

山东省高水平中职学校联合高职院校举办 初中后五年制高等职业教育专业人才培养方案

学校名称 寿光市职业教育中心学校 (中职学校)
烟台汽车工程职业学院 (高职院校)

专业名称 电子商务 专业代码 730701 (中职学校)
电子商务 专业代码 530701 (高职院校)

联系人 姓名 李国祥 电话 15064647679 (中职学校)
电子信箱 liguoxiang0829@163.com

姓名 管应琦 电话 18854555155 (高职院校)
电子信箱 332880243@qq.com

二〇二五年六月

目 录

2025 年电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码.....	4
（一）高等职业教育专业名称及专业代码.....	4
（二）对应中等职业学校专业名称及专业代码.....	4
二、入学要求	4
三、修业年限	4
四、职业面向	4
五、职业能力和职业资格标准分析.....	5
六、培养目标	12
七、培养规格	13
八、课程结构框架	15
九、课程设置与教学要求	16
十、教学时间安排及进程安排	31
（一）教学时间安排.....	31
（二）教学进程安排.....	32
十一、实施保障	35
（一）师资队伍.....	35
（二）教学设施.....	36
（三）教学资源.....	38

(四) 教学方法.....	39
(五) 学习评价.....	40
(六) 质量管理.....	41
十二、毕业要求	41
(一) 学业考核要求.....	41
(二) 证书考取要求.....	42
(三) 继续专业学习深造建议.....	42
附 课程标准	44
电子商务基础课程标准.....	44
Photoshop 课程标准.....	54
电子商务客户服务课程标准.....	62
短视频制作课程标准.....	71
零售基础课程标准.....	78
管理学基础课程标准.....	85
网络营销课程标准.....	91
文案写作课程标准.....	100
消费心理学课程标准.....	105
商务数据分析课程标准.....	113
网店装修课程标准.....	121
商品拍摄与处理课程标准.....	128
直播销售课程标准.....	135
网店运营课程标准.....	143
新媒体运营课程标准.....	151

2025 年电子商务专业人才培养方案

（初中后五年制高等职业教育）

一、专业名称及代码

（一）高等职业教育专业名称及专业代码

1. 专业名称：电子商务专业
2. 专业代码：530701

（二）对应中等职业学校专业名称及专业代码

1. 专业名称：电子商务专业
2. 专业代码：730701

二、入学要求

初级中学毕业或具备同等学力者。

三、修业年限

五年

四、职业面向

所属高职专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属高职专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	互联网和相关服务（64） 批发业（51） 零售业（52）

主要职业类别（代码）	电子商务师 S（4-01-06-01） 互联网营销师 S（4-01-06-02） 营销员（4-01-02-01） 市场营销专业人员（2-06-07-04） 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） 采购员（4-01-01-00）
主要岗位（群）或技术领域举例	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
职业类证书举例	电子商务数据分析 网店运营推广 跨境电商 B2B 数据运营 直播电商 农产品电商运营 新媒体技术

五、职业能力和职业资格标准分析

工作领域	工作任务	职业能力	职业资格标准
	1-1 店铺流	1-1-1 能分析平台流量规则，制定店铺流量获取方案	电 子 商

1. 运营策略执行与优化	量规划与执行	（自然搜索、付费推广等）； 1-1-2 能操作平台广告工具（直通车、超级推荐等），优化投放策略； 1-1-3 能策划并执行站外引流活动（社交媒体、短视频平台合作）；	务 职 业 资 格 证（中 级）；天 猫 平 台 运 营 认 证（需 通 过 平 台 策 略 规 划 模 块 考 核）
	1-2 营销活动策划与落地	1-2-1 能根据店铺目标策划全年营销活动计划（大促、节日、主题活动）； 1-2-2 能撰写活动方案，明确活动目标、规则、流程与预算- 能协调设计、客服、仓储等部门完成活动落地执行； 1-2-3 能监控活动数据，实时调整活动策略，达成活动目标- 能复盘活动效果，总结经验并形成标准化流程	
	1-3 商品运营与爆款打造	1-3-1 能分析市场需求与竞品数据，制定商品上新计划； 1-3-2 能优化商品标题、主图、详情页，提升点击率与转化率； 1-3-3 能策划并执行爆款打造策略（价格策略、库存管理、推广资源倾斜）	
	1-4 用户运营与会员管理	1-4-1 能设计用户分层体系（新客、老客、高价值客户等），制定差异化运营策略； 1-4-2 能策划并执行会员营销活动（积分体系、会员日、专属权益）； 1-4-3 能通过 CRM 工具管理用户数据，分析用户行为与偏好	
	1-5 店铺数据监控与分析	1-5-1 能搭建店铺核心数据看板（流量、转化率、客单价、GMV 等）； 1-5-2 能通过数据分析工具（生意参谋、数据银行等）挖掘业务问题；	
	1-6 竞品分析与市场洞察	1-6-1 能定期监测竞品动态（商品、价格、活动、评价等）； 1-6-2 能分析行业趋势与消费者需求变化，调整运营策略- 能通过第三方工具（电霸、蝉妈妈等）获取市场数据； 1-6-3 能总结竞品优势与劣势，形成差异化竞争策略- 能输出市场分析报告，为品牌战略提供依据	
2. 全渠道用户运营与管理	2-1 用户数据整合与分析	2-1-1 能利用技术工具整合电商平台、社交媒体、线下门店等渠道的用户数据； 2-1-2 能清洗、预处理采集到的用户数据，确保数据质量； 2-1-3 能通过数据分析工具挖掘用户特征，构建多维用户画像； 2-1-4 能根据用户行为、消费习惯等对用户进行细分；能动态更新用户画像，保持画像与用户实际特征的一致性； 2-1-5 能运用数据分析算法预测用户未来行为趋势。	营 销 师 职 业 资 格 证（中 级）

	2-2 全渠道营销策略制定	2-2-1 能分析各渠道用户特征,选择合适的营销渠道组合; 2-2-2 能制定各渠道的营销投入预算,优化资源配置; 2-2-3 能评估各渠道营销效果,及时调整渠道策略; 2-2-4 能设计多渠道联动的营销活动,提升用户参与度; 2-2-5 能运用数据分析工具评估营销活动效果。	
	2-3 全渠道用户体验优化	2-3-1 能设计用户跨渠道购物的便捷流程; 2-3-2 能优化各渠道购物界面的用户体验; 2-3-3 能确保各渠道购物流程的一致性与连贯性; 2-3-4 能对用户反馈进行分类整理,提炼关键问题; 2-3-5 能设计用户忠诚度奖励机制,提升用户粘性。	
	2-4 全渠道营销执行与监控	2-4-1 能根据营销策略创作吸引人的营销内容; 2-4-2 能在各渠道发布营销内容,确保内容一致性; 2-4-3 能监控营销内容发布效果,及时调整内容策略; 2-4-4 能组织跨部门团队,确保营销活动顺利执行; 2-4-5 能处理营销活动执行过程中的突发问题。	
	2-5 全渠道营销团队建设与管理	2-5-1 能根据业务需求组建全渠道营销团队; 2-5-2 能制定团队培训计划,提升团队成员专业能力; 2-5-3 能评估团队成员表现,实施激励与奖惩措施; 2-5-4 能制定团队绩效指标体系,评估团队工作成果; 2-5-5 能持续改进团队工作流程,提升团队整体效能。	
3.020 销售场景搭建	3-1 商品信息发布与更新	3-1-1 能准确整理商品资料并及时发布到线上平台; 3-1-2 能根据市场需求和产品变化,定期更新商品信息; 3-1-3 能优化商品展示页面,提高信息可读性和吸引力	新 零 售 运 营 师 认 证
	3-2 线上活动策划与执行	3-2-1 能制定符合市场趋势和用户需求的线上促销活动方案; 3-2-2 能协调各方资源,确保活动顺利开展; 3-2-3 能实时监控活动效果,及时调整活动策略; 3-2-4 能分析活动数据,总结经验教训	
	3-3 用户互动与反馈处理	3-3-1 能及时回复用户在线咨询,解答用户疑问; 3-3-2 能收集用户反馈意见,分析用户需求; 3-3-3 能处理用户投诉,妥善解决用户问题; 3-3-4 能通过互动提升用户满意度和忠诚度	
	3-4 线上平台数据分析	3-4-1 能运用数据分析工具,统计平台流量、转化率等数据; 3-4-2 能分析用户行为数据,挖掘用户潜在需求; 3-4-3 能根据数据分析结果,提出平台优化建议	
	3-5 线上店铺页面优化	3-5-1 能根据用户体验和平台规则,设计店铺页面布局; 3-5-2 能优化页面视觉效果,提升店铺美观度; 3-5-3 能测试页面加载速度,确保页面流畅运行	
	3-6 线下门店协作管理	3-6-1 能定期与线下门店负责人沟通,传达销售目标和计划;	

		3-6-2 能根据门店实际情况，调整销售策略； 3-6-3 能协调解决门店在执行销售计划中遇到的问题	
	3-7 门店库存协调与管理	3-7-1 能与门店对接库存信息，掌握实时库存数据； 3-7-2 能根据销售情况，协调商品调拨； 3-7-3 能制定合理的补货计划，避免缺货或库存积压；	
4. 智能客服体系管理	4-1 系统功能优化与升级	4-1-1 能分析业务需求，提出智能客服系统功能改进方案； 4-1-2 能与技术团队协作，推进系统功能迭代升级； 4-1-3 能测试新功能稳定性与适用性，确保系统优化效果	客 户 服 务 管 理 师 职 业 资 格 证 (初级)
	4-2 智能客服话术库建设	4-2-1 能收集常见业务问题，整理标准回答话术； 4-2-2 能根据业务变化，及时更新和补充话术库内容； 4-2-3 能分类管理话术，提高话术检索效率	
	4-3 智能客服算法优化	4-3-1 能评估现有智能客服算法的准确性与响应速度； 4-3-2 能结合业务场景，提出算法优化方向； 4-3-3 能与算法工程师沟通协作，调整优化算法模型	
	4-4 系统运行监控与维护	4-4-1 能实时监控智能客服系统运行状态，及时发现故障； 4-4-2 能协调技术人员处理系统异常，保障系统稳定运行； 4-4-3 能定期对系统进行维护保养，预防潜在问题	
	4-5 智能客服数据统计	4-5-1 能设定关键数据指标，统计智能客服服务数据； 4-5-2 能分析服务时长、问题解决率等数据，评估系统服务效果； 4-5-3 能通过数据挖掘，发现系统改进点	
5. 视觉营销内容创作	5-1 首页视觉设计	5-1-1 能结合品牌调性与目标用户喜好，规划首页整体布局； 5-1-2 能设计符合营销需求的视觉元素，突出核心卖点； 5-1-3 能运用色彩搭配、版式设计原则，提升页面吸引力； 5-1-4 能确保首页在不同终端设备上的显示适配性	平 面 设 计 师 职 业 资 格 证 (中 级)
	5-2 商品详情页设计	5-2-1 能分析商品特点与用户需求，策划详情页内容结构； 5-2-2 能制作高清美观的商品图片，展示产品细节； 5-2-3 能撰写简洁有力的文案，并进行视觉排版； 5-2-4 能设计引导用户购买的交互元素，提高转化率	
	5-3 活动专题页设计	5-3-1 能根据活动主题与促销策略，设计独特的页面风格； 5-3-2 能将活动规则、优惠信息等转化为视觉化表达； 5-3-3 能制作动态特效、弹窗等互动元素，增强活动氛围； 5-3-4 能把控设计进度，确保活动页面按时上线	
	5-4 导航栏与按钮设计	5-4-1 能规划清晰合理的导航结构，方便用户浏览； 5-4-2 能设计具有视觉辨识度的导航图标；能制作美观	

		且符合交互逻辑的按钮； 5-4-3 能根据用户行为数据，优化导航和按钮的视觉效果	
	5-5 页尾信息设计	5-5-1 能整合版权声明、联系方式等必要信息； 5-5-2 能设计简洁且与整体风格统一的页尾样式； 5-5-3 能添加引导用户关注社交媒体等扩展功能模块； 5-5-4 能通过设计提升页尾信息的可读性与实用性	
	5-6 主图与海报设计	5-6-1 能根据商品卖点与促销活动，构思主图和海报创意； 5-6-2 能运用图像合成、特效制作等技术，提升画面冲击力； 5-6-3 能结合平台规则，设计符合尺寸与分辨率要求的素材； 5-6-4 能通过 A/B 测试，优化素材视觉效果	
	5-7 短视频视觉剪辑	5-7-1 能根据脚本需求，挑选合适的视频素材； 5-7-2 能运用剪辑软件进行视频裁剪、拼接与调色； 5-7-3 能添加字幕、音乐、特效等元素，增强视频吸引力； 5-7-4 能把控视频节奏，突出产品核心亮点	
	5-8 广告图设计	5-8-1 能针对不同广告投放渠道，设计适配的广告图； 5-8-2 能提炼广告文案核心信息，进行视觉化呈现； 5-8-3 能通过数据分析，优化广告图点击率； 5-8-4 能设计动态广告图，提升广告投放效果	
6. 电商数据运营分析	6-1 电商数据采集与整合	6-1-1 能熟练使用数据采集工具，从淘宝、京东等电商平台获取销售、流量等数据； 6-1-2 能编写脚本实现数据自动化采集； 6-1-3 能处理采集过程中的异常数据，保障数据完整性； 6-1-4 能通过企业 ERP、CRM 系统提取库存、客户信息等数据； 6-1-5 能理解系统数据库结构，精准筛选所需字段； 6-1-6 能解决数据提取过程中权限不足等问题	数 据 分 析 师 职 业 资 格 认 证（初 级）； Python 数 据 分 析 基 础 认 证
	6-2 电商数据分析与建模	6-2-1 能运用统计学方法分析销售额、客单价、转化率等核心指标； 6-2-2 能构建销售预测模型，预估未来销售趋势； 6-2-3 能通过归因分析找出影响销售的关键因素； 6-2-4 能对用户浏览路径、停留时长、点击热力图等行为数据进行挖掘； 6-2-5 能构建用户画像，细分用户群体； 6-2-6 能通过漏斗分析发现用户流失环节，提出优化建议	
	6-3 数据可视化分析	6-3-1 能根据分析需求，选择合适的图表类型（如折线图、热力图、桑基图）； 6-3-2 能使用 Tableau、PowerBI 等工具制作动态可视化看板；	

		6-3-3 能优化可视化界面，提升数据可读性； 6-3-4 能提炼数据分析结论，撰写结构化数据报告； 6-3-5 能结合业务场景，提出可落地的数据驱动建议； 6-3-6 能根据不同受众（管理层、运营人员）调整报告详略与侧重点	
	6-4 数据监控与预警	6-4-1 能确定电商运营核心监控指标（如 GMV、UV 价值）； 6-4-2 能搭建实时数据监控看板，追踪指标变化； 6-4-3 能设置数据阈值，及时发现异常波动； 6-4-4 能分析数据异常原因，定位问题环节； 6-4-5 能制定预警规则，通过邮件、短信等方式及时通知相关人员； 6-4-6 能建立异常问题处理流程，推动问题解决	
	6-5 数据安全 管理	6-5-1 能选择合适的数据存储方式（如本地服务器、云存储）； 6-5-2 能制定数据备份策略，防止数据丢失； 6-5-3 能定期检查数据存储状态，确保数据可恢复； 6-5-4 能掌握电商数据相关法律法规（如《个人信息保护法》）； 6-5-5 能确保数据采集、使用符合合规要求； 6-5-6 能应对数据合规检查，处理相关风险	
7. 在线直播销售	7-1 直播选品策划	7-1-1 能分析市场需求与用户偏好，筛选热门且有竞争力的商品； 7-1-2 能评估商品质量与供应链稳定性； 7-1-3 能制定选品策略与搭配组合方案	互 联 网 营 销 师 （ 中 级 ）
	7-2 直播脚本撰写	7-2-1 能根据产品特点与直播目标规划直播流程； 7-2-2 能设计有吸引力的互动环节与话术； 7-2-3 能把控脚本节奏，确保内容紧凑且有重点	
	7-3 直播场景搭建	7-3-1 能选择合适的直播场地并进行合理布局； 7-3-2 能调试灯光、摄像头、麦克风等直播设备； 7-3-3 能设计符合品牌调性的直播背景与装饰	
	7-4 直播内容呈现	7-4-1 能熟练介绍产品功能、优势与使用方法； 7-4-2 能运用生动语言与肢体动作吸引观众注意力； 7-4-3 能及时解答观众疑问，引导互动与消费	
	7-5 直播数据运营	7-5-1 能统计分析直播观看人数、转化率、销售额等数据； 7-5-2 能根据数据总结直播效果与存在问题； 7-5-3 能提出针对性优化方案，提升后续直播表现	
	7-6 直播粉丝维护	7-6-1 能建立粉丝社群，定期与粉丝互动交流； 7-6-2 能策划粉丝专属福利活动，增强粉丝粘性； 7-6-3 能处理粉丝反馈与投诉，维护良好口碑	
	8-1 需求调研分析	8-1-1 能制定详细的需求调研计划； 8-1-2 能运用问卷、访谈、用户行为分析等多种方法收集需求； 8-1-3 能识别用户表面需求下的深层诉求；	产 品 经 理 （ 初 级 ） 职 业 认 证 ；

8. 互联网产品需求管理		8-1-4 能对收集的需求进行分类、整理与优先级排序	AxureRP 基础认证
	8-2 竞品分析研究	8-2-1 能确定竞品分析目标与范围； 8-2-2 能全面收集竞品功能、界面、商业模式等信息； 8-2-3 能对比分析竞品与自有产品的优劣势； 8-2-4 能提炼竞品可借鉴的创新点与改进方向	
	8-3 需求文档撰写	8-3-1 能用规范的格式撰写需求规格说明书； 8-3-2 能清晰描述需求背景、功能要求、业务流程； 8-3-3 能使用流程图、原型图等可视化工具辅助说明； 8-3-4 能确保需求文档逻辑严谨、无歧义	
	8-4 需求评审组织	8-4-1 能协调产品、开发、设计、测试等团队参与评审； 8-4-2 能清晰讲解需求内容与价值； 8-4-3 能有效引导团队讨论，解决需求理解分歧； 8-4-4 能根据评审意见修订完善需求	
	8-5 需求变更管理	8-5-1 能评估需求变更对项目进度、成本、质量的影响； 8-5-2 能建立需求变更审批流程；能与相关方沟通变更原因与影响； 8-5-3 能确保变更后的需求及时同步与更新	
	8-6 需求跟踪验证	8-6-1 能制定需求跟踪计划，明确各阶段交付物； 8-6-2 能跟进需求开发进度，及时发现并解决问题； 8-6-3 能组织需求测试验收，验证是否满足用户期望； 8-6-4 能总结需求完成情况并形成报告	
9. 用户运营体系构建	9-1 用户画像构建	9-1-1 能通过数据分析、调研访谈等方式收集用户基础信息、行为数据； 9-1-2 能对用户数据进行聚类分析，划分用户群体特征； 9-1-3 能绘制多维度用户画像，明确用户需求与痛点	用户运营师（初级）
	9-2 用户分层管理	9-2-1 能根据用户活跃度、消费金额、忠诚度等指标建立分层模型； 9-2-2 能对不同层级用户制定差异化运营策略； 9-2-3 能动态调整用户层级，实现精细化运营	
	9-3 用户激励体系设计	9-3-1 能设计积分、等级、勋章等用户激励机制； 9-3-2 能规划会员权益体系，提升用户粘性； 9-3-3 能结合业务目标，设置具有吸引力的奖励规则	
	9-4 用户社群运营	9-4-1 能创建和维护用户社群，制定社群运营规则； 9-4-2 能策划社群活动，提升社群活跃度与参与度； 9-4-3 能处理社群矛盾，营造良好社群氛围	
	9-5 用户反馈收集与处理	9-5-1 能搭建多渠道用户反馈收集机制； 9-5-2 能对用户反馈进行分类整理与分析； 9-5-3 能及时将反馈转化为产品或服务优化方案； 9-5-4 能向用户反馈问题处理进度与结果	
	9-6 用户生命周期管理	9-6-1 能识别用户从获取、成长、成熟到流失的各阶段特征； 9-6-2 能制定对应阶段的运营策略，延长用户生命周期； 9-6-3 能通过数据分析评估生命周期运营效果	

	9-7 用户增长策略制定	9-7-1 能分析用户增长关键节点与影响因素； 9-7-2 能策划拉新裂变活动，扩大用户规模； 9-7-3 能结合渠道特点，制定精准的用户推广计划	
10. 短视频制作	10-1 视频选题策划	10-1-1 能洞察行业热点与用户兴趣趋势，挖掘热门选题； 10-1-2 能结合电商产品特性，设计符合营销目标的视频主题； 10-1-3 能规划选题方向与内容框架，确保视频吸引力	数 字 影 视 特 效 制 作 (1+x 证书)
	10-2 脚本撰写创作	10-2-1 能编写逻辑清晰、情节生动的短视频脚本； 10-2-2 能设计富有感染力的台词与分镜画面； 10-2-3 能把控脚本节奏，突出产品卖点与核心信息	
	10-3 视频素材拍摄	10-3-1 能根据脚本要求选择合适的拍摄场地与设备； 10-3-2 能熟练操作摄像机、稳定器等拍摄器材； 10-3-3 能指导模特或出镜人员完成产品展示与表演； 10-3-4 能捕捉优质镜头，保证画面质量	
	10-4 视频剪辑制作	10-4-1 能使用 Premiere、剪映等剪辑软件完成视频粗剪与精剪； 10-4-2 能添加合适的转场、特效、字幕提升视频效果； 10-4-3 能对音频进行降噪、混音，搭配背景音乐与音效 10-4-4 能根据平台规则与用户喜好调整视频格式、分辨率； 10-4-5 能对视频进行调色，增强视觉表现力； 10-4-6 能检查视频细节，修正穿帮、字幕错误等问题	
	10-5 视频数据分析	10-5-1 能统计播放量、完播率、点赞评论等数据； 10-5-2 能分析数据变化，定位视频内容存在的问题； 10-5-3 能根据数据反馈优化后续短视频制作策略	
	10-6 视频发布运营	10-6-1 能选择合适的电商平台与发布时间； 10-6-2 能撰写吸睛的视频标题与描述文案； 10-6-3 能策划视频推广活动，提升曝光量与转化率	

六、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和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，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向互联网和相关服务、批发业、零售业的运营主管、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等岗位（群），能够从事数据化运营、网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划

与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发工作的高技能人才。

七、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上,全面提升知识、能力、素质,掌握并实际运用岗位(群)需要的专业核心技术技能,实现德智体美劳全面发展,总体上须达到以下要求:

(1) 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,践行社会主义核心价值观,具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感;

(2) 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定,掌握互联网交易安全、质量管理等相关知识与技能,了解相关行业文化,具有爱岗敬业的职业精神,遵守职业道德准则和行为规范,具备社会责任感和担当精神;

(3) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语(英语等)、信息技术等文化基础知识,具有良好的人文素养与科学素养,具备职业生涯规划能力;

(4) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力,具有较强的集体意识和团队合作意识,学习 1 门外语并结合本专业加以运用;

(5) 掌握零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等方面的专业基础理论知识;

(6) 具有行业产品分析、市场细分的能力,能够根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略,分析运营数据和用户反馈信息,对商品进行调整和优化,协调和整合资源,完成 O2O 运营目标;

(7) 具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力,能够根据行业、网店及社群运营目标,实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析,通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化;

(8) 具有市场调查与分析、活动策划的能力,能够使用各类平台营销推广方法与营销工具,完成活动文案设计、资源整合、营销活动、广告投放、效果评估和媒体公关;

(9) 具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的能力,能够撰写和优化销售方案,跟进订单确认、供应链管理、账单管理等业务流程,完成销售分析并提出优化客户体验建议;

（10）具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，能够进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控，完成客服中心运营数据报表的制作及数据分析报告；

（11）具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能够进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；

（12）具有用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，能够建立产品需求模型及应用场景，设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动；

（13）掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

（14）具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

（15）掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

（16）掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

（17）树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

八、课程结构框架

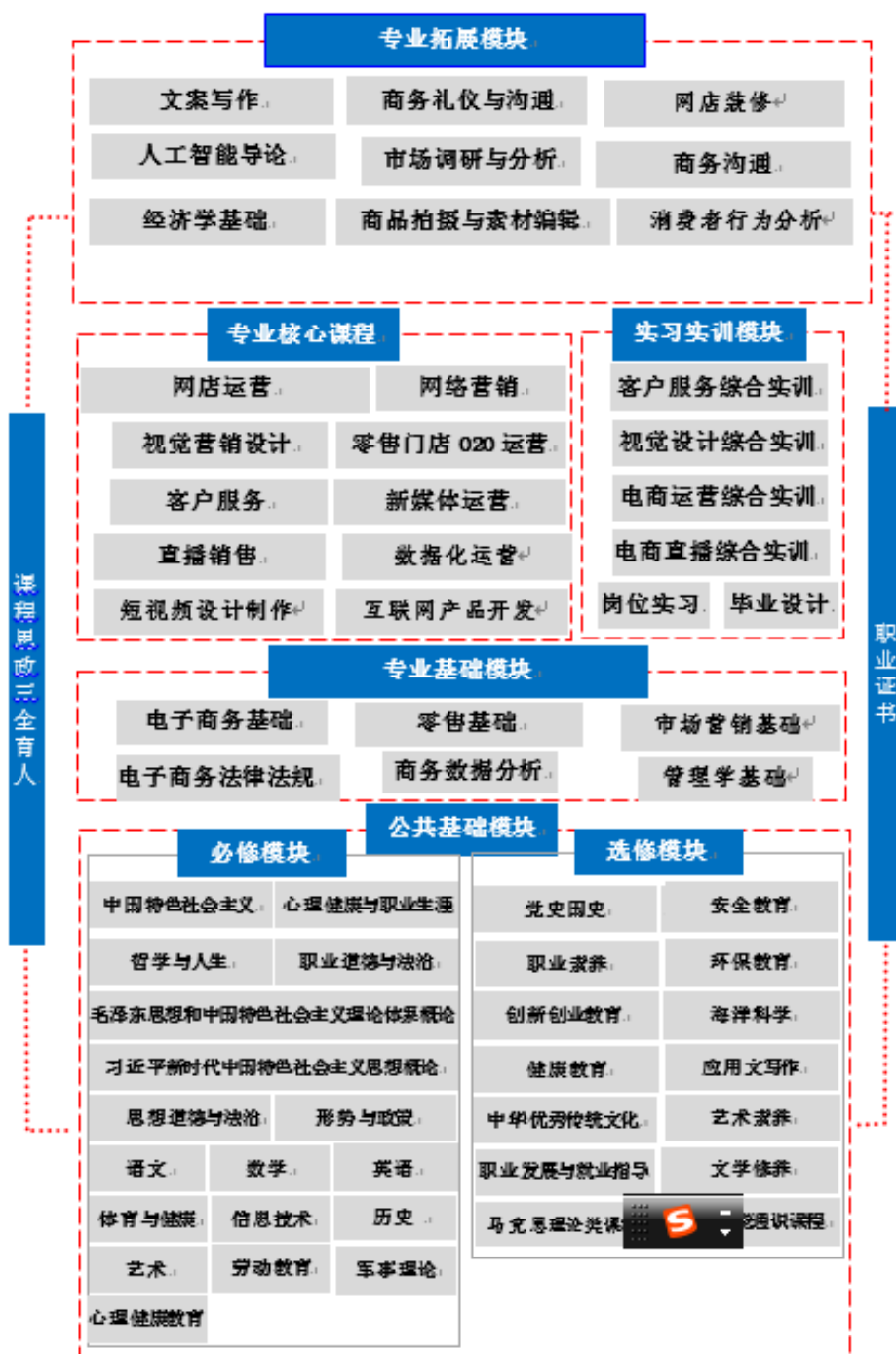


图 1：课程结构框架

九、课程设置与教学要求

1. 公共基础课课程

(1) 公共基础必修课程教学要求

序号	公共基础课程名称	主教学内容与要求	参考学时
1	中国特色社会主义	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设。通过本课程学习，使学生理解中国特色社会主义理论体系的基本内容和科学方法，帮助学生正确理解这一理论体系基本理论观点，深刻理解党在社会主义初级阶段的基本路线、基本纲领和基本要求，准确把握建设中国特色社会主义的总依据、总任务和总布局，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，为全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴而团结奋斗。	36
2	心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握心理健康的基本知识、方法和意识的教育，提高学生心理素质，帮助学生正确处理成长、学习、生活和求职就业中遇到的心理行为问题，促进其身心和谐健康发展。引导学生树立正确的职业观念和职业理想，学会根据社会需要和自身特点进行职业生涯规划，并以此规范和调整自己的行为，为顺利就业创业创造条件。	36
3	哲学与人生	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握哲学的基本观点和方法，帮助学生运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点和方法，正确看待自然、社会的发展，正确认识和处理人生发展中的基本问题，树立和追求崇高理想，逐步形成正确的世界观、人生观和价值观。	36
4	职业道德与法治	依据《中等职业学校思想政治课程标准（2020 年版）》开设。通过本课程学习，使学生掌握文明礼仪的基本要求、职业道德的作用和基本规范，陶冶道德情操，增强职业道德意识，养成职业道德行为习惯。掌握与日常生活和职业活动密切相关的法律知识，树立法治观念，增强法律意识，成为懂法、守法、用法的公民。	36
5	思想道德	通过本课程学习，让学生学习领悟人生真谛把握人生方向、	54

序号	公共基础 课程名称	主教学内容与要求	参 考 学 时
	与法治	追求远大理想坚定崇高信念、继承优良传统弘扬中国精神、明确价值要求践行价值准则、遵守道德规范锤炼道德品格、学习法治思想提升法治素养等内容。	
6	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	通过本课程学习，对学生进行系统的马克思主义中国化理论教育，帮助学生系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，正确认识我国社会主义初级阶段的基本国情和党的路线方针政策，正确认识和分析中国特色社会主义建设过程中出现的各种问题，从而培养学生运用马克思主义基本原理分析和解决实际问题的能力，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，增强投身到我国社会主义现代化建设中的自觉性、主动性和创造性。	36
7	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	通过本课程学习，使学生全面了解马克思主义中国化时代化最新成果、新时代伟大实践和伟大变革。课程内容反映了学术界共识性研究成果，遵循教育规律、突出教学导向，注重贴近青年学生认知特征和接受习惯，体现了思政课的一体化育人要求。	54
8	形式与政策	通过本课程学习，帮助大学生正确认识新时代中国国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得历史性成就、发生历史性变革、面临历史性挑战和机遇。课程具有政治性、综合性和时效性特征，紧密结合形势最新发展变化，紧扣时事热点，帮助大学生深刻理解党和国家方针政策，在推进党的理论创新进教材进课堂进学生头脑方面发挥重要作用。	18
9	军事理论	军事理论课程属军事思想及军事历史类的范畴课程，将社会主义核心价值观的教育融入国防政策、国家安全、军事思想等内容的教学之中，通过本课程学习，帮助大学生了解国家安全形势、世界地缘政治斗争和军事发展大势。该课程亦属于国家精品视频公开课，为资源共享课。	36
10	语文	本课程第一至第三学期，依据《中等职业学校语文课程标准（2020 年版）》开设；第四、五、六学期，主要学习古今中外的名家名作。通过阅读与欣赏、表达与交流和语文综合实践等学习活动，使学生具有较强的语言文字运用能力和思维能力，能够传承中华民族优秀文，吸收人类进步文化，提高人文素养，	288

序号	公共基础 课程名称	主教学内容与要求	参 考 学 时
		养成良好道德品质，成为全面发展的高素质技能技术人才。	
11	数学	本课程第一至第二学期，依据《中等职业学校数学课程标准（2020年版）》开设；第三、四学期，主要学习极限与连续、导数与微分与专业数学等内容。通过本课程学习，使学生掌握职业发展所必需的数学知识、数学技能、数学思想和数学方法，具备中等职业教育数学学科核心素养，形成在继续学习和未来工作中运用数学知识和经验发现问题的意识、运用数学的思想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。	180
12	英语	本课程第一至第二学期，依据《中等职业学校英语课程标准（2020年版）》开设；第三、四学期，主要进行听力理解、口语表达、阅读理解、书面表达等内容的学习。通过本课程学习，使学生掌握一定的英语基础知识和基本技能，培养学生在日常生活和职业场景中的英语应用能力；培养学生的文化意识，提高学生的思想品德修养和文化素养；为学生的职业生涯、继续学习和终身发展奠定基础。	144
13	历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设。通过本课程学习，使学生了解中国近代以来抵御外来侵略、争取民族独立、推翻反动统治、实现人民解放的历史，帮助学生了解国史、国情，深刻领会历史和人民是怎样选择了马克思主义，选择了中国共产党，选择了社会主义道路，选择了改革开放，从而使學生坚定走中国特色社会主义道路的信念。	72
14	信息技术	按照教育部颁布的《中等职业学校信息技术课程标准》的教学要求开设。落实课程标准规定的核心素养与教学目标要求，对接信息技术的最新发展与应用，结合职业岗位要求和专业能力发展需要，重点培养支撑学生终身发展、适应时代要求的信息素养。引导学生通过多种形式的学习活动，在学习信息技术基础知识、基本技能的过程中，提升认知、合作与创新能力，培养适应职业发展需要的信息能力。 包括基础模块和拓展模块，基础模块是必修内容，72学时，4学分。	72

序号	公共基础课程名称	主教学内容与要求	参考学时
15	体育与健康	按照教育部颁布的《中等职业学校体育与健康课程标准本课程第一至第五学期，依据《中等职业学校体育与健康课程标准（2020 年版）》开设；第七、八、九学期，主要进行田径项目、球类、武术、健美操等项目的学习。通过学习，使学生掌握体育基本理论知识、技术、技能和科学锻炼身体的方法，掌握一定的体育卫生保健常识，通过学习和锻炼，提高自身的运动能力。根据学生的生理、心理特点，选择良好的运动环境，全面提高学生身体素质。	288
16	艺术（音乐美术）	按照教育部颁布的《中等职业学校艺术课程标准》的教学要求开设。落实课程标准规定的核心素养与教学目标要求，重点培养学生的艺术感知、审美判断、创意表达和文化理解。充分发挥艺术学科独特的育人功能，通过观赏、体验、联系、比较、讨论等形式的学习方法，进一步积累和掌握艺术的基础知识、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。 包括基础模块和拓展模块。其基础模块是必修内容，基础模块内容为音乐鉴赏与实践 18 学时/1 学分和美术鉴赏与实践 18 学时/1 学分；拓展模块是任意选修内容，36 学时/2 学分。	36
17	劳动教育	劳动教育是中等职业学校学生必修的一门公共基础课程，根据教育部印发的《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》（教材〔2020〕4 号）开设，以日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动为主要内容。日常生活劳动教育结合新时代校园爱国卫生运动，强化个人生活能力和习惯养成；生产劳动教育使学生亲历工农业生产等劳动过程，学会使用工具，掌握相关技术，感受劳动创造价值；服务性劳动教育强化为他人和社会提供服务，提高社会责任感。同时注重劳动精神、劳模精神、职业荣誉感和工匠精神的培育，每学年不少于 16 学时，培养学生正确的劳动价值观和良好的劳动品质。	18

(2) 公共限选课程教学要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	安全教育	主要学习国家安全各领域内涵及其关系，生活、职场等基本安全知识和防范技能以及生态环境现状、环境对健康的影响、环保政策法规等基础知识。通过学习，培养学生的社会安全感，使学生初步掌握国家安全各领域内涵及其关系，增强自觉维护国家安全的使命感；掌握必要的安全行为的知识和技能，养成在日常生活和突发安全事件中正确应对的习惯，保障学生健康成长。	18
2	党史国史	本课程通过学习党史国史发展过程中的重要事件，帮助学生理解历史脉络与制度优势，强化“四个自信”，学会辨析历史规律，运用唯物史观分析现实问题，传承红色基因，培育家国情怀与责任担当。	18
3	中华优秀传统文化	本课程旨在传授中国传统文化、传承中华民族精神，弘扬优秀传统文化，提高学校教育文化品位和学生人文素质。增强学生的文化涵养，丰富校园文化，发挥文化传承作用，全面提高学生的人文素质，引导学生形成高尚的道德情操和正确的价值取向。	18
4	职业发展与就业指导	本课程旨在帮助学生了解就业形势，熟悉就业政策，提高就业竞争意识和依法维权意识；了解社会和职业状况，认识自我个性特点，激发全面提高自身素质的积极性和自觉性；了解就业素质要求，熟悉职业规范，形成正确的就业观，养成良好的职业道德；掌握就业与创业的基本途径和方法，提高就业竞争力及创业能力。	18
5	职业素养	主要学习个人基本素质、基本职业技能及职业精神三大内容，通过学习，学生能够提高心理健康素质，提升思维能力、解决问题能力、服务能力、创新创业能力等，具备认真负责、恪尽职守的敬业精神和无私无畏、敢于冒险的奉献精神。	18

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
6	创新创业教育	主要学习开展创新、创业活动所需要的基础知识和基本理论，创业的基本流程和基本方法。通过学习，激发学生的创新与创业意识和企业家精神，培养学生创新创业的能力，转变传统的就业观念和行为选择，锻炼其创业心智的综合素质。	18
7	马克思理论类课程	主要学习马克思主义基础理论，马克思主义政治经济学，科学社会主义，通过理论的学习，理解党的指导思想渊源，学会运用阶级分析法、矛盾论分析社会现象，辨析错误思潮，树立共产主义信仰，强化“四个认同”，培育批判性思维与责任感。	18
8	健康教育	主要学习健康行为与生活方式、疾病预防、心理健康、生长发育与青春期保健、安全应急与避险等五个方面的知识及技能，通过学生，培养学生健康独立生活的能力，使学生养成会学习、会生活、会劳动的好习惯。	18

(3) 公共选修课程

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	环保教育	主要学习低碳、环保、绿色生活的科学知识，人类与环境、化学与环境关系的方面的内容。通过学习，培养学生热爱生活、具有美好生态环境的积极理念与情感，能从生活的细微处入手，为绿色家园创建而努力。	18
2	海洋科学	主要学习海洋自然环境的基本特征，海洋对人类生存和发展的价值，海洋环境问题等内容。通过学习，培养懂得学生积极参与海洋环境保护，维护国家海洋权益的重要意义，增强学生热爱祖国的情感。	18
3	应用文写作	通过本课程的学习，使学生熟悉常用应用文写作学习应用文的基本结构形式及常用表达方式，提高写作技能，以写出	18

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
		规范的应用文书，全面提高学生借助应用写作解决实际问题的能力，达到培养应用性人才的目的。	
4	艺术素养	通过本课程的学习，帮助学生对不同设计作品，做出富有个性的艺术鉴赏，提升学生的设计艺术鉴赏水平和独立创意能力，使学生具备一定水平的艺术修养和美学素质。	18
5	文学修养	通过本课程的学习，让学生了解和继承不同国家、不同民族、不同时代的人类文化遗产，欣赏古今中外文学名著，提高文学思辨能力，养成正确的审美情趣和健全的人格。	18
6	人工智能通识	通过本课程的学习，让学生理解AI核心概念、技术边界与社会影响，能区分机器学习和深度学习应用场景的差异，掌握计算机视觉、自然语言处理的典型工作流程。	18

2. 专业课课程

(1) 专业基础课

序号	课程名称	主要教学内容与要求	参考学时
1	市场营销基础	本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。本课程的任务是学习市场营销的基本理论、基本方法和基本技能，及其在企业营销工作的实际应用。使学生能牢固树立“以消费者为中心”的营销观念，能够在实践中以市场为导向，进行市场细分、目标市场选择、市场定位、产品开发、定价、分销、促销等营销活动。	108
2	电子商务基础	本课程是电子商务专业的一门专业基础技能课程，同时也是电子商务专业职业启蒙及导入型的核心课程。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国内外电子商务应用情况有一个整体印象和初步认识，掌握电子商务运作模式和交易流程，为今后学习专业课程以及将来从事电子商务工作奠定良好的基础。	72
3	零售基础	本课程是电子商务的一门专业基础课程，涵盖：行业认知，解析零售定义、业态类型及数字化趋势；运营管理，包括商品采购、陈列、库存控制与顾客服务；营销与促销，	72

		涉及定价策略、活动策划及会员体系搭建；实操技能，如门店选址、布局设计及销售数据分析；职业规范，强调法规遵守与团队协作能力培养，助力构建零售运营知识体系。	
4	电子商务法律 法规	本课程是电子商务专业的专业基础课程，电子商务法基础理论，介绍其概念、特征、基本原则和立法概况，明晰法律框架。主体与行为规范，明确经营者登记、纳税、许可、信息公示等义务，规范经营行为，保障市场秩序。交易法律制度，包括电子合同订立、履行、效力，电子签名、认证及电子支付的流程与规则。权益保护，涉及消费者权益、网络隐私和知识产权保护。还会讲解税收、安全、纠纷解决等法规，让学习者全面掌握电商法律知识。	72
5	商务数据分析	商务数据分析教学聚焦数据驱动决策，核心内容包括：基础理论部分，介绍商务数据分析的概念、流程及价值，明确其在市场洞察、运营优化中的作用；数据处理与分析技术，涵盖数据采集、清洗、存储，运用 Excel、Python 或 SPSS 等工具进行描述性分析、相关性分析、回归分析；模型与算法应用，如聚类分析、预测模型助力销售预测、用户分群；数据可视化，通过 Tableau、Power BI 等工具直观呈现分析结果；实践场景，结合营销、供应链、客户关系管理等领域案例，训练数据洞察与商业策略制定能力。	90
6	管理学基础	管理学基础教学围绕组织目标实现，核心内容包括：基础理论，介绍管理概念、职能及发展历程，解析古典、行为科学与现代管理学派思想；管理职能，涵盖计划制定、组织架构设计、人员配置、领导激励及控制纠偏；决策与战略，学习理性决策模型、SWOT 分析等方法，制定企业竞争战略；组织行为，研究个体与群体行为、团队协作及冲突管理；管理创新，探讨数字化转型、敏捷管理等新兴趋势。课程通过理论与案例结合，培养规划、协调、决策等管理核心能力。	108

(2) 专业核心课程

专业核心课程主要教学内容与要求

序	课程名称	典型工作任务描述	主要教学内容与要求	参考
---	------	----------	-----------	----

号				学时
1	数据化运营	典型工作任务为数据化运营，工作内容主要有确定运营目标、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化、持续跟踪。 运用计算机、打印机、数据采集工具、数据分析工具、计算机等软硬件工具完成工作任务	① 掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识。 ② 运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算。 ③ 能够进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理。 ④ 能够进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化	90
2	网络营销	典型工作任务为营销活动策划与执行，工作内容主要有市场分析、活动主题与目标确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、活动过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结。 运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务	① 掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则，能够分析与评估市场，确定活动主题与活动目标，策划营销活动方案。 ② 整合各类资源，分解活动任务。 ③ 开展整合营销与广告投放。 ④ 跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案。 ⑤ 评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案	90
3	新媒体运营	新媒体运营辅助，包括账号定位和包装、店铺选品测品、活动方案执行、新媒体引流工具操作、新媒体数据收集与分析等工作内容，使用剪辑、图文	① 掌握平台规则和新媒体运营基础知识。 ② 能够完成素材收集、短视频制作、文案脚本编写、账号信息和主页内容日常编辑、引流计划修改及上下线等操作。	108

		设计、平台自有编辑工具、办公相关软件、商品数据或信息平台、测试工具、引流工具及平台后台操作完成工作任务	③能够监控并收集热点信息、商品、活动、引流、用户、内容等数据，完成投入产出比表等数据表格	
4	视觉营销设计	典型工作任务为视觉设计，工作内容主要有店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计。 运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等硬件工具完成工作任务	① 掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。 ② 能够根据店铺定位进行 PC 端、移动端页面装修，设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料。 ③ 结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。 ④ 能够进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时分析新媒体发展，提出视觉提升方案。 ⑤ 能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动	90
5	网店运营	典型工作任务为网店运营，包括市场调研、网店定位、网店注册与开设、网上店铺装修、网上店铺推广、网店客服接待、网店客服引流、网店客服转化、网店运营、网店日常管理、商品发货与物流等。	本课程是电子商务专业的核心课程，也是最新电子商务专业学生“1+X”的课程，在电子商务专业的课程体系中占有十分重要的地位，同时也是电子商务专业的一门面向职业岗位（群）的综合性实训课程。 通过本课程的学习、演练与实践，能够促进学生更好地掌握网店运营等基本理论，具备网店规划、店铺装修、商品上架、站内推广、站外推广、客户服务、客户关系管理、物流与包装、店铺运营数据分析等实际运用和操作能力。	90
6	零售门店 O2O 运营	运用数据采集与处理工具、促销活动工具、计算机等硬件工具完成工作任务	③ 设定 O2O 运营目标，协调和整合资源，使用促销活动工具和营销产品进行全渠道活动推广。 ④ 建立用户成长体系并进行	108

		务	精准营销	
7	客户服务	客户服务，包括客户咨询回复、异常订单处理、售后纠纷处理、客户维护、评价管理等工作内容，使用客服、社群工具及办公相关软件完成工作任务	① 掌握客户服务基础知识。 ② 理解平台规则、商品知识和沟通技巧等内容，能够回复客户咨询。 ③ 能够进行异常订单处理。 ④ 能够进行售后纠纷处理。 ⑤ 能够进行客户数据分析、引流并实施维护。 ⑥ 能够进行评价舆情的引导与管理	90
8	直播销售	直播销售（主播），包括主播直播准备、直播商品梳理、直播脚本编写、直播商品讲解、直播过程应急处理、直播复盘等工作内容，使用手机、直播平台相关工具、直播辅助设备及办公相关软件完成工作任务	① 掌握直播销售基础知识。 ② 理解直播平台规则、直播相关管理规定、直播技巧和历史直播总结报告等内容。 ③ 能够完成商品信息梳理、商品定位，打造主播人设标签。 ④ 能够编制整场直播脚本、单品脚本、应急预案脚本。 ⑤ 能够进行商品讲解。 ⑥ 能够辨识受众类型，完成直播复盘	90
9	互联网产品开发	典型工作任务为互联网及电商产品开发，工作内容主要有产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、UI 设计与打样、产品开发实施与推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核。 运用平面设计软件、UI 设计软件、计算	① 掌握 PEST 和 SWOT 分析方法，熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具。 ② 能够分析产品投放的投资回报率，制定互联网产品战略规划和开发方案，并建立产品需求模型和应用场景。 ③ 能够进行电商产品呈现方式及 UI 设计，跟进产品开发进度。 ④ 选择产品发布渠道，撰写产品渠道测试报告，组织实施产品发	108

		机等软硬件工具完成任务	布；对电商产品开发进度进行评估与考核	
10	短视频制作	典型工作任务为短视频制作，包括短视频拍摄器材选择、短视频拍摄、灯光布置、短视频拍摄视频构图、短视频拍摄流程设计、视频剪辑、视频导出、视频合成、视频剪辑制作、关键帧动画制作、图片制作动画制作、视频剪辑镜头制作、项目合成制作等。	本课程是电子商务专业的一门专业课程，根据电子商务职业活动必备的专业知识和能力分析整合而成，主要介绍怎样制作短视频的电子商务专业知识，向本专业学生介绍主要利用 Premiere 与 After Effects 工具软件怎样制作短视频的专业知识及专业技能，从实战角度出发，让学生全面、系统地了解利用 Premiere 与 After Effects 工具软件制作短视频的使用方法与精髓，了解视频制作的实战方法与技巧，激发学生的学习兴趣，摆正学生的学习、工作心态，为电子商务专业学生本知识的学习与应用、实习与就业打下坚实的基础。	90

(3) 专业拓展课程

专业拓展课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容与要求	参考学时
1	文案写作	文案写作教学围绕理论、技巧与实践展开。内容上，先讲解文案定义、类型（如品牌、产品、营销文案）及受众分析，助学生明确写作方向；再剖析标题、正文、结尾的创作技巧，涵盖吸引注意力、激发兴趣、促成行动的方法，融入案例分析与优秀文案拆解；同时教授文案风格塑造、语言表达优化，以及新媒体时代的短视频脚本、社交媒体文案创作。 要求学生熟练掌握文案核心要素，能精准提炼卖点、洞察受众需求，写出逻辑清晰、感染力强的文案；通过大量练习与模拟项目，提升文案撰写能力，达成从构思到落地的全流程把控，实现文案传播力与商业价值的有效结合。	108

2	商务礼仪与沟通	商务礼仪与沟通教学聚焦理论、规范与实践。内容上，系统讲解商务礼仪准则，包括仪容仪表、着装规范、会面礼仪、宴请礼仪、位次安排等，助学生塑造专业形象；同时深入剖析商务沟通技巧，涵盖电话、邮件、会议沟通，以及跨文化沟通要点，通过案例解析与场景模拟，提升倾听、表达、谈判及冲突处理能力。 要求学生熟练掌握商务礼仪规范，能在各类商务场合举止得体；精通商务沟通策略，灵活应对不同情境，实现高效信息传递与关系维护；通过实训项目，将理论转化为实际应用能力，在商务活动中展现良好职业素养与沟通水平。	126
3	人工智能导论	人工智能导论教学围绕基础理论、核心技术与实践应用展开。内容上，先介绍人工智能的发展历程、概念体系及研究领域；再讲解机器学习、深度学习的基础原理，涵盖决策树、神经网络等经典算法；同时引入自然语言处理、计算机视觉等应用场景案例，并结合简单编程实践，让学生初步掌握模型搭建与数据处理方法。 要求学生理解人工智能基本概念与技术架构，掌握常见算法原理，能够运用工具完成简单模型训练与测试；通过理论学习与实践操作，培养数据思维与问题解决能力，为后续深入学习人工智能专业知识奠定基础。	90
4	市场调研与分析	市场调研与分析教学涵盖理论、方法与实践应用。教学内容包括市场调研的基本概念、发展历程与重要意义，系统讲解文案调查法、观察法、访问法等传统调研方法，以及大数据分析、网络爬虫等新型技术；深入剖析问卷设计、样本选取、数据收集与清洗流程，介绍 SPSS、Excel 等工具进行数据处理与可视化分析，结合案例讲授调研报告撰写要点。 要求学生熟练掌握调研方法与工具，能独立设计调研方案、开展数据采集与分析，撰写逻辑清晰、结论可靠的调研报告，具备运用市场调研解决实际商业问题的能力。	126

5	经济学基础	经济学基础教学以理论、方法与应用为核心。内容上，先阐述微观经济学的供需理论、消费者行为、生产者决策，分析市场结构与均衡价格形成；再讲解宏观经济学的国民收入核算、就业与通货膨胀、财政与货币政策。同时引入成本收益分析、弹性理论等实用分析工具，结合经济热点案例剖析经济现象背后的原理。 要求学生理解经济学基本概念与原理，掌握供需模型、IS-LM 模型等分析方法；能运用经济学思维解读现实经济问题，独立完成简单经济现象的分析与预测，具备将理论知识应用于经济决策的基础能力。	108
6	商品拍摄与素材编辑	商品拍摄与素材编辑教学围绕实操技能与创意表达展开。内容上，先讲解摄影基础理论，包括光线运用、构图法则、相机参数调节；针对商品特性，教授静物、服饰、食品等不同品类的拍摄技巧，以及棚拍、外景等场景的布光与布景方法。在素材编辑方面，介绍 Photoshop、剪映等软件操作，涵盖图片调色、抠图合成、视频剪辑、特效添加等技能，并学习商品主图、详情页、短视频等营销素材的设计规范。 要求学生熟练操作拍摄设备与编辑软件，能根据商品特点制定拍摄方案，完成高质量图片与视频素材创作；掌握商品视觉营销逻辑，制作符合市场需求、吸引消费者的视觉内容。	126
7	商贸沟通	商务沟通教学以理论、技巧和实践应用为核心。内容上，先系统讲解商务沟通的基本原理、类型及重要性，让学生理解沟通在商务活动中的价值；再深入剖析语言沟通技巧，包括口头表达的逻辑构建、非语言沟通（肢体语言、表情神态）的运用，以及电话、邮件、会议等不同场景下的沟通要点；同时，重点教授谈判策略、冲突处理方法，通过案例分析讲解跨文化商务沟通中的差异与应对。 要求学生熟练掌握商务沟通的核心技巧，能够在各类商务场景中清晰、准确地传递信息；具备良好的倾听、表达和应变能力，有效化解沟通矛盾；通过模拟实训，提升商务谈判、团队协作等实战能力，展现专业商务沟通素养。	108

8	消费者行为分析	消费者行为分析教学聚焦理论、方法与实践应用。教学内容涵盖消费者行为的基本概念、研究意义与发展历程；系统讲解影响消费者行为的个人因素（年龄、性格、生活方式）、社会因素（文化、家庭、群体）及营销因素（产品、价格、渠道）；深入剖析消费者需求识别、信息搜索、购买决策、购后评价等行为过程模型，如 EKB 模型、S-O-R 模型；同时介绍观察法、问卷法、实验法等研究方法，结合大数据分析消费者行为数据。 要求学生掌握消费者行为理论框架，能运用分析模型解读消费现象；熟练使用调研方法收集数据，通过数据分析洞察消费者需求与偏好，具备撰写消费者行为分析报告、为企业营销决策提供建议的能力。	90
9	网店装修	网店装修教学融合设计理念与实操技能。教学内容上，先介绍网店装修的基本原则、风格定位及用户体验设计逻辑，让学生理解页面布局与营销转化的关系；随后深入讲解首页、详情页、专题页等核心页面的设计要点，包括色彩搭配、字体选择、图片处理技巧；同时，教授 Photoshop、C4D 等设计软件操作，以及电商平台（如淘宝、京东）后台装修工具使用，如模块添加、代码基础应用；结合案例分析优秀网店装修思路，学习促销活动页、品牌形象页的设计方法。 要求学生掌握网店视觉营销逻辑，能独立完成网店整体风格定位与页面规划；熟练操作设计软件与装修工具，制作美观且符合用户浏览习惯、促进商品转化的网店页面，完成从设计构思到上线发布的全流程操作。	126

（4）实践性教学环节

本环节主要包括校内外实训、岗位实习、毕业设计、社会实践等。本专业严格执行《职业学校学生实习管理规定》和《电子商务专业顶岗实习标准》要求。

校内外实训：在校内外进行网络推广、视觉化营销、电商直播、网络客服等综合实训。在电子商务行业的山东龙升绘宏网络科技有限公司、潍坊市海纳百川电子商务有限公司等 20 余家企业进行岗位实习。实训实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。

岗位实习：岗位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，保证学生岗位实习的岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致。学生参加岗位前，学校、实习单位、学生三方应签订实习协议。协议文本由当事方各执一份，未满 18 周岁学生还需要提交监护人签字的知情同意书。

十、教学时间安排及进程安排

（一）教学时间安排

容 周数 学年	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
—	36（军训 1 周）	2	2	12	52
二	36	2	2	12	52
三	36	2	2	12	52
四	36	2	2	12	52
五	36（实习：中职 3 个 月+高职 6 个月=9 个月。）		4	12	52

(二) 教学进程安排

课程类别	序号	课程名称	总学时	学分	实践学时	按学期教学进程安排 (教学周数/周学时)									
						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周	18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周	18周
公共基础课程	1	中国特色社会主义	36	2	4	2									
	2	心理健康与职业生涯	36	2	4		2								
	3	哲学与人生	36	2	4			2							
	4	职业道德与法治	36	2	4				2						
	5	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	36	2	4					2					
	6	思想道德与法治	54	3	8							3			
	7	形势与政策	18	1								1			
	8	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	54	3	4								3		
	9	军事理论	36	2	2							2			
	10	语文	288	16		3	3	3	3	2	2				
	11	数学	180	10		3	3	2	2						
	12	英语	144	8		2	2	2	2						
	13	体育与健康	288	16	216	2	2	2	2	2	2	2	2		
	14	信息技术	72	4	54	2	2								
	15	历史	72	4	8	2	2								
	16	艺术(音乐美术)	36	2	18			1	1						
	17	心理健康教育	36	2	18					2					
	18	劳动教育	72	4	72	1	1	1	1						
	小计1530学时(占总课时比例28.9%)		1530	85	420	17	17	13	13	8	4	8	5		
公共限选课	1	安全教育	18	1		1									
	2	党史国史	18	1			1								

专业课程		3	中华优秀传统文化	18	1				1							
		4	职业发展与就业指导	18	1				1							
		5	职业素养	18	1					1						
		6	创新创业教育	18	1					1						
		7	马克思理论类课程	18	1						1					
		8	健康教育	18	1							1				
		小计144学时（占总课时比例2.7%）		144	8	0	1	1	2	2	1	1	0	0	0	0
	公共选修课程	1	环保教育	18	1	9							1	1		
		2	海洋科学	18	1	9										
		3	应用文写作	18	1	9										
		4	艺术素养	18	1	9										
		5	文学修养	18	1	9										
		6	人工智能通识课程	18	1	9										
		小计36学时（占总课时比例0.7%）		36	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
	专业基础课程	1	电子商务基础	72	4	36	4									
		2	零售基础	72	4	36		4								
		3	市场营销基础	108	6	54			6							
		4	电子商务法律法规	72	4	36		4								
		5	商务数据分析	90	5	45			5							
		6	管理学基础	108	6	60				6						
		7	Photoshop	72	4	36	4									
		小计594学时（占总课时比例11.2%）		594	33	303	8	8	11	6	0	0	0	0	0	0
	专业核心课程	1	网店运营	90	5	45		5								
		2	网络营销	90	5	45				5						
		3	视觉营销设计	90	5	45			5							
		4	零售门店O2O运营	108	6	54						6				

		5	客户服务	90	5	45	5		客户	服务						
		6	新媒体运营	108	6	54					6					
		7	直播销售	90	5	45				5						
		8	数据化运营	90	5	45					5					
		9	短视频设计与制作	90	5	45					5					
		10	互联网产品开发	108	6	54						6				
		小计954学时（占总课时比例 18%）			954	53	477	5	5	5	10	16	12	0	0	0
	专业拓展课程	1	文案写作	108	6	54					6					
		2	商务礼仪与沟通	126	7	63						7				
		3	人工智能导论	90	5	45							5			
		4	市场调研与分析	126	7	63						7				
		5	商务沟通	108	6	54								6		
		6	经济学基础	108	6	54								6		
		7	商品拍摄与素材编辑	108	6	54								6		
		8	网店装修	90	5	45							5			
		9	消费者行为分析	90	5	45							5			
		小计954学时（占总课时比例18%）			954	53	477	0	0	0	0	6	14	15	18	0
	岗位实习	实训实习或毕业设计		1080	60	988									16周	18周
	其他课程	1	入学教育与军训	0	1	0	1周									
2		社会调查与实践	0	1	0		1周									
3		毕业实习教育	0	1	0									1周		
小计0学时（占总课时比例0%）		0	3	0	1周	1周	0	0	0	0	0	0	1周			
周学时及学分合计			5292	297	2666	31	31	31	31	31	31	24	24	30	30	
总学时			5292													

十一、实施保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为师资队伍建设的第一个标准。

1. 队伍结构

本专业在籍学生数与专任教师数比例不高于 18: 1。

专任教师应具有本科及以上学历，具有研究生学位教师占专任教师总数比例不低于 15%，高级职称达到 30%。

专业课教师中，“双师型”教师占数比例应不低于 60%。

能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任产业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业教研机制。

2. 专业带头人

原则上应具有电子商务专业及相关专业副高及以上职称，具有丰富的电子商务专业教育教学、课程开发经验和实践经历，具有团队教学和管理能力，能够较好地把握国内外电子商务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，准确把握行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域本领域具有一定的专业影响力。

3. 专任教师

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本科及以上学历，并具有相应学段的中职或高校教师资格证书；获得本专业相关高级职业资格或中级技术职称，具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或实训基地实训，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4. 兼职教师

按学校《兼职教师聘任与管理办法》，主要从电子商务专业相关行业企业的高技术技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，原则上应具有中级及以上相关专业技术职称，鼓励聘请技能大师、劳动模范、能工巧匠等高技能人才，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展 规划指导等专业教学任务。兼职教师比例应达到 30%。

（二）教学设施

主要包括能满足正常的课程教学、实习实训所必需的专业教室、实训室，以及实习实训基地。

1. 专业教室基本要求

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

2. 校内外实训场所基本要求

根据本专业人才培养目标的要求及课程设置的需要，按每班 45 名学生为基准，校内外实训条件配置如下：

（1）校内实训基本条件

序号	实训室名称 及面积	对应课程	主要工具和设施设备	
			名称	数量（台）
1	视觉化营销 实训机房 70 m ²	Photoshop 商品拍摄与处理 网店装修 短视频制作	计算机	45 台
			影像处理系列软件	一套
2	网络营销综 合实训室 A 70 m ²	新媒体运营 网络营销 微信营销 文案写作	计算机	45 台
			电子商务模拟软件	一套
			电子商务物流软件	一套
			服务器中心	一套
3	网络营销综 合实训室 B 70 m ²	新媒体运营 网络营销 文案写作	计算机	45 台
			电子商务模拟软件	一套
			电子商务物流软件	一套
			服务器中心	一套
4	电子商务综 合实训室 A 70 m ²	数据化运营 网店运营 零售门店 O2O 运营	计算机	50 台
			电子商务综合实训模拟软件	一套
			服务器中心	一套
5	电子商务综	零售基础	计算机	50 台

序号	实训室名称 及面积	对应课程	主要工具和设施设备	
			名称	数量（台）
	合实训室 B 90 m ²	商务数据分析 网上开店 网店运营	电子商务综合实训模拟软件	一套
			服务器中心	一套
6	电子商务客 户服务综合 实训室 70 m ²	电子商务客户服务 文案写作 数据化运营	计算机	50 台
			客户服务综合实训模拟软件	一套
7	摄影综合实 训室 50 m ²	商品拍摄与处理 网店装修	摄影设备（卡片机、柔光箱等）	10 套
			电动背景幕布	一套
			模特	5 个
8	直播实训室 20 m ²	直播销售 短视频设计制作	直播设备	5 套
9	电子商务生 产性实训基 地 400 m ²	新媒体运营 网店运营 直播销售 跨境店铺运维	办公电脑桌椅	60 套
			电脑	60 台
			液晶显示屏	1 台
			商品展架	4 组

3. 校外实训基本条件

具有稳定的校外实习基地。能提供网络营销推广、网店（站）运营管理、美工设计、电商客服等相关实习岗位，能涵盖当前电子商务产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度等。

序号	实训基地名称	对应课程	需提供的主要设备	能开展的实训活动
1	网络营销 校外实训基地	网络营销 店铺运营	计算机、实训工位	网络营销、微信营销
2	电子商务客服 校外实训基地	电子商务客户服务	计算机、电话、实训工位	客户服务
3	美工校外 实训基地	商品拍摄与处理 网店装修	计算机、实训工位	网店装修、商品拍摄

4	运营校外实训基地	互联网产品开发 网店运营	计算机、实训工位	网店运营
5	直播校外实训基地	直播销售 新媒体运营	计算机、直播设备、实训工位	电商直播 数据化分析
6	020 运营校外实训基地	店铺运营 零售门店 020 运营	计算机、实训工位	020 运营运营

4. 实习场所基本要求

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

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

（三）教学资源

1. 教材的选用

选用符合国家中等职业学校专业教学标准的教材。教材要体现“以服务为宗旨，以就业为导向”的职业教育办学方针，体现以学生为主体，以教师为主导的理念，具有可读性、趣味性、实践性、可操作性。严格执行学校制定的教材选用和开发制度；公共基础课统一使用国规和省荐教材，专业技能课尽量选用国家规划教材和省荐教材，所有教材在省教材选用平台中应选尽选。

2. 数字化资源建设

重视优质教学资源建设和网络信息资源的开发与利用，构建与该课程配套的相关资源，使学生能够尽快适应、了解和掌握将来所从事的工作。教师通过教学

软件、电子课堂以及多媒体设备等，充分利用模拟实训室的设施进行教学，并配以直观形象的幻灯片、动画、视频等教学资源，以调动学生学习积极性、主动性，促进学生理解、接受课程知识和业务流程；充分运用网络课程资源，利用 i 博导教学管理平台、先电平台开展混合教学。开发并利用现有的电子书籍、国家精品课程资源共享资源库、各大网站等网络资源组织教学，使教学内容从单一走向多元，使学生的知识和能力的拓展成为可能。

3. 图书资料建设

根据行业产业发展以及专业特点，以职业能力需求为出发点，联合行业企业及时更新、补充教学内容，积极开发实训手册、校本教材、精品课程、微课、教学平台等教学资源。主要包含：《电子商务法》《中国电子商务法律法规政策汇编》《电子商务概论》《电子商务优秀设计案例》《电子商务数据分析》等书籍，以及《电子商务》《商业经济研究》等专业学术期刊，同时使用现代化图书软件，实现高效管理，方便师生查询、借阅，做到及时更新，科学剔除。

（四）教学方法

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

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

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

“做中学、学中做”的工作过程体验中完成学习任务，培养学生分析问题、解决问题能力。

（五）学习评价

根据本专业培养目标和以人为本的发展理念，建立科学的评价标准。学习评价体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，广泛吸收学生、家长、行业企业、研究行业和其他社会组织参与评价，实现评价方式多元化，积极探索第三方参与的教学质量评价机制。

1. 以实习实训考核为主，以理论教学考核为辅，注重“能力融合”“技术综合”的现代考试观念，以职业资格认证与技能大赛为评价指标。

2. 考核方式采用阶段过程性考核与综合考核相结合的方式，可由随堂进行的技能考核、电子商务项目各个阶段结束点的综合考核以及课程结束时的最终考核组成。技能考核以电子商务项目管理中的具体技能任务为主，采用作业和练习的方式；综合考核采用作品展示等形式，考核根据各个情景结合现实项目管理的实施，以小组为单位，分别完成项目管理各阶段里程碑报告；最终考核以学生每4—6人组成项目小组，按电子商务项目管理的概念阶段、规划阶段、实施阶段和收尾阶段四个不同阶段，开展电子商务项目的综合设计方案评比。

3. 坚持过程性评价与结果性评价相结合、主观评价与客观评价相结合的多元化评价原则。过程性评价，应从感情态度、对应技能方向岗位能力、职业行为等多方面对学生在整个学习过程中的表现进行综合测评；结果性评价应从完成项目的质量、技能的熟练程度等方面进行评价。过程性评价内容包括：参加学习的课时、学习过程的参与程度、过程成果、技术操作与应用；结果性评价内容包括：分小组汇报总结，上交项目实施报告，汇报演讲、项目答辩考核成绩等。

4. 理论教学考核采用课堂表现评价、作业评价、学习效果课堂展示、综合笔试等多元评价方法。考核比例及要求如下：①平时成绩占20%。主要包括对出勤情况、课堂提问、讨论、作业等情况进行评价。②课程实训练习占40%。采用学生自评、学生互评、教师评价、企业评价方式对学生进行评价，分项目视实训完成情况记成绩。③期末考试（考查）成绩占40%。根据不同课程性质采用闭卷形式或开卷形式、理论考试或动手实践操作、纸质考试或上机考试进行。

5. 坚持以自我评价、同学评价、教师评价等多元化评价体系。坚持以学习能力、营销能力、创新能力、协作能力等评价指标组成的多方位评价标准。

6. 考核评价应纳入一定的电商企业专业人员评价（课堂成果、顶岗实习评价）。各阶段评价还要重视对学生遵纪守法、规范操作等职业素质形成，兼顾对节约意识，网络安全考核意识的考核，重要实际操作在实际中的应用。

（六）质量管理

1. 建立专业人才培养质量保障机制

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

2. 完善教学管理机制

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

3. 建立专业建立集体备课制度

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

4. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制

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

十二、毕业要求

（一）学业考核要求

根据本专业培养目标、培养规格及职业能力要求，可将技能考核、社会实践、技能证书融入学业考核中，技能考核包括部分课程技能和综合技能考核；社会实践是指开展的社会实践项目，可结合相关课程给予一定课程分数；鼓励学生积极参与课程对应的实践、技能比赛及技能考证考核，可折合相关课程学分。学生经过规定年限的学习，修满本专业人才培养方案所规定的全部学分，达到本专业人

人才培养目标和培养规格的要求。具体毕业条件如下：

1. 完成电子商务专业要求的学业标准，本专业学生学习总学时达到 5292 学时，获得学分 297 以上，必修课程全部合格。

2. 参加岗位实习并考核合格（含 60 分）以上。

3. 完成毕业设计论文答辩且成绩合格（含 60 分）以上。

（二）证书考取要求

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

（三）继续专业学习深造建议

本专业毕业的学生已基本达到企业相应岗位的入职要求，继续专业学习主要从提高专业经验和接受更高层次教育两个方面进行。

1. 提高专业经验主要在企业接受企业内部或外部的专门培训和训练。学生可接受企业组织的岗前培训，让学生走出去，让企业伸进来，还可按照企业所需人才标准，定向学习，在实践中发挥自身能力，加强自身素质。

2. 接受更高层次教育则在毕业前，选择与电子商务专业及相关专业对接的本科专业，通过“专升本”方式进入本科院校，专业可选择市场营销、电子商务、

跨境电子商务、网络营销等相近专业，继续完成本科学习；除此以外，还可以参加自考本科，成绩合格后由主考学校和高等教育自学考试委员会联合颁发本科毕业证书，获得国家承认证书，还可参加成人高考，根据自身情况选择脱产、业余、函授等不同学习方式进行学习，提高自身学历。专科毕业满 2 年或获得本科学历后，通过研究生入学考试，授受全日制或非全日制硕士研究生教育。

高职本科：电子商务专业、全媒体电商运营、跨境电商专业。

普通本科：电子商务专业、电子商务法律、跨境电商专业。

附 课程标准

电子商务基础课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。主要研究和介绍电子商务的基本概念、模式、基本原理、关键技术及其应用，使学生在掌握了本课程的基本原理的基础上，准确地理解和把握网络营销、电子支付等其他课程的基本内容，为学习其他专业技能课程打下良好的基础，注重学生实际操作能力的培养和锻炼，为以后工作做好准备。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

- (1) 养成良好礼仪修养及语言表达素养；
- (2) 具有踏实、勤奋、积极、主动、负责、良好表达、沟通的职业素养；
- (3) 培养学生善于表达沟通、勇于企业实践、注重学以致用；
- (4) 具备保守公司机密的职业素养；
- (5) 培养独立学习、商业运作的职业素养。

2. 知识目标

- (1) 掌握电子商务的概念，电子商务一般框架结构；
- (2) 了解电子商务发展历程，对应用现状和发展趋势有较全面的认识和判断；
- (3) 掌握 C2C、B2C、B2B 等电子商务的基本运作模式；
- (4) 理解电子商务发展中的技术问题、安全问题、物流配送问题、支付问题以及法律法规问题等电子商务中的相关环境；
- (5) 了解国内外典型电子商务网站，熟悉它们的经营状况、业务流程、商业模式，能够对各类网站进行比较分析；

(6) 熟悉网上消费者的特点及购买行为，掌握网络营销相关技术、策略，了解网络广告的类型和特点，掌握网上市场调研的方法；

(7) 熟练掌握电子商务实验室软件中各模块操作流程，并能将所学技能创造性地应用于淘宝、阿里巴巴等知名电子商务网站。

3. 能力目标

(1) 具有上述知识的实际应用经验；

(2) 能够从个案中找到共性，总结规律，从宏观上把握各类电子商务行业领域的基本流程；

(3) 能够举一反三，理论与实践相结合，自主学习提高；

(4) 具备自主学习新技术、新知识的能力；

(5) 熟知行业领域的安全规范。

三、课程内容和要求

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	走进电子商务	(1) 掌握电子商务的概念； (2) 掌握电子商务的分类； (3) 了解电子商务的产生基础； (4) 了解电子商务的发展状况与趋势； (5) 了解电子商务的发展过程中存在的主要问题。	(1) 案例讨论； (2) 分析淘宝、阿里巴巴、慧聪、敦煌网、京东各属于哪种模式的电子商务； (3) 利用搜索引擎查找移动电子商务有关内容； (4) 利用搜索引擎等工具收集国内外关于电子商务的法律法规，并阅读； (5) 通过了解国内、国外电子商务发展现状，增强学生对国家电子商务繁荣发展的荣誉感与自豪感。	8

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
2	电子商务的主要模式	(1) 了解我国 B2C 电子商务发展现状； (2) 熟悉知名 B2C 电子商务网站； (3) 了解我国 C2C 电子商务发展现状； (4) 掌握知名 C2C 电子商务网站定位与特色； (5) 了解 B2B 电子商务发展现状； (6) 熟悉知名 B2B 电子商务交易平台。	(1) 分析不同 B2C 电子商务网站定位与特色； (2) 掌握 B2C 电子商务模式与业务流程； (3) 做好淘宝网开店前的准备； (4) 分析 C2C 电子商务盈利模式； (5) 进行阿里巴巴会员注册操作； (6) 区分并掌握 B2B 电子商务模式类型以及 B2B 电子商务交易流程。	19

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
3	开展网络营销	(1) 掌握网络营销的概念； (2) 掌握网络营销的特点和内容体系； (3) 掌握网络营销的基本职能； (4) 了解网络营销对传统营销的冲击； (5) 掌握网络营销产品与服务策略； (6) 掌握网络营销价格策略； (7) 掌握网络营销渠道策略； (8) 掌握网络营销促销策略； (9) 了解搜索引擎营销、病毒型营销、微博营销、数据库营销。	(1) 案例讨论； (2) 设计一个网络调查，利用中调网、百度、新浪博客等发布并开展调查； (3) 练习使用博客、空间、论坛、邮件进行网络营销； (4) 分析搜狐、新浪等网站的各种网络广告，总结网络广告的类型、收费方式、广告效果； (5) 通过分析部分网络营销人员存在的虚假宣传、过度宣传等乱象，提升自身职业素养； (6) 传播优秀商业文化，培养文化自信。	12

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
4	实现网上支付	(1) 掌握电子支付概述; (2) 了解电子支付的方式; (3) 了解网上银行的产生与发展; (4) 掌握网上银行的概念和特点; (5) 了解网上银行的业务类型; (6) 了解第三方支付概述; (7) 掌握第三方支付平台的模式; (8) 了解国内第三方支付平台的交易流程; (9) 了解第三方支付存在的问题; (10) 了解移动支付的发展概况; (11) 了解移动支付未来发展。	(1) 开通网上银行, 并进行安全设置、网上银行查询、转账各种业务; (2) 对几大银行网站的业务类型、特色服务进行比较, 课堂展示; (3) 申请支付宝或财付通账户, 管理、查询支付宝或财付通, 使用支付宝或财付通完成支付; (4) 案例分析移动银行业务; (5) 开通手机银行, 并使用手机银行查询账户、转账、充值。	17

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
5	电子商务物流	(1) 了解物流的含义; (2) 掌握物流的功能; (4) 了解电子商务与物流的关系; (5) 了解电子商务物流的特点; (6) 掌握自营物流模式; (7) 掌握物流联盟模式; (8) 掌握第三方物流; (9) 了解第四方物流。	(1) 案例分析讨论; (2) 浏览顺丰快递网站,了解顺丰快递的信息化物流; (3) 搜索并比较常用的第三方物流企业。	20
6	客户服务与电子商务客户服务	(1) 了解客户服务的含义; (2) 了解客户服务的分类; (3) 分析传统客户服务的弊端和电商客户服务的优点; (4) 了解电商客户服务的分类和作用; (5) 理解电商客户服务的工作内容; (6) 了解电商客服人员的职业素养和职业能力; (7) 能运用所学处理各类网店交易纠纷。	(1) 案例讨论与分析; (2) 培养对电子商务专业的学习兴趣和热情,树立职业理想,增强职业意识,初步激发学生从事电子商务客户服务工作岗位的热情; (3) 小组合作,练习在线沟通工具的操作,能结合电子商务客户服务执行层岗位要求,提升自身职业能力。	18

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
7	电子商务相关技术	(1) 了解互联网技术在电子商务中的应用; (2) 理解电子商务的安全需要; (3) 掌握身份识别技术; (4) 掌握防火墙技术; (5) 了解加密技术; (6) 掌握认证技术; (7) 掌握安全认证协议。	(1) 讨论分析生活中大数据应用的例子; (2) 分析人工智能带来的生活变化; (3) 练习使用平台运营软件的功能; (4) 练习千牛工作台基础应用。	16
8	重视电子商务安全应用与法律法规	(1) 掌握电子商务的基本安全要素; (2) 了解电子商务中的安全问题; (3) 了解计算机病毒防范技术; (4) 了解电子商务立法背景; (5) 了解电子商务法的作用与应用。	(1) 讨论分析案例: 网民是如何丢失了网上银行账号密码; (2) 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; (3) 通过了解电子商务安全体系, 增强安全意识。	16

四、学生考核与评价

以学习目标为评价标准, 坚持用多元评价方式引导学生形成个性化的学习方式, 实行每个项目有测验, 平常积分计入期中期末考试成绩的方法。实行日常考核、实训考核、期中期末考核结合的评价方式。

学习评价宜以过程评价和目标评价相结合, 注重实践性引导, 过程评价以鼓励为主。重视学生平时表现, 结合平时考勤、课堂提问、平时测试、实验实训以及技能大赛表现综合评价学生成绩。教学效果评价重点评价学习者的职业能力。

五、实施建议

1. 教学方法

(1) 将思政融入教学全过程,采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式。以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣,培养学生分析问题、解决问题的能力 and 实际操作能力。

(2) 教学中注意创设教育情境,采取理论实践一体化教学模式。

(3) 教师要充分利用计算机多媒体等教学手段,以便保证教学质量、提高教学效率。

2.教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用,倡导选用活页式、工作手册式新形态教材,国家和省级规划目录中没有的教材,可在国家和省职业院校教材信息库选用。选用体现新技术、新工艺、新规范等内容的高质量教材。

(1) 教材编写要以本课程标准为依据,教材内容应该符合课程标准内容和要求,体现先进性、实用性,典型案例的选取要科学,具有可操作性。

(2) 教材以完成任务的典型活动项目来驱动,实际案例、情景模拟和课后拓展作业等多种手段,采用递进和并列相结合的方式组织编写。

(3) 教材应体现以学生为主体,文字表述要简明扼要,内容展现应图文并茂、突出重点,重在提高学生学习的主动性和积极性,给学生创新的空间。

3.教学实施与保障

重视现代教育技术与课程的整合,充分发挥互联网等现代媒体技术的优势,建成集纸质与电子、静态与动态的图书和网络资源于一体的教学资源库。教学资源库包括课程目标、教学内容、实验实习实训、教学指导和学习评价方案等要素。

4.课程资源开发与利用

有效开发和充分利用电子教案、教学课件、习题库、案例库、实训指导书等教学资源;突破教材的制约,合理开发视频库、图片库等教材以外的素材性资源;

大力开发和利用网络课程、微课、数字化教学平台、各类电子图书资源等数字化学习资源；同时要注重课程资源开发与利用的时效性，及时进行更新和维护。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

周次	学习任务	授课时数 (节)	主要教学 形式
1	项目一：走进电子商务——电子商务的概念和特征	7	课堂教学
2	项目一：走进电子商务——电子商务的产生与发展	7	课堂教学
3	项目二：电子商务的主要模式——B2C电子商务模式	7	课堂教学
4	项目二：电子商务的主要模式——C2C 电子商务模式	7	课堂教学
5	项目二：电子商务的主要模式——B2B 电子商务模式	7	课堂教学
6	项目三：开展网络营销——网络营销概述	7	课堂教学
7	项目三：开展网络营销——4P 策略	7	课堂教学
8	项目三：开展网络营销——网络营销的方式	7	课堂教学
9	项目四：实现网上支付——网络支付概述	7	课堂教学
10	项目四：实现网上支付——第三方支付	7	课堂教学
11	项目四：实现网上支付——移动支付 项目五：电子商务物流——物流与电子商务物流	7	课堂教学
12	项目五：电子商务物流——电子商务物流模式	7	课堂教学
13	项目五：电子商务物流——电子商务物流模式	7	课堂教学
14	项目六：客户服务与电子商务客户服务——客户服务	7	课堂教学

周次	学习任务	授课时数 (节)	主要教学 形式
15	项目六: 客户服务与电子商务客户服务——电子商务客户服务	7	课堂教学
16	项目七: 电子商务相关技术——平台建设与运营技术	7	课堂教学
17	项目七: 电子商务相关技术——其他相关技术 项目八: 重视电子商务安全应用与法律法规——网络安全	7	课堂教学
18	项目八: 重视电子商务安全应用与法律法规——法律保障	7	课堂教学

Photoshop 课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一门专业基础课程,是电子商务专业学生必修的实践性较强的专业基本技能课程。

通过本课程的学习,要求学生熟练掌握使用 Photoshop 软件进行图像合成、图像绘制、图像处理,能设计与制作标志、特效字、DM 广告,会简单包装、书籍装帧设计与制作,为专业岗位核心能力打下良好的基础。学生通过对 Photoshop 基础知识与技能的学习,有助于增强法律意识、提高图像设计与创新能力、培养良好的审美能力、树立正确的图形图像社会价值观和责任感,培养符合时代要求的图像素养与适应职业发展需要的图形图像能力。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

- (1) 培养学生良好的心理素质和职业道德素质;
- (2) 培养学生大胆创新的精神和设计创意思维;
- (3) 培养学生较强的自我知识及技术更新能力;
- (4) 培养学生高度责任心和良好的团队沟通、合作意识;
- (5) 具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力,具有一定的审美和人文素养。

2. 知识目标

- (1) 掌握 Photoshop 软件操作方法和技巧;
- (2) 掌握图像色彩安排方法;
- (3) 掌握图层、蒙版、通道、路径、滤镜的运用方法;
- (4) 掌握电子商务职业技能等级标准内容要求的相关技能。

3. 能力目标

- (1) 能运用 Photoshop 软件进行图像处理和图形设计；
- (2) 能运用 Photoshop 软件制作特效；
- (3) 能运用 Photoshop 软件进行简单的平面设计；
- (4) 初步具有作品构思、创意设计能力；

三、课程结构与内容

本课程坚持立德树人的根本要求，结合中职学生学习特点，遵循职业教育人才培养规律，落实课程思政要求，有机融入思想政治教育内容，紧密联系工作实际，突出应用性和实践性，注重学生职业能力和可持续发展能力的培养，结合中高本衔接培养需要，根据电子商务专业我校人才培养方案中本课程的内容与要求，合理设计如下教学单元和教学活动。

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	认识 Photoshop 软件	(1) 了解 Photoshop 软件及应用领域； (2) 理解位图与矢量图形的特征，理解像素与分辨率关系； (3) 会按要求新建和保存文件，包括文件名、文件格式和保存路径； (4) 理解 JPEG、PNG、PSD 等常用图片文件格式及特点； (5) 掌握创建、修改画布的方法； (6) 会使用图像移动、旋转、缩放、复制、变形工具处理图像。	(1) 引导学生从美学方面欣赏图片，提升审美能力，净化精神，陶冶情操； (2) 利用事先准备好的广告宣传图片、LOGO 图标、婚纱摄影作品让学生欣赏，引起学生的兴趣； (3) 观看作品，通过教师的引导，明确学习目标，培养学生的版权保护意识。	6
2	Photoshop 工具	(1) 掌握矩形、椭圆形、单行、单列选区工具的使用方法；	(1) 授课中，以演示法为主，用好的	30

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
	的使用	(2) 掌握套索工具、多边形套索工具、磁性套索工具创建选区的方法； (3) 会使用魔术棒、快速选择工具、快速蒙版创建选区； (4) 掌握渐变、填充、描边工具的基本使用方法； (5) 掌握画笔工具、铅笔工具、画笔面板、擦除工具的使用技巧； (6) 能使用裁切、切片等工具裁剪图像； (7) 会使用涂抹、模糊、锐化、减淡、加深等工具修饰图片； (8) 会使用图章、画笔修复、污点修复、修补、红眼等工具处理照片。	实例激发学生的学习兴趣； (2) 通过处理前后图片对比差异吸引学生，提高学生兴趣； (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。	
3	Photoshop 图像处理基础操作	(1) 掌握图层及图层组新建、删除、顺序安排的操作方法； (2) 知道图层混合模式及其应用；会使用图层进行基本的图像合成了解基本的色彩知识，Photoshop 图片的色彩模式，掌握色彩模式及相互转换； (3) 会使用色阶、曲线、通道、曝光度、色彩平衡、lab 模式、HDR 等色彩安排工具处理图像； (4) 掌握去色、替换色彩、黑白、色调分离、渐变映射等命令的使用方法； 会使用钢笔工具创建路径； (5) 掌握路径的描边应用技巧； (6) 掌握创建点文字和段落文字的方法； (7) 能根据要求设置字符样式、段	(1) 分析优秀作品，学习设计思路，掌握制作流程； (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，提高学生分析问题、解决问题的能力； (3) 将创新意识、敬业精神的养成融入相关教学实践活动中。	30

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
		落样式； (8)会使用文字工具创建路径文字、文字蒙版。		
4	Photoshop 图像处理高级应用	(1) 了解蒙版的种类和用途； (2) 掌握矢量蒙版、剪贴蒙版、图层蒙版的使用方法； (3) 能使用通道面板、颜色通道、Alpha 通道、专色通道处理图形； (4) 会使用蒙版与通道进行抠图； (5) 会使用滤镜制作各种特效； (6) 会使用“动作”批处理功能编辑图片。	(1) 贯彻“以学生为中心”的理念，发挥教师的主导作用，突出学生的主体地位；以能力为本位，采用任务驱动、工作过程导向的教学方法，做中学、做中教； (2) 设计过程中引导学生养成版权保护意识，严禁抄袭。	36
5	图形图像处理综合案例制作	(1) 掌握宣传画册版式设计及色彩搭配方法； (2) 能完成宣传画册封面、封底、内页的整体设计与制作； (3) 掌握海报主题分析、元素搜集与处理方法； (4) 能完成海报的整体设计与制作； (5) 能完成儿童、婚纱等照片的后期处理； (6) 会设计制作不同主题、风格的相册； (7) 能完成网页导航栏、按钮等页面元素样式的设计与制作。	(1) 建议在教学做一体化教室、实训室完成教学任务； (2) 采用项目教学； (3) 教师先演示作品，再讲解知识点和操作步骤，讲练结合； (4) 通过项目实战，让学生具备根据设计需求进行分析、描述和设计实现的能力； (5) 将敬业精神融入学生的创作中，	24

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
			使学生在知识和技能的学习中形成良好的职业品质和职业素养。	

四、学生考核与评价

改变单一的总结性评价的方法，采用过程评价和综合评价相结合的评价方法。教学中注重学生学习的过程，精心设计对学生学习过程的记录及评价体系，从而让学生真正有所收获并学以致用。

1. 考核方式。为了真实反映学生的学习效果，体现项目化教学的特点，对学生的考核是以能力为本位。本课程采取了“基于工作过程+结果”的考核方式，实行日常完成任务评价与最终工作成果评价相结合、能力目标评价与知识目标评价相结合、基本能力评价与拓展能力评价相结合、技能与团队协作能力相结合、过程与期末上机考试相结合的考核方式。

2. 成绩构成。本课程考核成绩可以由两个部分构成，

第一部分为学习过程成绩，占总成绩的 60%。建议：平时表现*10% + 教学实例完成评价*20% + 教学项目完成评价*30% ；

第二部分为技能考核成绩，占总成绩的 40%。

五、教学实施与建议

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、情境教学法、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. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用,倡导选用活页式、工作手册式新形态教材,国家和省级规划目录中没有的教材,可在国家和省职业院校教材信息库选用。教材是课程标准的具体呈现形式,是实现课程目标、实施教学的重要资源。中等职业学校 PS 课程教材的编写,要以社会主义核心价值观为导向,落实立德树人的根本任务;要注重职业教育特点、PS 学科特色和中等职业学校学生认知规律。

教材要有利于培养学生本学科核心素养,有助于教师依据课程标准科学、合理地进行教学设计,引导学生积极思考、主动探究、学会学习。呈现形式上要符合学生的认知特点、图文并茂、生动有趣,并配套支持数字化学习的在线学习资源。

3. 教学实施与保障

(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,可以保证学生能够完成各项要求;

(2) 实施教学时,教师要贯彻立德树人的宗旨,准确把握中等职业学校 PS 课程的性质、任务和目标要求,发掘课程中的德育因素、关注学生综合能力的培养,在课程教学中融入图像图形社会责任感的培养,将本学科核心素养内涵贯穿教学过程的始终;

(3) 学校和教师应依托产教融合与校企合作,立足职业岗位需求,通过课程内容的扩展延伸,结合学生所学专业,将 PS 的课程学习与学生的职业发展需求深度融合。

4. 课程资源开发与利用

本课程教学资源具体包括:电子教案、教学课件、习题库、案例库、视频库、图片库、实训指导书、网络课程、数字化教学平台、各类图书资源等。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
1	认识Photoshop软件 Photoshop软件基本操作 图像基本编辑	7	讲授
2	Photoshop 工具的使用 选区工具使用	7	演示 练习巩固
3	绘图工具使用	7	演示 练习巩固
4	图片修饰工具使用	7	演示 练习巩固
5	图像色彩调整	7	演示 练习巩固
6	Photoshop 图像处理基础操作 图层操作	7	演示 练习巩固
7	路径运用	7	演示 练习巩固
8	文字编辑	7	演示 练习巩固
9	Photoshop 图像处理高级应用 通道	7	演示 练习巩固
10	蒙版	7	演示 练习巩固
11	滤镜的应用	7	演示 练习巩固
12	动作的应用	7	演示 练习巩固
13	Camera Raw 滤镜应用	7	演示 练习巩固
14	图形图像处理综合案例制作 海报设计案例	7	任务驱动
15	宣传画册设计案例	7	任务驱动

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
16	数码照片处理案例	7	任务驱动
17	网页界面设计案例	7	任务驱动
18	综合案例	7	任务驱动

电子商务客户服务课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程,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

1. 素质目标

- (1) 培养严谨的工作态度;
- (2) 培养责任意识和服务意识;
- (3) 培养创新创业意识和团队合作意识;
- (4) 崇尚遵守法律、遵规守纪;
- (5) 具有良好的职业道德和职业素养,诚实守信;
- (6) 具有质量意识、绿色环保意识、安全意识。

2. 知识目标

- (1) 掌握客户服务的工作内容;
- (2) 掌握客服基本礼仪的要求;
- (3) 掌握正确处理客户投诉的原则和步骤;
- (4) 掌握处理投诉的技巧和管理流程,解决客户投诉;
- (5) 掌握开场白设计及引导客户说话的技巧;
- (6) 掌握引导成交及促成交易的技巧;
- (7) 掌握书面沟通的要素和技巧;
- (8) 掌握建立客户关系的方法;

- (9) 掌握接待客户过程中的服务技巧；
- (10) 掌握解答顾客在购买过程中咨询的技巧；
- (11) 掌握提升售后过程中实施客户满意评价能力的方法；
- (12) 掌握客服人员自我控制情绪的六种办法。

3. 能力目标

- (1) 掌握正确的发声方法，吐字清晰，语速适当，亲和力强；
- (2) 正确接听、记录、转接电话；
- (3) 具备良好的沟通、合作和分析判断能力；
- (4) 快速判断客户的气质类型，熟练与客户沟通；
- (5) 有效化解客户的抱怨、异议；
- (6) 灵活应对各种投诉。

三、课程结构与内容

本课程坚持立德树人的根本要求，结合中职学生学习特点，遵循职业教育人才培养规律，落实课程思政要求，有机融入思想政治教育内容，紧密联系实际，突出应用性和实践性，注重学生职业能力和可持续发展能力的培养，结合中高本衔接培养需要，根据电子商务专业我校人才培养方案中本课程的内容与要求，合理设计如下教学单元和教学活动。

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
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； (3) 通过体验客服工作，培养学生勇于实践、勤于探索的精神。	4

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
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; (3) 通过学习普通话规范, 培养学生热爱汉语的情怀。	4
3	客户接待与沟通	(1) 掌握客服基本礼仪的要求; (2) 掌握电话接听与在线客服的方法; (3) 掌握聆听的技巧; (4) 掌握提问的主要事项及技巧; (5) 掌握复述的要领。	(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; (3) 使学生学习以人为本的理念, 感受中华传统礼仪之邦的影响力, 提升文化自信。	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 任务一: 接到客户投诉并处理; 任务二: 客户抱怨导致公司声誉受损, 如何采取危机公关; 通过处理客户投诉, 培养学生的耐心, 使其形成良好心态。	8
5	促成交易	(1) 掌握开场白设计及引导客户说话的技巧; (2) 掌握引导成交及促成交易的技巧。	(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; (3) 培养学生的敬业精神和责任意识。	6

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
6	书面沟通	(1) 掌握书面沟通的要素； (2) 掌握书面沟通的原则； (3) 掌握书面沟通的技巧； (4) 掌握道歉信、促销信息的撰写。	(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； (3) 通过学习书面沟通，修炼学生的洞察力和判断力。	6
7	客户关系管理	(1) 掌握建立客户关系的方法； (2) 明确如何收集客户信息，建立并管理信息数据库； (3) 了解如何提升客户满意度。	任务驱动 (1) 任务一：以学校教师作为客户，收集客户喜好信息； (2) 任务二：建议客户购买相关商品，让客户给出满意度； (3) 培养学生以人为本的思想和忧患意识。	6
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) 学生比较，教师点评并给出建议； (3) 培养学生的脚踏实地、爱岗敬业精神。	6
9	提升售中客服能力	(1) 掌握解答顾客在购买过程中咨询的技巧； (2) 掌握帮助消费者挑选商品的技巧。	(1) 模拟超市等购物场所，使学生身临其境进行售中客服； (2) 培养学生的脚踏实地、爱岗敬业精神。	6

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
10	提升售后客服能力	(1) 掌握提升售后过程中实施客户满意评价能力的方法; (2) 掌握售后过程中处理客户投诉的技巧。	(1) 电话咨询被服务客户的意见和建议; (2) 培养学生的脚踏实地、爱岗敬业精神。	4
11	调整情绪压力	(1) 掌握客服人员自我控制情绪的六种办法; (2) 掌握有效的自我激励和激励他人的方法; (3) 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; (3) 培养学生的坚韧品格和积极心态。	4
12	客户服务实训	(1) 熟练运用客户接待与沟通的技巧; (2) 熟练运用处理投诉的技巧; (3) 熟练运用促成交易的技巧; (4) 熟练运用售前客服的技巧; (5) 熟练运用售中客服的技巧; (6) 熟练运用售后客服的技巧。	(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; (3) 通过客户服务实训, 培养学生的客户关爱意识。	10

四、学生考核与评价

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、课件设计、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。

五、教学事实与建议

1. 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。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，发现并纠正学生的不良学习和工作习惯，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。

（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。

2. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用，倡导选用活页式、工作手册式新形态教材，国家和省级规划目录中没有的教材，可在国家和省职业院校教材信息库选用。通过深入企业的销售部、客户服务部、接待部等工作部门和岗位进行调研，体验企业客户服务岗位的工作情境，了解其工作要求、工作方法，获取成功案例；对在客户服务工作岗位上工作的毕业生进行跟踪，获取工作经验和职业成长经历；参阅大量的高职高专规划教材，丰富本课程的知识体系和案例。校本教材编写过程中应注重对学生专业能力、方法能力的培养，表达形式上应采用传统教材与教师活页、学生工作页相结合的综合表现形式，使其具有灵活性和开放性。

3. 教学实施与保障

（1）校内实践教学条件要求。课程技能训练的校内实训基地需能够营造虚实结合、互动参与的实践训练情境，配置各类教学软件 and 多媒体设备，能访问互联网，能够开展客户服务训练项目。本课程编制的“电子教材”“电子教案”“复习与训练题”“技能训练指导模块”“教学大纲”“授课计划”“学习形式”“考核方式”等内容能够上传网络，满足课堂教学和学生课外学习的需要。学生可通过网络进行远程学习，教师利用网络可对学生进行有针对性的指导。

（2）校外实习基地条件要求。本课程需要营造课堂内良好的实训环境，积极推行开放式实践型教学，建设开放式的实训平台，与多家电子商务公司达成实训实习合作协议，校外实习基地企业能够为学生提供与本课程相适应的顶岗实习岗位。应配备指导教师对学生的实习活动进行必要的指导和考核评价，同时承担学生在企业实习期间的管理责任。

4. 课程资源开发与利用

(1) 建设客户服务实训室，运用计算机与多媒体、视频剪辑与业务录像、网络、校内外实训基地的资源，结合淘宝网、中国联通，阿里巴巴的真实录像等，有效全面地对学生的客服行为进行点评、分析。

(2) 建设客户服务课程网站，在网站上，学生可以在任何时间和地点浏览教学录像，剪辑的视频资料、教学课件、案例、实训平台等，可以与老师进行网上实时交流，发布个人学习心得、成果和体会，同时可以在线考核，通过服务栏目与论坛平台，实现与社会相关人士进行业务交流与学习。

授课进程建议表

周次	教学章节	授课时数 (节)	主要教学形式
1	体验客服工作	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
2	语音训练	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
3	客服基本礼仪	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
4	电话接听、提问和复述	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
5	处理客户投诉的原则、步骤	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
6	处理投诉的技巧和管理流程	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
7	促成交易	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
8	引导成交技巧、道歉信撰写	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
9	书面沟通	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
10	客户关系管理	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
11	提升售前客服能力	4	讲授/演示/案例/讨论/实训

周次	教学章节	授课时数 (节)	主要教学形式
12	接待客户技巧、沟通技巧	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
13	提升售中客服能力	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
14	提升售后客服能力	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
15	售后技巧、调整情绪压力	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
16	客观面对情绪、客户服务实训	4	讲授/演示/案例/讨论/实训
17	客户服务实训	4	实训
18	客户服务实训	4	实训

短视频制作课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一门专业核心课程,根据电子商务职业活动必备的专业知识和能力分析整合而成,主要介绍怎样制作短视频的电子商务专业知识,向本专业学生介绍主要利用 Premiere、After Effects、剪映工具软件怎样制作短视频的专业知识及专业技能,从实战角度出发,让学生全面、系统地了解利用 Premiere 、After Effects、剪映工具软件制作短视频的使用方法与精髓,了解视频制作的实战方法与技巧,激发学生的学习兴趣,摆正学生的学习、工作心态,为电子商务专业学生本知识的学习与应用、实习与就业打下坚实的基础。

二、课程教学目标

1. 素质目标

- (1) 培养学生审美能力,具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力,具有一定的审美和人文素养;
- (2) 具有较强的集体意识和团队合作精神,能够进行有效的人际沟通和协作,提高学生分析问题、解决问题的能力;
- (3) 培养信息素养、创新精神;
- (4) 具有良好的职业道德和职业素养,爱岗敬业,具有精益求精的工匠精神;
- (5) 掌握一定的学习方法,具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。具有良好的身心素质。

2. 知识目标

- (1) 熟悉短视频的特点、视频脚本编辑,视频拍摄的人员配置;
- (2) 掌握产品视频拍摄的要点,广告视频拍摄策略;
- (3) 理解五种主要的景别、基本的运镜方式;

- (4) 熟记几种常用的技巧转场和无技巧转场；
- (5) 了解蒙太奇的概念、库里肖夫效应、普多夫金实验，理解几种蒙太奇类型；
- (6) 掌握 Premiere、After Effects、剪映的使用方法与技巧；
- (7) 熟悉视频上传与发布以及短视频策划的方法。

3. 能力目标

- (1) 熟悉短视频策划方法，能够合理分工，具备脚本编辑能力；
- (2) 能够拍摄各类景别的镜头和不同类型的运动镜头；
- (3) 能组接拍摄的镜头，搭配文字、音乐，制作广告视频；
- (4) 掌握短视频剪辑软件操作技巧、短视频后期制作及非线性编辑方法。

三、课程结构与内容

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	基础知识介绍	(1) 认识短视频； (2) 了解短视频用途； (3) 了解视频制作概念； (4) 了解拍摄短视频前的准备工作：器材的选择、灯光和布光手法、视频的构图和拍摄流程等。	(1) 小组讨论短视频，认识了解其用途，引出视频制作概念及课程作用与意义； (2) 多媒体教学资料及案例研讨演示，讲授学习了视频制作基础知识及拍摄短视频前的准备工作； (3) 布置任务，共同任务分析探究，完成实训； (4) 作品点评； (5) 小结，重难点强调； (6) 作业巩固。	12
2	脚本创造	(1) 了解算法与价值观； (2) 掌握洞察力；	(1) 多媒体教学资料及案例研讨演示；	18

序号	学习模块	学习内容要求	教学活动设计建议	建议学时
		(3) 掌握IP人设。	(2) 介绍算法与价值观、洞察力、IP人设； (3) 布置任务（中秋主题脚本撰写等），共同任务分析探究，完成实训； (4) 作品点评、传统文化传承分析； (5) 小结，重难点强调； (6) 作业巩固。	
3	数据运营	(1) 了解短视频数据指标； (2) 掌握抖音流量池规则； (3) 掌握数据运营工具； (4) 掌握短视频矩阵布局； (5) 了解企业蓝V（拓展知识）。	(1) 多媒体教学资料及案例研讨演示； (2) 介绍短视频运营； (3) 布置任务（账号运营等），共同任务分析探究，完成实训； (4) 作品点评； (5) 小结，重难点强调； (6) 作业巩固。	6
4	视频拍摄方法及技巧	(1) 掌握拍摄场景和角度； (2) 掌握构图知识与方法； (3) 掌握打光知识与方法。	(1) 多媒体教学资料及案例研讨演示； (2) 布置任务（短视频拍摄等），共同任务分析探究，完成实训； (3) 作品点评； (4) 小结，重难点强调； (5) 作业巩固。	12
5	初级剪辑	(1) 剪映软件介绍与概述，了解软件菜单界面组成与功能； (2) 掌握电子相册制作知识与方法； (3) 掌握电影混剪制作知识与方法；	(1) 多媒体教学资料及案例研讨演示； (2) 介绍软件菜单及功能； (3) 布置任务（班级电子相册、Vlog、爱国电影混剪等），共同任务分析	24

序号	学习模块	学习内容要求	教学活动设计建议	建议学时
			探究，完成实训； (4) 作品点评，团结精神、爱国主义精神分析； (5) 小结，重难点强调； (6) 作业巩固。	
6	中级剪辑	(1) 掌握视频剪辑制作知识与方法； (2) 掌握定格动画制作知识与方法； (3) 掌握图片、图形、文字制作动画制作知识与方法； (4) 掌握视频调色知识与方法； (5) 掌握抠像知识与方法。	(1) 多媒体教学资料及定格动画案例研讨演示； (2) 布置任务（定格动画短视频制作等），共同任务分析探究，完成实训； (3) 作品点评，定格动画体现的工匠精神分析； (4) 小结，重难点强调； (5) 作业巩固。	24
7	高级剪辑	(1) PR、AE软件介绍与概述，了解软件菜单界面组成与功能； (2) 掌握PR特效知识与方法； (3) 掌握渲染视频制作知识与方法； (4) 掌握压缩视频制作知识与方法。	(1) 多媒体教学资料及案例研讨演示； (2) 介绍软件菜单及功能； (3) 布置任务（主题短视频完整制作等方法），共同任务分析探究，完成实训； (4) 作品点评； (5) 小结，重难点强调； (6) 作业巩固。	12

四、学生考核与评价

本课程考核原则是坚持评价过程、评价方式的多元化。过程性评价中注重对学生课堂讨论、参与表现态度、分析问题与解决问题、团结合作意识、小组协作、审美、实践操作水平等能力进行多个方面评价。

结果性评价可以采用实践考试、任务完成、调查报告与作业等多种方式进行

综合评价。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

本课程教学可采用演示讲授、头脑风暴、小组协作学习、案例分析、任务驱动、实训等方法，激发学生的学习兴趣，帮助学生了解短视频制作的相关知识，培养学生在电子商务行业工作的职业意识和职业习惯。

教学中所用基础理论知识内容的认知部分的了解与掌握，可以主要采取多媒体教学资料及案例演示、小组头脑风暴研讨分析，教师基础知识讲授等形式组织教学；相关软件的了解与熟悉、视频制作实践技能的学习掌握，可以采取老师布置任务，小组共同任务探究，实训完成并展示点评的形式组织教学，并在课后可以进一步采用完成拓展任务或案例的形式进行内容的巩固学习。

2. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用，倡导选用活页式、工作手册式新形态教材，国家和省级规划目录中没有的教材，可在国家和省职业院校教材信息库选用。

（1）教材内容尽量做到简练、准确，以学生生活体验，企业真实的工作任务导入教学，激发学生兴趣；学习单元设计成行动任务，教学内容能动性较强。

（2）教材语言表述应生动活泼，栏目丰富多变，体例简洁实用。

（3）可考虑增加优秀案例视频、往届学生作品视频展示与学习，培养学生对本知识学习的兴趣。

3. 教学实施与保障

（1）课堂教学条件：多媒体教室、多媒体教学资料。

（2）实训条件：参照实训室配备标准进行，建议师生比为 1:20，不要超过 1:30。

4. 课程资源开发与利用

(1) 可建立校园网，并将终端连入学校的多媒体教室，为开展网络教学提供有利的教学环境。可建立课程网站，实现本课程教学辅助资源的共享和教与学的互动，使学生可通过网络了解本课程的主要学习内容、重点与难点，获得学习方法上的指导和帮助，也可通过浏览网络教学课件来直观地了解教学过程。

(2) 充分利用多媒体教学手段，如电子课件、投影仪、视频、音频、动画演示、多媒体教学软件等工具，为学生提供本课程知识内容的示范操作过程演示，把学生带入一个仿真的学习场景中，使学生对照这些演示操作就能比较全面地了解实际工作中的操作流程，并按照操作演示的指引完成模拟操作，提高学生的职业岗位技能水平。

授课进程建议表

周次	教学章节	授课时数（节）	主要教学形式
1	视频拍摄与剪辑基础1：短视频概念、用途、发展现状	6	讲授法
2	视频拍摄与剪辑基础2：拍摄短视频前的准备工作	6	讲授法、演示法
3	脚本创造1：算法与价值观	6	讲授法
4	脚本创造2：掌握洞察力	6	小组合作探究
5	脚本创造3：IP人设	6	实训
6	数据运营：短视频数据指标，抖音流量池规则	6	讲授法
7	视频拍摄1：拍摄场景和角度	6	讲授法、演示法
8	视频拍摄2：构图知识与方法	6	实训
9	初级剪辑1：剪映软件介绍与概述	6	讲授法
10	初级剪辑2：软件菜单界面组成与功能	6	演示法
11	初级剪辑3：电子相册制作知	6	小组合作探究

周次	教学章节	授课时数（节）	主要教学形式
	识与方法		
12	初级剪辑4：电影混剪制作知识与方法	6	实训
13	中级剪辑1：视频剪辑制作知识与方法	6	讲授法
14	中级剪辑2：定格动画制作知识与方法	6	实训
15	中级剪辑3：抠像知识与方法	6	实训
16	中级剪辑4：视频调色知识与方法	6	实训
17	高级剪辑1：PR特效知识与方法	6	小组合作探究
18	高级剪辑2：渲染视频制作知识与方法	6	实训

零售基础课程标准

一、课程性质与任务

《零售基础》是电子商务、市场营销等专业的一门重要专业基础课程。本课程以理论与实践相结合为教学理念，注重培养学生对零售行业基本概念、理论和实践技能的掌握。通过本课程的学习，学生将深入了解零售行业的运作模式和商业逻辑，为后续专业课程的学习和职业发展奠定坚实的基础。

本课程旨在使学生掌握零售基础的核心知识和关键技能，包括零售业态分析、店铺运营管理、商品采购与库存管理、顾客服务等内容。通过理论讲解、案例分析、实践操作等教学方法，培养学生的分析问题、解决问题和实际操作能力，使其具备从事零售行业相关工作的基本素养。同时，引导学生关注零售行业的发展趋势和创新模式，激发学生的创新意识和创业精神。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

(1) 培养学生的职业道德和敬业精神，树立诚实守信、服务顾客的职业价值观；

(2) 增强学生的团队协作能力和沟通能力，能够在团队中有效地发挥自己的作用；

(3) 提升学生的创新思维和自主学习能力，使其能够适应零售行业快速发展的变化；

(4) 培养学生的数据分析和决策能力，使其能够基于数据做出合理的商业决策；

2. 知识目标

(1) 理解零售的基本概念、特点和功能，了解零售行业的发展历程和趋势；

(2) 掌握零售业态的分类、特点和发展趋势，能够对不同业态的零售企业进行分析；

(3) 熟悉零售店铺的选址、布局、陈列和装修等知识，了解店铺运营管理的

流程和方法；

(4) 掌握商品采购的原则、流程和方法，了解商品库存管理的策略和方法；

(5) 理解顾客服务的重要性，掌握顾客服务的技巧和方法，了解顾客关系管理的策略和方法；

(6) 了解零售行业的法律法规和政策，掌握零售企业的市场营销策略和促销方法；

3. 能力目标

(1) 能够运用所学知识对零售企业的运营状况进行分析和评估，提出改进建议；

(2) 能够根据市场需求和企业定位，进行零售店铺的选址、布局 and 陈列设计；

(3) 能够制定商品采购计划和库存管理策略，合理控制采购成本和库存水平；

(4) 能够运用顾客服务技巧和方法，处理顾客投诉和纠纷，提高顾客满意度；

(5) 能够制定零售企业的市场营销策略和促销方案，提高企业的市场竞争力；

(6) 能够运用数据分析工具和方法，对零售企业的销售数据进行分析和挖掘，为企业决策提供支持；

三、课程结构与内容

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
----	------	---------	----------	------

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	零售概论	1. 了解零售的定义、特点和功能。2. 掌握零售行业的发展历程和趋势。3. 理解零售在国民经济中的地位和作用。1. 课堂讲授零售的基本概念和行业发展历程。2. 组织学生讨论零售行业的现状和未来发展趋势。3. 安排学生进行市场调研,了解当地零售企业的发展情况。	播放物流与电子商务发展的相关视频,让学生展开关于电商物流、民族自信的讨论。	8
2	零售业态	1. 掌握零售业态的分类、特点和发展趋势。2. 了解不同业态零售企业的运营模式和管理特点。3. 能够对不同业态的零售企业进行分析 and 比较。1. 课堂讲授零售业态的分类和特点。2. 组织学生参观不同业态的零售企业,进行实地考察和分析。3. 安排学生进行案例分析,对比不同业态零售企业的运营策略。	以速卖通平台实例,让学生对跨境电子商务有所认识,了解一带一路经济带的发展。	10

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
3	零售店铺运营	1. 熟悉零售店铺的选址、布局、陈列和装修等知识。 2. 掌握店铺运营管理的流程和方法, 包括人员管理、销售管理、财务管理等。 3. 了解店铺运营中的风险管理和危机处理。 1. 课堂讲授店铺运营的各个环节和管理方法。 2. 组织学生进行店铺布局和陈列设计的实践操作。 3. 安排学生进行模拟店铺运营, 体验店铺管理的全过程。	以店小秘跨境电子商务供应链管理系统为例, 让学生熟悉跨境电子商务仓储管理系统。	10
4	商品采购与库存管理	1. 掌握商品采购的原则、流程和方法, 包括供应商选择、采购谈判、采购合同签订等。 2. 了解商品库存管理的策略和方法, 包括库存控制、库存盘点、库存优化等。 3. 能够制定合理的商品采购计划和库存管理策略。	通过典型计算题, 帮助学生梳理并区分物流费用的计算方法, 感悟遵纪守法、诚实守信的职业品格。	12

四、学生考核与评价

本课程采用多元化的考核方式, 包括平时成绩、实践成绩和期末考试成绩。平时成绩占总成绩的 30%, 包括考勤、课堂表现、作业等; 实践成绩占总成绩的 30%, 包括实验报告、项目实践、案例分析等; 期末考试成绩占总成绩的 40%, 采用闭卷考试的方式。

平时成绩: 根据学生的考勤情况、课堂表现、作业完成质量等进行综合评价。考勤占平时成绩的 30%, 课堂表现占平时成绩的 40%, 作业占平时成绩的 30%。

实践成绩：根据学生的实验报告、项目实践、案例分析等进行综合评价。实验报告占实践成绩的 30%，项目实践占实践成绩的 40%，案例分析占实践成绩的 30%。

期末考试成绩：根据学生的考试成绩进行评价，考试内容涵盖课程的主要知识点和技能点。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

(1) 将思政融入教学全过程，采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式。以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力和实际操作能力。

(2) 教学中注意创设教育情境，采取理论实践一体化教学模式。

(3) 教师要充分利用计算机多媒体等教学手段，以便保证教学质量、提高教学效率。

2. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用，倡导选用活页式、工作手册式新形态教材，国家和省级规划目录中没有的教材，可在国家和省职业院校教材信息库选用。选用体现新技术、新工艺、新规范等内容的高质量教材。

(1) 教材编写要以本课程标准为依据，教材内容应该符合课程标准内容和要求，体现先进性、实用性，典型案例的选取要科学，具有可操作性。

(2) 教材以完成任务的典型活动项目来驱动，实际案例、情景模拟和课后拓展作业等多种手段，采用递进和并列相结合的方式组织编写。

(3) 教材应体现以学生为主体，文字表述要简明扼要，内容展现应图文并茂、突出重点，重在提高学生学习的主动性和积极性，给学生创新的空间。

3. 教学实施与保障

(1) 课堂教学条件: 多媒体教室、多媒体设备、教学录像、视频、实际单据等资料。

(2) 实训条件: 参照物流实训室以及各种实训设备标准进行建议师生比例在1:16-1:20。

4. 课程资源开发与利用

有效开发和充分利用电子教案、教学课件、习题库、案例库、实训指导书等教学资源; 突破教材的制约, 合理开发视频库、图片库等教材以外的素材性资源; 大力开发和利用网络课程、微课、数字化教学平台、各类电子图书资源等数字化学习资源; 同时要注重课程资源开发与利用的时效性, 及时进行更新和维护。

六、授课进程及安排

授课进程建议表

周次	学习任务	课时数 (节)	主要教学形式
1	零售概论 课堂讲授	4	讲授法
2	零售业态 课堂讲授、实地考察	4	讲授法、演示法
3	零售店铺运营 - 选址与布局 课堂讲授、实践操作	4	讲授法
4	零售店铺运营 - 陈列与装修 课堂讲授、实践操作	4	小组合作探究
5	零售店铺运营 - 人员与销售管理 课堂讲授、案例分析	4	实训
6	商品采购管理 课堂讲授、模拟演练	4	讲授法
7	商品库存管理 课堂讲授、案例分析	4	讲授法、演示法
8	顾客服务技巧 课堂讲授、模拟演练	4	实训

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
9	顾客关系管理 课堂讲授、案例分析	4	讲授法
10	零售市场营销策略 课堂讲授、市场调研	4	演示法
11	零售促销方法 课堂讲授、方案设计	4	小组合作探究
12	综合项目实践 项目实践	4	实训
13	课程总结与复习 课堂总结、答疑	4	讲授法

管理学基础课程标准

一、课程性质与任务

《管理学基础》是经济管理类专业的一门专业基础课程，在专业课程体系中占据核心地位。本课程将管理学的基本原理、方法与实际案例紧密结合，兼具理论性与实践性，为学生后续学习专业课程以及从事管理相关工作筑牢根基。通过本课程的学习，学生能够系统地掌握管理学的基础知识和基本技能，为其在经济管理领域的深入学习和职业发展提供有力支撑。

本课程旨在让学生全面理解管理学的基本概念、原理和方法，包括管理的职能、管理思想的演变、决策制定、组织设计、领导与激励、控制等内容。通过理论讲解、案例分析、小组讨论、模拟演练等教学方式，培养学生运用管理学知识分析和解决实际问题的能力，使其具备计划、组织、领导、控制等管理技能。同时，注重培养学生的创新思维、团队合作精神和沟通能力，使其具备良好的职业素养和综合管理能力，为未来从事管理工作或进一步深造奠定坚实的基础。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

（1）培养学生的职业道德和敬业精神，使其在未来的管理工作中秉持诚实守信、负责敬业的态度。

（2）强化学生的团队协作意识和沟通能力，使其能够在团队中有效发挥作用，与团队成员协同完成任务。

（3）激发学生的创新思维和进取精神，使其能够适应不断变化的管理环境，提出创新性的管理思路和方法。

2. 知识目标

（1）掌握管理的基本概念、职能、性质和特点，理解管理在组织中的重要作用。

(2) 熟悉管理思想的发展历程，包括古典管理理论、行为科学理论、现代管理理论等，了解各阶段管理理论的主要观点和贡献。

(3) 了解计划、组织、领导、控制等管理职能的基本内容和实施方法，掌握决策的程序和方法。

(4) 理解组织设计的原则和方法，熟悉常见的组织结构形式及其优缺点。

(5) 掌握领导的理论和方法，了解激励的原理和技巧，理解沟通的重要性和方法。

(6) 了解控制的类型和方法，掌握绩效评估的指标和方法。

3. 能力目标

(1) 能够运用管理的基本原理和方法，分析和解决实际管理问题，提出合理的解决方案。

(2) 能够制定工作计划和目标，并合理分配资源，确保计划的有效实施。

(3) 能够进行组织设计和人员配置，合理划分部门和职责，提高组织的运行效率。

(4) 能够运用领导理论和方法，有效地激励和引导团队成员，提高团队的凝聚力和执行力。

(5) 能够进行有效的沟通和协调，处理好组织内外的各种关系，营造良好的工作氛围。

(6) 能够建立有效的控制系统，对组织的运行情况进行监控和评估，及时发现问题并采取纠正措施。

三、课程结构与内容

本课程坚持立德树人的根本要求，结合中职学生学习特点，遵循职业教育人才培养规律，落实课程思政要求，有机融入思想政治教育内容，紧密联系实际，突出应用性和实践性，注重学生职业能力和可持续发展能力的培养，结合中

高本衔接培养需要，根据电子商务专业我校人才培养方案中本课程的内容与要求，合理设计如下教学单元和教学活动。

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	管 理 与 管理者	1. 了解管理的定义、职能、性质和特点。2. 掌握管理者的角色、技能和素质要求。3. 理解管理的必要性和重要性。	1. 课堂讲授管理的基本概念和管理者的相关知识。2. 组织学生进行案例分析,讨论管理者在不同情境下的角色和职责。3. 安排学生进行小组讨论,分享自己对管理者素质的理解。	6
2	管 理 思 想的 演 进	1. 了解管理思想发展的主要阶段和代表人物。2. 掌握古典管理理论、行为科学理论、现代管理理论的主要观点和贡献。3. 分析管理思想演进的原因和趋势。	1. 课堂讲授领导工作的理论和方法,分享优秀领导案例。2. 组织学生进行角色扮演,模拟领导与下属的沟通场景。3. 安排学生分析身边的领导案例,评价领导的优缺点。	8
3	控 制 工 作	1. 理解控制的概念、类型和作用。2. 掌握控制的程序和方法,包括制定标准、衡量绩效、纠正偏差等。3. 能够运用控制方法对组织活动进行监控和评估。	1. 课堂讲授控制工作的相关知识,结合实际案例讲解控制过程。2. 组织学生进行控制实践活动,如对一个项目进行进度和质量控制。3. 安排学生分析企业的控制案例,提出改进建议。	8
4	决 策	1. 理解决策的概念、类型和重要性。2. 掌握决策的程序和方法,包括定性决策方法和定量决策方法。3. 能够运用决策方法解决实际问题。	1. 课堂讲授决策的理论和方法,通过案例分析加深理解。2. 组织学生进行决策模拟演练,如商业决策模拟。3. 安排学生分析	8

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
			实际决策案例,提出自己的决策方案。	
5	组 织 工 作	1. 了解组织的概念、类型和组织结构的基本形式。2. 掌握组织设计的原则和方法,包括部门划分、职权配置等。3. 理解组织变革的原因、过程和阻力。	1. 课堂讲授组织工作的相关知识,展示不同组织结构的案例。2. 组织学生进行组织结构设计的实践活动,如设计一个企业的组织结构。3. 安排学生讨论组织变革的案例,分析变革的原因和应对策略。	8
6	领 导 工 作	1. 了解领导的概念、作用和领导理论的发展。2. 掌握领导方式和领导艺术,学会激励和沟通的技巧。3. 能够运用领导理论分析实际领导问题。	1. 课堂讲授领导工作的理论和方法,分享优秀领导案例。2. 组织学生进行角色扮演,模拟领导与下属的沟通场景。3. 安排学生分析身边的领导案例,评价领导的优缺点。	8
7	控 制 工 作	1. 理解控制的概念、类型和作用。2. 掌握控制的程序和方法,包括制定标准、衡量绩效、纠正偏差等。3. 能够运用控制方法对组织活动进行监控和评估。	1. 课堂讲授控制工作的相关知识,结合实际案例讲解控制过程。2. 组织学生进行控制实践活动,如对一个项目进行进度和质量控制。3. 安排学生分析企业的控制案例,提出改进建议。	8

四、学生考核与评价

考核采用多种形式,包括实训与理论相结合、形成性与终结性评价相结合、个人与小组相结合的考核方式。学生总评成绩组成详见下表:

总评成绩（100%）	形成性评价	平时成绩（20%）
		实训成绩（20%）
	终结性评价	期末考试（60%）

形成性评价包括学生过程性表现及小组翻译实训任务的完成度,终结性评价主要检测学生对教学内容的掌握程度和运用已掌握知识解决实际问题的能力。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

本课程采用项目教学、案例教学、情境教学、模块教学等多种教学方式,引入企业实际项目,以工作任务为依托组织教学内容,以学生为主体开展教学活动,做到理论与技巧相结合,培养学生实际应用的能力。将思政融入教学,在提升学生英语实操能力的同时,培养学生精益求精的职业态度、包容开放的全球视野、文化自信的主人翁意识等素养。

2. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用,倡导选用活页式、工作手册式新形态教材,国家和省级规划目录中没有的教材,可在国家和省职业院校教材信息库选用。选用理实结合,以跨境电子商务工作情境和流程项目为载体,包含“平台基本信息编辑、销售过程中客服与沟通、直播脚本写作与表达技巧、软文写作”最新业务能力要求相关内容的高质量教材。

3. 教学实施与保障

本课程实训机房与理论教室结合使用,配备跨境电商相关的仿真实训软件,模拟全英文工作环境。

利用网络资源,仿真软件和已有的实训设备,让学生在教师带领下参与实际跨境电商任务的解决,使学生充分体验全英文环境的软件应用,感受课程知识实

用性。

4. 课程资源开发与利用

积极利用实践性教学过程中案例，编写校本教材，充分利用网络资源开发和利用在线精品课程。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
1	管理与管理者	1-4	实践教学
2	管理思想的演进	5-8	实践教学
3	计划工作-计划的概念与类型	9-12	实践教学
4	计划工作-计划编制的程序与方法	13-16	实践教学
5	决策-决策的概念与类型	17-20	实践教学
6	决策-决策的程序与方法	21-24	实践教学
7	组织工作-组织的概念与组织结构	25-28	实践教学
8	组织工作-组织设计的原则与方法	29-32	实践教学
9	领导工作-领导的概念与领导理论	33-36	实践教学
10	领导工作-领导方式与领导艺术	37-40	实践教学
11	控制工作-控制的概念与类型	41-44	实践教学
12	控制工作-控制的程序与方法	45-48	实践教学
13	综合案例分析与讨论	49-52	实践教学
14	课程总结与复习	53-56	实践教学

网络营销课程标准

一、课程性质与任务

本课程为电子商务专业的必修课程，是电子商务专业的基础课程之一。课程以现代互联网和计算机技术发展对企业市场营销活动的影响为主线，以各个网络工具和方法在企业营销活动中的应用作为基本内容，课程内容新颖务实，操作性强，并结合企业网络营销典型案例进行分析，使学生通过本课程的学习，能够掌握企业网络营销的基本知识和操作技能，达到具备从事网络营销工作的基本要求，基本具备现代营销人员的素质。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

（1）培养学生适应工作的良好业务素质和身心素质，具备一定的网络营销基本素质，增强学生的现代市场竞争意识；

（2）培养学生分析问题、解决问题和实际运用的能力；

（3）培养学生自身可持续发展的能力，在转换岗位职业后在复杂变化的环境中重新获得新的职业知识与技能；

（4）培养学生的爱国主义情怀，教育引导学生传承中华文脉、富有中国心、饱含中国情；

（5）崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和参与意识；

（6）崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有追求卓越、科技创新、精益求精的工匠精神；

（7）尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；

（8）具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；

(9) 具有良好的身心素质和人文素养, 具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力, 具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

2. 知识目标

(1) 了解有关网络营销的概念、熟悉网络营销基本方法及方式, 掌握网络营销基本实质;

(2) 了解网络市场调研的内容与结构, 网络消费市场分析与报告撰写: 如市场细分、定位以及商情分析等方面的知识, 网络品牌的建设;

(3) 掌握网络营销过程中各种网络工具的使用, 并运用网络营销的组合策略进行营销推广等方面的知识。

3. 能力目标

(1) 具有利用网络工具开展市场调研、收集处理商务信息、撰写调研报告的能力;

(2) 具有运用网络工具开展公关活动、进行公关策划的能力, 如站点宣传策划、网络广告策划等;

(3) 具有网络营销策略综合运用能力;

(4) 培养学生基本能力(学习能力、语言能力、信息能力、实践能力)、专业能力和发展能力(如公关能力、创新能力、管理能力)等。

三、课程结构与内容

该课程是依据“电子商务专业人才培养方案中网店运营、网店推广和直播电商职业能力分析表”中的“工作任务”、“所需专业技能能力”、“知识构建”等设置的。针对网络营销中常见的营销项目所对应的教学任务, 每个教学任务以网络营销中所将遇见的常见营销内容为主线, 逐步分析讲解直至完成岗位能力要求的内容。通过这种设计, 学生可以在立足网络营销岗位的基础上, 较好的拓展到网络营销其他相关岗位, 从而完成该课程目标, 使学生提高网络营销职业能力。

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	初识网络营销	(1) 掌握网络营销的概念和特点； (2) 了解网络营销与传统营销的区别与联系； (3) 了解网络营销的相关理论； (4) 了解网络营销与电子商务的关系； (5) 了解网络营销的发展趋势； (6) 了解网络营销环境因素； (7) 掌握网络市场的特点； (8) 了解网上消费者行为； (9) 掌握网络营销的基本模式及流程； (10) 熟记并掌握网络营销四大策略； (11) 了解有关网络营销的安全性问题及相关的法规法律。	(1) 从案例分析看网络营销观念； (2) 推荐学生浏览知名商务网站，提交网站比较报告； 通过对网络营销基础知识的学习，培养学生适应网络营销工作的良好业务素质 and 身心素质，具备一定的网络营销基本素质，增强学生的现代网络市场竞争意识。	8

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
2	网络信息的收集与分析	(1) 掌握网络商务信息的概念； (2) 了解网络商务信息的特征； (3) 掌握网上市场调研的概念及特点； (4) 掌握网上市场调研的基本方法； (5) 掌握在线调查表设计方法及投放技巧； (6) 了解网上调查在国际市场调研中的应用； (7) 了解网络信息搜索的方法； (8) 了解搜索引擎分类；(9) 掌握常用搜索引擎的搜索技巧； (10) 掌握调研信息的分析方法。	(1) 编写网络调研计划；(2) 设计网络调研问卷；(3) 实施在线调研； (4) 运用搜索引擎搜索信息； (5) 对搜集的信息进行分析整理； (6) 通过对信息调研与搜索，培养学生巩固“旧知”、学习“新知”的终身学习习惯，增强学生的责任感。	16
3	企业网络营销平台建设	(1) 掌握网站定位的方法； (2) 掌握网站导航的基本概念； (3) 掌握网站内容设计方法，规划网站用户和网站内容； (4) 了解企业网站风格；(5) 了解企业网站的技术功能； (6) 了解企业网站的服务；(7) 掌握网站结构设计技巧； (8) 了解网站运营管理规范。	(1) 浏览知名企业网站，分析网站的内容、风格和服务； (2) 以小组为单位，策划、设计企业网站，完成企业网站策划书；学生通过反复练习，持续规范网络营销策划书的撰写，培养学生持之以恒、精益求精的工匠精神。	16

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
4	企业网络推广	(1) 了解网络营销推广的方法; (2) 了解搜索引擎推广的营销价值; (3) 掌握网络广告的概念; (4) 掌握网络广告的特点; (5) 了解网络广告的基本形式; (6) 掌握第三方电子商务平台推广的概念; (7) 了解第三方电子商务平台的主要类型; (8) 掌握 E-mail 营销的定义; (9) 掌握企业开展许可 E-mail 营销的两种基本形式; (10) 了解其他网络推广方式; (11) 掌握网络推广方案的制定。	(1) 通过案例讲解网络营销推广的技巧; (2) 书写 E-mail 营销文案; (3) 登录搜索引擎了解竞价排名、关键词等推广方式; (4) 制定网络推广方案。学生通过反复练习,持续规范网络营销文案的撰写,培养学生严谨细致的态度。	22
5	企业网络营销的绩效评价	(1) 了解建立企业网络营销综合评价指标体系原则; (2) 了解企业网络营销绩效综合评价指标体系构建的方法; (3) 掌握评价指标的选择; (4) 掌握指标值的获取; (5) 了解营销绩效评价的一般程序。	(1) 建立网络综合营销效果评价指标体系; (2) 对企业网络营销绩效进行了定量综合评价。	14

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
6	网络创业实践	(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) 了解店铺安全与纠纷处理; (6) 掌握店铺推广与促销。	(1) 开设网上店铺; (2) 网上店铺经营; 通过实训项目提高和培养学生的创新能力、实践能力和团队协作精神, 为学生投身社会主义建设打下良好基础。	32

四、学生考核与评价

以学习目标为评价标准,坚持用多元评价方式引导学生形成个性化的学习方式,实行每个项目有测验,平常积分计入期中期末考试成绩的方法。实行日常考核、实训考核、期中期末考核结合的评价方式。

学习评价宜以过程评价和目标评价相结合,注重实践性引导,过程评价以鼓励为主。重视学生平时表现,结合平时考勤、课堂提问、平时测试、实验实训以及技能大赛表现综合评价学生成绩。教学效果评价重点评价学习者的职业能力。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

(1) 将思政融入教学全过程,采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式。以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣,培养学生分析问题、解决问题的能力和实际操作能力。

(2) 教学中注意创设教育情境,采取理论实践一体化教学模式。

(3) 教师要充分利用计算机多媒体等教学手段,以便保证教学质量、提高教学效率。

2. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用,倡导选用活页式、工作手册式新形态教材,国家和省级规划目录中没有的教材,可在国家和省职业院校教材信息库选用。选用体现新技术、新工艺、新规范等内容的高质量教材。

(1) 教材编写要以本课程标准为依据,教材内容应该符合课程标准内容和要求,体现先进性、实用性,典型案例的选取要科学,具有可操作性。

(2) 教材以完成任务的典型活动项目来驱动,实际案例、情景模拟和课后拓展作业等多种手段,采用递进和并列相结合的方式组织编写。

(3) 教材应体现以学生为主体,文字表述要简明扼要,内容展现应图文并茂、突出重点,重在提高学生学习的主动性和积极性,给学生创新的空间。

3. 教学实施与保障

重视现代教育技术与课程的整合,充分发挥互联网等现代媒体技术的优势,建成集纸质与电子、静态与动态的图书和网络资源于一体的教学资源库。教学资源库包括课程目标、教学内容、实验实习实训、教学指导和学习评价方案等要素。

4. 课程资源开发与利用

有效开发和充分利用电子教案、教学课件、习题库、案例库、实训指导书等教学资源;突破教材的制约,合理开发视频库、图片库等教材以外的素材性资源;大力开发和利用网络课程、微课、数字化教学平台、各类电子图书资源等数字化学习资源;同时要注重课程资源开发与利用的时效性,及时进行更新和维护。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

周次	学习任务	课时数(节)	主要教学形式
----	------	--------	--------

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
1	初识网络营销：网络营销的概念、特点相关理论、发展趋势	6	讲授法
2	初识网络营销：网络营销的基本模式及流程、四大策略	6	案例教学
3	网络信息的收集与分析：网上市场调研的基本方法	6	讲授法
4	网络信息的收集与分析：在线调查表设计方法及投放技巧	6	任务驱动法
5	网络信息的收集与分析：搜索引擎分类及相应搜索引擎分类	6	讲授法
6	企业网络营销平台规划建设：网站定位的方法	6	讲授法
7	企业网络营销平台规划建设：网站内容设计方法，规划网站用户和网站内容	6	案例教学法
8	企业网络营销平台规划建设：网站结构设计技巧、网站运营管理规范	6	案例教学法
9	企业网络推广：网络广告的概念、特点及基本形式	6	小组合作探究
10	企业网络推广：第三方电子商务平台推广	6	任务驱动
11	企业网络推广：E-mail 营销	6	案例教学法
12	企业网络推广：网络推广方案的制定	6	小组合作探究
13	企业网络营销的绩效评价：企业网络营销绩效综合评价指标体系构建	6	案例教学法
14	企业网络营销的绩效评价：评价指标的选择及获取	6	案例教学法
15	网络创业实践：店铺的装饰与管理	6	课堂教学法
16	网络创业实践：网上店铺的经营管理	6	项目教学

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
17	网络创业实践：店铺安全与纠纷处理	6	项目教学
18	网络创业实践：店铺推广与促销	6	项目教学

文案写作课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。主要培养学生思维与洞察力、丰富的想象力与优秀的创造力、一定的文字功底、文案策划能力、PPT 制作及陈述能力；有助于培养良好的写作品牌故事、新闻稿、企业软文、产品软文等方面的能力；进一步培养学生对互联网及电商行业热点和网络文化有高敏感度和理解能力等支撑终身发展、适应时代要求的关键能力，从而满足企业对相应岗位的职业能力需求。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

- (1) 具备良好的沟通和协调能力、良好的团队合作能力；
- (2) 具有高度的责任心、严谨的工作态度和一定的抗压力的职业素养；
- (3) 提高学生的综合素质和职业竞争力；
- (4) 培养创意思维和文字表达能力的职业素养；
- (5) 具有良好的职业道德和高度的敬业精神；
- (6) 热爱阅读、热爱生活、重视生活的积累。

2. 知识目标

- (1) 明确电子商务环境下的文案含义；
- (2) 掌握文案写作步骤和卖点提炼法；
- (3) 掌握掌握电子商务文案的一般写作技巧；
- (4) 掌握商品海报、商品详情页、促销活动等文案写作要点与方法；
- (5) 了解微博、微信电商文案的写作特点；
- (6) 掌握微博、微信电商文案的写作技巧；
- (7) 认识电商软文，掌握软文写作元素和三步法。

3. 能力目标

(1) 能够熟悉专业创意方案，思维敏捷，洞察力强，有丰富的想象力与优秀的创造力；

(2) 能够在不同平台进行文案策划与写作能力；

(3) 具备良好的写作企业软文、产品软文、微信推文等方面的能力；

(4) 能够熟练运用各种文案类型进行品牌传播和市场营销；

(5) 具备电子商务营销活动整体策划的综合能力；

(6) 能对互联网及电商行业热点和网络文化有高敏感度和理解能力。

三、课程结构与内容

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	电商文案写作准备	(1) 认识电商文案； (2) 文案写作四步骤； (3) 卖点提取法。	(1) 案例讨论:什么样的文案才是好文案； (2) 电商文案的应用场景； (3) 文案写作四步骤； (4) 文案对谁说； (5) 描述用户的 WPPH 法； (6) 卖点提取. 问题导向；法、结果导向法； (7) 卖点提取. 生产过程法、竞品槽点法； (8) 卖点提取一大大背书法、福利优惠法。	20

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
2	电子商务文案写作技巧	(1) 电商文案标题的创作; (2) 电商文案内容的创作。	(1) 电商文案标题的创作技巧; (2) 开头的写作方法; (3) 正文的写作方法; (4) 结尾的写作方法。	26
3	电商网店文案写作	(1) 商品海报的文案写作要点与方法; (2) 商品详情页的文案写作要点与方法; (3) 促销活动文案写作要点与方法; (4) 商品评价的回复写作要点与方法。	(1) 商品海报的文案写作; (2) 商品详情页的文案写作; (3) 促销活动文案写作; (4) 商品评价的回复写作。	20
4	多平台电商推广文案的策划与写作	(1) 了解微博、微信电商文案的写作特点; (2) 掌握微博、微信电商文案的写作技巧。	(1) 短文案的写法; (2) 微博中的电商推广文案写作; (3) 微信社交、社群文案写作; (4) 微信中的电商推广文案写作。	20
5	电商软文的策划与写作	(1) 认识电商软文; (2) 软文写作元素; (3) 软文写作三步法。	(1) 认识电商软文; (2) 软文写作三元素; (3) 电商软文写作三步法。	22

四、学生考核与评价

以学习目标为评价标准,坚持用多元评价方式引导学生形成个性化的学习方式,实行每个项目有测验,平常积分计入期中期末考试成绩的方法。实行日常考核、实训考核、期中期末考核结合的评价方式。

学习评价宜以过程评价和目标评价相结合,注重实践性引导,过程评价以鼓励为主。重视学生平时表现,结合平时考勤、课堂提问、平时测试、实验实训以及技能大赛表现综合评价学生成绩。教学效果评价重点评价学习者的职业能力。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

(1) 将思政融入教学全过程,采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式。以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣,培养学生分析问题、解决问题的能力 and 实际操作能力。

(2) 教学中注意创设教育情境,采取理论实践一体化教学模式。

(3) 教师要充分利用计算机多媒体等教学手段,以便保证教学质量、提高教学效率。

2. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用,倡导选用活页式、工作手册式新形态教材,国家和省级规划目录中没有的教材,可在国家和省职业院校教材信息库选用。选用体现新技术、新工艺、新规范等内容的高质量教材。

(1) 教材编写要以本课程标准为依据,教材内容应该符合课程标准内容和要求,体现先进性、实用性,典型案例的选取要科学,具有可操作性。

(2) 教材以完成任务的典型活动项目来驱动,实际案例、情景模拟和课后拓展作业等多种手段,采用递进和并列相结合的方式组织编写。

(3) 教材应体现以学生为主体,文字表述要简明扼要,内容展现应图文并

茂、突出重点，重在提高学生学习的主动性和积极性，给学生创新的空间。

3. 教学实施与保障

重视现代教育技术与课程的整合，充分发挥互联网等现代媒体技术的优势，建成集纸质与电子、静态与动态的图书和网络资源于一体的教学资源库。教学资源库包括课程目标、教学内容、实验实习实训、教学指导和学习评价方案等要素。

4. 课程资源开发与利用

有效开发和充分利用电子教案、教学课件、习题库、案例库、实训指导书等教学资源；突破教材的制约，合理开发视频库、图片库等教材以外的素材性资源；大力开发和利用网络课程、微课、数字化教学平台、各类电子图书资源等数字化学习资源；同时要注重课程资源开发与利用的时效性，及时进行更新和维护。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
1	项目一：电商文案写作准备——认识电商文案	6	课堂教学
2	项目一：电商文案写作准备——文案写作四步骤	6	课堂教学
3	项目一：电商文案写作准备——卖点提取法	6	课堂教学
4	项目一：电商文案写作准备——卖点提取法	6	课堂教学
5	项目二：电子商务文案写作技巧——电商文案标题的创作	6	课堂教学
6	项目二：电子商务文案写作技巧——电商文案内容的创作	6	课堂教学
7	项目二：电子商务文案写作技巧——电商文案内容的创作	6	课堂教学
8	项目三：电商网店文案写作——商品海报的文案写作要点与方法	6	课堂教学

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
9	项目三：电商网店文案写作——商品详情页的文案写作要点与方法	6	课堂教学
10	项目三：电商网店文案写作——促销活动文案写作要点与方法	6	课堂教学
11	项目三：电商网店文案写作——商品评价的回复写作要点与方法	6	课堂教学
12	项目四：多平台电商推广文案的策划与写作——微博、微信电商文案的写作特点	6	课堂教学
13	项目四：多平台电商推广文案的策划与写作——微博、微信电商文案的写作技巧	6	课堂教学
14	项目四：多平台电商推广文案的策划与写作——微博、微信电商文案的写作技巧	6	课堂教学
15	项目五：电商软文的策划与写作——认识电商软文	6	课堂教学
16	项目五：电商软文的策划与写作——软文写作元素	6	课堂教学
17	项目五：电商软文的策划与写作——软文写作三步法	6	课堂教学
18	项目五：电商软文的策划与写作——软文写作三步法	6	课堂教学

消费心理学课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。主要研究和介绍消费者的消费心理、消费行为等基础知识和基本技能，使学生通过观察消费者，分析消费者心理活动，采用观察法、市场调查法的方式，培养学生研究消费者营销活动的的能力、分析问题的能力、解决问题的能力。本课程与前后课程学习相衔接，共同培养学生的电子商务及市场营销活动分析能力。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

- (1) 提升专业知识学习兴趣；
- (2) 具有踏实、勤奋、积极、主动、负责、良好表达、沟通的职业素养；
- (3) 培养学生善于表达沟通、勇于企业实践、注重学以致用；
- (4) 具备保守公司机密的职业素养；
- (5) 培养独立学习、商业运作的职业素养。

2. 知识目标

- (1) 了解心理学、消费心理学等概念的基本概述；
- (2) 了解消费者的感觉、知觉等认知要素；
- (3) 理解消费者气质、性格等个性心理要素的含义、类型及特征；
- (4) 通过销售现场的主要工作内容，分析不同类型消费者的心理活动特点；
- (5) 了解口头传播和意见领袖传播的特征；
- (6) 掌握社会文化主要要素的特征及其对消费行为的影响。

3. 能力目标

- (1) 结合市场调查课程所学的技能，能够进行消费者的某项消费心理调查；
- (2) 结合商店的季节销售实际，能够进行消费者购买心理活动分析；
- (3) 能在销售实际场地，能够准确判断出消费者的心理活动；
- (4) 培养学生的现场观察能力、组织管理能力及协调能力。

三、课程结构与内容

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	消费心理学概论	(1) 掌握心理学概述； (2) 掌握市场营销学概述； (3) 掌握营销心理学概述； (4) 了解消费心理学的发	(1) 分组建立学习团队， 案例讨论； (2) 分析、认识消费者心理技能；	16

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
		展状况与趋势。	(4) 利用消费心理的收集, 培养良好的观察能力、认识问题能力; (5) 通过提问学生, 培养学生表达、观察能力。	
2	消费者个性心理、群体心理与行为	(1) 了解消费者个性、情绪、情感、生活方式与消费行为; (2) 了解消费者个性的含义; (3) 掌握消费者个性的构成部分; (4) 掌握消费群体—不同年龄、性别、社会阶层、消费流行与消费心理。	(1) 通过练习, 提高能够认识个性、群体特点与消费者行为联系的能力; (2) 正确做事的习惯养成; (3) 分析消费者个性心理、群体心理与行为之间的关系; (4) 通过团队共同完成任务, 归纳整理出方案。	16
3	消费者购买心理	(1) 了解消费者需求; (2) 掌握消费者购买动机、行为、决策的关系; (3) 掌握消费者需求与行动的关联。	(1) 通过对消费者购买案例讨论, 进一步分析消费者心理; (2) 设计一个网络调查, 利用问卷等形式发布并开展调查; (3) 模拟购物环境, 学生会分析消费者购买心理; (4) 通过调研、分析, 培养良好的观察力、分析问题解决问题的能力。	16
4	商品设计、价格心理	(1) 了解商品商标、包装、命名; (2) 掌握商品价格的心理功能; (3) 掌握消费者的价格心理。	(1) 学生分组模拟制作商品商标; (2) 小组合作, 练习商品打包装, 体验商品设计环节; (3) 通过案例分析, 进一	16

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
			步理解消费者消费心理与价格心理关系； (4) 开发学生创造能力和动手能力。	
5	广告、人员推销心理	(1) 掌握广告心理功能； (2) 掌握广告创意与广告诉求对消费者心理的影响； (3) 了解人员推销的心理特点； (4) 客户对人员推销的心里反应； (5) 理解商场销售服务心理。	(1) 通过案例分析，讨论广告推销心理； (2) 提升分析广告创意能力； (3) 创设情境，模拟商场销售，分析相关服务能力； (4) 模拟某一场景练习做广告、销售商品。 (5) 学生独立一件广告设计任务，培养团队合作精神，完成任务。	16
6	购物环境、营销谈判心理	(1) 了解商场内外环境设计心理； (2) 了解商品陈列心理； (3) 分析掌握营销谈判者的心理需求； (4) 掌握消费者心理策略与技巧。	(1) 通过案例讨论与分析，进一步掌握购物环境影响； (2) 提升学生对于商场购物环境设计能力； (3) 通过练习，增强商品陈列创意能力； (4) 小组合作，练习营销谈判技巧，提升谈判能力。 (5) 培养学习兴趣和学习热情，树立职业理想，增强职业意识，初步激发学生工作的热情。	16
7	营销人员心理	(1) 了解营销人员的心理素质、工作心理； (2) 掌握营销人员与消费	(1) 讨论分析生活中营销心理相关的例子； (2) 通过案例分析，进一	16

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
		者的心理互动方式。	步理解营销人员与消费者的互动能力； (3) 通过团队完成任务过程的管理实现。	
8	消费心理新变化与新营销	(1) 掌握网络营销基本内容； (2) 了解绿色消费； (3) 掌握顾客满意心理； (4) 掌握新营销的理念和作用。	(1) 讨论分析案例：提升顾客满意能力； (2) 提升对顾客消费心理变得的认知； (3) 通过了解新营销体系，对新营销的运用和认识。	16

四、学生考核与评价

以学习目标为评价标准，坚持用多元评价方式引导学生形成个性化的学习方式，实行每个项目有测验，平常积分计入期中期末考试成绩的方法。实行日常考核、实训考核、期中期末考核结合的评价方式。

学习评价宜以过程评价和目标评价相结合，注重实践性引导，过程评价以鼓励为主。重视学生平时表现，结合平时考勤、课堂提问、平时测试、实验实训以及技能大赛表现综合评价学生成绩。教学效果评价重点评价学习者的职业能力。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

(1) 将思政融入教学全过程，采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式。以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力 and 实际操作能力。

(2) 教学中注意创设教育情境，采取理论实践一体化教学模式。

(3) 教师要充分利用计算机多媒体等教学手段，以便保证教学质量、提高

教学效率。

2. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用,倡导选用活页式、工作手册式新形态教材,国家和省级规划目录中没有的教材,可在国家和省职业院校教材信息库选用。选用体现新技术、新工艺、新规范等内容的高质量教材。

(1) 教材编写要以本课程标准为依据,教材内容应该符合课程标准内容和要求,体现先进性、实用性,典型案例的选取要科学,具有可操作性。

(2) 教材以完成任务的典型活动项目来驱动,实际案例、情景模拟和课后拓展作业等多种手段,采用递进和并列相结合的方式组织编写。

(3) 教材应体现以学生为主体,文字表述要简明扼要,内容展现应图文并茂、突出重点,重在提高学生学习的主动性和积极性,给学生创新的空间。

3. 教学实施与保障

重视现代教育技术与课程的整合,充分发挥互联网等现代媒体技术的优势,建成集纸质与电子、静态与动态的图书和网络资源于一体的教学资源库。教学资源库包括课程目标、教学内容、实验实习实训、教学指导和学习评价方案等要素。

4. 课程资源开发与利用

有效开发和充分利用电子教案、教学课件、习题库、案例库、实训指导书等教学资源;突破教材的制约,合理开发视频库、图片库等教材以外的素材性资源;大力开发和利用网络课程、微课、数字化教学平台、各类电子图书资源等数字化学习资源;同时要注重课程资源开发与利用的时效性,及时进行更新和维护。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

周次	学习任务	课时数(节)	主要教学形式
----	------	--------	--------

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
1	项目一：消费心理学绪论	8	课堂教学
2	项目一：消费者的心理活动过程	8	课堂教学
3	项目二：消费者的个性心理——消费者的个性心理概述、消费者的气质差异、消费者的性格差异	8	课堂教学
4	项目二：消费者的个性心理——消费者的能力差异、消费者的兴趣差异	8	课堂教学
5	项目二：消费群体与消费者心理	8	课堂教学
6	项目三：消费者的购买决策行为——消费者的需要、消费者的购买动机	8	课堂教学
7	项目三：消费者的购买决策行为——消费者的购买行为、消费者购买决策	8	课堂教学
8	项目四：商品因素与消费心理——商品名称、品牌、商标与消费心理、商标与消费心理	8	课堂教学
9	项目四：商品因素与消费心理——新产品开发与消费心理	8	课堂教学
10	项目四：商品价格与消费心理——商品价格、定价的心理功能、消费者价格心理	8	课堂教学
11	项目五：市场营销与消费心理——广告与消费心理	8	课堂教学
12	项目五：市场营销与消费心理——人员推销与消费心理	8	课堂教学
13	项目六：购物环境与消费心理——对购物环境的认识、购物的物质环境与消费心理	8	课堂教学
14	项目六：购物环境与消费心理——购物的情境环境与消费心理、购物的服务环境与消费心理	8	课堂教学
15	项目七：营销人员心理——心理素质与工作心理	8	课堂教学
16	项目七：营销人员心理——与消费者心理互动	8	课堂教学

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
17	项目八：社会环境与消费心理——经济环境因素的影响、社会文化因素的影响	8	课堂教学
18	项目八：社会环境与消费心理——社会阶层与消费心理、消费习俗、消费流行与消费心理	8	课堂教学

商务数据分析课程标准

一、课程性质与任务

《商务数据分析》是电子商务、市场营销等商科专业的一门专业基础课程，兼具理论性与极强的实践性。在当今数字化商业环境下，该课程处于专业课程体系的关键位置，是连接传统商务知识与现代数据技术应用的桥梁，为学生后续深入学习专业课程以及从事相关职业奠定重要基础。

本课程旨在让学生系统掌握商务数据分析的基础理论、方法和工具。通过学习，学生能够理解商务数据的内涵与价值，熟悉数据分析在市场调研、客户洞察、产品优化、营销决策等商务场景中的应用；学会运用数据分析工具进行数据收集、整理、清洗、分析与可视化呈现，并基于数据分析结果为企业提供切实可行的决策建议。同时，培养学生的数据思维、逻辑分析能力、问题解决能力以及团队协作与沟通能力，使其具备在未来商业领域中运用数据分析驱动业务发展的专业素养。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

- (1) 具备基本的电子商务企业从业人员的基本职业素养和判断能力；
- (2) 具有继续学习和可持续发展能力；
- (3) 培养学生客观公正、坚持原则、保守秘密、勤奋敬业、谨慎细致、务实高效、团结协作的职业态度；
- (4) 具有强烈的工作责任心和风险意识；
- (5) 培养独立学习、商业运作的职业素养。

2. 知识目标

- (1) 理解商务数据分析的基本概念、流程和重要性，掌握数据分析在不同商务环节中的应用原理。；

- (2) 熟悉常见的数据收集方法和渠道，了解数据采集过程中的注意事项。;
- (3) 掌握数据清洗、预处理的方法和技巧，理解数据质量对分析结果的影响;
- (4) 了解描述性统计分析、相关性分析、回归分析等基本数据分析方法的原理和适用场景;
- (5) 熟悉常用数据分析工具（如 Excel、Python、SQL 等）的基本功能和操作方法;
- (6) 理解数据可视化的原则和方法，掌握常见数据可视化图表（柱状图、折线图、饼图、散点图等）的制作与应用;

3. 能力目标

- (1) 能够根据具体商务问题，设计合理的数据收集方案，运用合适的工具和方法进行数据采集;
- (2) 能够运用数据清洗技术对原始数据进行处理，解决数据缺失、重复、异常等问题，提高数据质量;
- (3) 能够运用描述性统计分析方法对数据进行初步探索，提取关键信息，如均值、中位数、标准差等;
- (4) 能够运用相关性分析、回归分析等方法，挖掘数据之间的潜在关系，建立数据分析模型，并进行模型评估与优化;
- (5) 熟练使用 Excel 进行数据处理和分析，包括数据透视表、函数应用、图表制作等;掌握 Python 数据分析库（如 Pandas、Numpy、Matplotlib、Seaborn 等）的基本操作，能够运用 Python 进行复杂的数据处理和分析任务;
- (6) 掌握 SQL 语言的基本语法，能够进行数据库的连接、数据查询、更新等操作，从数据库中获取所需数据;
- (7) 能够根据数据分析结果，选择合适的可视化方式进行数据呈现，制作

清晰、直观、有洞察力的数据可视化图表和仪表盘。

三、课程结构与内容

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	商务数据分析基础	1. 了解商务数据分析的概念、发展历程、应用场景和重要性。2. 掌握商务数据分析的基本流程，包括数据需求确定、数据采集、数据清洗、数据分析、数据可视化和结果解读。3. 理解数据思维在商务决策中的作用。	1. 课堂讲授，结合实际商业案例，讲解商务数据分析的基础概念和流程。2. 组织学生进行小组讨论，分析不同行业中数据分析的应用实例。3. 邀请企业数据分析师进行讲座，分享实际工作中的经验和案例。	8
2	数据收集与预处理	1. 熟悉常见的数据收集方法，如问卷调查、网络爬虫、数据库获取等，掌握各种方法的优缺点和适用场景。2. 掌握数据采集工具的使用，如问卷星、八爪鱼等。3. 了解数据质量问题，掌握数据清洗的方法和技巧，包括数据去重、缺失值处理、异常值处理等。4. 学习数据预处理的其它操作，如数据标准化、归一化、特征工程等。	1. 课堂演示数据收集工具的使用，安排学生进行实际操作练习。2. 提供实际数据集，让学生进行数据清洗和预处理的实践，教师现场指导。3. 组织学生进行案例分析，讨论在不同场景下如何选择合适的数据收集和预处理方法	18
3	数据分析方法与工具 - Excel	1. 掌握 Excel 的数据导入、导出和数据透视表操作。2. 熟练运用 Excel 函数进行数据计算和分析，如 SUM、AVERAGE、VLOOKUP、IF 等。3. 学会	1. 课堂讲授 Excel 的基本功能和数据分析操作，结合实际案例进行演示。2. 布置大量 Excel 数据分析练习任务，让学生在实践中巩固所学知识。3. 组织学生进行小组竞赛，通过完成特定的 Excel	22

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
		使用 Excel 进行描述性统计分析，制作统计图表，如柱状图、折线图、饼图等。	数据分析任务，提高学生的操作熟练度和团队协作能力。	
4	数据分析方法与工具 - Python	1. 了解 Python 语言在数据分析领域的应用，掌握 Python 基本语法和数据结构。2. 熟悉 Python 数据分析常用库，如 Pandas、Numpy、Matplotlib、Seaborn 等。3. 能够运用 Pandas 进行数据读取、清洗、预处理和基本分析操作。4. 使用 Numpy 进行数值计算和数组操作。5. 运用 Matplotlib 和 Seaborn 进行数据可视化，绘制各种类型的图表。	1. 采用理论与实践相结合的方式，课堂上讲解 Python 语法和库的使用，课后安排学生进行编程练习。2. 提供实际商业数据集，让学生运用 Python 进行完整的数据分析项目实践，包括数据处理、分析和可视化。3. 组织学生进行代码分享和讨论，提高学生的编程水平和问题解决能力。	18
5	数据库与 SQL	1. 了解数据库的基本概念和原理，熟悉关系型数据库和非关系型数据库的特点。2. 掌握 SQL 语言的基本语法，包括数据定义语言（DDL）、数据操作语言（DML）和数据查询语言（DQL）。3. 能够运用 SQL 进行数据库的创建、表的设计、数据插入、更新、删除和查询操作。4. 学会使用 SQL 进行多表关联查询和复杂数据查询。	1. 课堂讲授数据库和 SQL 的理论知识，通过实际案例演示 SQL 语句的编写和执行。2. 搭建数据库环境，让学生进行 SQL 实践操作，教师及时解答学生遇到的问题。3. 布置数据库设计和 SQL 查询的项目任务，培养学生解决实际问题的能力。	18

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
6	高级数据分析方法	1. 了解相关性分析、回归分析、聚类分析、分类分析等高级数据分析方法的原理和应用场景。2. 掌握使用 Python 或其他工具进行高级数据分析方法的实践操作, 包括模型构建、参数调整、模型评估等。3. 理解数据分析模型的结果解读和应用, 能够根据模型结果提出合理的商业建议。	1. 课堂讲授高级数据分析方法的理论知识, 结合实际案例讲解模型的应用。2. 安排学生使用 Python 进行高级数据分析方法的实践, 通过完成实际项目加深对模型的理解。3. 组织学生进行小组讨论, 分享各自在项目中使用高级数据分析方法的经验和体会。	8
7	数据可视化与报告撰写	1. 理解数据可视化的重要性和原则, 掌握常见数据可视化图表的选择和设计方法。2. 熟练使用专业的数据可视化工具, 如 Tableau、PowerBI 等, 进行数据可视化仪表盘的制作。3. 了解数据分析报告的结构和内容要求, 掌握撰写规范、专业的数据分析报告的方法和技巧。4. 能够根据数据分析结果, 清晰、准确地阐述观点和建议, 进行有效的汇报和沟通。	1. 课堂讲授数据可视化的理论知识和工具使用方法, 展示优秀的数据可视化案例。2. 安排学生使用 Tableau 或 PowerBI 进行数据可视化实践, 根据给定的数据集制作可视化仪表盘。3. 提供数据分析报告模板, 让学生根据自己的数据分析项目撰写报告, 并进行课堂汇报和交流。	12

四、学生考核与评价

以学习目标为评价标准, 坚持用多元评价方式引导学生形成个性化的学习方式, 实行每个项目有测验, 平常积分计入期中期末考试成绩的方法。实行日常考

核、实训考核、期中期末考核结合的评价方式。

学习评价宜以过程评价和目标评价相结合，注重实践性引导，过程评价以鼓励为主。重视学生平时表现，结合平时考勤、课堂提问、平时测试、实验实训以及技能大赛表现综合评价学生成绩。教学效果评价重点评价学习者的职业能力。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

(1) 将思政融入教学全过程，采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式。以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力和实际操作能力。

(2) 教学中注意创设教育情境，采取理论实践一体化教学模式。

(3) 教师要充分利用计算机多媒体等教学手段，以便保证教学质量、提高教学效率。

2. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用，倡导选用活页式、工作手册式新形态教材，国家和省级规划目录中没有的教材，可在国家和省职业院校教材信息库选用。选用体现新技术、新工艺、新规范等内容的高质量教材。

(1) 教材编写要以本课程标准为依据，教材内容应该符合课程标准内容和要求，体现先进性、实用性，典型案例的选取要科学，具有可操作性。

(2) 教材以完成任务的典型活动项目来驱动，实际案例、情景模拟和课后拓展作业等多种手段，采用递进和并列相结合的方式组织编写。

(3) 教材应体现以学生为主体，文字表述要简明扼要，内容展现应图文并茂、突出重点，重在提高学生学习的主动性和积极性，给学生创新的空间。

3. 教学实施与保障

重视现代教育技术与课程的整合，充分发挥互联网等现代媒体技术的优势，建成集纸质与电子、静态与动态的图书和网络资源于一体的教学资源库。教学资源库包括课程目标、教学内容、实验实习实训、教学指导和学习评价方案等要素。

4. 课程资源开发与利用

有效开发和充分利用电子教案、教学课件、习题库、案例库、实训指导书等教学资源；突破教材的制约，合理开发视频库、图片库等教材以外的素材性资源；大力开发和利用网络课程、微课、数字化教学平台、各类电子图书资源等数字化学习资源；同时要注重课程资源开发与利用的时效性，及时进行更新和维护。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
1	商务数据分析基础	6	课堂教学
2	数据收集与预处理	6	课堂教学
3	数据分析方法与工具-Excel（上）	6	课堂教学
4	数据分析方法与工具-Excel（下）	6	课堂教学
5	数据分析方法与工具-Python（上）	6	课堂教学
6	数据分析方法与工具-Python（下）	6	课堂教学
7	数据库与 SQL（上）	6	课堂教学
8	数据库与 SQL（下）	6	课堂教学
9	高级数据分析方法（上）	6	课堂教学

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
10	高级数据分析方法（下）	6	课堂教学
11	数据可视化与报告撰写（上）	6	课堂教学
12	数据可视化与报告撰写（下）	6	课堂教学
13	综合项目实践（分组进行）	6	课堂教学
14	综合项目实践（陈国展示与点评）	6	课堂教学
15	项目七：移动营销——移动电子商务的市场开发	6	课堂教学
16	课程总结与复习	6	课堂教学

网店装修课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。通过本课程的学习，要求学生掌握网店装修的基本概念，学会使用常用的 PhotoShop 和 Dreamweaver 来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。同时通过本课程的学习，培养学生成为技能全面，实战能力超强的“能手”型人才。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

- (1) 具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风；
- (2) 具有良好的心理素质和职业道德素质；
- (3) 具有高度责任心和良好的团队合作精神；
- (4) 具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力；
- (5) 具有较强的网店设计创意思维、艺术设计素质。

2. 知识目标

- (1) 认识电商、认识美工重要性；
- (2) 了解美术基础及强化素描、色彩、手绘等；
- (3) 熟练操作 Photoshop、Dreamweaver；
- (4) 初步理解专业图像处理、图片的修复与合；
- (5) 初步认识店招设计；
- (6) 初步认识海报设计；
- (7) 深入理解详情页制作；

(8) 深入理解店铺装修的构思的作用；

(9) 深入理解美工实践课店铺装；

(10) 深入理解认识专业美工。

3. 能力目标

(1) 会使用 Photoshop、Dreamweaver 网页设计工具制作网页；

(2) 掌握网页与平面构成、色彩、版面设计的关系；

(3) 熟练掌握颜色值的配置和背景图案的设置方法，熟练掌握字符、链接颜色的设置方法；

(4) 熟练掌握掌握重复、渐变、发射的构成练习；

(5) 掌握特异、肌理、图与底、对比、韵律等平面使用方法；

(6) 掌握使用滤镜对现成的图像进行处理；

(7) 掌握熟练掌握图案填充的技巧；

(8) 掌握相关工具和技巧的混合运用，绘制出各种图案效果；

(9) 熟练掌握 Photoshop、Dreamweaver 设计网页版面与制作的方法和技巧，使学生能够运用美术思想来设计制作具有观赏性的网页页面；

(10) 掌握 Photoshop 图案填充作品不仅局限于对象的简单叠加，而且具有五彩缤纷的渲染效果表格的使用方法，会用表格布局并设计网页。

三、课程结构与内容

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	认识电商及美工的重要性	(1) 认识电商了解电商环境的淘宝、天猫、京东等主流电商平台； (2) 认识美工什么是美工、为什么需要美工、美工做什么； (3) 认识淘宝，开店工具，淘	(1) 学生分组进行上机查看主流电商平台； (2) 多媒体教学展示具有代表性的网店设计案例； (3) 学生注册淘宝、	10

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
		宝后台，开店指标； (4) 了解淘宝图片空间，商户管理，数据软件管理。	京东电商平台并进行后台认识。	
2	美术	(1) 掌握素描的各种表现形式，提高审美和造型能力； (2) 熟练掌握色彩的原色、配色和冷暖色在设计中的应用，以及认识色彩在商业生活中的感情效应； (3) 了解 POP 设计的基本概念、POP 广告策划、POP 广告的设计原理与 POP 广告的制作； (4) 对 POP 广告中的色彩应用和字体设计进行了深入讲解，有助于掌握 POP 设计的精髓。	(1) 教师带领学生练习素描基本功； (2) 教师讲解色调让学生认识并掌握色彩基本功； (3) 多媒体讲解 pop 学生认识了解 pop 广告制作。	22
3	Photoshop、Dreamweaver、FireWorks 的使用	(1) 掌握 Photoshop 工具箱的应用技巧，文件、编辑、图像菜单的应用，图层、通道、图像菜单的应用技巧，图层、通道、蒙板的关系和应用，滤镜的使用； (2) 掌握 Photoshop 各浮动面板的应用、动作、历史记录的使用，能够进行专业图像处理、图片的修复与合成等； (3) 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，常用代码编辑与修改，图片合成、超连接等； (4) 掌握 FireWorks 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，常用代码	(1) 通过案例讲解使学生重新学习掌握 Photoshop 的应用技巧； (2) 通过多媒体教学展示 Dreamweaver 排版、图片合成、超链接知识点； (3) 通过多媒体教学展示 FireWorks 菜单功能及操作； (4) 指导学生上机操作。	22

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
		编辑与修改，超连接、热链、生成客服代码。		
4	排版切图、版式设计、网店后台	(1) 掌握 PS 切图，排版与调整； (2) 掌握自定义模板，商城网店版式设计理论全课； (3) 初步了解淘宝图片空间，商户管理，数据软件管理； (4) 淘宝、天猫、拍拍等后台管理，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。	(1) 通过播放网店版式设计视频展示引入排版和版式设计； (2) 通过多媒体展示好的网店版式并讲解图片空间，数据分析等； (3) 指导学生上机实训。	22
5	美工实战	(1) 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、硬广钻展、直通车图设计等实践课； (2) 美工实践课店铺装修：天猫店铺装修实践课、京东店铺装修实践课、店铺装修技巧； (3) 专业美工实践课：分析类目环境制定店铺装修风格、店铺装修规范制定等； (4) 淘宝、天猫、拍拍等后台管理，店铺装修模版使用与修改，淘宝后台运用，数据分析等。	(1) 多媒体展示电商海报、店铺风格、类目的基本操作方法； (2) 指导学生上机实训。	16
6	网店设计初步	(1) 理解网店装修的含义； (2) 掌握电商环境的淘宝、天猫、京东等主流电商平台网店装修技巧、店铺装修风格、店铺装修规范综合实例——创建 C 店铺主页； (3) 能够对电商平台网店进行基本的装修；	(1) 通过网店装修实例展示网店装修效果； (2) 运用多媒体介绍电商平台下的装修技巧等； (3) 指导学生上机实训。	16

序号	学习模块	学习内容要求	教学活动设计建议	建议学时
		(4) 能够使用 Photoshop、Dreamweaver 制作 logo、店招等。		

四、学生考核与评价

以学习目标为评价标准,坚持用多元评价方式引导学生形成个性化的学习方式,实行每个项目有测验,平常积分计入期中期末考试成绩的方法。实行日常考核、实训考核、期中期末考核结合的评价方式。

学习评价宜以过程评价和目标评价相结合,注重实践性引导,过程评价以鼓励为主。重视学生平时表现,结合平时考勤、课堂提问、平时测试、实验实训以及技能大赛表现综合评价学生成绩。教学效果评价重点评价学习者的职业能力。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

(1) 将思政融入教学全过程,采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式。以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣,培养学生分析问题、解决问题的能力 and 实际操作能力。

(2) 教学中注意创设教育情境,采取理论实践一体化教学模式。

(3) 教师要充分利用计算机多媒体等教学手段,以便保证教学质量、提高教学效率。

2. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用,倡导选用活页式、工作手册式新形态教材,国家和省级规划目录中没有的教材,可在国家和省职业院校教材信息库选用。选用体现新技术、新工艺、新规范等内容的高质量教材。

(1) 教材编写要以本课程标准为依据,教材内容应该符合课程标准内容和

要求，体现先进性、实用性，典型案例的选取要科学，具有可操作性。

(2) 教材以完成任务的典型活动项目来驱动，实际案例、情景模拟和课后拓展作业等多种手段，采用递进和并列相结合的方式来进行组织编写。

(3) 教材应体现以学生为主体，文字表述要简明扼要，内容展现应图文并茂、突出重点，重在提高学生学习的主动性和积极性，给学生创新的空间。

3. 教学实施与保障

重视现代教育技术与课程的整合，充分发挥互联网等现代媒体技术的优势，建成集纸质与电子、静态与动态的图书和网络资源于一体的教学资源库。教学资源库包括课程目标、教学内容、实验实习实训、教学指导和学习评价方案等要素。

4. 课程资源开发与利用

有效开发和充分利用电子教案、教学课件、习题库、案例库、实训指导书等教学资源；突破教材的制约，合理开发视频库、图片库等教材以外的素材性资源；大力开发和利用网络课程、微课、数字化教学平台、各类电子图书资源等数字化学习资源；同时要注重课程资源开发与利用的时效性，及时进行更新和维护。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

周次	学习任务	课时数(节)	主要教学形式
1	项目一：认识电商及美工的重要性	6	课堂教学
2	项目二：美术——素描的表现形式及色彩的设计	6	课堂教学
3	项目二：美术——POP设计的概念及广告策划	6	课堂教学
4	项目二：美术——POP广告的设计原理及POP广告的制作	6	课堂教学
5	项目三：Photoshop、Dreamweaver、FireWorks 的使用——Photoshop 工具箱及各浮动面板的应用技巧	6	课堂教学

周次	学习任务	课时数(节)	主要教学形式
6	项目三：Photoshop、Dreamweaver、FireWorks的使用——Dreamweaver使用方法与技巧	6	课堂教学
7	项目三：Photoshop、Dreamweaver、FireWorks 的使用——FireWorks 使用方法与技巧	6	课堂教学
8	项目四：排版切图、版式设计、网店后台——PS 切图及自定义模板	6	课堂教学
9	项目四：排版切图、版式设计、网店后台——了解淘宝图片空间	6	课堂教学
10	项目四：排版切图、版式设计、网店后台——淘宝、天猫、拍拍等后台管理	6	课堂教学
11	项目五：美工实战——海报制作	6	课堂教学
12	项目五：美工实战——店铺装修	6	课堂教学
13	项目五：美工实战——分析类目环境制定店铺装修风格	6	课堂教学
14	项目五：美工实战——分析店铺装修规范制定	6	课堂教学
15	项目六：网店设计初步——理解网店装修的含义	6	课堂教学
16	项目六：网店设计初步——主流电商平台网店装修技巧	6	课堂教学
17	项目六：网店设计初步——基本装修电商平台网店	6	课堂教学
18	项目六：网店设计初步——使用Photoshop、Dreamweaver制作logo、店招	6	课堂教学

商品拍摄与处理课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业基础课程。其课程任务是让学生熟练掌握商品基础知识,学会相机的基本操作方法与技巧,具有微距拍摄等能力,熟悉手机拍摄图片及短视频的基本操作方法,具备在拍摄完成后进行图片后期处理的基本职业能力和素养。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

- (1) 具有严格执行作业指令的职业习惯,对工作与生活充满自信。
- (2) 懂得遵守电商安全作业规范重要性,能熟练进行安全管理。
- (3) 具有吃苦耐劳、主动负责的精神。
- (4) 要有积极乐观、服务他人的心态,感恩企业给予的工作机会。
- (5) 培养严谨认真、精益求精的工匠精神。
- (6) 培育 8S 精细化管理的学习和工作态度。

2. 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。

3. 能力目标

- (1) 认识学习生活大类的商品基本属性。
- (2) 能够对商品的属性进行卖点分析。
- (3) 认识数码相机单反相机的基本功能。
- (4) 微距拍摄中相机参数的基本设置。

- (5) 拍摄设备的使用。
- (6) 会适用相关灯光设备以及静物台设备。
- (7) 能按照商品属性的特点进行相应的布光操作。
- (8) 能够小组合作式的完成商品的微距拍摄。
- (9) 能利用手机进行商品图片及短视频的操作，并熟悉后期制作的 软件。
- (10) 能够将后期制作好的图片应用到实际的网店促销图等方面。

三、课程结构与内容

课程内容设计表

序号	教学单元	教学内容与教学要求	教学活动设计建议	参考课时
1	认知商品拍摄	(1) 了解摄影发展简史 (2) 赏析优秀摄影作品 (3) 了解图片的常见格式 (4) 熟悉图片的大小 (5) 企业项目任务书设计与发布 (6) 企业项目任务验收评价	(1) 案例讨论； (2) 赏析优秀摄影作品； (3) 利用搜索引擎查找不同格式的图片； (4) 通过校企合作项目进行实例学习练习。	4
2	了解拍摄工具	(1) 了解三脚架、反光板、静物台和柔光箱 (2) 熟悉相机 (3) 认识微距拍摄常规道具 (4) 了解拍摄背景布的功能 (5) 企业项目任务书设计与发布 (6) 企业项目任务验收评价	(1) 以拍摄器材实物进行解析，从视觉上让学生加深对拍摄工具的认识； (2) 了解三脚架、反光板、静物台和柔光箱 (3) 熟悉相机 (4) 认识微距拍摄常规道具 (5) 了解拍摄背景布的功能 (6) 通过校企合作项目进行实例学习练习。	10
3	认识微距拍摄参数	(1) 初识自动、手动、程序模式； (2) 了解特殊场合下拍摄模式；	(1) 案例讨论； (2) 通过实例体验不同场景下的拍摄方法； (3) 了解特殊场合下拍摄模	18

序号	教学单元	教学内容与教学要求	教学活动设计建议	参考课时
		(3) 认识六大常见技术参数; (4) 了解 ISO、WB、EV 参数; (5) 知悉测光模式; (6) 了解延时拍摄; (7) 企业项目任务书设计与发布 (8) 企业项目任务验收评价	式; 认识六大常见技术参数; (4) 通过校企合作项目进行实例学习练习。	
4	了解构图及布光	(1) 优秀构图作品赏析; (2) 了解商品拍摄构图模式; (3) 优秀布光作品赏析; (4) 认识常见的不用属性; (5) 商品拍摄的布光方式; (6) 企业项目任务书设计与发布 (7) 企业项目任务验收评价	(1) 利用搜索引擎查找优秀的作品进行构图赏析; (2) 体验商品拍摄构图模式; (3) 通过校企合作项目进行实例学习练习。	18
5	手机拍摄	(1) 赏析优秀手机拍摄作品; (2) 认识手机拍摄; (3) 了解手机拍摄基本方法; (4) 利用手机拍摄商品图片和商品短视频; (5) 灵活运用拍摄软件进行手机拍摄; (6) 企业项目任务书设计与发布 (7) 企业项目任务验收评价	(1) 赏析优秀手机拍摄作品; (2) 了解手机拍摄基本方法; (3) 利用手机拍摄商品图片和商品短视频; (4) 灵活运用拍摄软件进行手机拍摄;	16
6	初识 Photoshop	(1) 了解 Photoshop CS6 常见工具及快捷键;	(1) 案例讨论与分析; (2) 培养对图片处理的学习	18

序号	教学单元	教学内容与教学要求	教学活动设计建议	参考课时
	CS6	(2) 认识 Photoshop CS6 常见功能菜单; (3) 了解 Photoshop CS6 图层编辑; (4) 认识路径文本编辑; (5) 企业项目任务书设计与发布 (6) 企业项目任务验收评价	兴趣和学习热情, 树立职业理想, 增强职业意识, 初步激发学生从事商品拍摄与处理工作岗位的热情; (3) 小组合作, 练习在线沟通工具的操作, 能结合图片处理岗位要求, 提升自身职业能力。	
7	掌握图片处理基本技能	(1) 了解图片的裁剪、抠图、变形工具使用; (2) 了解色阶、曲线、色彩平衡的工具使用; (3) 了解加深、减淡、锐化工具使用; (4) 了解蒙版的使用方法; (5) 认识倒影的制作技巧; (6) 了解动态图制作基本方法;	(1) 案例讨论与分析; (2) 培养对图片处理的学习兴趣和学习热情, 树立职业理想, 增强职业意识, 初步激发学生从事商品拍摄与处理工作岗位的热情; (3) 小组合作, 练习在线沟通工具的操作, 能结合图片处理岗位要求, 提升自身职业能力。	12
8	走进美工实践	(1) 了解 LOGO 制作; (2) 认知店招制作; (3) 掌握主图及促销图制作; (4) 掌握店铺活动推广图制作; (5) 企业项目任务书设计与发布 (6) 企业项目任务验收评价	(1) 讨论分析案例 LOGO 的制作; (2) 掌握店铺活动推广图制作; (3) 通过校企合作项目进行实例学习练习。	12

四、学生考核与评价

以学习目标为评价标准, 坚持用多元评价方式引导学生形成个性化的学习方式, 实行每个项目有测验, 平常积分计入期中期末考试成绩的方法。实行日常考

核、实训考核、期中期末考核结合的评价方式。

学习评价宜以过程评价和目标评价相结合，注重实践性引导，过程评价以鼓励为主。重视学生平时表现，结合平时考勤、课堂提问、平时测试、实验实训以及技能大赛表现综合评价学生成绩。教学效果评价重点评价学习者的职业能力。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

(1) 将思政融入教学全过程，采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式。以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力和实际操作能力。

(2) 教学中注意创设教育情境，采取理论实践一体化教学模式。

(3) 教师要充分利用计算机多媒体等教学手段，以便保证教学质量、提高教学效率。

2. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用，倡导选用活页式、工作手册式新形态教材，国家和省级规划目录中没有的教材，可在国家和省职业院校教材信息库选用。选用体现新技术、新工艺、新规范等内容的高质量教材。

(1) 教材编写要以本课程标准为依据，教材内容应该符合课程标准内容和要求，体现先进性、实用性，典型案例的选取要科学，具有可操作性。

(2) 教材以完成任务的典型活动项目来驱动，实际案例、情景模拟和课后拓展作业等多种手段，采用递进和并列相结合的方式组织编写。

(3) 教材应体现以学生为主体，文字表述要简明扼要，内容展现应图文并茂、突出重点，重在提高学生学习的主动性和积极性，给学生创新的空间。

3. 教学实施与保障

重视现代教育技术与课程的整合，充分发挥互联网等现代媒体技术的优势，建成集纸质与电子、静态与动态的图书和网络资源于一体的教学资源库。教学资源库包括课程目标、教学内容、实验实习实训、教学指导和学习评价方案等要素。

4. 课程资源开发与利用

有效开发和充分利用电子教案、教学课件、习题库、案例库、实训指导书等教学资源；突破教材的制约，合理开发视频库、图片库等教材以外的素材性资源；大力开发和利用网络课程、微课、数字化教学平台、各类电子图书资源等数字化学习资源；同时要注重课程资源开发与利用的时效性，及时进行更新和维护。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
1	项目一：认知商品拍摄	6	课堂教学
2	项目二：了解拍摄工具	6	课堂教学
3	项目三：认识微距拍摄参数——初识相机拍摄基本模式	6	课堂教学
4	项目三：认识微距拍摄参数——认识相机常见的技术参数	6	课堂教学
5	项目四：了解构图及布光——初识构图、认识布光	6	课堂教学
6	项目四：了解构图及布光——简析常见日用商品拍摄案例	6	课堂教学
7	项目五：手机拍摄——认识手机拍摄	6	课堂教学
8	项目五：手机拍摄——体验手机拍摄	6	课堂教学

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
9	项目六：初识Photoshop CS6——Photoshop CS6基础简介	6	课堂教学
10	项目六：初识Photoshop CS6——Photoshop CS6进阶简介	6	课堂教学
11	项目七：掌握图片处理基本技能——初识图片微调处理方法	6	课堂教学
12	项目七：掌握图片处理基本技能——知悉增加图片处理方法	6	课堂教学
13	项目八：走进美工实践——初识店铺装修的准备工作	8	课堂教学
14	项目八：走进美工实践——知悉促销图制作技巧	8	课堂教学

直播销售课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。本课程主要针对直播销售员、电商带货主播、直播运营师、直播数据分析师等岗位开设，主要任务是：培养学生直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品与规划、直播引流互动、直播数据分析等职业技能。课程依据直播营销的相关岗位对知识、能力和素质要求选取教学内容，培养学生的职业兴趣和岗位实操能力。

二、课程教学目标

1. 素质目标

- (1) 具备直播行业的基本职业道德，热爱直播工作，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) 保持对直播行业的敏感性，提高沟通协调能力。

2. 知识目标

- (1) 了解直播销售的概念、特点、优势和风险防范；
- (2) 了解直播销售的整体思路；
- (3) 了解直播销售的策划与筹备；
- (4) 掌握直播销售的实施和执行；
- (5) 掌握直播销售的传播与发酵；
- (6) 掌握直播销售的复盘与总结提升。

3. 能力目标

- (1) 能够通过直播目的分析、方式选择和策略组合制定整体思路设计；
- (2) 能够组建高效的直播团队；
- (3) 能进行直播引流和直播间软硬件的筹备和设计；
- (4) 能够直播带货和商品销售；
- (5) 能够运用专业技巧和方法进行直播过程中的执行与把控；
- (6) 能够通过视频剪辑、撰文撰写等方式进行直播销售的传播与发酵；
- (7) 能利用数据分析和经验总结对直播销售进行复盘和提升。

三、课程结构与内容

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	认识直播销售	(1) 掌握直播销售的涵义、优势、形式和发展历史； (2) 掌握主播平台的主要类型：综合类、电商类、短视频、教育类、秀场类、游戏类； (3) 了解直播间风险防范。	(1) 案例讨论； (2) 分析抖音、快手、淘宝等主流直播间的优势特点； (3) 能够清晰定位直播电商运营的工作范畴； (4) 能够基于运营目标和平台特点完成平台选择。	8
2	直播销售策划与筹备	(1) 五步法设计直播销售； (2) 直播间设计：直播设备配置、直播间设计与布置； (3) 商品策划：商品选品的策略、商品的结构规划、商品的精细化配置与管理； (4) 直播内容策划：直播主题设计、互动玩法、分配任务、脚本策略。	(1) 能够明确直播销售的目标； (2) 做好直播的整体设计； (3) 规划直播流程； (4) 进行商品策划； (5) 撰写直播脚本。	18

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
3	组建高效的直播团队	(1) 直播团队的组织架构：个人直播团队、商家直播团队、MCN 机构直播团队； (2) 直播团队的组建：熟悉直播间岗位设计和工作内容，能够根据直播工作岗位设置工作内容、工作流程等要素组建不同层级的直播运营团队； (3) 主播的孵化与打造：培养主播的带货的基本能力和素质、打造主播形象和人设。	(1) 掌握直播团队组织架构； (2) 掌握直播团队的组建； (3) 主播人设的打造； (4) 商家直播选择主播的策略； (5) 主播助理的培养。	12
4	直播活动的实施与执行	(1) 直播活动的执行模型：直播的开场、过程和收尾促成，预热和时机选择； (2) 直播互动和粉丝维护：直播互动的五步法，直播间人气提升的方法，粉丝的留存与转化； (3) 商品的讲解和脚本：商品的讲解要点和技巧，单品脚本的撰写。	(1) 了解直播活动的执行模型； (2) 熟练直播活动开场、互动、结尾； (3) 专业进行商品的讲解和销售； (4) 做好粉丝运营； (5) 通过实训操练项目，运用相关理论与技巧指导具体的直播活动的实施。	20
5	直播销售复盘与提升	(1) 直播间复盘的核心思路：数据分析，经验总结； (2) 直播数据分析的思路和内容：数据分析的四步法：确定目标、获取数据、统计数据、分析数据； (3) 直播间数据分析的常用指标：粉丝画像指标、流	(1) 能够根据直播间数据分析基本思路，对直播间常用指标的分析进行直播间优化； (2) 联系实训操练项目，将相关理论与技巧运用到直播结束后的复盘环节中。	20

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
		量数据指标、转化数据指标; (4) 直播经验的总结: 经验、教训、问题、方法。		
6	客户异议及处理	(1) 客户异议的类型与成因: 了解客户异议的含义、类型, 成因; (2) 处理客户异议的策略: 理解如何正确看待客户异议, 正确选择处理客户异议的时机; (3) 处理客户异议的方法: 反驳法、转折法、利用法、补偿法、询问法; (4) 客户异议的处理技巧: 利用技巧处理价格异议、产品异议、需求异议、财力异议、权利异议。	(1) 了解客户异议的类型与成因; (2) 正确看待异议; (3) 掌握处理客户异议的方法和常见异议的处理技巧; (4) 联系实训操练项目, 完成展销会客户异议的归类和处理表格。	18
7	促成交易	(1) 促成交易的基本策略: 掌握客户的购买信号, 客户成交心理障碍, 灵活机动地促成交易; (2) 促成交易的方法: 掌握请求成交法、假定成交法、选择法、小点法、优惠法、从众法、激将法等主要方法; (3) 成交后的跟踪: 理解成交后跟踪的意义, 了解跟踪的内容。	(1) 了解促成交易的的基本策略; (2) 掌握促成交易的方法, 在合适的时机灵活地促成和客户的交易合同, 并养成进行成交后的跟踪和服务的意识。 (3) 联系实训操练项目, 完成展销会客户成交的促成。	6
8	推销管理	(1) 推销组织管理: 了解	(1) 掌握推销管理的重要	6

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
		推销组织的概念任务、和目标。学会建立推销组织。理解推销管理的意义； （2）销售组织的构建：理解销售团队的意义了解建设的要素，了解销售经理的角色定位和工作内容； （3）推销人员的管理：了解推销人员的管理内容，掌握人员激励的类型和方法，掌握绩效考评的方法。	性，推销管理的内容与具体运用； （2）认识推销组织的概念、任务和目标，进行组织和团队的构建； （3）了解推销人员的管理、激励和绩效考评； （4）联系实训操练项目，分小组写出展销会推销团队建设与管理方案。	

四、学生考核与评价

以学习目标为评价标准，坚持用多元评价方式引导学生形成个性化的学习方式，实行每个项目有测验，平常积分计入期中期末考试成绩的方法。实行日常考核、实训考核、期中期末考核结合的评价方式。

学习评价宜以过程评价和目标评价相结合，注重实践性引导，过程评价以鼓励为主。重视学生平时表现，结合平时考勤、课堂提问、平时测试、实验实训以及技能大赛表现综合评价学生成绩。教学效果评价重点评价学习者的职业能力。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

（1）将思政融入教学全过程，采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式。以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力和实际操作能力。

（2）教学中注意创设教育情境，采取理论实践一体化教学模式。

（3）教师要充分利用计算机多媒体等教学手段，以便保证教学质量、提高教学效率。

2. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用,倡导选用活页式、工作手册式新形态教材,国家和省级规划目录中没有的教材,可在国家和省职业院校教材信息库选用。选用体现新技术、新工艺、新规范等内容的高质量教材。

(1) 教材编写要以本课程标准为依据,教材内容应该符合课程标准内容和要求,体现先进性、实用性,典型案例的选取要科学,具有可操作性。

(2) 教材以完成任务的典型活动项目来驱动,实际案例、情景模拟和课后拓展作业等多种手段,采用递进和并列相结合的方式来进行组织编写。

(3) 教材应体现以学生为主体,文字表述要简明扼要,内容展现应图文并茂、突出重点,重在提高学生学习的主动性和积极性,给学生创新的空间。

3. 教学实施与保障

重视现代教育技术与课程的整合,充分发挥互联网等现代媒体技术的优势,建成集纸质与电子、静态与动态的图书和网络资源于一体的教学资源库。教学资源库包括课程目标、教学内容、实验实习实训、教学指导和学习评价方案等要素。

4 课程资源开发与利用

有效开发和充分利用电子教案、教学课件、习题库、案例库、实训指导书等教学资源;突破教材的制约,合理开发视频库、图片库等教材以外的素材性资源;大力开发和利用网络课程、微课、数字化教学平台、各类电子图书资源等数字化学习资源;同时要注重课程资源开发与利用的时效性,及时进行更新和维护。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

周次	学习任务	课时数(节)	主要教学形式
----	------	--------	--------

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
1	项目一：认识直播销售——认识直播销售	6	课堂教学
2	项目一：认识直播销售——直播平台的主要类型 项目一：认识直播销售——直播间风险防范	6	课堂教学
3	项目二：直播销售策划与筹备——五步法设计直播销售	6	实践教学
4	项目二：直播销售策划与筹备——直播间设计	6	实践教学
5	项目二：直播销售策划与筹备——商品策划 项目二：直播销售策划与筹备——直播内容策划	6	实践教学
6	项目三：组建高效的直播团队——直播团队的组织架构	6	实践教学
7	项目三：组建高效的直播团队——直播团队的组建	6	实践教学
8	项目三：组建高效的直播团队——主播的孵化与打造	6	实践教学
9	项目四：直播活动的实施与执行——直播活动的执行模型	6	实践教学
10	项目四：直播活动的实施与执行——直播互动和粉丝维护	6	实践教学
11	项目四：直播活动的实施与执行——商品的讲解和脚本 项目五：直播销售复盘与提升——直播间复盘的核心思路	6	实践教学
12	项目五：直播销售复盘与提升——直播数据分析的思路和内容	6	课堂教学
13	项目五：直播销售复盘与提升——直播间数据分析的常用指标 项目五：直播销售复盘与提升——直播经验的总结	6	课堂教学
14	项目六：客户异议及处理——客户异议的类型与成因 项目六：客户异议及处理——处理客户异议的策略	6	课堂教学
15	项目六：客户异议及处理——处理客户异议的方法 项目六：客户异议及处理——客户异议的处理技巧	6	课堂教学

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
16	项目七：促成交易——促成交易的基本策略 项目七：促成交易——促成交易的方法	6	课堂教学
17	项目七：促成交易——成交后的跟踪 项目八：推销管理——推销组织管理	6	课堂教学
18	项目八：推销管理——销售组织的构建 项目八：推销管理——推销人员的管理	6	课堂教学

网店运营课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一门专业核心课程，也是最新电子商务专业学生“1+X”的课程，在电子商务专业的课程体系中占有十分重要的地位，同时也是电子商务专业的一门面向职业岗位（群）的综合性实训课程。

本课程以淘系平台为依托，依据实际电商企业的运作流程设计而成，全面介绍了网店运营的整个流程与关键要素，打破了以理论传授为主要特征的课程模式，转变为以工作任务为中心组织课程内容，并让学生在完成具体任务的过程中构建相关理论与实践知识，锻炼技能，发展职业能力。

通过本课程的讲解、演练与实践，能够促进学生更好地掌握网店运营等基本理论，具备网店规划、店铺装修、商品上架、站内推广、站外推广、客户服务、客户关系管理、物流与包装、店铺运营数据分析等实际运用和操作能力。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

- （1）具有商品素材收集、分类整理的能力。
- （2）具有思维创新能力、审美能力和数据分析能力。
- （3）具有爱岗敬业、诚信友善、诚实守信、克己奉公的职业道德精神。
- （4）遵纪守法、不虚假宣传，遵守销售活动、市场和平台规则。

2. 知识目标

- （1）了解网店开设前的准备工作、开设流程和操作；
- （2）了解商品文案的组成和发布操作，掌握编写商品标题和设计详情页的方法；
- （3）了解网店首页的组成，掌握店铺招牌、轮播海报和促销专区等模块的制作和装修方法；

- (4) 了解网店常用的销售工具和常参与的平台活动；
- (5) 掌握站内推广和站外推广网店的方法，了解直播的开展流程；
- (6) 掌握处理订单和分析网店数据的方法，了解网店客服的工作和相关操作。

3.能力目标

- (1) 能够查看各平台的开店要求，执行网上开店的基本操作；
- (2) 能够写作商品标题和详情页文案。
- (3) 能够设计网店首页图片和商品详情页。
- (4) 能够完成商品的上传、发布、发货和订单信息的修改；
- (5) 能够使用销售工具开展活动，并策划销售活动方案；
- (6) 能够使用站内推广工具推广网店，能在微信、微博、抖音等平台推广网店；
- (7) 能够做好客户服务，能使用生意参谋分析网店运营数据。

三、课程结构与内容

本课程坚持立德树人的根本要求，结合中职学生学习特点，遵循职业教育人才培养规律，落实课程思政要求，有机融入思想政治教育内容，紧密联系实际，突出应用性和实践性，注重学生职业能力和可持续发展能力的培养，结合中高本衔接培养需要，根据电子商务专业我校人才培养方案中本课程的内容与要求，合理设计如下教学单元和教学活动。

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	淘宝店铺开通	(1) 了解网上开店的基本流程 (2) 掌握网店运营各种模式的特点；	(1) 课堂实操：开通淘宝店铺；课后实训：开通店铺； (2) 培养学生创业意识和	8

序号	学习模块	学习内容要求	教学活动设计建议	建议学时
		(3) 了解各个电商平台的特点及其入驻相关要求; (4) 掌握选择网店商品应遵循的原则及需要考虑的因素; (5) 掌握定位网店目标客户的方法; (6) 掌握进货的方式, 以及采购货品需要注意的事项。	创业精神; 培养与增强学生民族自信心和自豪感; 树立规则意识, 遵守电商平台相关规则和电商行业职业道德。	
2	商品发布	(1) 掌握店铺商品的结构规划方法; (2) 掌握商品上架类目选择、属性填写、上下架时间规划的技巧; (3) 掌握设置与优化商品标题的技巧; (3) 掌握设定商品价格的技巧; (4) 掌握提炼与设计商品卖点的方法。	(1) 课堂实操: 调整照片大小、调整照片曝光度、调整照片饱和度、对模特进行美化、发布商品、设置商品详情装修; 课后实训: 发布商品; (2) 树立规范经营的职业道德, 弘扬诚信精神; 坚持诚实守信, 公平交易, 不弄虚作假, 实实在在做事; 增强法律意识, 维护消费者合法权益。	8
3	网店管理	(1) 网店基本管理; (2) 商品交易管理; (3) 客户服务管理。	(1) 讲授(理论知识)→教师演示(网店基本设置的演示)→学生实践(网店的基本设置); (2) 培养“工匠精神”, 培养坚持不懈、持之以恒的精神; 把握新时代发展方向, 培养与运用创新思维, 培养与提升美学意识。	8
4	网店图片拍摄与处理	(1) 商品图片拍摄; (2) 图片处理基本操作;	(1) 讲授(理论知识)→教师演示(商品拍摄的展	8

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
		(3) 制作商品展示图片; (4) 制作海报图。	示、图片处理的演示) → 学生实践 (商品拍摄、图片处理); (2) 把握新时代发展方向, 培养与运用创新思维; 培养与提升美学意识。	
5	网店装修	(1) 了解网店首页的设计方法; (2) 了解店铺装修色彩设计的原则与配色方案; (3) 掌握商品图片拍摄与优化的方法与技巧; (4) 掌握店铺文案的规划与设计方法; (5) 掌握商品详情页的设计技巧。	(1) 课堂实操: 装修 PC 端淘宝店铺首页; 课后实训: 装修店铺。 (2) 培养“工匠精神”, 培养坚持不懈、持之以恒的精神; 把握新时代发展方向, 培养与运用创新思维; 培养与提升美学意识。	8
6	网店搜索引擎优化	(1) 掌握参加满就送、淘金币、聚划算、天天特价、淘抢购、搭配套餐等活动的技巧; (2) 掌握参加平台大促活动的技巧; (3) 掌握开展微淘销售的技巧; (4) 掌握进行直播销售的技巧。	(1) 课堂实操: 开通淘金币、设置优惠券、开通淘宝直播、发布淘宝直播预告; 课后实训: 直播销售商品; (2) 学会挖掘社会热点和痛点, 坚持从实践出发, 设计出符合市场需求的销售方案; 强化网络文明意识, 提升网络文明素养。	8
7	网店销售	(1) 掌握使用论坛、微博、QQ、微信等社交媒体开展引流推广的技巧; (2) 掌握使用电子邮件开展引流推广的技巧;	(1) 课堂实操: 在抖音发布商品推广短视频; 课后实训: 发布商品推广短视频 (2) 建立网络时代社会主	8

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
		(3) 掌握使用短视频工具开展引流推广的技巧; (4) 掌握使用今日头条开展引流推广的技巧; (5) 掌握在第三方平台开展店铺推广的技巧。	义核心价值观, 塑造健康向上的网络文化; 增强网络信息安全意识, 通过合法途径收集客户信息, 保护客户信息安全; 增强互联网法制意识, 依法发布网络广告。	
8	网店客服与客户关系管理	(1) 掌握与买家进行沟通的技巧; (2) 了解售前客服的基本服务流程; (3) 掌握订单催付的技巧; (4) 掌握做好包裹签收关怀, 以及处理退换货、中差评的技巧; (5) 了解客服人员应当具备的技能; (6) 了解激励客服人员的方法, 以及客服人员绩效考核的方法。	(1) 课堂实操: 设置运费模板、编辑发货/退货地址、设置运单模板、发货和查看物流跟踪信息; 课后实训: 发货和查看物流信息 (2) 培养时间观念, 做到守时诚信; 培养规则意识, 坚持客户至上的人文精神。	8
9	店铺运营数据分析	(1) 掌握网店运营状况分析的内容; (2) 掌握客户特征分析、客户购买行为分析的内容和方法; (3) 了解开展数据分析的思维方式; (4) 掌握开展数据分析的常用方法; (5) 掌握常用数据分析工具的应用方法。	(1) 课堂实操: 使用八爪鱼采集器抓取数据, 课后实训: 分析运营数据 (2) 提升学生对数据分析的认可度, 培养数据运营思维; 强调数据的真实性、客观性, 不编造数据, 树立科学、严谨的工作作风; 在收集、分析数据资料的过程中, 培养团队协作精神。	8

四、学生考核与评价

本课程为考试课，期末考核方式为闭卷考试+技能实训。在教学考核评价方面，围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，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。

总评成绩主要由两部分组成：总评成绩=平时成绩（50%）+末考成绩（50%）。

五、教学实施与建议

1.教学方法

在教学过程中，应注意培养学生实际操作能力，包括网店实训、网络销售推广，特别是在网络销售推广方面，应注重培养学生操作当下流行的网络销售工具（如直播、短视频销售）。注意改革考核手段和方法，可通过课堂提问、作业、平时测验、实习报告、考试等多种方法综合评价学生的学习成绩。

2.教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用，倡导选用活页式、工作手册式新形态教材，国家和省级规划目录中没有的教材，可在国家和省职业院校教材信息库选用。教材应依据电子商务行业发展、网店运营需要确定编写内容，学习层次递进符合中职学生学习能力特点和培养目标，充分体现实践导向、能力本位的课程设计思想，以淘系网店的基本运营流程为主线设计教材结构。

教材内容符合本专业教学标准要求，广泛关注行业新知识、新技术、新方法的发展动向，融入课程思政内容，强化职业道德和电子商务法律法规，加强思维训练及方法引导，帮助学生学习专业知识与技能的同时，掌握学习方法，培养创新意识。

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

3.教学实施与保障

重视现代教育技术与课程的整合，充分发挥互联网等现代媒体技术的优势，建成集纸质与电子、静态与动态的图书和网络资源于一体的教学资源库。教学资源库包括课程目标、教学内容、实验实习实训、教学指导和学习评价方案等要素。

4.课程资源开发与利用

有效开发和充分利用电子教案、教学课件、习题库、案例库、实训指导书等教学资源；突破教材的制约，合理开发视频库、图片库等教材以外的素材性资源；大力开发和利用网络课程、微课、数字化教学平台、各类电子图书资源等数字化学习资源；同时要注重课程资源开发与利用的时效性，及时进行更新和维护。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
1	开通淘宝店铺	4	讲授法、实训法
2	选择货源	4	讲授法、实训法
3	商品的发布	4	讲授法、实训法
4	运费模板、运单模板的设置	4	讲授法、实训法
5	店铺的基本设置、宝贝的分类管理	4	讲授法、实训法
6	网店的日常运营管理	4	讲授法、实训法
7	网店商品图片拍摄技巧	4	讲授法、实训法
8	图片的处理	4	讲授法、实训法
9	PC 店铺装修	4	讲授法、实训法
10	手机店铺装修	4	讲授法、实训法
11	优化商品关键词	4	讲授法、实训法
12	店内推广与销售	4	讲授法、实训法

13	淘宝站内推广与销售	4	讲授法、实训法
14	外部推广与销售	4	讲授法、实训法
15	智能客服店小蜜的设置	4	讲授法、实训法
16	店铺客户运营工具的应用	4	讲授法、实训法
17	店铺运营核心数据分析	4	讲授法、实训法
18	生意参谋分析店铺数据	4	讲授法、实训法

新媒体运营课程标准

一、课程性质与任务

《新媒体运营》是电子商务专业的一门专业核心课程。主要进行基础理论讲授和基础技能训练。重点突出新媒体产品运营、内容运营、用户运营、活动运营、数据运营等各种运营工作方向的实战技能训练。本课程主要以项目驱动的方式帮助学生将本专业所学的理论知识点与技能进行整合,整个教学过程要求使用内外部网络教学设施,部分操作项目要求使用智能手机等工具开展实训。本课程是新媒体专业的必修课程,也可以作为其他专业新媒体相关课程的通识性基础课。为后续课程新媒体运营、网络销售、电子商务、新媒体视觉销售、新媒体美工设计等做基础铺垫。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

- (1) 坚持社会主义核心价值观,树立正确的人生观,职业理想信念坚定;
- (2) 具有良好的职业道德,自觉遵守行业法律法规;
- (3) 具有良好的信息素养,较强的网络安全意识;
- (4) 具有良好的学习习惯、执行能力和协作能力;
- (5) 具有良好的语言表达和沟通能力。

2. 知识目标

- (1) 了解新媒体运营的概念,熟悉新媒体平台和新媒体运营岗位;
- (2) 了解选品原则和方法,掌握测试产品和提炼产品卖点的方法;
- (3) 掌握新媒体文案的写作,图片的设计,图文排版方法,以及短视频的创作;
- (4) 理解用户画像的原理,掌握各平台用户拉新的方法;
- (5) 熟悉制定和执行活动方案的流程;

(6) 掌握网店、抖音、微信公众号等平台的数据分析方法。

3. 能力目标

(1) 能明确新媒体运营的岗位职责；

(2) 能独立进行网店选品并测试产品，有效提炼产品卖点；

(3) 能独立撰写新媒体文案、制作图片并完成图文排版；能和同事协作制作短视频；

(4) 能根据数据提炼用户画像并通过各种平台引流实现用户拉新；

(5) 能制定并按流程执行活动方案，并在活动后进行切实的复盘；

(6) 能独立使用生意参谋分析网店数据，同时能分析抖音和微向公众号的相关数据。

三、课程结构与内容

本课程坚持立德树人的根本要求，结合中职学生学习特点，遵循职业教育人才培养规律，落实课程思政要求，有机融入思想政治教育内容，紧密联系工作实际，突出应用性和实践性，注重学生职业能力和可持续发展能力的培养，结合中高本衔接培养需要，根据电子商务专业我校人才培养方案中本课程的内容与要求，合理设计如下教学单元和教学活动。

课程内容设计表

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
1	认识新媒体运营	(1)了解新媒体运营的概念和工作方向； (2)认识新媒体运营人员的工作内容、任职要求和职业素养； (3)熟悉不同新媒体平台的特点。	(1)能够对新媒体运营有一个较为清晰的认知； (2)能够根据新媒体运营岗位要求提升自己的能力； (3)向学生传播新媒体运营思维和移动互联网创业意识。	18

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
2	产品运营： 选品 测品	(1)掌握网店选品的原则和方法； (2)掌握淘宝网店、抖音小店和微信小商店的测评方法； (3)掌握使用 FAB 法则和产品属性提炼法提炼产品卖点的方法。	(1)能够根据平台特点选择适合网店运营的产品； (2)能够通过测评选出有潜力的产品； (3)恪守互联网信息管理办法、网络道德、自媒体运营规范。	18
3	内容运营： 账号 定位及内容打造	(1)掌握账号定位的方法； 掌握撰写新媒体文案、制作九宫格图片和表情包图片的方法； (2)掌握使用 135 编辑器排版图文、使用 MAKKA 制作 H5 海报的方法； (3)掌握拍摄并制作短视频的方法。	(1)能够根据企业的实际情况做好账号定位； (2)能够撰写新媒体文案、制作图片，并完成图文排版； (3)能够制作有吸引力的 H5 海报和短视频； (4)提高学生们的内容创意与策划、网络传播、沟通协调、网络服务能力。	18
4	用户运营： 新媒体引流工具操作	(1)掌握调研用户信息、分析用户数据和提炼用户画像的方法； (2)掌握淘宝网店、抖音账号和微信公众号引流的方法。	(1)能够根据需要收集用户信息； (2)能够从已有用户数据中找出有用的信息，并提炼出精准的用户画像； (3)能够熟练使用引流工具为淘宝网店、抖音账号微信公众号引流。	18
5	活动运营： 活动方案执行	(1)熟悉活动方案包含的内容； (2)掌握活动准备的工作内容和活动预热、跟进的方法； (3)掌握活动复盘的方法。	(1)能够选择电子商务的物流模式； (2)能够顺利地执行活动； (3)能够做好活动复盘，提升活动运营能力。	18

序号	学习模块	学习内容与要求	教学活动设计建议	建议学时
		法。		
6	数据运营： 新媒体数据收集与分析	(1)熟悉主要的淘宝网店数据，掌握使用生意参谋分析淘宝网店数据的方法； (2)熟悉主要的抖音数据，掌握分析抖音数据的方法； (3)熟悉主要的微信公众号数据，掌握分析微信公众号数据的方法。	(1)能够根据生意参谋分析的数据诊断网店的问题，进而优化网店的运营； (2)能够熟练分析抖音数据，进而优化抖音账号的运营； (3)能够熟练分析微信公众号的重要数据，进而优化微信公众号的运营。让学生具备自学能力、岗位迁移能力和自我发展能力。	18

四、学生考核与评价

本课程为考试课，期末考核方式为闭卷考试+技能实训。在教学考核评价方面，围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，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。

总评成绩主要由两部分组成：总评成绩=平时成绩（50%）+末考成绩（50%）。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

将思政融入教学任务工作中采用项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，按照销售岗位能力、销售工作流程和学生思维逻辑设计教学内容和教学活动，以理论与实务相结合为特色，把教学活动置于职业情境之中，以学生为主体，以教师为主导，培养学生基本的职业素质、职业道德、职业情感和职业能力。突出针对性和实用性，实现“教中学、学中做、做中学”。

2. 教材编写与选用

教材选用要从国家和省发布的省级以上规划教材目录中选用,倡导选用活页式、工作手册式新形态教材,国家和省级规划目录中没有的教材,可在国家和省职业院校教材信息库选用。

教材应依据新媒体发展趋势、新媒体运营岗位需要、新媒体运营实践活动的要求确定编写内容,学习层次递进符合中职学生学习能力特点和培养目标,充分体现实践导向、能力本位的课程设计思想,以新媒体职场新人参加业务培训为主线设计教材结构。

教材内容符合本专业教学标准要求,广泛关注行业前沿动态,立足职业实际,全面覆盖职业工作内容,并融入课程思政内容,加强思维训练及方法引导,帮助学生在学习专业知识与技能的同时,掌握学习方法,培养创新意识。

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

3. 教学实施与保障

根据课程教学需要建立电子商务专业教室,以满足专业教学中的应用为出发点,硬件配置要适度,软件配置要专业化。理论课教学应配备多媒体教室,实训教学应配备网络机房,机房应网络化并与互联网连接,应配置微博、微信、抖音等新媒体软件,开展短视频拍摄等实训需要配备相关摄影器材。新媒体专业教室还应配备一定数量的辅助教学设施,便于教师的示范教学,如多媒体投影机、视频展示台、打印机等,以便保证教学质量、提高教学效率、降低教师的劳动强度。拓展校外实训基地,积极与业务齐全、管理规范、技术先进的行业领先企业联系合作,为学生的实训提供长期又稳定的实训基地。

4. 课程资源开发与利用

有效开发和充分利用电子教案、教学课件、习题库、案例库、实训指导书等教学资源;突破教材的制约,合理开发视频库、图片库等教材以外的素材性资源;

大力开发和利用网络课程、微课、数字化教学平台、各类电子图书资源等数字化学习资源；同时要注重课程资源开发与利用的时效性，及时进行更新和维护。

六、授课进程与安排

授课进程建议表

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
1	了解新媒体运营的概念和工作方向	6	讲授法、案例分析法
2	了解新媒体运营岗位	6	讨论法、案例分析法
3	熟悉不同新媒体平台	6	讲授法、案例分析法
4	了解网店选品的原则和方法	6	讲授法、讨论法
5	在不同平台进行测品	6	讨论法、案例分析法
6	提炼产品卖点的方法	6	讲授法、案例分析法
7	账号定位的方法	6	讲授法、讨论法
8	了解新媒体文案、图片、排版	6	讨论法、案例分析法
9	了解短视频拍摄与制作	6	讲授法、案例分析法
10	了解用户画像	6	讲授法、案例分析法
11	探索不同平台的引流方式	6	讨论法、案例分析法
12	了解活动方案制定流程	6	讲授法、案例分析法
13	了解活动执行	6	讲授法、案例分析法
14	了解活动复盘	6	讨论法、案例分析法
15	了解生意参谋并使用其分析网店数据	6	讲授法、案例分析法
16	了解抖音数据的分析	6	讲授法、案例分析法
17	了解微信公众号数据的分析	6	讨论法、案例分析法
18	综合实训	6	综合实训