

《电子商务》课程单元教学设计

单元标题：1.2 认知电商类型		单元教学学时	2
		在整体设计中的位置	第3次
授课班级		上课地点	德润楼
教学目标	能力目标	知识目标	素质目标
	能够熟知电子商务的主要模式，能够区分 B2B 和 B2C、C2C 等模式的不同	1. 掌握电子商务的主要模式和异同	1. 具有较好的自我学习能力。 2. 具有较强的系统分析问题、解决问题能力及逻辑思维能力。
能力训练任务	任务 1. 京东、淘宝、天猫购买商品体验 任务 2. 阿里巴巴 (1688.com) 采购商品体验		
案例和教学材料	(指教材或讲义、课件、参考资料、仪器、设备等) 案例 1. 京东和淘宝购物的不同 案例 2. 天猫和淘宝的不同 课件 电子商务的主要模式 多媒体教室、投影仪		

单元教学进度

步骤	教学内容及能力/ 知识目标	教师活动	学生活动	时间 (分钟)
1 (案例一)	京东和淘宝购物的不同	任务驱动,引发学生思考	完成任务,并总结异同	10
2 (案例二)	京东和淘宝的不同	任务驱动,引发学生思考	完成任务,并总结异同	30
3 (理论知识)	电子商务的主要模式	情境引入,电子商务的活动的主要参与对象有哪些?	思考并能够答出,参与对象有 B、C、G,由此得出电子商务的主要模式的类型	30
4 (随堂作业)	B2C 模式、B2B 模式、C2C 模式的典型网站代表有哪些?	布置任务引导学生思考	查阅资料后,经分析后得出答案。	15
作业	未来网上零售领域,是以淘宝为代表的模式占主导,还是以京东为代表的模式占主导?			
课后体会				

