**广东省高等教育自学考试《电子商务案例分析》课程考试大纲**

**（课程代码：00902）**

**Ⅰ 课程性质与课程目标**

一、课程性质和特点

“电子商务案例分析”旨在帮助学生理解和分析各种电子商务模式及实际案例，从而提高其在电子商务领域的实际操作能力。

二、课程目标

设置本课程的主要目的是使考生能够：掌握电子商务案例的基本理论、基本知识、基本技能，了解不同电子商务模式的优劣及其在实际操作中的应用。

三、与相关课程的联系与区别

该课程与其他课程密切相关，是整个课程体系的重要组成部分。同时，该课程为学生后续课程的学习做准备，为进一步学习电子商务专业技能及知识打基础。

学习本课程应具备一定的电子商务相关的理论基础，要求考生已经学习过《电子商务概论》等相关课程，所以本教材重点放在电子商务案例分析上，强化商业模式相关的概念。

四、课程的重点和难点

本课程的重点内容包括各种电子商务模式（B2B、B2C、C2C、O2O、C2B等）的理解和分析，以及实际案例的分析和总结，主要是第一章、第二章、第三章、第四章、第五章、第六章等章节。难点在于理解各种模式之间的联系与区别以及如何根据实际情况选择适用的电子商务模式，难点内容是第七章、第八章等章节，各章具体的重点和难点在大纲后面均有明确说明。

**Ⅱ 考核目标**

本大纲是“电子商务案例分析”课程的个人自学、社会助学和考试命题的依据，本课程的考试范围以本考试大纲所限定的内容为准。

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进关系，各能力层次的含义是：

识记：能识别和记忆有关的电子商务商业模式相关的概念及含义，并能根据考核要求正确地表达、选择与判断。识记是低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能够理解电子商务商业模式基本概念及原理的内涵和外延，能够领悟有关概念、原理、方法的区别与联系，并且能够根据考核要求对电子商务商业模式进行逻辑推理和论证，做出正确的判断、解释和说明。领会是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用电子商务基本概念、基本理论、基本方法、分析和解决有关的理论问题和实际问题。应用要求在领会的基础上，能用学过的一个或多个知识点分析和解决现实问题。应用是高层次的要求。

**Ⅲ 课程内容与考核要求**

第1章 概述

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解什么是电子商务,电子商务的主要功能模块，理解电子商务的主要特征，掌握电子商务模式的概念，了解商业模式的关键要素及其类型。

二、课程内容

1.1 电子商务发展概述

1.2 电子商务发展模式

三、考核知识点与考核要求

1.1 电子商务发展概述

识记：电子商务的定义。

领会：电子商务的功能与特征。

应用：了解电子商务产生与发展历程。

1.2 电子商务发展模式

识记：电子商务模式的定义。

领会：电子商务盈利模式的主要类型。

应用：电子商务模式的划分。

四、本章重点和难点

重点：电子商务的含义及特征。

难点：电子商务盈利模式及电子商务模式的类型。

第2章 电子商务B2B案例

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解中农网、阿里零售通、黑蜘蛛、买塑网B2B电子商务模式。

二、课程内容

2.1 案例1中农网：区块链解决B2B信任问题

2.2 案例2阿里零售通：变革B2B渠道与物流

2.3 案例3黑蜘蛛：优化B2B模式打造竞争力

2.4 案例4买塑网：B2B垂直闭环生态的构建

三、考核知识点与考核要求

2.1 案例1中农网：区块链解决B2B信任问题

识记：区块链的定义。

领会：区块链的功能与特征。

应用：了解中农网B2B运作模式的特点。

2.2 案例2阿里零售通：变革B2B渠道与物流

识记：阿里零售通全产业链的构成。

领会：零售通平台各单位之间的关系。

应用：阿里零售通的经营模式借鉴。

2.3 案例3黑蜘蛛：优化B2B模式打造竞争力

识记：互联网渠道推广的服务内容。

领会：竞争力分析的主要角度。

应用：黑蜘蛛B2B运作模式的特点与启示。

2.4 案例4买塑网：B2B垂直闭环生态的构建

识记：盈利模式的概念。

领会：核心竞争力的主要特征。

应用：买塑网B2B运作模式的特点与启示。

四、本章重点和难点

重点：B2B商业模式的特点与运作。

难点：区块链的概念、特征及其应用。

第3章 电子商务B2C案例

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解京东与天猫的竞争策略,海尔B2C售后平台创新模式，以及拼多多B2C成功因素分析。

二、课程内容

3.1 案例5：京东与天猫：B2C竞争策略大起底

3.2 案例6海尔：B2C电商平台售后服务创新

3.3 案例7拼多多：B2C成功并不是因为价格

三、考核知识点与考核要求

3.1 案例5：京东与天猫：B2C竞争策略大起底

识记：京东的合作模式。

领会：B2C商务模式的特征。

应用：了解天猫的竞争策略。

3.2 案例6海尔：B2C电商平台售后服务创新

识记：售后服务的定义。

领会：海尔B2C运营模式有何特点。

应用：海尔B2C售后创新模式有何优势。

3.3 案例7拼多多：B2C成功并不是因为价格

识记：效率型商业模式的定义。

领会：拼多多B2CB2C运营模式有何特点。

应用：拼多多B2C模式有何启示。

四、本章重点和难点

重点：B2C模式的特点及其运营。

难点：典型B2C模式的比较。

第4章 电子商务C2C案例

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解闲鱼C2C二手交易平台及其运作，熟悉人人车C2C相关案例，掌握58同城C2C发展战略分析。

二、课程内容

4.1 案例8闲鱼：二手交易C2C平台

4.2 案例9人人车：首创C2C虚拟寄售电商模式

4.3 案例10 58同城：生活服务C2C的发展战略

三、考核知识点与考核要求

4.1 案例8闲鱼：二手交易C2C平台

识记：出现交易纠纷的主要原因。

领会：闲鱼二手交易模式的特征。

应用：二手交易平台的规范有何作用？

4.2 案例9人人车：首创C2C虚拟寄售电商模式

识记：有形展示的定义。

领会：人人车的C2C虚拟寄售模式有何特点。

应用：人人车如何实现有形展示。

4.3 案例10 58同城：生活服务C2C的发展战略

识记：58同城的盈利来源有哪些。

领会：58同城的竞争策略如何。

应用：58同城C2C模式有哪些启示？

四、本章重点和难点

重点：租客帮C2C租房模式有何特点。

难点：C2C电子商务模式的特征。

第5章 电子商务O2O案例

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解盒马鲜生O2O的运营模式，理解苏宁易购O2O的创新模式，掌握小米新零售与O2O战略分析。

二、课程内容

5.1 案例11 盒马鲜生：O2O模式下的网络营销

5.2 案例12苏宁易购：O2O商业模式再创新

5.3 案例13小米:O2O战略、新零售和互联网服务

三、考核知识点与考核要求

5.1 案例11 盒马鲜生：O2O模式下的网络营销

识记：LBS的定义。

领会：盒马鲜生网络营销的优势与劣势。

应用：了解生鲜电商O2O模式的市场竞争现状。

5.2 案例12苏宁易购：O2O商业模式再创新

识记：智慧供应链的定义。

领会：苏宁易购如何进行资源的创新与整合。

应用：苏宁易购的创新启示是什么。

5.3 案例13小米:O2O战略、新零售和互联网服务

识记：物联网的定义。

领会：小米在哪些领域进行了资源的优化配置与重组。

应用：小米O2O模式的战略创新体现在哪些方面。

四、本章重点和难点

重点：大数据支撑的营销管理。

难点：O2O电子商务模式的特征。

第6章 电子商务C2B案例

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解海尔C2B盈利模式的核心内容,理解报喜鸟C2B定制模式的主要特征，了解韩都衣舍的C2B运营体系。

二、课程内容

6.1 案例14海尔：以C2B模式实现创新性盈利

6.2 案例15报喜鸟：上门量体的C2B定制模式

6.3 案例16韩都衣舍：创新型C2B运营体系的构建

三、考核知识点与考核要求

6.1 案例14海尔：以C2B模式实现创新性盈利

识记：C2B模式的定义。

领会：海尔C2B模式带来的启示。

应用：了解海尔C2B模式的构成要素。

6.2 案例15报喜鸟：上门量体的C2B定制模式

识记：私人定制模式的定义。

领会：报喜鸟C2B运营流程。

应用：报喜鸟C2B有哪些启示。

6.3 案例16韩都衣舍：创新型C2B运营体系的构建

识记：品牌孵化战略的类型。

领会：韩都衣舍的运营创新特点。

应用：韩都衣舍C2B有哪些启示。

四、本章重点和难点

重点：C2B电子商务模式的特征。

难点：C2B电子商务模式的不足与建议。

第7章 直播电子商务案例

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解快手直播平台的运营模式,理解直播电商的可持续发展，掌握斗鱼直播模式的特征。

二、课程内容

7.1 案例17快手：直播平台模式如何可持续发展

7.2案例18斗鱼TV ：直播行业的助推器

三、考核知识点与考核要求

7.1 案例17快手：直播平台模式如何可持续发展

识记：了解快手直播平台的特征。

领会：领会快手直播平台的定位。

应用：了解快手直播平台模式的启示。

7.2案例18斗鱼TV ：直播行业的助推器

识记：直播电商的定义。

领会：领会斗鱼TV直播电商模式的特点。

应用：分析斗鱼TV品牌、内容和广告运营之间的关系。

四、本章重点和难点

1.重点：直播电子商务模式的特征。

2.难点：直播电子商务存在的问题和解决方案。

第8章 跨境电子商务案例

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解速卖通跨境电子商务的主要特征什么，理解网易考拉跨境电商务模式的成功因素，掌握天猫国际的商业模式构成要素。

二、课程内容

8.1 案例19速卖通：跨境出口B2C电商的“破局者”

8.2 案例20网易考拉：打造海外正品跨境网购模式

8.3 案例21天猫国际：跨境电商平台商业模式分析

三、考核知识点与考核要求

8.1 案例19速卖通：跨境出口B2C电商的“破局者”

识记：跨境电商的定义。

领会：领会速卖通跨境电商B to C模式的特点。

应用：速卖通跨境电商模式发展的启示。

8.2 案例20网易考拉：打造海外正品跨境网购模式

识记：网易考拉的成功因素。

领会：网易考拉的不足之处。

应用：网易考拉跨境电商发展的启示。

8.3 案例21天猫国际：跨境电商平台商业模式分析

识记：天猫国际的跨境电商运作模式。

领会：天猫国际的商业模式构成要素。

应用：跨境电商模式比较分析。

四、本章重点和难点

1.重点：跨境电商模式的特点。

2.难点：跨境电商模式成功的因素及其启示。

第9章 电子商务行业案例

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解京东“自营+第三方”电商物流模式，理解苏宁易购的“互联网+金融”模式，掌握社交电商模式的成败因素，了解德庆柑橘的农产品商务模式，以及政务头条号的电子政务模式。

二、课程内容

9.1 案例22电子商务物流：京东“自营+第三方”运营模式

9.2 案例23互联网金融：蚂蚁金服经营模式和价值创造

9.3 案例24社交电商：每日一淘、云集和淘集集的纷争

9.4 案例25农产品电商：德庆柑桔协同式农产品商务模式

9.5 案例26移动电子政务：政务头条号服务电子政府建设

三、考核知识点与考核要求

9.1 案例22电子商务物流：京东“自营+第三方”运营模式

识记：电子商务物流的定义

领会：电子商务物流的运营模式。

应用：电子商务物流模式的选择。

9.2 案例23互联网金融：蚂蚁金服经营模式和价值创造

识记：互联网金融的定义。

领会：互联网金融的特征。

应用：互联网金融的主要模式。

9.3 案例24社交电商：每日一淘、云集和淘集集纷争

识记：社交电商的定义。

领会：社交电商的特点。

应用：社交电商的运行机制。

9.4 案例25农产品电商：德庆柑桔协同式农产品商务模式

识记：农产品电商的特征。

领会：农产品电商的发展阶段。

应用：农产品电商的存在问题和发展趋势。

9.5 案例26移动电子政务：政务头条号服务电子政府建设

识记：电子政务的定义。

领会：电子政务发展上存在的主要问题。

应用：电子政务发展的启示。

四、本章重点和难点

重点：电商物流和传统物流相比有什么特点。

难点：电商物流模式的特点。

**Ⅳ 关于大纲的说明与考核实施要求**

一、自学考试大纲的目的和作用

“电子商务案例分析”课程自学考试大纲是根据电子商务专业自学考试计划的要求，结合自学考试的特点而确定。其目的是对个人自学、社会助学和课程考试命题进行指导和规定。

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

二、课程自学考试大纲与教材的关系

课程自学考试大纲是进行学习和考核的依据，教材给出了学习掌握课程知识的基本内容与范围，教材的内容是大纲所规定的课程知识和内容的扩展与发挥。课程内容在教材中可以体现一定的深度或难度，但在大纲中对考核的要求一定要适当。

大纲与教材所体现的课程内容应基本一致；大纲里面的课程内容和考核知识点，教材里一般也要有。反过来教材里有的内容，大纲里就不一定体现。

三、关于教材

《电子商务案例分析》，周兴建，泮家丽主编，电子工业出版社，2021年第1版。

四、关于自学要求和自学方法的指导

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

为有效地指导个人自学和社会助学，本大纲已指明了课程的重点和难点，在章节的基本要求中一般也指明了章节内容的重点和难点。

本课程共5学分，其中实践3学分。由于成人学习的个性化特点，建议业余自学时间不低于60个学时。

建议学习本课程时注意以下几点：

1.在学习本课程教材之前，应先仔细阅读本大纲，了解本课程的性质和特点，熟知本课程的基本要求，在学习本课程时，能紧紧围绕本课程的基本要求。

2.在自学每一章的教材之前，先阅读本大纲中对应章节的学习目的与要求、考核知识点与考核要求，以使在自学时做到心中有数。

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

4．考试之前，结合教材中的基础知识与课后习题，同时结合本考试大纲中的主要知识点，理清概念、方法、主要商业模式及其应用。例如第七章要了解直播电商的定义，直播电商模式的特点，进而分析品牌、内容和广告运营之间的关系等。

5．以教材中典型案例为切入口，注重理论与实践相结合。在学习理论知识的同时，关注实际案例的发展和变化。通过对真实电子商务案例的分析，加深对理论知识的理解，提高分析和解决实际问题的能力。例如：在学习O2O模式的理论知识时，结合相应的案例，分析该电子商务平台如何将线上和线下资源整合，提高客户购物体验。

五、对社会助学的要求

本课程教学建议采用老师讲授和课堂讨论相结合的方法，注重理论联系实际；注重现代化教学手段的应用，以及开放式教学方法的应用，帮助学生最大限度地实现学习的目标。

对担任本课程自学助学的任课教师和自学助学单位提出以下几条基本要求。

1.熟知本课程考试大纲的各项要求，熟悉各章节的考核知识点。

2.辅导教学以大纲为依据，不要随意删减内容，以免偏离大纲。

3.辅导还要注意突出重点，要帮助学生对课程内容建立一个整体的概念。

4.选择合适的教材和资源：自学考试大纲和推荐教材是学习的重要依据。此外，助学者可以关注网络课程、学术论坛等资源，以获取更多学习资料。

5.注重理论与实践相结合：自学考试课程要求学生具备一定的实践能力。通过案例分析、实际操作等方式，将理论知识应用于实际，提高实践能力。

6.注重培养自学能力和自律精神：自学考试课程需要学生具备较强的自学能力和自律精神。要学会独立思考、分析问题和解决问题。

本课程考纲内容学时建议：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 学习内容 | 建议学时 |
| 第1章 | 概述 | 7 |
| 第2章 | 电子商务B2B案例 | 6 |
| 第3章 | 电子商务B2C案例 | 6 |
| 第4章 | 电子商务C2C案例 | 6 |
| 第5章 | 电子商务O2O案例 | 6 |
| 第6章 | 电子商务C2B案例 | 6 |
| 第7章 | 直播电子商务案例 | 7 |
| 第8章 | 跨境电子商务案例 | 8 |
| 第9章 | 电子商务行业案例 | 8 |

六、对考核内容的说明

1. 本课程要求考生学习和掌握的知识点都是本课程考核的内容。课程中各章的内容均由若干知识点组成，在自学考试中成为考核知识点。因此，课程自学考试大纲中所规定的考试内容是以分解为考核知识点的方式给出的。由于各知识点在课程中的地位、作用以及知识自身的特点不同，自学考试将对各知识点分别按三个认知（或叫能力）层次确定其考核要求。

2.在考试之日起6个月前，由全国人民代表大会和国务院颁布或修订的法律、法规都将列入相应课程的考试范围。凡大纲、教材内容与现行法律、法规不符的，应以现行法律法规为准。命题时也会对我国经济建设和科技文化发展的重大方针政策的变化予以体现。

七、关于考试命题的若干规定

1.本课程考试采用闭卷笔试方式考核，考试时间150分钟，满分100分,60分及格。考试时只允许携带笔、橡皮和尺，答卷必须使用蓝色或黑色钢笔或签字笔书写。

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

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

4.本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为：识记占30%，领会占30%，应用占40%。

5.要合理安排试题的难易程度，试题的难度可分为：易、较易、较难和难四个等级。每份试卷中不同难度试题的分数比例一般为：易占20%，较易占30%，较难占30%，难占20%。

必须注意试题的难易程度与能力层次有一定的联系，但两者不是等同的概念，在各个能力层次都有不同难度的试题。

6.各种题型的具体样式参见本大纲附录。

**附录 题型举例**

一、单项选择题（在每小题后的4个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并填写在题后的括号内）

1.以下哪个案例属于C2B电子商务模式？（ ）

A.京东与天猫 B. 买塑网 C. 韩都衣舍 D. 闲鱼

二、名词解释

1．跨境电商

三、简答题

1. 请简述阿里零售通如何变革B2B渠道与物流？

四、论述题

1. 请结合实际案例，论述跨境电子商务在国际贸易中的作用及其发展趋势。

五、案例分析题

1.请阅读以下关于盒马鲜生的案例描述，并回答问题。 案例描述：盒马鲜生是一家以O2O模式运营的新零售企业，主要依靠线上线下融合的方式吸引客户。通过高效的物流配送、便捷的自提服务和丰富的商品品类满足消费者的需求。 问题：请分析盒马鲜生在O2O模式下的网络营销策略，并提出针对性的建议。