

电子商务专业人才培养方案

专业大类： 财经商贸

专业类： 电子商务

使用年级： 2021 级

2022 年 7 月 20 日

目 录

一、专业名称及代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标与培养规格	1
六、课程设置与要求	3
七、教学进程总体安排	15
八、实施保障	19
九、毕业要求	27
十、附录：课程标准	27

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

(一) 专业名称

电子商务

(二) 专业代码

730701

二、入学要求

本专业招收初级中学毕业生或具备同等学力者。

三、修业年限

3年

四、职业面向

表1 职业面向岗位表

所属专业大类(代码)	财经商贸类(73)
所属专业类(代码)	电子商务类(7307)
专业名称(代码)	电子商务(730701)
对应行业(代码)	互联网和相关服务(64)、批发业(51)、零售业(52)
主要职业类别(代码)	电子商务师(2-01-02-02)、互联网营销师(4-01-02-07)、市场营销专业人员(2-06-07-02)客户服务管理员(4-07-02-03)、商务数据分析师(4-07-02-05)、营销员(4-01-02-01)
主要岗位(群)或技术领域	店铺运营助理、新媒体运营助理、网络营销推广专员、新媒体营销专员、直播销售员、视觉设计、客服专员
职业类证书	电子商务数据分析职业技能等级证书(初级)网店运营推广职业技能等级证书(初级) 新媒体技术职业技能等级证书(初级)

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观,德智体美劳全面发展,具有良好的人文素养、科学素养、职业道德和精益求精的工匠精神,扎实的文化基础知识、较强的就业创业能力和学习能力,掌握本专业知识和技术技能,面向互联网和相

关服务、批发业、零售业的电子商务师、互联网营销师、市场营销专业人员、客户服务管理员、营销员等职业，能够从事店铺运营辅助、新媒体运营辅助、网络推广、新媒体营销执行、直播销售、直播辅助、视觉设计、客户服务等工作的技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质目标

（1）思政素养

坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（2）文化素质

具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维和市场洞察力。

（3）职业素质

勇于奋斗、乐观向上，具有沟通能力、自我管理能力和职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。具备问题解决能力、职业健康与安全、自我评价等职业人必备的职业素养及专业职业心理等必备的综合素养。

（4）身心素质

具备科学锻炼身体的基本技能和良好习惯，达到中职学校《国家学生体质健康标准》，具有健康体魄、美好心灵和健康审美观的身心素质。

2. 知识目标

（1）掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）熟悉与电子商务专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识；

（3）掌握计算机应用、网络技术的基本理论，电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；

（4）掌握互联网资料查询、调研的方法；

- (5) 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法；
- (6) 掌握图形图像处理的方法；
- (7) 掌握客户服务与管理的相关知识；
- (8) 掌握新媒体营销推广的方法；
- (9) 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式，网店运营规范与流程的相关知识。

3. 能力目标

- (1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；
- (2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；
- (3) 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力；
- (4) 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等；
- (5) 能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度；
- (6) 具备网店设计与装修的能力；
- (7) 能够根据运营目标，采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测；
- (8) 能够正确进行网络营销，应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务等；
- (9) 能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广。

六、课程设置与要求

课程主要包括公共基础课程和专业课程。

(一) 公共基础课程

1. 必修课程

课程名称	教学内容与要求	学时
中国特色社会主义	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》开设。通过本课程学习，使学生理解中国特色社会主义理论体系的基本内容和科学方法，帮助学生正确理解这一理论体系基本理论观点，深刻理解党在社会主义初级阶段的基本路线、基本纲领和基本要求，准确把握建设中国特色社会主义的总依据、总任务和总布局，坚定在党的领导下走中国特色	36

课程名称	教学内容与要求	学时
	社会主义道路的理想信念，为全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴而努力奋斗。	
心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握心理健康的基本知识、方法和意识的教育，提高学生心理素质，帮助学生正确处理成长、学习、生活和求职就业中遇到的心理行为问题，促进其身心和谐健康发展。引导学生树立正确的职业观念和职业理想，学会根据社会需要和自身特点进行职业生涯规划，并以此规范和调整自己的行为，为顺利就业创业创造条件。	36
哲学与人生	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握马克思主义哲学基本观点和方法，帮助学生运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点和方法，正确看待自然、社会的发展，正确认识和处理好人生发展中的基本问题，树立和追求崇高理想，逐步形成正确的世界观、人生观和价值观。	36
职业道德与法治	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握文明礼仪的基本要求、职业道德的作用和基本规范，陶冶道德情操，增强职业道德意识，养成职业道德行为习惯。掌握与日常生活和职业活动密切相关的法律知识，树立法治观念，增强法律意识，成为懂法、守法、用法的公民。	36
语文	依据《中等职业学校语文课程标准（2020年版）》开设。通过阅读与欣赏、表达与交流和语文综合实践等学习活动，使学生具有较强的语言文字运用能力和思维能力，能够传承中华民族优秀文，吸收人类进步文化，提高人文素养，养成良好道德品质，成为全面发展的高素质技能人才。	198
历史	依据《中等职业学校历史课程标准（2020年版）》开设。通过本课程学习，使学生了解人类社会发展的基本脉络和优秀传统文化传统，从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；培育社会主义核心价值观，进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神；培养健全的人格，树立正	72

课程名称	教学内容与要求	学时
	确的历史观、人生观和价值观，为中等职业学校学生未来的学习、工作和生活打下基础。	
数学	依据《中等职业学校数学课程标准（2020年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握职业发展所必需的数学知识、数学技能、数学思想和数学方法，具备中等职业教育数学学科核心素养，形成在继续学习和未来工作中运用数学知识和经验发现问题的意识、运用数学的思想方法和工具解决问题的能力；具备一定的科学精神和工匠精神，养成良好的道德品质，增强创新意识，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。	144
英语	依据《中等职业学校英语课程标准（2020年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握一定的英语基础知识和基本技能，培养学生在日常生活和职业场景中的英语应用能力；培养学生的文化意识，提高学生的思想品德修养和文化素养；为学生的职业生涯、继续学习和终身发展奠定基础。	144
信息技术	依据《中等职业学校信息技术课程标准（2020年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握必备的计算机应用基础知识和基本技能，培养学生应用计算机解决工作与生活中实际问题的能力；使学生初步具有应用计算机学习的能力，为其职业生涯发展和终身学习奠定基础；提升学生的信息素养，使学生了解并遵守相关法律法规、信息道德及信息安全准则，培养学生成为信息社会的合格公民。	144
体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康课程标准（2020年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握体育基本理论知识、技术、技能和科学锻炼身体的方法，掌握一定的体育卫生保健常识，通过学习和锻炼，提高自身的运动能力。根据学生的生理、心理特点，选择良好的运动环境，全面提高学生身体素质。	144
艺术	依据《中等职业学校艺术课程标准（2020年版）》开设。通过艺术作品赏析和艺术实践活动，使学生掌握不同艺术门类的基本知识、技能和原理，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，增强文化自觉与文化自信，丰富学生人文	36

课程名称	教学内容与要求	学时
	素养与精神世界，培养学生艺术欣赏能力，提高学生文化品位和审美素质。	
劳动教育	执行中共中央国务院发布的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》相关要求，劳动教育以实习实训课为主要载体开展，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育，每学年不少于16学时。	36

2. 选修课程

公共基础选修课程教学要求

课程名称	教学内容与要求	学时
四史教育	本课程主要学习党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史，以史鉴今、资政育人，培养学生从党的历史中汲取智慧和力量，切实增强学生在生活实践中坚守初心、担当使命的思想自觉和行动自觉。	36
中华优秀传统文化	本课程旨在传授中国传统文化、传承中华民族精神，弘扬优秀文化传统，提高学校教育文化品位和学生人文素质。增强学生的文化涵养，丰富校园文化，发挥文化传承作用，全面提高学生的人文素质，引导学生形成高尚的道德情操和正确的价值取向。	36
职业素养	通过本课程学习，引导学生了解职场、了解职业，树立准职业人的身份意识。使学生成为崇尚劳动、敬业守信、创新务实的社会好公民；成为立足岗位、服务群众、奉献社会的准员工；成为德才兼备、创新进取、精益求精的优秀工匠。	36
创新创业教育	本课程在于培养学生的创业技能与开拓创新精神，以适应全球化、知识经济时代的挑战，并将主动创业作为未来职业生涯的一种选择，转变传统的就业观念和行为选择培养学生具有创新意识、创新思维，锻炼其创业心智的综合素质。	36

课程名称	教学内容与要求	学时
健康教育	本课程旨在培养学生健康行为与生活方式、疾病预防、心理健康、生长发育与青春期保健、安全应急与避险等五个方面的知识与技能,使学生懂得独立生活,自主学习的重要,养成学会学习、会生活、会劳动的好习惯。	36
环保教育	本课程旨在使学生懂得人类与环境、化学与环境的关系,了解低碳、环保、绿色生活的科学知识,培养学生热爱生活、美好生态环境的积极理念与情感,从生活的细微处入手,为绿色家园创建而努力。	36
安全教育	本课程旨在培养学生的社会安全感,使学生逐步形成安全意识,掌握必要的安全行为的知识和技能,养成在日常生活和突发安全事件中正确应对的习惯,最大限度地预防安全事故发生和减少安全事件对学生造成的伤害,保障学生健康成长。	36
海洋科学	通过本课程的学习,帮助学生认识海洋自然环境的基本特征,海洋对人类生存和发展有着极其重要的价值;面对日益严重的海洋环境问题,引导学生积极参与海洋环境保护;帮助学生深刻理解维护国家海洋权益的重要意义,增强学生热爱祖国的情感。	36

(二) 专业(技能)课程

1. 专业基础课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	电子商务基础	通过本课程的学习,使学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识体系和国内外电子商务应用情况有一个整体印象和初步认识,并掌握电子商务运作模式和交易流程,为今后学习专业其他课程以及将来从事电子商务工作奠定良好的基础。	72
2	零售基础	通过本课程的学习,使学生可以全面系统地了解国内外零售业发展动态,最新零售业概念和理论,零售管理的基本知识和运营管理,深入分析零售管理的热点问题,增强学生的分析问题和解决问题的能力。	54

3	市场营销	通过本课程的学习与训练,使学生完成市场营销常识知识、营销实务、营销管理和特殊市场营销等四大板块的学习任务,掌握市场营销的基本知识、基本方法和主要技能,提高学生的职业实践能力。	72
4	商品拍摄与图片处理	本课程的任务是培养学生拍摄商品的能力和影像后期处理能力,要求学生能够掌握摄影的基本知识、商品的照明方法和摄影方法,能根据所售商品的不同特征和消费心理进行拍摄,熟练进行商品图片的后期处理,能将图像处理技术应用在网页制作、网店装修、信息发布等工作中。	72

2. 专业核心课程

序号	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容和要求	学时
1	网店运营	网店运营,包括店铺开设与日常维护、商品分析、店铺数据收集与分析、平台活动执行、商品上下架及标题优化等工作内容,使用办公相关软件、互联网工具、平台工具及平台操作完成工作任务。	本课程的任务是使学生掌握平台规则和运营基础知识,了解运营常用名词术语及经营计算公式,能够完成店铺入驻、日常维护、商品上下架及标题优化、活动申报等操作,能够监控店铺、商品、活动、客户等相关数据并收集、整理和汇总。	36
2	客户服务	客户服务,包括客户咨询回复、异常订单处理、售后纠纷处理、客户维护、评价管理等工作内容,使用客服、社群工具及办公相关软件完成	通过本课程的学习,使学生掌握客户服务基础知识,理解平台规则、商品知识和沟通技巧等内容,能够回复客户咨询,能够进行异常订单处理,能够进行售后纠纷处理,能够进行客户数	36

		工作任务。	据分析，引流并实施维护，能够进行评价舆情的引导与管理。	
3	视觉设计与制作	视觉设计，包括图片处理、海报设计制作、主图制作、页面设计、短视频制作等工作内容，使用数码相机、手机等设备及设计、剪辑相关软件完成工作任务。	通过课程学习，使学生掌握视觉设计基础知识，理解平台规则和营销需求等内容，能够完成图片合规化处理，能够收集和输出设计素材，能够设计制作和优化海报、主图、商品详情页、店铺首页、专属页等，能够拍摄标准化视频素材，能够制作并优化短视频。	72
4	网络推广	网络推广，包括平台内工具推广、社会化媒体推广、KOL（关键意见领袖）媒介营销、新媒体推广、网络广告投放等工作内容，使用办公相关软件、平台营销推广工具及平台后台操作完成工作任务。	本课程旨在使学生掌握网络推广基础知识，理解平台内、社会化媒体、新媒体平台的营销推广相关规则和推广算法、推广效果数据指标、网络广告资源位，使学生能够执行推广任务，跟踪推广效果，收集与发布推广内容与素材，能够完成 KOL 媒介营销、网络广告投放辅助工作，能够收集、整理营销推广数据，制作日报、周报及投入产出数据报表等。	72
5	网络营销	网络营销是一项全面的工作，涉及到多种任务和策略。典	本课程旨在使学生掌握理解网络营销的含义、起源、发展与特点；掌握搜索引擎	72

		型的网络营销工作任务有网站优化、内容创作、社交媒体管理、搜索引擎营销、电子邮件营销、视频营销、数据分析与报告、合作伙伴管理、社区管理、网络广告投放、口碑营销等。	营销、软文营销、视频营销、社会化媒体营销、其他营销方式的方法；充分认识并理解网络营销的基本理念，并掌握实务操作；熟悉网上市场调研的类型和方法以及在线调查问卷的设计；掌握网络消费者的购买行为和购买决策过程；了解目标市场的概念和目标市场的定位策略；掌握网络广告的概念和类型、特点，熟练网络广告策划。	
6	新媒体营销	新媒体营销执行，包括视频内容制作与发布、营销图文制作与发布、营销文案写作、社群营销执行等工作内容，使用摄影摄像、视音频编辑等设备及办公、剪辑、图文处理相关软件、平台后台操作完成工作任务。	通过本课程的学习，使学生掌握新媒体营销基础知识，理解新媒体平台规则、社群营销，能够分析用户需求、商品特点等，挖掘营销卖点，完成素材收集、视频内容制作、营销图文制作、营销文案写作等任务并发布，能够建立社群、进行社群日常维护、实施线上线下社群营销活动。	36
7	直播销售	直播销售（主播），包括主播直播准备、直播商品梳理、直播脚本编写、直播商品讲解、直播过程	本课程旨在培养新型直播人才，使学生掌握直播销售基础知识，理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播技巧和历史直播总结报	72

		应急处理、直播复盘等工作内容，使用手机、直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件完成工作任务	告等内容，让学生能够完成商品信息梳理、商品定位，打造主播人设标签，能够编制整场直播脚本、单品脚本、应急预案脚本，能够进行商品讲解，能够辨识粉丝类型，完成直播复盘。	
8	直播运营实务	直播辅助，包括直播销售准备、直播创建、直播间气氛调控与维护、直播数据监控及流量维护、直播过程应急处理等工作内容，使用手机、直播平台相关工具、直播辅助设备及设计软件、办公相关软件、推流工具、平台自有和第三方检测工具完成工作任务	通过本课程的学习，使学生掌握直播运营基础知识，理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播流程和直播脚本等内容。能够完成直播申请、销售准备、虚拟物料准备、预热海报制作、预告、引流工作，使学生能够完成直播辅助、预约、出镜、画外辅助配合和推流配合，能够维护直播数据，制订应急处理解决方案。	72

3. 专业拓展课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	企业经营沙盘	本课程是电子商务专业拓展课程。通过学习企业的整体运营过程,使学生掌握分析企业外部环境条件和内部资源实力的方法,进而能够制定整体战略划,同时能够在生产、营销、财务、研发等方面做有利决策,在顾客、市场份额、技术创新、利润等方面展开有效竞争,培养学生的战略决策能力和系统思维能力。	36

2	商务沟通与礼仪	本课程的任务是培养学生的礼仪意识,提高学生自身的礼仪修养,增强人际交往能力、应变能力及应用商务礼仪知识的能力,了解沟通的基本原则并掌握实用的沟通技巧,从而全面培养学生的沟通实践能力,提高学生的综合素质和社会适应性。	36
3	财税基础	本课程是高等职业技术学校移动商务专业的一门专业基础课程。以立德树人为根本任务,理论与实践并重,对于培养学生诚实守信的品质,爱岗敬业的工作态度等具有重要意义。本课程的任务是通过学习,使学生掌握会计核算、财务管理以及相关金融与税收的基本知识,了解企业账务处理的基本流程和会计信息的生成过程,会开立银行账户、办理税务登记,培养和提高学生理解、分析和运用财务管理的能力,为将来从事财经商贸类工作打下良好基础。	36
4	商务网站建设与维护	通过本课程学习,在掌握电子商务与电子商务网站关系的基础上,了解建设网站、申请域名的过程、建立网站发布信息平台和发布信息的方法以及使用ASP技术开发Web网站和设计Web应用程序设计的基本理论、方法和技术,和网站维护与管理的方法。	36
5	电子商务法律法规	通过本课程的学习,让学生电子商务法律法规方面的知识,内容包括电子商务的界定与电子商务法概述、电子商务主体法律法规、电子合同的法律法规、电子支付的法律法规、快递物流的法律法规、知识产权保护法律法规、消费者权益保护的法律法规、安全交易的法律法规、税收的法律法规、争议解决的法律法规、电子商务的法律责任。	36
6	电子支付与交易安全	通过本课程的学习,通过对电子商务支付与安全的基本概念、基本理论的介绍,以及经典案例的解读,全面系统地阐述了支付和安全在电子商务领域中的	36

		应用本教材内容共分 9 个模块,以电子交易与支付为核心,叙述了电子支付工具、网上金融的知识及应用;从电子商务系统的安全角度出发,详细叙述了技术层面的网络安全技术、安全协议与认证的内容,并介绍了电子商务支付的法律保障。	
7	商务软文写作	本课程主要面向 B2B、B2C、O2O 等网络平台的文案描述工作,旨在培养学生敏锐的市场洞察力和创造力,指导学生掌握文案策划的依据和运作方法,能够具备文案写作与创作的能力。使学生能够在文案岗位上完成广告文案创作、微博、论坛等软文写作等工作,把握文案写作的基本模式和效果预测方法,能够自我调节工作情绪和压力,为学生毕业后直接上岗从事文案工作奠定坚实的理论和实践基础。	36
8	电子商务数据分析(初级)	本课程旨在培养学生数据思维,帮助学生了解基础数据采集的流程,掌握数据分类与处理的方法,学会进行数据描述性分析、基础数据监控与报表制作,从而初步具备数据处理及分析能力。	36

4. 实践性教学环节

序号	实习实训项目	达到标准	实习实训地点	开设学期	参考学时
1	在线客服综合实训	1. 售后服务工作; 2. 售后负责客户线上咨询、投诉、订单处理等工作; 3. 负责客户意见、建议、系统需求的记录、整理、提交工作; 4. 维护良好的客户关系,掌握客户需求,实现零投诉; 5. 引导用户完成服务,提高服务质量,拉	电子商务客服实训基地/校外实训基地	5	120

		近客户对企业的关注。			
2	网上开店综合实训	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够编辑、维护网店商品内容，上传商品； 2. 能够制定网店的销售目标及预算，负责商品的促销、专题的策划与执行； 3. 能够进行商品关键词选取、优化及竞价排名； 4. 能够制定各种活动报名计划和周期，跟进活动效果； 5. 能够分析店铺数据，制定相应对策，进行跟踪调整。 	视觉化营销实训室/校外实践基地	5	120
3	新媒体营销综合实训	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够收集、编辑、维护网站相关栏目、频道的信息； 2. 能够制订网站运营推广计划，策划网站日常活动方案，并负责组织资源执行； 3. 能够实施网站 SEO,使其符合搜索引擎喜好，获得较好的自然排名； 4. 能够策划网络广告，利用各种社会化媒体工具开展线上线下互动营销等活动，提升网站知名度和品牌效应； 5. 能够分析网站运营的各项用户数据，优化网站功能，提升网站运营效果等。 	新媒体营销实训室/校外实践基地	5	120
4	电子商务综合实训	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据网店的销售情况制定合适的促销计划，负责每个月的销售管理、业绩考核； 2. 熟悉活动，如聚划算、淘宝币等淘宝内部活动等操作； 3. 熟悉推广，如直通车、淘宝客、淘宝帮派、社区、网店相互推广和数据分析管理； 4. 熟悉运营环境、交易规则、推广 ROI、网 	校内生产性实训实训室/校外实践基地	5	180

		站广告资源；			
		5. 对竞争对手的品牌、价位进行研究，提问应对措施。			

主要包括实训、实习、实验、毕业设计、社会实践等。在校内外进行网络推广、视觉化营销、电商直播、网络客服等综合实训。在电子商务行业的京东和日日顺等企业进行岗位实习。实训实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和《电子商务专业岗位实习标准》要求。

5. 教学要求

公共基础课程教学，根据教育部有关教育教学及“三教”改革要求，打造优质课堂，推动课堂革命，充分利用信息化教学手段，采用案例式、启发式、情景式等教学方法，调动学生学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定扎实基础。

专业基础课采用项目教学、启发式教学、情景教学、案例教学等方法，利用集体讲解，师生对话，小组讨论、案例分析、模拟经营、企业参观等形式，配合教学软件、多媒体教学课件、数字化教学资源等手段，使学生更好地理解 and 掌握电子商务的各项基础技能，为以后的学习和创业进行铺垫。

专业技能方向课可以采用任务驱动式教学、理实一体化教学、项目教学等方法组织教学，运用启发式、探究式、讨论式、参与式教学形式，利用模拟情景分析、集体讲解、小组讨论、案例分析、分组训练、综合实践等形式，配合实物教学设备、多媒体教学课件、数字化教学资源、仿真模拟软件等手段，使学生体验电子商务的运营过程，达到能灵活运用电子商务技术、营销等方面技能的教学目的，提升教学效率。注重实践操作，运用小组合作、成果展示、技能比赛等教学方式开展活动。注重情感态度和职业道德的培养，将文化基础课相关知识与专业训练相融合，注重知识的应用。应突出学生的主体作用，使学生在“做中学、学中做”的工作过程体验中完成学习任务，培养学生分析问题、解决问题能力。

七、教学进程总体安排

(一) 教学时间安排

学年	周数	内容	教学(含理实一体教学及专门化集中实训)	复习考试	机动	假期	全年周数
一			36	2	2	12	52
二			36	2	2	12	52
三			38(其中,岗位实习20周)	1	1	5	45

(二) 教学进程总体安排表

课程类别	课程序号	课程名称	总学时	总学分	实践学时	按学期教学进程安排						考核方式	
						1	2	3	4	5	6		
						18周	18周	18周	18周	18周	20周		
公共基础课程	1	中国特色社会主义	36	2		2						▲	
	2	心理健康与职业生涯	36	2			2					▲	
	3	哲学与人生	36	2				2				▲	
	4	职业道德与法治	36	2					2			▲	
	5	语文	198	11		4	4	3				▲	
	6	历史	72	4		2	2					▲	
	7	数学	144	8		3	3	2				▲	
	8	英语	144	8		3	3	2				▲	
	9	信息技术	144	8		4	4					▲	
	10	体育与健康	144	8		2	2	2	2			▲	
	11	艺术	36	2		1	1						
	12	劳动教育	36	2		1	1						
	小计(占总课时比例 32%)			1062	59		22	22	11	4			
	公共选修课程	1	四史教育	36	2								
		2	中华优秀传统文化	36	2				2				▲
		3	职业素养	36	2								
		4	创新创业教育	36	2					2			▲
		5	健康教育	36	2								
		6	环保教育	36	2								
		7	安全教育	36	2								
8		海洋科学	36	2									
小计(占总课时比例 2%)			72	4	36			2	2				
专业	1	电子商务基础	72	4	36	4						▲	
	2	零售基础	54	3	27			3				▲	

课程类别	课程序号	课程名称	总学时	总学分	实践学时	按学期教学进程安排						考核方式	
						1	2	3	4	5	6		
						18周	18周	18周	18周	18周	20周		
课程	基础课程	3	网络推广	72	4	36				4			▲
		4	商品拍摄与图片处理	72	4	36		4					▲
		小计（占总课时比例 8%）		270	15	135	4	4	3	4			
	专业核心课程	1	网店运营	36	2	18				2			▲
		2	客户服务	36	2	18	2						▲
		3	视觉设计与制作	72	4	36			4				▲
		4	市场营销	72	4	36			4				▲
		5	网络营销	72	4	36				4			▲
		6	新媒体营销	36	2	18		2					▲
		7	直播销售	72	4	36				4			▲
8		直播运营实务	72	4	36				4			▲	
小计（占总课时比例 14%）		468	26	234	2	2	8	14					
专业拓展课程	1	企业经营沙盘	36	2	18		2					▲	
	2	商务沟通与礼仪	36	2	18	2						▲	
	3	财税基础	36	2	18				2			▲	
	4	商务网站建设与维护	36	2	18			2				▲	
	5	电子商务法律法规	36	2	18			2				▲	
	6	电子支付与交易安全	36	2	18				2			▲	
	7	商务软文写作	36	2	18			2				▲	
	8	电子商务数据分析 （初级）	36	2	18				2			▲	
	小计（占总课时比例 8%）		288	16	144	2	2	6	6				
实践	1	在线客服综合实训	4周	4	120					4周			
	2	网上开店综合实训	4周	4	120					4周			

课程类别	课程序号	课程名称	总学时	总学分	实践学时	按学期教学进程安排						考核方式
						1	2	3	4	5	6	
						18周	18周	18周	18周	18周	20周	
性课程	3	网络营销综合实训	4周	4	120					4周		
	4	电子商务综合实训	6周	6	180					6周		
	5	岗位实习	20周	20	600						20周	
	小计(占总课时比例34%)			1140		1140						
综合素养课程	1	入学教育与军训	60	2	36	2周						
	2	社会调查与实践		4			1周	1周	1周	1周		
	3	就业指导		1							1周	
	4	毕业教育		1							1周	
	小计(占总课时比例2%)			60	2	36						
周学时及学分合计			3300	158	1653	30	30	30	30	30	30	
证书学分									2			
综合素养学分									12			
总学时									3300			
总学分									172			

说明：1. 综合素养课程只计学分，不计学时，相关任务利用教学周数 18 周以外的时间完成。

2. ▲表示考试，其余为考查。

八、实施保障

(一) 师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为师资队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

专任教师队伍的数量、学历和职称要符合国家有关规定，形成合理的梯队结构。学生数与专任教师数比例不高于 20:1，专任教师中具有高级专业技术职务人数不低于 20%，“双师型”教师占专业课教师数比例应不低于 50%。

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任产业导师，组建

校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

2. 专业带头人

具备本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能广泛联系行业企业，了解国内外电子商务行业发展新趋势，准确把握行业企业用人需求，具有组织开展专业建设、教科研工作和企业服务的能力，在本专业改革发展中起引领作用。

3. 专任教师

“双师型”团队，理论与实践兼修。团队教师20人具有相应的职业资格，“双师型”教师占比57.1%，所有专任教师具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展社会服务；专业教师每年至少1个月在企业或实训基地实训，每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

根据学校《兼职教师聘任与管理办法》，从行业企业聘请兼职教师，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验。企业兼职教师应参与本专业的教研活动，把企业的新工艺、新技术、新的管理理念引入教学当中，对教学中存在的问题及时进行总结和反思。从本专业相关行业企业的高技术技能人才中聘任兼职教师6人，其中本科学历5人，建立专门针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

师资配备标准表

类别	标准要求	数量	备注
公共基础课（34%）	不高于专任教师的50%，本科以上学历100%，并有30%以上取得硕士研究生学历或硕士学位，中高级教师职务达专任教师人数的60%，其中高级技术职务人数不低于20%，100%取得中等职业学校教师资格证。	12	
专业技能课教师（66%）	专业带头人	1	
	具有副高级及以上职称，近3年独立讲授本专业2门及以上专业课程。主持或参与本专业工学结合人才培养模式创新、课程体系和教学内容改革、人才培养方案制（修）订、课程开发与建设、实训基地		

	<p>建设、特色或品牌专业建设。且具备下列成果之二：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 主持市级或参与省级（前3位）及以上项目、课题，并通过验收或结题； 2. 参加市级或省级及以上各类技能大赛并分别获二、三等奖及以上荣誉； 3. 在正规期刊公开发表本专业且本人为第一作者的论文不少于2篇； 4. 担任副主编或主编，有本专业正式出版专著或教材； 5. 主持技术推广服务项目，并取得一定经济效益和社会效益。 6. 获得国家专利。 		
--	---	--	--

	专业骨干教师	<p>具有专科及以上学历，具有中等职业学校及以上教师资格证书；能够承担 2~4 门左右专业课程教学任务；参与专业建设，参与课程、教材等建设任务；能够完成对学生专业能力、社会能力和方法能力的培养任务本科及以上学历，从事本专业教学 5 年以上，具有中级及以上职称，并取得本专业相关职业资格证书二级及以上。</p> <p>专业相同或相近，具有中级及以上职称或硕士学位；实践技能过硬，具有本专业中级及以上职业资格且至少具备下列成果之二：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 主持校级或参与市级及以上项目、课题，并通过验收或结题； 2. 在工学结合人才培养模式改革、课程体系和教学内容改革中成绩突出，获得市级及以上奖项； 3. 指导学生团队参加市级及以上各类技能大赛，获得三等奖以上（或前五名）荣誉； 4. 参加市级及以上本专业各类大赛并获三等奖以上荣誉； 5. 在正规期刊公开发表本专业且本人为第一作者的论文不少于 1 篇； 6. 担任参编、副主编或主编，有本专业正式出版专著或教材； 7. 主持或参与（前三名）技术推广服务项目，并取得一定经济效益和社会效益； 8. 获得国家专利。 	22	
	双师型教师	<p>双师型教师比例占专任教师的 60%，其中获得与专业相关技术职业资格证书的教师不低于 50%。</p>	20	

	兼职教师	兼职教师比例占专任教师的 10%-20%，建立兼职教师管理制度并有效实施。	6	
--	------	---------------------------------------	---	--

(二) 教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所必需的专业教室、实习实训室及校外实习实训基地。

1. 专业教室基本要求

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或无线网络环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实训场所基本要求

根据本专业人才培养目标的要求及课程设置的需要，按每班 40 名学生为基准，校内外实训条件配置如下：

(1) 校内实训场所基本要求

序号	实训室名称及面积	对应课程	主要设施设备	
			名称	数量
1	视觉化营销实训机房 70 m ²	商品拍摄与素材编辑 市场营销 数字化零售运营 视觉设计与制作	计算机	45 台
			影像处理系列软件	1 套
2	新媒体营销综合实训室 70 m ²	市场营销 网络推广 新媒体营销 数字化零售运营	计算机	45 台
			电子商务模拟软件	1 套
			电子商务物流软件	1 套
			服务器中心	1 套
3	电子商务综合实训室 70 m ²	网络推广 网络营销	计算机	50 台
			电子商务综合实训模拟软件	1 套
			服务器中心	1 套

4	电子商务客户服务综合实训室 70 m ²	客户服务	计算机	50 台
			客户服务综合实训模拟软件	1 套
5	摄影综合实训室 50 m ²	商品拍摄与素材编辑 直播营销	摄影设备（卡片机、柔光箱等）	10 套
			电动背景幕布	1 套
			模特	5 个
6	直播实训室 20 m ²	直播营销 直播运营实务	直播设备	5 套
7	电子商务生产性实训基地 400 m ²	市场营销 网络推广 新媒体营销 数字化零售运营 网上创业实战	办公电脑桌椅	60 套
			电脑	60 台
			液晶显示屏	1 台
			商品展架	4 组

(2) 校外实训场所基本要求

序号	实训基地名称	对应课程	主要设施设备	能开展的实训活动
1	网络营销校外实训基地	市场营销 网络营销	计算机、实训工位	市场营销
2	电子商务客服校外实训基地	客户服务	计算机、电话、实训工位	新媒体营销
3	美工校外实训基地	商品拍摄与素材编辑	计算机、实训工位	商品拍摄、素材编辑、网店装修、
4	运营校外实训基地	数字化零售运营 新媒体运营	计算机、实训工位	数字化零售运营、新媒体运营

3. 实习场所基本要求

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实

习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供网络推广、视觉化营销、网店运营、电商直播等与专业对口的相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

（三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用要求

严格按照《**市中等职业学校教材管理办法实施细则》选用使用教材。

2. 图书资料配备要求

图书资料配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：《电子商务法》《中国电子商务法律法规政策汇编》《电子商务概论》《电子商务优秀设计案例》《电子商务数据分析》等书籍，以及《电子商务》《商业经济研究》等专业学术期刊，同时使用现代化图书软件，实现高效管理，方便师生查询、借阅，做到及时更新，科学剔除。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书资料。

3. 数字资源配备要求

推进信息技术与教学有机融合，加快建设智能化教学支持环境，建设能够满足多样化需求的数字资源。建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

教法是“三教改革”的基本核心，在教法改革中，应充分利用互联网等信息技术改造课堂教学，广泛开发慕课、微课、虚拟课堂等共享学习平台，提升教学手段。普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，大量引入典型生产案例，将课堂搬进工厂等一线实现在做中学、在做中教，把基础内容与企业实践相结合。适宜采取行动导向教学，在教师引导下，学生按照咨询—决策—计划—实施—评价—改进的“六步法”制定工作和学习计划、实施计划，实施评价和改进，通过一连串完整的工作过程学习，实现知识与技能的无缝衔接，并体现学生的主体地位与职校教师的主导作用。

（五）学习评价

健全多元化考核评价体系，完善学生过程监测、评价与反馈机制。实行教师评价与学生评价相结合、过程性评价与终结性评价相结合等多元评价方式，加大过程考核、实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重。建立1+X证书质量认证标准体系，从专业、课程、教师、教学等诸多方面调整评价标准，由原有的岗位群向产业链、职业群拓展，将硬技能定量考核与软技能定性考核有机结合，充分体现一专多能。积极探索学分银行，把学生对学历证书和职业技能等级证书所体现的学习成果进行登记、存储，计入个人学习账号，对学习和培训的成果进行认证、积累和转换。

（六）质量管理

1. 建立专业人才培养质量保障机制

建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，健全综合评价。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2. 完善教学管理机制

完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 建立专业建立集中备课制度

专业教研组织应建立集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

九、毕业要求

（一）学业考核要求

学生通过规定年限的学习，修满电子商务专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，达到电子商务专业人才培养方案所规定的素质、知识和能力等方面要求。按照课程类型的不同，采用不同的考核与认证方法。职业核心能力课程和专业基本技能课程由校内教师考核；单列实习实训由校内、外指导教师共同考核，以校内为主；顶岗实习由校内外指导教师共同考核，以校外为主；专业核心技能课程采用“课程考核职业技能认证”的方式进行考核。单项课程成绩考核不足 60 分者不予合格，必修课必须重修。顶岗实习毕业生实习成绩不合格必须重修。通过综合素质评价平台考核要求，最低学分要求不低于 172 分。

（二）证书考取要求

学生在校期间可考取 1+X 电子商务证书、全国计算机等级考试、普通话水平证书等，根据相关政策规定，鼓励学校将职业技能等级标准有关内容及要求有机融入专业课程教学，优化专业人才培养方案。1+X 证书制度的有效实施，可将课程体系、课程结构两方面与 1+X 证书相融通。在教学过程中，运用“嵌入法”、“补充法”“强化法”等教学方法，对比人才培养方案中“学习内容、知识能力要求、职业范围”等描述与证书内容和要求进行比对，直接与 1+X 证书进行对接，将证书的全部内容嵌入专业课程体系中，学生在完成校内课程的基础上，学习相关专业知识，通过对比、分析、划分大部分一致的课程，再对有差异的课程进行多种专业方向课程体系构建，以实践课的形式进行证书课程的补充，对某些重点职业需求的技能课程进行方法强化，增加专业课程体系的学时，并重新划分专业基础课、专业主干课以及专业核心课。

十、附录：课程标准

电子商务基础 课程标准

一、课程性质与任务

电子商务基础是电子商务专业一门必修专业基础课程,同时也是电子商务专业职业启蒙及导入性的核心课程。旨在使学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识体系和电子商务的国内外应用情况有一个整体印象和初步认识,并掌握电子商务运作模式和交易流程,掌握电子商务应用的基本技能,为今后学习各门专业课程打下良好的基础。

二、课程教学目标

1. 知识目标

- (1) 了解电子商务的安全及风险;
- (2) 了解网络创业相关知识;
- (3) 熟悉电子商务的基本模式: B2C、C2C、B2B 等电子商务模式;
- (4) 掌握电子商务相关法律法规、电子商务支付、电子商务物流等基础知识。

2. 能力目标

- (1) 掌握电子商务的业务流程与主要环节、电子商务支付、电子商务物流、电子商务相关法律法规等电子商务相关基础知识;
- (2) 熟练使用互联网, 并会使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具;
- (3) 能使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店管理运营;
- (4) 能熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。

3. 素质目标

- (1) 具有较高的信息技术素养、对网络环境能敏锐观察素养;
- (2) 具有用心尊重他人、乐于团队合作、善于整合资源的素养;
- (3) 具有善于表达沟通、注重学以致用用的素养;
- (4) 具有及时适应环境变化、不断开拓创新的素养。

三、学时

72 学时

四、课程学分

4 学分

五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	走进电子商务	1. 理解电子商务的概念，了解传统商务与电子商务的区别。 2. 了解电子商务的行业特点、行业现状及发展趋势及对人才的需求情况。	1. 引例：淘宝网电子商务案例分析。通过常见的电子商务网站介绍，让学生对电子商务概念有直观认识。 2. 通过传统商务走向电子商务的案例帮助学生加深对电子商务的认识，加强对电子商务理解。	6
2	体验电子商务	1. 体验电子商务环境。 2. 了解各种电子商务分类。 3. 熟悉 B2C、B2B、C2C、C2B、O2O 等多种电子商务交易模式及应用。	结合模拟教学软件，特别是国赛电子商务指定软件的使用，进行电子商务环境和多种交易模式体验。引例：对全国中职组电子商务比赛金奖作品的欣赏与点评。 任务一：了解全国职业院校技能竞赛中职组电子商务赛项规程。 任务二：电子商务模拟教学系统软件(竞赛版)的简介。 任务三：登陆各种购物网站体验网上购物流程。	8
3	网络工具的应用	1. 掌握 Internet 基本知识。 2. 能够进行电子邮箱、QQ、博客、微博、微信等网络交流工具的申请、设置和使用。 3. 掌握百度、谷歌等搜索引擎的使用方法和技巧，能够更好	教师指导学生实际操作 任务一：申请邮箱、注册 QQ、博客、微博、微信并熟练使用这些工具。 任务二：搜索引擎的使用。 任务三：文件传输。 任务四：上网申请域名，对电脑 IP 地址进	8

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
		的进行信息搜索。 4. 能够使用下载工具下载网络资源,使用 FTP 客户端进行文件的上传和下载,使用即时通信工具进行交流和文件传输等。	行配置,引例:网络工具应用案例。	
4	体验电子商务支付	1. 了解电子货币、电子支付的形式。 2. 掌握网上银行的使用方法 3. 掌握第三方支付工具的使用技巧。	技能实训任务一:使用银行卡在 ATM 和超市 pos 终端上,并画出各自的工作流程。 任务二:开通网上银行,并进行安全设置、网上银行查询、转账等各种业务。 任务三:申请支付宝或财付通账户,管理、查询支付宝,使用支付宝完成支付。	8
5	搭建电子商务安全环境	1. 了解电子商务安全基本知识。 2. 理解信息加密、数字签名的概念。 3. 掌握数字证书的使用。	1. 以生活中常见案例引发学生对电子商务安全的重视和警觉。引例:搭建淘宝网上购物的安全环境任务:病毒的拦截与防护。 2. 通过实训,让学生申请电子邮件数字证书或银行数字证书,安装并使用数字证书。	8
6	走进电子商务物流	1. 了解物流和物流活动的要素。 2. 了解电子商务的物流及配送流程。 3. 理解供应链管理。	1. 初识快递公司。参观物流公司或物流实训基地,知晓物流管理业务流程。 2. 以知名企业物流供应链为例学习。	8
7	初探网络营销	1. 了解网络营销的特点。 2. 掌握网上市场调查的基本方法。 3. 掌握网络营销工具的使用。	引例:网络营销经典案例分析。 实训任务一:利用 BBS、电子邮件、新闻组、邮件列表搜集、发布商务信息; 任务二:网络营销效果监测评估,包括网络营销效果评价、流量统计与分析。	6
8	网上开店	1. 了解网上开店的基本知识。	采用实战操练的学习模式,并激发学生创	6

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
		2.掌握开通网店的方法,并进行店铺装修。 3.掌握网上交易和网店管理的方法。	业激情。 任务一:网上店铺商品的选择及调研。 任务二:网上店铺的开设。包括注册会员账号、支付宝实名认证、选择进货渠道、开设淘宝店铺、发布网店商品。 任务三:网上店铺的经营。包括选择配送方案、推广网上店铺。	
9	企业电子商务应用	1.了解流通企业的电子商务发展现状。 2.了解工业企业的电子商务发展现状。 3.了解信息服务企业的电子商务发展现状。	采用典型案例结合电商发展实情进行教学。	6
10	电子商务职业规划	1.初步了解电子商务岗位职责。 2.了解中职学生从事电子商务工作应具备知识和能力要求。 3.个人职业生涯规划。	任务一:本地电子商务发展现状调研,激发学生进一步学习电子商务专业的兴趣。 任务二:结合目前电子商务专业学生就业机会和就业岗位,启发学生根据个人特点进行职业生涯规划。	8

六、教学建议

1. 教学方法

在教学上采取“案例教学”与“项目训练”相结合的方法,以学训一体、职场体验为主要形式,充分利用配备电子商务教学软件的校内实训室和互联网,通过仿真训练、实训操作等方式,提高学生的实际操作能力。以技能训练任务为载体,采用任务驱动、项目导向的教学模式,融教、学、做为一体。课堂组织形式上采取分组教学方式,学生以团队的方式进行网上实践、案例讨论和问题探究。教学中根据实际需要可以采用电子课件、大屏幕多媒体联机演示、网络教学等各种先进的教学手段,充分利用现代化教学手段,提高教学效果。

2. 评价方法

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合考核相结合。通过项目进度和任务完成度监控学生的学习进度，全程评价学生的学习态度、实操完成质量、任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、个人能力与团队意识、自主学习与创新思维等多维化考核评价体系，针对学生不同的学习兴趣，由学生自由组合选择项目任务；根据个体能力发挥情况，设置难易层度不同、类型各异的题目，进行拓展任务训练，培养和锻炼学生在实践中的创新思维能力和自主学习能力，促进学生综合素质的提高。同时评价标准和评价主体改变过去以教材和教师为中心的方式，尝试让学生、市场、企业等也逐渐成为评价主体，并根据不同内容采用不同的评价标准。

3. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，组织经验丰富的行业企业专家编写图文并茂的活页式教材。突出职业能力的培养，做到由易到难、深入浅出、通俗易懂、实用性强。

零售基础 课程标准

一、课程性质与任务

本课程是中等职业学校电子商务专业的一门专业基础课程。通过本课程的学习，培养学生新零售的基本理念和技能，了解零售业基于“人”“货”“场”“圈”的商业逻辑、创新策略等，理解连锁店铺经营的基本原理，能完成零售环境分析、购买行为分析、商圈与店铺选址，商品结构与属性的分类等工作任务。该课程是从事店铺运营，门店销售，供应链管理等工作必须学习的课程，为后续学习新媒体营销、数字化零售运营等专业核心课程奠定基础。

二、课程教学目标

1. 素质目标

- (1) 具有良好的职业道德和较强的服务意识；
- (2) 具备工作细致耐心的习惯和良好的责任意识；
- (3) 具有法律意识，遵守零售业法律法规；
- (4) 具有良好的沟通和协作能力；
- (5) 具有创新意识和新零售运营思维。

2. 知识目标

- (1) 了解零售行业发展特点；
- (2) 掌握零售业态的定位、目标顾客、商品结构及经营方式；
- (3) 掌握新零售的诞生、内涵、核心内容与知识框架；
- (4) 掌握商品及供应链分析能力，理解商品采购的渠道流程，具备一定的零售数据收据与整合能力；
- (5) 掌握CRM系统和ERP系统的应用方法；
- (6) 理解商圈理论和店铺选址策略；
- (7) 理解用户画像的分析方法，熟悉RFM等典型用户分析模型；
- (8) 理解零售的新技术、新工艺、新设备。

3. 能力目标

(1) 能够站在用户的角度分析各零售业态的定位、经营方式，能够理清新零售的内涵和框架；

(2) 能够区分网络零售平台规则和网络零售营销方法；

(3) 能够完成商业成本核算，会使用CRM系统和ERP系统；

(4) 能够区分供应链CRP, QR, ECR系统的特点，会分析零售业在供应链中定位，能够对供应链的评估和优化提出建议；

(5) 会使用商圈理论和选址策略，进行选址分析；

(6) 能够收集用户指标数据，进行数据分析，挖掘客户潜在需求；

(7) 能够及时获取各种新零售技术的实际应用。

三、学时

54课时

四、课程学分

3学分

五、课程内容和要求

课程内容设计建议表

序号	教学单元	教学内容与教学要求	教学活动设计建议	参考课时
1	零售发展历程	1. 理解商业发展的基本规律； 2. 了解网络零售的发展； 3. 掌握中国零售业发展趋势。	1. 通过案例分析，使学生掌握商业发展的基本规律； 2. 通过销售数据分析，使学生了解网络零售的发展； 3. 通过场景展示等视频，使学生了解在新技术、新设备的环境下，中国零售业的发展状态及趋势。	6
2	零售业态	1. 掌握百货店、超级市场、大型综合超市、便利店、专卖店、购物中心、仓储式商场等典型业态的定位、目标顾客、商品结构及经营方式； 2. 理解新零售的诞生及内涵； 3. 掌握新零售的核心内容；	1. 通过各零售业态的典型案例，使学生掌握百货店、购物中心、大型综合超市、专卖店等各零售业态的消费对象与特点，并掌握新技术给各业态带来的影响。	6

		4. 掌握新零售的知识框架。	2. 通过案例分析, 使学生掌握新零售的诞生、内涵、核心内容与知识框架。	
3	网络零售	1. 了解网络零售的发展环境; 2. 理解网络零售的平台; 3. 掌握网络零售平台规则和运营基础知识; 4. 掌握网络零售平台的区别; 5. 掌握网络零售营销的方法。	1. 通过视频案例、微课, 熟悉网络零售的发展环境; 2. 通过小组探究、讨论交流, 掌握不同平台规则和区别, 具备营销方法和运营的基础知识的能力。	8
4	零售商品与供应链	1. 了解商品采购渠道与流程; 2. 理解商品分类方法与商品结构规; 3. 理解供应链CRP, QR, ECR系统区别与特点; 4. 掌握供应链数据指标的含义及作用; 5. 能够对供应链的评估和优化提出建议; 6. 养成工作细致耐心、善于沟通和团队合作的职业习惯。	1. 通过案例分析、视频教学资源等内容, 使学生掌握商品及供应链分析能力; 2. 通过动画演示, 理解商品采购的渠道流程, 具备一定的零售数据收据与整合能力。	8
5	零售经营管理	1. 理解零售的发展模式; 2. 掌握成本核算的模型及方法; 3. 掌握CRM系统和ERP系统的应用方法; 4. 能收集整理零售业销售指标; 5. 能应用pest、swot分析法进行经营分析。 6. 具有商业成本意识和盈利意识。	1. 通过案例分析、现场教学等方法, 使学生掌握商业模式, 理解连锁经营的特点和流程; 2. 通过虚拟仿真教学使学生掌握CRM系统和ERP系统的基本功能; 3. 通过案例, 提高学生的成本意识与盈利意识, 理解成本的构成和含义。	8

6	商圈与选址	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解商圈理论及应用方法; 2. 掌握选址的策略和方法; 3. 具有商业竞争意识和科学决策能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过现场教学, 使学生理解商圈理论认知能力, 理解选址策略; 2. 分组讨论, 总结分析选址方法。 	6
7	消费者与购买行为	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解RFM分析模型; 2. 掌握用户画像分析方法; 3. 理解影响用户购买决策的因素; 4. 能收集用户指标数据, 挖掘客户潜在需求; 5. 具备用户思维, 能站在用户的角度思考问题。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过案例分析, 培养学生的用户思维与服务意识; 2. 通过虚拟仿真软件教学, 使学生掌握数据挖掘与分析能力, 理解用户画像的分析方法, 熟悉RFM等典型用户分析模型。 	6
8	零售新技术	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人工智能的新零售应用场景; 2. 区块链技术提供产品溯源认证; 3. 数据管理平台应用定向广告技术; 4. AR/VR虚拟技术增加服务内容。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过虚拟仿真及现场教学的方法, 使学生理解人工智能、区块链、数据管理平台应用定向广告等技术在新零售中的应用。 2. 角色扮演, 体会AR/VR虚拟技术的应用。 	6

六、实施建议

1. 教学建议

(1) 及时关注国内外零售业政策变化, 了解零售业人货场圈的运行规则, 理解商业的本质, 具备客户思维意识、成本意识、盈利意识, 培养敏锐的市场洞察力。充分挖掘思政元素, 将规范意识、安全意识、法律意识和敬业精神的养成融入到相关教学实践活动, 使学生在知识和技能的学习中形成良好的职业道德。

(2) 坚持以学生为中心, 遵循学生的认知发展规律, 根据教学内容的特点选择不同的教学方法, 积极推行案例教学、情景教学、模块化教学等教学方式, 运用探究式、启发式、讨论式等教学方法, 推动课堂教学改革。鼓励电商行业、企业技术人员参与教学, 为学生提供模拟零售系统供学生实习实训, 建议使用混合式教学

模式，注重培养零售业行业的职业素养和职业道德，实现知识、技能和态度的有机统一。

2. 学生考核评价方法

(1) 树立正确的教学质量观，充分关注学生的个性差异，坚持多元化评价原则，发挥评价的教育功能、激励作用。注重将评价结果及时、客观向学生反馈，指出被评价者需要改进的方面，商讨改进的途径和方法，调动学生的学习积极性，根据学生反馈及时调整教学方法。

(2) 教学评价要与相关的职业岗位技能鉴定相结合，与行业企业职业岗位要求相结合，学生综合职业能力提高相结合，真实评定学生的专业实践能力。

(3) 建议采用过程评价和目标评价相结合的评价方法，按一定比例纳入总分。过程评价主要在教学过程中对学生的学习态度、操作能力、课堂表现、作业完成、团队协作等情况进行的评价；目标评价是在项目结束时，对学生在知识和技能的整体掌握情况的评价，适当增加实践技能考核比重。

3. 教学实施与保障

建议在理实一体化教室或技能实训室开展教学活动。实训室需要配备新零售进销存APP等新零售工具、CRM系统和ERP系统等虚拟仿真软件等，并能正常运行。建议任课教师除了具有扎实的电商运营基础外，还要对本专业的专业技能培养水平有较准确的把握，能让本课程的教学为学生后期学习打下扎实的专业基础。

4. 教材编写与选用

按国家和地方教育行政部门规定的程序与办法选用教材，建议优先选用国家规划特色教材或省级重点建设教材、全国电子商务行指委组织编写的教材。或选用体现零售行业新技术、新工艺、新规范等内容的高质量教材。

教材编写建议挖掘区域企业资源，校企联合开发岗位引领，“课赛证”融通、突出职业能力培养的新形态教材，并开发课程教学课件、电子教案、微课资源和在线课程等数字化教学资源库。

市场营销 课程标准

一、课程性质与任务

市场营销是电子商务专业的专业基础课程之一，旨在培养学生的营销能力，帮助学生牢固树立以顾客为中心的营销观念，为学生学习和掌握市场营销课程理论知识和职业能力、适应市场营销岗位工作打下良好的基础。

二、课程教学目标

通过市场营销这门课程的学习，使学生从互联网技术，市场营销和网络推广等多学科角度，了解和掌握市场营销的理论体系、核心内容，能够设计市场营销策划并开展各种市场营销活动。

1. 知识目标

通过本课程的学习与训练，掌握市场营销学的基本方法和基本技能，明确营销实务中产品策略、价论、格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要特点，了解并基本掌握市场营销的特点和基本技能，了解营销管理的内容，并能结合相关案例进行分析、研究；结合相应的实践教学，培养学生在市场营销方面的应用能力和创新能力。

2. 能力目标

(1) 树立正确的营销观念，具备观念创新意识，初步掌握营销环境的分析方法，能运用所学方法，结合自己比较熟悉或了解的某个特定企业进行营销环境的分析；

(2) 能运用市场细分的若干种方法，选择相应企业面对的市场进行市场细分，进而选择目标市场，推出相应的目标市场策略和市场定位策略；

(4) 能够比较准确地分析消费者的购买动机、购买行为和购买过程，并能采取相应的营销策略；

(5) 能够针对具体的企业选择与设计产品策略与价格策略；

(6) 能够结合相关案例对某企业实施的分销策略进行利弊分析，基本上能够设计和践行相关的营销活动；

(7) 可以根据市场条件选择与设计促销策略，组织参与促销活动。

3. 素质目标

培养学生勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风，使学生具有良好的职业道德素质，具有高度责任心和良好的团队合作精神。具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力，有着正确的营销理念，较强的自我知识及技术更新能力。

三、学时

72 学时

四、课程学分

4 学分

五、教学内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	市场营销概述	1. 了解市场营销的含义； 2. 掌握市场营销的观念的演变过程； 3. 掌握现代市场营销观念的主要形式； 4. 了解市场营销过程。	1. 市场调研； 2. 案例分析； 3. 任务驱动。	6
2	市场营销环境分析	1. 了解市场营销环境的概念及特点； 2. 掌握宏观和微观营销环境的构成； 3. 掌握市场营销环境的分析方法及其变化时的对策。	1. 设置市场营销场景，组织学生进行角色扮演； 2. 市场营销环境调研； 3. 小组模拟实训。	8
3	市场分析	1. 解消费者购买动机和购买行为的特 行分析比较，并为其定价； 2. 掌握顾客让渡价值的构成、计算方法和消费者需要、购买动机和购买行为分析； 3. 了解消费者购买行为的过程和影响购 费活动，提出一个促销方方法； 4. 能进行营销决策，制定相关的营销策	1. 一个名牌店与一个小店 8 卖同样品牌商品，让学生分析两个店的顾客让渡价值进 2、记录自己的一次购买消案，与同学进行交流讨论 3、案例讨论分析	8

		略。		
4	市场调研与预测	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解市场营销战略的特点; 2. 了解市场营销战略要素、决策、程序和步骤; 3. 掌握市场调查及市场预测的方法。了解市场营销组织形式、设计的原则; 4. 了解市场营销控制的过程和内容; 5. 掌握市场营销战略决策的程序、市场营销计划编制的方法、营销组织机构设计技术和营销控制方法与技巧。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 案例分析; 2. 在网上发布指定产品调研调查表。 	6
5	市场细分与目标市场	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握市场细分的基础知识和基本理论; 2. 能正确理解选择目标市场的条件和类别、层次, 分析其选择目标市场定价策略; 3. 能按照市场细分程序、运用市场细分方法对生活资料和生产资料进行细分; 4. 基本掌握选择目标市场和目标市场定位的方法技巧; 5. 能够运用市场细分与目标市场定位的知识与技能, 分析和解决目标市场选择中的实际问题。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 案例分析; 2. 选择三家大的综合百货商场, 了解各个商场经营商位上的差异。 	8
6	产品策略	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握整体产品、产品组合的概念和产品组合策略; 2. 掌握产品市场生命周期各个阶段的特点与营销策略; 3. 理解新产品的内涵, 掌握新产品开发策略; 了解产品品牌、包装的内涵; 4. 初步掌握产品品牌策略、商标策略和包装策略; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 让学生将收集的家电营销资料进行分组并就家电营销策划的优缺点进行讨论; 2. 正确预测市场发展趋势及优势及产品研发、营销能力。 	8

		5. 能够运用整体产品概念、产品市场生命周期理论、新产品开发理论和产品品牌、产品包装理论及技能进行产品决策，制定产品营销策略。		
7	定价策略	<ol style="list-style-type: none"> 1. 正确认识影响营销定价的因素；基本掌握营销定价的目标； 2. 掌握营销定价的基本策略；能理解营销价格调整的依据； 3. 掌握各种营销定价的程序、方法和技巧； 4. 能够在分析影响营销价格因素的基础上进行营销定价，适时调整营销定价。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 定价技术操作训练； 2. 以营销副总的角色把握重点商品的营销案例讨论分析。 	6
8	分销渠道策略	<ol style="list-style-type: none"> 1. 正确理解分销渠道的基本类型与模式； 2. 了解中间商的概念、作用与类型； 3. 掌握分销渠道选择和影响分销渠道选择的因素； 4. 掌握分销渠道的基本策略；掌握分销渠道模式分析方法以及分销渠道决策技巧和产品实体分销技术； 5. 能够依据所依赖的环境、企业和产品特点选择分销渠道和制定分销渠道策略，具有产品实体分销能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 调查学校所在地一家房地产公司营销渠道现状、存在的问题及创新对策。将班级同学分成若干组，进行实地调研，小组讨论交流，老师点评； 2. 案例分析。 	8
9	促销策略	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解与掌握促销策略组合的内容；掌握人员推销的基本特点和策略； 2. 了解广告决策的特点和广告宣传的内容及策略； 3. 了解公共关系的基本内容； 4. 基本掌握公共关系活动的方式和促销途径； 5. 掌握营业推广的形式；基本掌握促销方式 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 为某食品公司拟定 xx 牌薯片退款促销方案； 2. 为 xx 牌按摩器进行社区促销活动策划。确定促销主题、促销价格、产地、时间，布置活动现场做好准备工作；现场促销的执行，做好售后服务； 	8

		及组合策略的方法和技巧； 6. 具有运用所学理论和方法进行产品推销、广告宣传、公共关系和营业推广的能力，能够综合运用各种促销方式开展促销活动。	3. 案例讨论分析促销途径。	
10	国际市场进入策略	1. 了解国际市场营销的兴起； 2. 掌握国际市场进入的四种方式及其优缺点； 3. 掌握国际市场进入方式选择的影响因素。	1. 案例导入； 2. 小组模拟实训。	6

六、教学建议

1. 教学方法

在教学过程中，立足“以学生为主体”、“以能力为本位”、“以就业为导向”的指导思想，采用以下教学方法：

（1）理论与实践相结合，重视实践教学

理论教学主要通过课堂讲授来实现，在理论讲授时，转变教学理念，从传统的“讲课”向“综合性教学系统”转变，强调启发式教学，积极推进问题教学法、案例教学法、讨论式教+学法，通过提供大量的案例分析资料、提出问题、并组织学生讨论、培养学生的综合分析和解决问题的能力。

（2）案例教学法

每个学习情境配以案例分析，引用作品设计过程中遇到的问题，学生根据所学知识分析讨论，并解决问题，在分析、讨论的过程中巩固所学知识，同时提高解决问题的能力。

（3）互动教学法

改变以往满堂灌、填鸭式的教学方式，在教学过程中，就某些问题征询学生的意见。学生根据自己所掌握的知识阐述自己的看法，在交流中学习，形成良性的互动。

（4）实训作业

给学生布置实训作业，让学生在实训中巩固运用所学知识。

2. 评价方法

（1）形式：采取结果闭卷考+实践操作考核形式。

（2）考核要求：闭卷考试重点考核相关知识点，实践操作重点考核学生的

职业素质和职业技能。

3. 教学条件

除配备多媒体教室、多媒体资料和设备、纸质教材及资料、数字化教学资源等教学条件外，还应：

- (1) 配有市场营销技能训练室，满足学生专门化集中实训的要求。
- (2) 建立校内外实习实训基地，如大型超市、工商企业等的市场营销部门。
- (3) 聘请校外专家、成功人士举办学术讲座和经验介绍拓展学生视野。

4. 教材编写

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

教材编写要体现项目课程的特色与设计思想，内容要体现先进性、实用性，具有可操作性。教材应充分基于工作过程项目课程的设计思想，突出对中等职业学校学生的职业能力培养的思路。应体现以“就业为导向、学生为本位”的原则，将当前最新的基于 windows 的网络服务产品纳入教材，使教材紧跟行业和技术发展。教材图文并茂，语言表述应深入浅出，并力求形成一种灵活活泼的语体风格，以符合中职学生的认知特点。

商品拍摄与图片处理 课程标准

一、课程性质与任务

商品拍摄与素材编辑是电子商务专业的一门必修专业基础课程。旨在培养学生对商品正确拍摄的能力和影像后期处理的能力，强调学生的动手实践能力培养，帮助学生提高审美能力和对艺术规律的把握，为拍摄出合格的商品图片奠定良好的基础。

二、课程教学目标

1. 知识目标

- (1) 较清晰的认识商品基本参数；
- (2) 熟悉数码相机的基本功能参数；
- (3) 熟悉手机拍摄和制作图片及商品短视频的基本操作方法；
- (4) 微距拍摄的方法掌握以及后期图片处理的基本方法应用。

2. 能力目标

- (1) 能够逐步掌握照相机的基本操作；
- (2) 了解摄影的基本发展脉络，掌握摄影形式美的基本知识；
- (3) 把握摄影构图的初步知识和艺术规律；
- (4) 掌握摄影用光的基本技法，既真实又艺术的表达商品内涵；
- (5) 掌握摄影后期的相关处理方法，使影像更完美；
- (6) 逐步把握商品摄影的一般规律，能独立完成商品拍摄工作。

3. 素质目标

- (1) 具有一定的创新能力和实践动手能力；
- (2) 职业岗位适应能力；
- (3) 具有良好的职业道德和较强的工作责任心；
- (4) 具有沟通能力和协作精神；
- (5) 具有勤于思考、认真做事的良好作风。

三、学时

72 学时

四、课程学分

4 学分

五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	认识摄影	1. 摄影的诞生及其发；。 2. 摄影的功能和门类。 3. 佳作欣赏。	1. 通过课本和课外影像资料深入了解摄影主要门类； 2. 在教师的引领下，学会初步的摄影欣赏与评价。	6
2	认识照相机	1. 选择合适的数码相机； 2. 数码相机的操作与保养。	1. 通过对各类数码相机的了解，确定符合自己经济条件和满足岗位需要的照相机； 2. 通过实际操作熟悉数码照相机的常用功能。	6
3	摄影构图	摄影构图及其法则，几种常见的摄影构图形式。	学习摄影构图的基本规律，并结合绘画等姊妹艺术进行构图的深入探究，并在以后的摄影实践过程中逐步掌握商品摄影构图的一般规律。	6
4	摄影用光	1. 了解光的分类和性； 2. 认识光的造型作用。	1. 通过实例充分认识光是摄影的灵魂，并学会发现光，创造光、表现光； 2. 通过成功作品案例分析了解光的造型作用。	6
5	光圈优先和快门优先	光圈与景深，光圈优先的应用。快门优先，快门优先的意义。	1. 通过光圈优先成功商品摄影的案例分析深刻理解光圈优先在商品摄影中的作用； 2. 通过快门优先案例作品深刻理解快门优先的作用，并通过大量练习逐步掌握技能。	6
6	商品摄影艺术表达	1. 商品摄影的基本拍摄技术要求； 2. 商品摄影常见构图形式； 3. 商品摄影的艺术效果控	1. 要结合网店商品摄影特点定位摄影目标，并逐步建立商品摄影评价标准理念； 2. 强调实用性摄影的共性，即商品摄影过程中真实表现商品要高于艺术效果的表达。	8

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
7	商品摄影质感和清晰度的表达	1. 几种表现商品摄影清晰度常用手段; 2. 商品摄影的质感表现和用光规律。	1. 着重使学生切实感受到影像清晰度的重要性, 掌握相关拍摄的表现技法; 2. 通过各种光 and 环境的完美创意完善表达商品摄影的质感和用光艺术效果。	8
8	反光类特殊质感商品表现	特殊反光类商品的拍摄案例分析特殊质感商品的表现方法	1. 通过大量成功和失败的案例, 了解特殊质感商品拍摄的难点, 掌握不同反光类商品的不同表现技术要点; 2. 进行大量的实际拍摄比如: 玻璃、不锈钢、丝绸等案例拍摄。逐步掌握拍摄技巧。	8
9	商品摄影的后期处理	商品摄影后期要求商品摄影后期常用技术。	1. 认识到商品摄影后期的必要性和商品摄影后期处理基本原则; 2. 多分析作品, 多练技法, 多交流、多点评。	12
10	商品摄影创意设计	1. 商品摄影创意大观(经典案例赏析); 2. 商品摄影创意艺术规律和技法。	理解商品创意摄影是作品升华的艺术途径, 创意是作品的灵魂。	6

六、教学建议

1. 教学方法

商品摄影课程要以学生职业发展为根本, 重视培养学生的综合素质和职业能力, 在教学过程中, 从学生实际出发, 因材施教, 充分调动学生对本课程的学习兴趣, 采用现场教学、项目教学等方式, 创设工作情境, 充分利用实物和多媒体等手段辅助教学。融入对学生职业道德和职业意识的培养, 使学生掌握专业学习方法, 提高自主学习能力。

2. 教学条件

商品摄影教学中, 教师进行理实一体化的教学, 让学生在实际的工作环境中学习。要重视现代教育技术与课程的整合, 充分发挥计算机、互联网等现代媒体技术的优势, 提高教学的效率和效果, 以利于创建符合个性化学习及加强实践技

能培养的教学环境，推动教学模式和教学方法的改革。

3. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。依据本课程标准，组织经验丰富的行业企业专家编写图文并茂的活页式教材。突出职业能力的培养，做到由易到难、深入浅出、通俗易懂、实用性强。

网店运营 课程标准

一、课程性质与任务

网店运营是电子商务专业的一门必修专业核心基础课程。通过课程学习，使学生了解网店开设和运营的基本流程和方法，并能运用各类营销方法搭建店铺、管理店铺、推广店铺，培养学生获得与网店运营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，具备解决实际问题的基本能力，培养学生从事相关岗位工作的职业道德，严谨的工作态度和良好的团队合作精神，增强学生的创业意识、交流沟通能力。

二、课程目标

1. 知识目标

- (1) 掌握店铺开设的相关知识；
- (2) 掌握商品拍摄和图片处理相关知识；
- (3) 掌握店铺日常运营管理知识；
- (4) 掌握店铺装修相关知识；
- (5) 掌握店铺推广相关知识；
- (6) 掌握客户服务与管理相关知识；
- (7) 掌握商品包装与物流配送知识；
- (8) 掌握店铺诊断方法。

2. 能力目标

- (1) 能够在电子商务平台网站开设网店；
- (2) 能够操作网店后台对网店进行日常的管理；
- (3) 能够对店铺进行装修；
- (4) 能够进行店铺推广；
- (5) 能够掌握基本的客服话术，胜任店铺客服岗位；
- (6) 能够诊断店铺，分析店铺运营数据，根据数据调整店铺运营方案；
- (7) 能够根据店铺情况策划合适的店铺活动。

3. 素质目标

- (1) 培养良好的职业素养和敬业精神；
- (2) 培养开放共享、勇于创新、吃苦耐劳的精神；
- (3) 树立诚实守信的意识，自觉维护良好的互联网环境；
- (4) 培养全局观念和团队协作精神；
- (5) 培养强烈的责任心、事业心和社会责任感。

三、学时

36 学时

四、课程学分

24 学分

五、课程内容设计

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	店铺开设	1. 进行市场调查，分析竞争对手； 2. 网店市场定位； 3. 进行网店货源选择； 4. 掌握网店开设的方法与步骤。	1. 通过数据分析软件等进行市场调查； 2. 对成功店铺进行案例分析。	3
2	店铺日常运营管理	1. 掌握店铺的基本设置； 2. 能够进行商品管理； 3. 掌握商品的发布； 4. 掌握店铺的交易管理； 5. 了解店铺账号管理； 6. 熟悉常用的店铺工具。	结合店铺的实际运营内容与流程掌握店铺的运营与管理办法。	6
3	店铺装修	1. 了解图片空间的使用； 2. 掌握店铺整体布局管理。	1. 分析优秀作品，学习设计思路，掌握制作流程； 2. 采用案例教学法，通过大量	6

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
		3. 掌握店铺首页装修的设计; 4. 了解定义菜单的设置; 5. 掌握商品主图与详情页的设计; 6. 掌握海报的设计。	的实例, 从形象、色彩及文字进行美化; 3. 任务驱动式教学, 完成店铺装修任务。	
4	店铺推广	1. 了解网店流量入口; 2. 掌握店铺免费流量提升技巧; 3. 掌握付费流量提升技巧。	采用任务驱动式教学, 完成店铺推广任务。	6
5	客户服务与管理	1. 了解客服的重要性; 2. 掌握聊天工具的使用; 3. 掌握售前客服的工作内容; 4. 掌握售后客服的工作内容; 5. 掌握客户营销的方法和技巧。	情景模拟: 1. 解答不同客户疑问; 2. 接到客户投诉并处理; 案例分析: 结合真实客户服务案例加强教学。	6
6	商品包装与物流配送	1. 了解不同商品的包装方法与技巧; 2. 了解物流配送的重要性; 3. 能够根据店铺情况制定和选择合适的物流配送方	1. 给出几种不同的商品如: 衣物、鞋子、皮包、食品、玻璃制品等, 分析包装方法; 2. 根据实际情况, 设计配送方案。	3

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
		案。		
7	店铺诊断与提升	1. 掌握店铺诊断方法; 2. 能够对店铺问题进行针对性的提升。	案例教学: 讨论店铺提升案例。 采用任务驱动式教学: 完成店铺诊改与提升任务。	6

六、教学建议

(一) 教学方法建议

本课程主要采用案例分析法、任务驱动法、主题讨论法等多种教学方法。

案例分析法: 每个学习情境配以案例分析, 引用店铺运营过程中遇到的问题, 学生根据所学知识分析讨论, 并解决问题, 在分析、讨论的过程中巩固所学知识, 同时提高解决问题的能力。

任务驱动法: “以任务为主线、教师为主导、学生为主体”, 以学定教、学生主动参与、自主协作、探索创新。以网店真实任务为主线, 引导学生积极思考, 激发学生的学习兴趣, 培养学生的分析问题、解决问题的能力, 提高学生自主学习及与他人协作的能力。

主题讨论法: 不定期的选择具有现实意义的主题内容组织学生进行讨论, 通过教师引导, 激发学生的学习欲望和热情, 引导学生独立思考问题, 学会搜集相关信息资料, 在小组内讨论, 并总结讨论结果在课堂上大胆发言。此过程中一定注意教师的身份, 以学生为主, 教师只是引导者。通过主题讨论法, 可以增强学生对知识的记忆与理解, 从而达到教学目的。

多种教学方法的灵活应用, 能够大大的激发学生的学习热情, 从而增强该门课程的教学效果。

(二) 评价方法

本课程在教学中采用多元化的课程评价体系, 将过程性评价(占总成绩的30%)与终结性评价(占总成绩的70%)相结合, 评价过程注意评价的正面鼓励和激励作用, 促进学生健康发展。

学业成绩由期末考试成绩（闭卷笔试）、实训成绩和平时成绩三部分组成，所占比例分别为 40%、30%和 30%；其中平时成绩依据课堂提问、讨论、作业、竞赛、考勤和日常表现等方面进行评价。

（三）教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

教材编写体现项目课程的特色与设计思想，内容要体现先进性、实用性，具有可操作性。教材应充分基于工作过程项目课程的设计思想，突出对中等职业学校学生的职业能力培养的思路。应体现以“就业为导向、学生为本位”的原则，将当前最新的基于 windows 的网络服务产品纳入教材，使教材紧跟行业和技术发展。教材图文并茂，语言表述应深入浅出，并力求形成一种灵活活泼的语体风格，以符合中职学生的认知特点。

客户服务 课程标准

一、课程性质与任务

客户服务是电子商务专业必修的专业核心课程。主要面向 B2B、B2C 网店客服、电话销售专员等客户服务类职位，旨在培养学生树立先进的客户服务理念，掌握高超的客户服务技能，使学生能够在客户服务岗位上完成受理客户咨询，促成客户交易、处理客户投诉，有效化解客户的抱怨、异议等工作，并能在工作中自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事客户服务工作奠定坚实的理论和实践基础。

二、课程教学目标

通过本课程的学习，让学生掌握客户服务的技巧和方法，形成较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力，具有较好的解决问题的能力，为学生在客户服务岗位上做好工作和职业生涯的发展奠定良好的基础。

1. 知识目标

- (1) 了解电子商务客户服务与管理基本理论；
- (2) 熟悉天猫等主要电子商务平台的基本规则；
- (3) 熟悉千牛工作台以及赤兔交易系统的功能及基本操作；
- (4) 掌握天猫售前售中售后流程；
- (5) 掌握天猫主要话术模板；
- (6) 掌握顾客分级管理及关系管理的相关理论；
- (7) 掌握推荐及卡单技巧和话术；
- (8) 掌握解决消费者异议和投诉的技巧和话术。

2. 能力目标

- (1) 具有独立使用售前流程及话术完成天猫售前工作的能力；
- (2) 具有独立使用售后流程及话术完成天猫售后工作的能力；
- (3) 具有独立使用话术解决退换货问题的能力；
- (4) 具有独立使用话术解决消费者异议和投诉问题的能力。

3. 素质目标

- (1) 具备良好严谨规范的职业素养，能认真遵守与执行电子商务工作规范

要求;

(2) 具备良好的与人交流能力、团队合作能力, 强化电子商务各岗位的协调沟通与团队合作意识。

三、学时

36 学时

四、课程学分

2 学分

五、教学内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	体验客服工作	1. 掌握客户服务的工作内容; 2. 具备客户服务工作所需的专业技能。	1. 参观呼叫中心、网店或电商企业, 初步感知客户服务的工作内容; 2. 学生担任网店客服, 熟悉客服实际工作事务。	4
2	语音训练	1. 掌握科学的发声方法; 2. 了解普通话语音规范; 3. 掌握即兴表述的程序和方法。	1. 随机给出物品或事件, 让学生表述; 2. 模拟网店客服的接单状态。	4
3	客户接待与沟通	1. 客服基本礼仪训练; 2. 电话接听与在线客服; 3. 学会聆听; 4. 提问的主要事项及技巧; 5. 复述能力的训练。	1. 形态礼仪训练; 2. 通过校企合作(校园呼叫平台等), 进行接听电话的训练, 规范在线客服用语。	8
4	抱怨与投诉处理	1. 掌握正确处理客户投诉的原则和步骤; 2. 掌握处理投诉的技巧和管理流程, 解决客户投诉。	情景模拟 1. 接到客户投诉并处理; 2. 客户抱怨导致公司声誉受损, 如何采取危机公关。	8

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
5	促成交易	<p>1. 营销前的准备 (受欢迎的) 开场白设计, 引导客户说话的技巧, 进行说服力训练。</p> <p>2. 引导成交训练, 识别客户的成交信号, 促成交易的技巧。</p>	<p>1. 利用实际物品, 引导学生细分客户。</p> <p>2. 任务驱动: 指定某一款商品, 学生卖给老师或同学。</p>	12
6	书面沟通	<p>1. 书面沟通的要素;</p> <p>2. 书面沟通的原则;</p> <p>3. 书面沟通的技巧;</p> <p>4. 道歉信、促销信的撰写。</p>	<p>1. 任务驱动: (以某一原因) 撰写一封邮件。</p> <p>2. 结合主题促销活动, 撰写相应的书面沟通材料。(排版)</p>	4
7	客户关系管理	<p>1. 掌握建立客户关系的方法, 明确如何收集客户信息, 建立并管理信息数据库;</p> <p>2. 了解如何提升客户满意度。</p>	<p>任务驱动</p> <p>1. 以学校教师作为客户, 收集客户喜好信息。</p> <p>2. 建议“客户”购买相关商品, 并让客户给出满意度。</p>	8
8	提升售前客服能力	<p>1. 掌握接待客户过程中的服务技巧;</p> <p>2. 明确产品推荐与说明过程中的服务内容。</p>	<p>情景模拟</p> <p>1. 准备好衣服或文具等商品, 学生做售前准备工作。</p> <p>2. 生生比较, 教师点评并给出建议。</p>	4
9	提升售中客服能力	<p>及时解答顾客在购买中的各种咨询。</p> <p>帮助消费者购买到称心如意的商品。</p>	<p>模拟超市等购物场所, 使学生身临其境进行售中客服。</p>	4

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
10	提升售后客服能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提升售后过程中实施客户满意评价的能力; 2. 提升售后过程处理客户投诉的能力。 	电话咨询被服务客户的意见和建议。	8
11	调整情绪压力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解客户服务综合症; 2. 掌握客服人员自我控制情绪的六种办法; 3. 掌握有效的自我激励和激励他人的方法; 4. 了解压力对生活、工作的影响, 客观面对自己的情绪状态。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过视频材料了解情绪压力; 2. 请心理学老师或者企业专家传授关于情绪与压力的处理方式。 	4
12	客户服务实训	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客户接待与沟通实训; 2. 处理投诉实训; 3. 促成交易实训; 4. 售前客服实训; 5. 售中客服实训; 6. 售后客服实训; 7. 抗压能力与情绪调节能力训练。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用校企合作项目平台做好客服工作; 2. 网店正常运营中的同学结合客服技巧, 引导消费者购买。 	4

六、教学建议

(一) 教学方法

本课程通过设计典型工作项目, 对应具体学习性工作任务, 灵活运用情境教学法、任务驱动法、讲授法、案例分析法、讨论法、头脑风暴法、角色扮演法等教学方法, 引导学生积极思考、乐于实践, 增强教学效果。

1. 任务驱动教学法

由学生或教师根据选取的工作任务，组成任务小组，各组对工作任务进行分析讨论，利用头脑风暴法提出完成任务的若干方案，并制定出完成任务的工作计划，按照计划要求小组成员或独立或合作完成任务，在此过程中教师提供完成工作任务的指导和支持，各任务小组演示任务结果，阐述任务完成的思路和实施情况，最后由教师和学生分别对各组任务完成情况进行评价。

任务驱动法中穿插了讲授法、案例分析法、分组讨论、头脑风暴法、角色扮演法等教学方法，学生分组完成工作任务过程中，每个任务小组按照真实企业的运行逻辑，进行组织结构建设和角色分工，在不同的任务上进行必要的轮换，培养学生组织协调、沟通能力、人际交往能力以及团队合作意识与协作精神。

2. 情境教学法

学生完成的任务和背景具有真实性，学生在完成之后，可以比较自己完成的工作计划方案与企业实际执行的方案之间的异同。同时教师根据企业实际情况，适时地邀请企业的工作人员来学校，与学生面对面就某个学习性工作任务的处理过程及结果进行深入的交流和对话，从而使学生不断积累职业经验，提升自己的职业能力。

3. 多边互动教学法

本课程提倡学生之间、师生之间、学生与企业间、教师与企业间的多边互动，通过多向交流，最大程度地发挥各主体之间的相互作用和潜能，形成信息交流的立体网络，使教学效果明显增强。

（二）评价方法

为更好地激励学生的主动性、积极性和创造性，采用多样化开放性的考核办法。课程的考核方式、考核内容完全公开，评价采取校内访问、呼叫平台、信件设计、情景模拟、分组演练和真实网店客服工作等形式。

在客户服务代表沟通力、亲和力实践测试中，要求学生拜访学校的领导和任课教师，并请领导和任课老师给出评价，此种评价方式，使学生由被动地接受评价，转变为主动地向“客户”展示自己的真实水平，成绩由“客户”给出。情景模拟分组演练时，学生尽情发挥想象力和创新能力，充分体现团体协作能力和团队精神。呼叫平台和真实网店客服工作能力由成功接单率来进行核算，学生的客服能力将被最大程度地激发。

（三）教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，组织企业专家编写学生工作页式教材。

视觉设计与制作 课程标准

一、课程性质与任务

视觉设计与制作是电子商务专业的一门必修的专业核心课程。旨在培养学生的策划和设计制作能力，帮助学生理解网络广告的授受性和选择性，掌握常用的图片处理、平面设计、动画制作及网页设计等软件，提高学生文案策划能力、广告设计能力及广告效果分析能力，为电子商务专业系列实训课程的开展奠定良好的基础。

二、课程教学目标

1. 知识目标

- (1) 掌握网络广告设计效果表现的知识与技能；
- (2) 掌握不同类型网络广告的策划、制作、发布和管理；
- (3) 具备较高的创造性、综合性才能和解决设计中实际问题的解决能力。

2. 能力目标

- (1) 根据目标客户群，策划网络广告；
- (2) 面向受众设计网络广告；
- (3) 按照相关要求制作静态和动态网络广告；
- (4) 合理投放网络广告；
- (5) 能够对网络广告进行效果测评和管理。

3. 素质目标

(1) 热爱祖国，热爱人民，热爱集体，具有正确的世界观、人生观、价值观；

(2) 遵纪守法，诚实守信，具有高尚的道德情感、坚强的道德意志和良好的道德行为，有强烈的事业心、责任心和社会责任感；

(3) 具有一定的历史、文学、艺术修养和审美能力，具有自觉创造美的生活的能力；

(4) 了解行业现状及发展方向，具有从事本专业各职业岗位的实际工作能力；

(5) 具有拥抱变化、激情创业的职业精神和诚信、敬业、团队合作、终身学习的职业素质。

三、学时

72 学时

四、课程学分

4 学分

五、教学内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	网络广告策划	欣赏优秀网络广告；掌握网络广告不同表现形式和传播形式。	以分类方式引导学生分析，欣赏网络广告。	9
2	制作静态网络广告	1. 制作按钮类广告； 2. 制作旗帜类广告； 3. 制作漂移类广告； 4. 制作悬浮式广告； 5. 制作弹出式广告； 6. 制作分类广告； 7. 制作栏目广告； 8. 了解各类广告的特点、制作技术。	仿作优秀实例广告，分析广告设计过程中用到的技术。	9
3	制作动态网络广告	1. 制作 gif 动画； 2. 制作逐帧动画； 3. 制作文字动画； 4. 制作转场动画； 5. 复杂动态网络广告制作； 6. 掌握常见动画的制作方法； 7. 能够综合运用简单动画制作复杂动态网络广告。	1. 通过项目仿作的方式掌握制作基本动画效果的技术； 2. 项目设定由小到大，从单一项目入手到复杂动态网络广告的制作。	9
4	网络广告互动技术	1. FLASH 脚本语言基础；掌握变量与表达式，了解程序控制流程，并且明确事件与程序执行方式；	1. 通过脚本语言添加前后不同效果的展示、分析确立教学任务； 2. 通过项目效果展示、分析等确立课堂教学任务。	9

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
		2. 影片与影片剪辑对象；掌握影片控制命令、影片剪辑对象的方法及剪辑对象的属性与控制； 3. 鼠标对象与声音对象；能够掌握鼠标对象，并且了解声音对象。		
5	网络广告的发布	1. 掌握网络广告的发布技巧。 2. 掌握通过不同平台发布网络广告的方式。	1. 借助不同的网店、网站平台，发布网络广告； 2. 学习中注意发布方式及显示效果，针对不同形式进行训练，提高教学效果。	18
6	网络广告的测评与管理	1. 监督网络广告；了解跟踪网络广告展示效果的方法；（排版和格式） 2. 网络广告数据测评；掌握获取数据的方式，并能够对数据进行分析；（排版和格式） 3. 网络广告管理；通过效果分析，掌握广告修改、编辑的技巧方法。（排版和格式）	1. 通过局域网平台发布网络广告，采集学生访问及点击数据，并对数据分析； 2. 将网络广告发布到互联网，采集用户访问及点击数据，并对数据进行分析； 3. 通过对收集数据分析确立修改方案并实施。	18

六、教学建议

1. 教学方法

以学生职业发展为根本，重视培养学生的综合素质和职业能力。在教学过程中，从学生实际出发，因材施教，充分调动学生对本课程的学习兴趣，采用任务驱动法、情景教学法、讲授法、案例分析法、讨论法、小组合作法等，创设工作情境，充分利用实物和多媒体等手段辅助教学。融入对学生职业道德和职业意识的培养，使学生掌握专业学习方法，提高自主学习能力。

2. 评价方法

在课堂评价上，尽量坚持学生自评、互评和教师评价相结合的评价方式。注重对学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核，加强对教学过程

环节的考核，结合课堂提问、学生项目制定、项目实施过程、技能竞赛及项目完成情况，综合评定学生的成绩。

3. 教学条件

教学过程中采用理实一体化教学，让学生在店铺装修、运营中学习。注重理论传授和操作训练，更要重视现代教育技术与课程的整合，充分发挥计算机、互联网等现代媒体技术的优势，提高教学效率，增强教学效果，创建符合个性化学习及实践技能培养要求的教学环境，推动教学模式和教学方法的改革。

4. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，以工作任务为主线，选择有代表性的案例编写教材，到由易到难，前后衔接，循环渐进。

网络推广 课程标准

一、课程性质与任务

网络营销是电子商务专业的一门必修专业核心课程，面向企业形象宣传、商务平台规划、网上运营的网络营销实务，旨在培养学生设计网络营销策划，运用网络营销工具进行销售活动的的能力，为从事网络营销活动奠定基础。

二、课程教学目标

通过网络推广这门课程的学习，使学生从互联网技术，市场营销和网络营销等多学科角度，了解和掌握网络推广的理论体系、核心内容，能够设计网络推广策划并开展各种网络营销活动。

1. 知识目标

- (1) 了解和掌握网络推广的理论体系、核心内容；
- (2) 能掌握网络推广定义、常用方法；
- (3) 能通过团队协作为中小企业进行电子商务平台规划；
- (4) 了解和掌握网络推广的理论体系、核心内容；
- (5) 熟悉产品品牌策略。

2. 能力目标

- (1) 熟练掌握网络推广的工作流程，并具备网络推广岗位的专业能力，能针对中小企业案例独立地做出一份网络营销策划方案；
- (2) 能运用各种网络商务工具为中小企业进行网络推广；
- (3) 能够有效地进行网络营销顾客服务。

3. 素质目标

- (1) 培养良好的网络空间道德；
- (2) 培养创新、创业精神以及良好的职业素养。

三、学时

72 学时

四、课程学分

4 学分

五、教学内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	认识网络推广	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络推广的含义; 2. 掌握网络推广的特点; 3. 了解网络推广与传统营销的异同; 4. 了解网络推广环境; 5. 掌握网络推广的基本职能。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 网络市场调研; 2. 案例分析; 3. 任务驱动。 	10
2	网络产品营销策略分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉适合网上销售的产品类别; 2. 熟悉网络产品的价格制定方式和网络渠道模式; 3. 熟悉网络促销形式及各种网络促销形式的特点。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 设置网络营销场景, 组织学生进行角色扮演; 2. 网络营销渠道与方式调研; 3. 网络产品调研。 	8
3	分析网络消费者	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络用户、网民与网络消费者等概念; 2. 掌握网络消费者购买动机; 3. 掌握网络消费者购买行为及决策过程; 4. 了解影响网络消费者购买因素。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 案例分析; 2. 小组合作设计客户信息调查表; 3. 网络消费者构成调研, 进行客户数据分析。 	13
4	网络产品文案设计与信息发布	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉细分市场和确定目标顾客、产品定位的方法; 2. 熟悉产品品牌策略; 3. 了解网上发布产品的方法; 4. 掌握文案策划的要素。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 选一产品进行品牌设计与定位活动; 2. 在网上发布指定产品活动; 3. 设计一份产品文案策划, 策划具有可行性。 	8
5	网络客户关	<ol style="list-style-type: none"> 1. 明确网络客户关系管理的重要意 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 角色扮演, 小组合作; 	8

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
	系管理与维护	义； 2. 理解常用的网络客户管理的方法； 3. 能进行营销活动的售前、售中和售后的网络客户关系管理和维护； 4. 能利用网络及电话工具对网络客户进行维护。	2. 利用 E-mail、论坛和微博将网络客户进行统筹管理； 3. 模拟呼叫中心服务； 4. 调研淘宝网的客户维护工具。	
6	网络推广	1. 掌握网络广告策略； 2. 进行网站规划与建设； 3. 掌握网站推广策略。	1. 分组网站规划设计； 2. seo 营销推广； 3. 其他营销推广； 4. 上机实训。	11
7	网店运营	1. 了解网上开店的平台、意义和准备工作； 2. 熟悉店铺的装饰与管理。 3. 了解网上店铺支付与结算处理过程； 4. 熟悉网上店铺的经营管理； 5. 了解店铺安全知识与学会处理各种纠纷； 6. 掌握店铺推广与促销。	1. 淘宝网店开设经营； 2. 淘宝成功网店调查、分析。	14

六、教学建议

(一) 教学方法

在教学过程中，立足“以学生为主体”、“以能力为本位”、“以就业为导向”的指导思想，采用以下教学方法：

1. 理论与实践相结合，重视实践教学

理论教学主要通过课堂讲授来实现，在理论讲授时，转变教学理念，从传统

的“讲课”向“综合性教学系统”转变，强调启发式教学，积极推进问题教学法、案例教学法、讨论式教学法，通过提供大量的案例分析资料、提出问题，并组织学生讨论、培养学生的综合分析和解决问题的能力。

2. 案例教学法

每个学习情境配以案例分析，引用作品设计过程中遇到的问题，学生根据所学知识分析讨论，并解决问题，在分析、讨论的过程中巩固所学知识，同时提高解决问题的能力。

（二）评价方法

1. 形式：采取理论考核+实践操作考核形式。

2. 考核要求：闭卷考试重点考核相关知识点，实践操作重点考核学生的职业素质和职业技能。

（三）教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

教材编写体现项目课程的特色与设计思想，内容要体现先进性、实用性，具有可操作性。教材应充分基于工作过程项目课程的设计思想，突出对中等职业学校学生的职业能力培养的思路。应体现以“就业为导向、学生为本位”的原则，将当前最新的基于 windows 的网络服务产品纳入教材，使教材紧跟行业和技术发展。教材图文并茂，语言表述应深入浅出，并力求形成一种灵活活泼的语体风格，以符合中职学生的认知特点。

网络营销 课程标准

一、课程性质与任务

《网络营销》是电子商务专业课程体系中的一项专业核心课程。其任务是研究网络营销的基本理论、方法和应用技巧，从实践的角度分析和把握网络营销在现代企业的应用规律和操作机制。通过课堂讲授、案例分析、实训，使学生掌握网络营销的一般理论、操作方法及应用技巧，使学生的知识结构紧跟时代发展的潮流，为学生毕业后能够胜任企业网络营销工作岗位打下坚实的基础。

二、课程教学目标

1. 知识目标

- (1) 理解网络营销的含义，掌握网络营销的起源、发展与特点；
- (2) 掌握搜索引擎营销、软文营销、视频营销、社会化媒体营销、其他营销方式的方法；
- (3) 充分认识并理解网络营销的基本理念，并掌握实务操作；
- (4) 熟悉网上市场调研的类型和方法以及在线调查问卷的设计；
- (5) 掌握网络消费者的购买行为和购买决策过程；
- (6) 了解目标市场的概念和目标市场的定位策略
- (7) 掌握网络广告的概念和类型、特点，熟练网络广告策划。

2. 能力目标

- (1) 熟悉并熟练应用各种网络营销理论；
- (2) 熟练运用互联网进行网络调研；
- (3) 掌握网络营销的环境分析、消费者行为分析的方法；
- (4) 掌握网络广告的投放；
- (5) 掌握网络营销策略；
- (6) 熟练运用各种手段进行网络营销。

3. 素质目标

- (1) 具备基本的电子商务企业从业人员的基本职业素养和判断能力；

(2) 熟练运用电子商务的相关知识解决企业的主要问题;

(3) 培养学生客观公正、坚持原则、保守秘密、勤奋敬业、谨慎细致、务实高效、团结协作的职业态度和创新精神;

(4) 提高学生的职业素养和社会责任感。

(5) 增强学生的团队协作和沟通能力

三、学时

72 学时

四、课程学分

4 学分

五、课程内容和要求

学习情境		学习任务	学习内容	学时分配	
名称	子情境				
情境 1	网络营销概述	认识网络营销	理解并掌握网络营销内涵	网络营销的定义以及对定义的理解	1
		网络营销特点及优势	掌握网络营销特点和优势	网络营销的特点和优势	1
		网络营销职能和内容体系	熟悉网络营销职能和内容体系	网络营销的职能、内容体系和层次	1
		网络营销与传统营销的关系	掌握网络营销和传统营销的关系	网络营销和传统营销的区别、联系和融合	1
情境 2	网络营销基本理论理念	直复营销和整合营销	掌握整合营销的思想	网络直复营销的特点、常见做法网络整合营销的概念、特点、内容	1
		定制营销和合作营销	正确理解并掌握内涵	网络定制营销概念、特点、合作营销的形式、利弊、原则	1
		关系营销和客户关系管理	熟悉关系营销和 CRM	关系营销本质特征、属性、客户关系管理概念、作用	1

		体验营销和娱乐营销	正确理解并掌握内涵	体验营销实施模式、主要策略、娱乐营销定义、策略	1
		病毒营销与口碑营销	掌握病毒营销和口碑营销的关系	病毒营销特点、实施步骤、口碑营销特点、步骤	1
情境3	网络营销环境分析	网络营销环境的构成要素和内容	正确理解并掌握网络营销环境的内容、熟悉网络营销构成要素	构成网络营销环境的五要素、网络营销环境的内容	1
		网络营销的宏观环境	熟悉网络营销宏观环境	网络营销政治法律环境、经济环境、人文与社会环境、科技与教育环境、自然地理环境、人口环境	1
		网络营销的微观环境	熟悉网络营销微观环境	企业内部环境、供应商、营销中介、顾客或用户、竞争者、营销公众、合作者	1
		互联网应用环境	掌握网络营销互联网应用环境	网民规模、网民属性、接入方式	1
情境4	网上消费者行为分析	网上消费者概述	正确理解并掌握网上消费者的特点和类型	网上消费者特征、类型	1
		网上消费者需求分析	掌握网上消费者的需求特征、购买动机	网上消费者的需求特征、网络消费者的购买动机	1
		网上消费者行为分析	掌握影响网上消费者购买行为的主要因素、网上消费者的购买过程	网络时代的消费行为的变化、影响网上消费者购买行为的主要因素 网上消费者的购买过程	1

情境 5	网络营销 调研	网络市场调研的概念和特点	熟悉网络市场调研的概念和特点	网络市场调研的概念和特点	1
		网络市场调研的原则和内容	掌握网络市场调研的原则和内容	网络市场调研的原则和内容	1
		网络市场调研的方法和步骤	熟悉网络市场调研的步骤	网络市场调研的方法和步骤、企业网络市场调研报告的撰写 实训 1: 网络营销市场调研	6
		网络商务信息的收集渠道和方法	了解网络商务信息的收集渠道和方法	网络商务信息的收集渠道和方法	1
情境 6	网站建设	认识营销型网站	掌握营销型网站的特点	营销型网站和普通网站的比较、营销型网站的特点、营销型网站建设的原则	1
		营销型网站建设的步骤	掌握营销型网站建设的步骤	总体定位、结构规划、视觉布局、内容规划、搜索优化、后台规划、销售沟通、开发控制和测试	1
		营销型网站的诊断和推广	熟悉营销型网站的评价和诊断	营销型网站的评价与诊断、推广 实训 2: 网站建设	5
情境 7	网络营销	网络营销战略规划	掌握网络营销战略规划包含的内容	网络营销战略规划内容和现行策略、网络营销计划的制定	2
		网络营销产品策略	熟悉网络营销产品策略	网络营销产品的层次、选择、策略、塑造网络品牌	

		网络营销价格策略	掌握网络营销价格手段	低价定价策略、定制生产定价策略、使用定价策略、拍卖竞价策略、免费定价策略	
		网络营销渠道策略	熟悉网络营销渠道建设	网络营销渠道建设、网络销售的形式	
		网络营销促销策略	熟悉网络营销促销组合策略及创新	网络营销促销特点和形式、主要方法、实施程序	
情境 8	搜索引擎 优化	搜索引擎营销的发展阶段	了解搜索引擎的概念和主要发展阶段	搜索引擎营销的发展阶段	1
		搜索引擎营销的主要模式	熟悉搜索引擎营销主要模式	搜索引擎优化、固定排名、关键词竞价排名、点击付费搜索引擎广告	1
		搜索引擎营销的基本方法	掌握搜索引擎营销的基本方法	搜索引擎营销的基本方法	1
		搜索引擎优化	理解搜索引擎优化的主要内容	搜索引擎优化的价值、策略	1
		搜索引擎营销的效果及影响因素分析	了解搜索引擎营销的效果及影响因素分析	搜索引擎营销的评估方法、影响因素分析 实训三：搜索引擎优化	4
情境 9	网络广告	网络广告的主要形式、计费模式	掌握网络广告的主要特征	网络广告的特点、主要形式、计费模式、	1
		网络广告的策划与媒体选择	熟悉网络广告的策划与媒体选择	网络广告策划的步骤、网络广告投放、媒体选择	1
		网络广告的效果评价	了解网络广告的效果评价方法	网络广告效果评价的意义、指标、方法、要注意的问题	4

				实训四：网络广告	
情境 10	视频营销	视频营销概述	视频营销概念	视频的概念、视频营销的概念	2
		视频营销形式	视频营销形式	视频营销发展阶段；视频营销的三种形式	
		视频营销传播方式	视频营销传播方式	视频营销的三种传播方式	
		短视频概述	短视频概述	短视频的概念、分类、特点	
		短视频制作流程	短视频制作流程	短视频的制作步骤	
		直播营销	直播营销概述 直播营销的形式 直播营销的流程	直播营销概念、特点、分类、形式、流程、方式	3
情境 11	软文营销	软文及软文营销的基础知识	软文的概念	软文的定义、分类 软文营销的概念、特点、分类等	1
		软文的撰写及其传播	软文撰写	软文标题的写法、内容的组织、软文的传播以及软文营销的步骤	3
情境 12	社会化媒体营销	微博营销	微博营销的基础知识	微博营销概述、营销步骤、效果监测	3
		微信营销	微信营销的基础及实践知识	微信营销概述、营销方法、效果监测	3
		论坛营销	论坛营销相关基础和 实践知识	论坛营销类型、含义、步骤等	3
情境 13	其他营销方式	电子邮件营销	电子邮件营销基础及实践操作	电子邮件营销的含义、步骤、效果分析等	6
		即时通信营销	即时通信营销基础及	即时通信营销的概念、	

			实践技能	QQ 营销等	
--	--	--	------	--------	--

六、教学建议

1. 教学方法

案例教学法、实验教学法、E-Learning 教学法等多种教学方法的运用，重点突出实践性教学，课堂教学基于任务驱动、岗位实务为导向，真正做到以学生为主体，注重教学过程，满足高等职业教育“工学结合”人才培养模式的要求。教学内容上，紧扣岗位实务的思路，凸现网络营销的过程，提高学生网络营销的技能，增强学生就业能力。教学形式上，课程建设逐步向情景模块化教学转化。实现边教、边学、边做，各阶段课程可以分别由具有专长教师进行授课，来自企业一线的兼职教师可根据教学内容对学生进行专题讲座。课程组织上，逐步形成理论教学与实践教学相结合、相互融合的组织形式。

2. 评价方法

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合考核相结合。过程考核成绩占 60%，出勤占总成绩的 10%。计算方法：出勤率*10。出勤率在 70%及以下者，本门课程无成绩。作业完成情况占总成绩的 10%，由任课教师评分。计算方法：教师打分*10%*单项作业成绩所占比例。各单项作业成绩的相加即为总的作业成绩。实训成绩占总成绩的 40%，由教师评价+学生评价，各占 50%。实训考核侧重学生职业能力方面的测试，如网络营销调研分析、网络营销策划方案、网络广告设计规划等。计算方法：（教师打分+学生互评分）*50%*40%*单项实训成绩所占比例。各单项实训成绩的相加即为总的实训成绩。目标考核（期末考试）成绩占总成绩的 40%，以书面试卷成绩为准，主要考核学生对网络营销基本理论的了解和掌握情况，以及对网络营销方法策略的掌握情况。

3. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，组织经验丰富的行业企业专家编写图文并茂的活页式教材。突出职业能力的培，做到由易到难、深入浅出、通俗易懂、实用性强。

新媒体营销 课程标准

一、课程性质与任务

新媒体营销是电子商务专业必修专业核心课程。本课程主要针对新媒体推广专员、新媒体营销专员、新媒体运营人员等岗位开设。本课程注重实操性、实用性，重点让学生了解营销机构、电子商务企业、传统企业的新媒体营销与运营需求，掌握新媒体营销的方法、技巧并应用到实践中，适应岗位工作要求。

二、课程教学目标

本课程通过问题导向，任务驱动，实施线上与线下学习相结合、理论与实践学习相结合，让学生掌握新媒体营销知识，形成好的思维方式、具备新媒体营销基本技能、防范市场潜在风险、把握行业发展新方向，达成新媒体营销与运营的目标。同时发挥好本课程的育人作用，将价值塑造、知识传授和能力培养三者融为一体。

1. 知识目标

- (1) 了解新媒体营销的模式；
- (2) 熟悉新媒体营销的定位方法；
- (3) 熟悉新媒体营销的用户分析方法；
- (4) 掌握新媒体营销的内容策划基本方法；
- (5) 掌握新媒体营销的推广方案的制定方法。

2. 能力目标

- (1) 具有较强的口头与书面表达能力；
- (2) 具有较强的团队协作能力；
- (3) 具有新媒体内容运营能力；
- (4) 具有新媒体活动策划推广能力；
- (5) 具有主流新媒体工具推广及运营能力。

3. 素质目标

- (1) 具有良好的思想品德、行为规范、遵纪守法和职业道德意识；
- (2) 具有勇于创新、吃苦耐劳、乐于奉献、爱岗敬业的精神和严谨的工作作风；

(3) 具有良好的诚信品质、责任意识、公平竞争意识和健康的身心素质。

三、学时

36 学时

四、课程学分

2 学分

五、课程内容与要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	公众号运营	<p>教学内容: 公众号运营的选题、内容策划、内容推送、活动策划、热点追踪等。</p> <p>教学要求: 能够主动学习和了解的公众号运营的相关知识, 分析公众号的目标用户, 能够进行公众号营销策划; 能够利用数据分析工具进行热点追踪, 明确运营思路。</p>	任务1 公众号选题方向与内容策划 (1) 公众号选题方向 (2) 公众号内容策划	7
			任务2 公众号内容推送与活动策划 (1) 公众号内容推送 (2) 公众号活动策划 (3) 公众号活动推广	
			任务3 公众号热点追踪与运营 (1) 公众号热点追踪 (2) 公众号运营数据分析	
2	微博运营	<p>教学内容: 微博平台操作与运营; 微博定位策略; 微博内容策划等。</p> <p>教学要求: 能够围绕微博平台, 圈定目标用户, 符合用户与 IP 的内容, 为后续活动执行提供依据; 能够学习和了解微博常见的营销与推广方</p>	任务1 微博平台定位 (1) 微博平台分析 (2) 微博用户与目标市场分析	7
			任务2 微博内容策划与信息裂变 (1) 微博媒体工具和资源 (2) 微博内容策划 (3) 微信信息裂变	

		式,了解平台的传播逻辑和使用规则。	任务3 微博引流与运营 (1) 微博引流渠道 (2) 微博推广技巧	
3	短视频运营	<p>教学内容: 短视频定位与策划; 短视频拍摄与剪辑; 短视频运营与推广。</p> <p>教学要求: 能够了解短视频平台特点及推送机制; 能够圈定目标群体, 对目标人群进行划分, 构建用户画像; 能够依据用户画像、产品属性, 利用平台推送机制进行内容策划; 能够完成短视频拍摄与剪辑; 能够利用短视频运营技巧进行视频传播与变现。</p>	任务1 短视频定位与策划 (1) 短视频平台推送机制 (2) 短视频平台定位策略 (3) 短视频内容策划	8
			任务2 短视频拍摄与剪辑 (1) 短视频拍摄 (2) 短视频剪辑	
			任务3 短视频运营及推广 (1) 短视频运营技巧 (2) 短视频传播矩阵 (3) 短视频变现渠道	
4	直播运营	<p>教学内容: 直播选品分析; 直播策划与推广; 直播销售与复盘。</p> <p>教学要求: 能够分析产品需求, 运用选品技巧进行选品, 完成选品分析; 能够策划直播的主题、场景, 制定内容策略, 并撰写直播脚本; 能够策划并跟进预热形式与方法, 合理进行直播间推广, 获取直播间流量; 能够对直播销售数据进行分析, 通过数据发现异常数据, 并提出优化方案。</p>	任务1 直播选品分析 (1) 直播产品调研 (2) 直播产品分析	8
			任务2 直播策划与推广 (1) 专场直播策划 (2) 预热视频制作	
			任务3 直播销售与复盘 (1) 直播间管理 (2) 直播间销售 (3) 直播二次传播 (4) 直播分析与复盘	

6	考核			4
7	机动			2

六、课程实施

1. 教学建议

- (1) 多关注各个平台的营销规定以及营销数据;
- (2) 该课程需要多注重实践, 学生多参与课程实践以检验学习效果。

2. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准, 校企联合编写适合工学结合的教材, 力求突出“理论够用、重在实操”和“简单明了、方便实用”的特色, 把微博、短视频、公众号等直播等运营方式与新出现的运营形式及新技术、新方法、新成果及时地纳入教材, 以满足新媒体营销发展的实际需要。

直播销售 课程标准

一、课程性质与任务

直播销售是电子商务专业的专业核心课程，旨在培养学生电商直播运营能力，熟悉电商直播的全过程。通过本课程的学习使学生掌握直播行业的主流经营模式，熟悉多样的直播营销模式，掌握打造淘宝主播人设的方式、技巧，熟悉直播流程，掌握直播场景的选择，掌握直播带货的黄金法则等，初步具备电商直播的运营与管理能力。

二、课程教学目标

1. 知识目标

- (1) 了解直播行业的发展历程、发展趋势；
- (2) 了解目前各主流直播平台的运营模式；
- (3) 认识淘宝直播介绍和熟练操作淘宝直播中控台；
- (4) 掌握直播脚本设计、直播时间掌控和直播内容演示等；
- (5) 掌握直播设备与场景选择的方法和技巧；
- (6) 明确直播带货的黄金法则；
- (7) 了解粉丝经营策略；
- (8) 掌握粉丝画像的设置。

2. 能力目标

- (1) 初步具备直播脚本设计的能力；
- (2) 具备直播内容演示能力；
- (3) 初步开播准备和下播复盘的能力；
- (4) 具备直播设备与场景选择能力；
- (5) 初步直播选品和展示的能力；
- (6) 初步具备化解直播危机的能力；
- (7) 具备粉丝管理的能力。

3. 素质目标

- (1) 培养直播带货的综合能力；
- (2) 培养团队成员互相协作的意识；
- (3) 培养自主学习与实践动手能力。

三、学时

72 学时

四、课程学分

4 学分

五、课程内容与要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	第 1 章 玩转电商直播从 行业认知起步	1. 直播行业的前生今世; 2. 直播行业的从业素养; 3. 快速组建你的直播团队。	1. 能够列举直播电商 各岗位的任职要求; 2. 能够结合自身条件 和资源选择直播电商 平台; 3. 能够完成开通直播 电商平台基础功能的 操作。	6
2	第 2 章 多样的直播营销 模式	1. 淘系直播营销模式; 2. 头条系直播营销模式; 3. 腾讯系直播营销模式; 4. 其他直播营销模式。	1、小组合作法: 以小 组为单位, 共同学习, 共同完成任务; 2、角色扮演法: 学生 分别扮演不同角色, 完 成不同岗位工作任务	12
3	第 3 章 打造淘宝主播人 设	1. 淘宝直播平台概述; 2. 淘宝主播认知; ; 3. 熟练操作淘宝直播中控台 4. 全方位包装淘宝主播人设。	1、小组合作法: 以小 组为单位, 共同学习, 共同完成任务; 2、角色扮演法: 学生 分别扮演不同角色, 完 成不同岗位工作任务; 3、小组竞赛法: 各小 组间进行竞赛, 在竞赛	12

			中共同探讨解决问题的办法。	
4	第4章 熟悉直播流程,防止翻车	1. 直播脚本设计; 2. 直播时间掌控; 3. 直播内容演示; 4. 开播准备; 5. 下播复盘。	1、小组合作法:以小组为单位,共同学习,共同完成任务; 2、角色扮演法:学生分别扮演不同角色,完成不同岗位工作任务; 3、软件实训:利用电子沙盘系统完成经营过程。	12
5	第5章 直接决定直播效果的设备与场景	1. 视频设备; 2. 收音设备; 3. 电脑设备; 4. 灯光设备; 5. 其他设备; 6. 室内场景; 7. 户外场景。	1、小组合作法:以小组为单位,共同学习,共同完成任务; 2、角色扮演法:学生分别扮演不同角色,完成不同岗位工作任务; 3、小组竞赛法:各小组间进行竞赛,在竞赛中共同探讨解决问题的办法。	12
6	第6章 直播带货的黄金法则	1. 直播商品的选择; 2. 直播商品展示; 3. 提高直播带货转化的法则; 4. 促进购买的法则; 5. 迅速化解直播危机。	1、小组合作法:以小组为单位,共同学习,共同完成任务; 2、角色扮演法:学生分别扮演不同角色,完成不同岗位工作任务; 3、小组竞赛法:各小组间进行竞赛,在竞赛	12

			中共同探讨解决问题的办法。	
7	第7章 经营好粉丝是王道	1. 粉丝画像: 给粉丝打好标签; 2. 重视粉丝价值的提升; 3. 5个粉丝经营策略; 4. 淘宝直播。	1、小组合作法: 以小组为单位, 共同学习, 共同完成任务; 2、角色扮演法: 学生分别扮演不同角色, 完成不同岗位工作任务;。 3、小组竞赛法: 各小组间进行竞赛, 在竞赛中共同探讨解决问题的办法	6

五、课程内容和要求

六、教学建议

(一) 教学方法

1. 本课程为理实一体化的课程, 注重培养学生的实践动手能力, 一般采用项目式教学方法。

2. 贯彻“精讲多练”的基本原则, 争取做到学生能在“做中学”, 体现以学生为主体, 老师为主导的教学思想, 以培养学生观察, 分析和理解问题的能力和实践动手能力。

3. 在教学过程教师应为学生创设真实的工作场景, 如素材的真实性、实训过程的合理性等, 培养学生的职业能力与工作素养。

(二) 评价方法

本课程为实践性课程, 应采用期末理论考试与过程性实践动手能力考核相结合的考核模式, 既注重学生对知识与技能掌握程度的考核, 同是也注重学生综合运用知识与技能的能力与实践动手能力的考核。

(三) 教学条件

1. 校内电子商务实训基地。根据课程教学需要建立电子商务专业教室, 以满足专业教学中的应用为出发点, 硬件配置要适度, 软件配套要专业化。理论课教学应配备多媒体教室, 实训教学应直播电商运营模拟实训软件, 软件应具有模拟

直播电商配备网络机房，机房应网络化并与互联网连接，应配运营活动的能力，开展开通直播电商、搭建直播场景设计和实施直播活动、分析直播数据等相关操作的功能提供真实互动的教学与实践环境。电子商务专业教室还应配备一定数量的辅助教学设施，便于教师的示范教学，如多媒体投影机、视频展示台等，以便保证教学质量、提高教学效率、降低教师的劳动强度。

2. 拓展校外实训基地，积极与业务齐全、管理规范、技术先进的行业领先企业联系合作，为学生的实训提供长期又稳定的实训基地。

（四）教材选编

1. 教材应依据电子商务行业的开展需要确定编写内容，学习层次递进，符合中职学生学习能力特点和培养目标，充分表达实践导向、能力本位的课程设计思想，以直播电商的基本运营流程为主线设计教材结构。

2. 教材内容符合本专业教学标准要求，广泛关注行业新知识、新技术、新方法的开展动向，融入课程思政内容，强化职业道德和直播电商运营方面的法律法规，加强思维训练及方法引导，帮助学生在学习专业知识与技能的同时，掌握学习方法，培养创新意识。

3. 教材应以学生为本，图文并茂可读性强，实训内容可操作性，案例真实且具有学习价值。提供配套学习资源，如融媒体资源，便于学生自主探究学习。

直播运营实务 课程标准

一、课程性质与任务

直播运营实务是电子商务专业的专业核心课程，通过本课程的学习，使学生对直播电商的相关知识及运营操作有初步的掌握，从而了解直播前需要进行的准备工作、直播中的资料宣传与直播话术、直播后的维护与总结等，为从事直播电商运营工作打下基础。

二、课程教学目标

1. 知识目标

(1) 了解直播电商的特点、岗位需求，掌握开通直播电商平台基础功能的方法；

(2) 掌握打造直播团队、搭建直播场景、选择直播商品的方法；
了解直播脚本的设计要点，掌握直播宣传资料的筹备流程和发布直播预告的相关操作；

(3) 了解直播话术的运用方法，掌握直播商品管理和优化直播过程的相关操作；

(4) 掌握直播售后和维系直播粉丝的方法，了解直播二次传播的操作流程；

(5) 掌握直播数据的分析方法，了解直播复盘的相关工作。

2. 能力目标

(1) 能够结合自身条件和资源选择直播电商平台，完成开通直播电商平台基础功能的操作；

(2) 能够利用直播电商数据分析工具选品。

(3) 能够撰写直播标题、设计直播封面、撰写直播宣传文案、拍摄与剪辑

(4) 直播预告短视频，以及发布直播预告。

(5) 能够添加和上架直播商品；

(6) 能够查询商品订单，制作直播传播素材；

(7) 能够分析直播数据。

3. 素养目标

(1) 树立遵守法律法规，遵守直播电商平台规则的意识；

(2) 培养社会责任意识，发布与传播正能量信息；

(3) 努力增强专业能力和提高职业素养;

(4) 维护良好的直播消费环境, 促进直播带货业态的健康开展。

三、学时

72 学时

四、课程学分

4 学分

五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	模块一 走进直播电商	1. 了解直播电商的特点、模式和“人”“货”“场”三要素; 2. 熟悉直播电商的岗位需求; 3. 了解常见的直播电商平台类型及其特点。	1. 能够列举直播电商各岗位的任职要求; 2. 能够结合自身条件和资源选择直播电商平台; 3. 能够完成开通直播	6
2	模块二 做好直播准备	1. 掌握主播人设定位及其方法; 2. 熟悉直播选品的依据、要点与货品来源; 3. 了解搭建直播场景的内容、方法、技巧与注意事项。	1、小组合作法: 以小组为单位, 共同学习, 共同完成任务; 2、角色扮演法: 学生分别扮演不同角色, 完成不同岗位工作任务;	12
3	模块三 设计直播活动	1. 掌握整场直播脚本与单品直播脚本的设计要点; 2. 掌握筹备直播宣传资料的内容, 设计直播宣传资料的思路和方法。	1、小组合作法: 以小组为单位, 共同学习, 共同完成任务; 2、角色扮演法: 学生分别扮演不同角色, 完成不同岗位工作任务; 3、小组竞赛法: 各小	16

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
4	模块四 实施直播活动	1. 掌握直播话术的运用; 2. 掌握添加和上架直播商品的方法; 3. 掌握付费推广与直播互动设置的方法。	1、小组合作法: 以小组为单位, 共同学习, 共同完成任务; 2、角色扮演法: 学生分别扮演不同角色, 完成不同岗位工作任务;	16
5	模块五 直播后期运营	1. 了解直播售后管理的内容; 2. 掌握维系直播粉丝的方法; 3. 掌握制作直播传播素材并进行传播的方法。	1、小组合作法: 以小组为单位, 共同学习, 共同完成任务; 2、角色扮演法: 学生分别扮演不同角色, 完成不同岗位工作任务; 3、小组竞赛法: 各小	16
6	模块六 直播总结与优化	1. 掌握数据分析的思路与具体操作; 2. 熟悉直播复盘的基本思路和主要内容。	1、小组合作法: 以小组为单位, 共同学习, 共同完成任务; 2、角色扮演法: 学生分别扮演不同角色, 完成不同岗位工作任务; 3、小组竞赛法: 各小	6

六、教学建议

(一) 教学方法

实施全程体验式教学。着眼学生实践技能的培养与提升, 在专业知识的学习过程中起到承上启下的作用, 为实现专业人才培养目标提供可靠支撑。以职业能力为目标, 结合企业调研结果, 与企业联合, 共同确定与职业需求相吻合的课程标准。课程内容安排以项目为中心, 突出对学生职业能力的训练, 并融合相关职

业资格证书对知识、技能和态度的要求。以行动为导向设计课程教学方案，设置工作场景，使学生在一种完整的综合实训中获取技能。开放式、自主式学习，小组共同完成工作任务。在解决问题中，做到理论和实践的有机结合，注重工作过程的整体性。教学过程采取引导学生自主学习和体验性学习等形式，充分发挥教师主导、学生主体的作用，实现理论学习与实践学习的一体化。

（二）评价方法

改革考核的方法和手段，运用过程性考核和终结性考核相结合的考核方法。在评价过程中注重教师评价与学生评价相结合、理论学习的评价与实践学习的评价相结合的方式，重点评价学生的职业岗位能力。注重对学生的实践操作能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上具有创新精神的学生给予特别鼓励，综合评价学生的各项能力。由主讲老师和企业兼职老师结合考勤情况、学习态度、学生作业、实验实训、模拟比赛情况等，共同综合评定学生成绩。

（三）教学条件

1. 校内电子商务实训基地。根据课程教学需要建立电子商务专业教室，以满足专业教学中的应用为出发点，硬件配置要适度，软件配套要专业化。理论课教学应配备多媒体教室，实训教学应直播电商运营模拟实训软件，软件应具有模拟直播电商配备网络机房，机房应网络化并与互联网连接，应配运营活动的功能，开展开通直播电商、搭建直播场景设计和实施直播活动、分析直播数据等相关操作的功能提供真实互动的教学与实践环境。电子商务专业教室还应配备一定数量的辅助教学设施，便于教师的示范教学，如多媒体投影机、视频展示台等，以便保证教学质量、提高教学效率、降低教师的劳动强度。

2. 拓展校外实训基地，积极与业务齐全、管理规范、技术先进的行业领先企业联系合作，为学生的实训提供长期又稳定的实训基地。

（四）教材选编

1. 教材应依据电子商务行业的开展需要确定编写内容，学习层次递进，符合中职学生学习能力特点和培养目标，充分表达实践导向、能力本位的课程设计思想，以直播电商的基本运营流程为主线设计教材结构。

2. 教材内容符合本专业教学标准要求，广泛关注行业新知识、新技术、新方法的开展动向，融入课程思政内容，强化职业道德和直播电商运营方面的法律法

规，加强思维训练及方法引导，帮助学生在学习专业知识与技能的同时，掌握学习方法，培养创新意识。

3. 教材应以学生为本，图文并茂可读性强，实训内容可操作性，案例真实且具有学习价值。提供配套学习资源，如融媒体资源，便于学生自主探究学习。

企业经营沙盘 课程标准

一、课程性质与任务

企业经营沙盘是电子商务专业的专业拓展课程,在专业人才培养方案中处于专业能力与职业素质教育课程模块,开设时间在第四学期。本课程的特色是全程体验式教学。通过本课程的学习,使学生在游戏中体会商务活动各项职能对企业运营的作用,掌握企业产品质量的持续提升、市场预测与决策、生产运营与管理、销售管理、市场开拓与质量认证、财务管理与成本控制等关键能力,能适应生产管理企业技术领域相关职能岗位(营销、生产、财务等)的工作要求。其游戏性的学习软件几乎涉及到了商务管理专业全部的核心课程,为即将走上工作岗位的在校生模拟了身临其境的企业经营管理整体运作情境。

二、课程教学目标

通过以能力为本位,以工作任务为参照点的一个个项目活动,在寓教于乐的游戏使学生了解企业运营过程中相关工作岗位的基本状况,掌握战略决策、营销管理、财务管理、生产管理以及团队合作相关知识,培养学生具体问题具体分析、灵活决策、沟通协调的能力以及认真细致的工作作风。课程内容突出对学生职业能力的训练,项目内容紧紧围绕工作任务完成的需要展开,并融合了相关职业资格对知识、技能、态度的要求,项目设计以工作任务为线索进行。

1. 知识目标

- (1) 了解一个生产企业的真实运作流程;
- (2) 掌握财务总监、生产总监、营销总监以及 CEO 的职责;
- (3) 理解企业成功运营的关键因素;
- (4) 理解损益表的关系表达;
- (5) 掌握资产负债表的计算方法;
- (6) 掌握总分的核算方法;
- (7) 掌握产品研发的规则;
- (8) 了解市场的需求预测;
- (9) 掌握市场开拓和质量体系认证的规则;

- (10) 掌握生产线安装、转产、生产周期、费用等各项规则;
- (11) 掌握广告投放以及竞单的技巧;
- (12) 掌握企业经营管理沙盘运营的规则及竞单规则;
- (13) 了解“现金为王”的重要性。

2. 能力目标

- (1) 能根据市场做好战略规划与决策;
- (2) 能根据市场需求预测做好市场开发、质量体系认证和产品销售组合工作;
- (3) 能根据需求和价格预测做好广告的投放工作;
- (4) 能根据市场需求和财务状况合理安排新产品的研发;
- (5) 能合理安排产品研发和生产线的安装时间;
- (6) 能合理进行财务管理与成本控制;
- (7) 能协调企业的财务、销售、人资和生产等方面的工作。

3. 素质目标

- (1) 具备爱岗敬业、团结协作、吃苦耐劳的敬业精神;
- (2) 养成善于动脑, 勤于思考, 及时发现问题的学习习惯;
- (3) 具备良好的心理素质和克服困难的毅力;
- (4) 具有良好的沟通能力和组织协调能力;
- (5) 具有成本意识和竞争意识;
- (6) 具有独立决策和开拓创新的基本素质;
- (7) 具有信息收集、分析和处理问题的能力;
- (8) 具备在专业方面可持续发展的能力。

三、学时

36 学时

四、课程学分

2 学分

五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	模块一 企业的组建	理解企业经营的规则；学会企业组建的流程及组建方法	1. 多媒体演示：教师根据相关资料制成多媒体课件进行演示和讲解； 2. 小组合作法：以小组为单位，共同学习，共同完成任务； 3. 角色扮演法：学生分	6
2	模块二 手工沙盘	学会企业经营过程中相关报表的填制；理解现金流对企业经营的影响	1、小组合作法：以小组为单位，共同学习，共同完成任务； 2、角色扮演法：学生分别扮演不同角色，完成	6
3	模块三 手工沙盘竞赛	掌握提高所有者权益的各种途径，在竞赛中获胜。	1、小组合作法：以小组为单位，共同学习，共同完成任务； 2、角色扮演法：学生分别扮演不同角色，完成不同岗位工作任务； 3、小组竞赛法：各小组	6
4	模块四 电子沙盘	学会电子沙盘的操作流程及注意事项。	1、小组合作法：以小组为单位，共同学习，共同完成任务； 2、角色扮演法：学生分别扮演不同角色，完成不同岗位工作任务； 3、软件实训：利用电子	6

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
5	模块五 电子沙盘竞赛	掌握电子沙盘的竞赛的相关技巧，提高所有者权益。	1、小组合作法：以小组为单位，共同学习，共同完成任务； 2、角色扮演法：学生分别扮演不同角色，完成不同岗位工作任务； 3、小组竞赛法：各小组	6
6	模块六 综合实训及竞赛	利用手工沙盘与电子沙盘相结合，学会企业经营过程中如何节约成本、控制风险；如何增强企业竞争能力与盈利能力。	1、小组合作法：以小组为单位，共同学习，共同完成任务； 2、角色扮演法：学生分别扮演不同角色，完成不同岗位工作任务； 3、小组竞赛法：各小组	6

五、教学建议

（一）教学方法

实施全程体验式教学。着眼学生实践技能的培养与提升，在专业知识的学习过程中起到承上启下的作用，为实现专业人才培养目标提供可靠支撑。以职业能力为目标，结合企业调研结果，与企业联合，共同确定与职业需求相吻合的课程标准。从教师队伍、教学内容、教学方法与手段、评价方法等方面，体现职教特色，强化职业能力培养。采取切合实际的课程教学运行模式。打破常规的一次课程两次学习的模式，根据该课程特点实行四节连排的集中式授课模式，保证实训的连续性，确保实训效果的达成。同时课程内容安排以项目为中心，突出对学生职业能力的训练，并融合相关职业资格证书对知识、技能和态度的要求。以行动为导向设计课程教学方案，设置工作场景，使学生在一种完整的综合实训中获取技能。开放式、自主式学习，小组共同完成工作任务。在解决问题中，做到理论和实践的有机结合，注重工作过程的整体性。教学过程采取引导学生自主学习和体验性学习等形式，充分发挥教师主导、学生主体的作用，实现理论学习与实践

学习的一体化。

（二）评价方法

改革考核的方法和手段，运用过程性考核和终结性考核相结合的考核方法。在评价过程中注重教师评价与学生评价相结合、理论学习的评价与实践学习的评价相结合的方式，重点评价学生的职业岗位能力。注重对学生的实践操作能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上具有创新精神的学生给予特别鼓励，综合评价学生的各项能力。由主讲老师和企业兼职老师结合考勤情况、学习态度、学生作业、实验实训、模拟比赛情况等，共同综合评定学生成绩。

（三）教学条件

建有企业经营管理沙盘实训室，安装企业经营管理沙盘的电脑每组学生一台。注重实验实训指导书和实验实训标准的开发和应用。充分利用投影机、视听光盘、多媒体软件、电子教案等资源，创设形象生动的工作情境，激发学生的学习，促进学生对知识的理解和掌握。建议加强常用课程资源的开发，建立多媒体课程资源数据库，努力实现跨系部多媒体资源的共享，以提高资源利用率。积极开发和利用网络课程资源。充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网络信息资源，使教学媒体从单一媒体向多种媒体转变；使教学活动从信息的单向传递向双向交互转变；使学生从单独的学习向合作学习转变。校企合作开发实验实训课程资源。充分利用本行业典型企业的资源，加强校企合作建立校内、校外实训基地，满足学生的实习实训需求，在此过程中进行实验实训课程资源的开发，同时为学生提供就业机会，开创就业渠道。建立开放式实验实训中心，使之具备职业技能考核、实验实训、现场教学的功能，将教学与培训教材合一、教学与实训合一，满足学生综合职业能力培养的需求。

（四）教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，组织经验丰富的行业企业专家编写符合学生实际的教材。

商务沟通与礼仪 课程标准

一、课程性质与任务

本课程是是电子商务专业的专业拓展课程，是一门实践性和应用性很强的课程。在电子商务专业就业岗位群中，该课程重要相应商务筹划岗、公关岗、营销岗、接待岗等岗位技能和素质培养规定，讲授商务活动类型、各类商务活动筹划及组织以及商务活动各环节和场合必须遵循的礼仪规范。对学生职业能力培养和职业素养养成起着重要支撑作用。

二、课程教学目标

通过理论学习和实际操作练习，应使学生认识商务礼仪在现代公共关系活动中、管理中的性质、意义、和作用；学习和理解商务礼仪与的概念和基本原理；了解和掌握商务礼仪与形象设计的基本常识、礼仪在生活中的具体运用、礼仪工作的技巧等知识。学习这门课程，除了认真阅读和理解教材的内容外，要密切联系实际，在实践中努力培养自己学礼、懂礼、守礼和用礼的意识，充实自己并完善自身的整体素质。

1. 知识目标

(1) 了解礼仪的基本知识：礼仪的概念、礼仪的发展历史、礼仪的特性，了解世界主要国家的礼俗风情及基本的礼仪规范。

(2) 理解和掌握商务活动中礼仪的基本原则和规范，并能正确运用所学的礼仪知识，分析实际商务活动中的社交问题，并能提出解决的办法。

2. 能力目标

- (1) 正确判断生物场合下各种行为是否规范
- (2) 能将自己打造成一个人具有良好形象的商务人员
- (3) 组织、策划简单的各类商务活动
- (4) 正确使用一些商务谈判技巧

3. 素质目标

(1) 帮助学生体验商务礼仪这门课程学习和活动中的成长与快乐，使他们认识到礼仪无论对于商务活动还是生活实际都是必不可少的。

(2) 提高学生的商务活动安排、社会交往、实际操作能力和表达、控制、应变能力，能正确组织和从事各种商务活动。

三、学时

36 学时

四、课程学分

2 学分

五、教学内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	职业与个人形象	认知职场工作的社会价值；了解职场礼仪的作用；明确一个职业人尊重客户，服务客户，践行公司社会责任的重要意义。	以一个商务活动项目为中心，通过项目的筹划和完成加深并加强学生对相关知识的理解与运用。如通过一次商务签字仪式活动的策划与模拟，提高学生对仪式礼仪规范的运用能力。	4
2	个人（职业）形象定位	从个人举止、风度、着装等方面学习礼仪人员的修养及个人行为规范。个人修养及礼仪，作为一种社会文化，不止触及个人，而且关系到组织的全局。	教学中每个知识点，都以具体典型的实例引出，讲解中辅之以生动形象的案例深入浅出地加以分析和说明，从而使抽象理性的礼仪理论知识，变得生动感性，更易于被学生掌握和运用。	5
3	初次见面礼仪	商务人员握手、问候，介绍及名片交接的基本知识，理解见面礼仪对个人形象和公司形象的影响。	1. 形态礼仪训练； 2. 让学生情景演绎日常交往时的流程，指出存在的问题。	4

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
4	日常交往礼仪	学习认识礼仪、馈赠礼仪、餐饮礼仪、公共场所礼仪中所应遵循的基本规范，认识到得体的个人行为规范，能够给公众留下良好的第一印象，为社会组织与公众进行信息沟通，感情联络和行为影响奠定良好的基础。	通过大量欣赏相关经典影片，加深学生对礼仪规范的理解与掌握。如在讲述见面礼仪时，让学生观赏《茜茜公主》等，了解西方国家不同于中国的见面礼：亲吻礼、屈膝礼、拥抱礼等。	5
5	日常工作礼仪	学会遵循办公规范、得体的办公室个人形象设计、相处的艺术、语言的礼仪、文书的处理等具体内容。	设置场景，让学生扮演角色，来体验与体会礼仪在商务活动中的应用与操作方法。如设置一乘车场景，让学生分别扮演董事长、总经理、销售部经理及秘书，来安排小轿车的座位，从而使学生掌握了乘车的位次礼仪。角色扮演法将程序化的课堂教学变成了互动的空间，激发了学生的学习积极性，又加深了学生对商务礼仪知识的了解。	4
6	商务交往礼仪	是社交礼仪中的关键环节，主要包括以下项目的训练：会务礼仪及规范、拜访与接待、商务活动基本礼节、商务仪式礼仪规范等几个方面的内容。熟悉和把握国际公关礼仪的基本知识，了解国际惯例，规范、程序及国际禁忌。推动国际公关礼活动的展开。	利用商务谈判实训室、商务会议实训室等，让学生置身于真实的场景中进行相应的商务活动情景模拟如商务谈判过程中的座次安排、商务会议的组织等，增强学生对相关知识的感性认识，拉近教学与实践的距离。	5

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
7	文书礼仪	了解信函文书与柬贴书写的基本常识及运用礼仪常识。	将老师的教、与学生的学、再与学生的练结合起来，如在讲述仪态礼仪时，老师演示男士与女士如何优雅的坐、站、行等，让学生随其后面学，然后学生再自行的练，实现了教中学，学中练、练中做，强化学生学习能力，提高了学生的学习效果。	4
8	网络交往礼仪	熟悉网络沟通交流的方式和手段，提高网络沟通能力，了解网上交易、邮件收发、网上聊天的礼仪等。	让学生通过案例学习，注意网络文明用语。	5

六、教学建议

（一）教学方法

1. 以实际商务活动为主线，实施模块化教学

以真实的商务活动过程为导向设计课程内容，将课程学习内容与商务活动过程中各环节相对应，形成若干教学模块，每个模块有分若干项目单元，建立以商务活动过程为牵引的课程教学体系，将知识要素与技能要素直接切入到工作环节中，最终以学生在工作过程中的礼仪实施程度和效果作为课程学习的评价。

2. 建立开放式的课堂教学模式，实现理实一体化教学

通过校内的实景教学、模拟教学与校外实训基地的现场教学，将大量教学内容分别穿插在形体实训室、商务谈判实训室和商务会议实训室等校内基地以及校外基地中进行，实现课堂与实训地点一体化。

（二）评价方法

1. 学校评价和行业职业考试评价相结合的原则，如果在校内评价中不合格，但是在职业资格考试中合格的，可以认定为合格。

2. 课程评价以“过程持续评价”与“终期评价”相结合，并侧重于学习过程的持续评价。

3. 课程总成绩=期末考试成绩*40%+平时成绩*60%。

4. 期末考试、单元测验采取不同场景设计礼仪行为规范演示无纸化考试的方式进行。

5. 平时成绩由以下成绩组成：a) 学生出勤、完成作业、课堂提问、单元测验、平时实训评估等。b) 平时实训评估成绩包括考核学生实操的准确性、技巧的合理应用性、现场解决问题和处理问题的能力、团队合作能力、交流能力等综合性能力评价。

（三）教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

教材应给予职业典型工作任务进行内容的选择和组织，打破传统教材的章节体例，以具有代表性的工作任务为一个相对完整的学习过程，要紧紧围绕工作任务聚焦知识和技能，体现行动导向的教学观，提升学生学习的主动性和成就感。

财税基础 课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。以立德树人为根本任务，理论与实践并重，对于培养学生诚实守信的品质，爱岗敬业的工作态度等具有重要意义。本课程的任务是通过学习，使学生掌握会计核算、财务管理以及相关金融与税收的基本知识，了解企业账务处理的基本流程和会计信息的生成过程，会开立银行账户、办理税务登记，培养和提高学生理解、分析和运用财务管理的能力，为将来从事财经商贸类工作打下良好基础。

二、课程教学目标

1. 素质目标

- (1) 具备依法纳税意识；
- (2) 具备团队精神和协作精神；
- (3) 具备严谨、诚信的职业品质以及良好的职业道德；
- (4) 具备一定的会计核算、理财和内部控制意识。

2. 知识目标

- (1) 了解会计法律法规；
- (2) 了解企业设立的基本流程和方法；
- (3) 了解企业内部管理与风险防范控制的基本内容；
- (4) 掌握企业经营活动中所使用的会计核算基本理论、方法和程序；
- (5) 理解并掌握会计报表的概念、类型、结构、编制方法；
- (6) 掌握财务报表分析的主要内容及基本方法；
- (7) 理解并掌握主要税种的征税范围及应纳税额的计算与申报缴纳方法。

3. 能力目标

- (1) 能够开立银行账户、办理税务登记；
- (2) 能够从事会计基本核算和监督；
- (3) 能够处理账务；
- (4) 能够办理企业税务登记、发票领购；

- (5) 能够计算相关税费应纳税额，并申报缴纳；
- (6) 能够搜集、整理和加工会计核算资料；
- (7) 能够根据企业日常账务处理所形成的会计凭证、账簿及报表进行分析加工。

三、学时

36 学时

四、课程学分

2 学分

五、课程内容和要求

课程内容设计建议表

序号	教学单元	教学内容与教学要求	教学活动设计建议	参考课时
1	会计概述	1. 了解会计的产生与发展； 2. 理解会计的基本职能和目标； 3. 熟悉会计信息质量要求； 4. 了解会计人员应具备的基本素质； 5. 了解会计法律法规。	1. 组织学生观看企业会计工作场景视频，增强学生对会计岗位、会计职业的感性认识； 2. 通过多媒体演示等手段，让学生了解企业经营过程中各阶段的基本业务内容； 3. 通过典型案例让学生感受会计法律法规的重要性，培养学生遵纪守法意识。	5

序号	教学单元	教学内容与教学要求	教学活动设计建议	参考课时
2	会计基础知识	<p>1. 掌握 6 个会计要素的概念、内容及其确认与计量；</p> <p>2. 理解会计要素的相互关系及会计等式；</p> <p>3. 理解不同经济业务类型对会计要素影响的原因；</p> <p>4. 熟悉会计科目的概念与分类、账户的概念与结构；</p> <p>5. 熟悉会计凭证、会计账簿；</p> <p>6. 熟悉财产清查过程；</p> <p>7. 熟悉会计账务处理程序。</p>	<p>1. 提供部分会计科目名称，指导学生识别并判断其属于哪一会计要素；</p> <p>2. 该项目开始进入专业领域并涉及较多专业术语，学生学习时会感到吃力，任课教师对此应有充分认识与准备；</p> <p>3. 可运用启发式教学以及讲授法、案例分析等教学方法，还可采取小组合作学习的课堂教学模式组织教学；</p> <p>4. 讲授过程应多举例、多提问、多设疑，注重理论联系实际，注重学生对所学内容进行归纳、对比与总结。</p>	9
3	税收基础知识	<p>1. 了解税收基础概念；</p> <p>2. 理解并应用税收基础特征和原则；</p> <p>3. 了解税收基础的组成部分。</p>	教师根据相关资料制成多媒体课件进行演示和讲解。	2
4	增值税	<p>1. 了解增值税的概念及组成部分；</p> <p>2. 掌握增值税的计算；</p> <p>3. 了解增值税的纳税申报；</p> <p>4. 增值税专用发票的使用与管理。</p>	<p>1. 多媒体演示：教师根据相关资料制成多媒体课件进行演示和讲解；</p> <p>2. 情景模拟：由学生扮演公司各种人员，各种人员了解自己具备的资格、义务和责任；</p> <p>3. 角色互换：由学生分别扮演公司报税人员的角色，要求按照角色分别行使相应职责。</p>	4

序号	教学单元	教学内容与教学要求	教学活动设计建议	参考课时
5	消费税	1. 了解消费税的基本内容； 2. 了解消费税的计算； 3. 了解消费税的纳税申报。	1. 多媒体演示：教师根据相关资料制成多媒体课件进行演示和讲解； 2. 案例分析：根据不同的业务类型选择有代表性的业务，分小组讨论，使学生对典型的经济业务深入理解； 3. 情景模拟：由学生扮演各种企业人员，了解不同类别企业应具备的条件。	4
6	企业所得税	1. 了解企业所得税的基本内容； 2. 了解企业所得税的计算； 3. 了解企业所得税的纳税申报。	1. 多媒体演示：教师根据相关资料制成多媒体课件进行演示和讲解； 2. 情景模拟：由学生扮演公司各种人员，各种人员了解自己具备的资格、义务和责任； 3. 角色互换：由学生分别扮演公司人员的角色，要求按照角色分别行使相应职责； 4. 案例分析：根据不同的业务类型选择有代表性的业务，分小组讨论，使学生对典型的经济业务深入了解。	4
7	个人所得税	1. 了解个人所得税的基本内容； 2. 了解个人所得税的计算； 3. 了解个人所得税的纳税申报法。	1. 媒体演示：教师根据相关资料制成多媒体课件进行演示和讲解； 2. 情景模拟：由学生扮演公司各种人员，各种人员了解自己具备的资格、义务和责任； 3. 角色互换：由学生分别扮演公司人员的角色，要求按照角色分别行使相应职责； 4. 案例分析：根据不同的业务类型选择有代表性的业务，分小组讨论，使学生对典型的经济业务深入了解。	4

序号	教学单元	教学内容与教学要求	教学活动设计建议	参考课时
8	税收征 纳管理	1. 了解纳税人的权利和义务； 2. 税收征管的一般程序； 3. 税收法律责任。	1. 多媒体演示：教师根据相关资料制成多媒体课件进行演示和讲解； 2. 情景模拟：由学生扮演公司各种人员，各种人员了解自己具备的资格、义务和责任； 3. 角色互换：由学生分别扮演公司人员的角色，要求按照角色分别行使相应职责； 4. 案例分析：根据不同的业务类型选择有代表性的业务，分小组讨论，使学生对典型的经济业务深入了解。	4

六、实施建议

1. 教学建议

将“工匠精神”、“劳模精神”等思想政治教育有机融入教学，引导学生提升职业素养，培养学生热情真诚、诚实守信、善于沟通与合作的品格。以学生为主体，坚持理论与实践相结合。针对不同生源结构，采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，运用启发式、探究式、讨论式等教学方法，推动课堂教学改革。将学生的自主学习、合作学习以及教师的引导教学有机结合，提升学习效率，增强教学效果。

2. 学生考核评价方法

着力构建多元化考核评价体系。将目标评价、过程评价、增值评价相结合。目标评价主要包括期末考试和实操项目考核等；过程性评价主要包括课堂提问、讨论、作业、考勤和日常表现等；增值评价方法主要包括学生成长记录手册、学生学习日志等。评价对象应包括职业知识掌握情况、实践操作能力、团队合作、学习态度和基本职业素质等方面。

课程考核实行卷面考核与案例分析实操项目考核相结合，两者分值各占50%。卷面考核侧重于考察学生对知识的理解与应用能力，按照平时成绩、单元测试、期末考试三部分加权平均计算成绩。

3. 教学实施与保障

(1) 注重实训指导书的开发和应用，编写时必须注意时代性、实践性和可

操作性；

(2) 开发形象生动的多媒体课件，以调动学生学习的积极性和主动性，促进学生理解和应用会计核算知识；

(3) 学校应注重与企业的广泛合作，积极开发实习和实训基地，充分利用企业资源，让学生深入企业了解业务流程，体验财税工作实践，以提高学生财税工作的职业能力。

4. 教材编写与选用

(1) 注重实训指导书和实训教材的开发和应用；

(2) 教材应充分体现任务引领、实践导向的课程设计思想，以企业经济管理岗位所涉及的相关会计业务的各项任务为主线，合理安排教材内容；

(3) 教材在内容上应既实用又开放，即在注重会计实务基本操作技能训练的同时，还应把相关的企业管理、企业纳税、金融结算等知识、技术和方法融入教材，以便教材内容更贴近企业管理活动系统性、综合性的特点。形式上应适合中职学生的认知特点，文字表述要深入浅出，内容展现应图文并茂；

(4) 为了提高学生的积极性和主动性，培养学生了解与掌握会计核算与管理业务相关知识与技能的基本目标，教材应根据工作任务的需要设计相应的技能训练活动。各技能训练活动的设计应实用、具体并具有可操作性。

商务网站建设与维护 课程标准

一、课程性质与任务

商务网站建设与维护是电子商务专业的一门专业拓展课，以网络编辑等职业岗位能力目标培养为重点，以实际网站开发实务练习为主要手段，通过“网上购物系统设计”项目实训，使学生掌握电子商务运作的一般过程，掌握一个项目从系统分析、程序编码、上机调试到最终成功运行的全过程。全面理解网站在企事业、商业系统中的作用，懂得规划企业网站的方法，掌握企业网站建立的过程和方法，提高学生综合运用知识的能力、知识迁移的能力、团结协作的能力及一定的创新能力，为将来的就业打下坚实的理论与实践基础。

二、课程教学目标

通过本课程教学，使学生熟悉网站的组成要素，熟悉网站从设计、开发到管理的整个流程，能够独立制作电子商务网站。

1. 知识目标

- (1) 了解构建电子商务网站的一般性的知识；
- (2) 系统掌握构建电子商务网站的原理及全部流程；
- (3) 掌握开发商务网站的一般技术知识；
- (4) 通过学习，掌握综合运用相关技术和工具来开发的和构建电子商务网站；
- (5) 了解商务网站维护的知识。

2. 能力目标

- (1) 能搭建网站的运行环境；
- (2) 能熟练运用 Visual Studio 2005 平台设计动态网页；
- (3) 能利用 Access 进行简单的数据库的设计和管理；
- (4) 能利用商务网站开发技术，自行开发一个电子商务网站系统；
- (5) 掌握电子商务网站维护的方法。

3. 素质目标

- (1) 具有高度的责任感，有严谨、认真、细致和吃苦耐劳的工作作风；
- (2) 具有团队精神和合作意识，具有协调工作的能力和组织管理能力；
- (3) 具有创新精神；

(4) 具有较强的网页设计创意思维、艺术设计素质。

三、学时

36 学时

四、课程学分

2 学分

五、教学内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	企业商务网站概述	了解不同类型网站的组成、特点及功能。	1. 展示不同类型网站分析其组成、特点及功能； 2. 介绍相关知识点。	2
2	电子商务网站规划	根据企业的需求，能规划商务网站，引导学生进行网站建设方面的宏观思考。	1. 介绍相关知识点； 2. 分组调研学校超市； 3. 分组讨论，规划超市商务网站。	4
3	电子商务网站环境设置	掌握网站服务器的基本设置方法。	1. 介绍相关知识点； 2. 设置商务网站平台运行环境； 3. 认识 Visual Studio 开发平台。	6
4	VBscript 应用	1. 熟悉 Visual Studio 2005 开发平台； 2. 能编写简单的 VBscript 脚本。	1. 创设任务情境； 2. 介绍相关知识点； 3. 技能训练。	6
5	ASPNET 内置对象应用	能利用 ASPNET 内置对象的方法和属性解决常见的网页编辑需求。	1. 创设任务情境； 2. 介绍相关知识点； 3. 技能训练。	6
6	ADONET 数据	1. 掌握程序连接数据库的方法；	1. 创设任务情境；	6

	库访问技术	2.掌握利用向导创建数据库连接的方法。	2.介绍相关知识点; 3.技能训练。	
7	商务网站系统设计	1.掌握系统功能设计、系统流程的设计及数据表的设计方法; 2.学会会员注册、登录、掌握设计访问数据库的方法、VBscript 脚本应用; 3.学会页面的布局设计; 4.学会推荐商品的展示、搜索商品的展示、分类商品的展示页面设计,掌握数据库控件应用 VBscript 脚本应用。	1.创设任务情境; 2.介绍相关知识点; 3.技能训练。	6

六、教学建议

1. 教学方法建议

(1) 案例教学: 教师讲授以课程标准为指南, 结合案例和电子素材, 通过讲解、答疑等方式培养学生独立思考、解决问题的能力。

(2) 习题教学: 习题教学是检验、巩固、应用所学知识的重要手段。在教学过程中, 教师结合教学进度、教学重点和难点, 安排适当的习题训练, 并对习题中的问题进行指导。

(3) 实践教学: 通过课堂讨论、案例分析、课程论文设计、社会调研等方式进行。在每个模块的教学过程中都给进行案例分析和现实问题课堂讨论, 学习可事先上网查寻有关题目和参考资料。

2. 教学条件

本课程应具备的基本教学条件是: 多媒体教室及设备良好的电子商务实训室, 安装开发网站的相关系统软件。

3. 师资要求

根据课程性质和课程目标, 本课程的主讲教师必须具备扎实的理论知识, 过硬的操作技能, 最好为“双师”素质教师, 具有丰富的实践经验。能与企业合作

共同开发和建设课程，为企业提供服务，到企业去锻炼，积累工作经验。有很强的执教能力，快速反应能力，能及时、准确地解决学生遇到的各种问题。要有责任心和使命感，不仅能传授学生知识，更应该教会学生如何做人。

4. 教材选用建议

本课程的教材选用与编写必须依据本课程标准。要充分体现课程设计思想以项目为载体实施教学，项目选取要科学，要符合该门课程的工作逻辑，能形成系列，让学生在完成项目的过程中逐步提高职业能力，同时要考虑可操作性。教材内容要反映新技术、新工艺。建议根据本课程标准自编实训指导手册。

电子商务法律法规 课程标准

一、课程性质与任务

电子商务法律法规是电子商务专业的一门专业拓展课，采用“理论+实践”模式，为培养应用型人才进行有益的探索。培养学生分析问题与解决问题的能力、职业道德素养及可持续发展能力，为电子商务专业学生的顺利就业打下基础。

二、课程教学目标

通过本课程的学习，使学生了解电子商务法律相关知识，为以后从事电子商务活动提供法律保障。

1. 知识目标

- (1) 能掌握电子商务法的基本原理；
- (2) 能了解国内外电子商务立法概况；
- (3) 具有运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中相关法律问题的能力。

2. 能力目标

- (1) 具有分辨法律问题归属的能力；
- (2) 具有依据法律问题的性质寻找相关工具书及案例的能力；
- (3) 具有独立分析和解决电子商务法律问题的能力；
- (4) 具有自主学习和终身学习的能力。

3. 素质目标

- (1) 具有诚实守信的职业道德和敬业精神；
- (2) 具有一定的创新能力和勇于实践的能力；
- (3) 具有组织协调能力；
- (4) 具有沟通与交流能力；
- (5) 具有团队意识和妥善处理人际关系的能力；
- (6) 具有良好的心理承受能力；
- (7) 具有适应环境变化的能力。

三、学时

36 学时

四、课程学分

2 学分

五、教学内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	认识电子商务法	<ol style="list-style-type: none"> 1.掌握电子商务法的特征； 2.了解电子商务法德性质和地位； 3.掌握电子商务法的调整对象和体系。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 电子商务法的概念及特征； 2. 电子商务法的性质和特点； 3. 电子商务法调整对象和体系。 	2
2	电子商务立法概况	<ol style="list-style-type: none"> 1.掌握电子商务对传统立法有哪些方面的挑战； 2.了解电子商务法产生的必然性； 3.了解国际组织关于电子商务法的立法概况； 4.了解世界主要国家电子商务立法概况； 5.掌握我国电子商务立法的现状； 6.掌握我国电子商务立法的指导原则和基本问题。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 电子商务法的产生； 2. 国际关于电子商务法的立法概况。 	4
3	数据电文法律制度	<ol style="list-style-type: none"> 1.了解数据电文形式问题的解决方案； 2.了解数据电文的确认收讫规则； 3.掌握数据电文的基本含义； 4.掌握数据电文的法律效力； 5.掌握数据电文发送与接收的时间和地点。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 数据电文概述； 2. 数据电文形式问题的解决方案。 	4
4	电子签名法	<ol style="list-style-type: none"> 1.掌握电子签名的概念和特征； 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 电子商务法及数字 	4

	律制度	<ol style="list-style-type: none"> 2. 了解电子签名与传统签名的异同; 3. 了解电子签名立法模式; 4. 熟悉数字签名的含义; 5. 掌握电子签名的法律效力的确定。 	<p>签名的概念和特征;</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 电子签名立法模式; 3. 电子签名的法律效力。 	
5	电子认证法律制度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握电子认证的意义和功能; 2. 了解电子认证机构的法律地位; 3. 了解认证机构的设立条件和管理措施; 4. 掌握认证机构的义务与责任的法律规定; 5. 了解电子证书的法律意义; 6. 掌握认证机构与证书持有人和证书信赖人之间的法律关系及基本行为规范。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 电子认证概述单元; 2. 认证机构; 3. 电子证书。 	4
6	电子合同法律制度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解合同电子化相关法律问题; 2. 熟悉电子合同的概念、形式、特征和效力; 3. 了解电子合同与合同法的关系; 4. 熟悉电子合同的订立过程; 5. 掌握电子合同的成立和生效的法律规定。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 合同与电子合同; 2. 电子合同的订立、成立、生效。 	5
7	电子信息交易法律制度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握电子信息交易的概念和特征了解信息产品的范围; 2. 掌握电子信息交易的基本类型和基本原则; 3. 熟悉电子信息交易履行的方式和地点; 4. 了解电子信息交易中的电子控制 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 信息产品与;电子信息交易; 2. 电子信息交易中涉及的法律问题及电子控制。 	5

		问题。		
8	电子商务安全问题	1. 了解电子商务的风险与安全问题； 2. 了解安全电子商务的要求； 3. 了解电子商务安全保障体系。	1. 电子商务的风险与安全问题； 2. 电子商务安全保障体系。	4
9	电子商务纠纷的解决	1. 了解电子商务纠纷管辖的国际协作内容； 2. 了解电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践； 3. 掌握我国对网络管辖权的法律规定。	1. 电子商务纠纷管辖的国际协作； 2. 电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践； 3. 我国对网络管辖权的法律规定。	4

六、教学建议

1. 教学方法建议

(1) 案例教学：教师讲授以课程标准为指南，结合案例和电子素材，通过讲解、答疑等方式培养学生独立思考、解决问题的能力。

(2) 习题教学：习题教学是检验、巩固、应用所学知识的重要手段。在教学过程中，教师结合教学进度、教学重点和难点，安排适当的习题训练，并对习题中的问题进行指导。

(3) 实践教学：通过课堂讨论、案例分析、课程论文设计、社会调研等方式进行。在每个模块的教学过程中都给学生进行案例分析和现实问题课堂讨论，学习可事先上网查寻有关题目和参考资料。

2. 教学条件

本课程应具备的基本教学条件是：多媒体教室及设备良好的电子商务实训室，学生可以上网查阅资料。

3. 师资要求

根据课程性质和课程目标，本课程的主讲教师必须具备扎实的理论知识，过硬的操作技能，最好为“双师”素质教师，具有丰富的实践经验。能与企业合作

共同开发和建设课程，为企业提供服务，到企业去锻炼，积累工作经验。有很强的执教能力，快速反应能力，能及时、准确地解决学生遇到的各种问题。要有责任心和使命感，不仅能传授学生知识，更应该教会学生如何做人。

4. 教材选用建议

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

教材选用依据本课程标准，注重学生基本能力的培养，教材选用应突出以下特色：突出能力本位；实践性、应用性；高层次性、职业性、可衔接性等。

电子支付与交易安全 课程标准

一、课程性质与任务

电子支付与交易安全是电子商务专业的一门专业拓展课程,以电子商务企业经营、管理和服务第一线的岗位需求为着眼点讲述电子商务安全基础、电子商务面临的安全问题、电子商务安全技术以及电子商务安全实际应用。通过学习该课程,使学生掌握电子商务安全方面的基本知识,树立电子商务安全意识,具备电子商务安全基本操作技能,培养学生的思维创新能力和实践动手能力,为电子商务企业的电子商务活动提供较为安全的工作环境。

二、课程教学目标

通过以任务为主线的教学活动,使学生熟悉电子支付环节的相关要点培养学生发现问题和理解问题的能力:在教师的指导下,能够完成电子支付、支付安全、支付法律保障等内容的实践操作,使学生在过程中形成相关的岗位能力,具备从事电子商务支付领域工作的综合素质和能力。

1. 知识目标

- (1) 掌握电子支付的一般流程;
- (2) 掌握常用电子支付系统操作规范和要求;
- (3) 掌握常用电子货币的原理及使用方法;
- (4) 掌握网上银行、网上证券交易和网上保险的使用方法;
- (5) 掌握交易环境、交易对象和交易过程的安全性;
- (6) 掌握在信息传递过程中使用安全加密技术的方法。

2. 能力目标

- (1) 能准确掌握第三方支付系统的操作流程;
- (2) 能准确掌握数字证书的申请、下载和安装;
- (3) 能运用认证技术解决电子商务交易中的安全问题;
- (4) 能运用相关法律防范和解决电子商务交易中的各类风险和纠纷;

3. 素质目标

- (1) 养成良好的电子商务支付与安全的职业道德素养;

(2) 养成支付过程加强安全防护, 采取安全技术的习惯;

(3) 进一步提高互联网道德修养;

(4) 运用法律手段维护自身合法权益。

三、学时

36 学时

四、课程学分

2 学分

五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	电子支付与交易安全概述	1. 了解电子商务发展状况; 2. 了解中国电子商务安全与支付的发展现状。	1. 阅读比较 CNNIC 最新的《中国互联网络发展状况统计报告》中关于安全支付的数据及分析; 2. 中国电子商务发展的现状调查。	2
2	电子商务交易与支付	1. 熟悉电子商务交易与支付流程; 2. 掌握网上银行业务支付流程。	1. 电子商务网站支付与交易模式; 2. 电子商务交易与支付工具。	4
3	电子支付工具	1. 熟悉常见的电子支付工具; 2. 熟悉常见的电子货币的使用方法; 3. 掌握网上购物的结算流程。	1. 电子支付工具的使用; 2. 电子货币的使用	4
4	网上金融	1. 网上银行的使用; 2. 网上证券交易; 3. 网上保险。	1. 网上银行的使用; 2. 网上证券交易; 3. 网上保险。	4
5	电子商务系统安全	1. 了解常见的网络攻击; 2. 熟悉安全防范工具;	1. 登录“中国互联网违反与不良信息举报中	4

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
		3. 学会使用防毒杀毒工具	心”网站，查找最新的 流行病毒； 2. 客户机与服务器安全设置； 3. 防病毒软件的安装和使用。	
6	网络安全技术	1. 了解相关的数据加密技术； 2. 掌握 IE 的安全设置； 3. 熟悉电子数字签名方法。	1. 数据加密技术； 2. IE 的安全设置； 3. 数字签名方法。	4
7	个人数字证书	了解数字证书的基本类型，个人数字证书的下载安装。	个人数字证书的下载、安装、查看、导入和导出。	4
8	安全电子邮件	了解个人数字证书在发送和接受安全电子邮件中的应用。	使用 Outlook Express 或 Foxmail 发送和接收带有数字签名和加密的安全电子邮件。	4
9	SSL 证书	了解利用 Microsoft IIS Web Server 申请 SSL 证书的基本流程。	利用 Microsoft IIS Web Server 申请 SSL 证书。	4
10	电子商务签名法	了解《电子签名法》相关内容。	上网查找《电子签名法》。	2

六、教学建议

1. 教学方法

在教学上采取“案例教学”与“项目训练”相结合的方法，以学训一体、职场体验为主要形式，充分利用配备电子商务教学软件的校内实训室和互联网，通过仿真训练、实训操作等方式，提高学生的实际操作能力。以技能训练任务为载体，采用任务驱动、项目导向的教学模式，融教、学、做为一体。课堂组织形式上采取分组教学方式，学生以团队的方式进行网上实践、案例讨论和问题探究。

教学中根据实际需要可以采用电子课件、大屏幕多媒体联机演示、网络教学等各种先进的教学手段，充分利用现代化教学理念，提高教学效果。

2. 评价方法

(1) 对学生的评价不仅要重视终结性的评价，同时重视过程性的评价。

(2) 倡导评价的多主体性，学生要参与学习过程的评价，还可以进行学生的自我评价，生生和师生之间的相互评价。

(3) 倡导评价方式的多样化。

在评价过程中，要重点考核学生学习的主动性、独立性且教师要跟踪记录学生的上机实践，评价学生在实践动手操作中分析问题、解决问题的能力。

3. 教学条件

根据课程的教学特点，学生要掌握支付的流程，必须要进行网上购物并支付，为保住教学的顺利实施，实训环境上必须是能提供上网的多媒体计算机实训室，并且配套有虚拟仿真实训平台进行实训教学，在教学过程中借助虚拟仿真实训平台，学生可以进行模拟购物和支付流程的操作，加强学生的模拟操作能力；同时通过网上银行的申请，登录淘宝网等购物网站，进行网上银行、支付宝实际支付操作能力的培养，加深对电子商务交易方式、支付方式理论知识的理解，又增强了学生对实际支付能力的培养。

4. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，充分体现任务驱动的课程设计思想，以工作任务为主线，选择有代表性的案例编写教材，做到由易到难，前后衔接，循环渐进。

商务软文写作 课程标准

一、课程性质与任务

商务软文写作是电子商务专业的一门专业拓展课程，主要面向 B2B、B2C、O2O 等网络平台的文案描述工作，旨在培养学生敏锐的市场洞察力和创造力，指导学生掌握文案策划的依据和运作方法，能够具备文案写作与创作的能力。使学生能够在文案岗位上完成广告文案创作、微博、论坛等软文写作等工作，把握文案写作的基本模式和效果预测方法，能够自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事文案工作奠定坚实的理论和实践基础。让学生在学的过程中获得内化的职业能力，从而在今后不断变动的职业生涯中有能力获得新的职业技能和职业资格，为自己创造更广阔的发展空间。

二、课程教学目标

1. 知识目标

- (1) 掌握商务活动策划的含义、类型和主要作用；
- (2) 了解中国传统文化中关于策划的思想以及对于当今商务活动策划的指导意义；
- (3) 掌握商务策划的几种基本思路；
- (4) 了解商务策划的基本要素和本质，理解商务策划的六种基本原理；
- (5) 掌握商务策划的基本原则；
- (6) 理解并掌握商务策划的创新思维模型和典型方法；
- (7) 掌握商务策划的基本创意方法的内涵；
- (8) 了解商务策划的切入线索；
- (9) 掌握市场营销策划中产品、市场定位和产品生命周期等概念；
- (10) 掌握广告策划案的特点和写作程序。

2. 能力目标

- (1) 通过分析成功地商务活动策划案例，掌握商务活动策划的利益主导原则、创意创新原则、整体策划原则，并能够运用这些原则进行策划训练；
- (2) 通过案例分析和学习，掌握策划六种基本原理，并能够运用这些原理

完成相应的商务策划工作任务；

(3) 通过图形训练、头脑风暴、辩论等方式，进行集中的商务活动策划创意思维训练，掌握创新思维的几个典型地方法和创意规律，提高策划的创新能力；

(4) 通过消费心理学的学习与强化，掌握消费者的购买心理，能够将这些原理运用于市场营销、广告营销等活动的策划中；

(5) 通过学习典型文案，能结合商务活动的策划要求、内容，完成商务活动策划方案的撰写。

3. 素质目标

(1) 树立商业竞争意识，形成市场经济中注重商务策划的意识；

(2) 培养创新思维，形成以创新为商务策划之本的观念；

(3) 形成正确的消费者观念，形成整体的、系统的商务策划理；

(4) 培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心；

(5) 培养学生自主学习能力和知识应用能力；

(6) 培养学生理论联系实际的工作作风、严肃认真的科学态度以及独立工作的能力。

三、学时

36 学时

四、课程学分

2 学分

五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	走进文案写作	理解广告的特征、结构及广告策划与文案写作研究的内容与方法。	观看央视知名广告后，写出文案。	1
2	广告心理	1. 了解广告心理环境的影响因； 2. 掌握广告的结构。	理学小测试：正确认识广告与感觉、知觉联想。	3

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
3	广告调研	1. 了解广告调研过程，明确建立适合广告策划信息系统的方法； 2. 把握收集与分析营销资料的基本方法。	为网店制作广告之前做好调研。	3
4	广告文案策划	1. 掌握广告策划与文案写作定位方法和策略； 2. 明确文化市场细分的标准和方法。	1. 文具、日用品等专营广告文案策划； 2. 手机等数码产品广告文案策划。	3
5	文案创意	1. 识别主要竞争者的重要性； 2. 了解广告策划与文案写作竞争战略、市场发展战略。	1. 旗舰店广告策划创意赏析； 2. 广告策划创意展示。	3
6	广告媒体	1. 了解娱乐广告策划的行为特点； 2. 掌握广告文案的决策过程。	1. 调查教师和身边同学、朋友如何选择媒体、娱乐和信息； 2. 针对不同的媒体创	3
7	广告文案的创作	1. 理解广告文案的创作的基本内涵； 2. 掌握各种创作方式的运用策略和方法。	1. 针对文具等产品进行广告文案的写作准备、构思； 2. 创作不同媒体广告	3
8	广告设计和制作	1. 明确广告设计和制作的核心使命； 2. 掌握广告设计的基本模式。	学生练习平面广告的编排设计：报刊广告设计、杂志广告设计户外广告设计	3
9	广告预算	掌握广告预算的基本方法，提高广告文案写作能力。	为某一网店或校企合作公司进行广告文案。	4
10	广告文案效果测评	能够对广告效果进行测评。	网店中量子恒道等工具对文案的效果进行	3

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
11	广告文案监管与行业自律	把握广告监管与行业自律政策。	监管政策分析。	2
12	文案制作实训	文案创作实训。	当代优秀网络、电视等广告分析与创作实训。	5

六、教学建议

1. 教学方法

在教学上采取“案例教学”与“项目训练”相结合的方法，以学训一体、职场体验为主要形式，充分利用配备电子商务教学软件的校内实训室和互联网，通过仿真训练、实训操作等方式，提高学生的实际操作能力。以技能训练任务为载体，采用任务驱动、项目导向的教学模式，融教、学、做为一体。课堂组织形式上采取分组教学方式，学生以团队的方式进行网上实践、案例讨论和问题探究。教学中根据实际需要可以采用电子课件、大屏幕多媒体联机演示、网络教学等各种先进的教学手段，充分利用现代化教学理念，提高教学效果。

2. 评价方法

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合考核相结合的模式。通过项目进度和任务完成度监控学生的学习进度，全程评价学生的学习态度；根据实操完成质量、任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、个人能力与团队意识、自主学习与创新思维等多维化考核评价体系。评价主体从过去以教师为主体，由教师给出评价结果的方式改变为让学生、市场、企业等加入到评价体系中，成为评价主体，同时将行业标准引入评价，按内容不同采用分层次的评价标准。

3. 教学条件

装有电子商务模拟教学软件的电子商务实训室；依照实训室设备配备标准，配备与企业电子商务实际业务相同的设备和软件；具备现场教学、实训功能，满足教、学、做一体化要求的功能室。在教学过程中可以根据需要开通网络。

4. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，充分体现任务驱动的课程设计思想，以工作任务为主线，选择有代表性的案例编写教材，做到由易到难，前后衔接，循环渐进。

电子商务数据分析 课程标准

一、课程性质与任务

电子商务数据分析基础是电子商务专业一门专业拓展课程。旨在培养学生数据思维，帮助学生了解基础数据采集的流程，掌握数据分类与处理的方法，学会进行数据描述性分析、基础数据监控与报表制作，从而初步具备数据处理及分析能力。

二、课程教学目标

1. 知识目标

- (1) 熟悉电子商务数据的含义及分类；
- (2) 熟悉电子商务数据分析的含义、作用和应用；
- (3) 了解电子商务数据分析的各类指标并掌握相关指标的计算方法；
- (4) 掌握电子商务数据分析的基本步骤；
- (5) 了解电子商务数据采集的概念；
- (6) 熟悉电子商务数据采集的原则；
- (7) 熟悉电子商务数据采集的方法和步骤；
- (8) 了解数据分类与处理的作用和原则；
- (9) 理解电子商务数据计算中的常用公式；
- (10) 掌握利用 Excel 进行数据描述性统计分析的方法；
- (11) 掌握利用这两种方法对电子商务日常运营数据进行趋势分析的技能；
- (12) 掌握比较分析的方法，包括同比分析法、环比分析法；
- (13) 了解描述性统计量的类型、指标含义；
- (14) 熟悉图表趋势预测法和时间序列预测法；
- (15) 熟悉比较分析的概念和常用的使用场景。

2. 能力目标

- (1) 熟练掌握电子商务数据采集工具的使用；
- (2) 能够独立完成电子商务市场、运营、产品数据采集；
- (3) 了解电子商务数据分析的各类指标并掌握相关指标的计算方法；

- (4) 掌握电子商务数据分析的基本步骤;
- (5) 能够使用 Excel 分类汇总、数据透视表等方法对数据进行分类统计;
- (6) 能够根据数据处理目标对数据进行清洗、转化及排序等操作;
- (7) 能够使用公式对电子商务运营数据进行计算;
- (8) 数据清洗转化、数据计算;
- (9) 掌握利用 Excel 进行数据描述性统计分析的方法;
- (10) 掌握利用这两种方法对电子商务日常运营数据进行趋势分析的技能;
- (11) 掌握比较分析的方法, 包括同比分析法、环比分析法。

3. 素质目标

- (1) 在电子商务数据分析过程中坚持社会主义核心价值观;
- (2) 具备法律意识, 遵守个人隐私和数据保密等法律法规, 在数据采集、处理、分析过程不侵权不违法。

三、学时

36 学时

四、课程学分

2 学分

五、课程内容与要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	电子商务数据分析概述	1. 熟悉电子商务数据的含义及分类; 2. 熟悉电子商务数据分析的含义、作用和应用; 3. 了解数据分析报告的基本结构。	1. 典型案例; 2. 任务引导。	4
2	基础数据采集	1. 了解电子商务数据采集的概念; 2. 熟悉电子商务数据采集的原则;	1. 典型案例; 2. 任务驱动。	4

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
		3. 熟悉电子商务数据采集的方法和步骤。		
3	数据分类与处理	<p>1. 能够使用 Excel 分类汇总、数据透视表等方法对数据进行分类统计;</p> <p>2. 能够根据数据处理目标对数据进行清洗、转化及排序等操作;</p> <p>3. 能够使用公式对电子商务运营数据进行计算。</p>	<p>1. 典型案例;</p> <p>2. 任务驱动。</p>	10
4	数据描述性分析	<p>1. 了解描述性统计量的类型、指标含义;</p> <p>2. 熟悉图表趋势预测法和时间序列预测法;</p> <p>3. 熟悉比较分析的概念和常用的使用场景。</p>	<p>1. 典型案例;</p> <p>2. 任务驱动。</p>	8
5	基础数据监控与报表制作	<p>1. 熟悉电子商务日常运营重点监控的数据指标;</p> <p>2. 了解数报表的制作流程;</p> <p>3. 熟悉数据图表的类型及不同类型图表的适用场景。</p>	<p>1. 典型案例;</p> <p>2. 任务驱动。</p>	4
6	考核			4
7	机动			2

六、教学建议

（一）教学方法

本课程教学模式主要采用“项目教学”的模式，引入电子商务数据分析任务，培养学生数据采集、数据处理、数据分析技能，采用的主要教学方法有：

1. 任务驱动法：明确任务内容、要求，设计应该涵盖的知识点，以此为基础展开教学，注重培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力以及创新思维与技术综合应用能力。

2. 案例分析法：通过精选典型案例，有机地将相关知识点融合到课程中，让学生对电子商务数据分析产生浓厚的兴趣，提高其学习的积极性与主动性。

3. 激励教学法：采用小组竞赛方法，并将竞赛结果记入平时考核成绩，鼓励团队合作，培养创造性解决问题的能力。

（二）评价方法

1. 以“科学性、全方位、人性化”为考核原则，建立由教师、学生、企业专家组成的“三位一体”的立体化评价考核机制。

2. 突出过程性评价，将平时评价与总结性评价相结合。结合日常考勤、课堂提问、作业质量、案例分析、技能实训、任务完成、实地调查、考试等情况综合评价学生成绩。

3. 以综合职业技能考核为主线，注重对学生动手能力的培养，以及在实践中分析问题、解决问题的能力水平的考核，同时关注学生的素质培养，设计对学生合作意识、责任心、职业道德、创新思维等方面的评价指标。