

吉林大学珠海学院 2020 年本科插班生招生入学考试

《电子商务》专业课程考试大纲

考试科目名称：电子商务概论

一、考试的内容、要求和目的

1、考试内容

第 1 章 电子商务概述（考核比重：15%）

- 1.1 电子商务的产生及发展
- 1.2 电子商务的基本概念
- 1.3 电子商务在社会经济生活中的作用
- 1.4 电子商务的不同阶段及其特征
- 1.5 新技术、新理念对电子商务的影响

第 2 章 电子商务的商业模式（考核比重：15%）

- 2.1 B2B 电子商务模式
- 2.2 B2C 电子商务模式
- 2.3 C2C 电子商务模式
- 2.4 C2B 电子商务模式
- 2.5 互联网门户网站的模式
- 2.6 搜索引擎模式

第 3 章 电子商务的政策和法律环境（考核比重：10%）

- 3.1 电子商务中的政策和法律问题
- 3.2 国际社会的电子商务政策和法律进程
- 3.3 我国的电子商务政策和法律进程
- 3.4 电子商务交易过程中的法律法规
- 3.5 电子商务中的知识产权保护
- 3.6 电子商务市场行为规范
- 3.7 电子商务与税收
- 3.8 电子商务中的文化、价值观及道德方面的冲突

第 4 章 电子商务网站建设（考核比重：15%）

- 4.1 电子商务网站概述
- 4.2 网站市场定位及需求分析
- 4.3 电子商务网站建设总体规划

4.4 建立网站使用的标记语言

4.5 网页设计基础

第5章 电子支付（考核比重：15%）

5.1 电子支付发展现状

5.2 电子支付系统

5.3 电子支付工具

5.4 电子支付模式

5.5 典型电子支付系统运营模式

5.6 电子支付存在的问题

5.7 电子商务公司与电子支付服务公司合作案例

第6章 电子商务的安全（考核比重：10%）

6.1 概述

6.2 电子商务的安全威胁

6.3 电子商务的安全保障

第7章 网络营销（考核比重：10%）

7.1 概述

7.2 电子邮件与 RSS 营销

7.3 网络广告营销

7.4 搜索引擎营销

7.5 社会化媒体营销

7.6 网络整合营销案例

第8章 移动电子商务（考核比重：10%）

8.1 概述

8.2 移动电子商务的发展

8.3 移动电子支付技术、方式、系统及运营模式

8.4 移动电子商务的技术

8.5 移动电子商务的安全

2、考试的要求和目的

作为电子商务的基础课，使学生能够了解现代电子商务的内容和特点以及发展趋势。掌握现代电子商务的内容和功能，以及电子商务的内容和功能。基本能够运用电子商务的基本知识分析实际操作中的电子商务。

二、考试的形式和结构

1、考核形式：闭卷；

- 2、考试时间：120 分钟；
- 3、试卷题型：单项选择题、名词解释、简答题、论述题、案例分析题
- 4、对考试辅助工具的要求：黑色圆珠笔或中性笔，禁止携带计算器。

三、教材及教学参考书

《电子商务概论》（第 1 版），袁毅主编，机械工业出版社，2013 年 5 月出版。

吉林大学珠海学院 2020 年本科插班生招生入学考试

《电子商务》专业课程考试大纲

考试科目名称：**网络营销**

一、考试的内容、要求和目的

1、考试内容：

第一章 网络营销概述（考核比重 5%）

- 1) 网络营销的诞生及其演变；
- 2) 我国网络营销发展的阶段特征；
- 3) 怎样理解网络营销这个概念？
- 4) 网络营销的职能体系，信息传递原则

第二章 网络营销的常用工具和方法（考核比重 15%）

- 1) 六类常用的网络营销工具和资源；
- 2) 什么是关联网站，有哪些常见类型？有哪些营销价值？；
- 3) 常见的第三方信息发布平台有哪些？各自的营销价值？
- 4) 搜索引擎的网络营销价值；
- 5) 网站联盟的网络营销价值；
- 6) 常见的网络营销方法有哪些？简述之；
- 7) 什么是病毒营销？病毒营销的经典案例 hotmail、gmail；
- 8) 无线互联网的发展演变，基于无线互联网的营销方法有哪些？

第三章 网络营销导向的企业网站研究（15%）

- 1) 用户浏览网页的注意力“F”现象
- 2) 网络营销导向企业网站建设的指导原则；

- 3) 网站优化的原则；
- 4) 网站运营维护的基本内容；
- 5) 网站用户体验表现在哪几个方面？

第四章 搜索引擎营销基础（考核比重 15%）

- 1) 搜索引擎的基本工作原理；
- 2) 上搜索引擎营销基本内容；
- 3) 搜索引擎营销的发展演变过程；
- 4) 搜索引擎营销的主要模式；
- 5) 什么是搜索引擎优化？搜索引擎优化的基本内容和方法；
- 6) 搜索引擎作弊；
- 7) 百度、google 的关键词广告的最新表现形式（自己去网站看，书中的内容比较旧）
- 8) 搜索引擎关键词广告的特点，投放策略；
- 9) 影响搜索引擎营销效果的因素

第五章 许可 Email 营销基础（考核比重 5%）

- 1) 什么是许可 Email 营销？
- 2) 许可 Email 营销的步骤与基本方法；
- 3) 开展 Email 营销的一般过程；
- 4) 内部列表 Email 营销与外部列表 Email 营销各自的侧重点；
- 5) Email 营销的评价指标；

第六章 网络广告基础（考核比重 15%）

- 1) 网络广告的主要形式；
- 2) 网络广告的营销价值；
- 3) 评价网络广告效果的常见方法；

第七章 Web2.0 与社会化网络营销（考核比重 15%）

- 1) 什么是 SNS，什么是 SNS 营销；
- 2) 全员网络营销是什么；
- 3) Web2.0 概念及常用技术；
- 4) Web2.0 思想对网络营销的影响
- 5) WIKI 网络营销方法

第八章 网络营销实践应用（考核比重 10%）

- 1) 网站推广的阶段及其特点；
- 2) 网络品牌的三个层次；
- 3) 网上市场调研的基本方法；

第九章 网络营销管理基础（考核比重 5%）

- 1) 网络营销管理的一般内容；
- 2) 网站访问统计指标；
- 3) UV, PV 分别代表什么，有什么营销意义？

2、考试的要求和目的

TM

本次考试的目的是选拔优秀的专科毕业生升入本科阶段继续学习，因此本次考试要求学生掌握网络营销的基本理论，具体做到以下要求：

- 1) 掌握网络营销的概念和发展阶段；
- 2) 掌握常用的网络营销的手段和方法；
- 3) 熟悉网络营销的评估指标和体系；
- 4) 具备基本的网络营销的思路和解决问题的能力。

二、考试的形式和结构

- 1、考核形式：闭卷
- 2、考试时间：120 分钟
- 3、试卷题型：单项选择题、简答题、论述题、案例分析题
- 4、对考试辅助工具的要求：黑色圆珠笔或中性笔，禁止携带计算器。

三、教材及教学参考书

教材：《网络营销基础与实践》第 4 版，冯英健著，清华大学出版社，2013 年 6 月出版