批人：刘洪民

一、课程简介

本实验是电子商务专业的专业实践环节。通过该实验学习可了解掌握电子商务运营的策略、方法和实施流程。

本课程通过运用综合实验的方法开展教学，使学生掌握电商运营的基础知识和运营实施方法。通过本课程教学，学生应达到具备运营网店或其他互联网产品的教学目标。

本课程主要介绍：网络零售、商品管理与发布、网店日常管理、网络营销推广、网络客户服务、网店财务管理、物流与配送等实践技能。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.3 掌握管理学基本原理，相关基础理论和方法，能用于解决电子商务企业的运营管理问题

体现在通过网络零售、商品管理与发布、网店日常管理的学习，能够初步掌握电子商务企业的运营管理。

4.2 具备电子商务企业运营管理基本理论知识和实践能力

体现在通过网络营销推广、网络客户服务、网店财务管理、物流与配送的学习，能够初步掌握电子商务企业运营管理基本理论知识和实践能力。

二、教学内容及教学基本要求

1. 网络零售（课内 4 学时+课外 4 学时）

了解网络零售的基于业务流程，理解网络零售商业模式；掌握网络零售基本方法。重点支持毕业要求指标点 2.3。

2. 商品管理与发布（课内 4 学时+课外 4 学时）

了解商品管理及规划的核心内容、相关岗位考核办法，掌握商品规划及管理的工作流程；重点支持毕业要求指标点 2.3。

3. 网店日常管理（课内 4 学时+课外 4 学时）

了解网店日常管理的核心内容，掌握网店日常管理的工作流程；重点支持毕业要求指标点 2.3。

4. 网络营销推广（课内 4 学时+课外 4 学时）

了解市场推广相关工作岗位及考核办法；理解市场推广流程；掌握相关工作岗位及考核办法方法；重点支持毕业要求指标点 4.2。

5. 客服管理（课内 4 学时+课外 4 学时）

了解客服的概念、岗位职责、任职基础；掌握客服的沟通技巧、工作细则。重点支持毕业要求指标点 2.3。

6. 网店财务管理（课内 4 学时+课外 4 学时）

了解网店财务管理；理解相关专业术语；掌握网店财务管理核心模块；重点支持毕业要求指标点 4.2。

7. 物流与配送（课内 4 学时+课外 4 学时）

了解电商物流管理的目标、相关岗位职责及考核办法；理解电商物流工作流程解析；掌握仓库信息管理系统使用、电商物流仓储布局及功能区划分；重点支持毕业要求指标点 2.3。

三、课程进程安排

序号	教学内容	教学基本要求	学时	备注
1	网络零售	掌握网络零售及管理方法	4	必做
2	商品规划及管理	掌握商品规划及管理方法	4	必做
3	网店日常管理	掌握网店日常管理方法	4	必做
4	网络营销推广	熟悉网络营销推广的技巧和方法	4	必做
5	网络客户服务	掌握网络客户服务管理的流程	4	必做
6	网店财务管理	掌握网店财务管理常见方法	4	必做
7	物流与配送	熟悉物流与配送流程	4	必做
8	报告答辩	完成报告答辩	4	必做
小计		必做 32 学时	32	

四、考核内容及方式

计分制：百分制（）；五级分制（）；两级分制（）

考核方式：考试（）；考查（）

本课程成绩由平时成绩、实验报告组合而成，采用五级分制。各部分所占比例如下：

平时成绩占 40%，主要考查实验预习及态度、实验操作与规范、考勤等等。重点支持毕业要求指标点 2.3。

实验报告占 60%，主要考察学生分析研究和报告撰写。重点支持毕业要求指标点 4.2。

五、持续改进

本课程根据实验环节、平时考核情况和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

六、教材及参考资料

建议教材：

人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心，《电子商务运营与综合实践》，北京师范大学出版社，2012 年版

参考书资料：

- 1、吴伟定主编，《电商运营之道:策略、方法与实践》，机械工业出版社，2015 年版
- 2、崔立标主编，《电子商务运营实务》，人民邮电出版社，2013 年版
- 3、阿里巴巴商学院，《电商运营》，电子工业出版社，2016 年版

移动应用开发综合实验课程教学大纲

课程代码：0661A253

课程名称：移动应用开发综合实验/Comprehensive Experiment of Mobile Application
Development

开课学期： 6

学分/学时： 1 / 32

课程类型：选修课/基础实验课程

适用专业/开课对象：电子商务/三年级本科生

先修课程/后修课程：移动商务应用开发/ 无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 张蕾

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

该实验与移动商务应用开发课程配套开设，供电子商务专业电子商务平台设计与开发方向的高年级本科生选修。本实验要求学生组成 3-5 人小组，根据自身兴趣选择课题，在教师引导下综合运用所学的移动商务应用开发等前期课程知识设计并实现一款 Android 应用程序。通过该课程的学习，学生将掌握系统分析、设计、开发的基本内容和步骤，使学生具备在移动平台上设计和开发商务软件的基本能力。

本课程支持以下毕业要求指标点

3.1 掌握电子商务系统的分析方法、设计方法

体现在通过本课程学习，学生将对在移动平台上开发商务系统的过程有全面而系统的认识。能够将前期所学课程知识有机结合起来，加以综合运用，从而掌握移动平台上商务系统的分析方法、设计方法，具备独立完成系统分析和设计工作的能力。

3.3 具有多种平台上电子商务软件的设计开发能力。

体现在通过 Android 应用开发技术的学习，学生能够掌握电子商务新增长点——移动平台上的商务软件设计与开发能力，从而提升就业竞争力。

7.1 具备就复杂工程问题进行准确有效的陈述发言、清晰表达或回应指令的能力，以及具备撰写报告和设计文稿的能力。

体现在本综合实验最终成果形式除了程序源码之外，还需要提交需求分析、设计以及测试报告，学生将在实验过程中进一步掌握相关文档的规范撰写方法，从而具备清晰书面表达技术要求、设计内容、设计结果等的的能力。

8.2 掌握良好的学习方法，具有一定的探索知识的能力

体现在综合实验过程中，学生将对所选课题进行需求分析，然后查阅大量资料选择并确

定相应的开发技术，并学习一些新的编程技能。这将有效激发学生学习的主动性，培养其自主学习、终身学习、适应发展的能力和习惯。

二、教学内容、教学基本要求及学时分配

1. 实验项目介绍（2 学时）

了解本综合实验项目设计目标、考核要求等；掌握移动商务系统开发的主要环节及工作重点。

重点支持毕业要求指标点 3.1。

2. 需求分析（3 学时）

小组根据所选择课题讨论，完成需求分析；掌握规范化需求分析文档的撰写。

重点支持毕业要求指标点 3.1，3.3，7.1。

3. 项目设计（5 学时）

掌握程序设计的内容，步骤，学习设计文档的撰写。

重点支持毕业要求指标点 3.1，3.3,7.1。

4. 程序编码实现（12 学时）

根据项目设计文档完成代码编写。

重点支持毕业要求指标点 3.1，3.3,8.2。

5. 程序测试（8 学时）

了解 Android 程序的测试内容、方法及工具；掌握根据项目及设计文档设计测试方案；掌握规范化测试文档的撰写。

重点支持毕业要求指标点 3.3，7.1,8.2。

三、教学方法

本课程将教学过程融入到具体任务及其实现过程之中，需要将程序语言要点与实际设计流程及实现要点联系起来理解和学习，需要学习如何将已有程序语言知识运用于需求分析、程序模块确定、程序设计及测试的过程。课程学习强调实践性与理论的良好结合，要求发挥学生学习的主动性，因此，课程教学方式以小组讨论、协作工作为主，教师主要提供答疑和指导。

重点支持毕业要求指标点 3.1，3.3，7.1,8.2。

四、课内外教学环节及基本要求

本课程课内外教学环节及要求如下表所示：

序号	教学内容	重点支持 毕业要求	实验类别	课内学时	课外学时	备注
1	实验项目介绍	3.1		2		
2	需求分析	3.1,3.3,7.1	设计性	3	3	

3	项目设计	3.1,3.3,7.1	设计性	5	7	
4	程序编码实现	3.1,3.3,8.2	设计性	14	20	
5	程序测试	3.3,7.1,8.2	设计性	8	10	
合计				32	40	

五、课外学习要求

本综合实验除了其前导课程所涵盖知识点外,还需要学习一些其他的移动平台编程和移动商务应用测试等技能,要求学生在课外根据教师的指引自行学习并掌握相关内容。此外由于课堂上时间有限,程序的编码工作需要学生课后花一定的时间,需求分析、设计以及测试文档的撰写都需要学生在课外完成。

重点支持毕业要求指标点 8.2。

六、考核内容及方式

计分制:百分制();五级分制(√);两级分制()

本课程成绩由平时成绩和考查成绩组合而成。各部分所占比例如下:

平时成绩占 50%,主要考查学生实验态度、阶段性成果、文档撰写能力等。考查方式为:考勤考纪、阶段性检查和提交的需求分析文档、程序设计文档以及测试文档。重点支持毕业要求指标点 1.4、3.1、3.3、7.1。

考查成绩占 50%,主要通过最后源代码检查及答辩对学生的程序设计思路,能力进行评定。重点支持毕业要求指标点 3.1、3.3。

七、持续改进

本课程根据学生实验课堂情况、源代码编写质量,文档撰写质量以及教学反馈,及时对教学中不足之处进行改进,并在下一轮课程教学中改进提高,确保相应毕业要求指标点达成。

八、教材及参考资料

建议教材:

无

参考资料:

- [1] 邱鹏、陈吉、潘晓明.移动 App 测试实战[M]. 北京:机械工业出版社, 2015
- [2] 郭霖. 第一行代码 Android 第二版[M]. 北京:人民邮电出版社, 2016
- [3] 巅峰卓越. Android 从入门到精通[M].北京:人民邮电出版社, 2016
- [4]吴志祥,柯鹏,张智,胡威. Android 应用开发案例教程[M]. 武汉:华中科技大学出版社, 2015
- [5]夏辉,李天辉,陈泉.Android 移动应用开发实用教程[M]. 北京:机械工业出版社, 2015

认知实习教学大纲

课程代码：0651A000

课程名称：认知实习/Cognition Practice

开课学期：短 1

学分/周数：1/1

课程类型：必修课/基础实践类课程

适用专业/开课对象：信息管理与信息系统、电子商务/大一本科生

先修/后修课程：管理学/管理信息系统、电子商务概论

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 杨光明

审批人： 刘洪民

一、课程简介

认知实习是本专业学生了解企业、理解各类企业的主要业务流程、组织管理现状等实际知识的必修环节。认识实习的目的和任务是通过该实习，让学生在学完基础课程和部分专业基础课程后，了解本专业在实际工作中的应用现状，了解管理信息系统在生产实践中的具体实施案例，熟悉企业的生产、制造和管理流程，掌握信息系统在企业中的应用领域。实习过程中通过教师和工程技术人员的当堂授课以及工人师傅们的现场现身说法全面而详细的了解相关材料工艺过程。实习的过程中，学会从技术人员和工人们那里获得直接的和间接地生产实践经验，积累相关的生产知识。通过人事实习，学习本专业方面的生产实践知识，为专业课学习打下坚实的基础，同时也能够为毕业后走向工作岗位积累有用的经验。实习还能让同学早些了解自己专业方面的知识和专业以外的知识，让同学也早些认识到我们将面临的工作问题，让同学明白读大学是要很认真的读，要有好的专业知识，才能为好的实际动手能力打下坚实的基础，更让同学明白了以后要有一技之长，才能迎接以后的挑战。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

5、了解本领域行业运作基本状况和技术发展状态，该领域面临的重大问题及新的机遇。

体现在参观企业和调研准备活动，现场体验企业实际的组织管理业务，提出相应问题，为理论和技术学习做好准备。

8、具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力。

体现在调研参观之前，学生应该进行充分的准备，提升学生自主学习和搜索信息等自我学习和管理的能力。

二、课程内容及教学基本要求

1. 企业组织结构和生产组织过程

了解一般制造企业的组织结构和生产组织过程,熟悉企业各个职能部门的基本办事流程,掌握企业各个职能部门信息的交换方式。

重点支持毕业要求指标点 8.2。

2. 企业信息化运作

了解企业信息化现状,熟悉企业使用的各类信息系统的基本功能和作用以及对企业管理创新和管理现代化的意义,掌握计算机和网络在企业管理中的重要作用。

重点支持毕业要求指标点 2, 8.2。

3. 管理业务流程

了解企业基本的管理业务流程,重点掌握采购管理、生产管理、销售管理、质量管理、库存管理和产品数据管理等流程,了解财务管理、人力资源管理等业务流程。

重点支持毕业要求指标点 8.1, 8.2。

4. 信息系统操作和使用

了解企业使用的各类计算机化的管理信息系统,了解企业计算机应用的软件和硬件环境,熟悉和掌握一个具体管理信息系统的操作和使用过程。

重点支持毕业要求指标点 2,8。

三、课程进程安排

表 3-1 实习进程安排表

序号	主要内容	时间安排 (天/周数)	备注
1	企业组织结构和生产组织过程,	1	
2	企业信息化运作	1	
3	管理业务流程	2	
4	信息系统操作和使用	1	
小计		5	

重点支持毕业要求指标点 2,8

四、考核内容及方式

计分制: 百分制 () ; 五级分制 (√); 两级分制 ()

实习成绩的考核主要根据认知实习的现场综合表现(包括认真程度、守纪情况、实习单位相关人员的评价等)、实习报告质量、教师评价等来确定。各部分所占比例如下:

实习现场综合表现占 20%, 教师评价占 10%, 实习报告质量占 70%。

重点支持毕业要求指标点 8.1, 8.3。

五、持续改进

本课程根据学生认识实习的完成情况、平时认识实习考核情况、实习报告的撰写情况、

相关企业人员的评价、教学专家的评价和意见和学生的反馈建议等，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

六、教材及参考资料

建议教材：

无

参考资料：

[1]陈拥军，汤富源，孟晓明，生产企业信息管理仿真综合实习教程，经济科学出版社，2010.8

企业 ERP 沙盘模拟课程教学大纲

课程代码：0661A000

课程名称：企业 ERP 沙盘模拟/ERP Simulation

开课学期：短 2

学分/学时：1/32

课程类型：必修课/基础实践课程

适用专业/开课对象：市场营销、财务管理、金融工程、公共事业管理、电子商务/二年级本科生

先修课程/后修课程：无特殊要求

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：卢玮

执笔人：赵翼虎

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

ERP 沙盘模拟实验是市场营销专业的基础实验课程。通过本课程的学习，提高学生的决策能力及战略管理能力；认识各种决策与投资策略的市场效果；培养统观全局的能力，体验担当总经理的感受；理解公司任何一个部门的行为对公司全局的影响；了解资金在公司内如何流动，以及资金分配的重要原则；认识变现计划与投资计划的重要性；编制、了解和分析财务报表，学习如何控制成本；理解并学会沟通与协作，培养学生的协作精神；是学生具备创业和创新的一些基本意识和技能。

实验内容包括：企业发展的人力资源规则、不同职务部门的共同价值观和经营理念、建立以整体利益为导向的团队组织、评估内外部环境，掌握制定中、短期经营策略、生产计划与质量管理、匹配市场需求与交货日期、产品研发策略的制定、研发计划的检验与调整、产品组合与市场定位投标与竞标策略制定、研究市场信息抢占市场、建立并维护市场地位；寻找不同市场的赢利机会、产品组合与市场定位投标与竞标策略制定、现金流的管理与控制，编制财务报表；结算投资收益，评估决策效益。

二、教学内容、教学基本要求及学时分配

1. 企业运营管理竞争规则（4 学时）

了解 ERP 的实验规则

教学重点与难点：实验规则和变化情况下的规则

2. 人力资源管理方面（2 学时）

了解基于企业发展的人力资源规则，了解各部门间的沟通意识与技巧，树立不同职务部门的共同价值观和经营理念；理解建立以整体利益为导向的团队组织，认识分工与协作；掌握学习岗位管理。

教学重点与难点：分工与协作；岗位管理。

3. 企业战略规划（4 学时）

理解评估内外部环境，掌握制定中、短期经营策略。

教学重点与难点：制定中、短期经营策略。

4. 生产管理方面（2 学时）

了解通过试制，寻求最理想的生产方式；理解生产计划与质量管理；掌握匹配市场需求与交货日期。

教学重点与难点：生产计划；匹配市场需求

5. 制定研发策略，组织研发（4 学时）

理解产品研发策略的制定；掌握研发计划的检验与调整，必要时选择引进策略

教学重点与难点：产品研发策略

6. 产品生产与销售（4 学时）

理解市场分析与决策，理解产品组合与市场定位投标与竞标策略制定，理解营销效率分析；掌握研究市场信息抢占市场，建立并维护市场地位；寻找不同市场的赢利机会。

教学重点与难点：市场分析和决策

7. 制定促销策略，竞取市场订单（4 学时）

理解市场分析与决策，理解产品组合与市场定位投标与竞标策略制定，理解营销效率分析；掌握研究市场信息抢占市场，建立并维护市场地位；寻找不同市场的赢利机会。

教学重点与难点：市场分析和决策

8. 年度财务预算（4 学时）

理解制定投资计划，评估回收周期；掌握现金流的管理与控制，编制财务报表；结算投资收益，评估决策效益。

教学重点与难点：制定投资计划；评估决策效益

9. 总结本期为下一期准备（4 学时）

理解本期操作不完善的地方，掌握如何改变经营策略，减少劣势，扩大优势。

三、教学方法

通过软件的操作与管理理论、企业实践相结合的方式，让学生理解和掌握现实中的企业经营和管理。

四、课内外教学环节及基本要求

序号	教学内容	重点支持 毕业要求	实验类别	课内学时	课外学时	备注
1	企业运营管理竞争规则		理论讲解	4		必修
2	人力资源管理方面		设计性	2		必修
3	企业战略规划		设计性	4		必修
4	生产管理方面		设计性	2		必修
5	制定研发策略，组织研发		设计性	4		必修
6	产品生产与销售		验证性	4		必修
7	制定促销策略，竞取市场订单		验证性	4		必修
8	年度财务预算		验证性	4		必修
9	总结本期为下一期准备		验证性	4		必修
合计				32		

五、 课外学习要求

上网看看优秀的沙盘选手是如何进行产品研发判断、如何引进设备、如何开拓市场等。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（）；五级分制（）；两级分制（）

本课程成绩由平时成绩、沙盘结果报告成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查到课率、关注度、学习态度等。

考查方式为：点名、参与度。

期末成绩占 70%，主要考查沙盘结果报告。

七、持续改进

本课程根据沙盘实践和比赛的发展，以及学生沙盘实践过程中的实际反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，争取把课程教学和比赛对接起来，做到更好的教学效果和更好的比赛成绩。

八、教材及参考资料

《新道沙盘模拟》实验指导书

创业综合实训课程教学大纲

课程代码：0661A002

课程名称：创业综合实训/Entrepreneurship Practical training

开课学期：短 2

学分/学时：1 /32

课程类型：必修课/基础实践

适用专业/开课对象：经管所有专业/二年级本科生

先修课程/后修课程：市场营销、经济学、管理学等 /营销渠道、营销策划等

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 卢玮

执笔人： 赵翼虎

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

新道 VBSE 创业基础实训平台（VBSE 创业基础版）符合《普通本科学校创业教育教学基本要求（试行）》的要求，是一款适用于大学生《创业基础》课程的实训产品。产品通过信息化技术与手段模拟创业项目筹备过程，解决大学生创业仿真实训的问题。

实训可达到激发学生创新创业意识，了解创新创业过程，掌握创新创业知识，培养创新创业能力的效果。

产品采用模块化的教学设计，可满足各类院校，创业基础实训的差异化需求。是一款可以解决各类院校《创业基础》课程开设过程中系列问题的教学平台。

“通过创业教育教学，使学生掌握创业的基础知识和基本理论，熟悉创业的基本流程和基本方法，了解创业的法律法规和相关政策，激发学生的创业意识，提高学生的社会责任感、创新精神和创业能力，促进学生创业就业和全面发展。”

教学内容方面有：创业、创业精神与人生发展、知识经济发展与创业、创业与职业生涯发展、创业者与创业团队、创业团队、创业机会与创业风险、创业机会评价、创业风险识别、商业模式开发、创业资源、创业融资、创业资源管理、创业计划、撰写与展示创业计划等。

重点支持的毕业要求指标点：1.1 了解创业和创新，对待创新和创业有一个初步的认知
1.2 围绕创业的相关基本理论 1.3 理论转化成实践中的应用管理（特别说明，这门课是对经管学院所有专业开设的。所以这个指标点是单独列出）

二、教学内容、教学基本要求及学时分配

“面向全体学生单独开设《创业基础》必修课”；

激发学生双创意识，了解双创过程，掌握部分双创知识，培养部分双创能力，根据学员特点进行差异化教学，循序渐进的让学员体验双创项目准备过程，完成部分双创项目的构建及融资准备工作。

1、“知”双创（6学时）

了解创业；认识自我；理解认知自我与创业适配度

重点支持毕业要求指标点 1.1

2、创业机会识别（6学时）

了解双创机会识别的基本原理；掌握双创机会识别工具

重点支持毕业要求指标点 1.2

3、团队组建与资源管理（5学时）

了解双创团队的基本要素；理解双创团队组建及资源规划；掌握双创管理工具

重点支持毕业要求指标点 1.2

4、产品调研与分析（3学时）

了解市场调研方法与过程；理解项目市场调研的核心；掌握市场调研工具的使用

重点支持毕业要求指标点 1.3

5、产品及服务创新设计（4学时）

了解双创产品及服务设计的基本原理；理解项目双创产品及服务设计；掌握双创产品及服务设计的方法。

重点支持毕业要求指标点 1.3

6、商业计划书及创业融资（2学时）

了解双创关键因素；完成项目计划书；理解融资的准备；掌握商业计划书的撰写方法。

重点支持毕业要求指标点 1.3

7、路演（3学时）

了解大学生创业大赛概况；理解双创路演的流程；掌握路演技巧

重点支持毕业要求指标点 1.3

8、创业传承与创业经济（3学时）

了解国内百年企业的创业精神；理解创业对国内外经济社会的影响。

重点支持毕业要求指标点 1.2

三、教学方法

通过软件的操作与管理理论、企业实践相结合的方式，让学生理解和掌握双创项目的内涵。

四、课内外教学环节及基本要求

序号	教学内容	重点支持毕业要求	实验类别	课内学时	课外学时	备注
1	“知”双创	1.1	验证性	6	6	必修
2	创业机会识别	1.2	验证性	6	6	必修
3	团队组建与资源管理	1.2	验证性	5	5	必修
4	产品调研与分析	1.3	设计性	3	3	必修
5	产品及服务创新设计	1.3	设计性	4	4	必修

6	商业计划书及创业融资	1.3	设计性	2	2	必修
7	路演	1.3	设计性	3	3	必修
8	创业传承与创业经济	1.2	验证性	3	3	必修
合计				32	32	

五、课外学习要求

多关注企业创新创业成功和失败案例的报道，并从中总结一些规律性的东西。

重点支持毕业要求指标点 1.1、1.2、1.3

六、考核内容及方式

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

本课程成绩由平时成绩、创业计划书结果报告成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 30%，主要考查到课率、关注度、学习态度等。

考查方式为：点名、参与度。

期末成绩占 70%，主要考查创业计划书结果报告。

七、持续改进

本课程根据时代发展和企业发展的要求，对双创课程的上课方式和内容进行持续改进。

八、教材及参考资料

建议教材：

[美] Steven Gary Blank，四步创业法武汉：华中科技大学出版社最新版

参考资料：

[美] 埃里克·莱斯精益创业[M]，北京：中信出版社最新版

企业仿真虚拟实习综合实训教学大纲

课程代码：0661A003

课程名称：企业仿真虚拟实习综合实训/Enterprise Simulation Virtual Practice

开课学期：第三学年短学期

学分/周数：2/64 学时

课程类型：必修课/基础实践类课程

适用专业/开课对象：经管学院所有专业 / 本科三年级学生

先修/后修课程：各专业的课程实验、企业 ERP 沙盘模拟、创业综合实训/毕业实习

开课单位：经济与管理学院

团队负责人： 审核人： 卢玮

执笔人： 卢玮 审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

企业仿真虚拟实习综合实训是经管类学生在毕业实习之前的校内实践课必修环节。此实习课程主要利用新道虚拟商业社会环境 VBSE-跨专业综合实践教学软件，目前，它还是比较成熟的一款可支持全国各类院校的经管类专业开展校内跨专业综合实践教学的软件平台。

基于该平台，可全方位模拟现代真实商业社会环境下，以制造业企业为核心的各类社会组织开展商业活动过程中的各种业务往来关系。利用该平台开展虚拟仿真实实践教学，可让学生在校园内按照不同岗位，就能了解、体验到虚拟商业社会环境下多类社会组织协同工作的方式，认知核心制造业企业及各类社会组织协同工作的业务流程及管理流程。通过在虚拟的现代商业社会环境中的岗位训练，使学生能够提升将来从事经营管理工作所需具备的综合执行能力、综合决策能力和创新创业能力，学会工作、学会思考，从而，培养学生在协同工作中的全局意识和综合职业素养。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1.4 能够在工作实践中理解并遵守职业道德和规范，履行职责。体现在虚拟仿真制造业企业不同岗位上严格执行法律法规、遵循行业职业道德，履行职责；

1.3 具有社会责任感。体现在虚拟仿真岗位实习，让学生明白自己、企业应该承担的社会责任；

2.2 了解企业的管理规律。体现在学生经过不同岗位的虚拟实习及其不同岗位的协调合作，基本掌握了企业的经营管理规律。

2.3 了解商业的本质。体现在学生通过企业上下游价值链的合作，了解商业的本质。

二、课程内容及教学基本要求

1. 团队组建：选拔公司总经理，成立公司，招聘员工（第 1 天）

了解素质测评、团队组建要准备的工作；理解企业文化建设、系统操作训练；掌握人力资源的选拔及其原则。

重点支持毕业要求指标点 1.4、1.3

2. 固定数据阶段的企业经营（第2天、第3天）

根据软件系统内置的制造业企业数据，学生从供应商材料采购开始，不同岗位的学生积极配合，共同完成生产、销售、物流、售后服务等整个企业经营流程。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3

3. 自主经营阶段的企业经营（第4天、第5天）

学生在熟悉上述经营过程后，打破系统的数据局限，自主经营企业。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3

4. 实训总结（第5天下午）

学生各个团队及各家公司，根据自己的经营表现，进行共同的探讨，总结经营结果。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3

三、课程进程安排

表 3-1 实习进程安排表

序号	主要内容	时间安排 (天/周数)	备注
1	素质测评、团队组建、企业文化建设及汇报、系统操作训练	第1天	
2	期初建账、固定数据阶段月初任务、	第2天	
3	固定数据阶段月中任务、固定数据阶段月末任务	第3天	
4	自主经营阶段	第4天	
5	自主经营阶段、实训总结	第5天	
小计		1周	

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3

四、考核内容及方式

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

实习成绩的考核主要根据企业仿真虚拟实习的现场综合表现（包括认真程度、守纪情况、团队相关人员的评价等）、实习报告质量、企业经营的盈利情况等来确定。各部分所占比例如下：

团队相关人员的评价占 10%，教师评价占 20%，实习报告 20%，企业经营的盈利情况 50%。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3

五、持续改进

本课程根据学生实习的完成情况、平时实习考核情况和、企业经营情况等，征求老师和学生反馈意见后，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

重点支持毕业要求指标点 2.2、2.3

六、教材及参考资料

建议教材：

[1] 《VBSE 企业综合运营全景演练》清华大学大学出版社作者：卢德湖赵巧

网络营销策划实践教学大纲

课程代码：0654A250

课程名称：网络营销策划实践/The practice of marketing plans

开课学期：5

学分/学时：1/16 1周（实践学时：16）

课程类别：必修/基础实践

适用专业/开课对象：电子商务/三年级本科生

先修/后修课程：先修：计算机应用基础，网页设计与制作

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 荣珏

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

该实践是一门对网络营销进行策划的实践课程。该本课作为网络营销技术应用的配套实验课程，通过学习网络营销的理论体系与实际运作的技能训练，掌握制定网络营销计划的方法，培养学生分析网络营销的现状、发展趋势的能力，使学生具备从事电子商务实践，制定网络营销计划的能力。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

毕业要求 4.1，具备通过互联网平台进行营销的能力，能够策划电商相关营销方案。

体现在学生在学习本课程后制定网络营销计划，利用互联网平台进行营销实战。

二、教学内容、基本要求及学时分配

指导学生有计划有步骤地完成一个网络营销策划。重点支持毕业要求指标点 4.1。

1. 分析企业内部及所处环境具体情况（1 学时）

了解 SWOT 方法；理解企业内部与外部环境的各个要素；掌握用 SWOT 分析企业具体情况的方法。；重点支持毕业要求指标点 4.1。

2. 进行网络营销战略规划（1 学时）

了解 ESP 模型；理解 MOA（市场机会分析）；掌握用 ESP 模型进行网络营销战略规划方法；重点支持毕业要求指标点 4.1。

3. 确定网络营销具体目标（2 学时）

了解网络营销具体目标诸要素；理解网络营销具体目标细分的意义；掌握用制定网络营销具体目标的方法；重点支持毕业要求指标点 4.1。

4. 制定网络营销的策略（2 学时）

了解各种网络营销的策略；理解不同策略的优缺点和适用范围；掌握制定网络营销策略

的方法；重点支持毕业要求指标点 4.1。

5. 制定网络营销的具体计划（2 学时）

了解不同网络策略下具体计划的异同；理解具体步骤计划的取舍修改依据；掌握制定网络营销的具体方法；重点支持毕业要求指标点 4.1。

6. 制定网络营销预算（2 学时）

了解各种网络营销具体计划所需大致的经费；理解各种预算方案的不同适应情况；掌握根据实际情况进行网络营销预算的方法；重点支持毕业要求指标点 4.1。

7. 制定完整的网络营销计划的文档（6 学时）

了解制定网络营销计划文档的方法；理解内容丰富，格式规范的网络营销计划文档的意义；掌握制作网络营销计划文档的方法；重点支持毕业要求指标点 4.1。

8. 制作网络营销网站（课外 12 学时，选修）

了解制定网络营销网站的方法；理解网络营销网站的意义；掌握制作网络营销网站的方法；重点支持毕业要求指标点 4.1。

三、教学方法

本实验课程作为网络营销进行策划的实践课程，要求紧扣企业实际，从分析问题解决问题的角度进行网络营销策划，对于不同的企业实际情况要求采取不同的策略和方法，并且合情合理。教师需在试验课程中及时跟踪学生的进度，了解学生进行网络营销策划的思想脉络，一方面鼓励学生大胆创新，另一方面要对明显不切实际的网络营销策划提出改进建议。

重点支持毕业要求指标点指标点 4.1。

四、课内外教学环节及基本要求

序号	教学内容	重点支持毕业要求	实验类别	课内学时	课外学时	备注
1	分析企业内部及所处环境具体情况	4.1	研究性	1		必修
2	进行网络营销战略规划	4.1	研究性	1		必修
3	确定网络营销具体目标	4.1	综合性	2		必修
4	制定网络营销的策略	4.1	综合性	2		必修
5	制定网络营销的具体计划	4.1	综合性	2		必修
6	制定网络营销预算	4.1	综合性	2		必修
7	制定完整的网络营销计划的文档	4.1	综合性	6		必修
8	制作网络营销网站	4.1	设计性		12	选修
合计				16	12	

五、课外学习要求

及时跟踪网络营销的新策略，新方法，有技术能力的同学应该制作网络营销网站。

重点支持毕业要求指标点 4.1。

六、考核内容及方式

计分制：百分制（○）；五级分制（√）；两级分制（○）

本课程成绩由平时成绩和营销策划文档成绩组合而成。各部分所占比例如下：

平时成绩占 20%，主要考查学生的出勤以及学习态度等。考查方式为：考勤和学生分析问题查找相关资料的能力与态度。重点支持毕业要求指标点 4.1。

期末成绩占 80%，主要考查学生的营销策划文档的规范性，合理性，创新性等。考查方式为：教师审阅营销策划文档。重点支持毕业要求指标点 4.1。

六、持续改进

本课程根据网络营销发展的特点，及时对教学中不足之处进行改进并对教学内容进行补充，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

七、教材及参考资料

建议教材：

教师自拟

参考资料：

[1] 刘家才. 网络营销实验教程[M]. 成都：电子科技大学出版社，2014

[2] 华迎. 网络营销实验教程[M]. 北京：对外经贸大学出版社，2013

掌握市场调查策划书的写法。分析和把握市场调查的主要内容、程序及原则。

重点支持毕业要求指标点 5.2, 7.1。

3. 问卷设计

掌握问卷设计的原则与方法,根据调查项目的目的,及策划的内容,设计一份完整的市场调查的问卷。

重点支持毕业要求指标点 5.2。

4. 实地调查:

了解不同的实地调查方法;掌握如何划分调查范围,确定调查对象。

重点支持毕业要求指标点 5.2。

5. 整理市场调查资料

运用一定的市场调查资料整理技术,整理分析材料,准确反映市场现状,并对其发展做出预测。

重点支持毕业要求指标点 2.2。

6. 撰写市场调查分析报告

掌握市场调查报告的写作方法。

重点支持毕业要求指标点 7.1。

三、课程设计(学年论文)进程安排

表 3-1 课程设计(学年论文)进程安排

序号	主要内容	计划时间 (天/周数)	重点支持毕业要 求指标点
1	布置任务,查阅资料,确定调查主题	1 天	2.2, 5.2
2	拟定市场调查策划书,设计问卷	3 天	5.2, 7.1
3	开展调查	3 天	5.2
4	整理分析调查数据	2 天	5.2.2.2
5	撰写调查分析报告	1 天	7.1
小计		10 天	

四、课程设计(学年论文)考核方法及要求

计分制:百分制(○);五级分制(√);两级分制(○)

本课程设计(学年论文)成绩考核的主要根据课程设计的综合表现(包括认真程度、守纪情况等)和课程设计报告的撰写质量等来综合确定。采用五级计分制。各部分所占比例为:

课堂表现占 40%,主要考察学生学习态度,对市场发展趋势的把握能力等。重点支持毕业要求指标点 5.2。

调查报告占 60%,主要考察学生数据分析方法与技术的运用能力,调查报告文档的撰写质量。重点支持毕业要求指标点 2.2, 7.1。

五、持续改进

本课程根据教学效果和学生反馈及时对教学中不足之处进行改进,并在下一轮课程教学中改进提高,确保相应毕业要求指标点达成。

六、教材和参考资料

建议教材:

[1]张灿鹏,郭砚常主编,《市场调查与分析预测》,清华大学出版社,2013

参考资料:

[1]李昊主编,市场调查与预测,中国人民大学出版社,2016

[2]李国强,苗杰著,市场调查与市场分析(第2版),中国人民大学出版社,2010

[3]冯利英等著,市场调查——理论、分析方法与实践案例,经济管理出版社,2016

学年论文教学大纲

课程代码：0654A000

课程名称：学年论文/Term Paper

开课学期：6

学分/周数：1/1 周

课程类型：必修课/基础实践类课程

适用专业/开课对象：电子商务/三年级本科生

先修/后修课程：无 /无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 史红霞

审批人： 刘洪民

一、课程简介（学年论文性质、目的、任务和内容）

学年论文是专业人才培养方案的重要组成部分，是实践教学重要环节之一，是培养学生创新精神和科研能力的重要手段。开展学年论文活动的目的在于培养学生发现问题、收集资料、分析问题、解决问题的能力；指导学生学会对所学专业基础知识（包括信息技术基础、数据库原理与应用、网页设计与制作、管理信息系统、Web 程序设计、软件工具、运筹学、会计学、经济法、统计学、移动商务应用开发、JAVA 程序设计、数据仓库与大数据挖掘、信息系统分析与设计等课程）的具体应用实践，为学生进一步进行专业学习、从事科学研究和实践活动打下必要的专业基础；训练学生按照学术规范进行论文写作的能力，为学位论文的撰写打好基础。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

8.2 掌握良好的学习方法，具有一定的探索知识的能力

体现在能培养学生发现问题、收集资料、分析问题能力，提升学生探索知识的能力。

8.3 具有了解和跟踪本专业学科发展趋势的能力

通过论文选题、文献检索、资料查询及学年论文的写作过程中，达到提高本专业学科发展趋势的能力。

二、学年论文内容及教学基本要求

学年论文需要完成：

1.开题报告。开题报告是学生在选定题目以后，通过认真查阅文献和收集资料，明确该选题的研究目的和意义、研究现状，确定研究方向与内容，理清解决问题的基本思路，拟定学年论文写作方案和日程的过程，学生必须撰写学年论文开题报告，开题报告通过后，方可进入完成学年论文工作阶段。

2.学年论文撰写。内容主要包括学年论文题目、作者、中文摘要、中文关键词、英文摘

要、英文关键词、引言、正文、结论、致谢、参考文献及附录等部分组成，要求观点正确，结构严谨、层次清晰，文字流畅，无错别字。文本主体（包括引言、正文与结论）字数在5000字左右，参考文献数量应在8篇以上，其中60%以上应为期刊，并注意参考一些近期出版的期刊。

重点支持毕业要求指标点 8.2、8.3。

四、学年论文进程安排

表 3-1 学年论文进程安排

序号	主要内容	计划时间 (天/周数)	重点支持毕业要 求指标点
1	学年论文选题	0.5	8.2、8.3
2	查阅文献和收集资料	1.0	8.2、8.3
3	写开题报告	1.0	8.2、8.3
4	正文的撰写	4.5	8.2、8.3
小计		7	

四、课程设计（学年论文）考核方法及要求

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

本学年论文成绩考核主要根据学年论文的综合表现（包括认真程度、守纪情况等）和学年论文的撰写质量等来综合确定。采用五级计分制。各部分所占比例为：

综合表现占30%，主要考察认真程度、守纪情况等。重点支持毕业要求指标点 8.2、8.3。

撰写质量占70%，主要根据论文综合质量。重点支持毕业要求指标点 8.2、8.3。

五、持续改进

根据学生提交的学年论文情况，在下一轮学年论文指导中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

六、教材和参考资料

建议教材：

根据学年论文选题情况而定。

参考资料：

根据学年论文选题情况而定。

数据库课程设计教学大纲

课程代码：0654A200

课程名称：数据库课程设计 /Course Design for Databaes

开课学期：3

学分/周数：1/1 周

课程类型：必修课/专业实践类课程

适用专业/开课对象：电子商务/二年级本科生

先修/后修课程：数据库原理与应用/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 史红霞

审批人： 刘洪民

一、课程简介（课程设计性质、目的、任务和内容）

通过本课程设计环节训练，加深对数据库原理与应用课堂理论学习的理解，增强动手能力；本课程设计可以通过小组的形式进行，以培养学生合作的能力，为毕业设计作好实践环节上的准备。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

8.2 掌握良好的学习方法，具有一定的探索知识的能力

体现在能培养学生发现问题、分析问题能力，提升学生综合运用所学知识解决实际问题的能力。

8.3 具有了解和跟踪本专业学科发展趋势的能力

通过课程设计，提升学生文献检索、资料查询及实际动手能力。

二、课程设计内容及教学基本要求

1. 分工：课程设计以小组（3-4人）的形式进行，以培养学生合作与沟通的能力，了解数据库开发的一般过程，为毕业设计作好实践环节上的准备。

2. 选题：课程设计题目的确定可以由指导教师提供一部分参考题目，学生也可以自己选题（需经指导教师审核），一方面激发学生的兴趣，充分调动学生的积极性；另一方面也可以培养学生的分析能力与解决实际问题的能力。

3. 需求分析：从系统规划开始，进行需求分析、系统设计的实际操作。了解系统开发的流程，掌握需求分析的一般方法。

4. 数据库设计：掌握使用典型的数据库管理系统和数据库开发工具进行数据库设计与操作（如 ER 图设计，建库、建立完整性约束，对数据库中数据进行查询，更改等操作）的

方法；熟练掌握 SQL 语言及数据库管理技术；开发出功能较完善并有一定实际应用价值的数据库应用系统。

重点支持毕业要求指标点 8.2、8.3。

五、课程设计进程安排

表 3-1 课程设计进程安排

序号	主要内容	计划时间 (天/周数)	重点支持毕业要 求指标点
1	分组、选题、系统规划、需求分析、数据流图描述	1.0	8.2、8.3
2	ER 图、数据库设计、系统功能实施	2.5	8.2、8.3
3	课程设计报告撰写	1.5	8.2、8.3
小计		5	

四、课程设计考核方法及要求

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

本课程设计成绩考核主要根据课程设计的综合表现（包括认真程度、守纪情况等）和课程设计水平等来综合确定。采用五级计分制。各部分所占比例为：

综合表现占 30%，主要考察认真程度、守纪情况等。重点支持毕业要求指标点 8.2、8.3。

撰写质量占 70%，主要根据课程设计质量。重点支持毕业要求指标点 8.2、8.3。

五、持续改进

根据学生课程设计情况，在下一轮课程设计指导中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

六、教材和参考资料

建议教材：

1. 萨师煊、王珊，《数据库系统概论》（第 5 版）（普通高等教育十五国家级规划教材），高等教育出版社，2015 年版。

参考资料：

1. 何玉洁编著，《数据库原理与应用》（第 2 版），机械工业出版社，2011 年版。
2. 严冬梅编著，《数据库原理》，清华大学出版社，2011 年版。
3. 付立平编著，《数据库原理与应用》，高等教育出版社，2011 年版。

Java 高阶课程设计教学大纲

课程代码：0654A252

课程名称：Java 高阶课程设计/Course Design for Advanced Java Programming

开课学期：4

学分/周数：1/1

课程类型：选修课/专项设计课程

适用专业/开课对象：电子商务/二年级本科生

先修/后修课程：Java 语言程序设计，Java 高阶、数据库原理与应用/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：张蕾

审批人：刘洪民

一、课程简介（课程设计性质、目的、任务和内容）

Java 高阶课程设计课程是对学生 Java 语言程序设计能力的综合检验。该独立实践教学环节要求学生综合运用 Java 语言程序设计、Java 高阶、数据库原理与应用等课程所学知识和技能独立完成一个小型系统的设计和开发。课程设计项目由学生自行组成 3-5 人团队，根据兴趣在任课教师拟定的题目范围内选择。通过本课程学习，学生将进一步提高 Java 程序设计能力，特别是 Java 高级特性的应用能力，初步具备独立设计并开发一个小型信息系统的的能力；学生将进一步学习开发文档的撰写，具备基本的规范化开发文档撰写能力；学生将在团队分工协作的过程中学习软件开发团队的管理，并提高自身沟通交流能力。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.4 掌握计算机基本知识，具备基本的软件设计和程序开发能力，能解决电子商务软件设计开发和管理维护等问题

体现在 Java 高阶课程在 Java 语言程序设计的基础之上进一步学习了多线程编程技术、网络编程、数据库编程、图形编程等高级特性，本课程设计将有针对性的重点训练以上内容，从而提高学生的软件设计和程序开发能力。

7.1 具备就复杂工程问题进行准确有效的陈述发言、清晰表达或回应指令的能力，以及具备撰写报告和设计文稿的能力。

体现在课程设计报告由需求分析、设计以及测试报告等部分组成，学生将在课程设计的进一步学习相关文档的规范撰写方法，从而具备清晰书面表达技术要求、设计内容、设计结果等的的能力。

8.2 掌握良好的学习方法，具有一定的探索知识的能力

体现在课程设计过程中，学生需要根据所选择的课题，查阅大量相关资料，学习一些新的技能来完成课程设计报告的撰写和程序的编写。将有效激发学生学习主动性，培养其自主

学习终身学习，适应发展的能力。

二、课程设计内容及教学基本要求

1. 需求分析

学生自由组织 3-5 人小组，根据兴趣在教师拟定的题目中选择，采用面向对象的方法进行系统需求分析，明确用户需求、定位系统目标。撰写需求分析报告。

重点支持毕业要求指标点 2.4, 7.1, 8.2。

2. 程序设计

掌握概要设计及详细设计的内容，根据所选题目完成程序设计报告。

重点支持毕业要求指标点 2.4, 7.1。

3. 编码实现

根据项目设计报告完成具体模块的算法设计，编码实现。

重点支持毕业要求指标点 2.4, 8.2。

4. 程序测试

理解测试的重要性，掌握测试方案的制订，规范化测试报告的撰写。

重点支持毕业要求指标点 2.4, 8.2。

三、课程设计进程安排

表 3-1 课程设计进程安排

序号	主要内容	计划时间 (天/周数)	重点支持毕业要 求指标点
1	需求分析	0.5	2.4, 7.1, 8.2
2	程序设计	0.5	2.4, 7.1
3	编码实现	3.5	2.4, 8.2
3	程序测试	0.5	2.4, 8.2
小计		5	

四、课程设计考核方法及要求

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

本课程设计成绩考核主要根据课程设计的态度（包括认真程度、守纪情况等）、课程设计工作量和质量以及课程设计报告的撰写质量等来综合确定。采用五级计分制。各部分所占比例为：

课程设计态度占 10%，主要考查学生课程设计的认真程度和合作态度、守纪情况等。重点支持毕业要求指标点 1.4、8.2。

课程设计的工作内容占 40%，主要考查程序实现的功能和性能。重点支持毕业要求指标点 2.4。

课程设计报告占 50%，主要考查报告内容的完整性、报告格式的规范性。重点支持毕业要求指标点 2.4, 7.1。

五、持续改进

本课程根据学生课程设计的完成情况、程序的编写质量、报告的撰写质量和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

六、教材和参考资料

建议教材：

无

参考资料：

- [1] 凯 S.霍斯特曼. Java 核心技术卷 I 基础知识（原书第 10 版）[M]. 北京：机械工业出版社. 2016
- [2] 凯 S.霍斯特曼. Java 核心技术卷 II 高级特性（原书第 9 版）[M]. 北京：机械工业出版社. 2013
- [3] 梁勇（Y.Daniel Liang）.Java 语言程序设计（基础篇原书第 10 版）[M].北京：机械工业出版社. 2015
- [4]梁勇（Y.Daniel Liang）.Java 语言程序设计（进阶篇原书第 10 版）[M].北京：机械工业出版社. 2016
- [5] BruceEckel, Java 编程思想（第四版）. 北京：机械工业出版社. 2007.
- [6] 耿祥义. Java 2 实用教程（第 4 版）.北京：清华大学出版社. 2012.
- [7] 宋晏, 杨国兴. Java 程序设计及应用开发. 北京：机械工业出版社. 2016.

电子商务系统分析与设计课程设计教学大纲

课程代码：0654A253

课程名称：电子商务系统分析与设计课程设计/Course Design of E-commerce System
Analysis and Design

开课学期：6

学分/周数：1/1

课程类型：必修课/专项设计课程

适用专业/开课对象：电子商务/三年级本科生

先修/后修课程：电子商务系统分析与设计、程序设计语言、数据库原理与应用、计算机网络与应用/无

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：张蕾

审批人：刘洪民

一、课程简介（课程设计性质、目的、任务和内容）

电子商务系统分析与设计课程设计与电子商务系统分析与设计课程配套开设，本独立实践教学环节是对电子商务系统分析与设计、程序设计语言、数据结构、数据库原理与应用、计算机网络与应用等各部门先修课程所学知识的综合实践，要求学生综合运用前期所学课程知识和技能，独立或以团队的形式合作完成一个电子商务系统的规划、分析、设计与实施工作。通过本课程教学，学生应达到下列教学目标：

1、加深对电子商务系统基础理论和基本知识的理解，掌握电子商务系统分析、设计和实施的基本方法，提高解决实际管理问题、开发系统的实践能力。

2、充分调动学生的自主学习能力，培养学生通过不断探索分析解决问题的能力。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

3.1 掌握电子商务系统的分析方法、设计方法

体现在通过本课程学习，学生将对电子商务系统整个生命周期中各个阶段有全面的了解，能够将前期所学程序设计、数据库原理、管理信息系统等各门课程知识有机结合起来，加以综合运用，从而掌握电子商务系统的分析方法、设计方法，具备独立完成系统分析设计工作的教学目标。

3.3 具有多种平台下电子商务软件的设计开发能力

本课程及配套的课程设计将以团队作业的形式，让学生根据自己的兴趣及能力特长选择相应的项目，综合运用前期所学各种平台下电子商务软件设计开发的知识和技能，完成电子商务系统的分析和设计工作，从而进一步培养学生多平台下软件的设计开发能力。

7.1 具备就复杂工程问题进行准确有效的陈述发言、清晰表达或回应指令的能力，以及

具备撰写报告和设计文稿的能力。

体现在掌握系统规划、分析、设计报告的规范格式，具备清晰书面表达技术要求、设计内容、设计结果等的的能力。

8.2 掌握良好的学习方法，具有一定的探索知识的能力

体现在课程设计过程中，学生需要根据所选择的课题，查阅大量相关资料，学习一些新的技能来完成课程设计报告的撰写和程序的编写。将有效激发学生学习主动性，培养其自主学习终身学习，适应发展的能力。

二、课程设计及教学基本要求

1. 电子商务系统规划和分析

自由组织 3-5 人小组，根据兴趣选题，熟悉企业（或组织）的基本状况，理解企业（或组织）的业务流程，分析业务流程存在的问题；进行系统可行性分析，论证该电子商务系统开发的可行性。进一步采用结构化生命周期法或面向对象的方法进行系统需求分析，明确用户需求、定位系统目标。撰写系统规划报告和系统分析报告。

重点支持毕业要求指标点 3.1, 3.3, 7.1, 8.2。

2. 电子商务系统设计

掌握电子商务系统的概要设计，包括系统的总体布局设计、系统的总体结构设计等；掌握并熟悉电子商务应用系统的详细设计的内容，主要包括数据库设计、代码设计、用户界面设计和系统处理过程的设计。掌握系统设计报告的撰写。

重点支持毕业要求指标点 3.1, 3.3, 7.1, 8.2。

3. 电子商务系统实施

掌握电子商务系统实施的主要内容，掌握算法的设计、源程序编写、系统测试及发布过程；理解系统安装转换、维护与管理。掌握系统实施报告的撰写内容和方法。

重点支持毕业要求指标点 3.1, 3.3, 7.1, 8.2。

三、课程设计进程安排

表 3-1 课程设计进程安排

序号	主要内容	计划时间 (天/周数)	重点支持毕业要 求指标点
1	电子商务系统规划和分析	1	3.1, 7.1, 8.2
2	电子商务系统设计	2	3.1, 3.3, 7.1, 8.2
3	电子商务系统实施	4	3.1, 3.3, 8.2
小计		7	

四、课程设计考核方法及要求

计分制：百分制（○）；五级分制（√）；两级分制（○）

本课程设计成绩考核的主要根据课程设计的态度、课程设计工作量和质量以及课程设计报告的撰写质量等来综合确定。采用五级计分制。各部分所占比例为：

课程设计态度占 10%，主要考查学生课程设计的认真程度和合作态度、守纪情况等。重点支持毕业要求指标点 1.4、8.2。

课程设计的工作内容占 40%，主要考查电子商务系统开发实施的功能和性能。重点支持毕业要求指标点 3.1、3.3。

课程设计报告占 50%，主要考查报告内容的完整性、报告格式的规范性。重点支持毕业要求指标点 3.1、7.1。

五、持续改进

本课程根据学生课程设计的完成情况、程序的编写质量、报告的撰写质量和学生、教学督导等反馈，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

六、教材和参考资料

建议教材：

无

参考资料：

- [1] 吴子珺主编. 电子商务系统分析与设计[M]. 北京：机械工业出版社，2015
- [2] 张凯. 电子商务系统分析与设计[M]. 北京：清华大学出版社，2014
- [3] 宫小全. 电子商务系统分析与设计（第2版）. 北京：清华大学出版社，2013

管理实习教学大纲

课程代码：0653A008

课程名称：管理实习/Management Practice

开课学期： 7

学分/周数：5/5

课程类型：必修课/专业实践类课程

适用专业/开课对象：信息管理与信息系统、电子商务/大四本科

先修/后修课程：管理学、管理信息系统、电子商务概论

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人： 杨光明

执笔人： 邵雷

审批人： 刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

管理实习是本专业学生教学的必修环节。学生通过课堂学习和训练，已基本掌握信息管理与信息系统、电子商务的专业知识，使学生有机会将课堂理论教学与实际相联系，从而更好地理解和掌握这些知识，并逐步培养其应用、管理实践能力和素养。管理实习的主要内容是通过较为全面地了解企业信息化建设的现状，学习企业成功的管理、实践经验；通过理论联系实际，深入接触信息系统应用、信息与系统管理、电子商务系统及运作等的实际工作，运用信息管理与信息系统、电子商务专业知识从应用、管理、设计、开发、运营等角度分析和解决企业实践中的问题。通过在企业的深入实习，使学生能够加深对社会的认识，端正工作态度，学习工作方法，锻炼专业技能，为学校与社会的对接、专业与工作的融合奠定基础，涉猎信息管理与信息系统、电子商务领域的实践问题与前沿课题；也为毕业实习和毕业设计、毕业论文选题和专业拓展提供素材。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

8.3 具有了解和跟踪本专业学科发展趋势的能力（电子商务专业）

3.3 具有一定的企业信息处理、流程规划与设计、企业诊断分析、统计分析等能力（信息管理与信息系统专业）

二、课程内容及教学基本要求

1. 第一阶段：

了解企业、公司的具体情况；理解企业、公司的产品和行业背景。

2. 第二阶段：

了解企业的管理结构、理解企业、公司的生产组织形式；掌握管理模式。

3. 第三阶段：

了解企业、公司信息化、电子商务运营的内容；理解企业、公司信息化的运行状况；掌握企业、公司信息化、电子商务网站维护情况。

4. 第四阶段:

了解企业、公司电子商务网站和管理信息系统规划、开发过程；掌握企业、公司电子商务网站及管理信息系统评价方法、信息的收集过程。有条件的可参与电子商务软件和信息系统设计、开发、维护，信息管理和信息化建设的相关业务工作，并适当地提出合理化建议。

选取有一定规模的生产、制造企业、软件开发、科技公司等，了解企业管理状况、参与相关的系统软件、电子商务网站的开发和运营等。通过管理实习，让学生了解本专业在实际工作中的具体现状，培养学生实践动手的能力，与人交往的能力。

学生在实习单位进行实习，严格遵循实习单位的作息时间。服从实习单位的工作安排。重点支持以下毕业要求指标点 8.3（电子商务专业），3.3（信息管理与信息系统专业）。

三、课程进程安排

表 3-1 实习进程安排表

序号	主要内容	时间安排 (天/周数)	备注
1	了解企业、公司的具体情况、产品和行业背景	2	
2	了解企业的管理结构、生产组织形式	2	
3	了解企业信息化、电子商务的内容、运行和维护情况	2	
4	与企业电子商务系统和管理信息系统规划、调查、需求分析、设计、开发和实施、维护、评价工作	13	
5	参与电子商务系统、信息系统的软件设计、开发工作	5	
6	参与企业信息的采集、管理工作等	2	
7	完成实习总结报告	1	
小计		25	

重点支持毕业要求指标点 8.3（电子商务专业），3.3（信息管理与信息系统专业）。

四、考核内容及方式

计分制：百分制（○）；五级分制（√）；两级分制（○）

实习成绩的考核主要根据企业实习的现场综合表现（包括认真程度、守纪情况、实习单位相关人员的评价等）、实习的工作量、实习报告质量、实习成果等来确定。各部分所占比例如下：

实习企业单位相关人员的评价占 50%，教师评价占 50%。

重点支持毕业要求指标点 8.3（电子商务专业），3.3（信息管理与信息系统专业）。

五、持续改进

本课程根据学生管理实习的完成情况、平时实习考核情况和管理实习报告的撰写情况，及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

六、教材及参考资料

指导教材：

采用自编的实习指导书，浙江科技学院校内印刷

参考资料：

1. 系统分析、设计类书籍
2. 程序开发、网站开发类书籍
3. 数据分析、网站运营类书籍
4. 信息技术介绍类书籍

毕业实习教学大纲

课程代码：0653A001

课程名称：毕业实习/Graduate Practice

开课学期：8

学分/学时：8/8 周

课程类型：必修课/专业实践类课程

适用专业/开课对象：电子商务

先修课程/后修课程：

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：张蕾

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

毕业实习是电子商务专业学生的必修实践教学环节，要求学生在实际的企事业单位中，综合运用大学期间所学习的各种知识和技能分析问题解决问题，是对学生综合素质和能力的全面考核。通过毕业实习：（1）培养学生综合应用所学的基础理论和专业知识分析具体问题的能力，以及运用所掌握的电子商务方面的相关理论和信息技术解决实际问题的能力；（2）在实习中，巩固和加深学生对基本理论和专业知识的理解，进一步激发学生的创新意识和探索精神；（3）通过毕业实习，培养学生良好的沟通能力，训练学生严谨的思维方式，养成认真不苟的工作作风；最终使学生能够胜任商贸流通、金融机构、第三方电子商务平台及制造企业的电子商务经营管理和技术支持，或网络信息公司及其他相关行业中电子商务系统的规划、分析、设计、开发和评估工作。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

1.4 能够在工作实践中理解并遵守职业道德和规范，履行职责

体现在能遵守企业的相关规定，认真完成领导交予的任务。

2.能够将数学、经济学、管理学的基础理论知识以及计算机相关技术用于解决电子商务领域中的运营管理或技术开发问题。

体现在能够综合运用所学知识和技能，完成企业实习导师规定的任务。

3.能够根据企事业单位对电子商务的特定需求，为其分析、设计并开发相应的电子商务系统

体现在能够综合运用所学知识和技能，完成企业实习导师规定的任务。

4.具备电子商务企业运营管理及从事网络营销的基本能力

体现在能够综合运用所学知识和技能，完成企业实习导师规定的任务。

7.具备良好的沟通和交流能力，一定的国际视野，能够在跨文化背景下工作。

体现在实习报告撰写完整、详实。

8.具有自主学习和终身学习的意识，有不断学习和适应发展的能力

体现在能够根据所分配的任务，在大学期间所学习的知识和技能基础之上，自主学习新的知识和技能，用于解决实习岗位工作中所遇到的问题。

二、 课程内容及教学基本要求

1. 进入企业

了解所实习企事业单位的现状，特别是该企事业单位对电子商务的需求、应用现状；了解自己实习岗位的工作性质和对企业发展的作用；了解所实习企业的组织结构，并能运用管理学所学知识分析该企业的基本状况，以及发展预期。

重点支持毕业要求指标点 1.4、2、7。

2. 完成企业导师所交予的任务

通过实习，了解和体验从学生到职业人的过渡和转变；学习在工作中如何成功地与人进行沟通和交往；从所学的专业知识、动手能力等方面总结自己的差距；逐渐认识学校与职场、学习与工作、学生与员工之间存在的差异，努力适应未来的工作环境；由一个学生成功过渡到职业人。

重点支持毕业要求指标点 2、3、4、8。

3. 完成实习报告

通过在企业的实习，按学校的规定和要求完成实习报告。

重点支持毕业要求指标点 7。

三、 课程进程安排

表 3-1 实习进程安排表

序号	主要内容	时间安排 (天/周 数)	备注
1	了解实习企业	3 天	
2	完成企业导师所交予的任务	35 天	
3	撰写实习报告	2 天	
小计		40 天	

四、考核内容及方式

计分制：百分制（）；五级分制（√）；两级分制（）

实习成绩的考核主要根据实习导师的评价（包括认真程度、守纪情况、实习任务完成情况等）和实习报告来确定。各部分所占比例如下：

实习企业单位相关人员的评价占 70%，教师评价占 30%。

五、持续改进

本课程根据学生实习的完成情况、实习过程中与教师的联系情况，实习单位相关人员的评价和反馈，实习报告撰写质量及时对教学中不足之处进行改进，并在下一轮课程教学中改进提高，确保相应毕业要求指标点达成。

六、教材及参考资料

无

毕业设计（论文）教学大纲

课程代码：0655A001

课程名称：毕业设计（论文）/Graduate Project (Thesis)

开课学期：8

学分/周数：8/8周

课程类别：必修课；专业实践类课程

适用专业/开课对象：电子商务/四年级本科生

先修课程：

开课单位：经济与管理学院

团队负责人：

审核人：杨光明

执笔人：张蕾

审批人：刘洪民

一、课程简介（包含课程性质、目的、任务和内容）

毕业设计（论文）是高校实现人才培养目标的重要教学环节，是培养学生综合运用所学的基础理论、专业知识和基本技能从事经营管理、产品设计与开发等工作的重要过程。通过毕业设计，可提高学生分析、解决问题和科学研究工作的能力，提高学生的实践应用能力和综合素质，培养学生的创新精神和创业能力。通过毕业设计（论文）训练，学生应达到下列教学目标：①掌握从事电子商务领域相关工作的基本技能；②了解和接触行业和学科前沿性课题，使知识体系在广度和深度两方面得以补充，使学生对所学知识结构的合理性和先进性做出判断；③训练实际的运营管理能力、产品开发能力及分析解决实际问题的能力。④提高文献检索和阅读能力，提高报告书写能力和语言表达能力；⑤提高学生的团队合作能力和综合素质，为学生毕业后从事电子商务相关运营管理，产品设计与开发等工作提供必要的专业知识和基本技能。

本课程重点支持以下毕业要求指标点：

2.1 具备本学科领域相关的基础数学知识，并能用于解决电子商务领域复杂的管理和开发问题。

体现在开题报告、毕业设计（论文）中，能合理选用相应的数学工具进行建模、统计、分析等，从而解决电子商务相关的问题。

2.3 掌握管理学基本原理，相关基础理论和方法，能用于解决电子商务企业的运营管理问题。

体现在电子商务运营管理方向论文，能够在开题报告及毕业设计（论文）中灵活运用管理学相关理论方法解决具体的问题。

2.4 掌握计算机基本知识，具备基本的软件设计和程序开发能力，能解决电子商务软件设计开发和管理维护等问题。

体现在电子商务平台设计与开发方向毕业设计（论文），能够灵活运用所学的信息技术知识以及程序开发技能设计、开发简单的电子商务软件，或建设相关平台等。

3.1 掌握电子商务系统的分析方法、设计方法。

体现在电子商务平台开发方向毕业设计中能够完成电子商务系统的基本软件需求分析、可行性分析、概要设计、详细设计等。

3.3 具有多种平台下电子商务软件的设计开发能力

体现在电子商务平台软件开发方向毕业设计，能够运用程序设计语言，设计并开发出具有一定功能的电子商务软件。

4.1 具备通过互联网平台进行营销的能力，能够策划电商相关营销方案

体现在运营管理类毕业论文中能够对市场进行合理分析和预测，根据实际需求策划相应的营销方案。

5.1 理解电子商务领域所面临的安全性问题，掌握相关的安全保障技术

体现在开题报告和毕业设计中方案能够对安全性有所考虑，具备基本的安全意识。

7.1 具备就复杂业务或技术问题进行准确有效的陈述发言、清晰表达或回应指令的能力，以及具备撰写报告和设计文稿的能力

体现在开题报告撰写、答辩，毕业设计（论文）撰写、答辩。

7.2 具备一定的外文科技文献阅读理解能力和外文写作能力

体现在外文翻译，外文文献查阅。

7.3 能够在跨文化背景下进行沟通和交流

体现在文献查阅、开题报告书写、毕业设计（论文）书写、答辩等环节外语的读写和理解能力。

8.2 掌握良好的学习方法，具有一定的探索知识的能力

体现文献综述、开题报告中查阅与所选课题相关的国内外文献，进行归纳、整理，从而撰写的综合性叙述和评价及创新思想。

8.3 具有了解和跟踪本专业学科发展趋势的能力

体现在文献综述、开题报告、方案和装置流程设计等环节中了解学科发展趋势。

二、课程内容及教学基本要求

（一）毕业设计（论文）内容

1. 文献综述

文献综述是由学生通过系统地查阅与所选课题相关的国内外文献，进行归纳、整理，从而撰写的综合性叙述和评价的文章。在文献综述中，要较全面地反映与本课题直接相关的国内外研究成果，特别是近年来的最新成果和发展趋势。通过文献综述对中外研究成果的比较和评论，不仅可以进一步阐明本课题选题的意义，还可以为本课题组织材料、形成观点奠定

基础。文献综述重点在于“述”，要点在于“评”。文献综述字数不少于 2000 字。

重点支持毕业要求指标点 7.1, 7.2。

2. 开题报告

开题报告是学生在选定题目以后,通过认真查阅文献和收集资料,明确该选题的研究目的和意义、研究现状,确定研究方向与内容,理清解决问题的基本思路、技术路线,拟定毕业设计(论文)写作方案和日程的过程,学生必须撰写毕业设计(论文)开题报告,开题报告通过后,方可进入完成毕业设计(论文)工作阶段。开题报告字数不少于 2000 字。

重点支持毕业要求指标点 2.1, 3.1, 8.2, 8.3。

3. 毕业设计(论文)任务

毕业设计包括:运用资料(文献、统计数据、规范、标准等)搜集课题所需的信息;需求分析;技术路线的确立;分析方案的制定;软件的设计与实现;论文撰写;答辩等。

毕业论文包括:运用资料(文献、专利、统计数据、规范、标准等)搜集所需的信息,进行电子商务市场分析;运用所学电子商务管理及技术知识分析网上销售定位;设计合理的运作策略、经营方案;分析国内外技术现状及发展趋势;制定技术路线,进行相关研究;撰写论文;答辩等。

重点支持毕业要求指标点 2.1, 2.3, 2.4, 3.1, 3.3, 4.1, 5.1, 7.1, 7.2, 7.3, 8.2, 8.3。

4. 外文资料翻译

毕业设计(论文)翻译所选外文资料应与论文选题密切相关,外文文献主要选自学术期刊、学术会议的文章。译文应翻译准确,文字通顺、叙述流畅。外文原文不少于 10000 个印刷符号,或译文不少于 2000 汉字。

重点支持毕业要求指标点 7.2, 7.3, 8.3。

(二) 教学基本要求

毕业设计(论文)结构合理,设计内容,理论分析与计算正确;图表与数据准确可靠,有较强的实际动手能力、分析能力和计算机应用能力,对研究的问题有独到之处或有较深刻的分析;结构严谨,逻辑性强,论述层次清晰。

1. 毕业设计(论文)的选题

1) 选题要有一定的学术水平,选题应结合本专业的工程实际问题和当前的科技、经济发展,直接面向学科前沿。

2) 选题要符合专业性(专业培养目标和素质教育的要求,体现学科特点)、创新性(有助于培养学生的独立工作能力和创新能力)、可行性(难易适度,大小适中,可控性较大)的要求。

3) 毕业设计(论文)课题进行双向选择,选题数应多于学生人数,以保证每人一题。

2. 毕业设计(论文)的撰写

1) 毕业设计(论文) 研究方案合理, 见解独特, 富有新意, 有一定的学术价值或较强的应用价值。实验数据准确、可靠, 体现了较强的实际动手能力。

2) 能熟练地综合运用本专业的基本理论和基本技能, 表述概念清楚、正确; 熟练地掌握计算方法, 计算结果正确。

3) 毕业设计(论文) 文本格式要完全符合规范化要求, 文本主体部分(包括引言、正文与结论) 字数达到标准, 外文内容提要正确清楚, 参考文献丰富, 其他资料齐全。

三、教学方法

本实践类课程采用每周定期指导的方式进行, 首先给学生下达课题任务, 学生根据课题任务进行文献检索, 并对文献进行分析和总结, 书写开题报告, 进行实验, 撰写毕业论文和答辩, 教师每周一次对学生进行指导, 并针对相关问题进行讨论。主要采用研讨式和现场式的教学方式对学生进行指导。

四、课程教学安排及基本要求

课内外理论教学环节及学时分配表见表 4-1。

表 4-1 毕业设计(论文) 教学安排及学时分配表

序号	毕业设计(论文) 主要内容	教学基本要求	周次	重点支持 毕业要求 指标点
1	文献查阅和调研	针对毕业设计(论文) 的课题任务书, 进行文献查阅, 文献不少于 15 篇, 其中英文文献不少于 3 篇。	1	7.2 8.2
2	撰写文献综述, 拟定毕业设计(论文) 的技术路线, 撰写开题报告	在对文献进行分析和总结, 对比国内外技术和方法的基础上, 提出针对本课题设计或实验方案的思考。	2	7.1 7.2 8.2 8.3
3	开题报告答辩, 设计或论文的准备	在总结分析文献和文献综述的基础上, 设计课题方案, 研究或开发进程等。	3	2.1 2.3 2.4 3.1 3.3 5.1 7.1 8.3

4	设计实施或论文研究	对课题进行研究设计。	4-8	2.1 2.3 2.4 3.1 3.3 5.1 8.2
5	中期检查	教师对学生设计或论文进展情况进行检查。	9	
6	设计或论文的实施、总结与完善	继续开展设计或研究，进一步改进完善，或对数据进行总结、整理和分析。	10-14	2.1 2.3 2.4 3.1 3.3 5.1 8.2
7	设计（论文）报告的撰写、修改及定稿	按照学院对本实践教学环节的要求，写生撰写毕业设计（论文）、过程管理材料、中文文献翻译、毕业设计（论文）总结等。	15	7.1 7.2 7.3 8.2
8	答辩	进行集中答辩。	16	7.1
小计				

五、考核方法及要求

成绩评定：

计分制：五级分制（√）

答辩及总评成绩构成：

毕业设计（论文）的成绩考核主要根据学生的综合表现、毕业设计（论文）的撰写质量和毕业答辩情况等来确定。具体来讲，考评将由开题报告、文献翻译、毕业论文、答辩等环节组成。

毕业设计（论文）的成绩应由指导教师评分和答辩小组评分两部分组成。两部分评分的权重为：指导教师 50%，答辩小组 50%。

答辩结束后，答辩委员会根据学生答辩情况和评阅教师意见，按照统一的评分标准和评分办法，确定每个学生的成绩，报二级学院审批后向学生公布。

六、持续改进

毕业论文是学生在本科教育过程中重要环节，作为应用型大学，学生应该对书本知识进行系统的梳理、整合、消化、再吸收，并能结合社会、企业的需求，通过查阅文献，了解前沿技术，提出创新思想，设计合理的、先进的技术路线，完成毕业论文。我们在评价论文时，要实事求是，允许实验失败，只要论文能写出失败的理由、存在的问题，我们都可以宽容，但应有合理的下一步建议。我们一定要督促、检查学生不做假，这是我们对毕业论文质量不高，持续改进的前提。

七、教材和参考资料

学校和经管学院毕业论文（设计）相关指导文件及意见实施。