



山东城市服务职业学院  
SHANDONG CITY SERVICE INSTITUTE

# 2024 级电子商务专业 人才培养方案

山东城市服务职业学院

2024 年 5



## 编制说明

电子商务专业人才培养方案是依据《国家职业教育改革实施方案》（国发〔2019〕4号）、《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》（中办发〔2022〕65号）、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）、《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》（教职成〔2015〕6号）、《山东省教育厅关于加快推进高等职业院校学分制改革的通知》（鲁教职函〔2017〕2号）、山东省教育厅《关于办好新时代职业教育的十条意见》等有关文件精神，结合中国特色高水平学校和专业建设要求，参照《山东城市服务职业学院2024级高职专业人才培养方案编制指导意见》要求制定。

### 一、人才培养方案组成

本方案共分两部分：第一部分为人才培养方案；第二部分为附件，包括课程标准。

### 二、人才培养方案主要编制人员（姓名、单位、职务/职称）

专业负责人：

王 裕 山东城市服务职业学院现代商务系电子商务专业负责人/讲师

参编人员：

车延红 山东城市服务职业学院现代商务系主任/教授

李岩涛 山东城市服务职业学院现代商务系副主任/讲师

吕成斋 山东城市服务职业学院现代商务系教师/教授

李福焯 山东城市服务职业学院现代商务系教师/教授

邹雪洁 山东城市服务职业学院现代商务系教师/副教授

方阿荣 山东城市服务职业学院现代商务系教师/副教授

马 丽 山东城市服务职业学院现代商务系教师/讲师

王咏鑫 山东城市服务职业学院现代商务系教师/助教

吕佳珉 山东城市服务职业学院现代商务系教师/助教

孙 政 山东城市服务职业学院现代商务系教师/助教

徐梦圆 山东城市服务职业学院现代商务系教师/助教

李 萌 烟台市电子商务协会/会长

邢泽文 烟台市新媒体协会/副会长



山东城市服务职业学院  
SHANDONG CITY SERVICE INSTITUTE

周 宇 山东省创新研究院总经理

白天明 山东福瑞达生物股份副总经理

侯 敏 银座集团烟台（莱山店）总经理



## 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
(一) 职业面向 .....	错误! 未定义书签。
(二) 职业技能标准与职业能力分析 .....	错误! 未定义书签。
五、培养目标与培养规格 .....	1
(一) 培养目标 .....	1
(二) 培养规格 .....	2
六、课程设置及要求 .....	2
(一) 课程体系架构 .....	4
(二) 公共基础课程 .....	4
(三) 专业(技能)课程 .....	6
(四) 专业核心课程描述 .....	11
(五) 素质拓展课程 .....	17
七、学时安排 .....	18
八、教学进程总体安排 .....	19
(一) 课程设置及教学计划表 .....	20
(二) 实践教学计划表 .....	24
(三) 岗位实习活动安排表 .....	28
九、实施保障 .....	29
(一) 师资队伍 .....	29
(二) 教学设施 .....	30
(三) 教学资源 .....	32
(四) 教学方法 .....	33
(五) 学习评价 .....	34
(六) 质量管理 .....	35
十、毕业要求 .....	35
附件 .....	37



1. 《电子商务基础》课程标准 .....	37
2. 《短视频设计与制作》课程标准 .....	42
3. 《PHOTOSHOP 图像处理》课程标准 .....	47
4. 《国际商务文化与礼仪》课程标准 .....	52
5. 《网络营销》课程标准 .....	56
6. 《电子商务法律法规》课程标准 .....	61
7. 《文案策划与写作》课程标准 .....	66
8. 《电子商务客户服务与管理》课程标准 .....	71
9. 《直播运营》课程标准 .....	76
10. 《新媒体运营》课程标准 .....	82
11. 《网店运营与推广》课程标准 .....	88
12. 《零售门店 O2O 运营》课程标准 .....	95
13. 《商务谈判与推销技巧》课程标准 .....	101
14. 《农村电商运营实战》课程标准 .....	107
15. 《商务数据分析实战》课程标准 .....	112
16. 《电子商务创业实战》课程标准 .....	119
17. 《岗位实习》课程标准 .....	125
18. 《毕业设计（论文）》课程标准 .....	129
19. 《短视频运营实训》课程标准 .....	133
20. 《直播运营实训》课程标准 .....	138
21. 《网店运营与推广实训》课程标准 .....	142
22. 《会计学原理》课程标准 .....	147
23. 《经济学原理》课程标准 .....	155
24. 《电子商务物流》课程标准 .....	164
25. 《市场营销》课程标准 .....	170
26. 《跨境电商实战》课程标准 .....	175
27. 《社交电商实战》课程标准 .....	181



## 一、专业名称及代码

电子商务 530701

## 二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

## 三、修业年限

三年制，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

## 四、职业面向

表 4-1 电子商务专业职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书或技能等级证书举例
财经商贸大类 (53)	电子商务类 (5307)	互联网和相关服务 (64)、 批发业 (51)、 零售业 (52)	采购员 (4-01-01-00)、 营销员 (4-01-02-01)、 电子商务师 (4-01-02-02)、 互联网营销师 (4-01-02-07)、 市场营销专业人员 (2-06-07-02)、 商务策划专业人员 (2-06-07-03)、 品牌专业人员 (2-06-07-04)、 客户服务管理 (4-07-02-03)	运营主管、 全渠道营销主管、 O2O 销售主管、 智能客服主管、 视觉营销设计师、 互联网产品开发 主管	电子商务师； 互联网营销师； 网店运营推广； 社交电商运营； 网络直播运营； 电子商务数据分析

## 五、培养目标与培养规格

### (一) 培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，具备精益求精的工匠精神，具备良好的数据学习和整合能力、沟通和协作能力，面向互联网和相关服务、批发业、



零售业的电子商务行业的业务人员，能够从事能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、新媒体运营、营销推广、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发等工作，且具备可持续发展能力的高素质技术技能人才。

## （二）培养规格

电子商务专业人才培养注重学思结合、知行合一，将思政元素和典型案例贯穿到了课程体系中，通过开展课程思政，培养学生能够践行社会主义核心价值观，具备工匠精神、社会责任、爱岗敬业、劳动感恩、诚实守信、创新创造等方面的素质和素养。本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

### 1. 素质方面

（1）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；

（2）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；

（3）具有电子商务服务意识、质量意识、环保意识、网络安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力；

（4）勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

（6）具有较好的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好；

（7）具有规范使用语言文字的意识和能力，普通话水平达到二级乙等及以上。

### 2. 知识方面

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）熟悉国防安全教育常识、心理健康知识、创新创业知识；

（3）熟悉电子商务专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等知识；

（4）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、商业文化、商务礼仪以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；

（5）掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法；



- (6) 理解客户关系管理、商务网站内容管理、电子商务物流管理等专业知识；
- (7) 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写及客户服务与管理的相关知识；
- (8) 掌握主流电子商务平台的运营流程、运营规则和推广方式；
- (9) 掌握网络营销、新媒体推广、网络客户服务、网络信息编辑等专业基础知识；
- (10) 了解市场营销、网络营销、财务管理等相关学科的基础知识；
- (11) 掌握电子商务网站运营管理流程、网上交易流程、营销推广流程等网店运营规范与流程；
- (12) 掌握互联网资料查询、调研及撰写调研报告的方法；
- (13) 掌握直播、短视频等新媒体运营工具，能够针对新媒体平台策划实施新媒体营销。

### 3.能力方面

- (1) 具有分析问题和解决问题的能力，具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力；
- (2) 具有良好的语言、文字表达能力沟通能力和团队合作精神，具有批判性思维及创新和创业的能力；
- (3) 能够正确分析和解决日常工作中遇到的困难和问题；
- (4) 具有搭建数据运营指标体系，开展行业运营、网店运营、社群运营的运营规划、渠道引流、活动策划、供应链整合的能力；
- (5) 具有整合营销和销售方案制订与实施、营销活动的数据分析与评估，细化销售目标、构建销售漏斗的能力；
- (6) 具有客服日常管理、客户投诉管理、客户风控管理及服务质量监控的能力；
- (7) 具有结合企业的市场定位和产品营销推广目标，完成企业线上线下视觉设计与展示的能力；
- (8) 具有互联网产品战略规划和开发方案的制订能力，具备根据市场和客户数据分析结果进行电商产品设计与开发的能力；
- (9) 具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，遵守与电子商务国相关的法律法规；
- (10) 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术的能力。



## 六、课程设置及要求

### （一）课程体系架构

课程分为公共基础课程、专业（技能）课程和素质拓展课程三类。公共基础课程包括公共必修课程（必修）、公共限选课程（限选）和公共任选课程（任选）三部分。专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程和专业方向（选修）课程。素质拓展课程包括综合素质拓展课程和第二课堂活动课程。

表 6-1 课程体系构成及学分分配表

课程类别		学分	学时	占比	必修	限选	任选
公共基础课程		45	768	28.3%	35	4	6
专业（技能）课程	专业基础课	19	304	11.5%	19	—	—
	专业核心课	54	1172	44.3%	54	—	—
	专业实践课	6	132	5.0%	6	—	—
	专业方向课	10	160	6.0%	—	10	—
素质拓展课		7	130	4.9%	—	—	7
合计		141	2666	100%	114	14	13

### （二）公共基础课程

公共基础课程 45 学分，具体包括公共必修课程（必修）、公共限选课程（限选）和公共任选课程（任选）。

#### 1. 公共必修课

公共必修课为上级教育行政主管部门要求开设的课程，是所有专业必须开设的公共基础课程。具体情况详见表 6-2。



表 6-2 公共必修课程一览表

序号	课程名称	学时	学分	统筹学院	开设学期	备注
1	思想道德与法治	48	3	马克思主义学院	第一学期	
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	32	2	马克思主义学院	第二学期	
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	48	3	马克思主义学院	第二学期	
4	形势与政策	40	1	马克思主义学院	第一至第五学期	采用“线上+线下”的模式
5	中国共产党党史	16	1	马克思主义学院	第一学期	
6	心理健康教育	32	2	马克思主义学院	第二学期	
7	军事理论	36	2	学工与保卫处 (团委)	第一学期	
8	安全教育	16	1	马克思主义学院	第一学期	
9	劳动教育	16	1	马克思主义学院	第一学期	
10	大学英语	128	8	马克思主义学院	第一至第二学期	
11	信息技术	48	3	教务处	第二学期	
12	体育与健康	108	6	马克思主义学院	第一至第三学期	第一学期开设通用体育课程,第二至第三学期开设分模块体育项目。
13	职业发展与就业指导	40	2	教务处 职业训练院	在校学期分模块开设	
以上为公共必修课, 总课时 608, 学分 35。						



## 2. 公共限选课

公共限选课根据专业人才培养工作的需要，从学院提供的 10 门课程清单中选取专业需要修读的《高等数学》课程修读，学分 4 学分。

表 6-3 公共限选课程一览表

序号	课程名称	学时	学分	统筹学院	拟开设学期	建议专业
1	高等数学	64	4	马克思主义学院	第一、二学期	装备制造大类、财经商贸大类相关专业

## 3. 公共任选课

公共任选课为公共选修课程，包括公共艺术类、传统文化类、创新创业类、人文素养类、自然科学类、信息技术类等课程，学生在第二至第五学期从学院提供的公共任选课清单中进行选修，选修 6 个学分，具体由教务处统筹。

### （三）专业（技能）课程

专业（技能）课程 89 学分，占总学分的 63.6%，包括专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程和专业方向（选修）课程。

#### 1. 专业基础课程

专业基础课程设置 8 门，包括《电子商务基础》、《短视频设计与制作》、《Photoshop 图像处理》、《国际商务文化与礼仪》、《网络营销》、《电子商务法律法规》、《文案策划与写作》和《电子商务客户服务与管理》。

#### 2. 专业核心课程

专业核心课程设置 10 门，包括《直播运营》、《新媒体运营》、《网店运营与推广》、《零售门店 O2O 运营》、《商务谈判与推销技巧》、《农村电商运营实战》、《商务数据分析实战》、《电子商务创业实战》、《岗位实习》和《毕业设计（论文）》。

#### 3. 专业实践课程

专业实践课程是为培养学生的基本实践能力与操作技能、专业技术应用能力与专业技能、综合实践能力与综合技能所开设的课程。根据专业岗位对电子商务人才的复合性要求设置 3 门。包括《短视频运营实训》、《直播运营实训》和《网店运营与推广实训》。

#### 4. 专业方向（选修）课程



专业方向（选修）课程设置 2 门/模块，主要有《会计学原理》、《经济学原理》、《电子商务物流》、《市场营销》、《跨境电商运营实务》和《社交电商运营》，学生在第三、四、五学期分别选则其中 1 门/模块进行修读，应至少完成 10 学分。

表 6-4 专业（技能）课程教学计划安排表

课程性质	课程名称	学分	学时	开设学期	课程主要内容
专业基础课程	电子商务基础	3	48	第一学期	1. 认识电子商务 2. 电子商务技术基础 3. 电子商务安全支付 4. 电子商务应用
	短视频设计与制作	3	48	第一学期	1. 短视频拍摄 2. 视频剪辑 3. 角色人设
	Photoshop 图像处理	2	32	第一学期	1. 通晓 PS 工具与软件使用 2. 拍摄、绘制与编辑商品图片 3. 实施图片通道与模板处理
	国际商务文化与礼仪	2	32	第二学期	1. 国际商务礼仪 2. 各国文化差异
	网络营销	2	32	第二学期	1. 认知网络营销 2. 网络营销战略 3. 搜索引擎营销 4. 社会化媒体营销 5. 网络视频营销 6. 网络广告营销 7. 软文营销、事件营销、病毒营销 8. 网络营销策划
	电子商务法律法规	2	32	第三学期	1. 通晓电子商务相关法律法规 2. 通晓抖音平台规则 3. 通晓淘宝天猫平台规则 4. 通晓跨境平台规则
	文案策划与写作	2	32	第三学期	1. 软文写作的要求 2. 文案写作的技巧 3. 运用软文推广、运营与整合营销



	电子商务客户服务与管理	3	48	第三学期	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 电商客服接待准备</li> <li>2. 售前咨询</li> <li>3. 售中沟通</li> <li>4. 售后服务</li> <li>5. 投诉处理</li> <li>6. 客户关系维护</li> </ol>
专业核心课程	直播运营	4	64	第三学期	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 直播前期的平台选择、团队构建、主播打造、策划与筹备、商品规划等方面准备工作</li> <li>2. 直播营销的引流预告、话术设计、直播间的氛围管理方法、直播间的商品介绍、直播间的促销设计、直播间的用户管理</li> <li>3. 直播结束后的复盘方法</li> </ol>
	新媒体运营	4	64	第三学期	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 认识新媒体运营</li> <li>2. 资讯类平台内容策划与运营</li> <li>3. 社交类平台内容策划与运营</li> <li>4. 内容电商平台策划与运营</li> </ol>
	网店运营与推广	4	64	第四学期	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 网店开设</li> <li>2. 网店装修</li> <li>3. 网店基础操作</li> <li>4. 网店客户服务</li> <li>5. SEO 优化</li> <li>6. SEM 推广</li> <li>7. 信息流推广</li> </ol>
	零售门店 O2O 运营	4	64	第四学期	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新零售初识</li> <li>2. 理念革新</li> <li>3. 零售 O2O</li> <li>4. 渠道构建</li> <li>5. 商品管理与创新</li> <li>6. 深度营销</li> <li>7. 数据化运营</li> <li>8. 体验建设</li> <li>9. 重构会员体系</li> </ol>



	商务谈判与推销技巧	4	64	第四学期	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商务谈判与推销技巧的基本概念、原理和方法</li> <li>2. 商务谈判与推销技巧岗位技能</li> <li>3. 实践训练销售洽谈能力</li> </ol>
	农村电商运营实战	4	64	第五学期	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 认知农村电商直播行业发展</li> <li>2. 农村电商直播选品</li> <li>3. 组建农村电商直播团队</li> <li>4. 设计与布置农村电商直播间</li> <li>5. 策划实施直播方案</li> <li>6. 农村电商直播运营与推广</li> <li>7. 农村电商直播复盘</li> </ol>
	商务数据分析实战	4	64	第五学期	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通晓数据分析及采集方法</li> <li>2. 挖掘与预测市场数据</li> <li>3. 获取与解析运营数据</li> <li>4. 透视与创新产品数据</li> <li>5. 监控数据与撰写报告</li> </ol>
	电子商务创业实战	4	64	第五学期	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 电子商务与企业经营的整体状态</li> <li>2. 电子商务创业实施</li> </ol>
	岗位实习	20	600	第五、六学期	岗位实习
	毕业设计（论文）	2	60	第六学期	毕业设计
专业实践课程	短视频运营实训	2	44	第二学期	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 短视频拍摄</li> <li>2. 视频剪辑</li> <li>3. 角色人设</li> <li>4. 实操制作</li> <li>5. 数据复盘</li> </ol>
	直播运营实训	2	44	第三学期	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 直播间搭建与运维</li> <li>2. 直播电商执行、宣传推广与数据整理</li> </ol>
	网店运营与推广实训	2	44	第四学期	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 开设网店前软硬件方面的准备</li> <li>2. 装修网店</li> <li>3. 采购商品</li> <li>4. 网店推广</li> </ol>



					<ul style="list-style-type: none"> <li>5. 处理订单</li> <li>6. 配送商品</li> <li>7. 结算资金</li> <li>8. 分析财务指标</li> </ul>
专业方向（选修）课程模块 1	会计学原理	2	32	第三学期	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 企业财务会计认知</li> <li>2. 收入费用和利润</li> <li>3. 金融资产</li> <li>4. 无形资产和其他资产</li> <li>5. 负债</li> <li>6. 所有者权益</li> </ul>
	经济学原理	2	32	第三学期	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 经济学十大原理</li> <li>2. 供给与需求的市场力量</li> <li>3. 弹性及其应用</li> <li>4. 供给需求与政府政策</li> <li>5. 消费者、生产者与市场效率</li> </ul>
专业方向（选修）课程模块 2	电子商务物流	4	64	第四学期	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 电子商务物流模式</li> <li>2. 跨境电子商务物流</li> <li>3. 面向新零售的即时物流</li> <li>4. 电商物流中的共享经济</li> <li>5. 电子商务物流信息技术</li> </ul>
	市场营销	4	64	第四学期	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 认识市场营销</li> <li>2. 监测市场环境</li> <li>3. 跟踪消费行为</li> <li>4. 研判市场信息</li> <li>5. 选择目标市场</li> <li>6. 产品、定价、渠道、促销策略</li> </ul>
专业方向（选修）课程模块 3	跨境电商实战	4	64	第五学期	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 跨境电子商务网络购物、网上交易的一般流程</li> <li>2. 常见跨境电子商务平台模式</li> <li>3. 电子商务常见工具软件的基本功能</li> <li>4. 跨境网络营销、网上支付、国结物流等基本知识</li> </ul>
	社交电商实战	4	64	第五学期	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 社交电商的基本概念</li> <li>2. 产品运营、用户运营、活</li> </ul>



					<p>动运营、内容运营、社群运营、数据运营</p> <p>3. 运营平台的实际操作流程</p>
--	--	--	--	--	---

#### (四) 专业核心课程描述

表 6-5-1 《直播运营》课程描述

<b>课程名称</b>	直播运营	<b>学分</b>	4	<b>学时</b>	64
<b>课程目标</b>	<p>课程坚持立德树人根本任务，以弘扬当代青年与直播一起成为未来中国一股向上的力量为主线，培养服务本集团、本地区建设，具有较强直播策划和运营推广能力，德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。</p>				
<b>学习内容</b>	<p>1. 认识直播和直播营销 2. 直播营销的平台选择 3. 直播账号定位设计 4. 直播营销团队构建 5. 直播营销的主播打造 6. 直播营销的策划与筹备 7. 直播营销的商品规划 8. 直播前的引流预告 9. 直播间的营销管理 10. 直播复盘 11 直播营销的经典案例分析</p>				
<b>能力培养</b>	<p>1. 具有直播间脚本写作基础能力； 2. 具有新媒体内容运营能力； 3. 具有新媒体活动策划推广能力； 4. 具有主流新媒体工具推广及运营能力。</p>				
<b>与岗位能力和职业资格证书的衔接</b>	直播销售员				

表 6-5-2 《新媒体运营》课程描述

<b>课程名称</b>	新媒体运营	<b>学分</b>	4	<b>学时数</b>	64
<b>课程目标</b>	<p>本课程主要学习新媒体运营的基本知识、文案策划、自媒体运营、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自媒体运营、用户运营、运营人的通用方法等。通过学习本课程使学生具备创建并运营管理各自媒体平台的能力，成为一名合格的自媒体人，为学生的就业成才多提供一条途径。</p>				
<b>学习内容</b>	<p>1. 新媒体概述 2. 新媒体营销与运营 3. 微博营销 4. 微信营销 5. 短视频营销 6. 自媒体营销 7. 社群营销</p>				



能力培养	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握微信运营的操作流程；</li> <li>2. 掌握文案写作的技巧；</li> <li>3. 掌握主流自媒体平台的平台规则以及特点；</li> <li>4. 熟练掌握短视频自媒体和音频自媒体的内容生产和传播规则；</li> <li>5. 掌握活动运营和推广的操作方法；</li> <li>6. 掌握用户运营的操作流程。</li> </ol>
与岗位能力和职业资格证书的衔接	新媒体运营师初级和中级证书

表 6-5-3 《网店运营与推广》课程描述

课程名称	网店运营与推广	学分	4	学时数	64
课程目标	<p>通过本课程的教学，使学生掌握网店运营基础理论知识，熟悉网店运营的规则和对区域经济发展的作用，掌握网店运营基本工作过程，具备对淘宝平台运营的操作能力，能够掌握网店运营中客户服务、客户管理的措施，掌握网店运营数据的分析及应用。培养学生具备逻辑思维能力、营销能力、规划能力、产品策划能力、监控能力、市场推广、数据分析能力等基本岗位能力和职业素质。</p>				
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 淘宝店铺开通</li> <li>2. 商品发布</li> <li>3. 网店管理</li> <li>4. 网店图片的拍摄与处理</li> <li>5. 网店装修</li> <li>6. 网店搜索引擎优化</li> <li>7. 网店推广和营销</li> <li>8. 网店内容运营</li> <li>9. 网店客服与客户关系管理</li> <li>10. 网店运营数据分析</li> </ol>				
能力培养	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握网店开通、商品选择及发布的方法，培养产品选择等能力。</li> <li>2. 掌握图片处理的基本操作，培养电商美工设计能力。</li> <li>3. 掌握网店装修的方法，培养优化店铺的能力。</li> <li>4. 掌握网店推广的方法，培养电商运营的能力。</li> <li>5. 掌握网店数据分析的方法，培养诊断店铺能力及数据分析能力。</li> </ol>				
与岗位能力和职业资格证书的衔接	电子商务师、电子商务运营” 1+X 职业技能证书				

表 6-5-4 《零售门店 O2O 运营》课程描述

课程名称	零售门店 O2O 运营	学分	4	学时数	64
课程目标	<p>通过本课程的学习，使学生掌握零售店铺 O2O 运营的基本理论，学会运用相关理念和工具开展 O2O 运营。同时培养学生自主学习能力、自</p>				



	我管理能力、沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。
<b>学习内容</b>	1. 新零售初识 2. 理念革新 3. 零售 O2O 4. 渠道构建 5. 商品管理与创新 6. 深度营销 7. 数据化运营 8. 体验建设 9. 重构会员体系
<b>能力培养</b>	1. 能够以数据化衡量客户价值，实现精准营销； 2. 具有独立完成用大数据绘制消费者虚拟代表的能力； 3. 具有重构经营模式，实现传统零售向新零售的战略转型的能力； 4. 能以数据为驱动，构建数字化供应链网络； 5. 能商品创新，持续赋予商品全新的吸引力。
<b>与岗位能力和职业资格证书的衔接</b>	全媒体运营师

表 6-5-5 《商务谈判与推销技巧》课程描述

<b>课程名称</b>	商务谈判与推销技巧	<b>学分</b>	4	<b>学时数</b>	64
<b>课程目标</b>	通过对本课程的实践教学，要求学生能够掌握商务谈判与推销技巧的基本概念、原理和方法，并指导学生将所学知识和方法应用于企业的推销谈判实践活动中，使学生掌握企业营销岗位所需要的专业技能，并通过各种教学活动的设计操作，提高学生日后走向工作岗位所需的综合性职业素质。				
<b>学习内容</b>	1. 谈判与商务谈判的内涵 2. 商务谈判的步骤与原则处理实际商务谈判问题 3. 建立良好的开局气氛、确定谈判议程、开场陈述的技巧、报价的含义和原则、还价的原则 4. 掌握让步的原则、迫使对方让步的策略、防止对方进攻的策略、掌握突破僵局的策略 5. 推销的含义、特点和原则 6. 推销的各种模式 7. 寻找和接近顾客的各种方法、推销洽谈的原则和方法 8. 顾客异议的概念及其类型、明确顾客异议处理的方法和促成交易的方法				
<b>能力培养</b>	1. 具有制定商务谈判方案的能力 2. 具有商务谈判开局的能力 3. 具有商务谈判磋商的能力				



	<ul style="list-style-type: none"> <li>4. 具有商务谈判成交的能力</li> <li>5. 具备寻找客户的能力</li> <li>6. 具备接近客户的能力</li> <li>7. 具备推销洽谈的能力</li> <li>8. 具备处理客户异议的能力</li> </ul>
<b>与岗位能力和职业资格证书的衔接</b>	国际商务谈判师证书

表 6-5-6 《农村电商运营实战》课程描述

课程名称	农村电商运营实战	学分	4	学时数	64
<b>课程目标</b>	<p>通过本课程的学习，使学生掌握农村电商的发展现状和市场分析、熟知农产品网络营销的概述、策略和品牌塑造、包装材料的选择和技术应用、农产品冷链物流与保鲜技术以及跨境电商的运营模式等，结合职业能力形成的规律，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观、培养懂农业、爱农村、爱农民的“三农”人才，致力于满足适应农村电商复合型、应用型专门人才的需求。</p>				
<b>学习内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 农村电子商务概述</li> <li>2. 农产品电子商务模式及平台</li> <li>3. 电商农产品选择</li> <li>4. 农产品质量安全及标准</li> <li>5. 农产品网络营销</li> <li>6. 农产品电子商务包装</li> <li>7. 农产品电子商务的物流配送技术</li> <li>8. 农产品跨境电子商务</li> </ul>				
<b>能力培养</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 能够运用所学的知识分析农产品电子商务的现状和未来趋势；</li> <li>2. 能运用农产品电子商务交易平台；</li> <li>3. 能运用基本分析方法对农产品进行电子商务市场分析；</li> <li>4. 能进行农产品移动电子商务运营管理；</li> <li>5. 能掌握农产品包装技术的应用；</li> <li>6. 能理解并分析农产品跨境电子商务的现状和存在问题。</li> </ul>				
<b>与岗位能力和职业资格证书的衔接</b>	乡村规划师				

表 6-5-7 《商务数据分析实战》课程描述

课程名称	商务数据分析实战	学分	4	学时数	64
<b>课程目标</b>	<p>通过本课程能够使使学生全面、深入地理解什么是电子商务数据分析，电子商务数据分析电子商务事物的影响，以及企业电子商务数据分析应用现状。通过学习本课程，使学生具备使用电子商务活动中常</p>				



	用数据分析工具的方法，能进行企业电子商务数据分析并作出决策分析报告。
<b>学习内容</b>	1. 电商运营与数据分析      2. 使用数据分析工具 3. 利用市场数据选择商品    4. 竞争对手数据分析 5. 商品定价分析                6. 流量数据分析 7. 运营与销售数据分析      8. 库存数据分析 9. 会员数据分析                10. 利润数据分析 11. 数据商业报告的制作
<b>能力培养</b>	1.能使用电商运营和数据分析的基础知识； 2.能使用各种数据分析工具的知识； 3.能使用市场行情分析、行业数据挖掘等相关知识； 4.能使用竞争对手界定、收集并分析竞争对手数据的相关知识； 5.能使用商品定价策略、商品定价方法等相关知识； 6.能使用网站流量分析、店铺流量分析的相关知识。
<b>与岗位能力和职业资格证书的衔接</b>	1+X 数据分析师初级和中级证书

表 6-5-8 《电子商务创业实战》课程描述

课程名称	电子商务创业实战	学分	4	学时数	64
<b>课程目标</b>	通过本课程的学习，使学生掌握电商创业的基本理论，学会运用相关理念和工具在网上创建并经营一家网上店铺。了解网店的创建及经营管理模式，能够使用各种营销技巧、技术和策略等取得盈利。同时培养学生自主学习能力、沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。				
<b>学习内容</b>	1. 了解电商创业，做好创业准备 2. 做好淘宝开店准备，迈出电商创业 3. 开设并装修店铺，发布高品质商品 4. 良好客户沟通，成功赚取第一桶金 5. 图片与商品交易管理，助力淘宝创收 6. 抢占移动端，最大的流量来源 7. 视觉营销策略，电商创业的核心技术力 8. 流量之争，电商创业的核心竞争力 9. 借助社交媒体，打通电商创业闭环 10. 电商创业融资，拓宽资金来源				



能力培养	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟悉电商平台的运营模式和规则；</li> <li>2. 掌握电商市场分析和产品选品的能力；</li> <li>3. 具备电商营销策略的制定与执行能力；</li> <li>4. 学会运用数据分析工具进行市场洞察；</li> <li>5. 掌握电商团队管理和项目协调的能力。</li> </ol>
与岗位能力和职业资格证书的衔接	1+X 证书网店运营与推广初级和中级证书

表 6-5-9 《岗位实习》课程描述

课程名称	岗位实习	学分	20	学时数	600
课程目标	<p>岗位实习是学习了三年多的电子商务专业后进行的一次全面的实践性练习。通过岗位实习，有助于加深对电子商务基础理论和基本知识的理解，将课堂知识与现实工作进行结合，达到理论与实践相结合的目的，并进一步通过亲身体验社会实践让自己更进一步了解社会，在实践中增长见识，锻炼自己的才干，培养自己的韧性，更重要的是检验一下自己所学的东西能否被社会所用，找出自己的不足之处，以便更好的取长补短，提高个人素养，为即将进入社会做好准备和进行必要的热身及适应。</p>				
学习内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 听取企业实习指导老师介绍；</li> <li>2. 在实习单位实习岗位跟班实习或岗位实习；</li> <li>3. 查阅有关资料；</li> <li>4. 撰写实习报告。</li> </ol>				
能力培养	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过岗位实习，使学生能够从事电子商务系统的应用、管理和维护工作，能够运用电子商务技术进行企业的营销、财务、物流等管理，具有电子商务和电子商务网站的维护和管理能力，能够运用电子商务技术解决实际工作中的问题；</li> <li>2. 通过岗位实习接触认识社会，提高社会交往能力，学习各单位技术人员的优秀品质和敬业精神，培养学生的专业素质，明确自己的社会责任；</li> <li>3. 找到将所学的电子商务知识与企业实际需要的结合点，在可能的情况下鼓励优秀大学生为企业开展电子商务、企业信息化、企业运营管理、网络营销、物流管理、商务策划等献计献策，增强自己的实践经验和实战能力；</li> <li>4. 树立正确的劳动观念与服务观念，培养学生正确的人生观与社会责</li> </ol>				



	任感，引导学生建立正确的择业观。
与岗位能力和职业资格证书的衔接	

表 6-5-10 《毕业设计（论文）》课程描述

课程名称	毕业设计（论文）	学分	2	学时数	60
课程目标	学生通过资料收集、阅读、整理和分析，做到理论有效结合实践，原理上有实践的突破。同时综合培养学生的良好的职业素养，脚踏实地、勤于思考、严谨写作的治学态度，发现问题、分析问题和解决问题的能力，写作能力以及语言表达能力。				
学习内容	1.毕业论文选题 2.毕业论文实施 3.毕业论文答辩				
能力培养	1. 具备在实践中发现问题、解决问题的能力； 2. 熟练进行需求分析、信息检索、方案设计、资源利用等专业方法和技能； 3. 理论与实践相结合的能力； 4. 办公软件操作能力。				
与岗位能力和职业资格证书的衔接					

### （五）素质拓展课程

素质拓展课程要求至少完成 7 学分，130 学时。素质拓展课程包括综合素质拓展课程和第二课堂活动课程。依据人才培养需要，参照学工与保卫处（团委）《“第二课堂成绩单”制度实施办法（试行）》执行。

表 6-6 素质拓展课程一览表

序号	课程名称	参考学时	参考学分	统筹部门	拟开设学期
1	国防教育与军事训练	16+3w	4	学工与保卫处（团委）	第一学期
2	思想成长	16	1	学工与保卫处（团委）	第一学期
3	社会实践、志愿公益	32	2	学工与保卫处（团委）	第一至五学期



4	文体社团活动	16	1	学工与保卫处（团委）	第一至五学期
5	技能特长	16	1	学工与保卫处（团委）	第一至五学期
6	学生工作履历	16	1	学工与保卫处（团委）	第一至五学期
7	创新创业	16	1	学工与保卫处（团委）	第一至五学期
8	特色模块	16	1	学工与保卫处（团委）	第一至五学期
9	电子商务产教融合项目运营	48	3	现代商务系	第一至四学期
10	直播电商社团	48	3	现代商务系	第一至四学期

注：参加讲座、技能展示、1+X 证书考试等相关活动，视参与情况及是否取得合格证书认定学分。

## 七、学时安排

每学年教学时间 40 周，课内学时一般按每周 20-24 学时计算，岗位实习按每周 30 学时计算。每学时不少于 45 分钟。

电子商务专业总学分为 141 学分，总学时数为 2666 学时，其中公共基础课程 45 学分，占总学分的 31.4%；专业（技能）课程 89 学分，占总学分的 63.6%；实践性教学学时占总学时的 59.4%。

学生岗位实习一般为 6 个月，根据实际集中或分阶段安排实习时间。



## 八、教学进程总体安排

实行三学年六学期制。探索实行“2+0.5+0.5”三段式学制人才培养模式。前两年四个学期，以人文素养课程、专业基础课程、专业核心课程为主，同时开展专业认知，专业基本技能训练；第五学期实行工学交替，校企协同培养，以开展专项实训、综合实训、企业项目化实训为主，重在学生综合技能训练提升，为顶岗实习做好衔接；第六学期安排顶岗实习。

每学期教学周数 20 周，三年共 120 周。

表 8-1 2024 级电子商务专业教学进程表

学年	学期	教学周																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
一	1	入学教育		一体化教学																考试	
	2	一体化教学																		考试	
二	1	一体化教学																		考试	
	2	一体化教学																		考试	
三	1	工学交替、校企协同培养+岗位实习																		考试	
	2	岗位实习、毕业设计（论文）																			



## (一) 课程设置及教学计划表

表 8-2 电子商务专业课程设置及教学计划表

课程性质	课程代码	课程名称	学分	学时	学时分配		各学期课程开设分布及学时安排						考核方式
							第一学年		第二学年		第三学年		
					理论	实践	1	2	3	4	5	6	
公共必修课	01000001	思想道德与法治	3	48	40	8	3						★
	01000101	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	24	8		2					★
	01000102	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	40	8		3					★
	01000004	形势与政策（一）	1	40	8	0	0.5						
		形势与政策（二）			8	0		0.5					
		形势与政策（三）			8	0			0.5				
		形势与政策（四）			8	0				0.5			
		形势与政策（五）			8	0					0.5		
	01000007	心理健康教育	2	32	28	4		2					
	01000103	军事理论	2	36	20	16	2						
01000104	安全教育	1	16	12	4	1							
01000105	劳动教育	1	16	12	4	1							



	01000009	大学英语（一）	4	64	60	4	4						★
	01000019	大学英语（二）	4	64	60	4		4					★
	01000106	信息技术	3	48	32	16		3					
	01000098	体育与健康（一）	2	36	4	32	2						★
	01000097	体育与健康（二）	2	36	4	32		2					★
	01000096	体育与健康（三）	2	36	4	32			2				★
	01000107	职业发展与就业指导	2	40	32	8		1	1			0.5	
	01000155	中国共产党党史	1	16	14	2		1					
		小计	35	608	426	182	13.5	18.5	3.5	0.5	0.5	0.5	
公共 限选 课	01000056	高等数学（一）	2	32	32		2						★
	01000057	高等数学（二）	2	32	32			2					★
		小计	4	64	64	0	2	2	0	0	0	0	
公共 选修 课		公共选修课 1											
		公共选修课 2											
		公共选修课 3											
		自入校第二学期开设，每人在校需完成 6 个学分。											
专业 基础	05004001	电子商务基础	3	48	32	16	3						★
	05004028	短视频设计与制作	3	48	16	32	3						



课	05004002	Photoshop 图像处理	2	32	16	16	2						
	05004029	国际商务文化与礼仪	2	32	16	16		2					
	05004006	网络营销	2	32	16	16		2					★
	05004005	电子商务法律法规	2	32	16	16			2				★
	05004010	文案策划与写作	2	32	16	16			2				★
	05004009	电子商务客户服务与管理	3	48	16	32			3				★
	小计			19	304	144	160	8	4	7			
专业 核心 课	05004012	直播运营	4	64	32	32			4				★
	05004030	新媒体运营	4	64	32	32			4				★
	05004008	网店运营与推广	4	64	32	32				4			★
	05004014	零售门店 O2O 运营	4	64	32	32				4			★
	05004013	商务谈判与推销技巧	4	64	32	32				4			★
	05004031	农村电商运营实战	4	64	32	32					4w		
	05004032	商务数据分析实战	4	64	32	32					4w		
	05004033	电子商务创业实战	4	64	32	32					4w		
	05004017	岗位实习	20	600	0	600					4w	16w	
	05004018	毕业设计（论文）	2	60	0	60						2w	
	小计			54	1172	256	916			4	8	16w	18w
专业 实践 课	05004034	短视频运营实训	2	44	0	44		2w					
	05004021	直播运营实训	2	44	0	44			2w				
	05004020	网店运营与推广实训	2	44	0	44				2w			



	小计	6	132	0	132		2w	2w	2w			
专业 选修 课	05004035	2	32	32	0			2				
	05004036											
	05004022	电子商务物流	4	64	32	32				4		★
	05004004	市场营销										
	05004037	跨境电商实战	4	64	32	32					4w	
	05004038	社交电商实战										
	小计		10	160	96	64			2	4	4w	
素质 拓展 课	08000011	国防教育与军事训练	4	16+3w	8	8+3w	√					
	08000012	社会实践、志愿公益	2	32		32	√	√	√	√	√	
	08000013	文体社团活动	1	16	0	16	√	√	√	√	√	
	08000056	技能特长	1	16	0	16	√	√	√	√	√	
	08000015	创新创业	1	16	0	16	√	√	√	√	√	
	08000016	特色模块	1	16	0	16	√	√	√	√	√	
	08000017	电子商务产教融合项目运营	3	48	0	48	√	√	√	√		
	08000018	直播电商社团	3	48	0	48	√	√	√	√		
	小计		7	64+3w	8	56+3w	16+3w					
合计及周学时		141	2666	1074	1574	23.5	22.5	22.5	19.5			
总学分/总课时		141/2666										

说明：★表示考试，其余为考查；w 表示集中实践教学周；√表示课程开设学期。



## (二) 实践教学计划表

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。实验实训可在校内实验室、实训室以及校外实训基地等开展完成；社会实践、跟岗实习、顶岗实习可由学校组织在校企合作单位开展完成。认识实习、随岗实习、轮岗实习和顶岗实习等应严格执行《职业学校学生实习管理规定》。

表 8-3 实践教学计划表

序号	实践教学项目	学期	周数/学时	实践目标	实践内容	实践地点
1	电子商务基础实践	第一学期	16/3	通过对电子商务企业的调研,使学生深入了解所学专业特点,树立明确的学习目标,制定出自身的职业规划进行设计。	1. 了解电子商务企业发展现状; 2. 了解电子商务工作岗位的任务要求和岗位职责; 3. 掌握网络和实地相结合的方法对当地知名的电商企业进行实践调研; 4. 利用网络等对电子商务岗位的责任要求和岗位职责进行调研; 5. 掌握网络调查问卷的设计方法,利用网络发布调查问卷,进行信息收集和调研报告的撰写。	电商综合实训室; 相关校企合作企业
2	Photoshop 图像处理	第一学期	16/3	通过商品摄影实践环节,使学生熟练掌握相机使用技巧和使用方法。能够根据环节对产品进行布景搭配,熟练掌握构图技巧和使用软件进行图片美化。掌握网店装修的基本概念,学会使用常用的 PS 等	1.掌握相机的基本使用技巧和相关的配件知识; 2.掌握产品摄影的构图常识、光线的运用和摄影美等美学; 3.熟悉摄影构图技巧,表现摄影主体、使摄影主体更具艺术化; 4.掌握产品摄影的打印和输出方法;掌握摄影使用的常用软件; 5.掌握 Photoshop 能够进行专业图像处理、图片的修复与合	视觉营销一体化实训室; 外景摄影



				<p>软件实现各种功能和表现,解决在网店美工中装修网店时遇到的各种专修效果问题,能够设计装修出常见的各种店铺风格的店铺首页以商品详情页,具备表达恰当、美观大气并能够体现商品的网店装修和美工的能力。</p>	<p>成等; 6.掌握 Dreamweaver 使用方法与技巧,工具箱、快捷键的使用,菜单功能及操作技巧; 7.掌握自定义模板,商城网店版式设计、商户管理,数据软件管理; 8.电商后台管理,店铺装修模版使用与修改,淘宝后台运用,数据分析,关键字优化等; 9.美工实践课海报制作:电商环境下的海报规格、店铺 POP banner 广告图、钻展、直通车图设计、店铺装修技巧。</p>	
3	网络营销实践	第二学期	16/2	<p>掌握网店开设装修、运营推广、客户服务等关键任务的完成,熟悉数据分析流程,能够进行视觉营销、营销策划、网络营销、客户服务、网店运营、商品整合能力和团队合作能力。</p>	<p>1. 网店知识: 包含 PC 店铺、跨境店铺和移动店铺开设流程与规范,商品知识包括商品属性、展示方式、信息采集,美术、网页知识; 2. 网店客服: 客户接待与沟通(包括售前、售中和售后)、有效订单的处理(包括确认订单、下单发货和礼貌告别)、交易纠纷处理等; 3. 运用推广: 关键词优化(SEO), 关键词竞价推广(SEM), 市场营销(4P), 消费心理和消费行为学, 采购管理, 财税知识。</p>	电商综合实训室
4	直播运营实践	第三学期	16/4	<p>掌握淘宝直播、抖音直播、快手直播等通过新媒体渠道来进行推广传播的手段,能从商品卖点提炼、直播/短视频脚本设计、直播间</p>	<p>1. 淘宝直播平台应用 2. 抖音直播平台应用 3. 快手直播平台应用</p>	商务优选直播工作室; 校企合作企业



				搭建、拍摄实施、成片剪辑等方面，掌握主播营销和推广技能。		
5	网店运营与推广实践	第四学期	16/4	<p>掌握网络开店的必备知识和流程；培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，增强学生的创业意识。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 网店前期筹划</li> <li>2. 网店美工设计</li> <li>3. 网店推广</li> <li>4. 网店客服管理</li> <li>5. 网店数据分析</li> <li>6. 网店会员管理</li> </ol>	<p>电商综合实训室； 相关校企合作企业</p>
6	商务数据分析实践	第五学期	16/4	<p>掌握网络信息筛选、信息加工、信息原创等知识体系；具备组织网上调查、进行信息策划与实施以及更新维护网站页面内容的能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 网络信息编辑的相关知识</li> <li>2. 网络信息编辑工作的性质、意义及操作方法</li> <li>3. 不同类型网站内容策划与制作、栏目策划与制作、专题策划与制作</li> <li>4. 网络社区内容的策划与管理</li> </ol>	<p>电商综合实训室</p>
7	岗位实习	第五、六学期	20/30	<p>熟悉电商企业运营管理的各流程，通过顶岗实习，明确自己的就业目标，能够独立从事电子商务系统的应用、管理和维护工作，运用电子商务技术进行企业的营销、物流等管理工作，运用电子商务技术解决实际工作中的问题。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商业信息采集、整理与分析</li> <li>2. 电子商务网页的设计与制作</li> <li>3. 电子商务网站的运行、管理与维护</li> <li>4. 电子支付与安全交易</li> <li>5. 网络营销</li> <li>6. 电子商务咨询</li> <li>7. 电子商务实务操作和商务管理</li> <li>8. 基层电子商务培训</li> </ol>	<p>就业实习企业</p>



### （三）岗位实习活动安排表

表 8-4 岗位实习活动安排表

实习学期：第五、六学期

实习目标	使学生掌握实习岗位的工作技能；使学生达到实习企业的岗位要求；使学生实现从学生到职业人的转变			
实习安排	实习项目	周数 (学时)	实习内容	实习单位
	网店运营	8 (200)	内容策划 网店引流	
	网店美工	6 (200)	网店装修 视频编辑	
	客户服务	6 (200)	网店售前、售中、 售后服务	
教师要求	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 定期跟踪学生实习学习情况</li> <li>2. 定期培训实习学生，引导学生实习工作</li> <li>3. 定期联系企业回访学生实习工作表现，稳定学生状态</li> </ol>			
学生要求	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 按照在校学习情况，配合企业开展工作</li> <li>2. 保障自身安全，包括财产安全、人身安全等</li> </ol>			
实习考核	学校与企业双方共同对学生实习表现进行综合考核			

## 九、实施保障

### （一）师资队伍

专任教师比例 70%，能够适应本专业教学和发展需要。师资队伍知识结构优化、年龄结构合理、教学经验丰富，有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有电子商务、管理科学与工程、工商管理、计算机科学技术等相关专业学士及以上学历；具有扎实的电子商务相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；教科研水平领先。教学团队在专业群建设、人才培养、教育教学、科学研究、服务社会等方面，具备较好的基础和实力，专业教师中具备双师条件的比例为 90%以上。

兼职教师占比 30%，主要从电商企业聘请兼职教师，兼职教师具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的电商专业知识和丰富的实际工作经验，



原则上具有中级及以上相关专业职称，能承担课程与实训教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。

表 9-1 电子商务专业专任/兼职教师

姓名	性别	出生年月	职称	教师性质	承担课程	是否双师素质教师
王裕	女	1985.09	讲师	专任教师	《直播运营》	是
吕成斋	男	1967.07	教授	专任教师	《市场营销》	是
李福焯	女	1970.08	教授	专任教师	《电子商务物流》	是
邹雪洁	女	1970.12	教授	专任教师	《电子商务基础》	是
方阿荣	女	1972.10	教授	专任教师	《电子商务法律法规》	是
马丽	女	1979.07	讲师	专任教师	《短视频设计与制作》	是
王咏鑫	女	1991.10	助教	专任教师	《网店运营与推广》	是
吕佳敏	女	1992.12	助教	专任教师	《商务数据分析实战》	否
孙政	男	1995.05	助教	专任教师	《跨境电子商务实战》	是
徐梦圆	女	1998.08	助教	专任教师	《新媒体运营》	否
车延红	女	1973.04	教授	兼职教师	《国际商务文化与礼仪》	是
陈阳	女	1988.03	讲师	兼职教师	《会计学原理》	是
张睿	女	1990.09	讲师	兼职教师	《经济学原理》	是
李岩涛	男	1983.06	讲师	兼职教师	《零售门	是



					店 O2O 运营》	
张学友	男	1980.06	讲师	兼职教师	《谈判与推销技巧》	是

注：可将专任教师与兼职教师分开写

## （二）教学设施

### 1. 专业教室基本条件

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 WiFi 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. 校内实训室（基地）基本要求

校内实训基地结合理论教学的开展，重点帮助学生建立对有关知识的感性认识，初步培养学生的动手能力和职业技能。

#### （1）电子商务综合实训室

以真实任务驱动的形式，完成淘宝卖家开店与经营的一整套业务流程，自主操作账号注册与基础设置、商品发布与管理、店铺推广、数据分析、客户服务等工作任务，实现教学和工作任务“零距离”。

##### ①网店运营模块

学生熟练掌握开设网店前软硬件方面的准备、建立配送中心、装修网店、采购商品、处理订单、配送商品、结算资金、分析财务指标等网店运营操作。根据市场和竞争对手的情况制定和调整经营策略，以实现经营目标，具体操作内容包括进行搜索引擎优化（SEO），获取更多的自然流量；进行直通车推广、钻石展位推广，获取更多的付费流量；针对消费人群开展促销活动、制定商品价格，提升转化率；根据财务状况和经营策略，规划资金需求，控制成本等。

##### ②电子商务客户服务与管理模块

学生通过在线即时聊天工具完成多类目商品售前、售中、售后服务，针对客户服务过程中的“规定话术”，优质、高效的完成工作任务。利用软件编辑快捷回复话术提高响应速度，完成多窗口操作，同时服务多个客户。通过系统化训练，培养学生促成客户成交、提高客单价、引导客户及时收货及好评、维护店铺权益、激发客户再次购买等业务处理能力。

#### （2）商务优选直播工作室



依托地方产业，以校企合作方式，让学生通过真实的项目组成创业团队，为学生创新创业提供平台。学生通过团队合作完成短视频拍摄、后期剪辑、直播脚本策划、电商直播实战等任务，将所学知识应用于实践，真实地经营网店、体验直播带货的整个环节，提前感受直播电商的工作内容和氛围。

### （3）视觉营销一体化实训室

根据市场需求和商品特点，通过运用摄影技术、图片美化技巧以及图文编辑设计，完成商品拍摄、图片处理等一系列专业技术任务，形成 PC 端及移动端店铺首页、商品详情页等店铺装修内容。具体包括商品图片拍摄、商品图片美化、商品属性设计、商品展示方式、商品详情页制作等五方内容。

### 3. 校外实训基地基本要求

校外的实训基地进一步培养和锻炼学生的岗位职业能力，并通过顶岗实践和校企合作等方式，按照企业对职业技能、职业道德等方面的标准和要求管理学生，以提高其岗位职业能力。本专业具有稳定的校外实训基地，能够提供开展网络营销推广，网店（站）运营管理、美工设计、电商客服等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

### 4. 学生实习基地基本要求

学生实习基地为当地优质电商企业，并保证每 20 个实习生不少于 1 个校外教育实践基地。实践基地提供开展网络营销推广，网店（站）运营管理、美工设计、电商客服、直播运营等实训活动。

### 5. 信息网络教学条件

校园网络能够覆盖学校所有的办公室、教学楼、实训室、学生宿舍等各个建筑，学校图书馆、教室等大部分区域均可无线上网，多媒体教室、计算机房、学生宿舍内都有联网端口，校园网方便易用，为师生交流提供了极为便利的条件。学生可以通过网站了解课程的一些基本情况和查阅课程教学基本要求、实训教学内容、教案、教学录像、教学课件、模拟试题等相关资料，并能与任课老师和同学互动。

## （三）教学资源

### 1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。



原则上要求专业课程的教材和教辅资料均必须选取近三年内出版的高职高专教材，同时，鼓励专业教师根据学生的实际情况编写校企合作教材，并可根据实际情况引进企业内部讲义，要求教师尽可能的把企业和行业的与时俱进的知识和技能嵌入在授课过程中，完善教学体系。

## 2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

## 3. 数字教学资源配备基本要求

本专业要求每门专业课程均建设、配备与课程有关的音视频素材、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。此外，本专业大力支持混合式教学、手机课程、网上建课等信息化教学手段，丰富数字教学资源。

## （四）教学方法

根据电子商务专业的特点，以学生为中心，以职业活动为导向，以职业能力为目标，综合培养学生的专业能力、方法能力和社会能力。应用多媒体、模型、现场教学等手段，采用项目教学法、任务驱动法、引导文本教学法、角色扮演法、案例分析法、情景体验教学法等，坚持“产业前沿、能力导向、项目引领、工学一体”指导原则，实现理论知识点与实际一一对应。

### 1. 项目教学法

师生共同完成一个电商项目而进行的教学活动。以实际工作中的典型任务作为教学内容导入，从实践入手，引导学生学习相关知识，完成实际任务。

### 2. 任务驱动法

先明确工作任务，提出工作目标和要求，学习相关电商知识，教师针对性指导，学生设计工作方案，制定工作计划，组织和参加工作过程的各项作业，进行专业技能练习，最后组织学生自我评价和师生评价。教学过程中学生是完成任务的主体，教师是任务实施过程中的指导者，以完成任务的效果与质量来评价学生的学习成果。

### 3. 引导文本教学法

学生以学习小组的形式在学习工作任务单的引导下，通过教师指导、学生独立探索、小组协作、顶岗实习、校内实训技能训练、讲座等多元化的方式完成专业知



识的学习和技能训练，完成职业能力和职业素质的锻炼与培养。

#### 4.角色扮演法

角色扮演主要是以小组为单位，设置视觉营销设计、客服服务与管理、店铺运营推广、短视频设计与制作、直播运营等岗位，组成项目小组，合作完成任务，并在教学实践的过程中，采用轮岗的方式，使每一名同学对各个岗位的岗位职责和工作方法技巧都有比较深刻的了解、体验和认识。

#### 5.案例分析法

以电子商务案例为基本教学材料，将学生引入教育实践的情景中，通过师生、生生多向互动、平等对话和积极研究等形式，提高学生面对复杂商业环境下的决策能力和行动能力。

#### 6.情境体验教学法

组织学生赴校企合作企业进行现场学习，体验视觉营销设计、客服服务与管理、店铺运营推广、短视频设计与制作、直播运营等岗位工作，体会不同角色的工作方式方法和工作内容，让学生对所在企业有真实情境感。在教学实践过程中，要求学生在工作中按照所分配的工作岗位进行阶段性总结，记录收获。

### （五）学习评价

学习评价的核心思想是：以评价促发展，体现能力为本，理论与实践相结合，对学生采用“四实”标准进行评价，包括实理实理，指实用理论，即学生获得相应能力和技能所必要的实用知识和理论，考核学生对这些知识和理论的掌握程度；实训，指技能训练，即学生通过强化训练掌握某种专项技能和核心能力的程度；实战，指生产经营，即学生在真实职场环境中通过生产性实训、实体性经营等活动，获得综合能力的成效；实习，指跟岗和顶岗实习，即学生在实习单位参加教学实习，重点考核技能掌握程度，以及工作态度、工匠精神、工作业绩。

考核方式以过程考核和结果考核相结合的方式，各学习情境分别独立考核，最终给出综合成绩。考核过程侧重实践操作技能的操作考核，既考核学生完成工作任务的规范操作情况，更要注重职业能力和素质的培养。既考核学生的个人动手能力，同时考核小组之间的合作情况。结果考核主要依据任务完成的质量和效率，依据考核表进行客观打分评价。

#### 1. 目标考核和过程评价相结合

采用过程评价和目标考核相结合的方式，既对学生完成任务的工作过程及运行



操作能力进行评价，也对运行操作的结果进行评价，体现的是职业行动能力的全方位评价。

### 2. 学生相互评价和学生的自我评价

评价内容主要围绕三个方面：自我学生能力，协作学习过程中做出的贡献及完成工作任务的质量，从学生的视角对学生工作积极性、团结协作精神加以评价。

### 3. 定性评价和定量评价相结合

把定性定量考核结合到过程考核中，建立各种规范化、标准化的考核表。

除此之外，考核注重实践能力，校企双方共同考核。学生完成工作任务的过程中，始终有企业兼职教师参与，进行全过程考核，通过过程让学生进行自我管理，自我设计，培养学生的创新精神，通过考核促进学生学习和综合素质的提高。

## （六）质量管理

### 1. 制度保障

建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，明确教学质量保障体系的建设和实施如何进行，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，建立科学、规范、全面的教学质量保障体系和长效机制，形成一个有明确任务、职责、权限、相互协调、相互促进的教学质量管理有机整体，合理配置教学资源，增强自我约束和自我发展能力，持续提高教育教学质量。

### 2. 质量监控

（1）建立全员参与、全程监控和全面保障的教学管理机制，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度。通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，实施质量监控，达成人才培养规格。采取集中教学检查、随机教学检查、专项教学检查、教师教学效果评价、专项评估等全方位全空间的形式以专业、课程、教学等为评价对象，以建设水平和质量状况为重点，进行专业、课程和教学的检查与监控，保证质量。

（2）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，定期开展说课展示、公开课、示范课、教学竞赛等教研活动。

（3）建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，定期形成毕业生就业质量分析报告，对生源情况、就业率和去向、就业情况、就业创业工作举措、专业相关度、对教育教学的反馈等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。



(4) 定期开展教研活动，充分利用就业分析评价结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

## 十、毕业要求

1. 本专业学生毕业最低取得 141 学分，其中公共基础课 45 学分，专业课程（包括岗位实习与毕业设计）89 学分，素质拓展课程 7 学分。选修课学分可由学生取得的超出培养方案规定以外的专业 1+X 证书及其他项目活动学分进行抵顶，具体抵顶方法由系部出具书面申请及抵顶佐证资料报教务处审批。

2. 参加规定的毕业实习，提交符合要求的实习鉴定、实习报告并成绩合格。

3. 学生在完成第一课堂学习要求的基础上，另需完成专业规定的“项目课堂成绩单”的要求方能毕业。



## 附件

# 1. 《电子商务基础》课程标准

## 一、课程基本信息

课程名称	电子商务基础				
课程类别	专业基础课	课程代码	05004001		
课程学分	3	学时	总学时	理论学时	实践学时
			48	32	16
适应对象	第一学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程					
后继课程	《网络营销》《电子商务客户服务与管理》				
制订人	王咏鑫	审核人	王裕		

## 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业基础课程。主要介绍电子商务的基本知识、基本原理及基本技能操作，为后续学习《网络营销》《电子商务客户服务与管理》《网店运营与推广》等课程奠定理论和技术基础。

## 三、课程设计思路

本课程基于职业教育的层次与特点，充分考虑满足学习相关后续专业课程的需要，围绕网店运营等岗位群的决策需要组织和构建课程内容。

## 四、课程教学目标

### （一）总体目标

通过本课程的学习，使学生了解学习电子商务的框架，掌握电子商务的基本理论和技能方法，培养互联网思维能力，培养学生具备基本的创新精神及创业意识，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观、荣辱观，践行社会主义核心价值观，培养高素质电子商务技能人才。

### （二）具体目标

#### 1. 知识目标



- (1) 了解快速发展的电子商务新兴产业动态，注重技术创新和商业模式创新能力的培养；
- (2) 掌握电子商务理论与方法，能够理论与实践紧密结合，解决实际问题。

## 2. 能力目标

- (1) 具备独立自主地获取电子商务相关知识的学习能力；
- (2) 具备将获取的知识与实践技能融会贯通并灵活应用于电子商务实务操作的能力。

## 3. 素质目标

- (1) 培养学生快速跟上电商发展思维的能力；
- (2) 培养学生具备基本的互联网思维的能力，具备国际化视野和基本的创新精神及创业意识；
- (3) 培养学生的爱国意识和对电商专业的学习热情；
- (4) 树立职业责任感，培养劳动精神、奋斗精神、奉献精神、创造精神、勤俭节约精神。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 知识准备	1.掌握电子商务的概念及分类； 2.掌握电子商务的一般框架； 3.了解电子商务的产生和发展； 4.熟悉电子商务法律及相关政策，培养守法、诚信的价值观，增强法律意识。	1. 课程导入：介绍基本理论知识； 2. 小组讨论：举例说明电子商务的分类及应用情况； 3. 布置任务：能够清晰地描述电子商务的一般框架，从框架中总结电子商务的相关岗位和技能。	4
2	项目二 电子商务新技术、新业态	1. 了解移动互联网的相关技术； 2. 熟悉物联网等新兴技术； 3. 熟悉电子商务新业态新模式的分类和基本特征。	1. 小组分享：能够举例说明社交电商、内容电商、共享经济等新业态新模式； 2. 理论讲解：了解物联网、云计算、大数据、人工智能等新兴技术的应用。	4
3	项目三 电子商务主要的商	1. 熟悉 B2C 电子商务及 C2C 电	1. 布置任务：能够举例分析传统企业和互联网企业布局新零	6



	业模式	<p>2. 掌握新零售的概念、系统框架；</p> <p>3. 了解 B2B 电子商务的相关知识以及垂直 B2B 电商平台和水平 B2B 电商平台的区别。</p>	<p>售的优势和劣势；</p> <p>2. 实践活动：学会在采购商网站上进行网上招投标以及在第三方 B2B 电商平台上进行交易。</p>	
4	项目四 网上开店 与管理	<p>1. 了解常见的网店平台，常见的货源渠道及其特点；</p> <p>2. 掌握淘宝网开店和商品发布的流程；</p> <p>3. 掌握网店运营核心数据分析。</p>	<p>1. 教师演示：学会在淘宝网上开设网店，并进行商品的发布；</p> <p>2. 小组讨论：学会淘宝网商品选择和货源渠道的选择；</p> <p>3. 实践活动：学会使用生意参谋分析网店数据。</p>	6
5	项目五 网络营销	<p>1. 掌握网络营销的含义及网络营销的职能；</p> <p>2. 了解网络市场调研的方法；</p> <p>3. 熟悉网络营销策略的应用与网络广告的形式；</p> <p>4. 掌握常见的网络营销方法。</p>	<p>1. 小组活动：能够写出网络市场调研报告；</p> <p>2. 布置任务：学会运用网络营销策略为企业制订网络营销方案。</p>	6
6	项目六 新媒体运营	<p>1. 掌握新媒体与新媒体运营的概念；</p> <p>2. 熟悉新媒体平台的类型和运营数据分析工具；</p> <p>3. 掌握网络直播运营、短视频运营、微信营销和微博营销的技巧。</p>	<p>1. 教师讲授：能够撰写直播和短视频的脚本；</p> <p>2. 小组讨论：学会运用新媒体运营数据分析工具寻找热门话题；</p> <p>3. 布置任务：学会在各大新媒体平台开展企业营销活动。</p>	6
7	项目七 电子商务 安全与支付	<p>1. 了解电子商务面临的安全威胁及保障电子商务安全的技术；</p> <p>2. 熟悉电子支付系统，网上银行与手机银行的功能；</p> <p>3. 了解第三方支付模式的交易</p>	<p>1. 课程导入：利用数字证书，实现安全电子支付和安全移动支付；</p> <p>2. 理论讲授：掌握电子商务活动中商家和客户的日常安全防</p>	4



		流程。	范措施： 3. 实践活动：能够使用网上银行及手机银行完成在线支付和转账等基本操作。	
8	项目八 电子商务物流及供应链管理	1. 熟悉物流的七个基本功能； 2. 了解电子商务的物流配送流程； 3. 熟悉供应链管理方法。	1. 小组分享：能够举例说明电商企业组织物流活动的方式； 2. 实践活动：通过参观等方式了解电子商务配送的详细过程； 3. 布置任务：能够举例分析新零售时代供应链的发展方向。	4
9	项目九 电子商务客户关系管理	1. 掌握客户关系管理的概念； 2. 掌握电子商务客户关系管理的内容与应用； 3. 熟悉电子商务客户服务管理的内容。	1. 教师演示：能够应用千牛客户运营平台对客户进行管理； 2. 实践活动：能够应用智能客服解决淘宝或天猫卖家的售后服务问题。	4
10	项目十 跨境电商	1. 掌握跨境电商的含义和分类； 2. 了解主要的跨境电商平台及选品； 3. 了解跨境电商的物流模式和支付方式，掌握跨境电商物流的通关流程。	1. 小组分享：能够分析不同跨境电商平台的优势和劣势，选择合适的跨境电商平台； 2. 布置任务：学会选择跨境物流方式和支付方式； 3. 实践活动：学会亚马逊全球开店的流程。	4

## 六、教学建议

### （一）教学方法

根据课程内容和高职学生特点，灵活运用课堂理论讲授法、案例分析法、启发式、探究式、讨论式及任务驱动教学法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教学效果。运用多媒体教学技术，网络信息技术等来开展教学，针对因特网上电子商务企业的业务流程和营运模式，直接进行分析点评和操作训练，



向学生提供一个实际运行场景。

## （二）评价方法

本课程为考试课，在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括过程性考核和期末理论考核，过程性考核主要包括学习态度（出勤情况、课堂纪律等）、学习质量（课堂提问回答情况、课后作业）和协作能力（小组活动参与程度及贡献）等，主要考核学生在课程教学和训练过程中对知识和技能的掌握程度。期末理论考核方式为闭卷考试，综合测试学生对本门课程理论知识掌握程度。

本课程成绩形成包括过程性考核成绩(50%)和期末理论考核成绩(50%)。

## （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

## （四）教材编选

### 1. 教材选用建议

#### （1）教材选用

《电子商务基础与实务》，白东蕊著，人民邮电出版社，2023年6月。

#### （2）参考教材选用

《电子商务基础》，杨国良著，北京理工大学出版社，2021年11月。

### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）教师应依据本课程标准、相关专业人才培养方案要求，以网店运营岗位群的需要为中心，合理安排教学内容。教材在内容上注重理论联系实际，应突出应用，教材内容新颖，在形式上应适合高职学生的认知和学习特点，内容展现应图文并茂。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 2. 《短视频设计与制作》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	短视频设计与制作				
课程类别	专业基础课程	课程代码	050040284		
课程学分	3	学时	总学时	理论学时	实践学时
			48	16	32
适应对象	第一学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《计算机基础》				
后继课程	《短视频运营实训》				
制订人	马丽	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本实训课程旨在培养学生掌握短视频运营的核心技能，包括内容创作、平台运营规则、用户互动、数据分析运用、品牌形象打造、推广效果提升以及营销转化目标实现等方面。通过本课程的学习，学生将能够全面了解短视频运营的全流程，并具备实际操作的能力。

### 三、课程设计思路

1. 理论联系实际，提高学生短视频创作能力。
2. 从各大媒体平台收集优秀的短视频作品，分析其创作手法，组织学生自主拍摄制作类似的短视频内容。
3. 组织学生拍摄与剪辑短视频作品，制作完成后发布在不同的短视频平台上，理论与应用相结合，培养并提升学生的短视频创作能力。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

本课程的教学目标是使学生能够全面掌握短视频的核心知识和技能，具备实际操作的能力，并能够在实践中不断提升自己的运营能力和创新思维能力。

#### （二）具体目标

##### 1. 知识目标

- （1）熟悉短视频的发展历程、基本概念和变现方法；

- (2) 掌握短视频选题的策划、脚本的撰写方法，以及短视频的发布技巧；
- (3) 了解并掌握不同类型的短视频（如 Vlog、美食、生活技能、情景、萌宠等）的拍摄和剪辑方法；
- (4) 需要掌握 VUEApp、Premiere、剪映 App 等视频剪辑软件主要功能和操作方法。

## 2. 能力目标

- (1) 能够分辨不同短视频平台的优势，并根据实际制作需要选择合适的短视频类型和平台；
- (2) 能够使用数码相机和智能手机拍摄出美观且主题突出的短视频画面；
- (3) 培养全局把控、沟通协调、策划和执行等方面的素质，以及为集体奉献的精神和团队合作的观念。

## 3. 素质目标

- (1) 具有“以消费者为中心”的价值观；
- (2) 具有良好的职业道德和敬业精神；
- (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) 具有理论联系实际素质和创新能力。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 从零开始 认识短视频	1. 了解短视频的渠道类型、内容类型及生产方式类型； 2. 熟知短视频的商业变现方式。	示范讲解，上机操作： 1. 短视频的特征与优势； 2. 短视频的类型； 3. 短视频的商业变现方式。	2
2	项目二 短视频的 策划与制 作流程	1. 掌握短视频的拍摄方法； 2. 掌握剪辑与包装短视频的方法； 3. 掌握发布短视频的方法。	示范讲解，上机操作： 1. 短视频制作的前期准备； 2. 短视频制作团队的组建； 3. 短视频的策划； 4. 短视频的拍摄； 5. 短视频的剪辑与包装； 6. 短视频的发布。	4
3	项目三 短视频的构 图原则与方	1. 掌握短视频构图的基本原则； 2. 掌握常用的短视频构图方法。	示范讲解，上机操作： 1. 短视频的构图要素； 2. 短视频构图的基本原则；	8



	法		3. 16种常用的短视频构图方法。	
4	项目四 短视频的策划与制作流程	1. 掌握拍摄抖音短视频的方法； 2. 掌握抖音短视频后期处理的方法； 3. 掌握制作短视频封面图的方法。	示范讲解，上机操作： 1. 拍摄抖音短视频； 2. 抖音短视频后期处理； 3. 利用第三方工具制作短视频封面图。	8
5	项目五 移动端短视频的后期制作	熟练掌握以下实操： 1. 使用“蕉片”App编辑视频； 2. 使用VUE App修剪视频； 3. 使用“小影”App一键生成主题视频； 4. 使用“巧影”App多层编辑视频； 使用“快影”App制作文字视频与自动识别字幕； 5. 使用“乐秀”App制作照片音乐卡点视频； 6. 使用InShot App美化与修饰视频； 7. 使用“简影”App制作电子相册； 8. 使用Bger App制作节日促销视频。	示范讲解，上机操作： 1. 使用“蕉片”App编辑视频； 2. 使用VUE App修剪视频； 3. 使用“小影”App一键生成主题视频； 4. 使用“巧影”App多层编辑视频； 5. 使用“快影”App制作文字视频与自动识别字幕； 6. 使用“乐秀”App制作照片音乐卡点视频； 7. 使用InShot App美化与修饰视频； 8. 使用“简影”App制作电子相册； 9. 使用Bger App制作节日促销视频。	4
6	项目六 PC端短视频的后期制作	熟练掌握以下实操： 1. 使用“爱剪辑”制作特效创意视频； 2. 使用“快剪辑”制作商品短视频； 3. 使用“会声会影”制作宣传片片头； 4. 使用Camtasia Studio录制与编辑视频； 5. 使用Video Editor快速处理视	示范讲解，上机操作： 1. 使用“爱剪辑”制作创意特效视频； 2. 使用“快剪辑”制作商品短视频； 3. 使用会声会影制作宣传片片头； 4. 使用Camtasia Studio录制与编辑视频； 5. 使用Video Editor快速处	9



		频。	理视频。	
7	项目七 使用 Premiere 编辑与制作短视频	1. 使用 Premiere 制作短视频片头； 2. 使用 Premiere 修剪短视频； 3. 使用 Premiere 制作电商图片幻灯片动画； 4. 使用 Premiere 制作影视片尾短视频； 5. 使用 Premiere 制作滚动字幕； 6. 使用 Premiere 为短视频进行调色； 7. 使用 Premiere 为短视频编辑音频。	示范讲解，上机操作： 1. 制作短视频片头； 2. 修剪短视频； 3. 制作电商图片幻灯片动画； 4. 制作影视片尾短视频； 5. 制作滚动字幕； 6. 为短视频调色； 7. 短视频音频编辑。	9
8	项目八 Premiere 短视频制作实训案例	1. 掌握制作影视轮播广告的方法； 2. 掌握制作企业宣传片的方法。	示范讲解，上机操作。 1. 实训案例 1——制作影视轮播广告； 2. 实训案例 2——制作企业宣传片。	4

## 六、教学建议

### （一）教学方法

理论教学：通过讲解、案例分析等方式，让学生了解短视频的基本概念、发展历程和变现方法。

实践操作：通过实际操作和实践，让学生掌握短视频的拍摄、剪辑和发布技巧。

项目驱动：通过实际项目，让学生在实践中学习和掌握相关技能。

### （二）评价方法

知识掌握：通过考试、作业等方式，评估学生对短视频相关知识的掌握情况。

技能掌握：通过实践操作、项目展示等方式，评估学生的短视频拍摄、剪辑和发布等技能。

平时对学生的考核内容包括出勤情况、在线学习习题完成情况、课堂讨论等方面，占期末总评的 50%。期末考试成绩占期末总评的 50%。

总评成绩=平日考核（50%）+期末考试成绩（50%）

### （三）教学条件

本课程将充分利用校内资源：电脑、互联网、等其他多媒体。提供丰富的教学资源，包括短视频案例库、运营工具介绍、行业报告等，以便学生更好地了解和学习短视频运营领域的最新动态和实践经验。

## （四）教材编选

### 1. 教材选用建议

#### （1）教材选用

《Premiere ProCC2017 影视片头创意与设计 208 例》崔学敏著，北京希望电子出版社，2019 年 3 月。

#### （2）参考教材选用

《短视频创作实战（微课版）》王冠宁著，人民邮电出版社，2015 年 6 月。

### 2. 教材编写原则与要求

本课程立足于实际应用，从短视频制作团队组建到内容策划，从短视频脚本撰写到运镜手法，从短视频画面构图到转场设计，从短视频前期拍摄到后期制作，突出了“以应用为主线，以技能为核心”的编写特点，体现了“导教相融、学做合一”的教学思想。

与第 1 版相比，新版的知识体系更加完善，课程内容更加全面、新颖，更加注重理论与实践的结合，突出实用性和可操作性，强调学、做一体化，让读者在学中做、在做中学，能够带领学生全面掌握短视频编辑与制作的方法和技巧。

本课程还配有完整齐备的微课视频、案例素材、PPT 课件、教学大纲、电子教案、课程标准等文件，选书老师可以登录人邮教育社区下载并获取相关教学资源。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

### 3. 《Photoshop 图像处理》课程标准

#### 一、课程基本信息

课程名称	Photoshop 图像处理				
课程类别	专业基础课程	课程代码	050040024		
课程学分	2	学时	总学时	理论学时	实践学时
			32	16	16
适应对象	第一学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《计算机基础》				
后继课程	《淘宝美工》				
制订人	马丽	审核人	王裕		

#### 二、课程性质与作用

《Photoshop 图像处理》是电子商务专业学生的一门专业基础课，具有较强的系统性、创新性、针对性和实用性。学生通过该课程的学习，对淘宝美工工作的性质、任务、作用及其意义应有比较全面的了解；同时培养学生良好的淘宝美工从业意识，开拓淘宝美工市场的精神和竞争意识；并初步具备从事淘宝美工设计工作的能力和处理问题的能力。

#### 三、课程设计思路

该课程按照“以能力为本位，以职业实践为主线，以项目课程为主体的模块化课程体系”的总体设计要求，坚持教学做一体化的课程设计理念，强调以学生为中心、知识为技能服务；达到争取在短时间内掌握较多实际工作技能的目的。

以具体工作任务的学习为切入点，课程单元难度呈阶段性上升，每个任务完成后掌握相关知识点。采用任务驱动的教学模式和示范操作、注重学生实际操作能力与应用能力的培养。课程实施应成为学生在教师指导下构建知识、提高技能、活跃思维、展现个性和拓宽视野的过程。

#### 四、课程教学目标

##### （一）总体目标

课程教学以电子商务专业特色为依据，以提升学生职业能力、理论知识、职业素质、符合职业资格标准的需要为目标，精选教学内容，充分实现理论与实践相结合，通过该软件的学习，能让学生达到熟练操作 Photoshop 图像处理作的方法与灵活运用设计创作的基本要求，使学生掌握

Photoshop 图形图像处理软件的知识和技术，在此基础上，提高分析问题和解决问题的能力；提高学生的艺术修养，为淘宝美工做好铺垫；毕业后具备较强的实践能力、创新能力和创业能力，从而达到专业学习的基本要求和满足市场与社会发展的需求，实现理论与实践相结合、知识传授与能力培养一体化的教学目标。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 掌握 Photoshop 的系统设置与管理；
- (2) 具有熟练使用 Photoshop7.0 软件中各工具的能力；
- (3) 掌握 Photoshop 常用图像文件的格式，掌握图像的存储与输出；
- (4) 了解图像的获取与建立；
- (5) 了解图像的颜色模式；
- (6) 具有对平面图像进行熟练处理的能力；
- (7) 具有使用图像输入输出及打印的能力；
- (8) 了解图像的 Web 设计。

### 2. 能力目标

- (1)了解位图图像和矢量图形的概念、影响图片文件大小的因素；
- (2)掌握像素、图像大小、各种分辨率的含义,常用的颜色模型和模式、常用图片文件格式的特点。

### 3. 素质目标

通过实践技能训练，提高学生的实践能力、创新能力和职业能力，为就业打下坚实的理论基础和职业基础。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	第一章 初识 Photoshop CS4	1. 了解 PS 的发展进程； 2. 实践 PS 的安装及启动； 3. 了解位图，矢量图以及文件的含义及其特点、用途； 4. 牢记 PS 软件的色彩模式以及相对应的用途。	讲授： 1. Photoshop 的发展； 上机操作： 2. Photoshop CS4 的安装及启动； 3. 矢量图、位图及文件格式； 4. 颜色模式。	4
2	第二章	1. 掌握辅助工具的使用；	示范讲解，上机操作：	8



	Photoshop CS4 基本操作	2. 掌握调整图像像素和画布、设置前景色和背景色； 3. 熟记常用快捷键。	1. 文件操作； 2. 文件浏览器的使用； 3. 辅助工具的使用； 4. 调整图像像素和画布； 5. 设置前景色和背景色； 6. 还原和重做； 7. 查看图像； 8. 常用快捷键； 9. 应用实例—打开与创建。	
3	第三章 建立与编辑选区	1. 掌握 PS 文件的操作，文件浏览器的使用； 2. 牢记辅助工具的设定与快捷键； 3. 了解调整图像像素和画布的大小； 4. 熟练并且形成意识切换前后背景色。	示范讲解，上机操作； 本章节是 PS 设计的基础需要反复练习。	6
4	第四章 绘制与修整图像	1. 了解绘制与修整图像工具及其快捷键； 2. 熟练掌握绘制图像的过程，在练习中对图像进行修整，学习后通过实例加深理解与操作。	示范讲解，上机操作： 1. 绘制与修整图像工具简介； 2. 绘制与修整图像工具设置； 3. 绘制图像； 4. 修整图像； 5. 应用实例—睫毛的美化。	6
5	第五章 图像色彩与色调的调整	通过实例反复联系调整图像色彩、色调、冷暖、特效的应用。讲授知识虽不多但是需要通过大量的联系加深理解。	示范讲解，上机操作： 1. 图像色彩的调整； 2. 图像色调的调整； 3. 应用实例—黑白照片变彩色照片。	6
6	第六章 图层的应用	1. 理解图层概念； 2. 熟练掌握图层的创建、删除、编	示范讲解，上机操作： 1. 图层；	8



		组； 3. 熟练掌握图层样式的设定、修改。	2. 创建与删除图层； 3. 编辑图层； 4. 使用智能对象； 5. 图层样式的使用； 6. 应用实例—制作个性光盘。	
7	第七章 通道和蒙板	1. 理解通道和蒙板的概念； 2. 掌握通道和蒙板的修改、编辑，利用讲述内容制作图片的特效。	示范讲解，上机操作： 1. 通道和蒙板概述； 2. 创建与编辑通道； 3. 创建与编辑蒙板； 4. 应用实例—制作照片的梦幻效果。	8
8	第八章 路径的应用	1. 掌握路径的定义； 2. 熟练操作路径的创建与编辑，应用路径制作简单的图片效果。	示范讲解，上机操作： 1. 路径概述； 2. 创建和编辑路径； 3. 应用实例—制作流星雨。	8

## 六、教学建议

### （一）教学方法

选择适合的教学方法，如讲授、演示、实践、案例分析等，以帮助学生更好地理解和掌握课程内容。通过实际项目，让学生在实践中学习和掌握相关技能。

### （二）评价方法

1. 改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价，过程性评价与目标评价相结合，注重引导学生进行学习方式的改变。

2. 关注评价的多元性，结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训、技能竞赛及考试情况，综合评价学生成绩。

3. 强调课程结束后综合评价，应注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核。结合案例分析、成果展示等手段，充分发挥学生的主动性和创造力，注重考核学生所拥有的综合职业能力及水平。

该课程的考核以实际操作为主，即学即练，每次练习都给予记分，成绩积累，综合评价，具体办法设想如下：

1. 每学段期间安排 1-2 次实例练习。

2. 学期中举行 2-3 次综合测验。
3. 全部学习内容完成后，总成绩根据各次练习及测验的结果结合纪律因素和必要的理论知识考试等综合评出。
4. 命题以基本、全面、实际为原则。
5. 总成绩比重分配：基础知识 10%，基本操作 20%，文字处理 20%，图形处理与编辑 20%，效果与滤镜 10%，创意 10%。

### （三）教学条件

提供必要的教学资源，如教材、教学课件、案例素材等，以支持学生的学习和实践。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《Photoshop 全面掌握》，赵秀芳主编，北京理工大学出版社。

##### （2）参考教材选用

《Photoshop 图像处理》，郭玉龙主编，南京大学出版社。

《Photoshop 全面攻克》，帅茨平主编，哈尔滨工程大学出版社。

#### 2. 教材编写原则与要求

1. 作为专业基础课程，教材编写应注重理论与实践相结合，切忌空谈理论。为了实现教、学、做一体化的教学目标，编写时在讲义或教材体例上要首先突出项目实施的方法和步骤，多加入些综合设计实例内容，给出动画设计的完整步骤多举实例，且要注意与实际情况相结合。

2. 必要的基本概念和原理分析贯穿在教师和学生共同分析原理的过程中，内容循序渐进，学习内容从简单到复杂，学生从理论到实践，再到理论再到实践不断循环，使学生实际操作水平不断提升。

3. 有关专业本身发展的历史、本课程知识的延伸以及在完成项目过程中对其它课程知识和技术的应用，作为辅助阅读内容体现在教材中。

4. 预测学生完成实做的过程中可能出现的问题，在讲义或教材中必须予以特别强调，说明道理以及注意事项。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 4. 《国际商务文化与礼仪》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	国际商务文化与礼仪				
课程类别	专业基础课	课程代码	050040294		
课程学分	2	学时	总学时	理论学时	实践学时
			32	16	16
适应对象	第二学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《电子商务基础》《新媒体运营》				
后继课程	《直播运营》				
制订人	邹雪洁	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业选修课程。《国际商务文化与礼仪》是一门涉及跨文化交流、国际商务礼仪和国际商务谈判等内容的课程。本课程旨在帮助学生了解不同文化背景下的商务交往规则和礼仪，提高他们在国际商务环境中的沟通能力、合作能力和竞争力。本课程对于培养学生的国际视野和跨文化意识具有重要意义。通过学习本课程，学生将能够更好地适应国际商务环境，提高自己在国际商务交往中的沟通能力和竞争力；同时，本课程还将帮助学生拓展自己的职业发展空间，为未来的职业生涯奠定坚实的基础。。

### 三、课程设计思路

在课程在设计上理论知识与案例相辅相成，主要以项目驱动的方式帮助学生将本专业所学的零星知识点与技能进行整合。根据社交电商运营市场调研，从学生的现状出发，选取贴近所学技能的企业项目，激发并保持学生的学习兴趣。通过反复的实战练习，提高学生的技能，培养学生探索知识的乐趣、良好的思维习惯和实践能力，最终提高学生运用电商与新媒体知识解决实际问题的能力。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

1. 让学生了解国际商务文化的基本概念和特点，熟悉国际商务礼仪的基本规范；
2. 帮助学生掌握跨文化交流的基本技巧和略，提高他们在国际商务交往中的沟通能力；
3. 培养学生具备国际视野和跨文化意识，使他们能够在国际商务环境中自信地展示自己的专业素养和形象。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 理解国际商务文化的基本概念和原则；
- (2) 熟悉国际商务场合中的礼仪规范；
- (3) 掌握不同国家和地区的商务文化和礼仪差异。

### 2. 能力目标

- (1) 掌握微信运营的操作流程；
- (2) 掌握文案写作的技巧；
- (3) 掌握主流自媒体平台的平台规则以及特点；
- (4) 熟练掌握短视频自媒体和音频自媒体的内容生产和传播规则；
- (5) 掌握活动运营和推广的操作方法；
- (6) 掌握用户运营的操作流程。

### 3. 素质目标

- (1) 提高学生跨文化交流能力；
- (2) 树立科学的设计创新意识；
- (3) 增强学生对多元文化的尊重和包容；
- (4) 提高学生的口头表达和人际交往能力，使其在国际商务场合中更加自信；
- (5) 培养学生协作精神；
- (6) 培养学生爱岗敬业的工作作风；
- (7) 培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 国际商务文化概述	1. 商务文化的定义与特点； 2. 商务文化的发展趋势	1. 介绍国际文化的学习意义、整体设计； 2. 分组讨论，商务文化与国际商务的关系； 3. 总结归纳。	4
2	项目二 商务礼仪基础知识	1. 商务场合的着装规范； 2. 商务场合的言谈举止； 3. 商务场合的礼仪规范。	1. 了解商务场合的着装规范； 2. 模拟商务场合，礼仪演示。	8
3	项目三 不同国家	1. 亚洲国家和地区的商务文化与礼仪；	1. 了解不同国家和地区的商务文化与礼仪；	8

	和地区的商务文化与礼仪	2. 欧洲国家和地区的商务文化与礼仪; 3. 美洲国家和地区的商务文化与礼仪; 4. 其他国家和地区的商务文化与礼仪。	2. 布置任务, 结合实际, 演示拟所了解的不同礼仪; 3. 多媒体观看相关记录片。	
4	项目四 国际商务谈判技巧	1. 商务谈判的基本原则和技巧; 2. 如何应对文化差异带来的挑战; 3. 如何进行有效沟通并达成共识。	1. 布置任务, 分析活动策划的优缺点; 2. 导入典型案例, 进行活动实施与评价。	4
5	项目五 国际商务礼仪实践	1. 模拟商务谈判和会议场景; 2. 角色扮演和案例分析; 3. 商务礼仪实践操作和评估。	1. 国际商务活动中的典型案例; 2. 不同商务活动的礼仪规范, 策划方式; 3. 跨文化商务活动中有哪些禁忌; 4. 讨论与总结。	8

## 六、教学建议

### (一) 教学方法

本课程先基本原理、基本理论的讲述, 再设计知识和技能的讲授, 由浅入深, 循序渐进。在教学中采用“复习回顾——案例教学(教师演示)——自主学习(学生演练)——学生实践(针对学生碰到的具体问题教师再进行讲解)——课堂小结——提示下次预习的内容”的教学方法, 同时将课堂搬进计算机基础实验室, 即学即用, 以取得较好的教学效果。

### (二) 评价方法

本课程的评估主要包括课堂表现、作业完成情况、小组讨论和期末考试等方面。成绩评定将根据学生的出勤率、作业质量、课堂表现和考试成绩等综合评定, 以全面反映学生的学习效果和综合素质。在教学考核评价方面, 建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度, 着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩, 尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《国际商务文化与礼仪实践教程》，李菁主编，2017年，中国水利出版社

##### （2）参考教材选用

《国际商务文化与礼仪》，蒋景东 刘东光 主编，2012年；浙江大学出版社出版。

#### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）该课程使用企业研发教材，该课程应注重该课程教材建设，结合职业教育特点，逐步整合教学内容，按照“必需、够用、实用”的原则，采用适合高等职业技术教育要求的教材。并在计划编写以工作过程为导线的项目化教材。

（3）全课程使用多媒体电子教案教学，教案的编写要体现项目课程的特色与设计思想，教材内容体现先进性、实用性，典型产品的选取要科学，体现地区产业特点，具有可操作性。其呈现方式要图文并茂，文字表述要规范、正确、科学

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 5. 《网络营销》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	网络营销				
课程类别	专业基础课	课程代码	050040064		
课程学分	2	学时	总学时	理论学时	实践学时
			32	16	16
适应对象	第二学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《电子商务基础》				
后继课程	《市场营销》				
制订人	吕成斋	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业基础课程。本课程主要授课对象是已经掌握电子商务和营销基本知识的学生，主要任务是使学生掌握网络营销战略、搜索引擎营销、社会化营销、视频营销等基本理论、基本知识，了解网络营销技术、常用工具等基本应用技能，从而对网络营销有一个整体的了解和认识，为网络营销活动打下理论和实践基础。

### 三、课程设计思路

在课程设计上理论知识与案例相辅相成，分别从网络营销战略、搜索引擎营销、社会化营销、视频营销、软文营销、事件营销、病毒营销等方面系统地阐述了网络营销的基本原理，以及网络营销策划的运用，为营销活动的决策者和从业者提供业务的决策参考。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

通过本课程的学习，使学生掌握有关网络营销的基本概念和基本理论，了解网络营销技术，熟悉网络营销常用的方法，重点掌握搜索引擎营销、网络营销、社会化营销和微信营销等，培养学生整合网络营销的整合运作能力。

#### （二）具体目标

##### 1. 知识目标

- （1）了解网络营销战略的内容，掌握分析的方法；

- (2) 掌握搜索引擎营销的运用;
- (3) 掌握社会化营销、微信营销、视频营销的运作;
- (4) 掌握病毒营销、事件营销、软文营销的策划;
- (5) 掌握网络营销策划流程。

## 2. 能力目标

- (1) 能够运用网络营销设计战略营销目标;
- (2) 具有独立运用搜索引擎扩大销售的能力;
- (3) 具有熟练运用社会化营销、微信营销的能力;
- (4) 具有视频制作、事件策划、软文写作的能力;
- (5) 能策划一般的网络营销活动。

## 3. 素质目标

- (1) 具有“以消费者为中心”的价值观;
- (2) 具有良好的职业道德和敬业精神;
- (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) 具有理论联系实际素质和创新能力。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 认知网络营销	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解网络营销的产生;</li> <li>2. 熟知网络营销的内涵;</li> <li>3. 能够掌握网络营销的理论基础。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 介绍本课程的学习意义、整体设计;</li> <li>2. 多媒体讲授网络营销的内涵;</li> <li>3. 分组讨论, 网络营销与传统营销的区别;</li> <li>4. 总结归纳。</li> </ol>	2
2	项目二 网络营销战略	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知网络营销战略的四个层面;</li> <li>2. 能够提炼独特的销售主张;</li> <li>3. 能够进行战略资源的整合。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 案例导入, 引出战略的四个层面: 公司层面、经营层面、技术层面、财务层面;</li> <li>2. 多媒体讲授战略资源的整合;</li> <li>3. 布置任务, 结合案例让学</li> </ol>	4



			生提炼独特的销售主张。	
3	项目三 搜索引擎 营销	1. 熟知搜索引擎优化的原理; 2. 掌握SEO内部优化的技巧; 3. 掌握SEO外部优化的技巧。	1. 布置任务, 结合实际, 学生对关键词进行分类; 2. 多媒体讲授SEO内部优化的技巧; 3. 多媒体讲授SEO外部优化的技巧; 4. 布置任务, 学生参与百度账号的使用。	4
4	项目四 社会化媒 体营销	1. 熟知微博营销的应用及其特点; 2. 掌握微信营销的应用与活动策划; 3. 培养学生的社群意识, 搭建社群的步骤。	1. 布置任务, 了解微博微信的优缺点; 2. 导入典型案例, 指出微信营销的广泛应用; 3. 多媒体讲授社群的建设、运营; 4. 微博写作。	4
5	项目五 网络视频营 销	1. 熟知视频的内涵; 2. 能够剪辑视频并添加广告; 3. 能搜索、上传、分享视频。	1. 布置任务, 提供一个自己感兴趣的视频; 2. 多媒体讲授视频的剪辑、配音、文字以及广告; 3. 结合案例分析如何做好做好视频; 4. 针对“城院甄选”的主题策划和拍摄。	4
6	项目六 网络广告 营销	1. 熟知网络广告的类型; 2. 能够简单广告的策划; 3. 掌握网络广告的投放技巧。	1. 布置任务, 结合自身体验, 讨论广告在营销中的作用; 2. 多媒体讲授广告的策划要点; 3. 通过案例, 分析网络广告的投放技巧。	4
7	项目七 软文营 销、事件	1. 熟知软文营销、事件营销、病毒营销的含义”; 2. 能够有效写作营销软文;	1. 多媒体讲授软文写作的标题、正文和结尾, 构建软文写作的一般格式;	6

	营销、病毒营销	3. 培养事件营销的敏锐性，提高热点事件的营销思维； 4. 熟悉病毒营销的传播原理	2. 多媒体讲授病毒营销的原理及案例； 3. 根据热点事件构建提炼事件营销的主题； 4. 用营销的思维方式挖掘事件、社群中营销机会。	
8	项目八 网络营销策划	1. 熟知网络营销策划的流程； 2. 能够领会各环节的主要内容； 3. 培养创新意识和创新思维，能够借助网络营销手段促进产品宣传与销售。	1. 案例导入，通过案例理解网络策划的重要性； 2. 多媒体讲授网络营销策划的要点； 3. 结合“爆汁烤肠”等产品进行活动策划。	4

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程设计遵循以职业能力培养为核心，围绕网络营销这一核心问题，采用理论与案例相结合的方法，充分利用在线教育资源与课程思政，采用在讲授、案例分析、小组讨论等教学方法，适应学生个性化学习需要，并将社会主义核心价值观、职业教育、创新精神等思政元素融入理论教学和实践教学中，增强学生学习的主动性，提高课程的实践性，使知识、技能和素养培育“三位一体”，实现全过程、全方位育人。

### （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《网络营销实务》，闵亨锋、韩毅红著，高翰教育出版社，2020年5月。

(2) 参考教材选用

《网络营销》，魏兆连、杨文红著，机械工业出版社，2021年8月。

## 2. 教材编写原则与要求

(1) 教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

(2) 本课程教材将网络营销的具体业务工作，按照运用的手段和工具分解成不同的工作项目，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解到相应的操作中。

(3) 为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师和行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与实际电商运营业务紧密衔接，及时将网络营销中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 6. 《电子商务法律法规》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	电子商务法律法规				
课程类别	专业基础课	课程代码	05004005		
课程学分	2	学时	总学时	理论学时	实践学时
			32	16	16
适应对象	第三学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《电子商务基础》《网络营销》				
后继课程	《网店运营与推广》				
制订人	方阿荣	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业基础课程。近年来我国电子商务迅速发展，网络零售市场保持稳健增长，伴随着直播打赏纠纷、个人信息泄露等新型法律问题不断涌现，电子商务企业及其从业人员在互联网时代面临新的法律风险。通过本课程学习，强化法律风险防范意识，自主运用电子商务法律法规相关知识开展电子商务运营管理和电子营销，有效参与市场竞争，维护自身合法权益，提高职业法律素养。

### 三、课程设计思路

在课程设计上理论知识与案例相辅相成，分别从电子商务法律法规基础认知、电子商务交易主体身份确认、电子商务交易实施、电子商务中的知识产权利用与保护、电子商务市场规制等方面系统地阐述了电子商务企业法律知识和法律应用案例，为学生未来开展电子商务创业与就业提供必备的法律知识和法律应用能力储备。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

通过本课程的学习，使学生掌握电子商务法律基础知识、电子交易活动实施、知识产权的利用与保护，能够分析电子商务活动法律风险，具备法律风险防范意识。同时培养学生自主学习能力、自我管理能力、沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和法律素养。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解电子商务法律法规的调整范围；
- (2) 掌握电子商务交易主体身份确认；
- (3) 掌握电子合同的法律承认、成立和生效、履行方式和违约救济；
- (4) 掌握电子商务中的著作权利用、商标管理使用、专利权利用；
- (5) 掌握网络广告的法律治理、侵犯个人信息行为的类型、不正当竞争的类型及消费者权利。

### 2. 能力目标

- (1) 能够分析电子商务法律法规的特征；
- (2) 能够分析判断电子商务活动中的电子证据是否有效；
- (3) 能够分析电子合同的成立和生效的条件、违约责任；
- (4) 能够分析电子商务中的著作权、商标权和专利权的利用方式；
- (5) 能够分析电子商务中的广告违法行为并能采取应对措施。

### 3. 素质目标

- (1) 具有社会主义市场经济法治观；
- (2) 具有良好的职业道德和法律素养；
- (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) 具有理论联系实际素质和创新能力。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 电子商务 法律法规 认知	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解电子商务法律法规的概念和调整范围认知；</li> <li>2. 熟知电子商务法律法规的特征与作用；</li> <li>3. 能够归纳常见的电子商务法律案例类型；</li> <li>4. 培养学生理性思维。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 介绍了解电子商务法律法规的概念和调整范围认知；</li> <li>2. 多媒体讲授电子商务法律法规的特征与作用；</li> <li>3. 分组讨论，典型的电子商务法律法规案例；</li> <li>4. 总结归纳。</li> </ol>	6
2	项目二 电子商务	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知电子签名和数据电文含义和法律效力；</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 案例导入，引出《电子签名法》的关于电子签名和数</li> </ol>	6



	交易主体身份确认	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. 了解我国电子认证含义、电子认证证书的类型及法律效力;</li> <li>3. 培养学生的法律意识。</li> </ol>	<p>据电文的法条;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. 多媒体讲授电子认证含义、电子认证证书和法律效力;</li> <li>3. 布置任务, 结合案例让学生从电子签名法角度进行分析。</li> </ol>	
3	项目三 电子商务交易实施	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知签订与履行电子合同;</li> <li>2. 了解依法安全使用电子支付</li> <li>3. 能分析电子合同签订、履行、违约案例;</li> <li>4. 培养契约精神和法律意识。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 布置任务, 学生分析未成年人电子合同法律效力案例;</li> <li>2. 多媒体讲授电子合同的成立与生效;</li> <li>3. 学生小组讨论电子支付法律关系与责任;</li> <li>4. 分析总结电子合同的违约救济。</li> </ol>	8
4	项目四 电子商务中的知识产权利用与保护	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知知识产权和含义、法律性质和特征;</li> <li>2. 熟知著作权的主体、客体和内容;</li> <li>3. 能规避电子商务著作权风险和电子商务商标侵权行为;</li> <li>4. 培养学生的知识产权意识。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 布置任务, 分析知识产权的性质和特征;</li> <li>2. 导入典型案例, 分析著作权的主题、客体和内容;</li> <li>3. 多媒体讲授电子商务商标权侵权。</li> </ol>	6
5	项目五 电子商务市场规制	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知网络广告的含义和法律治理, 个人信息保护的法律规定;</li> <li>2. 能够结合案例分析电子商务个人信息侵权案例和不正当竞争案例;</li> <li>3. 培养学生维权意识。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 布置任务, 分析网络广告侵权行为;</li> <li>2. 多媒体讲授个人信息保护;</li> <li>3. 结合材料分析不正当竞争案例;</li> <li>4. 分析总结消费者权利。</li> </ol>	6

## 六、教学建议

### (一) 教学方法

本课程设计遵循以职业能力培养为核心，围绕电子商务法律法规这一核心问题，采用理论与案例相结合的方法，充分利用在线教育资源与课程思政，采用在讲授、案例分析、小组讨论等教学方法，适应学生个性化学习需要，并将社会主义市场经济法治观、维权意识、契约精神等思政元素融入理论教学和实践教学中，增强学生学习的主动性，提高课程的实践性，使知识、技能和素养培育“三位一体”，实现全过程、全方位育人。

## （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

## （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

## （四）教材编选

### 1. 教材选用建议

#### （1）教材选用

《电子商务法律法规》，王庆春 刘溪 王晓亮著，高等教育出版社，2023年6月。

#### （2）参考教材选用

《电子商务法》，苏丽琴著，电子工业出版社，2022年1月。

### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）本课程教材以电子商务从业人员必备的法律知识和法律应用能力为主线，提炼从企业调研的第一手资料，以电子商务活动中的典型工作任务为切入点，根据电子商务从业人员必备的法律素质要求构建教材内容。

（3）为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师和行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与实际电商运营业务紧密衔接，及时将电子商务法律法规中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同



降低理论内容讲解的深度。

## 7. 《文案策划与写作》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	文案策划与写作				
课程类别	专业基础课	课程代码	05004010		
课程学分	2	学时	总学时	理论学时	实践学时
			32	16	16
适应对象	第三学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《网络营销》				
后继课程	《网店运营与推广》				
制订人	方阿荣	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业基础课程。通过本课程学习，培养撰写创意类、编辑类和策划类文案的技术技能。学生通过对卖点提炼、文案构思、字词句段篇文、软文、新闻稿、广告文案、宝贝详情页、微博推文、微信公众号文章、短视频剧本、活动类策划案等的学习，了解并掌握电子商务企业实际工作中各类型文案写作特点及要求，具备策划文案编辑岗位的职业能力和职业素养，能够运用所学的写作知识、工具和技能独立完成企业营销推广工作。从而为学生从事网络推广、网站策划、网站编辑、新媒体运营、微博专员、微信专员等岗位工作打下良好基础。

### 三、课程设计思路

在课程在了解企业电子商务文案职责及能力需求基础上，用字词句段篇文循序渐进的方式，对学生进行电商文案写作基础训练，从广告语、标题、开头结尾的写法、创意类文案撰写技巧、编辑类文案的内容规划与写作、策划类文案的写作与运用等方面系统地进行电子商务文案的写作训练，提高电子商务文案能力。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

通过本课程的学习，使学生掌握广告语、标题、开头结尾的写法、创意类文案撰写技巧，学会编辑类文案的内容规划与写作、策划类文案的写作与运用。同时培养学生自主学习能力、自我管理能力和沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又

具有良好的职业道德和敬业精神。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解文案写作的特点和要求了解零售活动的三要素，掌握新零售的特征和发展因素；
- (2) 掌握构建企业数据化运营模式的三个步骤掌握文案构思三七法；
- (3) 掌握辨识电商企业各类型文案的特点和写作技巧；
- (4) 掌握活动策划与策划案写作的思路。

### 2. 能力目标

- (1) 能够根据企业目标客户、竞争对手及自身优势，提炼产品卖点；
- (2) 具备撰写创意类文案（广告语、软文、新闻稿等）的能力；
- (3) 具备撰写编辑类文案（微博、微信公众号、短视频剧本、宝贝详情页等）的能力；
- (4) 开通微信公众号、进行内容规划、推文撰写、推文编辑、发布推广并进行宣传推广；
- (5) 能够撰写活动策划案、新产品上市策划案并组织实施。

### 3. 素质目标

- (1) 具有“以消费者为中心”的价值观；
- (2) 具有良好的职业道德和敬业精神；
- (3) 具有组织协调能力，能够清晰描述项目的构思设想让团队成员愿意积极配合；
- (4) 学会协调，组织团队成员实现企业目标。
- (5) 具有团队意识和妥善处理人际关系的能力；
- (6) 具有理论联系实际的素质和创新能力。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 电子商务文案基础	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟悉内容营销的四个关键要素；</li> <li>2. 辨别UGC、PGC、OGC的异同及关系</li> <li>3. 掌握媒体、新媒体、自媒体、社会化媒体之间的关系；</li> <li>4. 掌握文案构思三七法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.用思维导图，画出媒体关系架构图；</li> <li>2. 用百度或招聘网站，了解当地城市企业对电商文案的需求；</li> <li>3. 从用户的角度寻找需求和痛点；</li> <li>4. 了解产品、用户、竞争对手基础上提炼产品卖点。</li> </ol>	4
2	项目二	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知电子商务文案的特点和</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 布置任务，运用五法十二</li> </ol>	6



	文案撰写 基本技巧 与应用	广告语的四大类别； 2. 掌握优秀广告语的五大原则； 3. 掌握广告文案中用词技巧和标题写作的基本要求； 4. 熟悉广告文案常用的修辞格、开头和结尾的三种写法。	式撰写广告标题； 2. 多媒体讲授广告文案使用的修辞手法； 3. 布置任务，制作H5软件制作H5邀请函； 4. 布置任务，结合材料完成广告文案。	
3	项目三 创意类文案撰写	1. 了解新闻营销的概念和作用； 2. 掌握新闻稿撰写基本要求； 3. 了解原生广告与信息流广告的关系，原生信息流广告与Banner广告的区别； 4. 熟悉信息流广告的展现形式。	1. 布置任务，撰写有吸引力的原生信息流广告文案； 2. 多媒体讲授原生广告的类型与特点； 3. 学生阅读材料，分析信息流广告实施过程； 4. 布置任务，在平台上投放信息流广告。	6
4	项目四 编辑类文案撰写	1. 了解个人微博与官方微博的异同； 2. 掌握微博文案撰写基本要求； 3. 熟知新浪官方微博开通及活动申请流程； 4. 掌握微信营销与微博营销的区别； 5. 了解微信公众平台的运营规则。	1. 布置任务，利用九宫格法寻找产品卖点； 2. 导入典型案例，分析微博写作五要点； 3. 多媒体讲授微信内置的四种商业模块和微信引流的八种方法； 4. 布置任务，按照按详情页逻辑排布，撰写宝贝详情页文案。	8
5	项目五 活动类文案写作	1. 了解策划案的概念及类型； 2. 掌握策划案写作四原则； 3. 掌握策划案写作思路六步法； 4. 了解新产品上市的流程。	1. 布置任务，撰写WORD版本的活动申请报告； 2. 多媒体讲解活动策划案写作的原则和思路； 3. 导入案例，分析新产品上市流程。 4. 布置任务，撰写新产品上市的应用报告。	8

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程设计遵循以职业能力培养为核心，围绕如何撰写创意类、编辑类和策划类文案这一主线，采用理论与案例相结合的方法，充分利用在线教育资源与课程思政，采用在讲授、案例分析、小组讨论等教学方法，适应学生个性化学习需要，并将社会主义核心价值观、职业教育、创新精神等思政元素融入理论教学和实践教学中，增强学生学习的主动性，提高课程的实践性，使知识、技能和素养培育“三位一体”，实现全过程、全方位育人。

### （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《电子商务文案策划与写作》，白东蕊著，人民邮电出版社，2022年3月。

##### （2）参考教材选用

《电子商务文案策划与写文案策划》，张润彤著，人民邮电出版社，2024年1月。

#### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作过程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）本课程教材将电子商务策划文案写作的具体业务工作，按照工作过程或工作内容的逻辑顺序分解成典型的工作项目，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解到相应的操作中。

（3）为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师 and 行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与实际电商运营业务紧密衔接，及时将电子商务策划文案写作的新问题、新方法及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 8. 《电子商务客户服务与管理》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	电子商务客户服务与管理				
课程类别	专业基础课程	课程代码	05004009		
课程学分	3	学时	总学时	理论学时	实践学时
			48	16	32
适应对象	第3学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《网络营销》				
后继课程	《网店运营与推广》				
制订人	方阿荣	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业基础课程，主要讲授电商客服接待准备、售前咨询、售中沟通、售后服务、投诉处理、客户关系维护等知识和技能。通过本课程的教学，使学生熟悉并学会使用商务即时聊天工具，掌握电商客服接待客户的沟通技巧和售前、售中和售后操作规则，使学生掌握电商平台客服接待规则、不同的类型客户的需求特点和沟通要领、客户投诉处理流程等基础理论知识，初步具备促成客户下单和催付、确认订单、跟踪售后服务、处理退换货工作、接待客户投诉等基本技能，培养具有较强职业能力、专业知识和良好职业素质的从事电商客服专员。

### 三、课程设计思路

在课程设计上理论知识与案例相辅相成，分别从电商客服礼仪、售前客服、售中客服、售后客服、客户服务管理等方面系统地阐述了电商客服的含义、电商客服的类型、电商客服的基本素养、售前客服流程和内容、售中客服内容、售后服务处理流程和内容、客户管理特点及内容，最后，理论知识与校企合作案例相结合，课堂知识与客服实践软件相结合，为电子商务企业培养理论扎实、实操技能强的综合素质专业人才。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

通过本门课程的学习，使学生掌握八项基本业务操作技能，即电商即时聊天通讯工具使用、

售前咨询设置快捷回复短语和FAQ、促成客户下单和催付、确认订单、跟踪售后服务、处理退换货工作、接待客户投诉并合理设置不同心理客户的接待方案、运用CRM系统进行客户管理。同时培养学生自主学习能力、自我管理能力和沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解电商客服的含义、类型；
- (2) 掌握电商客服的服务礼仪的含义、服务礼仪要求；
- (3) 掌握售前客服的含义、售前客服的内容、售前客服的原则；
- (4) 掌握售中客服的内容、未付款订单的处理和已付款订单处理；
- (5) 掌握售后客服的内容、退换货处理、顾客反馈的处理、顾客投诉的处理。
- (6) 掌握客户关系管理的概念、内容、电商客户管理的特征。

### 2. 能力目标

- (1) 能够熟练设计售前咨询话术，设置快捷回复短语和FAQ；
- (2) 能独立完成促成客户下单和催付、确认订单的工作；
- (3) 能独立完成跟踪售后服务、处理退换货工作；
- (4) 能接待客户投诉并合理设置不同心理客户的应对方案；
- (5) 能熟练运用CRM系统进行客户管理。

### 3. 素质目标

- (1) 具有“以消费者为中心”的价值观；
- (2) 具有良好的职业道德和敬业精神；
- (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) 具有理论联系实际的素质和创新能力。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 电子商务 客户服务 概述	1. 熟知电子商务客户服务发展现状、分类； 2. 识记电子商务客服分类、客户服务的素养要求； 3. 培养金牌客服的服务意识。	1. 说课：介绍电子商务客户服务分类、客户服务的素养要求； 2. 多媒体讲授：金牌客服的要求及客户服务的KPI考核； 3. 分组讨论，实际生活中电	6

			商客服的实例； 4. 总结归纳。	
2	项目二 电子商务 客户服务 礼仪	1. 熟知电子商务服务礼仪； 2. 能够设计常规问候、告别等沟通话术； 3. 培养电商交易习惯。	1. 提问：电子商务客服可以使用的礼仪规范用语有哪些； 2. 布置任务，让学生分校色扮演客服和顾客，设计情景话术问答； 3. 在电商客服软件上熟悉软件中的场景材料和常规问候、告别、咨询礼貌用语。	6
3	项目三 售前客服	1. 识记卖家操作流程、旺旺和咚咚即时聊天工具的使用； 2. 熟悉售前接待流程； 3. 培养电商服务意识。	1. 软件上登录卖家交易页面熟悉卖家中心的主要功能及操作规范； 2. 学习旺旺和咚咚聊天工具的使用； 3. 学生完成任务，教师指导。	8
4	项目四 售中客服	1. 熟知售中客服的含义、内容和接待流程； 2. 能够根据客户询问的发票、物流、赠品等询问设计回复话术； 3. 培养电商交易意识。	1. 说课：讲解售中客服的含义、内容； 2. 多媒体讲解：售中客服接待流程； 3. 布置任务，登录模拟软件卖家中心，在规定的时间内回复顾客的对售中问题的提问； 4. 总结归纳。	8
5	项目五 售后客服	1. 识记退换货的处理方法和操作流程； 2. 能够与买家就商品退换货问题进行沟通； 3. 能够正确处理顾客反馈和顾客投诉问题； 3. 培养电商客服的服务意识。	1. 说课：讲解网点售后服务的含义、内容、原则； 2. 多媒体讲解：退换货的处理方法和操作流程； 3. 布置任务：登录模拟软件卖家中心，在规定的时间内回复顾客的对退换货、退款	8

			要求的提问，并完成操作。	
6	项目六 客户管理	1. 熟知客户管理的概念，客户管理页面的功能； 2. 识记电子商务企业开发新客户，维护老客户方法； 3. 能够进行客户信息的管理及修改； 4. 培养客户管理的服务意识。	1. 布置任务，学生进行客户数据的分析，客户信息归纳整理、查找要编辑的客户信息进行修改； 2. 导入典型案例，介绍相关知识点； 3. 归纳总结。	6

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程设计遵循以职业能力培养为核心，围绕提高电子商务客户服务这一核心问题，采用理论与案例相结合的方法，充分利用在线教育资源与课程思政，采用在讲授、案例分析、小组讨论等教学方法，适应学生个性化学习需要，并将社会主义核心价值观、职业教育、创新精神等思政元素融入理论教学和实践教学中，增强学生学习的主动性，提高课程的实践性，使知识、技能和素养培育“三位一体”，实现全过程、全方位育人。

### （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《电子商务客户服务》，周艳红著，中国人民大学出版社，2023年10月。

##### （2）参考教材选用

《电子商务客户服务》，徐熠明，陈曦著，中国财政经济出版社，2023年7月。

#### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成

为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作过程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）本课程教材将电子商务客户服务的具体业务工作，按照工作过程或工作内容的逻辑顺序分解成典型的工作项目，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解到相应的操作中。

（3）为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师 and 行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与实际电商运营业务紧密衔接，及时将电子商务客户服务中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 9. 《直播运营》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	直播运营				
课程类别	专业核心课	课程代码	05004012		
课程学分	4	学时	总学时	理论学时	实践学时
			64	32	32
适应对象	第三学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《电子商务基础》《短视频设计与制作》				
后继课程	《网店运营与推广》《零售门店 O2O 运营》				
制订人	王咏鑫	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业核心课程。培养掌握直播营销技巧的高级技能人才，具有丰富的视野和扎实的知识基础，掌握直播营销的相关技术，具有较强的实践能力和创新精神，具备较强的语言表达、文案写作能力、直播平台运营及直播间设备操作技能的直播营销人员。

### 三、课程设计思路

本课程从直播前期的平台选择、团队构建、主播打造、直播营销策划与筹备、直播选品等方面准备工作，到直播营销的引流预告、话术设计、直播间的氛围管理方法、直播间的商品介绍、直播间的促销设计、直播间的用户管理，以及直播结束后的复盘方法等具体实践方法，全方位、多角度地介绍了直播营销过程中每一个环节的知识点和操作技巧。通过本课程的学习，激发学生对直播营销的兴趣，使学生掌握直播营销从业人员必备的各种知识和实战技能，促进学生的就业。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

课程坚持立德树人根本任务，以弘扬当代青年与直播一起成为未来中国一股向上的力量

为主线，培养服务本集团、本地区建设，具有较强直播策划和运营推广能力，德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解直播营销的相关基础理论知识；
- (2) 了解直播营销平台选择的标准；
- (3) 掌握直播账号定位设计；
- (4) 掌握直播营销的团队构建；
- (5) 掌握直播营销的主播打造；
- (6) 掌握直播营销的策划与筹备；
- (7) 掌握直播选品策略；
- (8) 掌握直播前的引流技巧；
- (9) 掌握直播间操作基本技能；
- (10) 熟悉直播后的复盘方法。

### 2. 能力目标

- (1) 具有直播间脚本写作基础能力；
- (2) 具有新媒体内容运营能力；
- (3) 具有新媒体活动策划推广能力；
- (4) 具有主流新媒体工具推广及运营能力。

### 3. 素质目标

- (1) 具有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。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 认识直播 和直播营	1. 了解直播的含义及发展历程； 2. 理解直播的营销价值；	1. 案例导入：直播营销的优势； 2. 小组讨论：直播营销行业	6

	销	<p>3. 理解直播营销的产业链结构。</p> <p>4. 了解直播营销面临的挑战和未来的发展趋势。</p>	<p>分析；</p> <p>3. 总结归纳。</p>	
2	项目二 直播营销的平台选择	<p>1. 了解兴趣电商平台；</p> <p>2. 了解货架电商平台；</p> <p>3. 了解社交电商平台。</p>	<p>1. 理论讲授：各直播平台特征；</p> <p>2. 小组分享：各直播平台直播营销优势；</p> <p>3. 实践活动：各直播平台用户画像。</p>	6
3	项目三 直播账号定位设计	<p>1. 掌握如何确定赛道；</p> <p>2. 掌握进行对标学习；</p> <p>3. 掌握账号设计。</p>	<p>1. 布置任务：评估自身优势；</p> <p>2. 实践活动：账号设计。</p>	8
4	项目四 直播营销团队构建	<p>1. 了解不同情况下直播团队的构建方法；</p> <p>2. 掌握直播营销核心岗位的职责；</p> <p>3. 熟悉不同直播团队的运营策略；</p> <p>4. 了解直播团队的管理方法；</p> <p>5. 了解直播团队薪资模式。</p>	<p>1. 小组讨论：直播团队的构建；</p> <p>2. 理论讲授：直播团队核心岗位职责。</p>	6
5	项目五 直播营销的主播打造	<p>1. 了解人气主播的特点；</p> <p>2. 掌握主播人设的策划方法；</p> <p>3. 熟悉主播人设的渲染方法；</p> <p>4. 了解虚拟主播的应用。</p>	<p>1. 案例导入：人气主播特点；</p> <p>2. 布置任务：策划主播人设方法；</p> <p>3. 实践活动：虚拟主播的应用。</p>	6
6	项目六	1. 了解直播营销的工作流	1. 布置任务：直播活动策划	8

	直播营销的 策划与筹备	程； 2. 熟悉直播的整体策划方法； 3. 掌握直播活动的脚本方案； 4. 掌握直播场地的选择与布置方法； 5. 了解直播间需要配置的设备。	划； 2. 小组讨论：直播活动的脚本方案； 3. 实践活动：直播场地布置。	
7	项目七 直播营销的 商品规划	1. 直播间的选品方法； 2. 直播间商品定价策略； 3. 直播间商品配置策略； 4. 主流选品渠道。	1. 案例导入：选品用户思维； 2. 教师讲授：组合商品定价策略； 3. 布置任务：商品配置策略； 4. 实践活动：主流选品渠道。	6
8	项目八 直播前的引 流预告	1. 直播引流的渠道和时机； 2. 直播引流的内容设计； 3. 不同平台的付费引流。	1. 布置任务：直播引流渠道及技巧。	4
9	项目九 直播间的营 销管理	1. 直播营销的话术设计； 2. 直播间的氛围管理方法； 3. 直播间的促销策略； 4. 直播间的用户管理； 5. 直播间的突发事件处理。	1. 小组分享：直播间话术； 2. 实践互动：直播间管理	6
10	项目十 直播复盘	1. 直播复盘的基本步骤； 2. 直播复盘的数据分析。	1. 案例分析：直播复盘的数据分析。	4
11	项目十一 直播营销的	1. 东方甄选的直播案例分析；	1. 案例分析：不同行业直播营销的特点及可供借鉴的	4

	经典案例分析	2. 鸭鸭羽绒服的直播案例分析； 3. 秋叶大叔的直播案例分析。	方面。	
--	--------	-------------------------------------	-----	--

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程依据职业能力标准国家专业教学标准，融入课程思政，采用翻转课堂、任务驱动等线上线下混合式教学，突出了对学生直播营销职业能力的训练，在培养学生岗位核心能力的同时，注重对学生进行思想政治教育和职业素质培养。根据直播营销岗位的认知要求，改革传统的课程体系和教学方法，形成以就业为导向，立足于学生职业能力培养和职业素养养成，突出课程的应用性和操作性。通过任务驱动充分发挥学生的主体作用，让学生在完成具体任务的过程中掌握直播营销理论知识，发展职业能力，并提升职业素养。

### （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《直播营销》，蔡勤，李圆圆著，人民邮电出版社，2024年3月。

##### （2）参考教材选用

《直播运营》，郑延，刘祎著，人民邮电出版社，2023年6月。

#### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作程序化内容

的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）本课程教材将共分为 11 章。第 1 章主要介绍了直播的基本概念、发展历程、营销价值，直播营销的行业解析、行业痛点和发展趋势；第 2 章至第 7 章从直播营销的平台选择、直播账号定位设计、直播营销的团队构建、直播营销的主播打造、直播营销的策划与筹备、直播营销的商品规划等方面介绍了直播前期各个环节的准备工作；第 8 章至第 10 章分别介绍了直播前的引流预告、直播间的营销管理、直播复盘；第 11 章介绍了几个知名直播团队的成功案例，以期给读者带来启发，让读者学习到优秀主播及其团队的运营经验。

## 七、说明

由于直播具有新颖性和时效性，因此在课程教学中应允许教师根据实际情况灵活改变授课方式、授课内容和授课场地，允许适当进行调整。

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 10.《新媒体运营》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	新媒体运营				
课程类别	专业核心课	课程代码	05004030		
课程学分	4	学时	总学时	理论学时	实践学时
			64	32	32
适应对象	第三学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《短视频设计与制作》《网络营销》				
后继课程	《零售门店 O2O 运营》《网店运营与推广》				
制订人	吕佳珉	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业核心课程。本课程旨在引导学生将所学的新媒体基础知识与企业岗位技能进行整合，以项目驱动的方式组织教学来提高学生的新媒体实际运营能力。本课程使学生进一步了解新媒体运营的本质，在项目的实践过程中激发学生的创新意识，提高学生在新媒体实际运营过程中分析问题和解决问题的能力，以便使学生实现从学校到社会的平滑过渡。

### 三、课程设计思路

本课程主要以项目驱动的方式帮助学生将本专业所学的零星知识点与技能进行整合。根据新媒体运营市场调研，从学生的现状出发，选取贴近所学技能的企业项目，激发并保持学生的学习兴趣。通过反复的实战练习，提高学生的技能，培养学生探索知识的乐趣、良好的思维习惯和实践能力，最终提高学生运用电商与新媒体知识解决实际问题的能力。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

本课程主要学习新媒体运营的基本知识、文案策划、自媒体运营、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自媒体运营、用户运营、运营人的通用方法等。通过学习本课程使学生具备创建并运营管理各自媒体平台的能力，成为一名合格的自媒体人，为学生的就业成才多提供一条途径。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解新媒体运营的基础；
- (2) 理解新媒体运营的基本要素；
- (3) 深入理解新媒体运营的具体操作；
- (4) 理解微信运营的操作流程；
- (5) 深入理解文案策划的具体实施步骤；
- (6) 深入理解活动运营以及推广的操作流程；
- (7) 了解自媒体平台的操作流程以及方法
- (8) 深入理解音频自媒体以及短视频自媒体的运营要点

### 2. 能力目标

- (1) 掌握微信运营的操作流程
- (2) 掌握文案写作的技巧
- (3) 掌握主流自媒体平台的平台规则以及特点
- (4) 熟练掌握短视频自媒体和音频自媒体的内容生产和传播规则
- (5) 掌握活动运营和推广的操作方法
- (6) 掌握用户运营的操作流程

### 3. 素质目标

- (1) 培养学生实践动手操作能力；
- (2) 树立科学的设计创新意识；
- (3) 形成“以人为本”的设计观念；
- (4) 锻炼语言表达能力；
- (5) 培养学生的沟通能力和协作精神；
- (6) 培养学生爱岗敬业的工作作风；
- (7) 培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 新媒体概述	1. 熟知认识新媒体发展现状、特点及趋势； 2. 识记新媒体的形式与特征； 3. 培养敏锐的新媒体营销洞察能力。	1. 说课：介绍新媒体发展现状、特点及趋势； 2. 多媒体讲授：新媒体的形式与特征； 3. 分组讨论，实际生活中的实例；	2

			4. 总结归纳。	
2	项目二 新媒体营销与运营	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知新媒体营销的概念及类型；</li> <li>2. 能够描述新媒体营销的工具特点，对其进行筛选；</li> <li>3. 培养新媒体营销思维和灵活运用新媒体营销方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提问：常见的新媒体有哪些形式，你最近接触到哪些新媒体营销，引出课程；</li> <li>2. 多媒体讲授：新媒体营销的概念与类型；</li> <li>3. 说课：新媒体营销工具的运用和新媒体营销思维；</li> <li>4. 布置任务，让学生讨论案例如何运用新媒体营销</li> </ol>	6
3	项目三 微博营销	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知微博营销概念和特点；</li> <li>2. 能够微博营销入口设计；</li> <li>3. 培养微博营销思维和分析能力。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 说课：介绍微博发展现状、特点及趋势；</li> <li>2. 多媒体讲授：微博的营销的入口设计；</li> <li>3. 导入典型案例，介绍微博营销入口设计要领；</li> <li>4. 布置任务，让学生讨论案例如何进行微博的入口设计；</li> <li>5. 总结归纳。</li> </ol>	8
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知微博营销的推销技巧和营销策划；</li> <li>2. 能够进行微博营销效果；</li> <li>3. 培养微博营销策划能力。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 说课：介绍微博营销发特点及推销技巧；</li> <li>2. 多媒体讲授：微博营销的策划要领；</li> <li>3. 导入典型案例，介绍微博营销效果分析；</li> <li>4. 布置策划任务，让学生在在规定时间内完成微博软文写作。</li> <li>5. 考核评价，归纳总结。</li> </ol>	8
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知微信营销概念和模式；</li> <li>2. 能够微信朋友圈营销策划；</li> <li>3. 培养微信营销思维和分析能力。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 说课：介绍微信发展现状，微信营销特点及趋势；</li> <li>2. 多媒体讲授：微新营销模式；</li> <li>3. 导入典型案例，介绍微信</li> </ol>	

4	项目四 微信营销		朋友圈营销策划要领； 4. 布置任务, 让学生讨论案例进行微信朋友圈广告分析； 5. 总结归纳。	6
		1. 熟知微信群的推销技巧和营销策划； 2. 能够进行微信公众号营销策划； 3. 培养微信营销策划能力。	1. 说课: 介绍微信群营销特点及类型； 2. 多媒体讲授: 微信营销与其他营销类型的区别； 3. 导入典型案例, 介绍微信公众号定位分析； 4. 布置策划任务, 让学生在规定时间完成微信公众号案例分析。 5. 考核评价, 归纳总结。	6
5	项目五 短视频营销	1. 熟知短视频营销概念和模式； 2. 能够运用合理素材进行短视频设计； 3. 培养短视频营销思维和分析能力。	1. 说课: 介绍视频营销发展趋势； 2. 多媒体讲授: 短视频设计与创作； 3. 导入典型案例, 介绍短视频剧本创作要领； 4. 布置任务, 让学生分组制作一个结合校园生活的某品牌零食的短视频； 5. 总结归纳。	6
		1. 熟知各短视频平台的特点； 2. 能够进行短视频营销策划； 3. 培养短视频营销策划能力。	1. 说课: 介绍短视频平台特点及分类； 2. 多媒体讲授: 直播营销类型； 3. 布置策划任务, 让学生在规定的时间内完成抖音号短视频上传。 4. 考核评价, 归纳总结。	6
	项目六 自媒体营	1. 识记自媒体营销的特点、类型；	1. 说课: 介绍自媒体营销特点及类型；	6

6	销	2. 能够较好完成头条营销策划和百家号的营销活动; 3. 培养自媒体营销策划能力。	2. 多媒体讲授:头条营销特征和百家号营销活动; 3. 布置策划任务,让学生在规定时间完成头条号标题的写作; 4. 考核评价,归纳总结。	
7	项目七 社群营销	1. 能够熟记社群营销的概念、内容和类型; 2. 能够较好完成社群营销策划和营销KPI考核; 3. 培养社群营销策划能力。	1. 说课:介绍社群营销的概念内容和类型; 2. 多媒体讲授:社群营销策划和KPI考核; 3. 布置策划任务,让学生在规定时间完成社群营销策划案; 4. 考核评价,归纳总结。	8
8	项目八 期末总复习	1. 能够熟知重点知识; 2. 能够熟记新媒体策划和实施要领。	1. 教师分析点评; 2. 课程的知识框架进行梳理,回顾主要的知识点和技能操作要领; 3. 学生自主复习。	2

## 六、教学建议

### (一) 教学方法

本课程设计遵循先基本原理、基本理论的讲述,再进行知识和技能的讲授的方式,由浅入深,循序渐进。在教学中采用“复习回顾—案例教学(教师演示)—自主学习(学生演练)—学生上机实践(针对学生碰到的具体问题教师再进行讲解)—课堂小结—提示下次预习的内容”的教学方法,同时将课堂搬进计算机基础实验室,即学即用,以取得较好的教学效果。

### (二) 评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面,建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度,着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩,尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成:

总评成绩=平时成绩(20%)+技能考核(40%)+期末考成绩(40%)

### (三) 教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

#### （四）教材编选

##### 1. 教材选用建议

###### （1）教材选用

《新媒体营销》，康肖琼著，机械工业出版社。

###### （2）参考教材选用

①《新媒体营销概率》，勾俊伟，刘勇编著，人民邮电出版社出版，2019.7；

②《新媒体营销案例》，白东蕊著，人民邮电出版社出版，2022.4。

##### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）本课程教材将新媒体策划的具体业务工作，按照工作过程或工作内容的逻辑顺序分解成典型的工作项目，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解到相应的操作中。

（3）为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师 and 行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与新媒体业务紧密衔接，及时将新媒体行业中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 11.《网店运营与推广》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	网店运营与推广				
课程类别	专业核心课	课程代码	05004008		
课程学分	4	学时	总学时	理论学时	实践学时
			64	32	32
适应对象	第四学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《新媒体运营》《直播运营》				
后继课程	《商务数据分析》《电子商务创业实务》				
制订人	王咏鑫	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业核心课程。是建立在淘宝平台应用的基础上而开设的一门实践课程。淘宝平台的应用让学生了解整个电子商务交易的过程，买方、卖方、中间商等各种不同的角色，使整个电子商务过程得到完整的体现。通过网上开店的实训掌握淘宝开店的流程、运营工具的使用、店铺装修和店铺营销等活动，培养学生电商运营的实战能力和综合应用电商知识解决实际问题的能力。该课程的所有教学模块内容可以融入“电子商务运营”1+X职业技能等级证书。

### 三、课程设计思路

本课程的教学设计以电子商务专业的网店运营岗位需求为导向，基于网店运营的工作过程设计教学内容。将网店运营岗位的工作过程划分为几个阶段，然后按流程顺序分析每个阶段所需的知识和技能，以此来设计每节课的教学内容。在本门课程中进行课程思政融合，通过网店运营基本理论知识和基本业务操作的讲授，使学生了解从事网店运营岗位应具备的职业操守。

### 四、课程教学目标

## （一）总体目标

通过本课程的教学，使学生掌握网店运营基础理论知识，熟悉网店运营的规则和对区域经济发展的作用，掌握网店运营基本工作过程，具备对淘宝平台运营的操作能力，能够掌握网店运营中客户服务、客户管理的措施，掌握网店运营数据的分析及应用。培养学生具备逻辑思维能力、营销能力、规划能力、产品策划能力、监控能力、市场推广、数据分析能力等基本岗位能力和职业素质。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- （1）掌握网店运营的基础理论知识；
- （2）熟练掌握网店管理、商品交易管理；
- （3）学会网店商品拍摄的基本方法；
- （4）掌握影响商品排名的因素和商品的搜索引擎优化；
- （5）熟悉网店客服的沟通技巧与客户关系管理。

### 2. 能力目标

- （1）掌握网店开通、商品选择及发布的方法，培养产品选择等能力；
- （2）掌握图片处理的基本操作，培养电商美工设计能力；
- （3）掌握网店装修的方法，培养优化店铺的能力；
- （4）掌握网店推广的方法，培养电商运营的能力；
- （5）掌握网店数据分析的方法，培养诊断店铺能力及数据分析能力。

### 3. 素质目标

- （1）具备电商运营的基本职业道德，热爱电子商务职业，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规；
- （2）养成细心耐心的习惯，具有良好的服务意识；
- （3）维护企业的形象，在客户面前不卑不亢，与客户交流中切勿庸俗低下；
- （4）加强团队精神，能够与团队成员和谐相处，有合理化建议及时与团队成员进行交流、探讨；
- （5）培养学生德智体美劳全方面的发展，注重开发的学生智慧潜能，适应社会的能力。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 淘宝店铺 开通	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 网店基础知识;</li> <li>2. 开通淘宝店铺;</li> <li>3. 千牛卖家中心操作;</li> <li>4. 货源的选择。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 理论讲授: 常见的网店平台及其特点;</li> <li>2. 教师演示: 演示用PC端或电脑淘宝店铺的入口, 开通淘宝店的流程;</li> <li>3. 学生实践: 开通自己的淘宝店铺。</li> </ol>	6
2	项目二 商品发布	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 上传和发布商品;</li> <li>2. 运费模板和运单模板的设置。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 理论讲授: 商品发布的三要素(标题、主图、描述);</li> <li>2. 教师演示: 进入淘宝店铺后台-千牛工作台演示商品发布;</li> <li>3. 学生实践: 自己的淘宝店铺中发布商品。</li> </ol>	6
3	项目三 网店管理	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 网店基本管理;</li> <li>2. 商品交易管理;</li> <li>3. 客户服务管理。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 理论讲授: 网店基本设置、子账号、商品分类的方法、商品交易管理的关键环节;</li> <li>2. 教师演示: 进入淘宝店铺后台-千牛工作台演示网店的基本设置(包括域名、店标、分类管理、子账号管理);</li> <li>3. 学生实践: 对自己的淘宝店铺进行基本设置、子账号、商品分类的设置。</li> </ol>	8
4	项目四 网店图片的 拍摄与处理	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商品图片拍摄;</li> <li>2. 图片处理基本操作;</li> <li>3. 制作商品展示图片;</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 理论讲授: 商品图片的拍摄的基础知识、熟悉商品图片处理工具PS;</li> </ol>	8

		4. 制作海报图。	2. 教师演示：演示PS处理图片的技巧； 3. 学生实践：商品图片的拍摄及对图片进行美化，并上传到自己的淘宝店铺中。	
5	项目五 网店装修	1. 网店装修基础； 2. 手机端装修； 3. 电脑端首页装修； 4. 商品详情装修。	1. 教师演示：演示电脑端店铺装修和手机端店铺装修的入口和方法（包括店招、轮播图、店铺整体风格美化等）； 2. 学生实践：对自己的电脑端店铺和手机端店铺进行装修。	6
6	项目六 网店搜索引擎优化	1. 淘宝网的自然搜索规律； 2. 优化商品标题； 3. 其他类型的优化。	1. 理论讲授：淘宝网自然搜索的原理与搜索引擎的工作步骤（举例）、影响排名的因素； 2. 教师演示：边讲授边演示，如演示关键词的来源等； 3. 学生实践：对自己的店铺的商品进行优化，达到90分以上。	8
7	项目七 网店推广和营销	1. 店内推广； 2. 站内推广； 3. 站外推广。	1. 理论讲授：店内活动及营销工具、站内营销工具的设置及排名扣费原理，如直通车等； 2. 教师演示：边讲授边演示店内营销工具、站内营销工	8

			具的使用； 3. 学生实践：使用营销工具等对自己的店铺及商品进行营销推广。	
8	项目八 网店内容运营	1. 淘宝网店内容运营的主要形式； 2. 学会发布关注内容； 3. 淘宝直播的开通与直播脚本的设计； 4. 不同类型短视频制作的规范与方法。	1. 理论讲授：直播展现渠道、直播脚本制作、短视频制作要点； 2. 教师演示：边讲授边演示直播入驻流程、直播发布、短视频制作； 3. 学生实践：入驻淘宝直播、直播脚本制作、短视频制作。	4
9	项目九 网店客服与客户关系管理	1. 网店客服的沟通技巧； 2. 售前客服和售后客服的工作内容； 3. 阿里店小蜜的基本功能； 4. 客户列表的操作、客户群组工具的使用及VIP设置。	1. 理论讲授：网店沟通的技巧； 2. 教师演示：边讲授边演示智能客服阿里店小蜜的功能和设置、千牛接待中心客户关系管理的设置； 3. 学生实践：对自己店铺的阿里店小蜜、千牛接待中心进行设置。	6
10	项目十 网店运营数据分析	1. 网店运营数据分析的意义和流程； 2. 网店运营数据分析的核心数据； 3. 使用生意参谋分析网店数据。	1. 理论讲授：网店运营的核心数据； 2. 教师演示：边讲授边演示生意参谋的数据； 3. 学生实践：用生意参谋分析自己店铺的数据，并诊断店铺，提出优化措施。	4

## 六、教学建议

### （一）教学方法

在课程中引入校企合作的真实电商运营项目，让学生参与其中，零距离接触就业岗位工作。采用以学生为中心的教学方法组织教学，如任务驱动、案例法、项目教学等。课程考核注重线上与线下、过程与结果、个人与团队等多方面的考核。

### （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。本门课程的考核从线上与线下、过程与结果、理论与实操、个人与团队多维度、多方面进行。该课程理论与实践并重，对理论知识及实践操作技能进行综合考核，并注重学习过程考核。课程总成绩由四部分组成：平时表现（20%）、理论考核（40%）、网店运营实操（40%）。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+理论考核（40%）+运营实操（40%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《网店运营实务》，白东蕊著，人民邮电出版社，2023.11月。

##### （2）参考教材选用

《网店运营管理与营销推广（第2版）》，李军著，清华大学出版社，2021.11月。

#### 2. 教材编写原则与要求

（1）《网店运营实务》课程的设计突出职业性，着力营造职业氛围，熟练掌握网店运营的相关技能，培养与提升学生电商运营从业能力。

（2）引企入校，在项目选择、教学观念、教材内容、学习方式、作业练习、绩效评价和教师心态等方面，融入企业机制，给师生提供更多选择的机会和更大创新的空间，努力打造《网店运营》精品课程资源。

（3）“以就业导向”的技能型教学模式要求对网店运营课程进行技能定位，即打破原有的书本教学体系，将静态知识点拆分为电商运营岗位需要的动态技能点，并融汇到教学过程中，提高专业知识与技能紧密结合的力度。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 12.《零售门店 O2O 运营》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	零售门店 O2O 运营				
课程类别	专业核心课	课程代码	05004014		
课程学分	4	学时	总学时	理论学时	实践学时
			64	32	32
适应对象	第四学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《电子商务基础》《新媒体运营》				
后继课程	《农村电商运营》				
制订人	王裕	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业核心课程。传统的线上电商从诞生之日起就存在着难以弥补的明显短板，线上购物的体验始终不及线下购物是不争的事实。相对于线下实体店给顾客提供商品或服务时所具备的可视性、可听性、可触性、可感性、可用性等直观属性，线上电商始终没有找到能够提供真实场景和良好购物体验的现实路径。因此，在用户的消费过程体验方面不能满足人们日益增长的对高品质、异质化、体验式消费的需求阻碍了传统线上电商企业实现可持续发展。通过本课程学习，探索运用零售门店 O2O 模式来启动消费购物体验的升级，推进消费购物方式的变革，构建零售业的全渠道生态格局，有助于推进电商的进一步发展。

### 三、课程设计思路

在课程设计上理论知识与案例相辅相成，分别从新零售初识、理念革新、零售 O2O、渠道构建、商品管理与创新、深度营销、数据化运营、体验建设、重构会员体系等方面系统地阐述了新零售的内涵、特征，以及新零售运营方法论，为新零售趋势下的零售企业决策者和从业者提供战略业务的决策参考，以及新零售商业实践的落地方法。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

通过本课程的学习，使学生掌握零售店铺 O2O 运营的基本理论，学会运用相关理念和工具开展 O2O 运营。同时培养学生自主学习能力、自我管理能力、沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- （1）了解零售活动的三要素，掌握新零售的特征和发展因素；
- （2）掌握构建企业数据化运营模式的三个步骤；
- （3）掌握社区团购的四个关键点，构建 O2O 闭环生态体系；
- （4）掌握开展品牌定位的有效策略；
- （5）掌握跨好“界”的有效准则。

### 2. 能力目标

- （1）能够以数据化衡量客户价值，实现精准营销；
- （2）具有独立完成用大数据绘制消费者虚拟代表的能力；
- （3）具有重构经营模式，实现传统零售向新零售的战略转型的能力；
- （4）能以数据为驱动，构建数字化供应链网络；
- （5）能商品创新，持续赋予商品全新的吸引力。

### 3. 素质目标

- （1）具有“以消费者为中心”的价值观；
- （2）具有良好的职业道德和敬业精神；
- （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）具有理论联系实际的素质和创新能力。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 新零售概述	1. 了解新零售的概念； 2. 熟知“人”、“货”、“场”、“圈”，四个维度下新零售的特征； 3. 能够根据目前零售业发展情况分析传统零售存在的缺陷以及新零售发展状态； 4. 培养学生创新思维。	1. 介绍零售门店O2O运营课程的学习意义、整体设计； 2. 多媒体讲授“人”“货”“场”三要素，以及驱动新零售发展的四大因素； 3. 分组讨论，新零售与传统零售、电子商务的对比； 4. 总结归纳。	6
2	项目二 新思维引领零售新	1. 熟知差异化策略、扁平化管理； 2. 能够以消费者为中心，从“商	1. 案例导入，引出思维变革、重构经营模式以及转变管理模式三个理念革新；	6

	模式	品思维”转向“消费者思维”； 3. 培养“以消费者为中心”的价值观。	2. 多媒体讲授数据新零售模式下三种典型的商业逻辑； 3. 布置任务，结合案例让学生从个性化经营、新型管理体系等方面进行分析。	
3	项目三 零售 O2O	1. 熟知零售O2O的四种应用模式； 2. 能自建APP,建立线上与线下的对接和循环； 3. 培养多元化发展理念，构建商业闭环。	1. 布置任务，结合实际，学生对比线上、线下零售的优点和不足； 2. 多媒体讲授零售 O2O 的发展趋势和四种应用模式； 3. 学生阅读材料，从兴趣商品、消费者价值、有趣体验三个维度分析线下策略；从超市 App、个性推荐、实体门店三个维度分析线上策略； 4. 分析总结社交为依托的O2O新模式的关键点。	8
4	项目四 全渠道战略多维布局	1. 熟知新零售环境下的各类渠道及其特点； 2. 能够以消费者为核心，构建物流新格局； 3. 培养学生的竞争意识和思维，搭建消费者的无缝全渠道体验。	1. 布置任务，分析传统渠道模式的优缺点； 2. 导入典型案例，指出向全渠道模式升级的必要性； 3. 多媒体讲授零售企业转型升级的核心要素、新零售对物流提出新需求； 4. 以数据为驱动，构建数字化供应链网络。	8
5	项目五 商品定位	1. 熟知商品定位的原则； 2. 能够结合实际情况确定品类角色，进行品类评估，制定品类评分表以及实施品类计划； 3. 培养创新意识，树立可持续发展理念。	1. 布置任务,任选感兴趣的商品，分析其定位； 2. 多媒体讲授定位的意义、原则、方法，讲授5种创新思维； 3. 结合材料分析如何做好品牌定位以及开展品牌定位的有效策略；	8

			4.用“熟悉的新奇感”完成商品创新。	
6	项目六 新零售时代的品牌运营	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知品牌运营的含义；</li> <li>2. 能够结合实际论述跨界营销的意义，以及衡量跨界营销是否触达受众的关键；</li> <li>3. 培养深度营销理念，树立正确的竞争观以及1+1&gt;2的营销理念。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 布置任务，结合购物体验，讨论自媒体在营销中的作用；</li> <li>2. 多媒体讲授智能导购、双赢营销手段、跨界营销的内涵以及内容营销；</li> <li>3. 通过内容营销，培养用户信任度、刺激用户感性消费，打造品牌自媒体。</li> </ol>	8
7	项目七 数据化运营	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知构建企业数据化运营模式以及零售企业数字化转型“五步曲”；</li> <li>2. 能够运营数据分析，用大数据驱动精细化运营；</li> <li>3. 培养数据敏锐性，提高数据赋能能力。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 多媒体讲授企业实现数字化转型升级的基本要求，布置任务，学生通过创建、利用、整合三步走，构建企业数据化运营模式；</li> <li>2. 多媒体讲授消费者画像的含义和类型；</li> <li>3. 根据构建消费者画像的基本步骤，构建消费者画像；</li> <li>4. 用科学的思维方式指导数据分析，从“人”“货”“场”三个维度构建数据分析指标体系。</li> </ol>	8
8	项目八 体验建设	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知营造氛围的重要性；</li> <li>2. 能够领会VR/AR+零售，融合虚拟与现实，打造沉浸式购物体验；</li> <li>3. 培养创新意识和创新思维，能够借助打造互动式体验消费场景，为消费者提供新奇又贴心的服务。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 案例导入，通过案例理解体验营销的重要性；</li> <li>2. 多媒体讲授快闪店的类型及关键点，讲授打造互动式体验消费场景的要点；</li> <li>3. 结合任务分析VR 线上零售店铺落地的关键点。</li> </ol>	6
9	项目九 重构会员	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知会员体系的划分方法；</li> <li>2. 能够用 SCRM 模式构建品牌</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 引入案例，通过案例让学生</li> </ol>	6

	体系	私域流量； 3. 培养数字化时代的智慧管理思维，借助工具筛选高价值客户。	了解会员体系的概念和会员身份的细分依据； 2. 多媒体讲授会员等级体系、会员权益体系、会员积分制以及实施付费会员模式的三大策略； 3. 通过Costco和亚马逊付费会员服务的灯塔效应，总结成功打造付费会员模式的原则。	
--	----	---	--	--

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程设计遵循以职业能力培养为核心，围绕如何零售店铺 O2O 运营这一核心问题，采用理论与案例相结合的方法，充分利用在线教育资源与课程思政，采用在讲授、案例分析、小组讨论等教学方法，适应学生个性化学习需要，并将社会主义核心价值观、职业教育、创新精神等思政元素融入理论教学和实践教学中，增强学生学习的主动性，提高课程的实践性，使知识、技能和素养培育“三位一体”，实现全过程、全方位育人。

### （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《新零售运营管理》，李忠美著，人民邮电出版社，2020年10月。

##### （2）参考教材选用

《新零售》，李国鑫、叶强、庞涛著，清华大学出版社，2020年6月。

#### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统

的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）本课程教材将零售 O2O 运营的具体业务工作，按照工作过程或工作内容的逻辑顺序分解成典型的工作项目，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解到相应的操作中。

（3）为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师 and 行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与实际电商运营业务紧密衔接，及时将 O2O 运营中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 13. 《商务谈判与推销技巧》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	商务谈判与推销技巧				
课程类别	专业核心课程	课程代码	050040134		
课程学分	4	学时	总学时	理论学时	实践学时
			64	32	32
适应对象	第四学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《国际商务文化与礼仪》				
后继课程					
制订人	孙政	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业的一门专业核心课程，该课程强化谈判与推销各个环节的技能训练，培养适合各类企业经营管理、熟悉商务合作等一线岗位所需的营销人才。通过本课程的学习，使学生掌握商务谈判与推销技巧的基本概念、基本原理和基本方法，培养和提高学生运用基本原理和方法解决实际问题的能力；掌握企业商务谈判与推销技巧岗位技能，并在实践训练中提升学生的职业素质，使学生成为专业理论、岗位技能、职业素养兼备的合格人才。

### 三、课程设计思路

本课程以企业营销从业人员所需的职业技能和职业素质为出发点，突出职业能力的全面培养，强调理论教学与实训环节的衔接和融合。

1. 按商务谈判与推销技巧人员岗位所需能力设计课程能力培养目标本课程是按照企业对商务谈判与推销技巧人员的技能要求和素质要求，设计课程能力培养目标。企业要求商务谈判与推销技巧人员具备“推销能力”、“谈判能力”和“团队建设及管理能力”。与此相适应，本课程能力培养的主要目标为“推销能力”、“客户服务能力”、“谈判能力”、“签约能力”和“团队管理能力”

2. 按岗位能力培养目标设计课程实训模块和项目本课程设计了“谈判能力”、“推销能力”和“团队建设及管理能力”等三大模块。每一个模块主题都要求学生以企业的真实环境为实践背景，完成《谈判计划书》、《谈判模拟》、《推销计划书》、《推销模拟》、《推销实战》和《团队建设计划》等实操训练。在课程实训中强化职业素质培养，即商务谈判与推销技巧岗位所需的通用能力，设计了本课程

培养的八种通用能力：平等诚信、沟通表达、爱岗敬业、团队合作、组织协调、评判创新、刻苦耐挫、应急应变等能力。

3. 按课程实训内容和要求针对性安排理论教学内容本课程强调理论教学的必要性，课程实训必须以专业理论作指导。遵循“必需、够用”原则，对本课程理论知识体系进行科学整合，力求理论有效指导技能训练。

4. 突出职业能力培养的“新”教学模式本课程创建了“实践课业”教学模式。采用“实践课业”作为职业能力培养的载体和手段。立足课堂训练实践课业，把课堂作为技能训练、素质培养的场所；在课堂布置工作环境，营造职业气氛，使学生得到职业体验。通过实践课业训练，促使学生把专业知识转化为岗位技能，把学生实践能力和职业素质培养真正落在实处。

## 四、课程教学目标

### （一）总体目标

通过对本课程的实践教学，要求学生能够掌握商务谈判与推销技巧的基本概念、原理和方法，并指导学生将所学知识和方法应用于企业的推销谈判实践活动中，使学生掌握企业营销岗位所需要的专业技能，并通过各种教学活动的设计操作，提高学生日后走向工作岗位所需的综合性职业素质。

### （二）具体目标

#### 1. 知识目标

- （1）理解谈判与商务谈判的内涵；
- （2）能运用商务谈判的步骤与原则处理实际商务谈判问题；
- （3）掌握如何建立良好的开局气氛、确定谈判议程、开场陈述的技巧、报价的含义和原则、还价的原则；
- （4）掌握让步的原则、迫使对方让步的策略、防止对方进攻的策略、掌握突破僵局的策略；
- （5）了解推销的含义、特点和原则；
- （6）掌握推销的各种模式；
- （7）掌握寻找和接近顾客的各种方法、推销洽谈的原则和方法；
- （8）掌握顾客异议的概念及其类型、明确顾客异议处理的方法和促成交易的方法。

#### 2. 能力目标

- （1）具有制定商务谈判方案的能力；
- （2）具有商务谈判开局的能力；

- (3) 具有商务谈判磋商的能力；
- (4) 具有商务谈判成交的能力；
- (5) 具备寻找客户的能力；
- (6) 具备接近客户的能力；
- (7) 具备推销洽谈的能力；
- (8) 具备处理客户异议的能力；
- (9) 具有推销管理各环节实际操作的能力。

### 3. 素质目标

- (1) 勤学苦练，理论联系实际；
- (2) 树立善于观察和思考、总结的意识；
- (3) 养成谦虚好学务实上进的良好习惯；
- (4) 具备较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力；
- (5) 具备良好的职业道德；
- (6) 具有良好的心理素质、克服困难和创业创新的素养。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 商务谈判概述	1. 商务谈判的概念、特点与种类； 2. 商务谈判的原则； 3. 商务谈判的步骤和模式。	1. 通过教师讲解，能理解谈判与商务谈判的内涵； 2. 通过小组合作能运用商务谈判的步骤与原则处理实际商务谈判问题。	6
2	项目二 商务谈判准备阶段	商务谈判信息的作用、收集、处理； 商务谈判人员的个体素质、构成、管理； 3. 商务谈判方案的内容及制定； 4. 模拟谈判的步骤。	1. 案例导入，了解商务谈判信息的作用、掌握商务谈判信息的收集与处理； 2. 能掌握商务谈判人员的管理； 3. 掌握商务谈判方案的主要内容。	6

3	项目三 商务谈判开局阶段策略	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商务谈判策略的定义与分类;</li> <li>2. 商务谈判的开局、如何建立良好的开局气氛;</li> <li>3. 报价策略、还价策略。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 布置任务, 结合实际, 学生掌握商务谈判策略的定义与分类;</li> <li>2. 通过小组着做的方式掌握商务谈判的开局、如何建立良好的开局气氛;</li> <li>3. 了解报价策略、还价策略。</li> </ol>	6
4	项目四 商务谈判磋商阶段策略	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 让步策略的基本原则、类型;</li> <li>2. 迫使对方让步的策略;</li> <li>3. 防止对方让步的策略;</li> <li>4. 避免僵局的出现、突破僵局的策略。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 布置任务, 学生通过小组合作的形式掌握让步阶段在谈判中的重要地位;</li> <li>2. 通过课堂实践掌握让步的原则、迫使对方让步的策略、防止对方进攻的策略、掌握突破僵局的策略。</li> </ol>	6
5	项目五 商务谈判成交策略及合同签订	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 成交策略、未成交时的策略、成交后的工作;</li> <li>2. 合同的概念、特点、形式、种类;</li> <li>3. 合同订立的程序、主要条款。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 布置任务, 了解成交后的工作、合同的概念、特点、种类;</li> <li>2. 通过教师讲解能掌握成交策略合同订立的程序、主要条款、电子合同的概念、类型与传统合同的区别。</li> </ol>	6
6	项目六 商务谈判语言艺术	<p>商务谈判的语言特征、运用及语言表达策略;</p> <p>商务谈判倾听、陈述、提问、答复、说服的技巧;</p> <p>3. 商务谈判非语言的形式及技巧。</p>	<p>布置任务, 结合现实情况的案例分析, 了解商务谈判语言的特征、影响谈判语言运用的主要因素和商务谈判中非语言沟通的作用和形式;</p> <p>2. 能掌握商务语言表达的策略、商务谈判“倾听”、“陈述”、“提问”、“答复”、“说服”的技巧、非语言沟通的技巧</p>	6
7	项目七	1. 商务谈判心理的概念、特	1. 通过教师讲解的方法, 使	8

	商务谈判心理	征； 2. 需要的涵义、层次、发现及满足； 3. 商务谈判中心理受挫的原因及应对。	得学生掌握商务谈判心理的概念、特点、成功商务谈判者的心理素质； 2. 能掌握商务谈判的心理动力和心理挫折的应对	
8	项目八 商务谈判礼仪	1. 商务谈判礼仪的含义、特点、作用、原则； 2. 服饰礼仪、见面礼仪、谈判礼仪、签约礼仪； 3. 涉外礼仪的原则。	1. 案例导入，通过案例理解能运用各种商务礼仪； 2. 能掌握商务礼仪的作用、原则和商务谈判过程中的各种礼仪	8
9	项目九 推销概述	1. 推销的含义、要素、特征、原则、作用； 2. 吉姆模式、爱达模式、迪伯达模式、费比模式； 3. 推销人员的职责、素质、职业能力。	1. 通过教师讲解能了解推销的含义、特点和原则； 2. 能掌握推销的各种模式； 3. 明确推销人员应具备的素质与能力	6
10	项目十 推销过程	1. 寻找顾客、约见顾客、接近顾客的方法； 2. 推销洽谈的原则、方法、技巧； 3. 顾客异议的概念、成因及处理顾客异议的方法； 4. 促成交易的概念、障碍及方法。	1. 通过布置任务，了解推销洽谈的技巧和促成交易的障碍； 2. 通过小组学习，能掌握寻找和接近顾客的各种方法、推销洽谈的原则和方法； 3. 掌握顾客异议的概念及其类型、明确顾客异议处理的方法和促成交易的方法	6

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程设计遵循以职业能力培养为核心，在教学中要积极改进教学方法，按照学生学习的规律和特点，从学生实际出发，以学生为主体，充分调动学生学习的主动性、积极性。

课堂教学应多采用案例和现代教学技术，以增强学生的感性认识，启迪学生的科学思维，注重理论联系实际，注意市场营销学科的新发展，适时引进新的教学内容。

要注意改革考核手段与方法，可通过课堂提问、学生作业、平时测验、实训及考试情况综合评价学生成绩。对在学习和应用上有创新的学生应特别给予鼓励。

## （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

## （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

## （四）教材编选

### 1. 教材选用建议

#### （1）教材选用

《商务谈判与推销技巧》，杨小川，西南财经出版社，2023年05月。

#### （2）参考教材选用

《商务谈判与沟通——理论、技巧、案例》（视频指导第2版），龚荒，人民邮电出版社，2018年2月

### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作过程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）本课程教材将谈判和推销技巧的具体业务工作，按照工作过程或工作内容的逻辑顺序分解成典型的工作项目，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解到相应的操作中。

（3）为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师 and 行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与实际电商运营业务紧密衔接，及时将商务谈判和推销技巧中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 14. 《农村电商运营实战》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	农村电商运营实战				
课程类别	专业核心课	课程代码	05004031		
课程学分	4	学时	总学时	理论学时	实践学时
			64	32	32
适应对象	第五学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《电子商务基础》《新媒体运营》				
后继课程	《商务数据分析实战》				
制订人	徐梦圆	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业核心课程。在电子商务高速发展的今天，农村电商已经成为经济发展的新亮点，特别是在国家一系列关于发展农村电商的政策支持和影响下，农村电商正在蓬勃兴起，成为乡村振兴战略的重要力量。从科学性、先进性、系统性、实用性、综合性、创新性、时效性、市场导向性等方面进行直观分析。通过本课程学习，深入了解农产品电子商务的运作模式和相关技能，跟上电子商务在农产品领域的发展趋势，学会利用电商平台进行农产品的营销推广，提高农产品供应链的效率和管理水平，为从事农产品电商创业提供知识和技能支持，增加在农产品电商相关岗位的竞争力，及时掌握农产品市场的变化和 demand，借助电子商务拓展农产品的销售渠道，激发在农产品电子商务领域的创新意识，助力农村地区的经济发展和乡村振兴。

### 三、课程设计思路

在课程设计上理论知识与案例相辅相成，分别从农村电子商务初识、商务模式及平台、农产品选择和定位分析，农产品质量安全和质量标准、农产品网络营销、农产品包装、物流配送与保鲜技术农产品跨境电子商务等方面系统地阐述了农产品的现状、定位，以及农产品的网络营销策略。本书的内容组织充分考虑了课程思政对读者的影响，结合社会责任感、奋斗精神、诚实守信等精神与品质，培养读者树立正确的价值观、人生观，提高高校人才的培养质量，为全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化提供有力人才支撑。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

通过本课程的学习，使学生掌握农村电商的发展现状和市场分析、熟知农产品网络营销的概述、策略和品牌塑造、包装材料的选择和技术应用、农产品冷链物流与保鲜技术以及跨境电商的运营模式等，结合职业能力形成的规律，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观、培养懂农业、爱农村、爱农民的“三农”人才，致力于满足适应农村电商复合型、应用型专门人才的需求。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 熟悉农产品电子商务的基本形式与要素；
- (2) 熟悉农产品电子商务交易平台；
- (3) 能运用基本分析方法对农产品进行电子商务市场分析；
- (4) 掌握农产品网络营销的策略及方法；
- (5) 掌握农产品包装材料分类及选择的方法；
- (6) 掌握农产品跨境电子商务的运营模式。

### 2. 能力目标

- (1) 能够运用所学的知识分析农产品电子商务的现状和未来趋势；
- (2) 能运用农产品电子商务交易平台；
- (3) 能运用基本分析方法对农产品进行电子商务市场分析；
- (4) 能进行农产品移动电子商务运营管理；
- (5) 能掌握农产品包装技术的应用；
- (6) 能理解并分析农产品跨境电子商务的现状和存在问题。

### 3. 素质目标

- (1) 具有农产品电子商务经营模的职业化素养；
- (2) 具有培养创新思维与实践能力；
- (3) 具有诚信经营意识；
- (4) 具有加强市场洞察力与决策能力；
- (5) 具有培养团队协作与沟通能力；
- (6) 具有树立诚信经营与责任意识；
- (7) 具有增强行业适应与终身学习意识。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 农村电子商务概述	1. 认知农产品电子商务的概念； 2. 熟悉农村电子商务的主要形式与基本要素； 3. 掌握我国农产品电子商务	1. 以问题的方式导入新课：谈谈身边的农产品电子商务； 2. 多媒体讲授农村电子商务和农产品电子商务的概念； 3. 分组讨论我国农村电子商	8

		的发展现状。	务的发展现状； 4. 多媒体讲授农村电子商务在乡村振兴中的作用与思路。	
2	项目二 农产品电子商务模式及平台	1. 熟悉农产品电子商务的基本模式和平台； 2. 了解农产品电子商务模式的发展趋势。	1. 以问题的方式导入新课：经常在哪些平台上购买生鲜农产品； 2. 多媒体讲授农产品电子商务的基本模式； 3. 分组讨论常见的农产品电子商务平台。	8
3	项目三 电商农产品选择	1. 了解电商农产品选择的方法； 2. 掌握农产品电子商务市场分析的基本方法。	1. 多媒体讲授农产品电商市场数据的获取； 2. 分组讨论农产品选择需要注意的事项； 3. 多媒体讲授影响定价的因素。	8
4	项目四 农产品质量安全及标准	1. 掌握农产品质量安全基本概念与基本知识； 2. 掌握农产品质量安全等级及质量标准分类。	1. 布置任务，我国农产品质量安全法律法规是什么； 2. 多媒体讲授农产品质量安全基本概念； 3. 多媒体讲授农产品质量标准。	8
5	项目五 农产品网络营销	1. 掌握农产品网络营销的概念； 2. 掌握农产品网络营销的策略及方法； 3. 掌握农产品网络品牌塑造方法； 4. 掌握农产品移动电子商务营销形式。	1. 多媒体讲授农产品网络营销的概念、特点和模式； 2. 分组讨论什么是核心产品、有形产品、期望产品、延伸产品、潜在产品； 3. 多媒体讲授常用的定价方法。	8
6	项目六 农产品电子商务包装	1. 掌握农产品包装的基本知识； 2. 了解农产品包装材料及其选择方法。	1. 多媒体讲授农产品包装的分类和要素； 2. 分组讨论农产品包装设计的注意事项。	8
7	项目七 农产品电子商务的物流配送技术	1. 了解农产品电子商务物流的定义； 2. 了解我国农产品电子商务物流配送体系现状； 3. 了解农产品物流发展趋势。	1. 多媒体讲授农产品电子商务物流的定义和特点； 2. 分组讨论我国农产品电子商务物流配送体系现状。	8

8	项目八 农产品跨境 电子商务	1. 掌握农产品跨境电子商务的内涵； 2. 掌握农产品跨境电子商务的运营模式； 3. 握农产品跨境电子商务的营销方法。	1. 多媒体讲授农产品跨境电子商务的内涵及特点； 2. 分组讨论我国农产品跨境电子商务存在问题； 3. 多媒体讲授农产品跨境电子商务模式、平台和策略。	8
---	----------------------	---	---	---

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程设计遵循以职业能力培养为核心，围绕如何农产品网络营销这一核心问题，采用理论与案例相结合的方法，充分利用在线教育资源与课程思政，采用多媒体讲授、案例分析、小组讨论等教学方法，适应学生个性化学习需要，并将社会主义核心价值观、职业教育等思政元素融入理论教学和实践教学中，增强学生学习的主动性，提高课程的实践性，为学生提供一种新的学习模式，采用“知识探索路径——背景导入——项目探索——项目小结——做一做——拓展阅读”的层次设计，使知识、技能和素养培育“三位一体”，实现全过程、全方位育人。

### （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《农产品电子商务实务》，杜理明主编，中国人民大学出版社，2021年10月。

##### （2）参考教材选用

《农村电商运营（慕课版）》，毛利主编，人民邮电出版社，2022年3月。

#### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务

的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

(2) 本课程教材内容具有科学性、先进性，符合农村电商专业人才的成长规律和学生的认知特点，适应农村电商人才培养模式创新和优化课程体系的需要，适应项目学习、案例学习、模块化学习等不同学习方式的要求，突出理论和实践相统一，注重以真实生产项目、典型工作任务、案例等为载体组织教学内容。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 15. 《商务数据分析实战》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	商务数据分析实战				
课程类别	专业核心课	课程代码	05004032		
课程学分	4	学时	总学时	理论学时	实践学时
			64	32	32
适应对象	第五学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《电子商务基础》《经济学原理》				
后继课程	《毕业设计（论文）》				
制订人	吕佳珉	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

课程主要从电子商务的数据分析入手，系统介绍在电子商务环境下进行数据分析的各种思路和方法。全书共分为 12 章，主要内容包括电子商务与数据分析、使用数据分析工具、利用市场数据选择商品、竞争对手数据分析、商品定价分析、流量数据分析、运营与销售数据分析、库存数据分析、会员数据分析、利润数据分析、数据商业报告的制作，最后一章还以综合案例的形式进一步介绍了网店数据分析的综合运用。

课程内容丰富、实战性强，以数据化思维为导向，并结合运用成功的实战案例进行讲解，不仅教会读者如何收集和获取电子商务的各种数据，而且详细说明了如何分析和处理这些数据。通过课程的学习，读者可以掌握电子商务数据分析的各种操作。

### 三、课程设计思路

课程内容全面且系统地对电子商务数据分析进行了介绍，采用理实一体的授课方法，通过操作+报告的考试方法，全面考核学生实际分析电子商务数据的能力。

(1) 遵循职业性。高职教育就是就业教育，是一种适应市场需求、培养高等技术应用人才的职业教育。所以高职电子商务专业的《电子商务数据分析》就应该达到直接为提高学生专业操作技能服务，并最终为学生就业服务的教学效果。本课程的设计突出职业性，着力营造职业氛围，逐渐培养学生电子商务数据分析的能力。

(2) 坚持实践性。以就业为导向、以能力为本位的职业教育，必须突破传统的“教材导向”的书本型教学模式，建立适应时代需要“以就业导向”的技能型教学模式。“以就业导向”的技能型教学模

式要求对电子商务数据分析课程进行技能定位，将理论与实际案例结合在一起，让学生在学学习电子商务数据分析的方法后通过实训来巩固并应用相关理论知识，提高专业知识与技能紧密结合的力度。

(3) 奉行开放性。在项目选择、教学观念、教材内容、学习方式、作业练习、绩效评价和教师心态等方面，融入企业机制，给师生提供更多选择的机会和更大创新的空间，努力打造《电子商务数据分析》精品课程资源。

(4) 注重能力性。在对高职高专的课程体系重构的基础上，打破原有的建立在学科体系基础上的以“终结性”考试为主的教学评价模式，建立以能力考核为中心、以过程考核为基础的考核评价体系。

《电子商务数据分析》课程体系的考评，充分考虑企业和行业的评价，突出能力目标。

## 四、课程教学目标

### (一) 总体目标

通过本课程能够使使学生全面、深入地理解什么是电子商务数据分析，电子商务数据分析电子商务事物的影响，以及企业电子商务数据分析应用现状。通过学习本课程，使学生具备使用电子商务活动中常用数据分析工具的方法，能进行企业电子商务数据分析并作出决策分析报告。

### (三) 具体目标

#### 1. 知识目标

(1) 能使用电商运营和数据分析的基础知识，包括电子商务、电子商务运营和电子商务数据的概述，电商数据分析的意义、方法和指标等基本知识；

(2) 能使用各种数据分析工具的知识，如 Alexa、阿里指数、百度指数、生意参谋、CRM 客户关系管理软件等；

(3) 能使用市场行情分析、行业数据挖掘等相关知识；

(4) 能使用竞争对手界定、收集并分析竞争对手数据的相关知识；

(5) 能使用商品定价策略、商品定价方法等相关知识；

(6) 能使用网站流量分析、店铺流量分析的相关知识；

(7) 能进行通过交易数据诊断店铺、店铺运营数据分析、店铺客单价分析的相关知识；

(8) 能使用电商库存，掌握分析电商库存数据的相关知识；

(9) 能使用会员数据的作用与获取、会员数据基本分析方法、RFM 模型分析的相关知识；

(10) 能使用利润与利润率的定义、成本数据分析、利润预测的相关知识；

(11) 能使用数据商业报告的主要内容、数据商业报告的制作方法的相关知识。

#### 2. 能力目标

(1) 能应用现代计算工具和软件分析数据资料；

(2) 能使用专业知识分析电子商务运营中存在的问题；

(3) 具有搜集、处理、使用调查信息的能力；

(4) 具备制作数据商业报告的能力；

#### 3. 素质目标

- (1) 具有踏实、勤奋、积极、主动、负责、良好表达、沟通的职业素养；
- (2) 培养团队协作、组织、协调、决策的职业素养；
- (3) 具备保守公司机密的职业素养；
- (4) 培养独立学习、商业运作的职业素养。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 电商运营与数据分析	1. 了解电商运营的核心目标和分类； 2. 熟悉电商数据分析的常用指标； 3. 熟悉电商数据分析的常用方法； 4. 如何做好电子商务数据分析。	1. 说课：介绍电子商务的基本概念、产生背景以及功能特点，使读者对电子商务有一个初步的认识； 2. 多媒体讲授：介绍电子商务数据分析构成、分析原因以及不同岗位所适用的分析模式； 3. 分组讨论，实际生活中的实例； 4. 总结归纳。	2
2	项目二 使用数据分析工具	1. 了解Alexa工具的基本使用方法； 2. 掌握如何使用阿里指数查看区域和行业数据； 3. 熟悉如何使用百度指数查看趋势、需求和人群画像。	1. 提问：如何使用外部工具对数据进行监控； 2. 多媒体讲授：具体讲解如何使用站内工具查看数据以及生意参谋介绍； 3. 说课：讲解CRM客户关系管理软件及相关指标； 4. 布置任务，安排练习和思考。	6
3	项目三 利用市场数据选择商品	1. 掌握市场容量、行业发展趋势和市场潜力分析的方法； 2. 熟悉利用稳定性、集中度以及环比和同比数据等指标和手段挖掘市场数据； 3. 了解波士顿矩阵的建立和分析方法。	1. 说课：介绍不同市场行情分析，让学员能够掌握不同行业的发展趋势； 2. 多媒体讲授：讲解如何挖掘行业数据，使学员能够更全面的了解市场行情； 3. 导入典型案例，安排练习和思考。	6

4	项目四 竞争对手 数据分析	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知竞争对手的界定和数据的收集方法;</li> <li>2. 熟悉竞争对手的分析方法;</li> <li>3. 掌握使用生意参谋和店侦探分析竞争对手的操作。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 说课: 通过案例导入, 介绍如何根据不同争夺资源界定竞争对手;</li> <li>2. 多媒体讲授: 介绍如何通过线下和线上的方式收集竞争对手的数据;</li> <li>3. 导入典型案例, 讲解分析竞争对手实力方法;</li> <li>4. 布置任务, 让学生讨论如何对竞店、竞品和竞争品牌进行分析;</li> <li>5. 安排练习和思考。</li> </ol>	6
5	项目五 商品定价 分析	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知商品定价的3种基本策略;</li> <li>2. 熟悉各种商品定价的方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 说课: 通过案例导入, 介绍不同方面的商品定价策略, 让学员学会从不同方面去确定商品定价;</li> <li>2. 多媒体讲授: 绍如何利用不同效应进行商品定价以及多种商品定价的方法与技巧;</li> <li>3. 导入典型案例, 进行分情况讲解不同的商品定价可以带来的利润收入;</li> <li>4. 布置任务, 让学生分组在淘宝、天猫中查看不同店铺的定价方式进行效应分析;</li> <li>5. 总结归纳。</li> </ol>	6
6	项目六 流量数据 分析	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解并熟悉网站流量的基本分析方法;</li> <li>2. 掌握店铺中流量结构和关键词的分析操作。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 说课: 介绍网站流量分析的各项指标, 使学员了解如何对网站流量进行直观分析;</li> <li>2. 多媒体讲授: 以淘宝网为例对店铺流量进行分析;</li> <li>3. 布置策划任务, 让学生在规定的时间内去淘宝、天猫中查看相关店铺网站的流量数据;</li> <li>4. 考核评价, 归纳总结。</li> </ol>	6

7	项目七 运营与销售 数据分析	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够熟悉在生意参谋中查看交易数据的方法;</li> <li>2. 掌握店铺运营数据的分析方法;</li> <li>3. 了解客单价的含义和提升方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过“交易”功能版块介绍交易数据, 进行店铺交易分析;</li> <li>2. 多媒体讲授: 具体讲解店铺的运营数据评估;</li> <li>3. 介绍客单价, 以及客单价对店铺最终销售额的影响;</li> <li>4. 安排练习和思考。</li> </ol>	8
8	项目八 库存数据 分析	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够熟知库存系统;</li> <li>2. 能够熟悉电商库存的组成;</li> <li>3. 熟悉并掌握库存数据的管理与分析方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 案例导入, 介绍库存系统及其作用;</li> <li>2. 多媒体讲授: 介绍电商库存系统所包含的内容;</li> <li>3. 布置任务, 要求学生根据库存数据进行库存分析;</li> <li>4. 安排练习和思考。</li> </ol>	4
9	项目九 会员数据 分析	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解会员数据分析的作用和数据获取途径;</li> <li>2. 掌握会员数据的基本分析方法;</li> <li>3. 熟悉RFM模型分析方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 案例导入, 介绍如何利用店铺的会员资料进行会员数据收集;</li> <li>2. 多媒体讲授: 介绍利用会员数据进行会员情况分析;</li> <li>3. 介绍RFM模型以及所包含的二因素;</li> <li>4. 安排练习和思考。</li> </ol>	6
10	项目十 利润数据 分析	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解什么是利润和利润率;</li> <li>2. 熟悉商品成本、推广成本和固定成本;</li> <li>3. 掌握利润预测的常用方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 案例导入, 介绍利润与利润率;</li> <li>2. 多媒体讲授: 介绍成本所包含的内容;</li> <li>3. 通过Excel讲解如何根据利润数据进行利润预测;</li> <li>4. 安排练习和思考。</li> </ol>	6

11	项目十一 数据商业 报告的制作	1. 了解数据商业报告的基本组成; 2. 熟悉商业报告的制作方法。	1. 案例导入,介绍数据商业报告的主要内容; 2. 多媒体讲授,具体讲解数据商业报告的制作方法流程; 3. 具体讲解电子商务数据商业报告的使用及制作要求; 4. 安排练习和思考。	6
12	项目十二 期末总复 习	1. 能够熟知重点知识; 2. 能够熟记电商数据分析流程和要领。	1. 教师分析点评。 2. 课程的知识框架进行梳理,回顾主要的知识点和技能操作要领; 3. 学生自主复习。	2

## 六、教学建议

### (一) 教学方法

本课程设计遵循先基本原理、基本理论的讲述,再进行知识和技能的讲授的方式,由浅入深,循序渐进。在教学中采用“复习回顾—案例教学(教师演示)—自主学习(学生演练)—学生实践(针对学生碰到的具体问题教师再进行讲解)—课堂小结—提示下次预习的内容”的教学方法,同时将课堂搬进计算机基础实验室,即学即用,以取得较好的教学效果。

### (二) 评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面,建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度,着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩,尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成:

总评成绩=平时成绩(20%)+技能考核(40%)+期末考成绩(40%)

### (三) 教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### (四) 教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### (1) 教材选用

《电子商务数据分析》,陈晴光、龚秀芳、文燕平编著,人民邮电出版社,2020-08-01。

##### (2) 参考教材选用

《Excel 电商数据分析与应用》,陈海城编著,人民邮电出版社,2020-12-01。

#### 2. 教材编写原则与要求

(1) 教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作过程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

(2) 本课程教材将商务数据分析的具体业务工作，按照工作过程或工作内容的逻辑顺序分解成典型的工作项目，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解到相应的操作中。

(3) 为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师 and 行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与数据分析业务紧密衔接，及时将行业中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 16. 《电子商务创业实战》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	电子商务创业实战				
课程类别	专业核心课	课程代码	05004033		
课程学分	4	学时	总学时	理论学时	实践学时
			64	32	32
适应对象	第五学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《电子商务基础》《Photoshop 图像处理》				
后继课程	岗位实习				
制订人	徐梦圆	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业核心课程。电子商务作为现代服务业中的重要产业，在生活中处处可见，小到网上购物，大到跨国公司的网上商务洽谈等。而随着电子商务产业的蓬勃发展，越来越多的人开始加入电子商务市场进行创业，如淘宝自主开店、入驻天猫和东等大型综合商城、入驻微商等。以淘宝为例，据不完全统计，2017年淘宝卖家超过1000万，但在这1000多万卖家中真正有成交量的店铺大概只占1/3的比例，其余的一些商家甚至无法维持网店的正常经营，由此可见淘宝创业早已不是轻而易举的事。本课程从电商创业准备入手，以淘宝创业为例详细介绍了网上开店准备、网上开店步骤、客户沟通、商品管理、流量引进等知识，帮助创业者在淘宝上进行创业。课程中补充了创业推广和创业融资的相关知识，其中，创业推广包括移动端微店、微信、微博、公众号的推广；创业融资则可以帮助创业者获得创业资金支持，使创业变得更加简单。

### 三、课程设计思路

该课程每章均以案例导入，在有效解决电商创业相关问题的基础上，拓展知识面，引导学生完成电商创业的基本操作，使学生能够学以致用，培养和提升学生的实际运营能力。理论配合实战训练进行学习，详细解剖了了解电商创业，创业准备，客户沟通、店铺移动端、视觉营销策略、流量竞争和创业融资等内容，培养学生探索知识的乐趣，提高学生的技能、良好的思维习惯和实践能力

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

通过本课程的学习，使学生掌握电商创业的基本理论，学会运用相关理念和工具在网上创建并经营

一家网上店铺。了解网店的创建及经营管理模式，能够使用各种营销技巧、技术和策略等取得盈利。同时培养学生自主学习能力、沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解电商创业基础知识；
- (2) 掌握注册并设置淘宝会员和支付宝；
- (3) 掌握开设装修店铺流程；
- (4) 掌握与客户的沟通技巧；
- (5) 掌握商品交易管理流程；
- (6) 掌握商品交易管理流程；
- (7) 掌握淘宝付费推广；
- (8) 掌握 P2P 网络贷款。

### 2. 能力目标

- (1) 熟悉电商平台的运营模式和规则；
- (2) 掌握电商市场分析和产品选品的能力；
- (3) 具备电商营销策略的制定与执行能力；
- (4) 学会运用数据分析工具进行市场洞察；
- (5) 掌握电商团队管理和项目协调的能力。

### 3. 素质目标

- (1) 具有创新思维和创业精神；
- (2) 具有团队合作和沟通能力；
- (3) 具有市场敏锐度和风险意识；
- (4) 坚韧不拔的毅力和应对挫折的能力；
- (5) 提高自我学习和不断进取的素质。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 了解电商创业，做好创业准备	1. 了解电商创业基础； 2. 了解电商创业前的准备。	1. 多媒体讲授电商行业的概述、了解电商创业行业的基本情况、着重讲解电商创业前的各项准备工作、详细了解电商创业的要求； 2. 安排知识拓展和课堂实训，讨论和复习本章知识；	6

			3. 用课堂练习对要点做巩固练习。	
2	项目二 做好淘宝 开店准 备, 迈出 电商创业	1. 学会挑选优秀的商品; 2. 学会选择进货渠道, 做好货源控制; 3. 掌握注册并设置淘宝会员和支付宝。	1. 多媒体讲授商品特征分析, 做好商品挑选、介绍商品的各进货渠道及进货技巧、讲解淘宝会员和支付宝账号的使用; 2. 通过知识拓展探讨问题, 掌握开店准备中应注意的事项; 3. 布置任务, 结合案例让学生思考选择商品渠道的优缺点。	6
3	项目三 开设并装 修店铺, 发布高品 质商品	1. 掌握开设装修店铺流程; 2. 掌握商品的发布; 3. 掌握网店申请, 并对其各模块进行装修; 4. 掌握商品类别和基本信息的发布。	1. 多媒体讲授开设网店流程, 并设置其基本信息、店铺摸吧、风格、店招、分类导航和全屏海报; 2. 通过案例介绍发布中的选择宝贝类目, 并填写宝贝基本信息、物流信息和其他发布信息; 3. 布置任务: 申请开通店铺, 并对店铺进行设置, 应用一个与店铺所售产品风格相符的模板, 并对店铺风格进行设置。	6
4	项目四 良好客户 沟通, 成 功赚取第 一桶金	1. 学会时刻保持以平常冷静的心态应对客户的各种问题; 2. 掌握与客户沟通的技巧; 3. 掌握千牛工作台的使用方法。	1. 多媒体讲授与客户沟通要礼貌、耐心和坦诚, 解决客户关于质量、价格和售后的疑惑; 2. 介绍如何设置千牛工作台自动回复, 与客户友好交流, 并解决修改订单价格、收货地址, 以及退款处理等问题; 3. 使用知识拓展, 探讨交流网店差评的处理办法有哪些。	6
5	项目五	1. 掌握商品图片的基本处理;	1. 多媒体讲授调整图片大小	8

	图片与商品交易管理，助力淘宝创收	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. 掌握图片调整大小、裁剪等基本处理，以及调整清晰度等质量问题；</li> <li>3. 掌握商品交易管理的方法和商品交易中各项问题的管理。</li> </ol>	<p>和角度、裁剪、换背景和添加水印等基本处理。介绍调整图片光影结构、偏色和调整清晰度等图片质量问题、介绍商品上下架、订单发货和关闭交易的管理商品方式；</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. 通过实例的制作，以步骤的形式讲解图片处理与商品交易管理的方法与流程。</li> </ol>	
6	项目六 抢占移动端，最大的流量来源	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 认识店铺移动端、了解店铺移动端的优势及其行业分析；</li> <li>2. 掌握移动端页面的装修；</li> <li>3. 掌握移动端店铺运营推广方式和技巧。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 多媒体讲授移动端店铺基础、移动端店铺店标与店招、宝贝模块和详情页发布的装修知识；</li> <li>2. 多媒体讲授关于移动端店铺的推广方式；</li> <li>3. 通过实例的制作，以基础描述加实例的方法快速掌握装修与推广要点。</li> </ol>	6
7	项目七 视觉营销策略，电商创业的核心技术力	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解电商中的视觉营销；</li> <li>2. 掌握电商中文案的撰写；</li> <li>3. 掌握电商中图片和短视频的引导。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 多媒体讲授视觉营销的要点和对电商的影响，突出视觉营销的重要性；</li> <li>2. 多媒体讲授广告文案、主图文案、详情页文案、品牌文案和推广文案的撰写；</li> <li>3. 多媒体讲授电商中图片使用要求和策略，以及动图的使用；</li> <li>4. 介绍电商中短视频的使用类型、使用攻略和要求。</li> </ol>	6
8	项目八 流量之争，电商创业的核心竞争力	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解淘宝推广活动；</li> <li>2. 掌握淘宝付费推广；</li> <li>3. 淘宝推广活动的合理使用；</li> <li>4. 学会使用付费推广增加曝光率。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 案例导入，通过案例思考淘宝店铺中常用的活动推广有哪些；</li> <li>2. 多媒体讲授介绍单品宝、优惠券、搭配套餐、聚划算和淘金币等推广活动，介绍淘宝直通车、智钻和淘宝客付费推广的使用。</li> </ol>	6

9	项目九 借助社交媒体，打通电商创业闭环	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟悉常见的新媒体营销渠道和方式；</li> <li>2. 掌握在朋友圈中宣传的方法；</li> <li>3. 学会组建社群，打造粉丝力量方法；</li> <li>4. 掌握电商公众号的使用法；</li> <li>5. 学会运营微店。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 知识回顾：前面讲解了店铺的推广活动等知识</li> <li>2. 多媒体讲授新媒体运营，了解新媒体运营的方式；介绍在朋友圈中发布信息，学习其内容运营、广告植入、活动运营和客户关系维护策略；</li> <li>3. 介绍粉丝群的创建与活动组织；</li> <li>4. 介绍公众号的创建与使用；</li> <li>5. 介绍微店的创建与设置，以及发布商品的方法。</li> </ol>	6
10	项目十 电商创业融资，拓宽资金来源	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解各种融资方式；</li> <li>2. 掌握通过银行贷款的方法；</li> <li>3. 掌握通过P2P网络贷款的方法；</li> <li>4. 掌握利用众筹融资的方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 多媒体讲授各种融资方式并对其有一定的了解、介绍成功获得银行贷款及信用卡免息资金的方法；</li> <li>2. 介绍P2P贷款的模式与解困的流程；</li> <li>3. 介绍众筹的类型与选择，以及讲解提高成功的方法；</li> <li>4. 课后问题讨论：交流各贷款方式的优缺点</li> </ol>	8

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程设计遵循以职业能力培养为核心，针对电商创业的准备、平台选择、店铺开设、客户沟通、网站与商品推广的全过程，逐步深入地介绍了电商创业所涉及的全部知识，由浅入深，层层深入。与此同时，本课程按照“案例导入+知识讲解+知识拓展+课堂实训+课后练习”的结构组织内容，让学生在学基础知识的同时，进行实战练习，从而加强对知识的理解与运用。充分利用在线教育资源与课程思政，采用在讲授、案例分析、小组讨论等教学方法，适应学生个性化学习需要，并将社会主义核心价值观、职业教育、创新精神等思政元素融入理论教学和实践教学中，增强学生学习的主动性，提高课程的实践性，使知识、技能和素养培育“三位一体”，实现全过程、全方位育人。

### （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成

情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《电商创业——创业思维+实战方法+案例解析》，黄罡、曹志斌主编，人民邮电出版社，2018年8月。

##### （2）参考教材选用

《网上创业（微课版）》，赵爱香著，人民邮电出版社，2020年4月。

#### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作过程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）该课程每章中的案例与电商创业遇到的真实案例密切相关，完全符合电商创业的真实需求，因此具有很强的可读性和实用性，可以帮助读者快速理解并掌握相关知识。

（3）为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师 and 行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与实际电子商务创业业务紧密衔接，及时将电商中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 17. 《岗位实习》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	岗位实习				
课程类别	专业核心课	课程代码	05004017		
课程学分	20	学时	总学时	理论学时	实践学时
			600	0	600
适应对象	第五、六学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	实习				
先修课程					
后继课程					
制订人	王裕	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

岗位实习是电子商务专业教学计划所设的重要实践性教学环节，是学生理论联系实际课堂。组织学生到社会上进行岗位实习，在真实的环境中训练学生的实用技能，锻炼学生从事企事业单位的信息化管理、电子商务网站建设和管理、网络营销及物流配送等方面工作的综合职业能力，增强学生的社会适应能力，提高学生的就业竞争力，培养适应社会主义市场经济发展、能快速跟踪电子商务新动向和新技术的高素质、高技能应用性专门人才。

### 三、课程设计思路

电子商务专业学生的实习可以分为两大类，即技术类和商务类，其中技术类方向的实习一方面可以到 IT 企业实习，了解电子商务企业的技术框架、技术方案、技术类型，掌握一门 WEB 编程语言、懂得数据库操作技术等；另外一方面也可以到电子商务专业实验室进行实习，了解和掌握以上内容。而商务类方向的实习可以是多方面的，例如企业的管理和运作、电子商务项目策划、网络营销方案的设计和制定、物流管理的流程和运作等，了解企业的管理和商务运作，为以后的工作和学习打下坚实的基础。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

岗位实习是学习了三年多的电子商务专业后进行的一次全面的实践性练习。通过岗位实习，有助于加深对电子商务基础理论和基本知识的理解，将课堂知识与现实工作进行结合，达到理论与实践相结合的目的，并进一步通过亲身体验社会实践让自己更进一步了解社会，在实践中增长见识，锻炼自己的才

干，培养自己的韧性，更重要的是检验一下自己所学的东西能否被社会所用，找出自己的不足之处，以便更好的取长补短，提高个人素养，为即将进入社会做好准备和进行必要的热身及适应。

## （二）具体目标

1. 通过岗位实习，使学生能够从事电子商务系统的应用、管理和维护工作，能够运用电子商务技术进行企业的营销、财务、物流等管理，具有电子商务和电子商务网站的维护和管理能力，能够运用电子商务技术解决实际工作中的问题；

2. 通过岗位实习接触认识社会，提高社会交往能力，学习各单位技术人员的优秀品质和敬业精神，培养学生的专业素质，明确自己的社会责任；

3. 找到将所学的电子商务知识与企业实际需要的结合点，在可能的情况下鼓励优秀大学生为企业开展电子商务、企业信息化、企业运营管理、网络营销、物流管理、商务策划等献计献策，增强自己的实践经验和实战能力；

4. 树立正确的劳动观念与服务观念，培养学生正确的人生观与社会责任感，引导学生建立正确的择业观。

## 五、岗位实习内容和要求

### （一）实习地点的选择

本着“就地就近、专业对口、满足大纲要求”的原则，在保证实习质量的前提下，在校外企事业单位进行岗位实习。

### （二）实习单位的选择

1. 本专业实习单位可选择余地较大. 学生可以在商业部门，政府机关，生产技术较先进、规模较大的企业等进行实习。要求各实习培训部门有一定的接纳能力和培训经验，有进行实习指导的计算机技术人员，同时应能提供较充足的岗位实习所需要的各种软硬件设施；

2. 优先选择可以为学生实习提供有关电子商务应用和网站建设工作的单位；

3. 为扩大学生的知识面，可同时选择有关的几个企业部门；

4. 学生自己联系为主，学校推荐有关单位。

### （三）实习岗位

1. 商业信息采集、整理与分析；

2. 电子商务网页的设计与制作；

3. 电子商务网站的运行、管理与维护；

4. 电子支付与安全交易；

5. 电子商务物流管理；

6. 网络营销相关岗位；

7. 电子商务咨询；

8. 电子商务实务操作和商务管理；

9. 计算机单机系统或网络系统的管理、维护；

10. 商业企业经营与管理；
11. 办公自动化与企业信息化建设；
12. 基层计算机技术管理；
13. 电子商务教学与培训。

#### **（四）实习方式**

进入企事业单位（实习基地或合作单位），实习基地可以是计算机企业、商务贸易企业、银行、移动公司、网络企业或者物流公司。根据学生偏好分成小组，如企业运营管理组、电子商务项目策划组、网络营销组、电子商务技术应用组、物流与供应链管理组等，并在指导老师的指导下进行商务管理或电子商务实务运作。

1. 听取企业实习指导老师介绍；
2. 在实习单位实习岗位跟班实习或岗位实习；
3. 查阅有关资料；
4. 撰写实习报告。

### **六、实习考核与成绩评定**

#### **（一）考核原则**

1. 学生必须完成教学大纲规定的实习任务，提交实习报告，方可参加实习考核。实习考核可根据实习岗位采用多种方式进行。
2. 学生实习成绩的评定，由实习指导教师及其他有关人员组成的考核小组给出，评定根据学生实习期间的劳动态度、思想表现、实习报告等进行综合评定。对实习成绩评定为不及格者，不予毕业。
3. 学生在岗位实习期间接受学校和企业的双重指导，校企双方要加强对学生的过程控制和考核。实行以企业为主、学校为辅的校企双方考核制度。

#### **（二）考核成绩评定**

考核方式为等级制，分优秀、良好、合格和不合格四个等级。

### **七、注意事项**

1. 必须遵守安全管理规定，遵守交通规则，避免安全事故发生。
2. 必须严格遵守实习单位规章制度，遵守操作规程，努力提高自身的专业实践技能和专业知识，不断提升自己的组织能力、解决问题的能力和社会实践的能力。
3. 经常保持与学校的联系，每周至少要与指导教师或辅导员联系一次，汇报实习情况；经常关注网上公布的与毕业生有关的信息
4. 一旦签订岗位实习协议，要严格遵守实习单位的考勤制度，考勤与岗位实习考核成绩直接挂钩；学生在岗位实习期间请假必须事先同时向所在实习单位和校内指导老师办理相关请假手续（请假手续必须在所在系的实训科备案）。如果在实习期间，由于违反单位的管理规定或因品德表现等原因被实习单位退回学校，则视为实习成绩不合格。

5. 岗位实习结束后被实习单位录用，其实习成绩可在原有基础上上浮一个等次。
6. 学生因特殊情况，中途调换实习单位的，须及时报系部实训科备案。
7. 服从学校和实习单位的领导，听从指导教师的安排，做好各项工作，完成实习任务。

## 18. 《毕业设计（论文）》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	毕业设计（论文）				
课程类别	专业核心课	课程代码	05004018		
课程学分	2	学时	总学时	理论学时	实践学时
			60	0	60
适应对象	第六学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	实践				
先修课程	相关专业课程				
后继课程					
制订人	王裕	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是是一项综合性的教学环节，是培养学生综合运用本专业基础理论、基础知识和基本技能解决社会实际问题的能力，提高学生分析问题、解决问题和初步进行科学研究能力，提高综合素质的重要环节。通过本课程的教学，培养学生树立理论联系实际的工作作风，培养学生初步掌握独立调查研究企业实际问题的技能，培育学生对所学专业理论知识的理解和运用能力。

### 三、课程设计思路

学生通过资料收集、阅读、整理和分析，做到理论有效结合实践，原理上有实践的突破。同时综合培养学生的良好的职业素养，脚踏实地、勤于思考、严谨写作的治学态度，发现问题、分析问题和解决问题的能力，写作能力以及语言表达能力。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

该课程培养学生综合运用本专业基础理论、基础知识和基本技能解决社会实际问题的能力，从而提高学生分析问题、解决问题和初步进行学科研究的能力，提高综合专业素养。

#### （二）具体目标

##### 1. 素质目标

- （1）语言表达和沟通能力；
- （2）培养良好的职业素养和团队合作精神；
- （3）培养吃苦耐劳、独立思考的能力；

(4) 创新精神、创新能力、创业意识与创业能力。

## 2. 知识目标

(1) 了解电子商务活动的基本内容；

(2) 市场调研与分析业务的能力；

(3) 了解方案设计的基本内容与框架。

## 3. 能力目标

(1) 具备在实践中发现问题、解决问题的能力；

(2) 熟练进行需求分析、信息检索、方案设计、资源利用等专业方法和技能；

(3) 理论与实践相结合的能力；

(4) 办公软件操作能力。

# 五、考核内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	设计选题	设计要求： 1. 毕业设计选题符合本专业培养目标；设计任务体现学生进行需求分析、信息检索、方案设计、资源利用等专业能力和创新协作意识的培养，突出大数据特色。 2. 毕业设计选题切合实际、贴近生产生活；设计任务具有一定的综合性和典型性，综合运用所学专业知识和技能解决专业。	由老师推荐毕业设计可行的相关方向以及应用软件供学生们选择，由学生自行选择方向和相关软件的使用。	16
2	设计实施	设计要求： 1. 毕业设计完整、规范，科学规划毕业设计任务的实施，能确保方案顺利完成；毕业设计所选择的技术原理、理论依据和规范选择合理。； 2. 毕业设计项目启动、设计任务规划、资料查阅、参数确定、设计方案的拟定及修订、软件的使用、设计成果成型等基本过程记录完整；	学生自主探索设计方案、完成设计任务。	40

		3. 中间数据详实、充分、明确、合理；引用的参考资料、参考方案等来源可靠。		
3	作品质量	<p>设计要求：</p> <p>1. 毕业设计充分应用了本专业的新知识、新技术、新方法等，要素完备，表达准确；</p> <p>2. 毕业设计完成体现任务书的规定要求；成果报告书写全面概述毕业设计实施的全过程并总结毕业设计的收获、毕业设计作品特点等；相关文档排版规范、文字通畅，表述符合行业标准要求；</p> <p>3. 毕业设计作品有创意，有实用性，可以有效解决生产生活的实际问题。</p>	由电子商务教研室教师组成评委会，针对学生的毕业设计进行点评并给出分数，对不符合要求的设计作品不予本课程学分。	4

## 六、教学建议

### （一）教学方法

在教学方法的选择上要从学生现有的能力和水平出发，注重“从实际出发，因材施教”，模拟企业真实业务，采用讨论式教学法、案例教学法、启发式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式，提高学生分析问题、解决问题的能力。

#### 1. 讨论式教学法

讨论式讲授法是以学生为中心的教学方法，强调学生的主动性与参与性，通过交流与合作促进学生的学习与发展。讨论式教学相比较传统的讲授式，更加注重学生的思考和表达能力，更能激发学生的学习兴趣 and 积极性。

#### 2. 案例教学法

案例教学法包括讲解案例法和讨论案例法两种。讲解案例法，是将案例教学融入传统的讲授教学法之中的一种方法。教学中使用的案例通常是针对课程知识体系中的重点、难点设计的，也称“知识点案例”。讨论案例法，是以学生课堂讨论为主，案例是学生讨论的主题，学生通过对案例的剖析，提出各自的解决方案，并予以充分讨论。

#### 3. 启发式教学法

启发式教学是根据教学目的和内容，通过设计启发、诱导型问题，引导学生养成多思考，善思

考、勤思考的习惯，将问题解决贯穿于教学的每一环节，启迪学生思考，活跃学生思维，促进学生身心发展，提高学生学习的主动性、积极性和创造性，更好地激发学生的学习兴趣，加深对课程内容的理解。

## （二）评价方法

毕业设计的评价，从选题、设计实施、作品质量三个方面进行。

### 1. 选题

以学生毕业设计任务书为主要考察对象，重点评价所选课题与高职目标定位和专业培养目标符合情况、所学专业知识和技能解决综合运用情况、与专业领域的对接情况、综合能力和职业岗位(群)中核心能力的培养情况及课题的难易程度和工作量适度情况。

### 2. 设计实施

以毕业设计说明书为主要考察对象，重点评价完成毕业设计任务所制定的技术路线的可行性、步骤合理性和方法的科学性。设计过程的完整性和语言表达的准确性。设计结论得出的可靠性、依据选择的合理性和依据应用的正确性。

### 3. 作品质量

以学生毕业设计形成的最终作品(方案)为主要考察对象，重点评价作品的规范、要素和技术文件与行业或企业标准规范的符合度。作品的可操作性、可执行性和设计任务的完成情况。作品的创新性和应用前景。

## （三）教学条件

电脑、互联网等其他多媒体。

## （四）教材编选

教材应符合《职业院校教材管理办法》等文件的规定和要求，探索使用新型活页式工作手册式教材并配套信息化资源。教材编写应以本课程标准为依据，充分体现任务引领实践导向的设计思想教材的选择。

## 19. 《短视频运营实训》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	短视频运营实训				
课程类别	专业实践课程	课程代码	05004034		
课程学分	2	学时	总学时	理论学时	实践学时
			44	0	44
适应对象	第二学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	实践				
先修课程	《短视频设计与制作》				
后继课程	《网店运营与推广》				
制订人	马丽	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是一门依照高等职业教育培养目标与新媒体行业企业实际需求设置的专业核心课，主要面向电子商务类、市场营销类、新媒体运营类、新闻传播类、传播与策划类相关专业学生、新媒体从业者、电子商务从业者及社会学员，以实现技能提升和知识更新。

短视频是随着媒介新技术的发展而兴起的一种产品形态，它正在改变传媒业的格局。而随着各大短视频平台的日益火爆，众多企业开始意识到短视频在网络营销方面起到的重要作用。本课程从多角度、深层次地剖析了短视频运营的方法，内容包括初识短视频、短视频账号定位、短视频内容运营、短视频拍摄与剪辑、短视频引流推广、短视频商业变现，最后通过典型的短视频案例分析，深入浅出地讲解短视频运营知识，帮助学生快速掌握短视频运营的实用技巧。

### 三、课程设计思路

短视频运营实训课程设计思路应以行业需求为导向，注重理论与实践相结合，通过模块化、循序渐进的教学方式，培养学生的核心技能和实践能力。同时，保持课程内容的持续更新和评估考核的合理性，确保教学质量和学生的学习效果。

### 四、课程教学目标

通过本课程的学习，向学生传授短视频运营技能，锻炼学生踏实肯干、做事严谨、敢于创新等基本素质；带领学生围绕典型案例做相关案例分析，从而帮助学生进一步理解和掌握课堂上所学到的相关知识，为其以后进入工作岗位，培养良好的学习、分析能力奠定了基础。

## （一）总体目标

通过对本课程的学习，学生能够熟知短视频运营流程，具备短视频账号定位、内容运营、拍摄剪辑、推广引流、商业变现等职业技能。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- （1）了解短视频的基础知识，认识主流短视频平台以及短视频运营攻略。
- （2）掌握短视频账号的定位方式，包含功能定位、IP 定位、用户定位、内容定位和主页设置定位，以及认识短视频账号的定位步骤和技巧。
- （3）掌握短视频内容运营的方法。
- （4）掌握短视频的拍摄、视听语言、短视频的后期剪辑以及使用 premiere 进行剪辑的方法。
- （5）掌握短视频引流、粉丝运营、账号矩阵化运营和付费推广的方式。
- （6）掌握抖音短视频商业变现的方式。
- （7）分析短视频案例，对不同类型代表性短视频账号进行全面分析，掌握其运营的重点。

### 2. 能力目标

- （1）能够进行短视频的内容策划、拍摄与后期编辑，创作出高质量的短视频作品。
- （2）能够进行短视频选题策划，掌握短视频爆款运营的技巧，创作短视频脚本和掌握短视频发布推广的方法。
- （3）能够通过引流推广、用户运营等开展短视频运营活动。
- （4）能够通过销售商品、用户付费、广告变现、平台扶持、加入 MCN 机构等方式实现短视频商业变现。
- （5）能够分析不同类型的短视频账号，找到其优势与劣势。

### 3. 素质目标

- （1）具备短视频行业的基本职业道德，热爱工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规。
- （2）培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维。
- （3）养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的工作作风，具有良好的服务意识。
- （4）讲究工作效率和时间观念，养成良好的书面记录习惯，及时回复用户的各种要求，有重要事项及时进行反馈。
- （5）保持对短视频行业的敏感性，提高沟通协调能力。
- （6）锻炼自学能力和可持续发展能力。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
----	------	------	------	------

1	第1章初识短视频	1. 能够初步认识短视频； 2. 区分不同主流平台的特点； 3. 了解短视频运营的思维和团队的搭建。	讲评 初步了解短视频的基本概念。 开展短视频内容策划实训活动	4
2	第2章短视频账号定位	1. 能够分析目标受众，能够精准定位用户需求； 2. 掌握短视频账号的定位技巧。	案例展示 学生实操-讲评	6
3	第3章短视频内容运营	1. 掌握短视频策划的核心原则； 2. 掌握爆款短视频的必备元素； 3. 掌握短视频文案写作的创作技巧； 4. 了解常用的短视频脚本编写工具。	短视频文案编写； 短视频脚本编写 案例展示 学生实操·讲评 开展短视频内容策划实训活动	6
4	第4章短视频拍摄与剪辑	1. 熟练掌握短视频拍摄基本流程； 2. 短视频剪辑软件运用。	短视频拍摄；短视频剪辑。 案例展示-学生实操-讲评 开展短视频拍摄与剪辑实训活动	8
5	第5章短视频引流推广	1. 掌握短视频引流的方式； 2. 掌握增强粉丝黏性的技巧； 3. 掌握构建多平台账号矩阵、单平台账号矩阵的技巧； 4. 掌握使用 DoU+和作品推广的操作步骤。	对短视频作品进行引流；使用 DOU+进行作品推广 开展短视频引流实训活动 案例展示-学生实操-讲评	8
6	第6章短视频商业变现	1. 了解短视频商业变现的分类； 2. 了解各种变现模式。	自行设计一个短视频账号变现方案； 自行使用一个短视频账号进行变现	6

			案例展示-学生实操-讲评	
7	第7章短视频案例分析	1. 学会分析代表性短视频账号； 2. 学会分析不同类别短视频账号的优势和劣势。	分析代表性短视频账号的运营现状、定位、风格； 了解代表性短视频账号的选题策划、拍摄剪辑与商业变现； 学习不同类别的短视频账号运营的重点。	6

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程教学的关键是知识扩展和业务仿真。教学不以学生掌握“应知”内容为目标，而在应知基础上达到“应会”为目标。在教学过程中，应立足于加强学生实际应用能力和职业素质的培养，通过项目教学、以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。

本课程立足于实际能力培养，应用现实的短视频平台开展教学，并鼓励学生进行短视频创作。理论配合案例解析进行学习，提高学生的短视频运营能力；在条件允许的情况下，开展短视频运营实践，根据运营效果及数据分析评估学生短视频运营水平。课程以学生为中心，工作过程为线索，工作任务为载体，组织课程内容和课程教学，以输出短视频作品和短视频变现的形式导出，以激发学习兴趣，明确学习方向，便于教学中的启发与引导。让学生在完成各项目具体工作任务的过程中来构建相关理论知识和各项职业技能，发展职业能力。

### （二）评价方法

总评成绩主要由两部分组成：

总评成绩=平时成绩（50%）+末考成绩（50%）

其中，各项评价指标的构成及比例如下表所示。

序	成绩类	考核方式	考核要求	权重（%）	备注
1	期末成	期末考	大作业	50	百分制，60分为及格
2	平时成绩	实战训	10次	40	优、良、中、及格、不及格
3		平时表	出勤情况	10	两次未参加课程则无法获得学分

### （三）教学条件

本课程的教学资源主要有教学大纲、《短视频运营》课程标准、PPT、教案、微课视频、课后习题答案、案例资源等，为教师的教学和学生的学习提供了丰富的扩展资源。

（1）积极开发和利用网络课程资源，不断增加教学资源的品种，不断提高教学资源的针对性。

（2）利用现代信息技术开发多媒体课件，通过搭建起多维、动态、自主训练平台，使学生的

主动性、积极性和创造性得以充分调动，实现“教学做合一”，让学生在真实情境中学习、体验和锻炼。

(3) 通过整合各种资源，为学生创造实训实践、接触实际工作的良好资源环境，全方位推动理论联系实际，切实促进产学结合，全面提高学生的综合素质和实际应对能力，并能在各方面迅速适应社会需求。

#### 软硬件条件

本课程在课堂教学中十分注意运用现代的教学理念与教学方法，当然，这些理念和方法的运用离不开现代教学技术手段的支持。这些不仅促进了教学活动的开展，激发了学生的学习兴趣，同时也提高了教学效果。

#### 多媒体手段运用

多媒体技术集声、像、字、画动态显示于一体，图文并茂，形象生动，能够达到抽象概念具体化，微观概念宏观化的良好效果。本课程通过多媒体课件和微课视频的展示，让学生更加容易理解接受，能够提高教学效果。

### (四) 教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### (1) 教材选用

《短视频运营》隗静秋、谢怡婷主编，2023年；人民邮电出版社出版教材。

##### (2) 参考教材选用

《短视频策划、制作与运营》郑昊、米鹿，主编，2019.6.1，人民邮电出版社。

#### 2. 教材编写原则与要求

本书紧跟时代潮流，内容涵盖短视频运营的各个方面，内容创新性强，充分考虑相关课程要求，实践应用程度高，在简要讲解概念和理论的基础上，重点讲解具体的运营方法，着重培养读者的实际运营能力。同时本书立足短视频行业，通过大量优质账号的案例分析，让学生真正掌握短视频运营的方法与技巧，达到学以致用、举一反三的学习效果。

## 20. 《直播运营实训》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	直播运营实训				
课程类别	专业实践课程	课程代码	05004021		
课程学分	2	学时	总学时	理论学时	实践学时
			44	0	44
适应对象	第三学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《短视频运营实训》				
后继课程	《跨境电商运营实训》				
制订人	孙政	审核人	王裕		

### 三、课程性质与作用

本课程是电子商务专业的一门专业实践课程，该课程系统讲述了直播营销活动从策划、执行到复盘的整个流程，以及个人主播或直播团队应具备的直播基础知识和实操方法。不论是PC端直播还是移动端直播，都进行了详细的应用说明和功能设置步骤讲解，内容涉及直播设备选择、直播间的场景搭建、直播平台的选择、直播间的装修、直播商品的选择与上架、直播活动的策划、直播的预热与开播、直播运营与数据分析等。对提高学生的直播运营和策划能力，促进学生做好电商电商实战工作具有指导意义。

### 三、课程设计思路

在课程设计上理论知识与实践应用相辅相成，深层次地剖析了直播运营的策略与方法，内容涵盖认识短视频与直播、直播内容策划、直播技能和直播运营实战等，以案例为主导，激发学生的学习兴趣，帮助学生快速掌握短视频和直播运营技巧和方法，使学生能够学以致用，培养和提升学生的实际运营能力。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

通过本课程学习直播运营推广，使学生巩固、加深并能综合运用所学知识，同时培养学生理论联系实际并深入实际的工作作风，提高分析和解决店铺运营推广、方案策划、话术设计与使用、脚本设计、灵活应变的与能力。同时培养学生自主学习能力、自我管理能力和沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。

#### （三）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解直播行业与直播运营；
- (2) 了解直播的发展历程、特征、营销优势；
- (3) 掌握直播的常见类型和直播活动的运营流程；
- (4) 掌握直播设备的选择技巧、直播间的场景搭建与布置技巧；
- (5) 掌握直播的策划与运营；
- (6) 掌握直播间的装修技巧；
- (7) 掌握直播商品的选择和上架技巧；
- (8) 掌握直播运营与数据分析的技巧。

### 2. 能力目标

- (1) 能利用直播平台及网络工具搜集网络信息；
- (2) 能熟练使用淘宝、京东、抖音等平台开设直播；
- (3) 能够应用所学的知识分析并解决直播运营推广过程中存在的问题。

### 3. 素质目标

- (1) 勤学苦练，理论联系实际；
- (2) 树立善于观察和思考、总结的意识；
- (3) 养成谦虚好学务实上进的良好习惯；
- (4) 具备较强的口头与书面表达能力、人际沟通能力；
- (5) 具备良好的职业道德；
- (6) 具有良好的心理素质、克服困难和创业创新的素养。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 直播概述	1. 了解直播行业； 2. 了解直播的特点； 3. 了解直播常见的类型； 4. 熟悉直播活动的运营流程。	1. 学生了解直播的发展历程及直播的特点； 2. 进行直播活动的运营流程； 3. 总结归纳。	6
2	项目二 直播的设备选择与直播间的场景搭建	1. 了解直播活动的基本原理； 2. 掌握直播设备的选择技巧； 3. 掌握直播间的场景搭建与布置。	1. 案例导入，引出直播活动的基本原理， 2. 组织学生直播间的场景搭建与布置	6

3	项目三 直播平台的 选择	1. 了解直播平台的选择维度； 2. 了解常见直播平台的类别及基础功能； 3. 掌握不同直播平台的开通技巧。	1. 布置任务，结合实际，学生掌握常见直播平台的类别及基础功能； 2. 学习和掌握不同直播平台的开通技巧。	6
4	项目四 直播间的 装修	1. 掌握直播间画面的板块划分与设置技巧； 2. 掌握直播间的装修技巧。	1. 布置任务，学生通过小组合作的形式进行直播间的板块的分配划分任务； 2. 进行个人直播间的装修实践操作。	6
5	项目五 直播商品 的选择与 上架	1. 了解直播商品的渠道来源； 2. 了解直播商品的选品流程； 3. 掌握营销联盟的选品技巧； 4. 掌握直播间的商品上架技巧。	1. 布置任务，任选感兴趣的直播渠道进行学习； 2. 了解直播商品的选品流程； 3. 掌握营销联盟的选品技巧； 4. 最终，通过小组合作的形式去真正的掌握直播间的商品上架技巧。	6
6	项目六 直播活动 的策划	1. 掌握直播活动方案的制订； 2. 掌握策划直播脚本的技巧。	布置任务，结合现实情况的案例分析，掌握直播活动的方案制订技能； 通过小组合作形式掌握直播脚本的技巧。	6
7	项目七 直播的 预热与 开播	1. 掌握直播宣传物料的制作； 2. 掌握直播预告的设置技巧； 3. 掌握直播的开播设置。	1. 通过教师讲解的方法，使得学生掌握直播宣传物料的制作； 2. 通过课程实践的方法，应用直播预告的设置技巧	4
8	项目八 直播运 营与数 据分析	1. 了解直播的重点监控数据； 2. 掌握直播数据的查询渠道。	1. 案例导入，通过案例理解直播的重点监控数据； 2. 通过课堂实践的方式，了解直播数据的查询方法并得意应用。	4

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程设计遵循以职业能力培养为核心，围绕如何进行直播运营这一核心问题，采用理论与案例相结合的方法，充分利用在线教育资源与课程思政，采用在讲授、案例分析、小组讨论等教学方法，适应学生个性化学习需要，并将社会主义核心价值观、职业教育、创新精神等思政元素融入理论教学和实践教学中，增强学生学习的主动性，提高课程的实践性，使知识、技能和素养培育“三位一体”，实现全过程、全方位育人。

## （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考试成绩（40%）

## （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

## （四）教材编选

### 1. 教材选用建议

#### （1）教材选用

《直播运营实战技能》，南志光 郭明 主编，人民邮电出版社，2023年05月。

#### （2）参考教材选用

《短视频与直播运营》，包春玲 隗静秋 吕向阳 主编，人民邮电出版社，2023年05月

### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作过程化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）本课程教材将直播运营的具体业务工作，按照工作过程或工作内容的逻辑顺序分解成典型的工作项目，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解到相应的操作中。

（3）为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师 and 行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与实际电商运营业务紧密衔接，及时将直播运营中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 21. 《网店运营与推广实训》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	网店运营与推广实训				
课程类别	专业实践课	课程代码	05004020		
课程学分	2	学时	总学时	理论学时	实践学时
			2w		2w
适应对象	第四学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	实践				
先修课程	《电子商务基础》《新媒体运营》《网店运营与推广》				
后继课程	《电子商务创业实务》《商务数据分析》				
制订人	王裕	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业实践课程。课程主要面向搜索引擎推广、信息流推广等岗位群，完成关键词挖掘与分析、商品标题制作、详情页优化、搜索推广策略制定、搜索推广账户搭建、搜索推广账户优化、信息流推广策略制定、信息流推广账户搭建、信息流推广账户优化等工作任务，具备网店推广能力。

### 三、课程设计思路

在课程设计上，内容包括 SEO 优化、SEM 推广以及信息流推广 3 大工作领域。实训利用虚拟仿真实训软件进行模拟训练，力求做到理论与实践相结合，将知识传授、职业能力培养有机结合起来，巩固和加强对知识的理解，并学以致用。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

通过本课程的学习，使学生掌握网店运营的基本理论，学会运用相关理念和工具开展网店运营。同时培养学生自主学习能力、自我管理能力、沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。

#### （二）具体目标

##### 1. 知识目标

- （1）了解网店推广新趋势；
- （2）掌握网店推广新技术；

- (3) 熟悉网店推广新思维;
- (4) 了解 SEO 对网店推广的作用及搜索引擎排序机制;
- (5) 掌握搜索排名影响因素;
- (6) 掌握常见的搜索广告系统;
- (7) 掌握搜索广告的账户结构与商品形态;
- (8) 学会 SEM 推广的投放原理与扣费机制;
- (9) 掌握信息流广告的特点与推广账户结构;
- (10) 掌握信息流广告竞价机制。

## 2. 能力目标

(1) 能根据搜索引擎的工作原理和商品关键词常用挖掘策略, 通过对商品和用户的分析, 拆解关键词词根, 完成商品关键词的挖掘工作;

(2) 能根据关键词分类方法与规范, 通过数据分析, 对挖掘的关键词进行分类, 建立关键词词库;

(3) 能根据建立的商品关键词词库, 依据选词和组词策略, 制作合适商品标题;

(4) 能根据 SEO 规则, 通过数据分析, 完成商品标题的优化;

(5) 能根据商品资料和行业经验, 完善商品详情页的基本参数;

(6) 能根据商品资料和受众特点, 提炼商品卖点, 并将卖点转化成详情页创意;

(7) 能根据任务背景, 拆解任务目标, 选择合适的推广计划类型, 完成推广资金分配, 并制定合理的推广计划出价策略, 推广地域、日期策略;

(8) 能根据平台反馈数据, 优化推广计划、推广组中的资金分配、出价策略、地域策略、日期策略等;

(9) 能根据平台反馈数据, 调整优化关键词的选词与出价、匹配类型;

(10) 能根据平台提示, 优化推广创意和定向人群, 提高广告点击率和转化率;

(11) 能根据平台反馈数据, 优化受众定向方式、广告预算、出价策略等, 提高广告推广效果;

(12) 能根据受众定向报表, 优化受众人群, 提高受众精准度;

(13) 能根据平台提示, 优化推广创意, 提高创意点击率、转化率。

## 3. 素质目标

(1) 提高学生的网店推广认知, 培训学生的网店推广思维, 提高学生网店推广的兴趣和能力;

(2) 让学生提前体验到了和真实工作环境相似的氛围, 丰富了学生的学习体验, 增强了学生对推广相关工作能力的自信心;

(3) 提高对 SEM 推广的认知, 提高学生 SEM 推广的兴趣和能力。在探索解决现实问题的过程中, 体会策略、技巧和数据的重要性, 发展学生的应用意识, 体验成功的乐趣;

(4) 提高学生对信息流推广的认知, 提高学生信息流推广的兴趣和能力。在探索解决现实问题的过程中, 体会策略、技巧和数据的重要性, 发展学生的应用意识, 体验成功的乐趣。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 网店推广 认知	作为网店推广人员，应该掌握必备的推广技术，但随着互联网的飞速发展，我们掌握的技术和方法也应该与时俱进。通过本模块的学习，掌握网店推广的新趋势、新技术和新思维。	<ol style="list-style-type: none"> <li>各自搜索学习资料可以提高学生学习的自发性，发散学生思维。</li> <li>小组讨论主要是要求学生集思广益，通过团队协作完成学习内容。</li> <li>小组代表上台分享，可以发现不足，相互促进，并且提高学生的表现能力。</li> </ol>	0.2w
2	项目二 SEO 优化	<ol style="list-style-type: none"> <li>SEO作用与原理</li> <li>搜索排名影响因素</li> <li>关键词挖掘与分析</li> <li>标题制作与优化</li> <li>详情页优化</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>通过教师讲解课程部分内容，引导学生思考，促使学生主动学习。</li> <li>采用提问、思考、讨论、总结、应用的学习流程，让学生能够深入浅出的理解学习内容。</li> <li>采用讲授教学与小组讨论相结合的教学方式，既能提高学生的参与度，又能调动学生的学习积极性。</li> </ol>	0.5w
3	项目三 SEM 推广	<ol style="list-style-type: none"> <li>熟悉SEM推广概述内容</li> <li>掌握SEM推广策略制定</li> <li>掌握SEM推广账户搭建、SEM推广账户优化</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>通过教师提问的方式引导学生学习SEM推广账户搭建单元内容，使学生掌握SEM推广账户搭建的相关理论知识，为实操练习奠定基础。</li> <li>通过小组讨论进行使学生思维更加发散，组内学生取长补短，有利于学生在实训时进行“多方法”练习，已检验学生们的想法。</li> <li>小组分享，相互学习，相互促进。</li> </ol>	0.6w
4	项目四 全渠道战略 多维布局	<ol style="list-style-type: none"> <li>熟知信息流推广相关概念原理</li> <li>熟悉信息流推广策略制定方法</li> <li>掌握信息流推广账户搭建</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>通过教师提问的方式引导学生学习信息流推广策略制定单元内容，因为该单元更加适合“方向引导+发散思维”</li> </ol>	0.7w

		4. 掌握信息流推广账户优化	<p>的教学方式，能有效开阔学生的思路, 激发其灵感。</p> <p>2. 策略类、方法类知识和问题更加适合“头脑风暴”。</p> <p>3. 通过小组讨论进行使学生思维更加发散，组内学生取长补短。</p> <p>4. 小组分享，相互学习，开拓思维。</p>	
--	--	----------------	---	--

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程设计遵循以职业能力培养为核心，通过教师讲授和实践指导，加深对 SEO 优化、SEM 推广、信息流推广的认识，通过实训软件中的任务练习，学生提出与任务相关的问题，并分析问题，最终解决问题，在理实一体的学习过程中，逐步强化自己的信息流推广能力。

### （二）评价方法

本课程为考查课。期末考核方式为实操考试。

总评成绩主要由两部分组成：

总评成绩=平时成绩（40%）+技能考核（60%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

教材选用

《网店推广实训》，北京鸿科经纬科技有限公司主编，高等教育出版社，2023 年 1 月。

#### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）本课程教材将网店运营的具体业务工作，按照工作过程或工作内容的逻辑顺序分解成典型的工作项目，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解到相应的操作中。

（3）为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师 and 行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与实际电商运营业务紧密衔接，及时将网

店运营中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 22. 《会计学原理》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	会计学原理				
课程类别	专业选修课	课程代码	05004035		
课程学分	2	学时	总学时	理论学时	实践学时
			32	32	0
适应对象	第二学期				
适用专业	电子商务				
授课方式	理论				
先修课程	无				
后继课程	商务数据分析				
制订人	李敏	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

《会计学原理》是电子商务专业的一门专业选修课程，主要讲授会计的基本理论知识和专业实践技能，不仅要与实际工作相对接，又要满足理论考核的需要，让学生既会干又能考，具有理论性强且实践性要求高的特点。通过本课程的学习，使学生熟悉并掌握大数据与财务管理专业必备的基础理论知识，能够掌握填制和审核会计凭证、登记会计账簿、编制会计报表等基本核算技能，并结合制造企业的主要经济业务，让学生理解完整的会计工作过程，初步具备基本会计核算能力，为学习专业核心课程奠定扎实的基础。

### 三、课程设计思路

本课程以学生为主体，以会计实务的基本操作为主线，以会计职业能力培养为核心，本着先立德后树人的育人理念，合理运用信息化技术手段与多媒体设备，采用线上线下混合教学模式，实施了多元化课程评价体系，同时培养学生积极的人生态度、良好的职业道德。通过本课程的学习，学生将掌握会计核算的基本理论与基本操作技能，同时提升综合职业能力。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

本课程的总体目标为培养学生的基本专业理论和专业技能，同时培养学生积极的人生态度、良好的职业道德。本课程以掌握大数据与财务管理专业知识和技术技能，面向各类中小微型企业会计专业人员职业群，能够从事会计核算工作的高素质技术技能人才为培养目标，通过会计项目和会计任务引领的理实一体化教学，教师重点培养学生恪守会计职业道德，提高会计职业

素养，帮助学生学会编制和审核会计凭证，规范地整理和装订会计凭证，熟练登记账簿，熟练编制资产负债表和利润表，从而具备在企业从事会计工作的岗位技能和职业能力。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解会计的工作职责与要求；
- (2) 熟悉会计核算工作程序；
- (3) 理解会计的基本记账原理；
- (4) 掌握会计核算方法体系；
- (5) 了解会计基础工作规范要求。

### 2. 能力目标

- (1) 会运用复式记账原理处理简单经济业务和会计事项；
- (2) 能结合业务独立完成填制和审核会计凭证；
- (3) 能根据经济业务登记会计账簿；
- (4) 能根据会计账簿编制报表。

### 3. 素质目标

- (1) 培养学生乐观向上、积极主动、团结协作的职业信念；
- (2) 培养学生爱岗敬业、提高技能、参与管理、强化服务、坚持准则、客观公正、廉洁自律的职业道德修养；
- (3) 培养学生严谨细致、一丝不苟、精益求精的工作作风；
- (4) 培养培养学生遵纪守法、诚实守信的工作品质和实事求是；谦虚好学、踏实肯干、吃苦耐劳的职业行为习惯；
- (5) 培养学生良好的信息素养与数据思维。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	会计认知	知识要求： 1. 认识会计的概念及其职能 2. 掌握会计基本假设和会计基础	1. 自主学习会计发展史 2. 课堂讲授会计理论 3. 通过案例增加职业认	4

		<p>3. 明晰会计信息质量要求</p> <p>4. 掌握会计核算方法</p> <p>技能要求:</p> <p>1. 能理解会计基本理论</p> <p>2. 恪守会计职业道德</p>	<p>同</p> <p>4. 课堂讨论会计职业道德</p>	
2	基于会计对象开设账户	<p>知识要求:</p> <p>1 确定会计对象</p> <p>2. 掌握会计要素的概念、分类以及会计要素的关系</p> <p>3. 掌握会计科目和账户的概念、分类</p> <p>4. 了解会计科目和账户的关系</p> <p>技能要求:</p> <p>1. 能说出企业资金运动过程</p> <p>2. 能根据会计等式, 分析经济业务对会计等式的影响</p> <p>3. 识别会计科目和账户</p>	<p>1. 画出资金运动图</p> <p>2. 课堂讲解会计要素及关系</p> <p>3. 案例分析经济业务对会计等式的影响</p> <p>4. 识别会计科目和账户</p>	4
3	复式记账	<p>知识要求:</p> <p>1. 理解复式记账的原理和种类</p> <p>2. 掌握借贷记账法的概念和特点</p> <p>3. 掌握会计分录的概念、分类和编制</p> <p>技能要求:</p> <p>1. 能运用借贷记账法编制会计分录</p> <p>2. 会登记 T 型账户</p> <p>3. 能编制试算平衡表</p>	<p>1. 课堂讲授复式记账原理</p> <p>2. 结合案例编制会计分录</p> <p>3. 编制试算平衡表</p>	2
4	主要经济业务的核算	<p>知识要求:</p> <p>1. 掌握企业筹集资金业务的核算</p> <p>2. 掌握企业供应过程的核算</p> <p>3. 掌握企业生产过程的核算</p> <p>4. 掌握企业销售过程的核算</p> <p>5. 掌握企业利润形成和利润分配业务的核算</p> <p>技能要求:</p> <p>1. 能进行资金筹集业务的账务处理</p>	<p>分析不同业务涉及的账户</p> <p>结合具体业务编制会计分录</p>	4

		<p>2. 能进行购买材料和固定资产业务的账务处理</p> <p>3. 能进行生产过程业务的账务处理</p> <p>4. 能进行销售过程业务的账务处理</p> <p>5. 能进行利润形成和分配业务的账务处理</p>		
5	填制和审核会计凭证	<p>知识要求:</p> <p>1. 理解会计凭证的概念和分类</p> <p>2. 掌握原始凭证的概念和分类,</p> <p>3. 掌握记账凭证的概念、分类和编制</p> <p>4. 熟悉会计凭证的传递、装订和保管</p> <p>技能要求:</p> <p>1. 能编制主要原始凭证</p> <p>2. 能区别不同记账凭证的种类</p> <p>3. 能根据经济业务填制记账凭证</p>	<p>1. 会计凭证实物展示</p> <p>2. 课堂讲解会计凭证的概念、操作演示凭证的填制</p> <p>3. 填制支票、增值税专用发票等主要原始凭证</p> <p>4. 填制记账凭证</p>	4
6	设置与登记会计账簿	<p>知识要求:</p> <p>1. 理解会计账簿的概念、种类和构成</p> <p>2. 掌握会计账簿的启用和登记</p> <p>3. 掌握错账的查找与更正</p> <p>4. 掌握对账的内容与结账</p> <p>5. 熟悉会计账簿的保管与更换</p> <p>技能要求:</p> <p>1. 能够熟练登记会计账簿;</p> <p>2. 能够进行错账的查找与更正;</p> <p>3. 能够正确对账和结账</p>	<p>1. 会计账簿实物展示</p> <p>2. 启用会计账簿</p> <p>3. 练习登记日记账</p> <p>4. 练习登记相关明细账</p> <p>5. 练习明细账和总账平行登记</p> <p>6. 进行错账查找与更正</p>	2
7	开展财产清查	<p>知识要求:</p> <p>1. 理解财产清查的概念和作用</p> <p>2. 了解财产清查的种类; 理解财产物资盘存制度</p> <p>3. 掌握各种财产的清查方法</p> <p>技能要求:</p>	<p>1. 上网搜集出纳违法违纪的案例</p> <p>2. 结合案例进行库存现金清查的核算</p> <p>3. 进行银行存款的清查并编制银行存款余额调</p>	4

		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能运用正确的方法进行财产清查</li> <li>2. 能进行不同财产清查的账务处理</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. 节表</li> <li>4. 结合案例进行实物清查的核算</li> <li>5. 讨论往来款项清查的方法</li> </ol>	
8	确定账务处理程序	<p>知识要求:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解会计核算程序的概念、种类;</li> <li>2. 熟悉各类会计核算程序的特点、优缺点及使用范围;</li> </ol> <p>技能要求:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能区别不同账务处理程序的特点</li> <li>2. 会编制科目汇总表和汇总记账凭证</li> <li>3. 能根据记账凭证、科目汇总表和汇总记账凭证登记总账</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 学生讨论不同企业规模和会计人员设置</li> <li>2. 画出不同种类账务处理程序图</li> <li>3. 结合案例编制科目汇总表登记总账</li> <li>4. 学生总结不同账务处理程序的优缺点</li> </ol>	4
9	编制财务报表	<p>知识要求:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 理解财务会计报告的概念、内容和种类</li> <li>2. 掌握资产负债表的概念、格式、结构和编制方法</li> <li>3. 掌握利润表的内容、格式、结构和编制方法</li> <li>4. 了解现金流量表的内容、结构和编制方法</li> </ol> <p>技能要求:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够根据会计账簿资料正确编制资产负债表</li> <li>2. 能够根据会计账簿资料正确编制利润表</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 回顾会计目标和账务处理程序图, 引出财务报告</li> <li>2. 学生自主学习相关理论</li> <li>3. 课堂讲授报表编制方法</li> <li>4. 结合案例编制资产负债表</li> <li>5. 结合案例编制利润表</li> </ol>	4

## 六、教学建议

### (一) 教学方法

#### 1. 项目教学法

项目教学法是以工作任务为依据设计教学项目, 以学生为活动主体实施项目的教学方法, 也就是将教学内容融入项目实施过程的一种教学方法。项目教学法是以学生为中心的教学模式, 这

种教学模式中学生是主动的学习者，教师是学生学习的指导者。本课程包括设置而科目和账户、填制凭证、登记账簿和编制会计报表等项目，每个项目的实施都有一个明确的任务、一个完整的过程，能够取得一个标志性成果。

## 2. 课堂讲授法

课堂讲授法是教师通过口头语言向学生描绘情境、叙述事实、解释概念、论证原理和阐明规律的教學方法。该方法以教师的语言作为主要媒介系统，连贯地向学生讲授基础知识、基本理论或基本流程，帮助学生理解并准确掌握相关知识技能，特别是各个知识技能点之间的有机联系和逻辑关系。

## 3. 任务驱动法

任务驱动的教与学的方式，能围绕任务展开学习，以任务的完成结果检验和总结学习过程等，改变学生的学习状态，使学生主动建构探究、实践、思考、运用、解决高智慧的学习体系。在教师提供的实务案例中，学生置身于企业工作情境中，自主学习、讨论交流，通过不同观点的交锋，补充、修正和加深对当前问题的解决方案。

## 4. 案例教学法

案例教学法包括讲解案例法和讨论案例法两种。讲解案例法，是将案例教学融入传统的讲授教学法之中的一种方法。教学中使用的案例通常是针对课程知识体系中的重点、难点设计的，也称“知识点案例”。讨论案例法，是以学生课堂讨论为主，案例是学生讨论的主题，学生通过对案例的剖析，提出各自的解决方案，并予以充分讨论。

## 5. 线上线下混合教学法

鉴于《基础会计》知识枯燥乏味、学生自主学习能力较差的特点，在本课程教学过程的各环节中，在“学习通”、云班课等学习平台为学生提供丰富、优质且有效、有趣的学习资源，帮助学生完成课前预习、课上巩固、随堂练习与测验、课后作业等，充分调动学生的学习兴趣，融入职业信念态度、职业道德修养、职业知识技能和职业行为习惯的培养。

## 6. 分工协作教学法

在各经济业务管理的学习阶段，可以按工作内容将学生分组，也可以按工作流程将学生分理，比如原始凭证处理、记账凭证处理、总账处理、明细账处理等。通过分组学习，培养性分工协作能力。

## （二）评价方法

本课程主要考核学生知识目标、技能目标及素质目标的达标情况。理论知识的掌握情况主要通过期末闭卷考试进行考核，占总成绩的40%；技能目标主要通过对学生提交的工作成果的完成情

况进行考核，占总成绩的 30%；素质目标主要通过线下出勤与课堂表现、线上学习、团队合作情况进行考核，占总成绩的 30%。

总评成绩主要由理论知识部分、技能考核部分和素质考核部分组成：

总评成绩=理论知识（40%）+技能考核（30%）+素质考核（30%）

### （三）教学条件

#### 1. 师资队伍

本课程的授课教师应具备下列基本条件：

- （1）应具有扎实的会计相关基础知识，同时具备会计基本操作技能，熟悉相关的法律法规；
- （2）应持有本课程相关职业资格证书或者“1+X”职业技能等级证书；
- （3）了解企业会计账务处理基本流程，能够完成相关业务的账务处理；
- （4）具备较强的教学组织和设计能力，能够根据教学内容、教学对象的不同制定教学实施方案。

#### 2. 实践教学条件

##### （1）理实一体化实训室

建议在一体化专业实训室或智慧教室进行教学，需要每个座位配置一台电脑，网络应流畅，能播放在线教学视频。实训室要能满足基本的数字化技术软件安装网络环境。

##### （2）智能化会计实训平台

让学生能结合平台完成凭证填制、账簿登记、报表编制等主要账务处理工作。

##### （3）实训工具设备

配备日常账务处理所需的会计凭证、会计账簿和会计报表以及所需的办公文具，如裁纸刀、胶棒、装订机、打印机、扫描仪，计算器，文件柜及各种日用耗材。

#### 3. 教学资源及平台

##### （1）线上教学资源

支持混合教学和 MOOC 开放的公共教学资源库或自建教学资源，为实施线上线下混合教学提供条件。

##### （2）线上教学平台

采用符合国家有关互联网平台条件的公共教学平台。建议使用智慧职教等教学平台，利用职教云建设在线课程，设计教学活动；利用云课堂实施课堂教学。借助职教云强大的学习活动分析功能关注和分析学生的学习情况，及时解决学生学习中的短板问题。

### （四）教材编选

## 1. 教材选用建议

### (1) 教材选用

本课程理论教材选用大连理工大学出版社的《基础会计》（第十版），主编任延冬，景冬梅。ISBN：978-7-5685-3741-4。

本课程实践教材选用大连理工大学出版社的《基础会计实训》（第10版）。

### (2) 参考教材选用

1. 《基础会计（附微课视频 第4版）》，沈建红、郝福锦，人民邮电出版社。
2. 《会计基础》，赵丽生，高等教育出版社
3. 《基础会计》，李占国，高等教育出版社

## 2. 教材编写原则与要求

教材编写应以本课程标准为基本依据，教材应体现思想性、科学性、趣味性和灵活性相结合的原则。

教材应充分体现任务引领、实践导向的课程设计思想。教材以完成任务的典型活动项目来驱动，通过视频、实际案例、情景模拟等多种手段，以会计账务处理流程为主线，以完成实际工作任务为目标，依照基本工作过程和程序以及岗位需求，贯穿以案例剖析和模拟平台，以活动内容、活动要求、活动提示和活动体验为中心整合理论与实践教学内容，探索使用新型活页式、工作手册式教材并配套信息化资源。配备大量的实务题，使学生能够在学习完理论知识后及时地得到相应的技能训练。

## 七、说明

《基础会计》课程是一门专业基础课，本课程将会计基础理论知识与基本实践技能相结合，面向会计工作全过程和各岗位，对学生进行基本会计核算能力的培养。基于职业院校推行的“1+X”技能等级证书制度，本课程又是职业技能等级证书与职业资格证书考试课程的基础，因此，本课程教学不仅要与实际工作相对接，又要满足理论考核的需要。

## 23. 《经济学原理》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	经济学原理				
课程类别	专业选修课程	课程代码	05004036		
课程学分	2	学时	总学时	理论学时	实践学时
			32	32	0
适应对象	第三学期				
适用专业	电子商务				
授课方式	理论				
先修课程	无				
后继课程	《跨境电子商务》				
制订人	刘洁琼	审核人	李岩涛		

### 二、课程性质与作用

《经济学基础》为电子商务专业的专业选修课程。经济在我国占有重要的地位，是国家治理的支柱和重要基础，学习经济学对学生专业素质的提高以及现实社会问题的认识都有着重要的意义。

课程以中国现实经济实践为对象，基本任务是培养学生认识和掌握经济学的基本理论和方法，对经济运行有一个比较全面的了解，建立起对经济运行的基本思维框架，学会运用经济学基本理论和分析方法来解释经济现象、分析经济领域的相关问题，了解政府对国民经济进行宏观调控的理论依据与方法、手段，具备思考并提出解决经济问题对策的能力，培养学生对于市场经济运行具有较好的宏观分析和判断能力，使学生具备成为高素质的劳动者和专门经济管理人才所必需的基本经济理论知识和基本技能，并为将来学习后续专业课奠定坚实的基础。

### 三、课程设计思路

该课程设计的思路为：

(1) 寻求一种最好的办法实现“工学结合”。在课程教学设计中，除了常规性的设计了“互动训练”、“学以致用”这样的教学单元外，引入“情景教学活动”单元，并把它作为我们整个教学活动的重点，具体做法就是大量地使用现实经济生活案例，把社会经济现象平移到课堂，并融入到教学活动中。

(2) 把握两条主线，对课程内容分模块组合。经济学原理分为微观和宏观两大部分，微观部分可以分为供求均衡理论、消费者行为分析、生产者行为分析、市场分析和微观经济政策等小模块，而所有这些模块可以用一条主线把它串联起来——如何使资源的配置最有效率。宏观经济学可以分为国民收入的决定、失业、通货膨胀、经济周期、经济增长和宏观经济政策等模块，国家为什么干预经济、如何干预经济则是贯穿这些知识结构的主线(见表 1)。

表 1 课程内容模块

模块名称		主线
微观经济学部分	均衡价格理论	如何使资源的配置最有效率
	消费者行为理论	
	生产者行为理论	
	市场结构理论	
宏观经济学部分	国民收入决定理论	国家为什么干预经济，如何干预经济
	失业、通货膨胀	
	经济周期、经济增长	
	宏观经济政策	

(3) 课程整体设计不脱离经济学内在的逻辑联系，在此基础之上，强调经济学的实用性，综合概括，突出重点，结合学生实际情况，尽量少用复杂的数学推导，理论教学设计把握必需、够用为原则，避免过分注重理论分析和数学模型的分析。

(4) 课程设计既要满足专业教师教学需求，也要能满足各种专业学生自己学习经济学有关知识的需求，因此，课程内容既要设计的完整，又要力求简洁明快，通俗易懂，使经济学的教学和学习都不再感到深奥。

## 四、课程教学目标

### (一) 总体目标

学生通过本课程的学习，既可以学会经济学的基本经济理论，认识社会经济现象，又可以利用所学理论知识简要分析社会经济的问题，达到从经济角度认识世界、解决经济问题的目的。

### (二) 具体目标

#### 1. 知识目标

- (1) 掌握市场上商品的供求规律、均衡价格理论、弹性原理；
- (2) 理解消费者均衡的条件；
- (3) 理解生产理论和成本理论；
- (4) 掌握四种市场类型及每种市场结构中厂商均衡分析；
- (5) 基本了解分配理论；
- (6) 掌握国民收入指标的核算方法及决定理论；
- (7) 掌握货币需求、供给与利率的决定理论；
- (8) 理解失业与通货膨胀、经济周期与经济增长等基本的宏观经理论；
- (9) 掌握财政政策和货币政策的种类及其手段。

#### 2. 能力目标

(1) 能运用价格理论、边际效用理论、生产最优组合理论、规模经济理论、生产成本理论、生产要素理论等分析简单的微观经济现象和处理现实经济问题的能力；

(2) 能运用国民收入理论、消费与投资理论、失业与通货膨胀理论、总供给与总需求理论等分析

简单的宏观经济现象；

(3) 能够根据经济学的基本理论知识和技能，能够对经济问题和经济现象进行简单分析，对市场供求发展趋势做出科学合理的预测。

### 3. 素质目标

- (1) 培养学生经济学思维方式，锻炼学生的解决问题的实际能力和创新能力；
- (2) 帮助学生直接参与社会经济生活，增强社会综合适应能力；
- (3) 更好地理解个体差异，具有一定的沟通能力和团队合作能力；
- (4) 树立只有遵循市场经济规律才能办好事情的观念。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 认识经济学	<p>知识要求： 了解经济学产生的客观必然性； 理解经济学研究的对象及其解决的问题； 了解经济学的主要研究方法。</p> <p>技能要求： 学会用机会成本的视角进行决策； 树立资源稀缺的意识。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 经济学案例导入，提出问题确立项目工作任务</li> <li>2. 操作演示</li> <li>3. 分组讨论项目任务，提高学生的合作能力</li> <li>4. 利用项目工作任务驱动学生自主学习，强化学生的理论知识和实践技能</li> <li>5. 课堂上重点分析任务中出现的问题及解决方法</li> <li>6. 任务完成情况评价分析</li> <li>7. 章节归纳总结</li> </ol>	4
2	项目二 需求、供给——进入经济学殿堂的钥匙	<p>知识要求： 了解需求与供给的含义及规律； 理解市场均衡价格原理，掌握价格分析方法； 了解弹性的含义，掌握简单的弹性计算。</p> <p>技能要求： 能基本准确地利用价格理论分析简单的经济现象； 能准确分析厂家控制产量的</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 项目案例导入，提出问题确立项目工作任务</li> <li>2. 操作演示</li> <li>3. 分组讨论项目任务，提高学生的合作能力</li> <li>4. 利用项目工作任务驱动学生自主学习，强化学生的理论知识和实践技能</li> <li>5. 课堂上重点分析任务中出现的问题及解决方</li> </ol>	6

		原因，能分析定价应该考虑的因素，能准确分析产品定位时应该考虑的因素。	法 6. 任务完成情况评价分析 7. 分析总结	
3	项目三 学会理性消费——消费者行为理论	知识要求： 掌握边际效用分析方法和无差异曲线分析方法，培养学生分析消费者消费心理和消费行为的能力。 技能要求： 能基本准确地利用消费理论推动产品创新。	1. 消费者理论案例导入，提出问题确立项目工作任务 2. 操作演示 3. 分组讨论项目任务 4. 利用项目工作任务驱动学生自主学习，强化学生的理论知识和实践技能 5. 课堂上重点分析任务中出现的问题及解决方法 6. 任务完成情况评价分析 7. 分析总结	4
4	项目四 透视厂商行为	知识要求： 了解生产函数的概念；了解单一可变生产要素条件下的产量变化规律；理解生产的合理区域；掌握两种生产要素合理组合的无差异曲线分析法。 理解成本的含义；了解短期总成本、平均成本和边际成本的关系；掌握短期成本的计算；了解长期成本与短期成本的区别；理解厂商利润最大化目标。 技能要求： 要求学生在短期生产中会判断和决策可变生产要素的投入数量区间；会判断长期生产中两种生产要素投入比例的规律；理解生产结构调整的含义。 能准确地进行企业的各种成	1. 生产者案例导入，提出问题确立项目工作任务 2. 操作演示 3. 分组讨论项目任务，提高学生的合作能力 4. 利用项目工作任务驱动学生自主学习，强化学生的理论知识和实践技能 5. 课堂上启迪学生思考，活跃学生思维，重点分析任务中出现的问题及解决方法 6. 任务完成情况评价分析。 7. 分析总结	4

		本界定；能基本准确的确定企业合理的生产规模。		
5	项目五 洞悉市场机构与厂商均衡	<p>知识要求： 了解四种市场结构及其特点；理解完全竞争厂商的特点；掌握完全竞争市场商品价格的决定及厂商如何决定其产量；理解完全垄断厂商的特点；掌握完全垄断市场商品价格的决定及厂商如何决定其产量。</p> <p>技能要求： 结合实例分析市场的类型，要求学生会根据市场的类型能够分析企业实现利润最大化的途径。 能基本准确地进行产品的营销定位。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 市场类型案例导入，提出问题确立项目工作任务</li> <li>2. 操作演示</li> <li>3. 分组讨论项目任务，提高学生的合作能力</li> <li>4. 利用项目工作任务驱动学生自主学习，强化学生的理论知识和实践技能</li> <li>5. 课堂上启迪学生思考，活跃学生思维，重点分析任务中出现的问题及解决方法</li> <li>6. 任务完成情况评价分析。</li> <li>7. 分析总结</li> </ol>	2
6	项目六 开启宏观经济之门——国民收入核算与决定	<p>知识要求： 重点掌握国内生产总值的含义；理解用支出法计算GDP；区分名义GDP和实际GDP；掌握国民收入核算中五个总量的关系。 消费函数、平均消费函数和边际消费函数的函义；乘数的含义与计算</p> <p>技能要求： 能利用国民收入决定模型、乘数模型分析我国的经济基本状况。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 国内生产总值案例导入，提出问题确立项目工作任务</li> <li>2. 操作演示</li> <li>3. 分组讨论项目任务，提高学生的合作能力</li> <li>4. 利用项目工作任务驱动学生自主学习，强化学生的理论知识和实践技能</li> <li>5. 课堂上启迪学生思考，活跃学生思维，重点分析任务中出现的问题及解决方法</li> <li>6. 任务完成情况评价分析。</li> <li>7. 分析总结</li> </ol>	6
7	项目七 直面失业与通	<p>知识要求： 失业与通货膨胀对经济的影响分析，要求学生判断失业</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 失业案例导入，提出问题确立项目工作任务</li> <li>2. 操作演示</li> </ol>	4

	货膨胀	与通货膨胀对经济发展的影响。理解治理失业与通货膨胀的措施。 技能要求： 能分析我国失业状况；能基本准确地进行我国通货膨胀现状的分析。	3. 分组讨论项目任务，提高学生的合作能力 4. 利用项目工作任务驱动学生自主学习，强化学生的理论知识和实践技能 5. 课堂上启迪学生思考，活跃学生思维，重点分析任务中出现的问题及解决方法 6. 任务完成情况评价分析。 7. 分析总结	
8	项目八 认知经济增长和经济周期	知识要求： 经济周期的波动特点分析。 技能要求： 掌握可持续发展的目标与途径	1. 经济增长案例导入，提出问题确立项目工作任务 2. 操作演示 3. 分组讨论项目任务，提高学生的合作能力 4. 利用项目工作任务驱动学生自主学习，强化学生的理论知识和实践技能 5. 课堂上启迪学生思考，活跃学生思维，重点分析任务中出现的问题及解决方法 6. 任务完成情况评价分析。 7. 分析总结	2

## 六、教学建议

### （一）教学方法

在教学中遵循“工学结合”的人才培养模式，按照“以教师为主导，以学生为中心，面向岗位，培养解决实际问题的能力”的教学理念，坚持以“任务驱动，项目导向”为主的“提出问题——分析问题——解决问题”的路径展开教学活动，以调动学生积极性为核心，以职业能力培养为主线，对不同的知识点运用各种恰当、有效的教学方法，着眼于突出学生实际问题能力的培养，采用灵活多样的教学方法相结合。让学生学中做和做中学，容“教、学、做”为一体。教学中使用的教学方法有：

把社会经济现象平移课堂，强调课程的实用性，把理论教学与社会实践活动有机地结合起来。为了加强对学生能力的培养，还认真安排并组织好学生的“课前的财经新闻点评”、“互动训练”和“学以致用”三个教学环节，使学生在校学习与解决实际问题的能力一致性大大加强，再通过有针对性的工学交替、任务驱动、项目导向、课堂与实习地点一体化等行动导向的教学模式改革，为灵活运用各种教学方法提供了良好环境。

#### 1. 故事导入法、问题引导法和案例分析法的综合运用

故事导入的目的是为了吸引学生的注意力，再通过问题引导，提高学生学习经济学问题的学习兴趣。以问题为出发点，围绕问题探讨知识点，通过思考问题——分析问题——解决问题，步步为营，从而有效解决教学难点，这样既加强了学生对理论的理解，同时教会了学生用经济理论思考问题的方法。最后通过教师引导学生对典型的案例进行分析，强化学生对基本理论知识的理解，提高对知识的运用能力，为学生独立思考、独立分析、解决问题打下了基础。

#### 2. 模拟教学法、角色扮演法、互动教学法

在教学活动中，大量采用情景模拟教学、角色扮演法、互动教学方法，通过把教室演变为社会经济环境，让学生和老师一同融入社会经济环境中，让学生重新以经济的方式来思考，如每次上课前让学生先进行“财经新闻点评”，让学生尝试从经济学的视角分析经济现象、解读国家的经济政策，让学生以探究者的身份去探寻经济社会的经济规律，变学生被动学习为主动学习。模拟教学法、角色扮演法、互动教学法的教学方法，对学生的技能训练非常有效。

#### 3. 实践训练教学法

把学生从教师带入社会，让学生走入销售企业、金融企业等经济实体，融入到社会大市场当中，亲身体验经济现象，感受经济魅力。让学生在社会经济环境中锻炼“看”、“听”、“读”、“说”社会经济问题的技能，这种教学非常有效。

#### 4. 课堂实验教学法

将经济学实验引入课堂，让学生亲身参与经济活动，培养学生的学习兴趣和思维能力，实验要与理论教学相结合，每学期做2—3个重要实验，如货币创造过程的课堂实验。

5. 善于循循善诱、设问解疑，诱导学生发现主要矛盾，激发学生的求知欲望，调动学生积极的思维活动，使学生在教师的讲解过程中，边听讲、边思考、边探究。

### （二）评价方法

本课程主要考核学生知识目标、技能目标及素质目标的达标情况。理论知识的掌握情况主要通过期末闭卷考试进行考核，占总成绩的60%；技能目标主要通过对学生提交的工作成果的完成情况进行考核，占总成绩的30%；素质目标主要通过线下出勤与课堂表现、线上学习、团队合作情况进行考核，占总成绩的10%。

总评成绩主要由理论知识、技能目标、素质目标三部分组成：

总评成绩=理论知识\*60%+技能目标\*30%+素质目标 10%

### （三）教学条件

#### 1. 师资队伍

校内应有一支“双师”结构合理、专兼结合的教学团队。

主讲教师：应具有本科及以上学历，具有企业工作经验即实习经历，能运用企业案例进行教学过程设计，能够正确分析学源情况，根据学生具体情况、教学内容选择适合的教学方法开展教学；具有较强信息化教学能力。。

兼职教师：在企业担任从事基层主管以上职务，主要提供专业指导和小组项目考核。

## 2. 实践教学条件

### （1）理实一体化实训室

建议在一体化专业实训室或智慧教室进行教学，需要每个座位配置一台电脑，网络应流畅，能播放在线教学视频。实训室要能满足基本的数字化技术软件安装网络环境。

### （2）实训工具设备

配备撰写分析决策报告所需的办公文具，如办公设施、打印机、扫描仪，计算器，文件柜及各种日用耗材。

### （3）仿真实训资料

依据课程标准、智能化财务管理平台设计编写实训案例，案例流程清晰准确，使用数据和案例贴近实际，体现智能化工具在财务管理中的应用场景。

## 3. 教学资源及平台

### （1）线上教学资源

支持混合教学和MOOC开放的公共教学资源库或自建教学资源，为实施线上线下混合教学提供条件。

### （2）线上教学平台

采用符合国家有关互联网平台条件的公共教学平台。建议使用智慧职教等教学平台，利用职教云建设在线课程，设计教学活动；利用学习通实施课堂教学。借助职教云强大的学习活动分析功能关注和分析学生的学习情况，及时解决学生学习中的短板问题。

## （四）教材编选

### 1. 教材选用建议

#### （1）教材选用

《经济学基础》，刘华，大连理工大学出版社，2022年第六版，普通高等教育“十三五”国家级规划教材。

（目前正在进行新时代教育部马工程重点教材建设规划职业教育教材的评审工作。

根据教育部《关于拟入选首批“十四五”职业教育国家规划教材名单的公示》的通知：拟列入新时代教育部马工程重点教材建设规划的职业教育教材，将在后续发布的新时代教育部马工程重点教材建设目录中公布。）

#### （2）参考教材选用

《经济学基础理论与实务》，俞林，北京交通大学出版社，2023年9月

《微观经济学——原理、案例与应用（第三版）》，陈建萍，中国人民大学出版社，2019年

《西方经济学》，高鸿业，中国人民大学出版社，2011年

《西方经济学（微观部分）》，高鸿业，中国人民大学出版社，2011年

《经济学原理》，曼昆，机械工业出版社，2005年

## 2. 教材编写原则与要求

教材应符合《职业院校教材管理办法》等文件的规定和要求，探索使用新型活页式工作手册式教材并配套信息化资源。教材编写应以本课程标准为依据，充分体现任务引领实践导向的设计思想，教材内容应体现新技术、新工艺新规范。教材是完成教学过程、达到教学目标的手段和媒介，在编写过程中应充分体现本课程项目设计的理念，依据本课程标准采用任务驱动型模式进行编写。

教材编写应根据高职高专学生的特点，从培养技能型人才出发，内容安排上要深入浅出，适度、够用，突出实用，语言组织要简明扼要、科学准确、通俗易懂，形式上应图文并茂、可操作性强，配备大量的实务题，使学生能够在学习完理论知识后及时地得到相应的技能训练。

教材内容应体现先进性、准确性、通用性和实用性，要将最新的行业知识及时地纳入教材，使教材更贴近本专业的发展和实际需要。教材内容应基于企业调研和税务岗位分析，既有“工作内容教学化”，也有“教学内容工作化”。

## 七、说明

本课程为专业选修课程，为学生在校学习专业课程和毕业后在专业的各个领域继续学习提供坚实的基础。培养目标为培养思想政治坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力。

## 24. 《电子商务物流》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	电子商务物流				
课程类别	专业方向(选修)课程	课程代码	05004022		
课程学分	4	学时	总学时	理论学时	实践学时
			64	32	32
适应对象	第四学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《电子商务基础》				
后继课程	《跨境电商运营实务》				
制订人	徐梦圆	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业选修课程。其主要教学任务是培养学生对电子商务物流管理相关概念、理论、方法、流程、模式的理解和应用能力，掌握大数据背景下电商企业的采购管理、仓储管理、运输与配送管理、物流信息管理、第三方物流管理、供应链管理、物流成本管理，以及跨境电商物流管理。本课程结合各种应用的案例、成熟的 TPL 产品、SAAS 平台，使学生对电子商务物流管理有一个全面、深入的认识和了解，为将来参与电商企业物流运作和管理做准备。

### 三、课程设计思路

在教学过程中运用先进的多媒体网络技术和多媒体网络教学系统进行教学，运用形象生动的多媒体教学，培养学生的形象思维能力，在实践的过程中丰富想象力，培养创新能力。教学时以理论讲解和实践性应用教学相结合，注意学生学习兴趣的培养，使学生能进一步的学习和研究。运用 TPL 教学模拟平台全真模拟环境以及 SAAS 平台运行环境来进行实践教学。

### 四、课程教学目标

#### (一) 总体目标

通过本课程的学习，使学生掌握电子商务物流管理和供应链管理的基本概念，物流管理概念与 7R 理论，供应商评估与选择，仓储管理系统的应用，物流配送模式选择，物流成本的本量利分析等内容。同时培养学生自主学习能力、自我管理能力和沟通能力、组织协调能力、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。

#### (二) 具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解电子商务物流管理和供应链管理的基本概念；
- (2) 掌握需求预测与库存管理的方法与基础知识；
- (3) 掌握仓储与配送管理的方法与基础知识；
- (4) 掌握采购管理的方法与相关知识；
- (5) 掌握运输合理化的方法与基础知识；
- (6) 掌握仓储管理的方法与基础知识；
- (7) 掌握第三方物流管理的方法与内容；
- (8) 掌握物流信息管理的基础知识；
- (9) 掌握供应链管理的方法与绩效评估；
- (10) 掌握物流成本管理的方法与本量利分析方法；
- (11) 了解掌握电子商务的物流模式。

### 2. 能力目标

- (1) 具备能够利用物流基础知识完成物流流程初步优化和分析能力；
- (2) 具备能够利用采购管理知识完成采购中物流活动的优化设计的能力；
- (3) 具备能够利用仓储管理知识完成库存管理优化设计的能力；
- (4) 具备能够利用配送管理知识完成配送管理优化设计的能力；
- (5) 具备能够利用第三方物流管理知识完成第三方物流企业的分析、选择与合作能力；
- (6) 具备能够利用供应链管理知识完成供应链运作流程的初步优化设计的能力；
- (7) 具备能够利用物流信息系统知识完成物流流程的信息系统优化设计的能力；
- (8) 具备能够利用物流成本知识对企业的物流成本进行简单的核算、本量利分析和预算管理的能力；
- (9) 具备能够利用物流与电子商务的相关知识完成现代企业优化物流运作模式的能力；
- (10) 具备第三方物流管理软件的应用能力。

### 3. 素质目标

- (1) 培养学生利用所学知识分析问题、解决问题的能力；
- (2) 学习严谨的学风,创新意识和创新精神、科学求学态度；
- (3) 进一步懂得懂法守法和互助合作职业素养的意义；
- (4) 理解提高我国电子商务物流管理水平促进我国国民经济发展的意义。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 电子商务	1. 了解电子商务与物流的关系；	1. 多媒体讲授电子商务的概	6

	与物流管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>2. 理解物流管理的7R理论;</li> <li>3. 掌握大数据背景下物流模式对比分析方法;</li> <li>4. 掌握电子商务企业物流作业流程。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>念与模式、电子商务与物流的关系、物流管理的概念与 7R 理论;</li> <li>2. 实践应用: 戴尔公司的物流活动过程分析、亚马逊公司的物流管理策略分析。</li> </ul>	
2	项目二 电子商务 采购管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 了解采购与采购管理的基本概念;</li> <li>2. 掌握采购数据化管理方法;</li> <li>3. 具备制定采购计划的能力;</li> <li>4. 具备供应商评估与选择能力;</li> <li>5. 能操作EOS系统;</li> <li>6. 能进行采购数据分析。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 多媒体讲授. 采购管理的概念和采购方式等内容;</li> <li>2. 布置任务, 结合案例让学生对数字化采购平台进行分析。</li> </ul>	6
3	项目三 电子商务 仓储管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 了解存储管理的基本概念;</li> <li>2. 理解库存控制和配送管理的基本概念;</li> <li>3. 掌握库存控制的方法;</li> <li>4. 掌握配送中心的作业管理。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 多媒体讲授数字化仓储的相关概念、货位规划、保管技术;</li> <li>2. 实践应用: 数字化 WMS 的应用</li> </ul>	8
4	项目四 电子商务 运输与配 送管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 了解物流配送管理的基本概念;</li> <li>2. 理解物流配送的作用与原理;</li> <li>3. 掌握物流配送模式的选择方法;</li> <li>4. 掌握运输合理化的措施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 多媒体讲授运输管理概述、配送的基本概念;</li> <li>2. 实践应用: 沃尔玛优化物流运输成本和物流配送模式的选择;</li> <li>3. 分组制订配送需求计划。</li> </ul>	8
5	项目五 电子商务 物流信息 管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 了解物流信息系统的相关概念;</li> <li>2. 掌握物流信息技术;</li> <li>3. 具备EAN条码识别能力;</li> <li>4. 具备RFID技术应用能力。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 多媒体讲授. 物流信息系统概述、物流信息技术;</li> <li>2. 实践应用: 菜鸟电子面单的应用和EPC 网络应用分析。</li> </ul>	8
6	项目六 电子商务	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 理解掌握第三方物流的含义;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 多媒体讲授第三方物流概述、仓配一体化服务、第四方</li> </ul>	8

	与第三方物流	<ul style="list-style-type: none"> <li>2. 理解掌握第四方物流的含义;</li> <li>3. 具备第三方物流模拟软件的应用能力;</li> <li>4. 具备选择第三方物流服务商的能力;</li> <li>5. 具备电商企业与第三方物流企业开展合作的能力。</li> </ul>	<p>物流;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2. 实践应用: 3PL 教学模拟平台的应用。</li> </ul>	
7	项目七 电子商务与供应链管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 了解供应链和供应链管理的基本概念;</li> <li>2. 熟悉供应链运作参考模型;</li> <li>3. 掌握供应链集成管理方法;</li> <li>4. 掌握供应链数据化运营;</li> <li>5. 掌握供应链管理绩效评估体系;</li> <li>6. 掌握电商企业供应链的QR与ECR。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 多媒体讲授供应链概述、供应链管理概述;</li> <li>2. 多媒体讲授供应链集成管理、供应链绩效评价;</li> <li>3. 实践应用: 用快速反应策略管理供应链、用有效客户反应策略管理供应链。</li> </ul>	8
8	项目八 电子商务物流成本管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 了解物流成本的概念;</li> <li>2. 了解物流成本管理的基本内容;</li> <li>3. 具备核算电商企业物流成本的能力;</li> <li>4. 具备应用作业成本法的能力;</li> <li>5. 具备电商企业物流成本的本量利分析能力;</li> <li>6. 具备运用标准成本法控制物流成本的能力。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 多媒体讲授物流成本概述和物流成本管理概述;</li> <li>2. 实践应用: 运用标准成本法控制物流成本、运用 CVP 法控制物流成本。</li> </ul>	6
9	项目九 跨境电商物流管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 理解跨境电商物流的概念;</li> <li>2. 熟悉跨境电商物流系统;</li> <li>3. 具备B2C 跨境电商出口物流模式分析能力;</li> <li>4. 具备B2C 跨境电商进口物流模式分析能力;</li> <li>5. 掌握B2B 跨境电商出口货物流程;</li> <li>6. 掌握B2B 跨境电商进口货物</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 多媒体讲授跨境电商物流的概念、跨境电商物流系统、B2C 跨境电商进出口物流模式分析;</li> <li>2. 实践应用: 常见进出口单证的认知与缮制、制订海外仓补货计划。</li> </ul>	6

		流程： 7. 具备B2B 跨境电商国外寄样能力； 8. 具备进出口单证的缮制能力。		
--	--	---	--	--

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程设计遵循以职业能力培养为核心，在教学过程中运用先进的多媒体网络技术和多媒体网络教学系统进行教学，培养学生的形象思维能力，在实践的过程中丰富想象力，培养创新能力。教学过程中采用理论讲解和实践性应用教学相结合，充分利用在线教育资源与课程思政，采用在讲授、案例分析、小组讨论等教学方法，适应学生个性化学习需要，并将社会主义核心价值观、职业教育、创新精神等思政元素融入理论教学和实践教学中，增强学生学习的主动性，提高课程的实践性，使知识、技能和素养培育“三位一体”，实现全过程、全方位育人。

### （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《电子商务物流管理（第4版）》，邵贵平主编，人民邮电出版社，2022年12月。

##### （2）参考教材选用

《电子商务物流》，吴强辉、赵彦辉著，中国人民大学出版社，2019年8月。

#### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作过程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）本书基于产教融合理念编写而成，采用项目式编写体例，系统介绍了电商企业物流运作

的关键环节。本书共设计 9 个教学项目，分别为电子商务与物流管理、电子商务采购管理、电子商务仓储管理、电子商务运输与配送管理、电子商务物流信息管理、电子商务与第三方物流、电子商务与供应链管理、电子商务物流成本管理和跨境电商物流管理。

(3) 为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师 and 行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与实际电商物流业务紧密衔接，及时将电子商务物流领域中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 25. 《市场营销》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	市场营销				
课程类别	专业选修课	课程代码	05004004		
课程学分	4	学时	总学时	理论学时	实践学时
			64	32	32
适应对象	第四学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《电子商务基础》				
后继课程	《跨境电商运营》				
制订人	吕成斋	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门选修课程，是一门建立在经济科学、行为科学、现代管理理论基础上的应用学科。市场营销学要研究的中心问题，是企业的营销管理，即在买方市场条件下，营销者如何适应其营销环境，捕捉市场机会，设计、生产试销对路的产品或劳务，并在最适当的时间和地点，以最适当的价格、最灵活的方式，将其送到消费者或用户手中，从而获得赢利。要求学生树立正确的营销理念，掌握必要的方法和工具，解决经营管理中的实际问题。

### 三、课程设计思路

在课程设计上理论知识与案例相辅相成，分别从认识市场营销、环境分析、消费者研究、市场信息调研与分析、选择目标市场以及 4Ps 组合策略等方面系统地阐述了市场营销的内涵、理念以及策略运用，为企业决策者和从业者的营销活动提供决策参考，并运用可见的手段检验活动效果。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

通过本课程的学习，使学生掌握市场营销的基本理论，学会运用相关理念和工具开展市场营销活动。同时培养学生自主学习能力、自我管理能力、沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。

#### （二）具体目标

##### 1. 知识目标

- （1）了解市场营销理念，掌握市场营销相关的基本概念；

- (2) 掌握环境分析的内容和方法;
- (3) 掌握消费者的购买心理和购买行为规律;
- (4) 掌握市场调研的步骤, 能够设计问卷;
- (5) 掌握目标市场选择的原理。
- (6) 掌握 4Ps 策略的内容

## 2. 能力目标

- (1) 能够准确分析营销环境的利弊, 实现可持续营销;
- (2) 具有熟悉目标客户的心理及特点;
- (3) 具有进行简单市场调查的能力;
- (4) 能为特定产品或服务构建目标市场;
- (5) 能为特定营销活动制定 4Ps 策略。

## 3. 素质目标

- (1) 具有“以消费者为中心”的价值观;
- (2) 具有良好的职业道德和敬业精神;
- (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) 具有理论联系实际的素质和创新能力。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 认识市场营销	1. 了解市场、市场营销的概念; 2. 熟知各种营销理念的特征; 3. 能够根据企业情况分析其营销理念; 4. 培养学生创新思维。	1. 介绍市场营销课程的学习意义、整体设计; 2. 多媒体讲授市场营销及其理念的特征; 3. 分组讨论, 各种营销理念的对比; 4. 总结归纳。	6
2	项目二 分析市场营销环境	1. 熟知市场营销环境的构成; 2. 掌握环境分析方法的内容; 3. 培养“营销活动是建立在知晓环境的基础上”的价值观。	1. 案例导入, 引出环境分析的重要性; 2. 多媒体讲授环境分析的方法; 3. 布置任务, 结合案例让学对特定事件(如银座)进行环境分析。	6
3	项目三	1. 熟知影响消费者购买行为的	1. 布置任务, 结合实际, 学	8

	分析消费行为	因素; 2. 熟悉消费者购买行为的过程; 3. 掌握消费者购买行为的类型。	生讨论各种因素对消费行为的影响; 2. 多媒体讲授影响因素中的概念; 3. 学生阅读材料, 了解消费者购买行为、类型; 4. 分析总结购买行为类型及简单对策。	
4	项目四 市场调研	1. 熟知消费者信息来源; 2. 能够设计简单的问卷; 3. 掌握调研报告的写作要点。	1. 布置任务, 讨论消费者可以从那些渠道获取信息; 2. 导入典型案例, 认识调研问卷的设计模板; 3. 多媒体讲授调研报告的写作; 4. 设计任务, 体验调研过程。	4
5	项目五 选择目标市场	1. 熟知目标市场的含义; 2. 掌握采用的目标市场策略; 3. 市场定位的含义及其策略。	1. 案例导入, 分析其采用的目标市场; 2. 多媒体讲授目标市场策略和市场定位策略; 3. 结合材料分析如何做好定位以及定位策略的运用; 4. 对特定产品进行市场定位。	8
6	项目六 产品策略	1. 熟知产品、产品线、新产品的含义; 2. 能够结合案例分析企业的产品组合; 3. 掌握产品组合策略; 4. 掌握新产品开发策略。	1. 案例导入, 认识产品组合; 2. 多媒体讲授产品、产品线、新产品的概念; 3. 通过案例讨论产品组合策略; 4. 多媒体讲授新产品开发策略。	8
7	项目七 价格策略	1. 熟知产品价格的构成; 2. 掌握常用产品定价方式; 3. 熟悉常用的价格策略。	1. 多媒体讲授企业价格的构成, 布置任务, 学生通过具体产品感受价格模式; 2. 多媒体讲授各种定价方式; 3. 根据产品类型选择定价方式; 4. 运用案例教学分析常用的价格策略。	8

8	项目八 渠道策略	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知构建渠道的重要性;</li> <li>2. 了解渠道的基本模式;</li> <li>3. 掌握企业常用的渠道策略;</li> <li>4. 建立对网络营销渠道的理解。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 案例导入,通过案例理解渠道的含义技巧重要性;</li> <li>2. 多媒体讲授渠道的构成要素,讲授常用的渠道策略的要点;</li> <li>3. 结合任务分析选择渠道应考虑的因素。</li> </ol>	8
9	项目九 促销策略	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟知促销策略常用的四种方法;</li> <li>2. 掌握常用的广告、短促、公关促销手段;</li> <li>3. 培养数字化时代的网络思维,借助工具开展网络促销。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 引入案例,通过案例让学生了解促销的四种策略;</li> <li>2. 多媒体讲授广告策略、短促策略和公关策略三大策略;</li> <li>3. 通过直播、短视频、微信等促销场景,总结网络促销的方法。</li> </ol>	8

## 六、教学建议

### (一) 教学方法

本课程设计遵循以职业能力培养为核心,围绕如何开展市场营销这一核心问题,采用理论与案例相结合的方法,充分利用在线教育资源与课程思政,采用在讲授、案例分析、小组讨论等教学方法,适应学生个性化学习需要,并将社会主义核心价值观、职业教育、创新精神等思政元素融入理论教学和实践教学中,增强学生学习的主动性,提高课程的实践性,使知识、技能和素养培育“三位一体”,实现全过程、全方位育人。

### (二) 评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面,建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度,着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩,尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成:

总评成绩=平时成绩(20%)+技能考核(40%)+期末考成绩(40%)

### (三) 教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### (四) 教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### (1) 教材选用

《市场营销基础》,孙金霞著,东北财经大学出版社,2023年1月。

## (2) 参考教材选用

《新编市场营销》，闫志俊、张学琴著，大连理工大学出版社，2022年1月。

## 2. 教材编写原则与要求

(1) 教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作过程化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

(2) 本课程教材将市场营销的具体业务工作，按照工作内容的逻辑顺序分解成两部分，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解出相应的操作。

(3) 为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师和行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与实际电商运营业务紧密衔接，及时将市场营销中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 26. 《跨境电商实战》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	跨境电商实战				
课程类别	专业方向（选修）课	课程代码	05004037		
课程学分	4	学时	总学时	理论学时	实践学时
			64	32	32
适应对象	第五学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《网店运营与推广》《直播运营实训》				
后继课程					
制订人	吕佳珉	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

《跨境电商运营实务》作为近几年的一门新兴的课程，主要的授课对象是国际贸易实务、电子商务和商务英语等专业方向的学生。是具有涉外活动特点的实践性很强的综合性应用科学，是一门电子商务专业方向选修课。

通过本课程的学习，使学生了解跨境电子商务的基本概念、发展趋势及前景，认识跨境电子商务的特点、跨境电子商务的模式，掌握几种常用的跨境电子商务平台的操作、运营与管理；熟悉跨境平台规则、平台操作、行业选品、营销推广的方法；能根据不同平台不同商品选择合适跨境电子商务物流；以及对跨境电子商务问题的正确处理等。通过本课程的学习，学生能够根据国际市场需求，独立寻求货源，建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺，并了解跨境交易的流程。能获得从事跨境电子商务运营、跨境电子商务营销推广、跨境电子商务客服、跨境电子商务采购、美工等工作的基础技能。

### 三、课程设计思路

在工学结合课程建设模式的指导下，首先校企合作分析跨境电商专员工作过程和工作任务，共同开发岗位职业标准；然后依据岗位职业标准，以职业能力为本位，开发课程标准，设计项目活动载体，编写项目教材；同时，建设双元主体的课程教学团队，在校内外实训基地开展以学生为主体、融“教、学、做、考、创业”为一体、以工作任务驱动的项目教学：

最后，实施过程考核与结果考核相结合、校内考核与企业考核相结合、课程考核与创业考核相结合的多样化课程评价体系。

### 四、课程教学目标

## （一）总体目标

掌握基本外语沟通能力、外贸和电子商务知识、流程和技能操作，掌握网上外贸所需知识、技能和一些基本技巧。了解跨境电子商务的基本概念、前景、相关职业岗位群和岗位能力和综合素质要求。

## （四）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 能利用网络工具网上寻找客户，并做好海外市场调研；
- (2) 能完成跨境店铺的注册；
- (3) 能够选择合适的跨境电商产品并对产品进行定价；
- (4) 能够完成跨境电商产品发布，做好图片处理；
- (5) 能够对跨境电商店铺做好运营管理；
- (6) 能够填写网站运费模板、选择合适的国际快递公司发货、完成报关报检工作；
- (7) 会使用国际贸易支付工具完成网上的收款；
- (8) 能做好售后服务和客户维护工作。

### 2. 能力目标

- (1) 了解跨境电商和传统外贸的区别；
- (2) 掌握跨境平台的种类、特点和主流跨境平台的版面内容；
- (3) 掌握跨境平台信息化操作的工作技巧；
- (4) 了解跨境平台的产品的主要特点；
- (5) 掌握跨境平台的运营方法；
- (6) 熟悉国际快递概念、计费和分区；
- (7) 熟悉网上的支付方式和支付方法；
- (8) 掌握跨境平台售后服务与客户维护主要方法。

### 3. 素质目标

- (1) 提高感悟能力、策划能力、知识应用能力和创新能力；
- (2) 提高自主学习能力、表达能力和可持续发展能力；
- (3) 树立一丝不苟，兢兢业业、不断进取的工作作风；

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 跨境电子商务的初步认识	1. 了解什么是跨境电子商务； 2. 把握国内外跨境电子商务的发展趋势； 3. 了解跨境电子商务岗位的职业能力要求，了解跨境电子商务岗位的招聘需求。	1. 课前准备：研究跨境电子商务的基本概念； 2. 调查跨境电子商务的发展态势、潮流、市场前景，搜索国内主要招聘网站，了解有关或跨境电商的相关职位及从	2

			事这一行业应具备的素质与能力。	
2	项目二 跨境电子商务平台的注册及操作	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解跨境电子商务平台概况及其分类;</li> <li>2. 认识主流跨境电子商务平台;</li> <li>3. 掌握跨境电子商务平台的注册流程。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 讲解: 各种跨境电商平台的概况;</li> <li>2. 分组实践: 通过了解平台的作用及分类, 能够选择合适的跨境电子商务平台, 并完成注册工作。</li> </ol>	6
3	项目三 跨境电子商务选品与产品价格定价	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握境外跨境电子商务市场调研方法;</li> <li>2. 把握成本、费用、利润等基本概念;</li> <li>3. 熟悉, 掌握跨境商品的定价方法及策略。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 说课: 介绍跨境商品选品的逻辑与原则;</li> <li>2. 多媒体讲授: 成本、费用、利润等基本概念;</li> <li>3. 导入典型案例, 介绍跨境商品的定价方法及策略;</li> <li>4. 布置任务, 能够选择合适的跨境电商产品并对产品进行定价。</li> <li>5. 总结归纳。</li> </ol>	8
4	项目四 跨境电子商务产品的发布和优化	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟悉跨境平台产品发布的相关规则;</li> <li>2. 掌握跨境平台产品发布的步骤;</li> <li>3. 掌握跨境平台产品优化的方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 说课: 介绍跨境电商产品发布;</li> <li>2. 多媒体讲授: 做好图片处理并对产品内容进行优化;</li> <li>3. 布置任务, 制作完整的产品发布页面 (字体编辑排版、图片插入、文字图片加链接、添加html代码), 并能对已发布的产品进行优化;</li> <li>5. 总结归纳。</li> </ol>	8
5	项目五 跨境电子商务店铺的运营与管理	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握跨境店铺装修的工具和方法;</li> <li>2. 能够对跨境店铺进行分析和优化;</li> <li>3. 能够利用各种方法对跨境店铺进行营销推广。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 说课: 介绍跨境店铺装修的工具和方法;</li> <li>2. 多媒体讲授: 对跨境店铺进行分析和优化;</li> <li>3. 导入典型案例, 介绍对跨境店铺进行营销的各种方法;</li> <li>4. 布置任务, 完成一个网上店铺营销方案。</li> </ol>	8
	项目六 跨境电子	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解主要的国际物流方式;</li> <li>2. 了解线上发货的优势;</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 说课: 介绍主要的国际物流方式;</li> </ol>	8

6	商务物流与运费设置	<ul style="list-style-type: none"> <li>3. 掌握线上发货操作方法;</li> <li>4. 了解有关国际物流网规的知识。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2. 多媒体讲授:线上发货操作方法;</li> <li>3. 布置策划任务,让学生填写网站运费模板、选择合适的国际快递公司发货;</li> <li>4. 考核评价,归纳总结。</li> </ul>	
7	项目七 跨境电子商务的在线支付	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握主要的国际支付方式;</li> <li>2. 掌握跨境电子商务订单的收款和提现。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 说课:介绍要的国际支付方式;</li> <li>2. 多媒体讲授:跨境电子商务订单的收款和提现;</li> <li>3. 布置策划任务,让学生在在规定时间内完成跨境电子商务支付及资金处理的相关操作;</li> <li>4. 考核评价,归纳总结。</li> </ul>	8
8	项目八 订单的处理及出口业务	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握跨境企业和商品备案的要求;</li> <li>2. 了解跨境商品通关的流程。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 说课:介绍跨境企业和商品备案的要求;</li> <li>2. 多媒体讲授:跨境商品通关的流程;</li> <li>3. 布置策划任务,让学生在在规定时间内完成订单的处理和物流发货;</li> <li>4. 考核评价,归纳总结。</li> </ul>	6
9	项目九 跨境电子商务客户服务	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 了解纠纷对卖家的影响和三大指标计算方法(纠纷率、裁决提起率、卖家责任裁决率);</li> <li>2. 掌握纠纷产生的原因和应对方法;</li> <li>3. 掌握在纠纷处理过程中改如何提交证据。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 说课:介绍纠纷对卖家的影响和三大指标计算方法;</li> <li>2. 多媒体讲授:在纠纷处理过程中改如何提交证据;</li> <li>3. 布置策划任务,让学生模拟各种网上纠纷并进行现场演练;</li> <li>4. 考核评价,归纳总结。</li> </ul>	6
-	项目十 期末总复习	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 能够熟知重点知识;</li> <li>2. 能够熟记跨境电商运营实施要领。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 教师分析点评;</li> <li>2. 课程的知识框架进行梳理,回顾主要的知识点和技能操作要领;</li> </ul>	6

			3.学生自主复习。	
--	--	--	-----------	--

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程设计遵循先基本原理、基本理论的讲述，再进行知识和技能的讲授的方式，由浅入深，循序渐进。在教学中采用“复习回顾—案例教学（教师演示）—自主学习（学生演练）—学生上机实践（针对学生碰到的具体问题教师再进行讲解）—课堂小结—提示下次预习的内容”的教学方法，同时将课堂搬进计算机基础实验室，即学即用，以取得较好的教学效果。

### （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《跨境电商运营实务》，刘瑶著，人民邮电出版社出版，2021。

##### （2）参考教材选用

①《跨境电商多平台运营》，丁晖编著，中国工信出版社出版，2015。

#### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作过程序化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）本课程教材将跨境电商运营的具体业务工作，按照工作过程或工作内容的逻辑顺序分解成典型的工作项目，按完成工作项目的需要和通行惯例，分解到相应的操作中。

（3）为使教材体现职业性、先进性和开放性，教材应以课程资深教师和行业一线专家为主体，合理分工，以期教材既便于教学和职业能力的养成，又能与跨境电商运营业务紧密衔接，及时将跨境电商行业中的新问题、新方法和新工具及时纳入教材。教材表达应通俗易懂、文字表达与图表结合，使教材兼具知识传授、实践指导与技能操练。

## 七、说明

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

## 27.《社交电商实务》课程标准

### 一、课程基本信息

课程名称	社交电商实务				
课程类别	专业方向（选修）课	课程代码	050040384		
课程学分	4	学时	总学时	理论学时	实践学时
			64	32	32
适应对象	第五学期				
适用专业	电子商务专业				
授课方式	理论+实践				
先修课程	《电子商务基础》《新媒体运营》				
后继课程					
制订人	孙政	审核人	王裕		

### 二、课程性质与作用

本课程是电子商务专业学生的一门专业选修课程。系统地介绍移动社电商运营地全过程,以及社电商运营实训台地使用方法。学生可以完整地学握移动社电商地基本概念,产品运营,用户运营,活动运营,内容运营,社群运营,数据运营地知识与技能.以及运营台地实际操作流程。

引导学生将所学的新媒体基础知识与企业岗位技能进行整合,以项目驱动的方式组织教学来提高学生的新媒体实际运营能力。本课程使学生进一步了解新媒体运营的本质,在项目的实践过程中激发学生的创新意识,提高学生在新媒体实际运营过程中分析问题和解决问题的能力,以便使学生实现从学校到社会的平滑过渡。

### 三、课程设计思路

在课程在设计上理论知识与案例相辅相成,主要以项目驱动的方式帮助学生将本专业所学的零星知识点与技能进行整合。根据社交电商运营市场调研,从学生的现状出发,选取贴近所学技能的企业项目,激发并保持学生的学习兴趣。通过反复的实战练习,提高学生的技能,培养学生探索知识的乐趣、良好的思维习惯和实践能力,最终提高学生运用电商与新媒体知识解决实际问题的能力。

### 四、课程教学目标

#### （一）总体目标

本课程主要学习新媒体社交运营的基本知识、文案策划、自媒体运营、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自媒体运营、用户运营、运营人的通用方法等。通过学习本课程使学生具

备创建并运营管理各自媒体平台的能力，成为一名合格的自媒体人，为学生的就业成才多提供一条途径。

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

- (1) 理解移动互联网、移动社交网络、移动社交电商的含义。
- (2) 了解移动社交电商生态的现状。
- (3) 熟悉移动社交电商领域 SaaS 服务商产品的特征。

### 2. 能力目标

- (1) 掌握微信运营的操作流程
- (2) 掌握文案写作的技巧
- (3) 掌握主流自媒体平台的平台规则以及特点
- (4) 熟练掌握短视频自媒体和音频自媒体的内容生产和传播规则
- (5) 掌握活动运营和推广的操作方法
- (6) 掌握用户运营的操作流程

### 3. 素质目标

- (1) 培养学生实践动手操作能力；
- (2) 树立科学的设计创新意识；
- (3) 形成“以人为本”的设计观念；
- (4) 锻炼语言表达能力；
- (5) 培养学生的沟通能力和协作精神；
- (6) 培养学生爱岗敬业的工作作风；
- (7) 培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心。

## 五、课程内容和要求

序号	学习项目	学习要求	活动设计	参考学时
1	项目一 移动社交 电商概述	1. 移动互联网、移动社交网络； 2. 移动社交电商的含义； 3. 移动社交电商生态的现状； 4. 移动社交电商领域 SaaS 服务商产品的特征。	1. 介绍互联网社交的学习意义、整体设计； 2. 分组讨论，社交电商与电子商务的对比； 4. 总结归纳。	8
2	项目二 产品运营	1. 产品定位、选择和架构； 2. 产品运营管理； 3. 爆品打造。	1. 了解产品定位、选择和架构。 2. 掌握产品运营管理的方法。 3. 掌握爆品打造的技巧和	8

			思路。	
3	项目三 用户运营 之社交账 户概述	1. 移动社交电商背景下的用户运营; 2. 用户画像、拉新及促销; 3. 用户成长裂变。	1. 布置任务, 结合实际, 学生了解用户运营基础; 2. 多媒体讲授用户成长裂变。	8
4	项目四 活动运营	1. 熟知活动策划; 2. 活动实施; 3. 活动评价。	1. 布置任务, 分析活动策划的优缺点; 2. 导入典型案例, 进行活动实施与评价。	8
5	项目五 内容运营	1. 熟内容创作及发布; 2. 内容传播及转化。	1. 内容运营的含义; 2. 不同类别内容运营的策划方式; 3. 移动社交电商的内容制作、传播、转化的特点与意义。	8
6	项目六 社群运营	社群构建、管理及变现	1. 布置任务, 社群的构成要素构建规则及搭建方法; 2. 社群日常、促活与裂变管理的模式与方法; 3. 社群变现的模式与路径。	8
7	项目七 数据运营	1. 数据运营的流程与作用; 2. 数据采集与统计; 3. 数据分析类型与方法; 4. 数据分析案例。	1. 数据运营的流程与作用; 2. 数据采集和统计的方法; 3. 数据分析类型与方法; 4. 如何撰写数据分析报告。	8
8	项目八 社交电商运营综合实训	1. 微信营销; 2. 微博营销; 3. 抖音营销; 4. 社群营销。	1. 社交电商运营常见的方法和渠道; 2. 利用不同新媒体渠道开展社交电商营销活动的方式和方法;	8

			3. 社交电商营销数据分析指标和方法。	
--	--	--	---------------------	--

## 六、教学建议

### （一）教学方法

本课程先基本原理、基本理论的讲述，再设计知识和技能的讲授，由浅入深，循序渐进。在教学中采用“复习回顾——案例教学（教师演示）——自主学习（学生演练）——学生上机实践（针对学生碰到的具体问题教师再进行讲解）——课堂小结——提示下次预习的内容”的教学方法，同时将课堂搬进计算机基础实验室，即学即用，以取得较好的教学效果。

### （二）评价方法

本课程为考试课。期末考核方式为闭卷考试。在教学考核评价方面，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平以及期末考试成绩，尽量全面客观地评价学生的成长与发展水平。

总评成绩主要由三部分组成：

总评成绩=平时成绩（20%）+技能考核（40%）+期末考成绩（40%）

### （三）教学条件

电脑、互联网、等其他多媒体。

### （四）教材编选

#### 1. 教材选用建议

##### （1）教材选用

《社交电商运营》，沈丰池 主编，2019年；人民邮电出版社出版。

##### （2）参考教材选用

《移动电商基础与实务》，许应楠 主编，2018年；人民邮电出版社出版。

#### 2. 教材编写原则与要求

（1）教材是达到教学目标的手段，编写要体现项目导向、任务驱动教学模式的思想，与传统的学科教材的区别在于，教材内容由若干个学习情境（项目主题）构成，内容展开以工作任务完成为主线，以课程标准、项目设计为依据，在按工作过程化内容的同时，强调学习情境、工作任务的设计和知识的相对系统性，力争较好地完成理论实践一体化。

（2）该课程使用企业研发教材，该课程应注重该课程教材建设，结合职业教育特点，逐步整合教学内容，按照“必需、够用、实用”的原则，采用适合高等职业技术教育要求的教材。并在计划编写以工作过程为导线的项目化教材。

（3）全课程使用多媒体电子教案教学，教案的编写要体现项目课程的特色与设计思想，

教材内容体现先进性、实用性，典型产品的选取要科学，体现地区产业特点，具有可操作性。其呈现方式要图文并茂，文字表述要规范、正确、科学

## **七、说明**

本课程标准是为电子商务专业制定，在电子商务专业的授课过程中，可以根据各专业需求不同降低理论内容讲解的深度。

