

广东海洋大学寸金学院 2020 年专插本考试

《电子商务概论》考试大纲

一、考试性质

普通高等学校本科插班生招生考试是由专科毕业生参加的选拔性考试。高等学校根据考生的成绩，按已确定的招生计划，德、智、体全面衡量，择优录取。因此，电子商务专业本科插班生考试应在考查考生一般知识的基础上选拔出合格人才进入本科阶段学习。

二、考试内容

（一）考试基本要求

《电子商务概论》课程的教学内容涉及电子商务应用的各个领域，涵盖电子商务的理论、方法、技术，贯穿电子商务的发展现状、基础研究、存在问题、发展前景，并与商务业务结合起来了解电子商务应用技术。通过本课程的学习，考生要求达到理论、方法、应用三个方面的目标，形成应用电子商务技术解决电子商务应用实际问题的能力。

（二）考核知识点及考核要求

本大纲的考核中，按照“识记”、“理解”、“应用”等三个层次。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：识记：掌握知识有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。

第一章 电子商务概述

一、考核知识点

1. 电子商务的概念及概念模型
2. 电子商务的核心
3. 我国最早的电子商务模式
4. 电子商务的业务组成
5. 电子商务法主要解决的问题

二、考核要求

1. 识记

- （1）电子商务的概念及概念模型
- （2）电子商务的基本框架
- （3）电子数据交换
- （4）电子商务法律及相关政策

2. 理解

- (1) 电子商务的分类
- (2) 电子商务的产生和发展阶段及对社会经济和企业的影响

3. 应用

能够清晰地描述出电子商务在某一行业的应用状况

第二章电子商务技术基础

一、考核知识点

1. 电子数据交换的概念
2. 服务器端的技术
3. 物联网的概念及体系结构

二、考核要求

1. 识记

- (1) 互联网的应用
- (2) 服务器端技术的相关
- (3) 熟悉 EDI 的工作原理

2. 理解

- (1) 网络客户端技术
- (2) 互联网技术的应用

3. 应用

- (1) 能够描述出 EDI 的工作过程与其在相关领域的应用情况
- (2) EDI 应用

第三章网络零售

一、考核知识点

1. 网络拍卖网站的形式
2. 网上开店货源渠道
3. 淘宝网的拍卖方式
4. 网上开店的环节
5. B2C 电子商务盈利模式
6. 淘宝直通车的概念
7. B2C 电子商务的主要环节

二、考核要求

1. 识记

- (1) 掌握 B2C 电子商务的模式
- (2) 掌握 B2C 网上交易的流程



启航专插本
www.qihangzcb.com

(3) B2C 网站的前台和后台管理功能

(4) 掌握 C2C 网上开店的流程

2. 理解

B2C 电子商务的赢利模式与成功的关键

3. 应用

(1) 进行网上购物，学会网上支付。

(2) 举例分析不同 B2C 网站的经营模式。

(3) 分析“互联网+”环境下，传统企业应该如何做电子商务

第四章新零售

一、考核知识点

1. 新零售的概念

2. 新零售基础环境的关键要素

3. O2O 的基本模式

4. 无人门店的开办

5. 消费者画像的概念

二、考核要求

1. 识记

(1) 新零售的概念

(2) 新零售的系统框架及变革模式

2. 理解

(1) 我国网络零售业的发展趋势

(2) 推动新零售发展的因素

3. 应用

(1) 能够举例分析传统企业布局新零售和互联网企业布局新零售的优势和劣势

(2) 能够清晰地描述典型的互联网企业新零售的模式

第五章 B2B 电子商务

一、考核知识点

1. 水平 B2B 的概念及特点垂直 B2B 的概念

2. 电商发展的主流模式

3. 网上采购的方式

4. 网上招标的流程

5. B2B 电子商务的类型划分



启航专插本
www.qihangzcb.com

6. 水平 B2B 电商平台的类型及代表平台

7. 水平 B2B 电商平台的特点

二、考核要求

1. 识记

(1) B2B 的电子化交易系统和 B2B 的交易过程

(2) B2B 的相关知识，水平 B2B 和垂直 B2B 的区别

2. 理解

基于中介网站的 B2B 电子商务交易

3. 应用

(1) 网络采购和网上招标

(2) 在一些中介网站发布供应和需求信息，并能进行沟通和交易

第六章跨境电商

一、考核知识点

1. 主要的跨境电商平台

2. 跨境电商的分类

3. 国际商业快递的知名企业

4. 跨境电商的物流模式

5. 跨境电商的组成

6. 亚马逊 FBA 的概念

二、考核要求

1. 识记

(1) 跨境电商的定义和分类

(2) 跨境电商的物流模式

(3) 跨境电商的支付方式

2. 理解

(1) 跨境物流的通关流程

(2) 跨境物流的主要平台优缺点

3. 应用

(1) 学会选择跨境物流和支付方式

(2) 学会跨境电商平台的注册流程

第七章网络营销

一、考核知识点



1. 网络营销的概念及其职能
2. 网络广告的产生
3. 网络广告的收费模式
4. 网络营销的传播渠道
5. 网络广告的类型
6. 网络社区的应用

二、考核要求

1. 识记

- (1) 网络营销的含义及网络营销的职能
- (2) 网络广告的形式
- (3) 常见的网络营销方法

2. 理解

- (1) 网络市场调研的方法
- (2) 网络营销策略的应用

3. 应用

- (1) 网络市场调研的方法
- (2) 运用网络营销策略为企业制定网络营销方案



第八章电子商务安全

一、考核知识点

1. 数字签名的概念
2. 数据签名的作用
3. 数字证书的概念
4. 对称加密和不对称加密的区别
5. 数字证书认证中心的作用和提供的服务

二、考核要求

1. 识记

- (1) 安全协议
- (2) 数字签名认证技术
- (3) 电子商务安全的目标

2. 理解

- (1) 电子商务面临的安全威胁，明确电子商务安全的需求
- (2) 电子商务安全不断完善的管理政策与法规制度

3. 应用

启航专插本
www.qihangzcb.com

- (1) 对 Office 文档加密及实现文件保护
- (2) 实现安全电子邮件的发送与接收

第九章电子支付与互联网金融

一、考核知识点

1. 支付宝的理财产品
2. 第三方支付——支付宝的应用
3. 网络银行的功能

二、考核要求

1. 识记

- (1) 现阶段电子支付工具种类与功能
- (2) 常用的电子支付系统
- (3) 银行卡的种类

2. 理解

电子商务的支付系统

3. 应用

- (1) 使用网上银行完成在线支付结算以及银行互联网金融基本操作
- (2) 使用支付宝进行电脑端和手机端的支付结算与增值服务



第十章电子商务物流及供应链管理

一、考核知识点

1. 物流的基本功能
2. 供应链管理的概念
3. 电商环境下物流的新特点
4. 电子商务物流配送中心的类型

二、考核要求

1. 识记

- (1) 电子商务环境下物流的实现模式
- (2) 供应链管理的概念和方法

2. 理解

- (1) 物流的七个基本功能
- (2) 电子商务配送的基本流程

3. 应用

- (1) 举例说明分析电商环境下供应链的发展方向

启航专插本
www.qihangzcb.com

(2) 举例说明电子商务企业开展物流活动的方式

第十一章客户关系管理

一、考核知识点

1. 客户关系管理的概念
2. 客户关系管理的几层含义及解决的主要问题
3. “二八”理论
4. 客户关系管理的实际案例应用

二、考核要求

1. 识记

- (1) 客户关系管理的概念和内涵
- (2) 电子商务客户关系管理的内容与企业应用

2. 理解

客户关系管理系统的组成

3. 应用

- (1) 运用客户关系管理的管理理念和技术解决企业管理问题。
- (2) 能够分析企业客户关系管理的应用情况，并能对该企业的客户关系管理提出合理化建议

第十二章移动电商

一、考核知识点

1. 移动电商的特点
2. 移动电子商务用到的相关技术
3. 移动社交营销的实际应用

二、考核要求

1. 识记

- (1) 移动电子商务的概念和特点
- (2) 移动营销的方式和微店的类型

2. 理解

移动电子商务的关键技术和应用

3. 应用

熟悉移动购物，并能利用微信等工具进行移动营销

第十三章电子政务

一、考核知识点

电子政务的分类

二、考核要求

1. 识记

(1) 电子政务的概念和分类

(2) 电子政务的内容和系统基本机构

2. 理解

政府网站的评估方法和内容

3. 应用

(1) 对电子政务的每一类型进行举例和分析

(2) 对省、地市级政府网站进行评估

三、考试形式及试卷结构

TM

1. 考试形式：闭卷，笔试，考试时间为 120 分钟，试卷满分为 100 分。

2. 试卷结构

考试采用的题型有单项选择题、多项选择题、判断题、名词解释、简答题、案例分析题。

四、参考书目

《电子商务概论》（第四版）·白东蕊著·人民邮电出版社·2019 年 8 月

广东海洋大学寸金学院 2020 年专插本考试

《市场营销》考试大纲

一、考试性质

普通高等学校本科插班生招生考试是由专科毕业生参加的选拔性考试。高等学校根据考生的成绩，按已确定的招生计划，择优录取。因此，电子商务专业本科插班生考试应在考查考生一般知识的基础上选拔出合格人才进入本科阶段学习。

二、考试内容

(一) 考试基本要求

要求学生掌握市场营销的基础知识与理论，学会用相关理论进行实际案例分析和运用。能够对市场营销的前沿知识有所了解，能够简单运用到实际工作中去。

(二) 考核知识点及考核要求

本大纲对各章规定了考核目标，其中包括考核知识点和考核要求。

考核要求分为“理解”、“掌握”、“应用”三个层次。

第一章市场与市场营销概述及发展

一、考核知识点

1. 市场与市场营销概述

2. 市场营销哲学及其演进

3. 市场营销范式

二、考核要求

1. 理解：市场和市场营销的概念，市场营销哲学的主要观念。
2. 掌握：市场营销的逻辑范式。

第二章营销环境与市场感知

一、考核知识点

1. 营销环境与经典分析方法
2. 外部宏观营销环境分析
3. 组织内部环境与外部微观环境分析
4. 市场导向与市场环境感知

二、考核要求

1. 理解：企业营销环境的特点及其与企业经营的关系，市场营销宏观环境和微观环境的主要内容及其对企业市场营销活动的影响。
2. 掌握：市场营销环境感知的重要意义。
3. 应用：市场营销环境分析的常用方法。

第三章营销战略规划与价值主张

一、考核知识点

1. 企业的战略规划
2. 基于价值的战略与营销战略规划
3. 企业的价值主张

二、考核要求

1. 理解：战略规划和营销战略规划。
2. 掌握：企业价值主张的类型与作用，及其提炼与展示方法。
3. 应用：营销战略规划的常用方法与具体过程，企业价值主张的内涵与层次。

第四章营销信息系统与营销调研

一、考核知识点

1. 营销信息系统
2. 营销调研
3. 营销预测

二、考核要求

1. 理解：营销调研的内涵与类型，市场预测的程序与方法。
2. 掌握：营销信息系统概念、构成与作用，市场营销调研数据的处理。
3. 应用：市场营销调研的实施步骤。

第五章 消费者市场及其购买行为

一、考核知识点

1. 消费者市场
2. 消费者购买行为的影响因素
3. 消费者的购买决策过程

二、考核要求

1. 理解：消费者市场的需求特点，消费者市场的购买对象。
2. 掌握：消费者购买决策的类型和风格。
3. 应用：影响消费者购买行为的因素，消费者购买决策的具体过程。

第六章 组织市场及其购买行为

一、考核知识点

1. 组织市场
2. 组织购买行为
3. 组织市场的顾客及其购买行为

二、考核要求

1. 理解：组织市场的需求特点，组织购买行为的类型和过程。
2. 掌握：影响组织购买行为的因素，。
3. 应用：盈利型企业的购买行为，政府部门及事业机构的购买行为。

第七章 目标市场营销战略

一、考核知识点

1. 市场细分
2. 目标市场选择
3. 市场定位

二、考核要求

1. 理解：市场细分的基础，目标市场选择的步骤。
2. 掌握：消费者市场细分和产业市场细分的依据，。
3. 应用：市场定位的方式，目标市场选择的模式与战略，市场定位的战略。

第八章 产品管理

一、考核知识点

1. 产品与产品组合管理
2. 产品生命周期与管理
3. 新产品开发与管理

二、考核要求

1. 理解：消费品和工业品的划分，产品组合及其管理。



2. 掌握：新产品开发流程。
3. 应用：产品的内涵与层次性，产品生命周期及其管理策略。

第九章 服务策略

一、考核知识点

1. 服务与服务连续谱
2. 服务营销的演进与营销组合
3. 服务质量管理

二、考核要求

1. 理解：服务的内涵和特性，服务营销组合的七要素，服务质量的概念模型，服务质量的维度与测量以及服务差距模型的内容。

第十章 定价策略

一、考核知识点

1. 定价的理论基础与影响因素
2. 定价方法
3. 定价策略
4. 价格调整与变动

二、考核要求

1. 理解：定价的理论基础，企业如何根据目标、定位和环境选择定价策略，企业如何进行价格变动及应对价格挑战。

2. 掌握：企业确定产品或服务基本价格的常用方法。

第十一章 整合营销传播

一、考核知识点

1. 营销传播及其手段
2. 整合营销传播
3. 整合营销传播中的整合管理

二、考核要求

1. 理解：营销传播的基本概念、基本要素及其在市场营销中的作用，营销传播的手段以及整合营销传播的基本概念，整合营销传播中的价值如何传播。

2. 掌握：如何进行整合营销传播。

第十二章 促销传播

一、考核知识点

1. 大众传播策略
2. 人员传播策略与新型传播模式

二、考核要求



启航专插本
www.qihangzcb.com

1. 理解：大众传播与人员传播在整合营销传播中扮演的角色，大众传播与人员传播的各自优势，如何设计有效的传播方案，大众传播的基本方法或工具，公共关系的种类及应用，人员传播在整合营销传播活动中扮演的角色和直复营销的发展趋势。

第十三章品牌传播

一、考核知识点

1. 品牌概述
2. 品牌设计
3. 品牌策略选择

二、考核要求

1. 理解：品牌在营销中的重要作用，色彩设计的基本程序，有效营销传播需遵循的基本步骤。
2. 掌握：品牌标志的设计原则，品牌价值传播的一般模型与反应层次模型。
3. 应用：品牌的内涵、构成和特征，品牌名称的分类、命名原则，品牌延伸的优势、劣势和品牌组合四种角色，。

第十四章分销渠道与价值网络

一、考核知识点

1. 分销渠道
2. 分销渠道策略与管理
3. 电子商务渠道的兴起与实践
4. 价值网络及其交付功能

二、考核要求

1. 理解：分销渠道的内涵与作用，分销渠道的结构类型，价值链及价值网络的概念，价值网络中价值交付的过程。
2. 掌握：分销渠道的参与者及其职能，。
3. 应用：分销渠道的管理策略，。

第十五章营销计划、组织、执行与控制

一、考核知识点

1. 营销计划
2. 营销组织
3. 营销执行
4. 营销控制

二、考核要求

1. 掌握：市场营销组织的管理策略，控制和改进企业营销活动的工具。
2. 应用：营销计划的内涵及其主要内容，企业改进营销执行能力的方法，。

第十六章关系营销与客户关系管理

一、考核知识点

1. 关系营销概述
2. 客户关系管理概述
3. 客户关系的质量与关系价值

二、考核要求

1. 理解：关系营销与传统营销的不同，服务营销中的关系营销概念，关系质量的内涵、构成与关键影响因素。
2. 掌握：客户关系生命周期及其营销策略。
3. 应用：客户关系的动态分析框架。

第十七章 数字化营销

一、考核知识点

1. 数字化营销
2. 数字化时代下的营销组合策略
3. 数字化营销与顾客

二、考核要求

1. 理解：数字化营销的含义与要素，数字化营销的趋势及其与传统营销的整合。
2. 掌握：数字化时代下顾客关系管理、顾客价值的提升以及存在的伦理道德问题。
3. 应用：数字化时代下的营销组合策略。

三、考试形式及试卷结构

1. 考试形式：闭卷，笔试，考试时间为 120 分钟，试卷满分为 100 分。
2. 试卷结构：考试采用的题型有单项选择题、多项选择题、判断题、名词解释、简答题、论述题、案例分析题。

四、参考书目

王永贵著：《市场营销》，中国人民大学出版社，2019 年 06 月出版。