

中国计量学院

《电子商务课程设计》

—— 指导书

二级学院（部、中心） 经济与管理学院

学 科 （ 专 业 ） 管理科学与工程

课 程 名 称 电子商务课程设计

授 课 对 象 市场营销

教 材 名 称 无

2012 年 9 月 15 日

一、 课程设计目的

《电子商务课程设计》是经济与管理专业学生在学习和消化电子商务基本理论和技术基础上的重要的综合性实习环节。本项课程设计选取某一企业，根据其经营目标为该企业撰写一份设计和构建一个完整电子商务网站的创业计划书。本项课程设计拟达到以下目的：

使学生了解电子商务中网络企业创业的特点

使学生了解电子商务网站规划和设计的基本内容

使学生熟悉电子商务网络企业创业的流程

使学生掌握电子商务网络企业创业所需的基本技能

使学生掌握电子商务网站创业计划书的撰写方法

本项课程设计的顺利完成，将有助于培养和提高学生的创业意识，增强学生运用所学理论发现、分析、解决电子商务领域实际问题的综合能力，为学生提高电子商务应用水平，迅速适应社会和企业需求奠定良好基础。

二、 课程设计的基本内容

1、 设计题目

要求同学们结合自身情况，在市场调查的基础上，针对某个行业或某类商品（服务），进行电子商务创业策划，撰写出约 20—40 页（A4）的电子商务创业策划书。

2、 设计要求

时间：2 周。

要求：2—4 人一组，自己选择课题，在小组内进行分工，选择某一行业或某一产品进行电子商务策划，策划书内容包括：

第一部分 项目背景：创业背景、可行性分析。

第二部分 公司概况：公司简介、公司策略、经营模式、发展战略、组织管理和企业文化。

第三部分 网站介绍：网站概况、网站栏目介绍和会员制度。

第四部分 盈利模式：盈利模式介绍、盈利权重。

第五部分 市场分析：市场背景、市场营销环境、目标市场。

第六部分 竞争分析：竞争结构分析、竞争对手分析、SWOT 分析。

第七部分 市场营销：营销目标、营销理念、营销策略。

第八部分 财务分析：资本结构和规模、资金需求、财务估算、投资分析和收益分析。

第九部分 机遇与风险：机遇、外部风险、内部风险、解决方案

第十部分 风险投资退出方式：退出方式、退出时间

三、 纪律要求

- 1、充分认识课程设计对培养自己的重要性，认真做好设计前各项准备工作。
- 2、既要虚心接受老师的指导，又要充分发挥主观能动性。结合课题，独立思考，努力钻研，勤于实践，勇于创新。
- 3、独立按时完成规定的工作任务，不得弄虚作假，不准抄袭他人内容，否则成绩以不及格计。
- 4、课程设计期间，无故缺席按旷课处理；缺席时间达三分之一以上者，其成绩按不及格处理。
- 5、小组成员之间，分工明确，但要保持联系畅通，密切合作，培养良好的互相帮助和团队协作精神。

四、 成果形式

课程结束，要求每组学生上交一份课程设计报告打印稿（A4）， 并做现场演示和讲解。

五、 时间安排（供参考）

共两周。

第 1-2 天：讲授一个完整案例，以便于同学对电子商务课程设计的整个过程有较清晰的认识。同时，学生自行分组，选定题目，合理分工，分配各自的任务。

第 3-4 天：搜集相关资料，进行市场分析。

第 5—6 天：经营目标与网站定位。

第 7-9 天：电子商务产品、服务和技术设计。

第 10—12 天： 电子商务网站营销策略及计划、网站创业财务规划与资金运用，存在问题与可能的经营风险分析。

第 13—14 天：验收课程设计报告，并做现场演示和讲解。

六、 考核方法及评分标准

1、考核类别：考查

2、考核形式：策划选题、创意（10%）+课程设计报告（60%）+演示（20%）+设计过程表现（10%）。

3、成绩评定：五分制（优、良、中、及格、不及格）

4、评分标准

优：用自己设计的产品完成指导书要求的所有内容，且设计结果正确、合理，设计思路新颖且有自己的独到之处。课程设计报告框架合理，内容完整，整洁。

良：用自己设计的产品完成指导书要求的内容，且设计思路较为新颖，结果正确。课程设计报告框架较为合理、内容完整，整洁。

中：用自己设计的产品完成指导书要求的内容，结果正确。课程设计报告框架较为合理、内容较为完整，整洁。

及格：用自己设计的产品完成指导书所要求的大部分内容，结果较为正确。课程设计报告框架比较合理、内容较为完整。

不及格：用自己设计的产品完成指导书要求的基本内容，结果比较正确。课程设计报告框架合理性一般、内容不完整。