

# 电子商务专业人才培养方案

(2021年9月修订)

# 目录

一、教学计划.....	1
(一) 专业名称及专业代码.....	1
(二) 招生对象与学制.....	1
(三) 培养目标.....	1
(四) 人才培养规格.....	1
(五) 课程结构框架.....	5
(六) 课程设置与教学要求.....	5
(七) 教学时间安排及授课计划安排.....	16
二、课程(项目)教学标准.....	18
(一) 公共基础课.....	18
(二) 专业课.....	18
电子商务基础 课程标准.....	18
商品拍摄与图片处理 课程标准.....	23
商品知识 课程标准.....	27
网店装修 课程标准.....	32
网络营销 课程标准.....	37
网店运营 课程标准.....	41
1+X 电子商务数据分析 课程标准.....	46
电子商务物流 课程标准.....	51
网络广告制作 课程标准.....	56
电子商务客户服务 课程标准.....	60
网络推广 课程标准.....	66
沟通技巧 课程标准.....	71
新媒体营销 课程标准.....	76
短视频设计与制作 课程标准.....	80
客户关系管理 课程标准.....	85
消费心理学 课程标准.....	89
基础会计 课程标准.....	94
移动商务 课程标准.....	100
商务软文写作 课程标准.....	105
顶岗实习标准.....	111

## 一、教学计划

### （一）专业名称及专业代码

1. 专业名称：电子商务

2. 专业代码：730701

### （二）招生对象与学制

#### 1. 招生对象

初中毕业生或具有同等及以上学力者

#### 2. 学制

三年

#### 3. 学分

180 学分

### （三）培养目标

培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应社会主义现代化建设需要，具有良好政治思想素质和职业道德，具有与本专业相适应的科学文化水平和身体心理素质，掌握网络推广、网店编辑、网店装修及维护、客户服务等方面的知识和技术技能，面向互联网行业的电子商务职业群，能够从事电子商务网络推广、网店编辑、网店装修及维护、客户服务等工作的高素质劳动者和技能型人才。

### （四）人才培养规格

#### 1. 知识目标

（1）掌握中职生必备的文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）熟悉电子商务的基本模式，掌握电子商务支付、电子

商务物流等知识；

(3) 了解电子商务客户服务与管理基本理论；掌握电子商务日常工作中客户服务与客户管理的相关专业知识；

(4) 了解电子商务数据分析的内容、流程及数据分类与处理、数据描述性分析相关知识；

(5) 熟悉电子商务运营活动中相关法律法规方面的基本知识；

(6) 掌握多种营销基本技能和实操能力的相关专业知识；

(7) 熟悉 photoshop 的基本功能，掌握 photoshop 图片处理知识；

(8) 了解主流电子商务环境下网店推广策略与工具；掌握搜索引擎优化、搜索引擎营销、信息流推广的方法；

(9) 掌握店招设计、海报设计、详情页制作等相关知识；

(10) 了解新媒体营销平台和不同营销推广形式，掌握新媒体营销相关知识。

## **2. 素质目标**

(1) 具有正确的世界观、人生观、价值观，立足电子商务相关岗位成才；

(2) 具有良好的互联网行业的职业道德和职业素养，具有精益求精的工匠精神；

(3) 具有尊法、守法、诚信意识，营造干净、诚信的网络购物环境；

(4) 具有创新精神、质量意识和服务意识，耐心、细致的为客户服务；

(5) 具有较强的人际交往和团队合作意识，能够进行有效的人际沟通和协作；

(6) 具有商业前瞻意识，能够结合时代特点，在瞬息万变的市场环境中进行网络营销。

### **3. 能力目标**

(1) 网络消费行为分析的能力；

(2) 网络市场调研、市场细分的能力；

(3) 网络商务信息搜集与处理的能力；

(4) 网络商务软文写作的能力；

(5) 网络活动策划的能力；

(6) 使用网络推广工具进行网络推广的能力；

(7) 搜索营销与精细化营销的能力；

(8) 整合营销的能力；

(9) 网络广告设计及美工能力；

(10) 网店优化能力；

(11) 网络编辑能力；

(12) 客户关系管理能力。

### **4. 对应职业和工作岗位**

企业对中职电子商务人才的需求岗位主要集中在网络客服、网店编辑、网络推广及营销策划、网店运营及维护、网站运营、网络贸易等岗位。据此梳理出针对中职电子商务专业学生的五大职业岗位，即网络客服岗位、电子商务技术岗位、网店编辑岗位、网络营销推广、市场营销岗位。

### **5. 未来发展方向（含就业、升学）**

本专业毕业生一方面可以通过考试进入高等职业院校学习，大专阶段电子商务专业（620405）、本科阶段电子商务专业（110801）；另一方面也可以在中小企业担任网络客服人员、网店美工编辑人员、网店运营人员、市场营销人员、企业电商运营人员等，同时还可以进行网上自主创业。

## (五) 课程结构框架



## (六) 课程设置与教学要求

### 1. 公共基础课程

#### (1) 中国特色社会主义 (36 学时 2 学分)

中国特色社会主义是一门必修的公共基础课程，本课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，阐释中国特色社

会主义的开创与发展，明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位，阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容，引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。

### （2）心理健康与职业生涯（36学时 2学分）

心理健康与职业生涯是一门必修的公共基础课程，本课程基于社会发展对中职学生心理素质、职业生涯发展提出的新要求以及心理和谐、职业成才的培养目标，阐释心理健康知识，引导学生树立心理健康意识，掌握心理调适和职业生涯规划的方法，帮助学生正确处理生活、学习、成长和求职就业中遇到的问题，培育自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，根据社会发展需要和学生心理特点进行职业生涯指导，为职业生涯发展奠定基础。

### （3）哲学与人生（36学时 2学分）

哲学与人生是一门必修的公共基础课程。任务是阐明马克思主义哲学是科学的世界观和方法论，讲述辩证唯物主义和历史唯物主义基本观点及其对人生成长的意义；阐述社会生活及个人成长中进行正确价值判断和行为选择的意义；引导学生弘扬和践行社会主义核心价值观，为学生成长奠定正确的世界观、人生观和价值观基础。

#### （4）职业道德与法治（36学时2学分）

职业道德与法治是一门必修的公共基础课程。本课程着眼于提高中职学生的职业道德素质和法治素养，对学生进行职业道德和法治教育。帮助学生理解全面依法治国的总目标和基本要求，了解职业道德和法律规范，增强职业道德和法治意识，养成爱岗敬业、依法办事的思维方式和行为习惯。

#### （5）语文（198学时11学分）

语文是一门必修的公共基础课程。任务是在义务教育的基础上，进一步培养学生掌握基础知识和基本技能，强化关键能力，使学生具备较强的语言文字运用能力、思维能力和审美能力，传承和弘扬中华优秀传统文化，接受人类进步文化，汲取人类文明优秀成果，形成良好的思想道德品质、科学素养和人文素养，为学生学好专业知识与技能，提高就业创业能力和终身发展能力，成为全面发展的高素质劳动者和技术技能人才奠定基础。

#### （6）数学（144学时8学分）

数学是一门必修的公共基础课程。旨在使学生获得进一步学习和职业发展所必须的数学知识、数学技能、数学方法、数学思想和活动经验；具备中等职业学校数学学科核心素养，形成在继续学习和未来工作中运用数学知识和经验发现问题的意识、运用数学的思想方法和工具解决问题的能力；具备一定的科学精神和工匠精神，养成良好的道德品质，增强创新意识，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。

#### （7）英语（144学时8学分）

英语是一门必修的公共基础课程。旨在帮助学生进一步学习语言基础知识，提高听说读写等语言技能，发展中等职业学校英语学科核心素养；引导学生在真实情境中开展语言实践活动，认识文化的多样性，形成开放包容的态度，发展健康的审美情趣；理解思维差异，增强国际视野，坚定文化自信；帮助学生树立正确的世界观、人生观和价值观，自觉践行社会主义核心价值观，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。

#### （8）信息技术（144 学时 8 学分）

信息技术是一门必修公共基础课。旨在使学生掌握必备的信息技术基础知识和技能，增强学生信息意识，发展学生的计算思维，提高学生数字化学习和创新能力，树立正确的信息社会价值观和责任感，培养符合时代要求的信息素养与适应职业发展需要的信息能力。

#### （9）体育与健康（180 学时 10 学分）

体育与健康是一门必修公共基础课。旨在树立“健康第一”的教育理念，通过传授体育与健康的知识、技能和方法，提高学生的体育运动能力，培养运动爱好和专长，使学生养成终身体育锻炼的习惯，形成健康的行为和生活方式，健全人格，强健体魄，具备身心健康和职业生涯发展必备的体育与健康学科核心素养，引领学生逐步形成正确的世界观、人生观和价值观，自觉践行社会主义核心价值观，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。

#### （10）艺术（36 学时 2 学分）

艺术是一门必修的公共基础课程。是包含音乐、美术、舞蹈、设计、工艺、戏剧、影视等艺术门类的综合性课程，旨在提高学生的审美和人文素养。引导学生主动参与艺术学习和实践，进一步积累和掌握艺术基础知识、基本技能和方法，培养学生感受美、鉴赏美、表现美、创造美的能力，帮助学生塑造美好心灵，健全健康人格，厚植民族情感，增进文化认同，坚定文化自信，成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。

(11) 历史(72学时 4学分)。

历史是一门必修的公共基础课程。在义务教育历史课程的基础上，以唯物史观为指导，促进学生进一步了解人类社会形态从低级到高级发展的基本脉络、基本规律和优秀文化成果；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和改革创新为核心的时代精神，培育和践行社会主义核心价值观；树立正确的历史观、民族观、国家观和文化观；塑造健全的人格，养成职业精神，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。

## **2. 专业基础课程**

(1) 电子商务基础(108学时 6学分)

电子商务基础是一门必修专业基础课。旨在使学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识体系和国内外电子商务应用情况有一个整体印象和初步认识，并掌握电子商务运作模式和交易流程，为今后学习专业其它课程以及将来从事电子商务工

作奠定良好的基础。

#### (2) 商品拍摄与图片处理 (72 学时 4 学分)

商品拍摄与处理是一门必修专业基础课。旨在培养学生拍摄商品的能力和影像后期处理能力，要求学生能够掌握摄影的基本知识、商品的照明方法和摄影方法，能根据所售商品的不同特征和消费心理进行拍摄，熟练进行商品图片的后期处理，能将图像处理技术应用在网页制作、网店装修、信息发布等工作中。

#### (3) 商品知识 (72 学时 4 学分)

商品知识是是一门必修专业基础课。学习各类商品基本知识、商品质量评价、商品分类、商品运输与包装等基本知识，使学生掌握从事网络营销工作所必须具备的商品基本知识，比较全面的了解消费需求，组织适销对路的商品，能够科学地进行商品分类，恰当地评价商品质量，合理地进行商品包装和储运，为学习和掌握专业知识和职业技能打下基础。

#### (4) 消费心理学 (72 学时 4 学分)

消费心理学是电子商务专业一门专业基础课程。任务是培养学生分析消费者购买心理，及熟练应用销售策略的能力。要求学生了解消费者购买商品的心理特征，学会观察消费者的心理表现，从而使学生通过分析消费者心理和购买行为，随机应变地采取营销策略。

#### (5) 基础会计 (72 学时 4 学分)

基础会计是电子商务专业的一门必修专业基础课程。学习会计基础理论、基本知识与账务处理等会计基本方法的一门学

科。通过本课程的学习和训练，使学生了解会计的基本知识，具有处理会计业务的基本能力。

#### （6）电子商务物流（72学时4学分）

电子商务物流是一门电子商务专业的必修专业基础课。旨在培养学生依据用户订货要求对其进行的一系列分类、编码、整理、配货等理货工作的能力，并充分了解将有确定数量、规格要求的商品按约定时间、地点传递到用户手中的活动过程。通过本门课程的开设与讲授可以帮助电子商务专业学生更好的学习、掌握电子商务活动中商品的物流运输与理货配送方面的相关知识，以及商品物流配送的整个过程，为进一步学习电子商务奠定良好基础。

#### （7）沟通技巧（72学时4学分）

沟通技巧是电子商务专业一门必修专业基础课。旨在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，使学生掌握商务沟通的基本概念、基本原理和基本方法，培养和提高学生商务沟通的能力；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。

#### （8）移动商务（72学时4学分）

移动商务是电子商务专业的一门必修专业基础课。旨在让学生掌握移动商务发展历史、移动数据通信、移动搜索、移动办公、移动广告的基本形式与主要作用、移动交易服务的具体形式和策略、移动电子商务产业的价值链与构建体系、移动电

子商务的资源开发技术等。培养学生踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风以及善于沟通和团队合作的工作品质，为学生走上移动电子商务相关工作岗位打下坚实的基础。

### 3. 专业核心课程

#### (1) 网店装修（180 学时 10 学分）

网店装修是电子商务专业的一门必修专业核心课。旨在培养学生图像处理基础、网页中 Banner 的制作技巧、图标设计、网络广告的制作、网页特效文字、色彩基础知识、网站中的色彩应用及网页构图理论等内容，学会分析各类网站并理解网页基本要素。要求学生掌握平面美术设计的基本方法与技巧，能够熟练运用工具软件，具备设计各类综合性网页的初步能力。

#### (2) 网络营销（72 学时 4 学分）

网络营销是电子商务专业的一门必修专业核心课。旨在学习网络营销的基本知识，熟悉网络营销流程，掌握网络市场调研的内容与主要方法，运用网络营销过程中的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识，培养利用网络工具开展市场调研、收集处理商务信息、撰写商情报告以及网络营销策略综合运用能力。

#### (3) 网店运营（90 学时 5 学分）

网店运营是电子商务专业的一门必修专业核心课。旨在使学生运用市场营销、网络营销与推广的理论知识 and 基本技能，分析企业网站及其产品的运营管理状况，制定合理的网络营销推广方案，确定营销策略及推广工具，对企业实施网络运营管理。通过完成一个项目全过程的营销推广规划、设计、实施和

评价，掌握网络运营情况分析的方法，学会网络运营与推广策划书的撰写，深刻把握各种营销策略内容以及实施步骤，掌握网络营销推广手段，具有一定的网络推广效果评估能力。

#### （4）1+X 电子商务数据分析（72 学时 4 学分）

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

通过本课程的学习，学生能够掌握电子商务数据分析基本知识，形成能有效处理数据、分析数据，培养数据思维与意识，掌握数据采集工具的使用、分类统计、数据处理、数据计算、趋势分析、对比分析、基础数据监控、基础数据报表制作等方面的技能，为从事电子商务数据分析奠定良好基础。

#### （5）网络广告制作（72 学时 4 学分）

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

#### （6）电子商务客户服务（72 学时 4 学分）

电子商务客户服务是电子商务专业的一门专业核心课。旨在从“素养”“职责”“技能”三个角度学习客户服务的基本要求，熟悉售前、售中、售后服务的工作内容及工作规范。

#### (7) 网络推广（72 学时 4 学分）

网络推广是电子商务专业的一门专业核心课。旨在网络营销的基础上，进一步学习网络推广的手段和途径，能使用搜索引擎、电子邮件、论坛、即时信息、浏览器工具条、博客、网站优化技巧、网络广告发布等工具进行网站推广。

#### (8) 新媒体营销（72 学时 4 学分）

新媒体营销是电子商务专业的一门专业核心课。旨在培养学生新媒体营销方案策划、公众号运营、微博运营、短视频运营、直播运营、新媒体营销数据分析等职业技能。

#### (9) 短视频设计与制作（144 学时 8 学分）

短视频设计与制作是电子商务专业的一门专业核心课。旨在培养学生在短视频拍摄与剪辑工作岗位中，熟练掌握短视频策划、脚本撰写、拍摄、剪辑等职业技能，能够策划、拍摄和剪辑出较高水平的短视频作品，在淘宝网、抖音等电商平台、短视频平台上展示和传播，具有较强的产品视频策划和执行能力，能够制作相应的短视频广告，培养学生短视频策划、拍摄、剪辑、特效制作、字幕制作、颜色校正、音频编辑等职业技能。

#### (10) 客户关系管理（72 学时 4 学分）

客户关系管理是电子商务专业的一门专业核心课。任务是学习客户关系管理的基本过程、基本手段和方法，了解客户关系管理的基本理论，具备构建客户信息库，维系客户关系，运用管理客户的方法以及 CRM 技术进行客户管理的能力，能够从事客户关系管理的相关工作。

#### (11) 商务软文写作（72 学时 4 学分）

商务软文写作是电子商务专业一门专业核心课。主要面向B2B、B2C、O2O 等网络平台的文案描述工作，旨在培养学生敏锐的市场洞察力和创造力，指导学生掌握文案策划的依据和运作方法，能够具备文案写作与创作的能力。使学生能够在文案岗位上完成广告文案创作、微博、论坛等软文写作等工作，把握文案写作的基本模式和效果预测方法，能够自我调节工作情绪和压力，为学生毕业后直接上岗从事文案工作奠定坚实的理论和实践基础。

#### **4. 选修课程**

公共选修课程：

##### **(1) 心理健康（36 学时 2 学分）**

旨在帮助学生树立心理健康意识，掌握心理调适方法，指导学生正确处理各种人际关系，学会合作；培养职业兴趣，提高学生应对挫折、适应社会的能力；培养责任感、创新精神，提高学生的心理健康水平和职业心理素质。

##### **(2) 创业教育（36 学时 2 学分）**

创业教育是专业公共基础选修课程，通过讲授创新思维、创造技法和创办企业的基本知识及创业模拟实训，激发学生的创新创业激情，增强创新精神，树立创业意识，提高创新创业的能力，为将来的就业选择与职业发展奠定基础。

#### **5. 综合实训**

综合实训教学以提升学生综合职业能力为教学目标，与企业合作开发综合实训项目，采取集中实训的教学组织形式，校企教师共同管理和考核学生。

综合实训教学时间安排在第五学期，对应“综合实训”课程，实训项目见下表，依据专业实际情况，可任选其一。

综合实训项目	实训时间	实训内容	实训地点
网店运营	288 学时	依托第三方电子商务平台，指导学生开设独立店铺，完成网店装修、商品分类、商品信息编辑发布、网店推广、客户服务、数据分析任务，实施网店运营全流程，以网店运营指标数据为标准考核学生	校内
客户服务综合实训	288 学时	与优质电商企业合作，完成产品咨询、产品推荐、促进下单、客户回访、订单查询等客户服务岗位生产性实训，学生掌握标准化服务流程，融入企业文化，积累实战经验	校外
网店编辑综合实训	288 学时	与中小电商企业合作，承接企业外包项目，重点开展产品图片采集与处理、产品信息编辑上传、网站资讯更新与维护、交互平台使用与维护等实训项目，提升学生综合应用能力	校内或校外
网络推广综合实训	288 学时	与中小型电商企业合作，承接企业外包项目，推广商城网站或企业网站，重点开展搜索引擎优化、微博营销、博客营销、建设友情链接等综合实训，提升学生综合应用能力	校内或校外

## 6. 顶岗实习（30 学分）

顶岗实习是本专业学生职业技能和职业岗位工作能力培养的重要实践教学环节，要认真落实教育部、财政部关于中等职业学校学生实习管理办法的有关要求，保证学生顶岗实习的顶岗与其所学专业面向的岗位群基本一致。在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要，通过校企合作，实行工学交替、多学期、分阶段安排学生实习。要加强顶岗实习过程管理，切实保障学生的安全与权益，构建校企共同指导、共同管理、合作育人的顶岗实习工作机制。

### （七）教学时间安排及授课计划安排

## 1. 时间安排

学年 \ 内容周数	教学（含理实一体教学及专门化集中实训）	复习考试	机动	假期	全年周数
一	36	2	2	12	52
二	36	2	2	12	52
三	36（其中顶岗实习18周）	2	2	12	52

## 2. 授课计划安排

课程类别	序号	课程名称	总学时	学分	学年、学期教学进度安排（周学时/教学周）											
					第一学年		第二学年		第三学年		第四学年		第五学年			
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
					18	18	18	18	18	20	18	18	18	20		
公共基础课程	1	思想政治	144	8	2	2	2	2								
	2	历史	72	4				2	2							
	3	语文	198	11	4	4	3									
	4	数学	144	8	3	3	2									
	5	英语	144	8	4	4										
	6	信息技术	144	8	4	4										
	7	体育与健康	180	10	2	2	2	2	2							
	8	艺术	36	2	1	1										
	小计（占总课时比例 32%）			1062	59	20	20	9	6	4						
专业课程	1	电子商务基础	108	6	6											
	2	商品拍摄与图片处理	72	4	4											
	3	商品知识	72	4		4										
	4	网店装修	180	10		6	4									

	5	网络营销	72	4			4						
	6	网店运营	90	5			5						
	7	1+X 电子商务数据分析（初级）	72	4			4						
	8	电子商务物流	72	4				4					
	9	网络广告制作	72	4					4				
	10	电子商务客户服务	72	4				4					
	11	网络推广	72	4				4					
	12	沟通技巧	72	4				4					
	13	新媒体营销	72	4				4					
	14	短视频设计与制作	144	8			4	4					
	15	客户关系管理	72	4					4				
	16	消费心理学	72	4					4				
	17	基础会计	108	6					6				
	18	移动商务	72	4					4				
	19	商务软文写作	72	4					4				
	小计（占总课时比例 50%）		1638	91	10	10	21	24	26	0			
顶岗 实习	顶岗实习		600							30			
	小计（占总课时比例 18%）		600	30							30		
总学时			3300										

## 二、课程（项目）教学标准

### （一）公共基础课

公共基础课执行教育部颁发的中等职业教育公共基础课课程标准。

## （二）专业课

# 电子商务基础 课程标准

### 一、课程性质与任务

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

### 二、课程教学目标

#### 1. 知识目标

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

#### 2. 能力目标

- （1）掌握电子商务的业务流程与主要环节、电子商务支付、电子商务物流、电子商务相关法律法规等电子商务相关知识；
- （2）熟练使用互联网，并会使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具；
- （3）能使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店

管理运营;

(4) 能熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。

### 3. 素质目标

(1) 具有较高的信息技术素养、对网络环境能敏锐观察素养;

(2) 具有用心尊重他人、乐于团队合作、善于整合资源的素养;

(3) 具有善于表达沟通、注重学以致用素养;

(4) 具有及时适应环境变化、不断开拓创新的素养。

### 三、学时

108 学时

### 四、课程学分

6 学分

### 五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	走进电子商务	1.理解电子商务的概念,了解传统商务与电子商务的区别。 2.了解电子商务的行业特点、行业现状及发展趋势及对人才的需求情况。	1.引例:淘宝网电子商务案例分析。通过常见的电子商务网站介绍,让学生对电子商务概念有直观认识。 2.通过传统商务走向电子商务的案例帮助学生加深对电子商务的认识,加强对电子商务理解。	6
2	体验电子商务	1.体验电子商务环境。 2.了解各种电子商务分类。 3.熟悉 B2C、B2B、C2C、C2B、O2O 等多种电子商务交易模式及应用。	结合模拟教学软件,特别是国赛电子商务指定软件的使用,进行电子商务环境和多种交易模式体验。引例:对全国中职组电子商务比赛金奖作品的欣赏与点评。 任务一:了解全国职业院校技能竞赛中职组电子商务赛项规程。 任务二:电子商务模拟教学系统软件(竞赛版)的简介。	12

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
			任务三：登陆各种购物网站体验网上购物流程。	
3	网络工具的应用	<p>1..掌握 Internet 基本知识。</p> <p>2.能够进行电子邮箱、QQ、博客、微博、微信等网络交流工具的申请、设置和使用。</p> <p>3..掌握百度、谷歌等搜索引擎的使用方法和技巧，能够更好的进行信息搜索。</p> <p>4.能够使用下载工具下载网络资源,使用 FTP 客户端进行文件的上传和下载,使用即时通信工具进行交流和文件传输等。</p>	<p>教师指导学生实际操作</p> <p>任务一：申请邮箱、注册 QQ、博客、微博、微信并熟练使用这些工具。</p> <p>任务二：搜索引擎的使用。</p> <p>任务三：文件传输。</p> <p>任务四：上网申请域名，对电脑 IP 地址进行配置，引例：网络工具应用案例。</p>	12
4	体验电子商务支付	<p>1.了解电子货币、电子支付的形式。</p> <p>2.掌握网上银行的使用方法 3.掌握第三方支付工具的使用技巧。</p>	<p>技能实训任务一：使用银行卡在 ATM 和超市 pos 终端上，并画出各自的工作流程。</p> <p>任务二：开通网上银行，并进行安全设置、网上银行查询、转账等各种业务。</p> <p>任务三：申请支付宝或财付通账户，管理、查询支付宝，使用支付宝完成支付。</p>	12
5	搭建电子商务安全环境	<p>1.了解电子商务安全基本知识。</p> <p>2.理解信息加密、数字签名的概念。</p> <p>3.掌握数字证书的使用。</p>	<p>1.以生活中常见案例引发学生对电子商务安全的重视和警觉。引例：搭建淘宝网上购物的安全环境任务：病毒的拦截与防护。</p> <p>2.通过实训，让学生申请电子邮件数字证书或银行数字证书，安装并使用数字证书。</p>	12
6	走进电子商务物流	<p>1.了解物流和物流活动的要素。</p> <p>2.了解电子商务的物流及配送流程。</p> <p>3.理解供应链管理。</p>	<p>1.初识快递公司。参观物流公司或物流实训基地，知晓物流管理业务流程。</p> <p>2.以知名企业物流供应链为例学习。</p>	8
7	初探网络营销	<p>1.了解网络营销的特点。</p> <p>2.掌握网上市场调查的基本方法。</p> <p>3.掌握网络营销工具的使用。</p>	<p>引例：网络营销经典案例分析。</p> <p>实训任务一：利用 BBS、电子邮件、新闻组、邮件列表搜集、发布商务信息；任务二：网络营销效果监测评估，包括网络营销效果评价、流量统计与分析。</p>	12
8	网上开店	<p>1.了解网上开店的基本知识。</p> <p>2.掌握开通网店的方法，并进行店铺装修。</p> <p>3.掌握网上交易和网店管理的方法。</p>	<p>采用实战操练的学习模式，并激发学生创业激情。</p> <p>任务一：网上店铺商品的选择及调研。</p> <p>任务二：网上店铺的开设。包括注册会员账号、支付宝实名认证、选择进货渠道、开设淘宝店铺、发布网店商品。</p> <p>任务三：网上店铺的经营。包括选择配送方案、推广网上店铺。</p>	16

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
9	企业电子商务应用	1.了解流通企业的电子商务发展现状。 2.了解工业企业的电子商务发展现状。 3.了解信息服务企业的电子商务发展现状。	采用典型案例结合电商发展实情进行教学。	9
10	电子商务职业规划	1.初步了解电子商务岗位职责。 2.了解中职学生从事电子商务工作应具备知识和能力要求。 3.个人职业生涯规划。	任务一：本地电子商务发展现状调研，激发学生进一步学习电子商务专业的兴趣。 任务二：结合目前电子商务专业学生就业机会和就业岗位，启发学生根据个人特点进行职业生涯规划。	9

## 六、教学建议

### 1. 教学方法

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

### 2. 评价方法

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合考核相结合。通过项目进度和任务完成度监控学生的学习进度，全程评价学生的学习态度、实操完成质量、任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、个人能力与团队意识、自主学习与创新思维等多维化考核评价体系，针对学生不同的

学习兴趣，由学生自由组合选择项目任务；根据个体能力发挥情况，设置难易层度不同、类型各异的题目，进行拓展任务训练，培养和锻炼学生在实践中的创新思维能力和自主学习能力，促进学生综合素质的提高。同时评价标准和评价主体改变过去以教材和教师为中心的方式，尝试让学生、市场、企业等也逐渐成为评价主体，并根据不同内容采用不同的评价标准。

### **3. 教材选编**

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

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

# 商品拍摄与图片处理 课程标准

## 一、课程性质与任务

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

## 二、课程教学目标

### 1. 知识目标

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

### 2. 能力目标

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

### 3. 素质目标

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

### 三、学时

108 学时

### 四、课程学分

6 学分

### 五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	认识摄影	1. 摄影的诞生及其发展。 2. 摄影的功能和门类。 3. 佳作欣赏。	1. 通过课本和课外影像资料深入了解摄影主要门类。 2. 在教师的引领下,学会初步的摄影欣赏与评价。	6
2	认识照相机	1. 选择合适的数码相机。 2. 数码相机的操作与保养。	1. 通过对各类数码相机的了解,确定符合自己经济条件和满足岗位需要的照相机。 2. 通过实际操作熟悉数码照相机的常用功能。	10
3	摄影构图	摄影构图及其法则,几种常见的摄影构图形式。	学习摄影构图的基本规律,并结合绘画等姊妹艺术进行构图的深入探究,并在以后的摄影实践过程中逐步掌握商品摄影构图的一般规律。	10
4	摄影用光	1. 了解光的分类和性质。 2. 认识光的造型作用。	1. 通过实例充分认识光是摄影的灵魂,并学会发现光,创造光、表现光。 2. 通过成功作品案例分析了解光的造型作用。	13

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
5	光圈优先和快门优先	光圈与景深，光圈优先的应用。快门优先，快门优先的意义。	1. 通过光圈优先成功商品摄影的案例分析深刻理解光圈优先在商品摄影中的作用。 2. 通过快门优先案例作品深刻理解快门优先的作用，并通过大量练习逐步掌握技能。	13
6	商品摄影艺术表达	1. 商品摄影的基本拍摄技术要求。 2. 商品摄影常见构图形式。 3. 商品摄影的艺术效果控制。	1. 要结合网店商品摄影特点定位摄影目标，并逐步建立商品摄影评价标准理念。 2. 强调实用性摄影的共性，即商品摄影过程中真实表现商品要高于艺术效果的表达。	10
7	商品摄影质感和清晰度的表达	1. 几种表现商品摄影清晰度常用手段。 2. 商品摄影的质感表现和用光规律。	1. 着重使学生切实感受到影像清晰度的重要性，掌握相关拍摄的表现技法。 2. 通过各种光 and 环境的完美创意完善表达商品摄影的质感和用光艺术效果。	11
8	反光类特殊质感商品表现	特殊反光类商品的拍摄案例分析特殊质感商品的表现方法	1. 通过大量成功和失败的案例，了解特殊质感商品拍摄的难点，掌握不同反光类商品的不同表现技术要点。 2. 进行大量的实际拍摄比如：玻璃、不锈钢、丝绸等案例拍摄。逐步掌握拍摄技巧。	15
9	商品摄影的后期处理	商品摄影后期要求商品摄影后期常用技术。	1. 认识到商品摄影后期的必要性和商品摄影后期处理基本原则。 2. 多分析作品，多练技法，多交流、多点评。	10
10	商品摄影创意设计	1. 商品摄影创意大观（经典案例赏析）。 2. 商品摄影创意艺术规律和技法。	理解商品创意摄影是作品升华的艺术途径，创意是作品的灵魂。	10

## 六、教学建议

### 1. 教学方法

商品摄影课程要以学生职业发展为根本，重视培养学生的

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

## **2. 评价方法**

商品摄影课程倡导评价主体多元化，坚持教师引导评价、学生自评、互评相结合。注重对学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核，加强教学过程环节的考核，结合课堂提问、项目制定、项目实施、技能竞赛及项目完成情况，综合评定学生的成绩。

## **3. 教学条件**

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

## **4. 教材选编**

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

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

# 商品知识 课程标准

## 一、课程性质与任务

商品知识是电子商务专业的一门必修专业基础课程。该课程以自然科学为主，实践性、应用性和技术性强。主要任务是通过教学，学生掌握从事电子商务工作所必须具备的商品基本知识，为学习和掌握专业知识和职业技能打下基础，并能利用所学知识解决实际问题。

## 二、课程教学目标

### 1. 知识目标

- (1) 掌握从事电子商务工作所必须具备的商品基本知识；
- (2) 掌握正确评价商品质量，保护消费者权益的方法；
- (3) 掌握包装和储运方法；
- (4) 了解商品分类。

### 2. 能力目标

- (1) 能够鉴别商品的质量等级；
- (2) 能够合理地运用各种包装技法包装商品；
- (3) 能够合理选择商品的运输方式；
- (4) 能进行商品库存期间的基本养护；
- (5) 掌握日用工业品商品、电子商品、纺织品、食品等大类商品的主要特征；
- (6) 能根据处理实际问题的需要，检索各种文献资料并理解其内容；
- (7) 能举一反三，对电子商务活动中出现的新商品进行科学的分析与判断。

### 3. 素质目标

- (1) 具有实践动手能力;
- (2) 培养学生商务诚信, 就业能力竞争力与就业信心;
- (3) 具备团队合作、开拓创新和创业意识。

### 三、学时

32 学时

### 四、课程学分

2 学分

### 五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	商品质量	1. 掌握商品质量的基本要求和影响商品质量的因素。 2. 了解伪劣商品的危害及表现形式并掌握基本的识别方法, 会正确介绍商品、指导顾客正确评价商品。	课堂训练与案例分析相结合; 讲授与课堂讨论相结合。	5
2	商品标准	1. 理解和掌握商品标准和商品标准化的概念。 2. 熟悉商品标准化的形式和方法, 掌握商品质量认证的方法。	设置真实案例, 小组模拟实训, 课堂训练与案例分析相结合。	5
3	商品检验	1. 掌握商品检验的内容、形式与基本方法。 2. 掌握抽样的要求和方法, 能对常用商品进行感官检验, 了解抽样的概念和原则。	1. 模拟实训。 2. 实例操作与案例分析。	5

4	商品分类	1. 掌握商品分类标志与分类方法、代码编制方法。 2. 能对商品进行分类与归类,并能正确识别和恰当运用商品条码。	1. 模拟实训。 2. 实例操作与案例分析。	5
5	商品包装	1. 了解商品包装的设计原则。 2. 理解包装的概念,了解包装的分类。 3. 熟悉商品包装材料的种类和性能特点。	实习实训:组织学生去超市调查分析不同类型的商品包装。	5
6	商品储存和养护	明确商品储运中发生损耗、质量变化的种类和原因及其相应的控制措施。 2. 掌握商品养护的各种技术方法及其原理。 3. 理解商品储存的质量管理原则。	1. 实例操作与案例分析。 2. 实习实训,组织学生参观访问商品库房,实地调查分析商品储存期间发生的质量变化以及应采取的养护措施。	2

## 六、教学建议

### 1. 教学方法

教学过程中必须理论联系实际,课程实施要突出实践性,加强学生动手能力的培养;以学生为主体;案例教学和技能实训应贯彻始终。主要采用的教学方法如下:

(1) 案例分析:以案例教学为主,充分调动学生的积极性和主动性,进行自主探究。教师以案例为载体,拓展学生的视野,增长见识。

(2) 模拟实训:教学的关键是实训教学,在进行实践教学的过程中,设置一些商品库房或物流配送的真实场景,提供多种商品样本,组织学生积极参与学习。在实践实操过程中,互相找出各自的不足加以改正,提高学生的岗位适应能力。

(3) 商品鉴定:有条件的学校可以建立商品陈列与检验实

训室，通过各种实验让学生学会鉴别各类产品的质量和性能。

在教学过程中，要重视本专业领域发展新趋势，贴近市场、贴近社会。为学生提供职业生涯发展的空间，努力培养学生参与社会实践的创新精神和职业能力。教学过程中教师应积极引导提升职业素养，提高职业道德。

## 2. 评价方法

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、项目评价、理论与实践一体化评价模式。

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

(2) 突出过程性评价，将平时评价与总结性评价相结合。结合日常考勤、课堂提问、作业质量、技能训练与测试、实习实训、考试等情况综合评价学生成绩。

(3) 以综合职业技能考核为主线，注重对学生的动手能力，以及在实践中分析问题、解决问题能力的考核，同时关注学生的素质培养，确立学生合作意识、工作作风、创新思维等方面的评价指标。

## 3. 教学条件

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

(1) 建立商品检验实训室，通过对商品的动手检验，让学生学会鉴别商品。

(2) 及时向学生推荐扩充性学习材料并指导学习。

(3) 建立校外实习实训基地，如大型超市、物流仓储等。

(4) 聘请校外专家、成功人士举办学术讲座和经验介绍拓展学生视野。

#### **4. 教材选编**

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，以就业为导向，本着体现“理论够用、突出实践”的原则，选择与实际工作相关案例编写教材，深入浅出，图文并茂，注重培养学生自我学习意识。

# 网店装修 课程标准

## 一、课程性质与任务

网店装修是电子商务专业的网络编辑方向的一门必修专业核心课程。旨在培养学生的创意和审美观，帮助学生理解图、文、色彩的搭配方式，掌握常用的工具软件，提高学生对图片的综合处理及页面的整体布局能力，为电子商务专业实训课程的开展奠定良好的基础。

## 二、课程教学目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解美工对电商的重要性；
- (2) 熟悉美术基础及强化素描、色彩、手绘等；
- (3) 掌握店招设计相关知识；
- (4) 掌握海报设计相关知识；
- (5) 掌握详情页制作；
- (6) 掌握店铺装修的构思的作用；
- (7) 掌握美工实践课店铺装修。

### 2. 能力目标

- (1) 技巧性图片处理能力；
- (2) 利用网页编辑器设计店铺自定义区域的能力；
- (3) 网页设计能力；
- (4) 细节综合处理能力；
- (5) 网络资源的运用能力。

### 3. 素质目标

- (1) 具有较强观察力、表现力和审美能力；
- (2) 具有勇于创新、敬业乐业的工作作风；
- (3) 具有良好的职业道德和较强的工作责任心。

### 三、学时

72 学时

### 四、课程学分

4 学分

### 五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	走进网店美工	1. 欣赏不同类别不同风格的优秀网店，了解网店风格与销售产品间存在的关系。 2. 欣赏高访问量、点击量的网店首页，了解网店页面中吸引顾客、引导顾客点击的“点”在哪里。 3. 理解网店的概念，了解网店美工的工作任务。	1. 根据淘宝类目，选取淘宝网上页面布局及色彩搭配优秀的网站（关注C店）用于展示。 2. 引导学生从淘宝网站，寻找自己最喜欢的店面。鼓励学生阐述喜欢的理由。 3. 通过对优秀网店的欣赏，讲解网店美工主要工作任务。	4

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
2	photoshop 基本工具应用	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握 photoshop 中常用工具的基本操作并能够熟练运用。</li> <li>2. 掌握色彩调整以及曝光度调整的方法，达到制作清晰图片效果的目的。</li> <li>3. 掌握魔术棒、磁性套索工具、快速选择工具、钢笔工具和抽出滤镜抠图的方式方法；熟练运用切片工具。</li> <li>4. 掌握 photoshop 中批量处理照片的方法。</li> <li>5. 掌握 photoshop 制作 gif 动画的方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 授课中，以演示法为主，用好的实例激发学生的学习兴趣。</li> <li>2. 通过处理前后图片对比差异吸引学生，提高学生兴趣。</li> <li>3. 分析素材及成品图，增强学生学习兴趣。通过演示法详细讲解操作中需要注意的问题及相关参数设置方式。</li> <li>4. 讲解批处理的概念，体现批处理的优势及个参数设置。</li> <li>5. 分析 photoshop 中动画的制作和 flash 中动画制作的异同。</li> </ol>	10
3	网页设计基础	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握 HTML 基本代码及文档基本结构。了解 HTML 常见标签的作用。</li> <li>2. 熟练掌握 Dreamweaver 中插入文本的方法、文本编辑方式及文字其他格式设置。</li> <li>3. 掌握 Dreamweaver 中插入图像的方法及其图像格式基本设置方式。</li> <li>4. 掌握 Dreamweaver 中表格插入方式、表格及单元格格式的设置以及表格的嵌套。</li> <li>5. 了解网页中链接存在的方式，掌握利用图片热区添加链接的方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 利用“文本文档”开展理论讲解与演示。结合 Dreamweaver 软件中标签栏，了解 HTML 文档结构。</li> <li>2. 结合 HTML 语言中的文字标签，通过设置对比观察效果的方式开展教学。</li> <li>3. 采用项目教学法，通过项目展示、项目分析、学生自主探究方式组织教学活动。</li> <li>4. 用项目引领课堂教学，使学生在操作中掌握知识点。</li> <li>5. 以专题的形式，汇总网页中存在的链接形式。以实际网站链接应用为抓手开展课堂教学。</li> </ol>	10

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
4	店标与店招设计	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握店标制作流程。</li> <li>2. 掌握静态店标和动态店标的区别及所涉及的技术。</li> <li>3. 能够将制作的店标用于实际。</li> <li>4. 掌握纯文字店招、图文结合类店招及店招动画的制作方法。</li> <li>5. 熟练掌握网店（如：淘宝网）在线制作店招的方式。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 分析优秀作品，学习设计思路，掌握制作流程。</li> <li>2. 课堂教学中以任务书形式分解项目中的各项任务，鼓励学生开拓思维，创新设计。</li> </ol>	10
5	促销广告设计	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解形象创意。</li> <li>2. 掌握色彩创意及文字创意。</li> <li>3. 了解广告编排设计的概念及原理。</li> <li>4. 掌握广告编排的规律以及设计方法。</li> <li>5. 了解文字、图形、图片之间的关系，明确三者之间空间上相互依附衬托的作用。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 采用案例教学法，通过大量的实例，从形象、色彩及文字分析促销广告的成功点。</li> <li>2. 采用“分析”-“仿作”-“自主创意设计”-“互评分析”的教学思路，利用大量实例开拓学生思路。</li> <li>3. 通过对广告实例的分析，分析调整广告中文字、图形、图片的位置，观察广告的表现力。</li> </ol>	14
6	宝贝描述设计	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根据商品类别，设计制作符合商品风格的宝贝描述板式；</li> <li>2. 熟练掌握宝贝描述页面图片分割技术，并能够上传发布描述页面；</li> <li>3. 综合考虑商品销售过程中可能出现的问题，并予以说明。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 采用仿作的方法，以帮助学生分析并掌握宝贝描述板式制作中需要关注的内容。</li> <li>2. 设计过程中引导学生注意辅助线的运用。</li> <li>3. 引导学生注重色彩搭配及图片布局和文字运用。</li> </ol>	14
7	网店装修设计实训	通过多风格网店装修设计实训，完善学生知识体系，培养学生的创意设计 & 广告编排能力。	借助电子商务平台开展训练，课堂关注的重点在于最终效果展示。	10

## 六、教学建议

### 1. 教学方法

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

## 2. 评价方法

在课堂评价上，坚持学生自评、互评和教师评价相结合。评价方式和过程注重对学生动手能力、分析问题、解决问题能力的考核，加强教学过程环节考核，结合课堂提问、学生项目制定、实施、技能竞赛及项目完成情况，综合评定学生成绩。

## 3. 教学条件

(1) 采用多媒体教室进行理实一体化教学。多媒体教室具备上网条件，保证学生在店铺装修与运营中完成各项目要求。

(2) 建立校外实习实训基地，特别是到成功网店的网店美工岗位进行实训。

(3) 聘请校外网店美工人员举办经验分享会，拓展学生视野，贴近现实工作环境。

## 4. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，以就业为导向，选择与实际工作相关案例编写教材，深入浅出，图文并茂，注重培养学生自我学习意识。

# 网络营销 课程标准

## 一、课程性质与任务

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

## 二、课程教学目标

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

### 1. 知识目标

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

### 2. 能力目标

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

### 3. 素质目标

(1) 培养良好的网络空间道德;

(2) 培养创新、创业精神以及良好的职业素养。

### 三、学时

108 学时

### 四、课程学分

6 学分

### 五、教学内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	认识网络营销	1. 了解网络营销的含义。 2. 掌握网络营销的特点。 3. 了解网络营销与传统营销的同。 4. 了解网络营销环境。 5. 掌握网络营销的基本职能。	1. 网络市场调研。 2. 案例分析。 3. 任务驱动。	20
2	网络产品营销策略分析	1. 熟悉适合网上销售的产品类别。 2. 熟悉网络产品的价格制定方式和网络渠道模式。 3. 熟悉网络促销形式及各种网络促销形式的特点。	1. 设置网络营销场景, 组织学生进行角色扮演。 2. 网络营销渠道与方式调研。 3. 网络产品调研。	18
3	分析网络消费者	1. 了解网络用户、网民与网络消费者等概念。 2. 掌握网络消费者购买动机。 3. 掌握网络消费者购买行为及决策过程。 4. 了解影响网络消费者购买因素。	1. 案例分析。 2. 小组合作设计客户信息调查表。 3. 网络消费者构成调研, 进行客户数据分析。	13
4	网络产品文案设计与信息发布	1. 熟悉细分市场和确定目标顾客、产品定位的方法。 2. 熟悉产品品牌策略。 3. 了解网上发布产品的方法。 4. 掌握文案策划的要素。	1. 选一产品进行品牌设计与定位活动。 2. 在网上发布指定产品活动。 3. 设计一份产品文案策划, 策划具有可行性。	18

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
5	网络客户关系管理与维护	1. 明确网络客户关系管理的重要意义。 2. 理解常用的网络客户管理的方法。 3. 能进行营销活动的售前、售中和售后的网络客户关系管理和维护。 4. 能利用网络及电话工具对网络客户进行维护。	1. 角色扮演，小组合作。 2. 利用 E-mail、论坛和微博将网络客户进行统筹管理。 3. 模拟呼叫中心服务。 4. 调研淘宝网的客户维护工具。	8
6	网络推广	1. 掌握网络广告策略。 2. 进行网站规划与建设。 3. 掌握网站推广策略。	1. 分组网站规划设计。 2. seo 营销推广。 3. 其他营销推广。 4. 上机实训。	11
7	网店运营	1. 了解网上开店的平台、意义和准备工作。 2. 熟悉店铺的装饰与管理。 3. 了解网上店铺支付与结算处理过程。 4. 熟悉网上店铺的经营管理。 5. 了解店铺安全知识与学会处理各种纠纷。 6. 掌握店铺推广与促销。	1. 淘宝网开设经营。 2. 淘宝成功网店调查、分析。	20

## 六、教学建议

### (一) 教学方法

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

#### 1. 理论与实践相结合，重视实践教学

理论教学主要通过课堂讲授来实现，在理论讲授时，转变教学理念，从传统的“讲课”向“综合性教学系统”转变，强调启发式教学，积极推进问题教学法、案例教学法、讨论式教

学法，通过提供大量的案例分析资料、提出问题，并组织学生讨论、培养学生的综合分析和解决问题的能力。

## 2. 案例教学法

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

## 3. 互动教学法

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

### （二）评价方法

1. 形式：采取理论考核+实践操作考核形式。

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

### （三）教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

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

# 网店运营 课程标准

## 一、课程性质与任务

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

## 二、课程目标

### 1. 知识目标

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

### 2. 能力目标

- (1) 能够在电子商务平台网站开设网店；
- (2) 能够操作网店后台对网店进行日常的管理；
- (3) 能够对店铺进行装修；
- (4) 能够进行店铺推广；

(5) 能够掌握基本的客服话术, 胜任店铺客服岗位;

(6) 能够诊断店铺, 分析店铺运营数据, 根据数据调整店铺运营方案;

(7) 能够根据店铺情况策划合适的店铺活动。

### 3. 素质目标

(1) 培养良好的职业素养和敬业精神;

(2) 培养开放共享、勇于创新、吃苦耐劳的精神;

(3) 树立诚实守信的意识, 自觉维护良好的互联网环境;

(4) 培养全局观念和团队协作精神;

(5) 培养强烈的责任心、事业心和社会责任感。

## 三、学时

108 学时

## 四、课程学分

6 学分

## 五、课程内容设计

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	店铺开设	1. 进行市场调查, 分析竞争对手。 2. 网店市场定位。 3. 进行网店货源选择。 4. 掌握网店开设的方法与步骤。	1. 通过数据分析软件等进行市场调查。 2. 对成功店铺进行案例分析。	8
2	店铺日常运营管理	1. 掌握店铺的基本设置。 2. 能够进行商品管理。 3. 掌握商品的发布。 4. 掌握店铺的交易管理。 5. 了解店铺账号管理。	结合店铺的实际运营内容与流程掌握店铺的管理办法。	20

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
		6. 熟悉常用的店铺工具。		
3	店铺装修	1. 了解图片空间的使用。 2. 掌握店铺整体布局管理。 3. 掌握店铺首页装修的设计。 4. 了解自定义菜单的设置。 5. 掌握商品主图与详情页的设计。 6. 掌握海报的设计。	1. 分析优秀作品，学习设计思路，掌握制作流程。 2. 采用案例教学法，通过大量的实例，从形象、色彩及文字进行美化。 3. 任务驱动式教学，完成店铺装修任务。	20
4	店铺推广	1. 了解网店流量入口。 2. 掌握店铺免费流量提升技巧。 3. 掌握付费流量提升技巧。	采用任务驱动式教学，完成店铺推广任务。	20
5	客户服务与管理	1. 了解客服的重要性。 2. 掌握聊天工具的使用。 3. 掌握售前客服的工作内容。 4. 掌握售后客服的工作内容。 5. 掌握客户营销的方法和技巧。	情景模拟： 1. 解答不同客户疑问。 2. 接到客户投诉并处理。 案例分析： 结合真实客户服务案例加强教学。	12
6	商品包装与物流配送	1. 了解不同商品的包装方法与技巧。 2. 了解物流配送的重要性。 3. 能够根据店铺情况制定和选择合适的物流配送方案。	1. 给出几种不同的商品如：衣物、鞋子、皮包、食品、玻璃制品等，分析包装方法。 2. 根据实际情况，设计配送方案。	12
7	店铺诊断与	1. 掌握店铺诊断方法。	案例教学：讨论店铺提升案	16

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
	提升	2. 能够对店铺问题进行针对性的提升。	列。 采用任务驱动式教学:完成店铺诊改与提升任务。	

## 六、教学建议

### (一) 教学方法建议

本课程主要采用案例分析法、任务驱动法、主题讨论法等多种教学方法。

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

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

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

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

## （二）评价方法

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

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

# 1+X 电子商务数据分析 课程标准

## 一、课程性质与任务

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

## 二、课程教学目标

### 1. 知识目标

- (1) 熟悉电子商务数据的含义及分类；
- (2) 熟悉电子商务数据分析的含义、作用和应用；
- (3) 了解电子商务数据分析的各类指标并掌握相关指标的计算方法；
- (4) 掌握电子商务数据分析的基本步骤；
- (5) 了解电子商务数据采集的概念；
- (6) 熟悉电子商务数据采集的原则；
- (7) 熟悉电子商务数据采集的方法和步骤；
- (8) 了解数据分类与处理的作用和原则；
- (9) 理解电子商务数据计算中的常用公式；
- (10) 掌握利用 Excel 进行数据描述性统计分析的方法；
- (11) 掌握利用这两种方法对电子商务日常运营数据进行趋势分析的技能；

(12) 掌握比较分析的方法，包括同比分析法、环比分析法；

(13) 了解描述性统计量的类型、指标含义；

(14) 熟悉图表趋势预测法和时间序列预测法；

(15) 熟悉比较分析的概念和常用的使用场景。

## 2. 能力目标

(1) 熟练掌握电子商务数据采集工具的使用；

(2) 能够独立完成电子商务市场、运营、产品数据采集；

(3) 了解电子商务数据分析的各类指标并掌握相关指标的计算方法；

(4) 掌握电子商务数据分析的基本步骤；

(5) 能够使用 Excel 分类汇总、数据透视表等方法对数据进行分类统计；

(6) 能够根据数据处理目标对数据进行清洗、转化及排序等操作；

(7) 能够使用公式对电子商务运营数据进行计算；

(8) 数据清洗转化、数据计算；

(9) 掌握利用 Excel 进行数据描述性统计分析的方法；

(10) 掌握利用这两种方法对电子商务日常运营数据进行趋势分析的技能；

(11) 掌握比较分析的方法，包括同比分析法、环比分析法。

## 3. 素质目标

(1) 在电子商务数据分析过程中坚持社会主义核心价值观;

(2) 具备法律意识, 遵守个人隐私和数据保密等法律法规, 在数据采集、处理、分析过程不侵权不违法。

### 三、学时

72 学时

### 四、课程学分

4 学分

### 五、课程内容与要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	电子商务数据分析概述	1.熟悉电子商务数据的含义及分类; 2.熟悉电子商务数据分析的含义、作用和应用; 3.了解数据分析报告的基本结构。	1.典型案例; 2.任务引导。	8
2	基础数据采集	1.了解电子商务数据采集的概念; 2.熟悉电子商务数据采集的原则; 3.熟悉电子商务数据采集的方法和步骤。	1.典型案例; 2.任务驱动。	8
3	数据分类与处理	1.能够使用 Excel 分类汇总、数据透视表等方法对数据进行分类统计; 2.能够根据数据处理目标对数据进行清洗、转化及排序等操作;	1.典型案例; 2.任务驱动。	20

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
		3. 能够使用公式对电子商务运营数据进行计算。		
4	数据描述性分析	1. 了解描述性统计量的类型、指标含义； 2. 熟悉图表趋势预测法和时间序列预测法； 3. 熟悉比较分析的概念和常用的使用场景。	1. 典型案例； 2. 任务驱动。	16
5	基础数据监控与报表制作	1. 熟悉电子商务日常运营重点监控的数据指标； 2. 了解数报表的制作流程； 3. 熟悉数据图表的类型及不同类型图表的适用场景。	1. 典型案例； 2. 任务驱动。	8
6	考核			8
7	机动			4

## 六、教学建议

### (一) 教学方法

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

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

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

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

## （二）评价方法

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

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

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

# 电子商务物流 课程标准

## 一、课程性质与任务

电子商务物流是电子商务专业的一门必修专业技能课程，旨在培养学生依据用户订货要求对其进行的一系列分类、编码、整理、配货等理货工作的能力，并充分了解将有确定数量、规格要求的商品按约定时间、地点传递到用户手中的活动过程。通过本门课程的开设与讲授可以帮助电子商务专业学生更好的学习、掌握电子商务活动中商品的物流运输与理货配送方面的相关知识，以及商品物流配送的整个过程，为进一步学习电子商务奠定良好基础。

## 二、课程教学目标

### 1. 知识目标

- (1) 掌握电子商务与现代物流知识；
- (2) 掌握主要电子商务物流技术；
- (3) 掌握电子商务下的供应链管理知识；
- (4) 使学生掌握电子商务物流配送的相关专业知识。

### 2. 能力目标

- (1) 具备专业的物流配送知识、销售技能与技巧；
- (2) 具备对物流配送项目进行管理的能力；
- (3) 具备控制在标准化流程下的操作能力；
- (4) 具备一定的实际操作经验和技能；
- (5) 具备一定的销售和展示技巧，将客户的服务需求转换为系统功能的技术能力。

### 3. 素质目标

- (1) 具备良好的交流沟通能力和相应的专业素养;
- (2) 具有敬业乐业的工作作风;
- (3) 具有良好的职业道德和较强的工作责任心。

### 三、学时

72 学时

### 四、课程学分

4 学分

### 五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	走进电子商务物流配送	1.了解并掌握最基本的电子商务的知识。 2.了解并掌握物流配送的内容。 3.了解电子商务与物流配送间的紧密联系。 4.掌握电子商务物流配送的作用及其重要的特点。 5.掌握电子商务物流的组建要素、过程与方式。	1.通过对物流企业的实地参观或对物流配送过程的视频学习,从宏观上认识、了解物流活动。 2.通过对国内目前一些经营的较好较成体系的物流配送公司的案例介绍,帮助学生们更形象地认识物流配送的具体流程。 3.在学生对电子商务与物流配送的内容学习掌握后,通过对学生的引导启发,组织他们对两者之间的关系进行探索与探讨。 4.通过相关补充资料的阅读,了解电子商务物流行业在我国的发展现状以及未来的发展趋势。	4
2	体验物流配送过程	1.了解商品包装的规定及要求。 2.了解商品分拣的规定及要求。 3.了解仓储要求及内容。 4.了解装卸搬运的内容与相关要求。 5.了解并掌握商品运输配送的工具、途径、原则。 6.了解并掌握物流配送的核心技术及配送过程。	1.结合一些具体配送实例,使学生对电子商务中物流配送活动的包装、运输、仓储、装卸搬运、信息控制环节进行学习掌握。 2.让学生们观看一些现代化、系统的物流配送操作流程影片,帮助其从宏观上形象了解现实中的物流配送过程。 3.通过对学生进行物流实训课程的培训,可以使学生在掌握理论的基础上切实地体验到模拟仿真的物流配送过程,有助于学生将来更好地从事电商物流工作。	10

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
3	商品包装	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.了解商品包装的基本内涵和作用。</li> <li>2.理解并掌握商品包装的四大要素。</li> <li>3.了解商品包装的分类特点。</li> <li>4.掌握商品包装的基本要求。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.给出几种不同的商品，如：衣物、鞋子、等，让学生们独立思考一下针对各种不同商品应如何进行包装，并按照自己的想法进行验证；在完成包装后针对存在的问题对彼此包装的商品提出改进意见。</li> <li>2.在学习掌握了商品包装的四大要素与基本内容后，以分组形式对某种特定商品进行包装设计，然后分工进行包装，之后由学生进行评比，找出最优的包装设计。</li> <li>3.让每位学生独立设计一款商品的包装，并完成一份商品包装设计说明书。</li> </ol>	10
4	商品分拣	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.了解商品分拣的含义与特点。</li> <li>2.理解商品分拣方式的基本原则。</li> <li>3.掌握商品分拣的常用方式与技术。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.通过观看物流商品分拣与配送的相关视频，从宏观上感知什么是物流中的商品分拣与配送。</li> <li>2.采用理论实训相结合的方法使学生掌握商品分拣与配送的原则、方法与整个过程,例如让学生完成一次具体的商品入库上架的活动过程。</li> </ol>	10
5	商品仓储	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.了解商品仓储的内涵和特点。</li> <li>2.了解商品仓储的地位和意义。</li> <li>3.掌握商品仓储的过程与相关技术。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.通过观看物流商品仓储的相关视频；宏观上感知一下什么是物流中的商品仓储。</li> <li>2.采用理论实训相结合的方法使学生掌握商品仓储的相关技术的应用。</li> </ol>	10
6	商品装卸搬运	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.了解商品装卸搬运的概念与地位以及在实际工作中的作用。</li> <li>2.了解商品装卸搬运的特点与分类。</li> <li>3.理解商品装卸搬运的基本原则。</li> <li>4.掌握商品装卸搬运的常用技术。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.通过观看物流商品装卸搬运的相关视频，从宏观上感知一下什么是物流中的商品装卸搬运。</li> <li>2.采用理论实训相结合的方法，掌握商品装卸搬运的相关技术的应用，例如让学生们进行具体的叉车搬运训练。</li> </ol>	10
7	商品配送	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.了解商品配送的基本内涵和基本特征。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.通过观看物流商品配送的相关视频；从宏观上感知一下什么是商品的物流配送。</li> </ol>	10

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
		2.理解商品配送的方法与原则。 3.了解商品配送的地位。 4.掌握商品配送的常用方法与原则。 5.掌握商品配送的整个过程。	2.以沃尔玛一类的大型超市商品配送过程为案例,让学生从中更好的进行体会和理解。 3.分给学生们一批不同种类的商品货物,让他们以分组合作的形式进行商品配送方案设计,并提交一份方案设计说明书,说明每种商品所采用相应配送方式的依据,并根据自己的设计方案计算所付出配送成本的大小,最后在各个小组之间进行。	
8	物流信息管理	1.理解物流信息管理的内涵与特点。 2.掌握物流信息的采集与获取方法。 3.掌握对物流信息进行处理的方法和原则。 4.了解物流信息存取的途径和方法。 5.掌握物流信息管理系统功能和运作。	1.结合一些具体的电子商务物流信息管理的实例,通过对这些实例的阅读与学习,更形象地对电子商务中物流信息管理的内容与过程进行学习并掌握。 2.通过对学生进行物流实训课程的培训,使他们在掌握了理论的基础上更好的切实体验到模拟仿真的物流信息管理的过程,有助于学生将来更好的从事电商物流信息管理的相关工作。	8

## 六、教学建议

### 1. 教学方法

针对每一个项目的具体内容和不同特点,选择采用不同的教学方式方法。在对理论知识讲授的过程中应适当地加入相应物流实训的培训与实践,或者应更多地重视实践课的开设与建设,多采取以“学生为主体,老师为主导”的方式来进行。

### 2. 评价方法

(1) 日常加最终,就是将学生日常的课堂表现与期终考察综合起来对其进行学习成绩的评价。

(2) 课上加课后，就是将学生的课上表现及参与情况与其课后作业或学习任务完成的情况综合起来进行日常学习成绩的评价。

(3) 成绩加技能，就是将学生的理论学习成绩与其技能的掌握情况综合起来进行最终学习成绩的评价。

### 3. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，组织经验丰富的行业企业专家编写符合学生实际的教材。

(1) 教材以职业岗位任务作为引领，以职业项目作为主线，注重理实一体化的同时依据每个具体的任务和项目来进行内容的组织编写。

(2) 教材中体现以实际问题而带动理论学习与应用系统操作的过程，让学生在完成“任务”的同时对相关的知识和技能有一个更好地掌握。培养学生在日常学习中找出问题、分析问题、解决问题的综合能力。

(3) 教材中加入一些以岗位职业能力分析和职业技能考证为指导的相关内容，这样可以更好地帮助学生在日后的职业岗位上获得更多相关资格证书。

# 网络广告制作 课程标准

## 一、课程性质与任务

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

## 二、课程教学目标

### 1. 知识目标

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

### 2. 能力目标

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

### 3. 素质目标

- (1) 热爱祖国，热爱人民，热爱集体，具有正确的世界观、人生观、价值观；
- (2) 遵纪守法，诚实守信，具有高尚的道德情感、坚强的

道德意志和良好的道德行为，有强烈的事业心、责任心和社会责任感；

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

(4) 了解行业现状及发展方向，具有从事本专业各职业岗位的实际工作能力；

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

### 三、学时

72 学时

### 四、课程学分

4 学分

### 五、教学内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	网络广告策划	欣赏优秀网络广告；掌握网络广告不同表现形式和传播形式。	以分类方式引导学生分析，欣赏网络广告。	10
2	制作静态网络广告	1.制作按钮类广告。 2.制作旗帜类广告。 3.制作漂移类广告。 4.制作悬浮式广告。 5.制作弹出式广告。 6.制作分类广告。 7.制作栏目广告。 8.了解各类广告的特点、制作技术。	仿作优秀实例广告，分析广告设计过程中用到的技术。	8
3	制作动态网络广告	1.制作 gif 动画。 2.制作逐帧动画。 3.制作文字动画。	1.通过项目仿作的方式掌握制作基本动画效果的技术。 2.项目设定由小到大，从单一项目	16

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
		4.制作转场动画。 5.复杂动态网络广告制作。 6.掌握常见动画的制作方法。 7.能够综合运用简单动画制作复杂动态网络广告。	入手到复杂动态网络广告的制作。	
4	网络广告互动技术	1.FLASH 脚本语言基础；掌握变量与表达式，了解程序控制流程，并且明确事件与程序执行方式。 2.影片与影片剪辑对象；掌握影片控制命令、影片剪辑对象的方法及剪辑对象的属性与控制； 3.鼠标对象与声音对象；能够掌握鼠标对象，并且了解声音对象。	1.通过脚本语言添加前后不同效果的展示、分析确立教学任务。 2.通过项目效果展示、分析等确立课堂教学任务。	12
5	网络广告的发布	1.掌握网络广告的发布技巧。 2.掌握通过不同平台发布网络广告的方式。	1.借助不同的网店、网站平台，发布网络广告。 2.学习中注意发布方式及显示效果，针对不同形式进行训练，提高教学效果。	16
6	网络广告的测评与管理	1.监督网络广告；了解跟踪网络广告展示效果的方法。（排版和格式） 2.网络广告数据测评；掌握获取数据的方式，并能够对数据进行分析。（排版和格式） 3.网络广告管理；通过效果分析，掌握广告修改、编辑的技巧方法。（排版和格式）	1.通过局域网平台发布网络广告，采集学生访问及点击数据，并对数据分析。 2.将网络广告发布到互联网，采集用户访问及点击数据，并对数据进行分析。 3.通过对收集数据分析确立修改方案并实施。	10

## 六、教学建议

### 1. 教学方法

以学生职业发展为根本，重视培养学生的综合素质和职业能力。在教学过程中，从学生实际出发，因材施教，充分调动

学生对本课程的学习兴趣，采用任务驱动法、情景教学法、讲授法、案例分析法、讨论法、小组合作法等，创设工作情境，充分利用实物和多媒体等手段辅助教学。融入对学生职业道德和职业意识的培养，使学生掌握专业学习方法，提高自主学习能力。

## **2. 评价方法**

在课堂评价上，尽量坚持学生自评、互评和教师评价相结合的评价方式。注重对学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核，加强对教学过程环节的考核，结合课堂提问、学生项目制定、项目实施过程、技能竞赛及项目完成情况，综合评定学生的成绩。

## **3. 教学条件**

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

## **4. 教材选编**

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

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

# 电子商务客户服务 课程标准

## 一、课程性质与任务

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

## 二、课程教学目标

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

### 1. 知识目标

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

## 2. 能力目标

(1) 具有独立使用售前流程及话术完成天猫售前工作的能力;

(2) 具有独立使用售后流程及话术完成天猫售后工作的能力;

(3) 具有独立使用话术解决退换货问题的能力;

(4) 具有独立使用话术解决消费者异议和投诉问题的能力。

## 3. 素质目标

(1) 具备良好严谨规范的职业素养，能认真遵守与执行电子商务工作规范要求;

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

## 三、学时

72 学时

## 四、课程学分

4 学分

## 五、教学内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	体验客服工作	1.掌握客户服务的工作内容。 2.具备客户服务工作所需的专业技能。	1.参观呼叫中心、网店或电商企业，初步感知客户服务的工作内容。 2.学生担任网店客服，熟悉客服实际工作事务。	4
2	语音训练	1.掌握科学的发声方法。 2.了解普通话语音规范。 3.掌握即兴表述的程序和方法。	1.随机给出物品或事件，让学生表述。 2.模拟网店客服的接单状态。	4

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
3	客户接待与沟通	1.客服基本礼仪训练。 2.电话接听与在线客服。 3.学会聆听。 4.提问的主要事项及技巧。 5.复述能力的训练。	1.形态礼仪训练。 2.通过校企合作（校园呼叫平台等），进行接听电话的训练，规范在线客服用语。	8
4	抱怨与投诉处理	1.掌握正确处理客户投诉的原则和步骤。 2.掌握处理投诉的技巧和管理流程，解决客户投诉。	情景模拟 1.接到客户投诉并处理。 2.客户抱怨导致公司声誉受损，如何采取危机公关。	8
5	促成交易	1.营销前的准备（受欢迎的）开场白设计，引导客户说话的技巧，进行说服力训练。 2.引导成交训练，识别客户的成交信号，促成交易的技巧。	1.利用实际物品，引导学生细分客户。 2.任务驱动：指定某一款商品，学生卖给老师或同学。	12
6	书面沟通	1.书面沟通的要素。 2.书面沟通的原则。 3.书面沟通的技巧。 4.道歉信、促销信的撰写。	1.任务驱动：（以某一原因）撰写一封邮件。 2.结合主题促销活动，撰写相应的书面沟通材料。（排版）	4
7	客户关系管理	1.掌握建立客户关系的方法，明确如何收集客户信息，建立并管理信息数据库。 2.了解如何提升客户满意度。	任务驱动 1.以学校教师作为客户，收集客户喜好信息。 2.建议“客户”购买相关商品，并让客户给出满意度。	8
8	提升售前客服能力	1.掌握接待客户过程中的服务技巧。 2.明确产品推荐与说明过程中的服务内容。	情景模拟 1.准备好衣服或文具等商品，学生做售前准备工作。 2.生生比较，教师点评并给出建议。	4
9	提升售中客服能力	及时解答顾客在购买中的各种咨询。 帮助消费者购买到称心如意的商品。	模拟超市等购物场所，使学生身临其境进行售中客服。	4

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
10	提升售后客服能力	1.提升售后过程中实施客户满意评价的能力。 2.提升售后过程处理客户投诉的能力。	电话咨询被服务客户的意见和建议。	8
11	调整情绪压力	1.了解客户服务综合症。 2.掌握客服人员自我控制情绪的六种办法。 3.掌握有效的自我激励和激励他人的方法。 4.了解压力对生活、工作的影响,客观面对自己的情绪状态。	1.通过视频材料了解情绪压力。 2.请心理学老师或者企业专家传授关于情绪与压力的处理方式。	4
12	客户服务实训	1.客户接待与沟通实训。 2.处理投诉实训。 3.促成交易实训。 4.售前客服实训。 5.售中客服实训。 6.售后客服实训。 7.抗压能力与情绪调节能力训练。	1.利用校企合作项目平台做好客服工作。 2.网店正常运营中的同学结合客服技巧,引导消费者购买。	4

## 六、教学建议

### (一) 教学方法

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

#### 1. 任务驱动教学法

由学生或教师根据选取的工作任务,组成任务小组,各组对工作任务进行分析讨论,利用头脑风暴法提出完成任务的若干方案,并制定出完成任务的工作计划,按照计划要求小组成员或独立或合作完成任务,在此过程中教师提供完成工作任务

的指导和支持，各任务小组演示任务结果，阐述任务完成的思路和实施情况，最后由教师和学生分别对各组任务完成情况进行评价。

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

## **2. 情境教学法**

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

## **3. 多边互动教学法**

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

### **(二) 评价方法**

为更好地激励学生的主动性、积极性和创造性，采用多样化开放性的考核办法。课程的考核方式、考核内容完全公开，

评价采取校内访问、呼叫平台、信件设计、情景模拟、分组演练和真实网店客服工作等形式。

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

### （三）教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，组织企业专家编写学生工作页式教材。

# 网络推广 课程标准

## 一、课程性质与任务

网络推广是电子商务专业网络营销方向的一门必修专业核心技能课程。旨在培养学生运用免费及付费渠道向消费者展示网站的能力，是融“教、学、做”于一体的专业必修课程，帮助学生认识并掌握各类免费、付费渠道的运用技巧，为网络营销方向其他专业课程的学习奠定良好的基础。

## 二、课程教学目标

### 1. 知识目标

(1) 掌握网络推广中免费及付费的各类渠道以及运用这些渠道进行推广的技巧；

(2) 形成网络推广的职业能力；

(3) 学生能够与他人合作，相互沟通，勇于创新，学会学习和工作方法。

### 2. 能力目标

(1) 具有团队意识及妥善处理人际关系的能力；

(2) 具有较强的沟通与交流能力；

(3) 具有一定的文字功底，能够利用文字进行网络软文的写作；

(4) 掌握多种网络推广方法，能够进行实际操作；

(5) 具有较强的自学能力、理解能力和表达能力。

### 3. 素质目标

(1) 培养学生的沟通能力及团队协作精神；

(2) 培养学生分析问题、解决问题的能力；

- (3) 培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风;
- (4) 培养学生吃苦耐劳和强烈的社会责任感;
- (5) 培养学生初步的管理能力和信息处理能力。

### 三、学时

72 学时

### 四、课程学分

4 学分

### 五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	走进网络推广	1.掌握网络推广的定义。 2.掌握网络推广的现状与前景。 3.掌握可网络推广的产品。 4.掌握网络推广对于客户的重要性。 5.掌握网络推广的主要形式及分类。	采用讨论的方式,使学生深入挖掘身边与网络推广相关的内容,进一步加深对网络推广的认识。	6
2	论坛推广	1.掌握论坛的选择技巧。 2.掌握论坛中发帖的主要方法。 3.掌握论坛中回帖的诀窍。 4.掌握管理论坛帖子的方法。	采用任务驱动,教师指导学生完成任务一:选择论坛进行注册。 任务二:学生在论坛中进行发帖、进行回帖。 任务三:学生观察自己所发帖的点击率及总结点击率较高的帖的特点。	6
3	博客推广	1.掌握博客建立的方法。 2.掌握推广博客的技巧。 3.掌握博客内容写作的方法。 4.了解博客口碑推广的误区。	采用任务驱动式教学,在教师指导下完成任务一:建立自己的博客。 任务二:向自己的博客中发布内容。 任务三:总结成功博客的经验,并对自己的微博客进行更新。	6
4	微博推广	1.掌握微博建立的方法。 2.掌握微博的技巧。 3.掌握微博内容写作的方法。	采用任务驱动式教学,在教师指导下完成 任务一:建立自己的微博。	6

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
		4.了解微博口碑推广的误区。	任务二：向自己的微博中发布内容。 任务三：总结成功微博的经验，对微博客进行更新。	
5	QQ 网络推广	1.掌握 QQ 群建立的方法。 2.掌握 QQ 群推广的技巧。 3.掌握 QQ 群空间推广的方法。 4.了解 QQ 群邮件发送及共享方法。	采用任务驱动式教学，在教师指导下完成 任务一：QQ 群的建立。 任务二：QQ 群的邮件发送及共享。 任务三：QQ 群推广。	6
6	微信推广	1.掌握微信建立的方法。 2.掌握微信推广的方法。 3.掌握微信推广的注意事项。	采用任务驱动式教学，在教师指导下完成。 任务一：微信建立。 任务二：发布内容。 任务三：微信推广 2.采用讨论的方式，使学生相互沟通，互相找问题，并寻求解决问题的方法。	6
7	邮件推广	1.掌握制作成功电子邮件杂志的方法。 2.掌握发邮件的技巧。 3.掌握规避邮件风险的方法。	1.采用讨论的方式，使学生深入认识邮件的意义。 2.在教师的指导下完成电子邮件杂志的制作	6
8	软文推广	1.掌握软文写作的技巧。 2.掌握软文投放的方法。	1.采用讨论的方式，使学生相互讨论自己感兴趣的软文，交流心得体会。 2.在教师的指导下完成自己软文的写作。	6
9	视频推广	1.掌握视频的制作技巧。 2.掌握视频推广的方法。	1.采用先观看再讨论的方式，利用点击率比较高的视频来讨论视频推广的方法。 2.采用任务驱动式教学方法，在教师指导下根据相关要求完成视频的制作。	6
10	搜索引擎推广	1.掌握 SEO 的基本步骤。 2.掌握设置网点关键词的方法。 3.掌握搜索引擎推广的技巧。	1. 采用任务驱动教学模式，在教师的指导下掌握 SEO 的基本步骤。 2.采用讨论的昂视，使学生相互交流，发现问题，寻求解决问题的方法。	6
11	网络广告推广	1.了解网络广告的事与传统广告的不同。 2.掌握网络广告发布的技巧。	采用讨论的方式，使学生相互沟通交流，掌握网络广告的推广技巧。	6

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	学时
12	网络推广策划	1.掌握网络推广策划方案的制作技巧。 2.了解网络推广策划书的书写方法。	1.采用答辩会的方式,使学生相互讨论,相互找问题,寻求解决问题的途径。 2.实际运用学生制定的策划方案,观察实际效果。	6

## 六、教学建议

### 1. 教学方法

本课程是一门操作性、实践性较强的课程,因此在教学方法的选择上应充分体现学生为主体、教师为主导的思想,在教学过程中注重激发学生的学习兴趣,调动学生学习的积极性,同时着重培养学生的自学能力。

#### (1) 项目教学法

通过布置项目任务,在完成项目的过程中,突出学生的主体地位,强化学生相关知识综合运用能力,提高学生分析问题、解决问题的能力。

#### (2) 启发式教学

通过设置问题、分析问题来引导学生积极思考,培养学生的思维能力和分析问题、解决问题的能力。

#### (3) 任务驱动式教学法

该教学法主要应用于日常课堂教学中。教师的教学与写生的学习都围绕一个目标,基于工作任务,在强烈的问题机动下,通过对学习资源的积极主动运用,学生进行自主探索和相互写作学习,培养学生自主学习的能力。

#### (4) 讨论式教学法

由教师提出问题,学生分组讨论,最后根据讨论结果进行

总结归纳，在教师的指导下，学生各抒己见，互相切磋，充分发挥学生的主动性和积极性，这样不仅培养了学生的组织表达能力和解决问题的能力，也大大提高了学生的综合素质。

## 2. 评价方法

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

## 3. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，以就业为导向，以学生为本的原则，突出职业能力的培养编写教材。

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

# 沟通技巧 课程标准

## 一、课程性质与任务

沟通技巧是电子商务专业客服管理方向的一门必修专业技能课程。任务是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，使学生掌握商务沟通的基本概念、基本原理和基本方法，培养和提高学生商务沟通的能力，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。

## 二、课程教学目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解沟通的含义、特点、类型，熟悉沟通行为的特点与层次与沟通原则；
- (2) 了解沟通过程的心理机制、运行机制及其心理效应；
- (3) 掌握沟通障碍的表现形式、产生原因和消除方法；
- (4) 掌握沟通能力的培养方式以及创造性思维模式；
- (5) 掌握职场沟通的类型、特点、礼仪规范及其基本技巧；
- (6) 掌握团队沟通的含义、类型、特点、礼仪规范及其基本技巧。

### 2. 能力目标

- (1) 具有灵活运用日常沟通中话题选择、展开和结束的技巧以及劝慰、赞美、批评、拒绝、道歉的方法和艺术的能力；
- (2) 具有恰到好处将所学的沟通理论知识运用到日常沟通实践的能力；

(3) 具有排除干扰，避免沟通失效的能力；

(4) 具有灵活运用沟通技巧与方法，正确处理各种人际关系，实现人际间高效沟通的能力。

### 3. 素质目标

(1) 具备一定的人际沟通能力和良好的沟通态度；

(2) 具备得体的行为规范；

(3) 具备文明、优雅、谦虚、礼貌的交谈方式。

## 三、学时

72 学时

## 四、课程学分

4 学分

## 五、课程内容设计

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	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.能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。	8
2	商务谈判准备阶段	1.商务谈判信息的准备。 2.商务谈判的人员准备。 3.商务谈判方案的制定。 4.商务谈判前的模拟练习。	1.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.掌握商务谈判人员应该做的相关准备工。 3.掌握商务谈判方案的主要内容，根据内容做好相关准备。	8
3	商务谈判开局阶段策略	1.商务谈判策略。 2.商务谈判开局策略。 3.商务谈判报价策略。	1.了解策略的含义。 2.能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。并且能在情景中运用。	6
4	商务谈判磋商阶段	1.让步策略。 2.迫使对方让步的策略。	1.能了解让步阶段在谈判中的重要地位。	8

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	学时
	策略	3.防止对方进攻的策略。 4.避免和突破僵局的策略。	2.能掌握让步的原则、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	商务谈判成交策略及合同签订	1.成交策略。 2.合同的概述。 3.合同的签订。 4.电子合同。	1.了解成交后的工作、合同的概念、特点、种类。 2.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。	6
6	商务谈判语言艺术	1.商务谈判中的语言表达。 2.商务谈判的沟通技巧。 3.商务谈判中的非语言沟通。	1.能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。 2.能掌握商务语言表达的策略、商务谈判“倾听”、“陈述”的技巧、非语言沟通的技巧。	6
7	商务谈判心理	1.谈判心理概述。 2.商务谈判的心理动力。 3.商务谈判的心理挫折。 4.成功谈判者心理素质。	1.能了解商务谈判心理的概念、特点、成功商务谈判者的心理素养。 2.掌握商务谈判心理动力、挫折应对。	8
8	商务谈判礼仪	1.商务礼仪的概述。 2.商务谈判中的礼仪。 3.涉外商务礼仪。	1.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。	4
9	推销概述	1.推销的内涵和特征。 2.推销的模式。 3.推销人员的素质与能力。	1.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	推销过程	1.寻找和接近顾客。 2.推销洽谈。 3.顾客异议的处理。 4.促成交易。	1.了解推销洽谈的技巧和促成交易的障碍。 2.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
11	推销管理	1.推销组织的建立与类型。 2.推销队伍的组建与规模。	1.能了解推销组织的作用和职能、推销队伍的推销组建和推销目标	6

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	学时
		3.推销客户管理。 4.推销绩效的评估。	的制定要求及其表现形式。 2.能掌握推销组织的工作目标、类型。 3.能掌握确定推销队伍规模的原则和方法、掌握推销绩效评估的指标、程序和方法。	

## 六、课程实施

### 1. 教学方法

(1) 理论讲授法。通过教师课堂系统讲授基本理论知识，让学生初步了解网络支付体系的基础理论架构。在讲授过程中教师应注重应用多媒体教学手段，利用视频、图片等教学资源，启发学生思考与探索，发现问题解决问题，实现互动式课堂教学。

(2) 案例分析与情景模拟式教学方法。结合国内外最新、最具代表性的案例进行课堂教学。以案例做引导，通过案例分析或情景模拟式教学，促使学生关注现实问题，激起其将理论运用于实践的兴趣与热情，培养学生分析和解决实际问题的能力。

(3) 探究式教学法。通过课程网络资源为学生提供电子版课程的所有教学内容、重点难点分析、多媒体教案、电子教材、案例和自我测试题等，学生根据教师布置的任务自己收集资料完成学习。

(4) 团队学习。学生通过分工学习不同内容，然后集中介绍各自的学习内容、学习心得，实现知识共享。

### 2. 教学评价

把实训过程纳入过程考核，根据学生的出勤、实训态度，完成的实训报告、操作过程的质量以及个人创新能力等，实训教师对学生进行综合评定。评价可分为优、良、中、及格和不及格五个档次，并将实习的最终评价记入学生的档案。

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

### **3. 教材选编**

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，校企联合编写适合工学结合的教材，力求突出“理论够用、重在实操”和“简单明了、方便实用”的特色，把仓储与配送的新技术、新方法、新成果及时地纳入教材，以满足仓储与配送发展的实际需要。

# 新媒体营销 课程标准

## 一、课程性质与任务

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

## 二、课程教学目标

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

### 1. 知识目标

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

### 2. 能力目标

- (1) 具有较强的口头与书面表达能力；
- (2) 具有较强的团队协作能力；

- (3) 具有新媒体内容运营能力;
- (4) 具有新媒体活动策划推广能力;
- (5) 具有主流新媒体工具推广及运营能力。

### 3. 素质目标

(1) 具有良好的思想品德、行为规范、遵纪守法和职业道德意识;

(2) 具有勇于创新、吃苦耐劳、乐于奉献、爱岗敬业的精神和严谨的工作作风;

(3) 具有良好的诚信品质、责任意识、公平竞争意识和健康的身心素质。

### 三、学时

72 学时

### 四、课程学分

4 学分

### 五、课程内容与要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	公众号运营	<p><b>教学内容:</b> 公众号运营的选题、内容策划、内容推送、活动策划、热点追踪等。</p> <p><b>教学要求:</b> 能够主动学习和了解的公众号运营的相关知识, 分析公众号的目标用户, 能够进行公众号营销策划; 能够利用数据分析工具进行热点追踪, 明确运营思路。</p>	<p>任务1 公众号选题方向与内容策划</p> <p>(1) 公众号选题方向</p> <p>(2) 公众号内容策划</p> <hr/> <p>任务2 公众号内容推送与活动策划</p> <p>(1) 公众号内容推送</p> <p>(2) 公众号活动策划</p> <p>(3) 公众号活动推广</p> <hr/> <p>任务3 公众号热点追踪与运营</p> <p>(1) 公众号热点追踪</p> <p>(2) 公众号运营数据分析</p>	14

2	微博运营	<p><b>教学内容:</b> 微博平台操作与运营; 微博定位策略; 微博内容策划等。</p> <p><b>教学要求:</b> 能够围绕微博平台, 圈定目标用户, 符合用户与 IP 的内容, 为后续活动执行提供依据; 能够学习和了解微博常见的营销与推广方式, 了解平台的传播逻辑和使用规则。</p>	<p>任务 1 微博平台定位</p> <p>(1) 微博平台分析</p> <p>(2) 微博用户与目标市场分析</p>	14
		<p>任务 2 微博内容策划与信息裂变</p> <p>(1) 微博媒体工具和资源</p> <p>(2) 微博内容策划</p> <p>(3) 微信信息裂变</p> <p>任务 3 微博引流与运营</p> <p>(1) 微博引流渠道</p> <p>(2) 微博推广技巧</p>		
3	短视频运营	<p><b>教学内容:</b> 短视频定位与策划; 短视频拍摄与剪辑; 短视频运营与推广。</p> <p><b>教学要求:</b> 能够了解短视频平台特点及推送机制; 能够圈定目标群体, 对目标人群进行划分, 构建用户画像; 能够依据用户画像、产品属性, 利用平台推送机制进行内容策划; 能够完成短视频拍摄与剪辑; 能够利用短视频运营技巧进行视频传播与变现。</p>	<p>任务 1 短视频定位与策划</p> <p>(1) 短视频平台推送机制</p> <p>(2) 短视频平台定位策略</p> <p>(3) 短视频内容策划</p>	16
		<p>任务 2 短视频拍摄与剪辑</p> <p>(1) 短视频拍摄</p> <p>(2) 短视频剪辑</p>		
		<p>任务 3 短视频运营及推广</p> <p>(1) 短视频运营技巧</p> <p>(2) 短视频传播矩阵</p> <p>(3) 短视频变现渠道</p>		
4	直播运营	<p><b>教学内容:</b> 直播选品分析; 直播策划与推广; 直播销售与复盘。</p> <p><b>教学要求:</b> 能够分析产品需求, 运用选品技巧进行选品, 完成选品分析; 能够策划直播的主题、场景, 制定内容策略, 并撰写直播脚本; 能够策划并跟进预热形式与方法, 合理进行直播间推广, 获取直播间流量; 能够对直播销售数据进行分析, 通过数据发现异常数据, 并提出优化方案。</p>	<p>任务 1 直播选品分析</p> <p>(1) 直播产品调研</p> <p>(2) 直播产品分析</p>	16
		<p>任务 2 直播策划与推广</p> <p>(1) 专场直播策划</p> <p>(2) 预热视频制作</p>		
		<p>任务 3 直播销售与复盘</p> <p>(1) 直播间管理</p> <p>(2) 直播间销售</p> <p>(3) 直播二次传播</p> <p>(4) 直播分析与复盘</p>		
6	考核			8
7	机动			4

## 六、课程实施

### 1. 教学建议

(1) 多关注各个平台的营销规定以及营销数据;

(2) 该课程需要多注重实践, 学生多参与课程实践以检验学习效果。

### 2. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

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

# 短视频设计与制作 课程标准

## 一、课程性质与任务

短视频设计与制作是电子商务专业的一门必修专业核心课程。本课程主要使用的是 Adobe 公司推出的一款优秀的非线性编辑软件 Premiere Pro CS5。此软件通过对录像、声音、动画、照片、图画、文本等素材的采集，制作出精美的视频作品，能够满足影视后期制作的种种要求，输出 WEB 流视频格式或其他媒体格式。通过本课程的学习，使学生掌握最基本的视频编辑与制作的方法和技巧，提高学生的操作技能，培养学生踏实认真、精益求精、团体合作、创新的精神，培养良好的职业道德，为以后的工作打下坚实的基础。

## 二、课程教学目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解短视频的概念和分类
- (2) 了解不同的短视频平台
- (3) 了解短视频策划
- (4) 了解短视频制作
- (5) 了解短视频运营
- (6) 了解短视频大号的案例
- (7) 了解短视频变现

### 2. 能力目标

通过本课程的教学，学生应当能够掌握基本的短视频工具使用方法，具备现有工具应用和新工具挖掘的能力，能有效地开展短视频策划、制作与运营等工作。

### 3. 素质目标

通过本课程的教学，学生有意识的关注短视频工具版本更新与操作优化，激发学生的迭代意识，培养学生的实践精神。

## 三、学时

72 学时

## 四、课程学分

4 学分

## 五、课程内容与要求

章节	名称	主要内容	重难点关键词	学时	类型
一	短视频风口： 你能抓住的下一个流量机会	了解短视频定义、分类、和直播的异同 了解优质短视频的 5 个元素	如何辨别短视频的优劣	4	理论讲授
二	短视频平台： 你不得不了解的四个平台	了解四个短视频平台的发展 了解四个短视频平台的特点与玩法	如何选择适合自己的短视频平台	4	同上

三	短视频 策划	了解用户画像的定义和意义是什么 掌握做用户画像的步骤和方法 掌握做竞品分析的方法	如何做用户画像 如何做竞品分析	4	理论 讲授 和 实 战
		掌握建立爆款选题库的方法 掌握准确切入选题的方法	如何建立爆款题 库 如何准确切入选 题	4	同上
		掌握拟定账号名的方法 掌握识别一个好的 LOGO 的方法	如何拟定账号名 如何识别 LOGO 的好坏	4	同上
		掌握拟定标题的方法 掌握设置标签的方法 掌握编写简介的方法	如何拟定标题 如何设置标签 如何编写简介	4	同上
		了解优质内容的特质 了解知识内容的深度垂直 了解如何做垂直领域	如何甄别优质视 频 如何做垂直领域	4	同上
		了解知识内容的极致细分 了解知识内容的热点生态 了解知识内容的持续产出	知识内容的持续 产出 知识内容的热点 生态	4	同上
		了解“双微一抖”矩阵的商业价值 了解短视频从业能力的要求 了解常见的 3 种团队配置 掌握团队任务如何分工的方法	如何根据团队配 置搭建自己的团 队 如何帮团队做任 务分工	4	同上

		掌握工作 SOP	如何将工作 SOP		
四	短 视 频 制 作	了解拍摄器材的不同作用 掌握运镜技巧	能如何熟练运镜	4	同上
		掌握转场技巧 掌握音乐选取方法	如何熟练转场	4	同上
		掌握添加字幕的软件 掌握视频配音的软件	如何添加字幕如 何运用合适的软 件配音	4	同上
		掌握脚本的类型 掌握编写脚本的方法 掌握拍摄注意事项	如何编写脚本	4	同上
		掌握视频剪辑的相关知识	如何熟练剪辑视 频	4	同上
五	短 视 频 运 营	了解短视频平台相关的行业数据 了解短视频平台相关法规和平台规则 了解短视频平台运营的相关技巧 了解 MCN 机构	如何运营好一个 短视频账号	4	同上
		了解流量原理 掌握获取种子用户的方法 掌握激活用户的方法	如何获取种子用 户 如何激活用户	4	同上
		了解数据分析的意义 掌握需要关注的关键指标	如何运用数据软 件进行分析并指 导运营		

六	短视频 大号： 你一定要研究的几个案例	了解不同领域短视频的特点和代表 了解短视频的价值影响	如何研究短视频 大号	4	同上
七	短视频 变现： 从短视频到短视频经济	掌握评估短视频影响力的方法 掌握短视频的三种变现模式 了解短视频的未来	如何评估短视频 账户的影响力 如何指导短视频 账户变现	4	同上

## 六、教学建议

1. 关注各大短视频平台，了解最新版本更新与操作方法。
2. 关注苹果 app store 或安卓软件商店，了解与尝试新工具。
3. 在网上观看其它相关国家级或省级精品资源共享课或视频公开课。

# 客户关系管理 课程标准

## 一、课程性质与任务

客户关系管理是电子商务专业客服管理方向的一门必修专业基础课程。旨在培养学生了解客户价值的重要性、形成客户忠诚度和客户互动的能力，指导学生制定网络客户服务方案，具备解答和整理客户常见问题的能力，帮助学生形成一定的预测能力和较强的处理客户关系的管理能力。

## 二、课程教学目标

通过本课程的学习，学生能够掌握客户关系管理的基本知识，形成能有效处理客户关系，培养客户忠诚度，掌握客户服务语言技巧等方面的能力，为从事客户关系管理奠定良好基础。

### 1. 知识目标

- (1) 能够识别潜在客户；
- (2) 能够获取客户资料，并能科学管理客户。

### 2. 能力目标

- (1) 能够制作常见问题解答脚本，组建客户服务团队；
- (2) 能够分析客户流失原因，维护客户关系；
- (3) 能够运用客户服务软件进行客户管理。

### 3. 素质目标

- (1) 能够制作常见问题解答脚本，组建客户服务团队；
- (2) 能够分析客户流失原因，维护客户关系。

## 三、学时

72 学时

## 四、课程学分

## 4 学分

### 五、课程内容与要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	走进客户服务	1.了解现代客户关系管理。 2.掌握客户忠诚度与 CRM。	1.情境体验;案例分析。 2.调研网络客户满意度及忠诚度。	2
2	开发网络潜在客户	1.了解识别潜在客户的方法。 2.掌握寻找潜在客户的方法。 3.掌握管理潜在客户方法。 4.能建立客户资料卡和工作计划表。 5.掌握转换潜在客户的方法以及关键环节。	1.角色扮演。 2.市场调查。 3.案例分析。	10
3	客户资料的获取与管理	1.了解收集客户资料的原则。 2.掌握客户信息收集的内容和方法。 3.掌握客户资料的管理方法。	1.获取信息实训。 2.小组合作设计客户信息调查表。 3.网络获取信息。 4.信息获取调研。	10
4	客户流失分析与客户关系维护	1.了解客户流失的原因。 2.掌握减少客户流失的措施。 3.掌握客户关怀的方法,实现对 CRM 的客户全方位关怀。 4.掌握维系客户关系的实施方法。	1.实地调查。 2.成功网店案例分析。 3.客户关怀模拟实训。	10
5	CRM 营销	1.了解关系营销的基本知识。 2.理解关系营销的实际运用方法。 3.理解数据库营销方式。 4.理解一对一营销模式。 5.掌握 CRM 营销自动化操作方法。	1.模拟公司实训。 2.案例分析。 3.角色扮演,小组合作。 4.上机实训。	15
6	呼叫中心与客户服务中心	1.了解呼叫中心与 CRM 的关系。 2.掌握呼叫中心的关键技术。 3.了解呼叫中心基本功能与实现方法。	1.模拟呼叫服务。 2.校企联合呼叫服务。 3.呼叫结果分析。	15
7	典型客户	1.了解制造业的客户关系管理。	1.案例分析。	10

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
	关系管理应用实例	2.了解房地产业的客户关系管理。 3.了解航空业的客户关系管理。 4.了解物流业的客户关系管理。 5.了解旅游业的客户关系管理。	2.实地调查。	

## 六、教学建议

### (一) 教学方法

本课程教学模式主要采用“做中学，做中教”的教学模式，模拟真实的工作环境，培养学生管理客户关系的技能，采用的主要教学方法有：

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

2. 案例分析法：通过精选典型案例，有机地将相关知识点融合到课程中，让学生对客户关系管理产生浓厚的兴趣，提高其学习的积极性与主动性。

3. 模拟公司实训法：通过成立模拟公司，设置客户关系管理的真实场景，组织学生积极参与其中。

4. 直观教学法：通过动画演示、电子教案、电子课件、投影、录像、图片等现代教育技术展开理论教学，将复杂的原理用简单的、感性的方法展现出来，并选取与学生实际生活密切相关的实例进行讲解，有效地使难以理解的概念简单化、形象化，充分激发学生的学习兴趣 and 主动性。

5. 激励教学法：采用小组竞赛方法，并将竞赛结果记入平

时考核成绩，鼓励团队合作，培养创造性解决问题的能力。

6. 实地调查法：教师带领学生深入商场、超市、批发市场等市场一线进行市场调查，使学生在感性认识的基础上掌握客户关系管理。

## （二）评价方法

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

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

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

# 消费心理学 课程标准

## 一、课程性质与任务

消费心理学是电子商务专业客服管理方向的一门专业基础课程，旨在培养学生分析销售活动中的心理特征，了解其购买动机并在妥善进行接待服务，运用相应的营销策略完成销售活动，为网络营销的学习奠定基础。

## 二、课程教学目标

### 1. 知识目标

- (1) 掌握从事商品销售工作所必需的销售心理基本知识；
- (2) 掌握分析消费者心理和针对不同消费者的心理特点提供优质服务的方法。

### 2. 能力目标

- (1) 能够分析消费者心理需要的特点和购买动机；
- (2) 能够预测社会因素、商品因素、市场因素对消费者行为的影响；
- (3) 妥善进行接待服务；
- (4) 能够洞察消费者心理需求，并采取相应的营销策略；
- (5) 能够运用营销策略完成销售目标。

### 3. 素质目标

- (1) 具备团队协作、与人沟通、处理人际关系的能力；
- (2) 具有良好的商业职业道德和行为规范；
- (3) 具有严谨的工作作风，勇于实践。

## 三、学时

72 学时

## 四、课程学分

4 学分

## 五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	走进销售心理	1.了解销售心理学的研究对象、内容和方法。 2.明确学习的意义。	案例分析、实地观察。	4
2	心理过程分析	1.了解消费者的认识、情感、意志过程的发生、发展和变化规律。 2.了解知觉的概念，明确如何运用知觉进行有效的销售。 3.掌握情绪情感和意志的本质及特点。	以小组为单位，结合案例正确的分析消费者心理过程。	8
3	个性心理特征分析	1.了解气质、性格和能力的基本内涵及其特点。 2.理解个性心理特征对消费心理的影响。 3.掌握气质、性格的类型及不同气质类型的表现形式和应对策略。	以本班同学为例，分析在消费过程中体现出来的个性心理特征。	10
4	购买动机与购买行为分析	1.了解购买需要与购买动机、行为之间的关系。 2.掌握消费者购买行为的一般过程及其购买动机的不同类型。	情景模拟消费者在购买过程中的表现，分析消费者的心理需要，对消费者购买动机进行分析。	10
5	影响消费者行为的因素	1.了解影响消费者行为的因素。 2.掌握各类消费者的心理特征及其影响因素。	1.问卷调查： (1)社会因素对消费者行为的影响。 (2)商品因素对消费者行为的影响。 2.运用所学心理学原理创作某个产品的广告文	10

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	学时
			案。	
6	消费者分类市场的心理研究	明确销售人员熟悉分类市场心理对有效销售的重要意义。	调查访谈：儿童、少年、青年、中年、老年等用品市场的消费心理。	8
7	接待服务与销售心理	1.明确销售人员素质与职业要求。 2.掌握购买心理过程以及步骤与方法。 3.明确消费者拒绝购买的态度和抱怨心理形成的原因、类型及转化方法。	1.情景模拟：模拟网店客服接待。 2.深入商场观察体验柜台服务工作。 3.案例分析：加深学生对拒绝购买原因的分析 and 抱怨心理的成因。	12
8	销售人员心理分析	1.了解销售行为的类型结构及形成原因。 2.明确销售人训应具有的品质。	实训内容：销售人员心理培训。 实训方式：调查研究、榜样示范、角色体验。	10

## 六、教学建议

### 1. 教学方法

本课程注重师生的互动，注重学生实践能力的培养，以教师启发引导为主、讲解示范案例为辅，以小组为单位，自主讨论思考和体验训练，融教、学、做为一体。主要采用以下教学方法：

(1) 小组互助学习：提出问题，以小组为单位，学生互助讨论，教师引导，归纳总结知识要点。

(2) 情境模拟：设置销售活动的模拟场景，分组进行体验式学习。

(3) 角色扮演：让学生扮演特定组织中的有关角色，通过

体验式学习演练，注重学生实践能力的培养，以达到掌握技能的目的。

(4) 案例分析：以案例为载体，通过分析和研究，拓展学生的视野，增长见识。

## 2. 评价方法

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

(2) 突出过程性评价，将平时评价与总结性评价相结合。结合日常考勤、课堂表现、作业质量、技能训练与测试、市场调研、考试等情况综合评价学生成绩。

(3) 以综合职业技能考核为主线，注重对学生的动手能力，以及在实践中分析问题、解决问题的能力考核，同时关注学生的素质培养，设计对学生合作意识、爱岗敬业的职业态度、创新思维等方面的评价指标。

## 3. 教学条件

本课程注重实践性教学，实践教学条件能够满足教学要求；能够进行开放式教学；建立以多媒体教学为主线，由多媒体教室、多媒体资料和设备、纸质教材及资料、数字化教学资源、商品销售实训室、企业实训实习基地构成的立体化实践教学体系。

## 4. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，以就业为导向，充分体现行动引领、理

实一体、工学结合的设计思想，选择与实际工作相关案例编写教材，深入浅出，图文并茂，注重学生综合素质的提高。

# 基础会计 课程标准

## 一、课程性质与任务

基础会计是电子商务专业的一门必修基础课程，主要阐述企业财会基本知识、会计核算的方法，旨在培养学生凭证填制、账簿登记、会计报告编制等基本技能。结合课程内容与职业岗位能力要求，让学生在完成项目学习任务中学会并掌握会计核算的基本理论、基本方法和基本技能，培养学生具有敬业精神、团队合作能力和良好的职业道德修养。

## 二、课程教学目标

### 1. 知识目标

通过本课程的学习，理解会计核算的基本内容，掌握企业会计核算的基本方法，培养业务分析、业务数据计算、业务核算处理等能力，并逐步养成会计职业判断能力，良好的团队协作精神和交流沟通能力，为电子商务专业的学生今后就业奠定基础。

### 2. 能力目标

- (1) 能够填制和审核各类凭证；
- (2) 能进行简单的企业会计业务核算；
- (3) 能登记会计账簿；
- (4) 能够编制企业会计报告。

### 3. 素质目标

- (1) 具有严谨工作作风，实事求是的学习态度和吃苦耐劳的敬业精神；
- (2) 树立良好的会计职业道德和较强的团结协作能力。

### 三、学时

72 学时

### 四、课程学分

4 学分

### 五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
1	企业与企业的 相关知识	1.掌握会计核算的要素组成及内在联系。 2.明确企业的经济活动与经济业务及企业核算人员应具备的基本素质。 3.了解相应财经法律法规。	1.让学生上网搜集有关企业设立、注册等资料。 2.让学生列举自己所知晓的经济活动与经济业务。 3.带领学生到企业岗位实地参观，增强学生对企业的感受。	4
2	设置核算科目和账户	1.能明确区分资产类、负债类、所有者权益类、成本费用类、损益类账户的性质及内在联系。 2.能掌握各类账户的结构及登记规则。 3.明确经济业务发生的类型及对会计恒等式的影响。	1.案例教学应贯穿该项目全过程，本项目的学习直接关系到后续财务报告的编写。 2.可运用启发式教学以及讲授与案例分析、课堂练习相结合的教学方式，还可采取小组合作学习的方式进行。 3.该项目为本课程的重、难点内容之一，讲授过程应多举例多提问多设疑，注重理论联系实际，注意让学生对所学内容进行归纳、对比总结。	8
3	企业主要经济业务核算	1.学会并掌握编制供应、生产、销售业务核算的基本会计分录。 2.掌握利润总额的计算。 3.明确有关费用的发生、归集与分配方法。 4.掌握物资采购成本、产品生产成本、产品销售成	1.注意引导学生对会计记账规则的理解。 2.对不同过程的经济业还要对各过程的核算程序加以归纳。 3.该项目为本课程的重点和难点，课堂上应精讲多练，课后应布置足量的练习题以保证学生对所学知识的巩固与掌握。	30

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
		本确定方法。	4.该项目适合小组合作学习,通过“兵”教“兵”,全面掌握业务处理方法,特别是初步掌握成本核算能力。	
4	填制和审核会计凭证	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.明确规范书写凭证上的文字及数字的要求。</li> <li>2.掌握各类原始凭证的填制方法。</li> <li>3.明确原始凭证的审核方法。</li> <li>4.掌握各类记账凭证的填制方法。</li> <li>5.明确记账凭证的审核方法。</li> <li>6.了解原始凭证与记账凭证的传递、装订与保管方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.利用视频等多媒体教学手段进行电化教学,演示各种会计凭证的填制方法。</li> <li>2.运用纸质凭证实际填写,强调书写文字、数字以及填制凭证的规范与要求。</li> <li>3.该项目为本课程的重点内容,课堂上应讲练结合,课后应布置足量的练习题以保证学生对所学知识的巩固与掌握。</li> <li>4.应多给学生真实的案例去实践,填写纸质的凭证让学生有身临其境的感受,以增加学生对职业的理解。</li> <li>5.鼓励学生大胆放手去做,不要怕出错。</li> </ol>	8
5	登记会计账簿	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.明确建账的要求和方法。</li> <li>2.掌握现金日记账、银行存款日记账的登记方法。</li> <li>3.掌握分类账、明细账的登记方法,了解备查账。</li> <li>4.理解错账更正方法。</li> <li>5.掌握结账的方法。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.利用视频等多媒体教学手段演示各类会计账簿的格式及登记要求和登记方法。</li> <li>2.特别是对特种日记账要重点实践练习,并要求学生明白其重要性。</li> <li>3.该项目为本课程的重点内容,课堂上应讲练结合,课后应布置足量的练习题以保证学生对所学知识的巩固与掌握。</li> <li>4.鼓励学生大胆去做,不要怕出错;可以运用小组合作学习,会事半功倍。</li> </ol>	6
6	会计业务处理程序	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.明确会计业务处理程序所需凭证及账簿的设置。</li> <li>2.掌握记账凭证核算程序。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.本项目是上两个项目的综合运用,考虑到本专业学生的实际,要求学生只学会记账凭证核算程序即可。</li> <li>2.本项目需要大量的案例去手工实际操作训练,有条件的学校可以在会计实训室进行本项目。</li> <li>3.记账凭证账务处理程序是重点,需进</li> </ol>	8

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考学时
			行全面讲解并加强实训，应注意学生角色的分工。	
7	编制财务会计报告	1.掌握资产负债表的填制要求及方法，并能识读企业资产负债表。 2.掌握利润表的填制要求及方法，并能识读利润表。	1.利用多媒体教学手段演示财务会计报告的结构及编制方法。 2.对资产负债表中直接填列项目与分析计算后填列项目应给学生详细列出并讲清每一项目的数据来源。 3.利润表各项目的数据应结合“利润的形成与分配项目”来学习，在理解中学会报表的编写。不能靠单纯的公式记忆。	8

## 六、教学建议

### (一) 教学方法

本课程的教学方法主要包括项目教学法、课堂讲授法、案例教学法、小组合作教学法。

#### 1. 项目教学法

对不同的项目通过实地参观、实物展示、多媒体演示等方法展现企业会计工作流程及操作要领，能够增强直观性，便于学生理解与掌握相关知识和技能。

#### 2. 课堂讲授法

课堂讲授法虽是传统的教学方法，但对会计核算基本理论、基本方法、基本技能等的传授，课堂讲授起着不可替代的作用。特别是对于重点难点的教学内容，只有通过任课教师举例、比较、说明、解释、归纳等讲授方式，学生才能系统、全面、深刻地理解每个教学项目的整体结构、相关要点以及知识点之间的区别与联系等。

### 3. 案例教学法

教学案例主要有企业模拟案例和现实中企业的经济业务。案例给出的形式有文字、图片、影像、动画演示等。通过模拟案例可以实现学生对企业会计基础知识的系统学习。通过真实案例演示能够较好地引导课程内容的展开，激发学生的学习兴趣，提高学生的学习积极性。通过案例分析能够较好地促进学生的思考，加深对课程的理解。

#### （二）评价方法

本课程的考核分为知识鉴定成绩和能力鉴定成绩两部分，其中知识鉴定成绩占总成绩 50%，能力鉴定成绩占总成绩的 50%，主要考核与评价学生对会计基本理论、基本方法、基本技能的理解与掌握。知识鉴定成绩分为平时知识鉴定成绩和期末知识综合性鉴定成绩两部分。平时知识鉴定成绩占总成绩的 20%，主要根据日常作业质量、单元测验成绩及学习态度等方面进行评价，其中学习态度根据平时作业上交的及时性、独立性与正确性、考勤情况和课堂纪律等方面进行综合评分。期末知识综合性鉴定成绩占总成绩的 30%，由教师根据各项目的知识目标组卷并采取闭卷笔试的方式。能力鉴定成绩分为平时能力鉴定成绩和期末能力综合性鉴定成绩两部分。平时能力鉴定成绩占总成绩的 20%，主要根据平日实务操作、案例分析、实训报告的完成情况和小组合作过程中组员相互之间的评定分数等几个方面进行综合评价，反映学生对各项目知识的掌握、应用情况及学生之间团结协作能力。期末能力综合性鉴定成绩占总成绩的 30%，是评价学生对本课程综合能力掌握程度的主要依据，主要指在学期末举行的会计工作不同岗位上进行技能比赛获得的成绩。

# 移动商务 课程标准

## 一、课程的性质与任务

移动商务是电子商务专业的一门必修基础课程，学习该课程应以电子商务基础、计算机及应用、网络基础、电子支付等课程为基础进行学习，同时为今后走上实际工作岗位，为企业提供好的移动商务解决方案起到很好的实践应用作用。

## 二、课程目标

### 1. 知识目标

- (1) 了解移动电子商务的发展历史；
- (2) 了解我国的移动通信业务、3G 业务；
- (3) 掌握移动数据通信、移动搜索、移动办公、移动广告的基本形式与主要作用；
- (4) 熟悉移动交易服务的具体形式和策略；
- (5) 掌握移动电子商务产业的价值链与构建体系；
- (6) 了解移动电子商务的资源开发技术。

### 2. 能力目标

- (1) 移动营销能力；
- (2) 移动信息服务能力；
- (3) 移动增值业务和信息资源的开发与利用；
- (4) 移动电子支付、移动技术在物流中的应用；
- (5) 移动电子商务的管理。

### 3. 素质目标

- (1) 具备基本的电子商务企业从业人员的基本职业素养，能够熟练运用电子商务的相关知识解决企业的主要问题，尤其

是移动商务营销方面的问题，具有继续学习和可持续发展能力；

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

(3) 具有强烈的工作责任心和风险意识。

### 三、学时

72 学时

### 四、参考学分

4 学分

### 五、课程内容设计

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	学时
1	项目一 移动电子商务概述	1. 典型移动电子商务案例分析； 2. 中国移动电子商务发展状况分析。	1. 了解移动电子商务的概念与特点；掌握移动电子商务的技术支撑与它的社会作用； 2. 能够把握移动电子商务特点； 3. 移动电子商务概念与特点、发展过程；我国移动电子商务的应用。	6
2	项目二 移动商务产业价值链	移动电子商务产业链的演进过程。	1. 了解移动电商产业价值链概念； 2. 了解移动电子商务价值链生成； 3. 移动电子商务产业价值链演进分析； 4. 移动电子商务价值链生成模型； 5. 移动商务模式创新。	6
3	项目三 移动电子商务的应用模式	1. 在互联网上搜索相关资料，分析各种移动商务运营模式的优势和劣势； 2. 讨论移动电子商务模式与价值链的关系。	1. 了解移动电子商务应用的内涵和本质特征； 2. 熟悉移动电子商务应用模式的特征和类型； 3. 探索中的各种移动电子商务运营模式。	8
4	项目四 移动电子商务的交易服务	家移动商务网站认证服务系统。	1. 了解移动电子商务合同的达成； 2. 熟悉移动电子商务认证服务与证书体系； 3. 掌握移动电子商务交易相关服	8

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	学时
			务。	
5	项目五 移动电子商务的信息服务	通过资料收集整理移动电子商务信息服务的主要项目和内容。	1.了解移动电子商务信息服务概念； 2.熟悉移动短信服务、定位服务、搜索服务、应急服务； 3.掌握移动数据通信服务	8
6	项目六 移动支付	通过移动终端尝试运用移动支付支付方式完成支付过程，提出移动支付支付需要注意的问题。	1.了解移动电子支付概念 2.熟悉手机银行业务； 3.掌握移动电子支付的运营模式； 4.了解移动电子支付安全与风险防范	10
7	项目七 移动营销	撰写移动电子商务营销方案。	1.了解移动电子商务调查的方式方法； 2.移动电子商务的市场目标与定位； 3.移动电子商务的4P策略； 4.移动电子商务的4C策略	12
8	项目八 移动电子商务的资源开发	对现有的移动电子商务的案例进行分析，分组探讨其电子商务的价值所在。	1.了解我国移动电子商务发展的资源结构； 2.掌握短信网址、新闻资源、手机广告、移动娱乐和音乐资源的价值开发的原则和步骤； 3.熟悉移动电子商务价值开发的有效性测量及评价	14

## 六、教学建议

### 1. 教学方法建议

(1) 理论讲授法。通过教师课堂系统讲授基本理论知识，让学生初步了解网络支付体系的基础理论架构。在讲授过程中教师应注重应用多媒体教学手段，利用视频、图片等教学资源，启发学生思考与探索，发现问题解决问题，实现互动式课堂教

学。

(2) 案例分析与情景模拟式教学方法。结合国内外最新、最具代表性的案例进行课堂教学。以案例做引导,通过案例分析或情景模拟式教学,促使学生关注现实问题,激起其将理论运用于实践的兴趣与热情,培养学生分析和解决实际问题的能力。

## 2. 评价方法

把实训过程纳入过程考核,根据学生的出勤、实训态度,完成的实训报告、操作过程的质量以及个人创新能力等,实训教师对学生进行全面综合评定。评价可分为优、良、中、及格和不及格五个档次,并将实习的最终评价记入学生的档案。

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

## 3. 教学条件

### (1) 校内实训基地条件要求

要具备多媒体教室、电子商务软件模拟实训室、电子商务沙盘实训室以供该课程进行实训实践教学。可承担电子商务概论、电子商务案例分析、电子商务实务、EDI实务与操作、网络营销、网上支付系统、网上开店等实验项目。

实训室要安装电子商务模拟系统软件、综合实训系统软件、网络营销模拟系统和电子支付模拟系统软件,以满足电子商务概论、电子商务案例分析、电子商务实务、网络营销、电子支

付、网上开店等课程的实训需求。

#### (2) 校外实训基地条件要求

校外与多家企业单位建立了校企合作关系。可以满足学生校外实习实训的需要。

#### 4. 教材选编

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

依据本课程标准，以就业为导向，选择与实际工作相关案例编写教材，深入浅出，图文并茂，注重培养学生自我学习意识。

# 商务软文写作 课程标准

## 一、课程性质与任务

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

## 二、课程教学目标

### 1. 知识目标

- (1) 掌握商务活动策划的含义、类型和主要作用；
- (2) 了解中国传统文化中关于策划的思想以及对于当今商务活动策划的指导意义；
- (3) 掌握商务策划的几种基本思路；
- (4) 了解商务策划的基本要素和本质，理解商务策划的六种基本原理；
- (5) 掌握商务策划的基本原则；
- (6) 理解并掌握商务策划的创新思维模型和典型方法；
- (7) 掌握商务策划的基本创意方法的内涵；
- (8) 了解商务策划的切入线索；

(9) 掌握市场营销策划中产品、市场定位和产品生命周期等概念;

(10) 掌握广告策划案的特点和写作程序。

## 2. 能力目标

(1) 通过分析成功地商务活动策划案例, 掌握商务活动策划的利益主导原则、 创意创新原则、 整体策划原则, 并能够运用这些原则进行策划训练;

(2) 通过案例分析和学习, 掌握策划六种基本原理, 并能够运用这些原理完成相应的商务策划工作任务;

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

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

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

## 3. 素质目标

(1) 树立商业竞争意识, 形成市场经济中注重商务策划的意识;

(2) 培养创新思维, 形成以创新为商务策划之本的观念;

(3) 形成正确的消费者观念, 形成整体的、 系统的商务策划理;

(4) 培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心;

(5) 培养学生自主学习能力和知识应用能力;

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

### 三、学时

72 学时

### 四、课程学分

4 学分

### 五、课程内容和要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	走进文案写作	理解广告的特征、结构及广告策划与文案写作研究的内容与方法。	观看央视知名广告后, 写出文案。	1
2	广告心理	1. 了解广告心理环境的影响因素。 2. 掌握广告的结构。	理学小测试: 正确认识广告与感觉、知觉联想。	6
3	广告调研	1. 了解广告调研过程, 明确建立适合广告策划信息系统的方法。 2. 把握收集与分析营销资料的基本方法。	为网店制作广告之前做好调研。	6
4	广告文案策划	1. 掌握广告策划与文案写作定位方法和策略。 2. 明确文化市场细分的标准和方法; 把握广告策划机会的分析方法。	1. 文具、日用品等专营广告文案策划。 2. 手机等数码产品广告文案策划。	6
5	文案创意	1. 识别主要竞争者的重要性。 2. 了解广告策划与文案写作竞争战略、市场发展战略。	1. 旗舰店广告策划创意赏析。 2. 广告策划创意展示。	6

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
6	广告媒体	1. 了解娱乐广告策划的行为特点。 2. 掌握广告文案的决策过程。	1. 调查教师和身边同学、朋友如何选择媒体、娱乐和信息。 2. 针对不同的媒体创作相应的文案。	6
7	广告文案的创作	1. 理解广告文案的创作的基本内涵。 2. 掌握各种创作方式的运用策略和方法。	1. 针对文具等产品进行广告文案的写作准备、构思。 2. 创作不同媒体广告文案写作。	6
8	广告设计和制作	1. 明确广告设计和制作的核心使命。 2. 掌握广告设计的基本模式。	学生练习平面广告的编排设计：报刊广告设计、杂志广告设计户外广告设计。	7
9	广告预算	掌握广告预算的基本方法，提高广告文案写作能力。	为某一网店或校企合作公司进行广告文案。	8
10	广告文案效果测评	能够对广告效果进行测评。	网店中量子恒道等工具对文案的效果进行测评。	6
11	广告文案监管与行业自律	把握广告监管与行业自律政策。	监管政策分析。	4
12	文案制作实训	文案创作实训。	当代优秀网络、电视等广告分析与创作实训。	10

## **六、教学建议**

### **1. 教学方法**

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

### **2. 评价方法**

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

### **3. 教学条件**

装有电子商务模拟教学软件的电子商务实训室；依照实训室设备配备标准，配备与企业电子商务实际业务相同的设备和软件；具备现场教学、实训功能，满足教、学、做一体化要求

的功能室。在教学过程中可以根据需要开通网络。

#### **4. 教材选编**

优先选用国家统编教材或国家规划教材。

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

## 顶岗实习标准

顶岗实习是学生提高综合职业能力的最重要环节，是提升其就业竞争力和发展潜力的重要举措，更是提高专业人才培养综合实力、核心竞争力以及社会声誉和信度的重要措施。为做好毕业生顶岗实习的组织与管理工作，使顶岗实习获取一定实效，特制定此工作标准。

### 一、总体要求

为改变毕业生顶岗实习散乱、应付、粗放管理的状况，毕业生的顶岗实习要努力做到集中实习，即将本专业毕业生集中安排到几个主要的合作企业进行顶岗实习，加强顶岗实习过程管理，将顶岗实习环节真正作为一门课程进行设计实施，提高实效，杜绝“放羊”。

### 二、工作领导小组及职责

#### （一）领导小组

由学校行政领导班子和教研室老师组成。

#### （二）教务科职责

1. 负责顶岗实习工作的具体组织与实施及过程管理。落实各班级顶岗实习具体指导和联系负责人。

2. 制定顶岗实习计划，负责与企业联系，为学生落实顶岗实习岗位，签署实习协议，并与实习单位共同确定学生实习内容、制定考核标准和考核办法。

3. 安排指导教师，检查、督促指导教师到岗情况，组织对指导教师的考核。

4. 向学生及指导教师明确需提交的各项材料，并做好顶岗

实习相关材料的收集、整理工作。

5. 汇总学生顶岗实习成绩，撰写专业顶岗实习总结，评价顶岗实习效果。

### （三）实习指导教师职责

1. 负责顶岗实习过程监控。结合教务科具体要求，做好对各班级顶岗实习绩效考核。

2. 负责相关顶岗实习材料的审核、汇总、整理、上报工作。

### 三、具体工作要求

1. 在顶岗实习实施前制定工作计划

工作计划应包括：工作组织、实习任务和要求、指导教师、成绩考核与评定要求、学生实习单位及岗位情况汇总等，保证每个学生都有实习岗位。

2. 顶岗实习单位应最大程度的统一集中安排，尽量减少学生自主联系实习单位的情况。确需学生本人联系的，需由学生本人提出申请，经所在系同意后实施。

3. 实习期间指导教师现场指导学生做到市内每月不少于2次、市外每月不少于1次；学生集中（10人以上）的顶岗实习，要派专人蹲点负责；指导教师要做好相应工作记录。

4. 实习期间，学生未经允许不能擅自调换实习单位，有特殊情况确需调换的，由学生本人提出申请，指导教师征求实习单位意见并经同意后方可离开原实习单位。

5. 可将学生的顶岗实习工作与毕业设计环节进行一体化安排。

6. 顶岗实习结束后，各系及时整理、汇总所有相关材料报

教务科。

7. 顶岗实习前，要与学生签订安全协议，使学生清晰地知道安全工作的重要性以及发生安全事故后的严重后果。学校规定，由于安全事故导致的经济损失由学生所在系承担，学校既无预算也不提供支持。请各系不仅要组织学生签订安全协议，更重要的是把安全教育当作一个专题对学生进行有效教育。同时，要使学生家长明确知道学生实习期间的安全责任归属问题。

8. 实习应采取集中与分散相结合、现场参观、讲解、操作等方式组织实施。

9. 实习应按实习计划规定的时间进行。

10. 学生必须按实习大纲的规定，完成全部实习任务，并写出实习报告。

11. 实习要进行考核和验收。

#### **四、实习内容**

电子商务专业学生的实习可以分为三个大类，即客户服务方向、网络营销方向和网店运营方向。具体要求如下：

1. 了解企业生产管理流程、运营管理现状及电子商务开展现状，绘制企业生产管理业务流程图。

2. 分析企业电子商务网站技术应用、电子商务模式的优劣。

3. 了解企业信息化建设的阶段、应用的深度广度及障碍。

4. 尝试加入企业项目管理团队，学习项目管理组织管理及技术。

5. 了解企业物流管理各环节及其策略。

6. 进行电子商务系统、网站开发或维护。

## 五、成绩评定

1. 学生必须按规定的要求完成实习任务，未完成实习者或不合格者，不能取得实习成绩。

2. 学生实习成绩评定应由实习指导小组、实习单位有关人员、学生干部，根据学生在实习期间的表现和实习报告完成情况进行综合评定。

3. 实习成绩分为不合格、合格、良好、优秀。

4. 成绩评定可参考以下几方面：

(1) 实习纪律与作风：包括劳动态度、纪律性、出勤记录、思想品质、文明作风等，具体可参考实习单位的评价（书面和口头）。

(2) 学习态度与收获：包括学习是否认真、专业技能与管理技能的提高程度、分析和处理问题能力的大小等方面，主要依据实习报告、实习答辩的成果来评价。

(3) 参考实习单位主管人员的书面评价和反馈意见以及小组内学生的相互评价。

## 六、需提交的相关材料

1. 学生顶岗实习岗位汇总表
2. 学生顶岗实习周记
3. 学生顶岗实习报告
4. 学生顶岗实习考核表
5. 学生自主联系顶岗实习单位回执
6. 指导教师工作日志
7. 指导教师考核表

8. 指导教师考核成绩汇总表
9. 指导教师教学质量评价标准
10. 学生顶岗实习协议书

### 三、师资配备标准

类别	标准要求	数量			备注
		合格	规范	示范	
公共基础课教师	大学本科毕业，专业对口，具有中等职业学校及以上教师资格证书。	4	7	12	
专业技能课教师	1.大学本科毕业，专业对口，具有中等职业学校教师资格证书 2.具有本专业中级以上专业技术职务任职资格者不低于 50%，高级以上专业技术职务任职资格者不低于 20% 3.具有本专业三级及以上职业资格证书 4.每位专业教师平均每两年到企业对口实践不少于 3 个月 5.专业专任教师与本专业在籍学生之比不低于 1:30	4	7	12	
兼职教师	具有 3 年以上实践经验并具有职业资格证书	1	2	3	
合计		9	16	27	

**说明：**

教师应为人师表，从严治教，熟悉教学规律，具有较强的改革与创新意识，具备良好的教学设计和实施能力，能开展理实一体化和信息化教学。专业技能课教师还应具备“双师”资格，对电商专业课程有较为全面的了解，关注电商行业的发展动态，积极参加教学改革课题研究和各种竞赛，立足教学岗位开展校本教研和培训，有到企业实践的经历。

#### 四、实验（实训）室及设备配备标准

实训教学分类	实训教学场所	实训教学任务	实训设备						
			序号	名称	单位	数量			参考价格 (元/单位)
						合格	规范	示范	
基础实训室	电子商务综合实训室	（一）计算机应用实训	1	多媒体控制台	套	1	2	3	2500
			2	多媒体音箱设备	套	1	2	3	5000
		（二）体验电子商务实训	3	投影机	台	1	2	3	5000
			4	投影幕布	个	1	2	3	1000
		（三）网页美工与制作实训	5	网络机柜	个	1	2	3	1500
			6	电脑	台	50	100	150	4500
		（四）网店装修实训	7	交换机	台	3	6	9	3000
			8	稳压电源	台	1	2	3	100
		（五）打字训练	9	空调	台	1	2	3	8000
		（六）办公自动化实训	10	电脑桌椅	套	50	100	150	500
		（七）网络营销综合实训	11	国赛电子商务指定教学软件（竞赛版）	套	1	2	3	89000
		（八）商务网站建设与维护实训	12	电子商务考证软件	套	1	2	3	45000
技能实训室	摄影棚	商品拍摄实训	1	数码相机	台	1	1	2	20000
			2	数码摄像机	台	1	1	2	4000
			3	电脑	台	1	1	2	4500
			4	投影机	台	1	1	1	5000

			5	投影幕布	个	1	1	1	1000
			6	灯光设备	套	1	1	2	10000
			7	静物拍摄台	台	1	1	2	2400
			8	背景架	个	1	1	2	3000
			9	道具	套	4	6	8	3000
			10	陈列架	米	1	4	6	1000
			11	商品若干	若干				2000
仿真模拟室	客户服务呼叫平台	实训 (一) 客户服务 (二) 联通呼叫平台工作基地 (三) 就业岗前实训	1	呼叫中心主程序包	套	1	1	1	20000
			2	电脑语音	套	1	1	1	2000
			3	工控设备	套	1	1	1	5000
			4	专用语音板卡	套	1	1	1	1500
			5	电脑	台	60	60	60	4500
			6	电话机	台	60	60	60	100
			7	头戴式耳机	套	60	60	60	200
			8	服务器	台	1	1	1	10000
			9	交换机	台	3	6	9	3000
			10	网络机柜	个	1	1	1	1500
			11	稳压电源	台	1	1	1	100
			12	办公桌椅及办公屏风	套	60	60	60	500
			13	空调	台	2	2	2	8000
网上创业实训室	创业实训就业岗前实训	1	办公桌椅及办公屏风	套	40	40	40	500	
		2	电脑	台	40	40	40	4500	
		3	网络机柜	台	1	1	1	1500	

			4	交换机	台	2	2	2	3000		
			5	空调	台	2	2	2	8000		
			6	摄影棚配备	套	1	1	1	40000		
			7	打印机	台	1	1	1	3000		
			8	计量设备	台	1	1	1	200		
			9	半自动打包机	台	1	1	1	3000		
			10	POS 软件硬件系统	套	1	1	1	50000		
			11	超市货架	组	2	2	2	1000		
			12	仓库货架	组	2	2	2	1000		
			13	包装设备	套	1	1	1	1000		
	企业经营沙盘实训室	模拟企业经营实训	1	会议桌	套	8	8	8	2500		
					2	电脑	台	8	8	8	4500
					3	网络机柜	个	1	1	1	1500
					4	稳压电源	台	1	1	1	100
					5	交换机	台	1	1	1	3000
					6	空调	台	2	2	2	8000
					7	投影机	台	1	1	1	5000
					8	投影幕布	个	1	1	1	1000
					9	电子沙盘	套	1	1	1	60000
					10	物理沙盘	套	1	1	1	60000
					11	交易台	张	1	1	1	500

1. 实验（实训）教学类别可分为基础实验、技能实训、仿真模拟等。
2. 实验（实训）教学场所是指实验（实训）室的名称。
3. 实验（实训）教学任务应该与课程教学目标相结合，做到完整、准确、可操作。