

文章编号:1002-980X(2007)08-0082-04

# 美国电子商务教育现状研究

杨 静, 张庆亮

(安徽财经大学, 安徽 蚌埠 233041)

**摘要:**大学电子商务教育和培训的不断发展,日益引起了人们的关注。国内外专家学者都对此进行了很多富有成果的研究。本文主要就本世纪以来美国学者对电子商务教育的研究进行了归纳和分析。期望能给读者呈现出美国电子商务教育发展的现状,同时能为对此感兴趣的人们和大学教师提供一定的帮助。

**关键词:**电子商务教育;教学大纲;电子商务课程

**中图分类号:** F713.36 **文献标志码:** A

电子商务在各行各业兴盛的同时,它在教育领域的表现也成为大家关注的焦点。本文对美国学者的研究成果进行了总结,期望能给读者呈现出国外电子商务教育发展的现状,并为我国电子商务教学工作提供有用的参考。

## 1 前期研究成果

Albrecht 和 Sack 指出会计专业的学生还没有充分意识到技术对商业活动的影响,建议会计课程应该多涉及技术在商业和决策中的应用。Besalel 认为技术提高了课堂学习的效率,从而能帮助学生获得成功。David et al. 和 Hastings I 把电子商务课程列为商学院和会计专业课程设计中十大最重要的技术挑战和机会之一<sup>[1]</sup>。他们认为应把 IT 教育和电子商务教育整合进课程形成最新课程系列。在强调把 IT 知识和电子商务融合进课程中的重要性时,Celis 和 Wolfinbarger 建议商学院:把 IT 和其他学科整合;纠正思想,不要认为传授基础技术知识只是职业教育要做的事;提供灵活的课程以适应社会需要;通过新兴技术和网上研究资料分享知识和信息,如麻省理工学院的电子商务论坛。

Marriott 对 IT 技术在教育中的使用进行了研究,包括计算机上的商业模拟和会计教育中电子制表软件模型,论证了会计专业面临的诸多挑战。Richard Joseph 指出目前各个大学对电子商务没有统一的定义。因此,开展电子商务教育覆盖的内容

也不一样。整体来说,应该把 IT 知识融入到其他学科的教育中,而不仅仅是作为单独的课程。同时,各大学应该对电子商务教学制定一个统一的标准,这样才能提供规范的电子商务教育。Chang 和 Hwang 指出会计学科教育者已经意识到 IT 的价值和重要性,但是会计课程中只涉及很少的 IT 内容。

Rezaee 对学术人员如教职工和实践人员如会计从业者进行了调查并发现:他们对电子商务的兴趣和需要不断增加,电子商务教育能帮助学生应对正在等待他们的挑战;更多的大学正在准备提供电子商务教育。尽管经济低迷,尤其是高科技和股市方面,但是据推测电子商务发展的增长和趋势还是会和商业周刊报道的一样,“环顾四周,你会发现电子商务已经成为经济的支柱”。很多商学院通过把 IT 技术整合进课程,尤其是把电子商务整合到商务课程中,来应对社会对商科毕业生网络技巧和战略知识增加的需求。

随着电子商务的日益发展,人们对电子商务行业中的各种技巧和经验的需要也不断增长。Etheridge 对 77 个 AACSB 附属商学院的资料进行了分析,归纳出 4 种不同层次的电子商务课程安排<sup>[2]</sup>。它们分别是:自然科学硕士、自然科学学士、电子商务非学位证书教育、电子商务工商管理硕士。同时,研究发现各学校提供的课程数量和性质都不统一,如为 MBA 设计的电子商务项目少的只有 1 次(3 小时)电子商务课程,多的则有 12 次课(36 小

收稿日期:2007-04-05

基金项目:安徽省教育厅省级教学研究项目(2007jyxm283)

**作者简介:**杨静(1981→),女,湖南长沙人,安徽财经大学商学院讲师,管理学硕士,研究方向:高等教育研究,电子商务;张庆亮(1970→),男,山东新泰人,安徽财经大学经济发展研究中心主任,教授,经济学博士,研究方向:高等教育研究。

时)电子商务课程。研究还发现提供电子商务课程主要有以下途径:电子商务学位课程;把电子商务课程整合进商科课程;一般的电子商务课程。当然还有其他途径,如由计算机科学、工程学或法学院提供的电子商务课程。

### 1.1 电子商务学位课程

第一种途径就是把电子商务设计成独立的学位课程。目前提供电子商务学位课程的有:电子商务学士学位;主修电子商务的硕士学位;电子商务硕士学位;电子商务证书项目。目前提供电子商务学位教育的大学的教学目标也有几种不同的版本。典型的有哈佛大学、麻省理工学院、斯坦福大学、纽约大学、西北大学和范德比尔特大学。这些学校提供深入的电子商务教育,特别重视电子商务技术层面的内容,而不重视技术对商业流程的影响。

### 1.2 电子商务内容整合

第二种途径就是把电子商务内容植入商科课程之中。有人认为电子商务教育应该作为所有商科专业的核心课程。由于今天商业的各个方面都极大地受到了技术发展的影响,所以应该将电子商务教育拓展到所有商务课程之中<sup>[3]</sup>。通过涉及不同领域如会计、经济、金融、市场营销、管理、管理信息系统等,学生能被引入到电子商务教育和电子商务专题的学习中。这种途径会遇到来自三个方面的障碍。第一,把电子商务内容增加到目前的商务课程中,会增加教师和学生的负担。第二,因为他们自身缺乏与技术相关的知识,所以很多教师不想增加电子商务内容。第三,这种途径要求商学院教师在各个领域进行大量的合作,才能确保较好地把电子商务教育囊括进来,但合作并非易事。

### 1.3 电子商务课程

第三种途径是提供不同的电子商务课程,这个方法有它的优势所在。除了给予电子商务专题更多关注,强调电子商务的重要性外,它还能保证有足够的时间提供高质量的电子商务内容。商学院和会计专业也能提供主修或辅修电子商务的课程,并以独立的电子商务课程存在。网络公司的崩溃已经提醒很多商学院把注意力从提供独立的电子商务专业转移到在不同的学科中提供电子商务课程。这种方法能使商学院提供更广泛的电子商务教育,包括一般的管理技能和因特网基础技术知识。

很多商学院和会计专业把开发新的电子商务课程作为最好地提供电子商务教育的方式。对会计学术人员和实践人员的调查显示,提供电子商务教育

最好的途径是通过在商学院中的每个学科中开设电子商务课程。大部分商学院正在考虑为本科生和研究生提供不同的电子商务课程。

## 2 最新研究进展

Rezaee et al. 从网上搜集到全球 79 个大学的电子商务教学大纲,并对其进行了深入的研究,得出很多重要的结论。研究主要从七个角度展开,分别是:课程名称、课程层次、课程描述和目标、课程结构、课程内容、评分基础和参考资料。大部分被选择的电子商务课程是在会计学科中教授的。

### 2.1 电子商务类课程名称

大多数大学的教学大纲中使用“电子商务”作为课程名称,其它名称还有“电子战略”、“电子商业”、“电子商务管理”、“数字经济和电子商务”和“数字企业管理”。

### 2.2 电子商务课程层次

在本科生层次还是研究生层次提供电子商务课程,这是学生获取电子商务教育的重要问题。54% 的大学只为研究生提供电子商务课程,18% 的大学提供两个层次的课程,28% 的学校把电子商务作为本科生的课程开设。

绝大部分学校在研究生层次提供电子商务课程,这说明在他们真正进入电子商务学习阶段前,在本科阶段就应对各种商业理念有充分的理解。它也说明新的课程内容往往优先放在研究生课程当中。学费收入也是影响电子商务课程层次的因素。一般来说,研究生学费高于本科生,可能成为学校只向研究生提供电子商务课程的原因。28% 的学校只向本科生提供电子商务课程。不论是否能提供研究生层次课程,都可看出被提供的本科电子商务课程被定位在较高层次。所以,任何本科电子商务课程最好能安排在本科生课程设置的最后。

### 2.3 电子商务课程描述和目标

通过分析各校教学大纲,发现至少有 10 种不同的电子商务课程描述,但是以下四种描述占到 50% 以上,分别是:对技术基础设施有整体认识;熟知电子商务在各个部门的运用以及由此带来的政策问题;识别商业机会和分析因特网技术能带给组织的盈利能力;引导商业需求,开发技术、应用,发展电子商务战略;设计、创造、管理电子商务。

大多数教学大纲都设法让学生多角度地接触电子商务,目的在于教会学生电子商务解决之道。60% 以上的教学大纲都提出这样的目标:它们分别

是:让学生对因特网和相关技术包括电子商务有一般的理解;培养学生对目前各行业实践和电子商务机会的理解;培养学生理解电子商务技术和识别技术战略的能力。

#### 2.4 电子商务类课程结构

构建电子商务课程的方法很多。对79个教学大纲的分析显示:讲座,口头表达和演示,讨论和案例分析等方法都被用于电子商务教学。这些方法并不是电子商务课程特有的,所以凡是有用的和有效的教学技巧都可以采用。由此可见,教师把广阔的视野和大量的变革带到课程当中。但是,用得最多的教学方式还是讲座、讨论、阅读、案例分析、项目研究和由学生自己进行口头表达。大多数电子商务课程教学通过讲座和提交作业相结合的方式进行。作业中使用的资料通常来自网上,并以班级讨论、实验室操作和复杂的真实环境中的电子商务项目形式展开。

电子商务课程有四个主要的部分。第一部分要求学生积极地讨论,并且学生应根据布置的电子商务相关阅读材料自己来做演说。每个同学应该准备好以引导对特定材料的讨论。第二部分有:对大量研究项目进行分析并提交报告,解决问题,分析案例,还有强调电子商务战略和应用的网上项目实践。第三部分是关于电子商务主题的学期论文。最后部分是由特邀嘉宾作演讲和播放视频。由此可见,教师不是作为一个演讲者的角色出现,而应是资源的提供者,负责创造一个环境以促进开放式的讨论、思想的交流和学生个体的发展。

#### 2.5 电子商务课程学生成绩评分基础

各大学主要从8个方面对学生的表现的进行评分。研究项目、报告和论文构成课程成绩最大的部分,占到65%,其次考试占到48%。班级参与和讨论成为第三大评分指标占32%,随后是家庭作业占32%,口头表达23%,案例分析20.3%,提交项目或web站点设计19%,小测试11%。超过17%的教学大纲没有具体的计算学生成绩的标准,部分大纲提供了评估学生表现的参考标准<sup>[4]</sup>。

#### 2.6 电子商务课程内容

超过70%的教学大纲列出的课程内容包括:电子商务战略和执行;对因特网和环球网的介绍;通信基础设施和电子商务构建;怎样进行有竞争优势的营销活动<sup>[5]</sup>。

根据电子商务内容的排名,课程内容可以分为三个层次。第一层,包括对电子商务战略的理解、含

义、市场营销、通信基础设施、机会、复杂性、规则和对因特网和万维网的介绍。第二层,主要是电子商务技术角度的整体把握,如因特网安全标准、web网页设计和导航、数据真实性、完整性、数字签名、电子支付系统、Web项目和创建web页面、电子数据交换、加密技术。第三层,主要是电子商务的具体应用,包括虚拟通信和虚拟企业、可扩展标识语言、加密和真实性、内部网、外部网、防火墙、数据库设计和管理、智能代理、可扩展商业报告数据语言、第三方保险服务和虚拟价值链。

#### 2.7 电子商务课程参考资料

电子商务教育随着商业环境和新技术的发展而不断变化,在这样快节奏的环境下,没有哪本教材能完全满足课程的需要。各大学大纲都列出了大量的参考书。被引用的最频繁的参考书有:《电子商务前沿》、《电子商务经济学》、《适应企业发展的改进的java》、《设计可扩展标识语言的因特网运用》。教师认为应该考虑在进行电子商务课程教学时把相关案例、问题讨论和实例作为目前教材的补充。

#### 2.8 电子商务课程设计

技术的发展正在改变着商科教育和会计教育传统的教学方法。在开发电子商务课程时,商学院和会计专业应该考虑课程的使命所在。尽管新兴的网络技术能促进电子商务教育,惯用的技术同样重要。电子商务主题按照他们的排名、相似点、教育学的方法、师资队伍和其他资源的可获得性分成较小的模块。这些模块能为具体的学科和专业,如会计、金融、管理、经济学、市场营销和供应链管理提供更加个性化的课程。例如,会计专业中的电子商务模块就应该着重强调伦理道德、金融、审计、管理、税收等方面的问题。

通过为本科生或研究生提供会计课程或单独的电子商务课程,电子商务教育能够很好地整合起来。这两种方法有他们的优点,但是把电子商务模块加入到现在的会计课程中去会增加教师和学生的负担。此外,很多会计教师不愿意增加电子商务专题,因为有些技术和设施无法获取,应对技术性强的学科也让教师觉得很有压力。同时,怎样把新课程加入本已经满满的课程体系中去也是个很大的挑战。

通过本文的归纳,可以看出美国学者对电子商务教育的研究比较充实,很多学者还把一般的电子商务教育研究和具体的学科和专业的内容结合起来分析。在众多的研究方法中,最为典型的有访谈法和定量分析法。很多学者主张最好的方法不是提供

单独的电子商务专业课程,而是通过把电子商务的主要内容融合到每门学科中以提供电子商务教育。

### 参考文献

- [1] ABIHOLLAH REZAEI. Electronic Commerce Education: Analysis of Existing Courses[J]. the Accounting Educators' Journal, 2005(6):1-24.
- [2] RICHARD JOSEPH. Raising the Standard of Management Education for Electronic Commerce Professionals[J]. Prometheus, 2002, 20(2):119-130.

- [3] HELEN MOSHKOVICH, ALEXANDER MECHITOV. Infusion of Electronic Commerce into the Information System Curriculum[J]. Journal of Computer Information Systems, 2005(8):1-8.
- [4] 刘宝存. 加州大学伯克利分校的本科主教育[J]. 中国大学教学, 2005(10):50-56.
- [5] HARLAN L., KATHY H. E-business Education at AACSB-Affiliated Business Schools: a Survey of Programs and Curricula[J]. Journal of Education for Business, 2001(7):33-36.

## The Study of Electronic Commerce Education in America

YANG Jing, ZHANG Qing-liang

(Anhui University of Finance and Economics, Bengbu Anhui 233041, China)

**Abstract:** While electronic commerce education and training in university are drastically developing, many people have expressed concern over them. So many experts and scholars at home and abroad have conducted lots of researches and have received many helpful results. The paper summarized these studies American scholars carried out. The author hopes that it can provide readers with a whole view for American EC education and do a favor for people who are interested in the EC education and instructors in universities.

**Key words:** electronic commerce education; syllabi; electronic commerce course

(上接第 23 页)

## 5 结论

在对集群内经济主体的区位选择行为进行研究时,建议应考虑以下内容:

产业集群的发展阶段和产业集群的结构特征; 区位因子的类型和数量; 区位因子影响区位主体决策时的权重。

在产业集群的基础阶段,研究区位选择行为主要考虑区域因子的影响,借鉴前人的研究结论就能解释区位选择行为。在产业集群的成熟阶段,除了考虑区域因子的作用,还必须考虑集聚因子和创新因子对区位选择的影响。企业最终的区位选择是在三种因子共同作用下权衡费用和收益后的结果。在成熟的产业集群内,上下游企业的特征、同类竞争对手的行为都会影响企业的区位选择。根据产业集群的特征,对下面三种前提条件下的企业和公共产品区位选择进行研究是有意义的。其一,资源(上游企

业)均匀分布和资源非均匀分布对厂商区位选择的影响;其二,消费者(下游企业)均匀分布和消费者非均匀分布对厂商区位选择的影响;其三,公共产品在集群环境下的区位选择。

### 参考文献

- [1] 张文忠. 经济区位论[M]. 北京: 科学出版社, 2000.
- [2] PORTER M E. Clusters and the New Economics of Competition[J]. Harvard Business Review, 1998:77-90.
- [3] 高鸿业. 西方经济学(微观部分)[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2001.
- [4] 钱志新. 产业集群的理论与实践——基于中国区域经济发展的实证研究[M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2004.
- [5] 徐梅. 当代西方区位选择理论研究的新进展[J]. 贵州财经学院学报, 2004(5):71-75.
- [6] 韦伯. 工业区位论[M]. 北京: 商务印书馆, 1997.
- [7] 董旭红. 企业区位决策因素分析[J]. 现代企业, 2004(11):11-12.
- [8] 王 2. 论集群经济的阶段性演进[J]. 学术研究, 2002(7):5-9.

## The Choice of Location Factors in Industry Cluster

SU Zhao-guo, SHI Ben-shan, TAO Lei

(School of Economics and Management, Southwest Jiaotong University, Chengdu 610031, China)

**Abstract:** It is important to study the location factors in industry cluster. It firstly analysis the body's characters and choice motive of location decision. Then, using dynamics analysis method, combine the development stages of industry cluster, it research the kinds of location factor and their power in decision, explore the impossible directions when we study firms and governments make location decisions in industry cluster.

**Key words:** industry cluster; location factor; firms; public goods