

电子商务专业 人才培养方案

(2023 级三二连读班修订版)

临沂市工业学校
2024 年 8 月

目录

人才培养方案.....	- 1 -
一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标.....	2
六、培养规格.....	2
七、课程设置及要求.....	2
八、教学时间安排.....	14
九、教学实施建议.....	15
十、师资队伍建设.....	18
十一、教学条件.....	21
十二、质量保障.....	26
十三、毕业要求.....	26

电子商务专业人才培养方案

为适应鲁南地区经济发展需要，对接电子商务行业转型发展趋势，满足数字化转型及大数据技术的兴起的高素质技术技能人才的需求，推动职业教育高质量发展，遵循习近平新时代中国特色社会主义思想总体要求，提高人才培养规格和质量，参照国家电子商务专业教学标准，制订本专业人才培养方案。

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
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
2. 专业代码：730701

二、入学要求

初级中学毕业生或具备同等学力者

三、修业年限

三年

四、职业面向

专业毕业生主要职业面向批发、零售、互联网等相关服务业，从事营销推广岗位；运营管理岗位；客户服务岗位等。职业面向与职业资格证书如下表：

所属专业大类及代码	所属专业类(代码)	对应行业	主要职业类别	主要岗位类别(或技术领域)	对应职业技能证书、社会认可度高的行业企业标准和证书举例
-----------	-----------	------	--------	---------------	-----------------------------

财经商贸大类 (53)	电子商务类 (730701)	批发业 (51)； 零售业 (52)； 互联网和相关服务 (64)； 商务服务业 (72)	商务专业人员 (2-06-07)； 电子商务服务人员 (4-01-06)	网店美工 电商客服 电商运营 电话销售 网络营销企划 电商直播	网店运营与推广职业技能初级证书、北京鸿科经纬科技有限公司
----------------	-------------------	--	---	--	------------------------------

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平、良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，主动适应地方经济结构调整和产业转型升级的人才需求，面向批发和零售业、互联网和相关服务业以及商务服务等行业的运营主管、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职业群，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等工作，具有创新意识、创业精神和国际视野的高素质技术技能人才。

六、培养规格

在充分调研基础上，依据国家对职业院校学生综合素质的要求，本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求：

（一）素质

1. 具有正确的世界观、人生观、价值观，学习贯彻党的二十大精神，树立新时代中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观、具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；

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；

3. 具有良好的职业道德和职业素养，树立质量意识、安全意识、能自觉遵守行业法规、规范和企业规章制度；

4. 具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，正确择业观，较强就业创业能力；

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

2. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、设备安全等相关知识；

3. 掌握市场营销、网店推广的基本理论；

4. 掌握电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模创新创业相关知识；

5. 掌握零售管理的基本知识与方法；

6. 掌握电商市场与网络营销的相关知识；

7. 掌握消费者心理与行为的相关知识；

8. 掌握供应链与供应商管理的相关知识；

9. 掌握商务数据分析的基本知识与方法；

10. 掌握互联网销售的基本知识与方法；

11. 掌握客户服务管理的基本知识与方法；

12. 掌握与本专业从事职业活动相关的电子商务法律法规、互联网交易安全、质量管理等相关知识与方法；

13. 熟知国家乡村振兴战略政策要求，了解本市传统农产品知识。

（三）能力

（1）通用能力

1. 能够进行自我学习、探究学习、终身学习、创新创业、分析问题和解决问题。能够进行良好的语言、文字表达和沟通；

2. 能够运用哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维等进行社交活动、独立思考、逻辑推理、信息加工等。

（2）专业能力

1. 能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等；

2. 能够根据摄影色彩、构图策略，进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片；

3. 能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度；

4. 能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作；

5. 能够根据产品页面需求，进行页面设计、布局、美化和制作；

6. 能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化；

7. 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理；

8 能够根据运营目标，采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测；

9. 能够正确进行网络营销，应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务等；

10 能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺

的运营与管理；

11. 能够组织实施产品的线上线下推广和营销活动。

七、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课程和专业课程两类。课程性质分为必修课程和选修课程，选修课程分为限定选修课程和任意选修课程。

（一）公共基础课程

依据《中等职业学校公共基础课程方案》，将思想政治、语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、历史、物理、化学、劳动等列为公共基础必修课程；并将中华优秀传统文化、职业素养、国家安全教育等课程列为必修课或限定选修课。

1. 公共基础必修课程

公共基础必修课程教学要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时	
1	思想政治	中国特色社会主义	依据《中等职业学校中国特色社会主义课程标准》开设。	36
2		心理健康与职业生涯	依据《中等职业学校心理健康与职业生涯课程标准》开设。	36
3		哲学与人生	依据《中等职业学校哲学与人生课程标准》开设。	36
4		职业道德与法治	依据《中等职业学校职业道德与法治课程标准》开设。	36
5	语文（基础模块）	依据《中等职业学校语文课程标准》开设。	198	
6	数学（基础模块）	依据《中等职业学校数学课程标准》开设。	144	
7	英语（基础模块）	依据《中等职业学校英语课程标准》开设。	144	
8	信息技术（基础模块）	依据《中等职业学校信息技术课程标准》开设。	108	
9	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设。	54	
10	艺术	依据《中等职业学校艺术课程标准》开设。	72	

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
11	历史	依据《中等职业学校历史课程标准》开设。	72

2. 公共基础限定选修课程

公共基础限定选修课程教学要求

序号	课程名称	教学内容和要求	学时
1	语文（职业模块）	依据《中等职业学校语文课程标准》开设。	54
2	数学（拓展模块）	依据《中等职业学校数学课程标准》开设。	36
3	英语（职业模块）	依据《中等职业学校英语课程标准》开设。	36
4	体育与健康（拓展模块）	依据《中等职业学校体育与健康课程标准》开设。	90
5	劳动教育	执行中共中央国务院发布的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》相关要求，劳动教育以实习实训课为主要载体开展，其中劳动精神、劳模精神、工匠精神专题教育不少于16学时。	36
6	中华优秀传统文化	教学内容包括传统文学、艺术、哲学、民俗等。要求学生了解中华优秀传统文化的丰富内涵，掌握经典作品与技艺。培养学生对传统文化的热爱与传承意识，提升文化素养和审美能力，使其能在现代生活中弘扬传统文化价值。	18
7	职业素养	教学内容涵盖职业道德、职业技能、团队协作等方面。要求学生树立正确的职业价值观，掌握专业技能，具备良好的沟通与合作能力。培养学生的责任心、敬业精神和创新思维，使其能适应职场需求，成为高素质的职业人才。	18

8	国家安全教育	<p>主要教学内容：国家安全绪论；政治安全；国土安全；军事安全；经济安全；文化安全；社会安全；科技安全。</p> <p>主要教学要求：了解我国周边安全环境的复杂多变性，能够建立总体国家安全观，做到国家利益至上，维护国家主权、安全和发展利益；了解政治安全是国家安全的根本，理解我国政治安全面临的机遇与挑战；理解国土安全是国家安全的核心，掌握我国国土安全面临的风险，掌握维护国土安全的基本要求；了解军事安全是国家安全的坚强后盾，理解我国军事安全面临的风险与挑战，理解维护军事安全的基本要求；通过对恐怖主义、分裂主义、极端主义邪恶势力的辨识，能够维护民族团结，增强维护社会稳定的责任感，能够维护国家正当权益，绝不牺牲国家核心利益；了解经济安全是国家安全的基础，理解逆全球化贸易保护主义带来的巨大挑战；了解文化安全是国家安全的灵魂，掌握维护文化安全的基本要求；理解社会安全是国家安全的保障，了解我国社会安全面临的风险与挑战，知道何谓恐怖主义和恐怖活动；了解科</p>	18
---	--------	---	----

(二) 专业课程

包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖实训等有关实践性教学环节。

1. 专业基础课程

专业基础课程：电子商务基础、市场营销基础、PhotoShop 图形图像处理、商品知识共 4 门。

专业基础课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	电子商务基础	<p>本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。本课程的任务是使学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识体系和国内外电子商务应用情况有一个整体印象和初步认识，并掌握电子商务运作模式和交易流程，为今后学习专业其他课程以及将</p>	108

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
		来从事电子商务工作奠定良好的基础。	
2	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“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、市场定位、产品开发、定价、分销、促销等营销活动。	234
3	PhotoShop 图形图像处理	本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。通过对本课程的学习，学生要掌握图形图像处理及相关的美学基础知识，理解平面设计与创意的基本要求，熟悉不同类型图像处理的规范要求与表现手法，掌握使用 PhotoShop 实现数字图像的艺术创造和再加工，在动漫设计制作和创意过程中获取完美的图像以及对数码摄影作品的处理与加工。	36
4	商品知识	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各类商品基本知识、商品质量评价、商品分类、商品运输与包装等基本知识，使学生掌握从事电子商务工作所必须具备的商品基本知识，比较全面地了解消费需求，组织适销对路的商品；能够科学地进行商品分类，恰当地评价商品质量，合理地进行商品包装和储运，为学习和掌握专业知识和职业技能打下基础。	72

2. 专业核心课程

专业核心课程： 网店美工、电商客服、网络营销、商品拍摄与图片处理、1+X 网店运营与推广、网页设计与制作、短视频制作、 电商直播共 7 门。

专业核心课程主要教学内容和要求

序号	课程名称	教学内容和要求	学时
1	网店美工	本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。本课程的任务是学习图像处理基础、网页中 Banner 的制作技巧、图标设计、网络广告的制作、网页特效文字、色彩基础知识、网站中的色彩应用及网页构图理论等内容，学会分析各类网站并理解网页基本要素。要求学生掌握平面设计的基本方法与技巧，能够熟练运用工具软件，具备	126

序号	课程名称	教学内容和要求	学时
		设计各类综合性网页的初步能力。	
2	电商客服	本课程是电子商务专业客服管理方向的一门专业核心课程。本课程的任务是学习客户关系管理的基本过程、基本手段和方法，了解客户关系管理的基本理论，具备构建客户信息库，维系客户关系，运用管理客户的方法以及 CRM 技术进行客户管理的能力，能够从事客户关系管理的相关工作。	72
3	网络营销	本课程是电子商务专业网络营销方向的一门专业核心课程。本课程的任务是熟悉网络市场调查方案的制订、网络调查过程和信息收集的手段方法，能够懂得企业电子商务网站的设计，同时培养学生分辨虚拟社会中信息真实性的能力、文字材料的组织能力、运用网络知识的能力。	126
4	商品拍摄与图片处理	本课程的任务是培养学生拍摄商品的能力和影像后期处理能力，要求学生能够掌握摄影的基本知识、商品的照明方法和摄影方法，能根据所售商品的不同特征和消费心理进行拍摄，熟练进行商品图片的后期处理，能将图像处理技术应用在网页制作、网店装修、信息发布等工作中。	126
5	1+X 网店运营与推广	本课程是电子商务专业商务的一门专业核心课程。本课程主要任务是掌握网店开设过程，网店建设，并在网络营销的基础上，进一步学习网络推广的手段和途径，能使用搜索引擎、电子邮件、论坛、即时信息、浏览器工具条、博客、网站优化技巧、网络广告发布等工具进行网店推广。	72
6	短视频制作	本课程的任务是通过学习短视频制作流程，使学生熟练掌握短视频策划、脚本撰写、拍摄、剪辑等职业技能，能够策划、拍摄和剪辑出较高水平的短视频作品，在短视频平台上展示和传播，并且对短视频数据进行分析复盘。	72
7	电商直播	本课程的任务是了解电商直播的发展历史、主流直播平台及特点、直播营销的四大优势、直播营销目的分析技巧、直播营销的七大方式、直播方案执行规划、直播粉丝的维护方法、直播活动的开场技巧、直播互动的六种玩法、直播软文撰写的五种技巧、直播效果的数据分析、直播经验的总结技巧等，并在此基础上通过整合训练形成对电商直播的岗位要求，让学生从整体上对电商直播岗位所需要的知识与技能有全面的掌握，同时培养学生的综合能力、创新精神和良好的职业道德。	126

3. 专业拓展课程

本专业设置专业拓展课程包括电子商务物流、网页设计与制作、商务礼仪、网店运营、新媒体运营、数据化运营、文案策划与写作、电子商务法律法规、市场调查与分析等 9 门课程，学生可在其中选课程，选修课课时达到要求（学分）即可。

专业拓展课程主要教学内容与要求

序号	课程名称	教学内容和要求	学时
1	电子商务物流	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。课程紧紧围绕电子商务环境下物流管理理论与实践，正确理解电子商务环境下物流管理基本知识、基本理论，了解现代物流管理理论的发展动向；掌握现代物流管理方法的主要内容，学会运用所学知识分析物流案例；学会跟踪现代物流管理的发展动态。	108
2	网页设计与制作	本课程是电子商务专业电子商务技术方向的一门专业拓展课程。本课程的任务是学习网站的规划、设计、创建与管理等基本网页编程知识与技术，使学生能够掌握综合应用编程技术及网页特效的实现，在 Internet 上进行信息发布的技术及网站的一般维护等。	126
3	商务礼仪	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程的任务是培养学生的礼仪意识，提高学生的礼仪修养，增强学生的人际交往能力、应变能力及应用商务礼仪知识的能力，使学生了解沟通的基本原则并掌握实用的沟通技巧，从而全面培养学生的沟通实践能力，提高学生的综合素质和社会适应性。	36
4	网店运营	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。通过本课程的学习，使学生掌握网店运营的共性知识，通过实体网店以及实训辅助，让学生掌握网店规划与开设、商品运营、流量获取、营销转化、网店运营分析等内容。利用虚拟仿真实训软件进行模拟训练，力求做到理论与实践相结合，将知识传授、职业能力培养有机结合起来，巩固和加强对知识的理解，并学以致用。通过增强学生职业技能训练，提高学生的职业技能水平，增强学生的职业素养，并为其继续学习打下坚实的基础。	72
5	新媒体营销	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程的任务是学习新媒体营销概念、定义、发展趋势，探讨社交媒体、内容营销、视频营销等多种营销策略，学生需深入理解新媒体	72

序号	课程名称	教学内容和要求	学时
		营销的理论框架和核心概念，掌握社交媒体、内容营销、数据分析等关键技能。教学应注重实战操作，通过案例分析、模拟演练等方式，提升学生的实际操作能力。同时，鼓励学生创新思维，关注行业动态，培养敏锐的市场洞察力和创新能力。	
6	数据化运营	通过本课程的学习，对电子网店运营数据分析形成系统而清晰的基础认知，掌握数据采集和数据处理的工具、方法和技巧，能够监测运营数据，及时发现异常数据，并完成数据图表、报表制作、数据采集与处理方案制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与报告撰写。让学员掌握电子商务领域数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析，培养能够胜任大数据时代电子商务数据化运营工作的技能人才。	36
7	文案策划与写作	本课程是电子商务专业电子商务技术方向的一门专业课程。本课程的任务是学习文案的定义、作用及重要性，文案写作的基本原则和标题写作技巧，模拟广告撰写、社交媒体文案创作，学生需掌握网络文案写作的基本原则和技巧，理解不同网络平台的特点和受众需求。教学应强调实战性，通过案例分析、模拟写作等方式，提升学生的文案创作能力。注重培养学生的创新思维和批判性思维，使其能够撰写出具有独特性和吸引力的文案。注重培养学生的团队协作和沟通能力，以适应网络文案写作领域的实际需求。	36
8	电子商务法律法规	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程，本课程的任务是了解电子商务领域可能衍生的相关法律问题，掌握电子商务法的立法进程以及相应的法规条文，并能够通过所掌握的法律法理系统地来判断、解释相关的案例，同时能对目前电子商务立法未涉及的领域做出一定的探索，展望电子商务立法的前景。	54
9	市场调查与分析	本课程是面向电子商务专业学生开设的一门专业拓展课。该课程瞄准商贸物流行业实际需要，立足企业市场调查工作岗位职责，通过项目载体、任务驱动的方法，训练学生市场调查分析的综合能力，实现培养实用型、技能型人才的目标。	36
10	新媒体营销	本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。本课程的任务是学习新媒体营销概念、定义、发展趋势，探讨社交媒体、	72

序号	课程名称	教学内容和要求	学时
		内容营销、视频营销等多种营销策略，学生需深入理解新媒体营销的理论框架和核心概念，掌握社交媒体、内容营销、数据分析等关键技能。教学应注重实战操作，通过案例分析、模拟演练等方式，提升学生的实际操作能力。同时，鼓励学生创新思维，关注行业动态，培养敏锐的市场洞察力和创新能力。	

4. 实践性教学环节

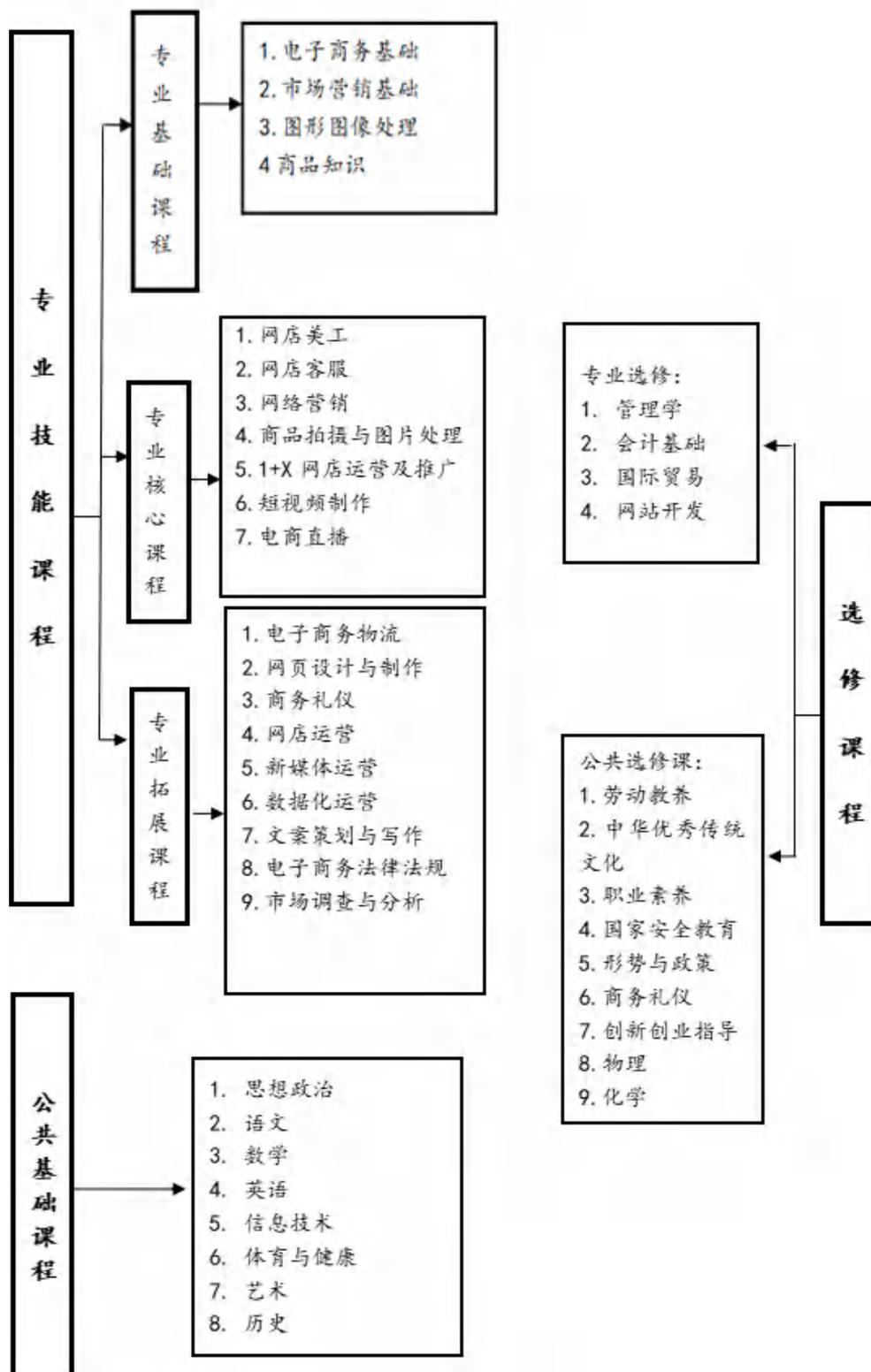
实践性教学环节主要包括实训、实习、社会实践等。在校内外进行运营、客户服务、短视频、直播等综合实训。在企业进行实训实习。实训实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，注重理论与实践一体化教学应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和《电子商务技术专业岗位实习标准》要求。

本课程是电子商务技术专业的综合岗位实践课程，是本专业人才培养目标达成的关键实践性教学环节，是巩固、拓展专业知识和提高技能水平，提升综合职业能力以及适应职业变化能力的重要途径。通过实习，更好地将理论与实践相结合，在实习过程中综合运用所学知识，解决生产过程中的实际问题，增强服务意识和岗位责任感，为学生的就业和职业发展奠定基础。

5. 教学相关要求

学校坚持以培养高素质技能型人才为主线，围绕教学做了如下几点工作：落实课程思政，推进三全育人，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一；加强安全教育、社会责任、绿色环保、新一代信息技术等方面教育；将创新创业教育融入专业课程教学和有关实践性教学环节中；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动以及其他实践活动等。

(三) 课程结构



电子商务专业课程体系

八、教学时间安排

(一) 教学时间安排建议表

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

共 5 学年，其中中职 3 年、高职 2 年。每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（每学期 20 周，其中教学时间 18 周、复习考试 2 周），累计假期 12 周。

1. 中等职业教育阶段

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（每学期 20 周，其中教学时间 18 周、复习考试 2 周），累计假期 12 周。

三年总学时数为 3060。在校学习时间为 2.5 年，每周 28 学时，共 2520 学时（其中，公共基础课 1098 学时，约占总学时的 33.89%；专业技能课 1422 学时，约占总学时的 43.89%。）；岗位实习 0.5 年，按每周 30 小时（1 小时折合 1 学时）安排，共 540 学时，约占总学时的 16.67%。

选修课学时共 324，约占学时的 10%。

18 学时为 1 学分，共 180 学分；军训、社会实践、入学教育、毕业教育等活动以 1 周为 1 学分，共 4 学分，3 年合计 180 学分。

公共基础课程学时占总学时的 33.89%，专业课程学时占总学时的 43.89%，岗位实习时间为 6 个月。

2.高等职业教育阶段

二年总学时 2016。在校学习时间为 1 年，每周 26 学时，共 936 学时（其中，公共基础课 522 学时，约占总学时的 25.89%；专业技能课 414 学时，约占总学时的 20.54%。）；岗位实习 33 周，按每周 30 小时（1 小时折合 1 学时）安排，共 990 学时，约占总学时的 49.11%；毕业设计 3 周，按每周 30 学时，共 90 学时，约占总学时的 4.46%。

选修课学时共 162，约占学时的 10.11%。

18 学时为 1 学分，共 112 学分，军训、社会实践等活动以 1 周为 1 学分，共 4 分，2 年合计 112 学分。

（二）授课计划安排建议表

课程类别	序号	课程名称	总学时	学分	按学年、学期教学进程安排															
					（周学时/教学周数）															
					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						
公共基础课程	1	中国特色社会主义	36	2	2															
	2	心理健康与职业生涯规划	36	2		2														
	3	哲学与人生	36	2			2													
	4	职业道德与法治	36	2				2												
	5	语文（基础模块）	144	8	3	3	2													
	6	数学（基础模块）	108	6	2	2	2													
	7	英语（基础模块）	108	6	2	2	2													
	8	信息技术（基础模块）	108	6	3	3														

	9	体育与健康(基础模块)	54	3	2	1					2	2			
	10	艺术	72	4	1	1	1	1							
	11	历史(基础模块)	72	4			2	2							
	12	大学语文	36	2							2				
	13	大学英语	144	8							4	4			
	14	思想道德修养与法律基础	72	4							4				
	15	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	4								4			
	16	高等数学	72	4								4			
公共限定选修课	1	语文(职业模块)	54	3				3							
	2	数学(拓展模块)	36	2				2							
	3	英语(职业模块)	36	2				2							
	4	体育与健康(拓展模块)	90	5		1	2	2							
	5	其他	劳动教育	36	2		1	1							
			中华优秀传统文化	18	1			1							
			职业素养												
			国家安全教育												
	1	创新创业指导	讲座										1		
	2	商务礼仪	54	3					1						
3	形势与政策														
4	(物理)														

	课	5	(化学)																
	小计(占总学时的33.89%)			1098	61	15	16	15	15	0	0	12	17						
专业 课程	专业 基础 课程	1	电子商务基础	108	6		6												
		2	市场营销基础	234	13	7	6												
		3	图形图像处理	36	2	6													
		4	商品知识	72	4				4										
	专业 核心 课程	1	网店美工	126	7			7											
		2	网店客服	72	4				4										
		3	网络营销	54	3					3									
		4	商品拍摄与图片处理	54	3					3									
		5	1+X 网店运营及推广	72	4				5										
		6	短视频制作	72	4							4							
		7	电商直播	54	3					3									
	专业 拓展 课程	1	电子商务物流	108	6			6											
		2	网页设计与制作	54	3					3									
		3	商务礼仪	36	2								2						
		4	网店运营	72	4								4						
		5	新媒体运营	72	4								4						
		6	数据化运营	36	2									2					
		7	文案策划与写作	36	2									2					
		8	电子商务法律法规	54	3									3					
		9	市场调查与分析	36	2									2					
	专业 选修 课程	1	管理学	36	2														
		2	会计基础	36	2														
		3	国际贸易	36	2														
		4	网站开发	18	1														

专业实训课程	1	网络营销综合实训	72	4					4				
	2	电商直播综合实训	72	4					4				
	3	图片拍摄与处理综合实训	72	4					4				
	4	网页设计综合实训	72	4					4				
	小计（占总学时的43.89%）		1422	79	13	12	13	13	28	0	14	9	
岗位实习	（占总学时的16.67%）	540	30						30			18W	15W
入学教育、军训、社会实践、毕业教育等		72	4										3W
合计		5076	282	28	28	28	28	28	30	26	26	30	30

九、教学实施建议

（一）教学要求

公共基础课程教学，符合教育部有关教育教学及“三教”改革要求，通过教学方法、教学组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，打造优质课堂，推动课堂革命，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。

专业课程教学，坚持校企合作、工学结合的人才培养模式，利用校内外实训基地，按照相应职业岗位（群）的能力要求，强化理论实践一体化，突出“做中学、做中教”的职业教育教学特色。普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式；将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学有机结合，优化教学过程，提升学习效率。

1. 以项目为导向。教学过程中，为培养学生电子商务方面的

职业技能，提倡在教师的指导下，以项目为导向，理论教学与技能实训相结合，提高学生的积极性和主动性，培养学生良好的职业素养。

2. 以学生为主体。注重学生在“做中学、学中做”，鼓励教师采用案例教学法，实行启发式、讨论式教学，鼓励学生独立思考，激发学习的主动性。

3. 以信息化教学手段优先。利用教学平台、网络课程平台上传优质课程资源，利用平台交互功能，实现学生随时随地学习，教师随时随地可以答疑授课的目标。制作技能操作视频资源，提高课程的趣味性和直观性。

4. 倡导“线上+线下”混合式教学。网络教学环境的搭建对教学起到了很好的辅助作用。充分发挥线上和线下两种形式教学的优势，做到线上有资源，资源的建设规格要能够实现对知识的讲解，给予学生充分的学习时间，在课堂上仅仅针对重点、难点，或者同学们在线学习过程中反馈回来的共性问题，做到线下有活动，活动要能够检验、巩固、转化线上知识的学习。

5. 融入课程思政。积极发挥专业课程育人功能，培养中华优秀传统文化的继承者和弘扬者，培养学生爱国主义情怀，红色信仰筑魂，绿色乡村塑情，蓝色工匠赋能，古色文化养心，金色生活筑梦，构建“课程”与“思政”相结合的育人模式。充分发挥电子商务专业的服务优势，充分提炼、挖掘和运用专业课程中所蕴含的思想政治教育元素、资源，丰富教学模式和教学内容。

（二）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。评价主体、评价方式、评价过程多元化，吸收家长、行业和企业

参与。注重校内评价与校外评价相结合，职业技能鉴定与学业考核相结合，教师评价、学生互评与自我评价相结合，过程评价与结果评价相结合，探索增值评价，健全综合评价。运用大数据、人工智能等现代信息技术开展学习行为的精准分析，个性化评价学生的学习成果和学习成效。

严格落实培养目标和培养规格要求，加大过程考核、实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重。严格考试纪律，健全多元化考核评价体系，完善学生学习过程监测、评价与反馈机制，引导学生自我管理、主动学习。强化实习、实训、毕业设计（制作）等实践性教学环节的全过程管理与考核评价。

1. 过程性评价与结果性评价结合

采用学习过程考核与结果考核相结合、理论考核与实践考核相结合的模式，每门课程都进行考核评价方案设计，包含过程考核成绩和终结考核成绩。过程考核主要包括课堂纪律、平时作业、模块测试等组成，终结考核注重能力的考核，主要采用闭卷、半开卷、技能操作等形式。课程考核突出职业技术课程的职业定向性，使学生所学的知识技能真正满足职业岗位的实际需要。强化基本职业能力训练，强化对学生创新意识和创新能力的培训，提高学生对就业上岗和职业变化的适应力。

2. 多主体评价

采用多主体评价可以更全面、客观地反映学生的学习情况和能力水平。教师评价，专业教师根据学生在课堂表现、作业完成情况、考试成绩、实践项目参与度和成果等方面进行综合评价；学生自我评价，引导学生对自己的学习过程和成果进行反思和总结；同学互评，组织

学生之间就小组合作项目中的表现、团队协作能力、沟通交流能力等方面给出评价和建议；实习单位评价，从实习单位获取学生在实际工作中的表现反馈；行业专家评价，邀请行业的专家对学生的实践成果、专业技能展示等进行评价；客户评价，对于参与电子商务专业实践的学生，收集客户的直接评价。

3. 多元评价

结合考试、作业、项目实践、小组报告、课堂表现等多种方式进行综合评价，避免单一评价方式的局限性。学业评价具有灵活性，形成模块化、弹性化的评价体系，强化实践性，形成讲、练、做相统一的结构。贯彻“新知识、新技术、新工艺、新信息”四新原则，着眼于实现不同层次教学阶段的课程衔接，采用“宽基础，活模块”模式，合理组合模块，以利于形成一定职业岗位所需要人才的合理知识结构。

4. 学分置换

电子商务专业学生在校期间参加各级各类技能竞赛和创新创业大赛获奖等，按照获奖级别和奖项，可以置换本专业部分课程的学分。

十、师资队伍建设

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

（一）队伍结构

本专业坚持培养和引进相结合的原则，逐步优化师资团队，建设学历、职称和年龄结构合理、专兼教师结合、素质优良的“双师型”师资队伍。现有专任专业教师 8 人，有本科学历 100%，硕士 2 人，学历和职称符合国家有关规定，形成合理的梯队结构。专任教师中具

有中级专业技术职务人数 5 人，“双师型”教师 4 人，教师团队具备一定的科研服务能力，师德、教学效果好。

（二）专业带头人

专业带头人具有副高级职称和较强的教学实践能力，能广泛联系行业企业，了解国内外电子商务行业发展新趋势，准确把握行业企业用人需求，具有组织开展专业建设、教科研工作和企业服务的能力；能够带领教学团队进行电子商务专业建设和课程建设；主持和参与多门精品课程建设和课题研究，在本专业改革发展中起引领作用。

（三）专任教师

本专业专任教师都具有电子商务或相关专业本科及以上学历，并具有中等职业学校（或高中）教师资格证书；获得本专业相关职业资格，具备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，5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

（四）兼职教师

加强与电子商务有关的行业、企业合作，聘请具有丰富实践经验的电子商务专业技术人员，所有兼职教师都具有高级及以上职业资格或中级以上专业技术职称，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教学任务，每学期承担 64 学时的教学任务。师资队伍数量符合各级教师配置标准，能满足教育教学需要。

十一、教学条件

（一）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实验室、实训室和实训实习基地。

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、实验场所基本要求

(1) 校内实训室

电子商务专业共包含 8 个校内实训室，每个实训室均符合校内实训室建设基本要求，功能齐全，配套设备先进。与久辉科技信息有限公司校企合作，共建校内企业职场。电子商务专业具体校内实训室如下表：

实训室名称	设备	功能	实训项目
综合实训室*2	电脑*36, 桌椅*36 投影仪*1, 书写白板*1, 教室操作台*1, 网络交换机*1	提供软件训练的教学平台、直观感受电商的商业化应用过程	网店装修 商品描述修图 网络营销与推广
客服实训室	电脑*42, 客服电话机*42, 教室操作台*1, 网络交换机*1, 打印机*2	提供商务接待模拟场景, 营造客服氛围, 工作场景	电商客服
摄影实训室	数码相机*10, 电脑*8, 补光灯*4, 反光板若干, 遮光布若干	图片拍摄与处理, 提供电商视觉设计操作平台、进行图片文字	商品摄影与修图

		视频等多媒体视觉设计活动	
直播实训室*3	便携式直播一体机*3, 导播屏*3, 直播大屏*3, 储物架*3	提供电商直播操作平台、进行直播录制等活动	直播销售
商务谈判实训室	谈判桌椅*7套	为商务谈判提供模拟场景, 感受谈判气氛, 提高谈判技巧和心理素质	商务谈判

3. 校外实训场所基本要求

根据专业人才培养的需要和专业的特点, 在企业建立两类校外实训基地。一类是以专业认知和参观为主的实训基地, 反映目前专业(技能)方向新技术, 同时接纳较多学生实习, 并为新生入学教育和认识专业课程教学提供条件; 另一类以社会实践及学生岗位实习为主的实训基地, 为学生提供真实的专业(技能)方向综合实践轮岗训练的工作岗位, 并保证有效工作时间, 该基地根据培养目标要求和实践教学内容, 校企合作共同制订实习计划和课程标准, 按进程精心编排教学设计并组织、管理教学过程。

临沂达内时代软件有限公司为学校提供学生实习岗位及就业岗位, 并为教师实践提供支持, 开展校企人员交流活动, 学校为企业培养需要的技术人员。

临沂博敏商贸有限公司为学校提供学生实习岗位及就业岗位, 临沂尚水商贸科技有限公司为学校提供学生实习岗位及就业岗位, 临沂市中信信息技术有限公司为学校提供学生实习岗位及就业岗位, 山东环涛广告标识有限公司为学生实习岗位及就业岗位, 并为教师实践提供支持。

4. 实习场所基本要求

符合《教育部等八部门关于印发〈职业学校学生实习管理规定〉的通知》（教职成〔2021〕4号）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，实习基地应能提供电子商务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，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。

（二）教学资源

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

1. 教材选用要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材、国家优秀教材和省级规划教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态。学校应建立由专业教师、行业企业专家和教研人员等参与的教材选用机制，完善教材选用制度。

2. 图书资料配备要求

本专业相关图书文献配备，能满足人才培养、专业建设、教科研

等工作需要，方便师生查询、借阅，且定期更新。专业类图书文献主要包括：学校图书馆馆藏图书 31.8 万余册，电子图书 1000GB，涵盖网店美工、短视频制作、网络营销等方面的课程教材、培训教材；国内外电子商务专业发展方面的图书资料。及时配置新经济、新技术、新工艺、新设备、新管理方式、新服务方式等相关的图书资料；电子商务行业前沿专家最新研究成果的理论专著及学术论文数字资源库等。

3. 数字教学资源配置要求

推进信息技术与教学有机融合，建设智能化教学支持环境，建设能够满足多样化需求的数字资源。充分利用电子商务专业的国家和省级智慧平台资源库，结合电子商务专业需要，开发和配备一批优质音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材、网络课程等专业教学资源库，有效开展多种形式的信息化教学活动，激发学生学习兴趣，提高学习效果。

教师利用学校的超星学习通平台，建设线上线下混合式教学课程，充分利用线上课程资源，通过文字、图片、照片、音乐、语言旁白、特效音效、动画、影片以及互动功能为教学的基本途径，以互联网和校园网为依托实现教学。

十二、质量保障

根据学校质量管理与保证体系建设工作要求以及《临沂市工业学校教学质量管理办法》建设教学质量管理和监控组织机构，突出持续性、全程性监控特点，实现教学质量管理的经常化、规范化。

1. 我校联合高职院校-临沂职业学院，建立专业人才培养质量保障机制，建立专业建设和教学质量管理机制，创建与高职高专人才培

养模式和课程模式相适应的教学管理制度。完善人才培养方案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训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. 学校成立教学督导组，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。学校教学质量督导组对承担教学任务的教师实行过程评价，广泛听取学生意见，加强检查和评价，细化教师考核要求。定期研究教学工作，结合学生实际情况解决问题，促进教学质量的提高。

3. 专业教研组建立集中备课制度，并且要按照《临沂市工业学校教研管理实施细则》定期召开教学研讨会议。在教研会议中，深入探讨教学过程中出现的各种问题，充分利用评价分析结果。通过对这些结果的细致研究和精准把握，有针对性地对专业教学进行改进和优化，从而持续不断地提高人才培养质量，为社会输送更多优秀的专业人才。

4. 建立毕业生跟踪反馈、社会评价与在校生培养改革联动机制，定期对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

十三、毕业要求

按照此培养方案，完成教学计划规定的课程内容学习，且成绩合格；根据学院《学分认定与转换管理办法》，达到应修总学分。原则上需参加技能抽考并合格，另取得至少一项及以上相关技能证书，方

准予毕业。具体要求如下：

1. 修满 174 学分/3132 学时。

2 实施岗课赛证融通，对取得电子商务操作员（四级）技能等级证、1+X 网店运营推广等其中一项资格证书、获得国家、省、市技能比赛获取技能大赛获奖证书、积极参加深入企业进行跟岗、岗位实习。每个证书赋予学生 1-2 学分，帮助学生达到和超额完成最低 186 学分的要求，获得学历证书，拓展就业创业本领。

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

二、课程目标与要求

1.素质目标

(1) 具有较高的信息技术素质、对网络环境能敏锐体察,善于整合资源;

(2) 具备团队合作、开拓创新和创业意识;

(3) 培养学生的商业道德意识，理解诚实守信、保护消费者权益的重要性;

(4) 鼓励独立思考，激发创意，勇于尝试新思路解决商业问题。

2.知识目标

(1) 掌握电子商务的历史、发展趋势及主要业务模式;

(2) 理解 SEO、SEM、社交媒体推广、电子邮件营销等在线营销工具和技术;

(3) 掌握支付宝、微信支付、信用卡支付等主流支付方式的工作原理及安全性考量;

(4) 了解合同法、版权法、数据保护法规等相关法律法规。

3.能力目标

(1) 掌握电子商务的业务流程与主要环节、电子商务支付、电子商务物流、电子商务相关法律法规等基础知识；

(2) 熟练使用互联网，并会使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具；

(3) 能使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店管理运营；

(4) 能熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。

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	学时
1	走进电子商务	1. 理解电子商务的概念,了解传统商务与电子商务的区别; 2. 了解电子商务的行业特点、行业现状及发展趋势及对人才的需求情况。	1. 引例:淘宝网电子商务案例分析。通过常见的电子商务网站介绍,让学生对电子商务概念有直观认识; 2. 通过传统商务走向电子商务的案例帮助学生理解传统商务与电子商务的区别,加深对电子商务的认识。	4

2	体验电子商务	<ol style="list-style-type: none"> 1. 体验电子商务环境; 2. 了解各种电子商务分类; 3. 熟悉 B2C、B2B、C2C、C2B、O2O 等多种电子商务交易模式及应用。 	<p>结合模拟教学软件,特别是国赛电子商务指定软件的使用,进行电子商务环境和多种交易模式体验。</p> <p>引例: 对全国中职组电子商务比赛金奖作品的欣赏与点评。</p> <p>任务一: 了解全国职业院校技能竞赛中职组电子商务赛项规程;</p> <p>任务二: 电子商务模拟教学系统软件(竞赛版)的简介;</p> <p>任务三: 登陆各种购物网站体验网上购物流程。</p>	8
3	网络工具的应用	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握 Internet 基本知识; 2. 能够进行电子邮箱、QQ、博客、微博、微信等网络交流工具的申请、设置和使用; 3. 掌握百度、谷歌等搜索引擎的使用方法和技巧; 4. 能够使用下载工具下载网络资源,使用 FTP 客户端进行文件的上传和下载,使用即时通信工具进行交流和文件传输等。 	<p>教师指导学生实际操作。</p> <p>任务一: 申请邮箱、注册 QQ、博客、微博、微信并熟练使用这些工具;</p> <p>任务二: 搜索引擎的使用;</p> <p>任务三: 文件传输;</p> <p>任务四: 上网申请域名,对电脑 IP 地址进行配置。</p> <p>引例: 网络工具应用案例</p>	8
4	体验电子商务支付	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解电子货币、电子支付的形式; 2. 掌握网上银行的使用方法; 3. 掌握第三方支付工具的使用技巧。 	<p>技能实训</p> <p>任务一: 使用银行卡 ATM 和超市 pos 终端上,并画出各自的工作流程;</p> <p>任务二: 开通网上银行,并进行安全设置、网上银行查询、转账等各种业务;</p> <p>任务三: 申请支付宝或财付通账户,管理、查询支付宝,用支付宝完成支付。</p>	8

5	搭建电子商务安全环境	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解电子商务案例基本知识; 2. 理解信息加密、数字签名的概念; 3. 掌握数字证书的使用。 	<p>1. 以生活中常见案例引发学生对电子商务安全的重视和警觉。 引例：搭建淘宝网上购物的安全环境。</p> <p>任务：病毒的拦截与防护</p> <p>2. 通过实训，让学生申请电子邮件数字证书或银行数字证书，安装并使用数字证书。</p>	10
6	走进电子商务物流	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解物流和物流活动的要素; 2. 了解电子商务的物流及配送流程; 3. 理解供应链管理。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 初识快递公司。参观物流公司或物流实训基地，知晓物流管理业务流程。 2. 以知名企业物流供应链为例学习。 	10
7	初探网络营销	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络营销的特点; 2. 掌握网上市场调查的基本方法; 3. 掌握网络营销工具的使用。 	<p>引例：网络营销经典案例分析。</p> <p>实训任务一：利用 BBS、电子邮件、新闻组、邮件列表搜集、发布商务信息;</p> <p>任务二：网络营销效果监测评估，包括网络营销效果评价、流量统计与分析、企业网站评比;</p> <p>任务三：网络广告设计;</p> <p>任务四：撰写网络营销策略报告。</p>	10
8	网上开店	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网上开店的基本知识; 2. 掌握开通网店的方法，并进行店铺装修; 3. 掌握网上交易和网店管理的方法。 	<p>采用实战操练的学习模式，并激发学生创业激情。</p> <p>任务一：网上店铺商品的选择及调研;</p> <p>任务二：网上店铺的开设。 包括注册会员账号、支付宝实名认证、选择进货渠道、开设淘宝店铺、发布网店商品;</p> <p>任务三：网上店铺的经营。 包括选择配送方案、推广网上店铺。</p>	18

9	企业电子商务应用	1. 了解流通企业的电子商务发展现状； 2. 了解工业企业的电子商务发展现状； 3. 了解信息服务企业的电子商务发展现状。	采用典型案例结合电商发展实情进行教学。	16
10	电子商务职业规划	1. 初步了解电子商务岗位职责； 2. 了解中职学生从事电子商务工作应具备知识和能力要求； 3. 个人职业生涯规划。	任务一：本地电子商务发展现状调研，激发学生进一步学习电子商务专业课程的兴趣； 任务二：结合目前电子商务专业学生就业机会和就业岗位，启发学生根据个人特点进行职业生涯规划。	16

四、学生考核与评价

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

五、教学实施与建议

1.教学方法

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

2.教材编写与选用

以本课程标准为依据，教材内容应体现以就业为导向，以学生为本的原则，将对电子商务专业及行业的认知、体验和学生职业规划融入到电子商务基础课程中进行整合，突出职业能力的培养。项目课程以工作任务为主线而不是以知识为主线，尽可能将理论知识用工作任务穿起来，理论知识内容在符合工作任务职业行为的同时，也符合学生的认知规律，做到由易到难，前后衔接，循环前进。所编教材要做到语言简练、图文并茂、深入浅出、通俗易懂、实用性强。

3.教学实施与保障

校内实训基地条件要求：由于课程实践性强，教学过程中使用的配套工具软件包括中教畅享网店运营推广实训软件、WORD、EXCEL等。实训地点宜尽量安排在理实一体

化教学的实训室实施教学。

校外实训基地条件要求：校外与多家企业单位建立了校企合作关系。可以满足学生校外实习实训的需要。

- (1) 有跟学生课程及专业岗位相对应的工作岗位；
- (2) 能够进行校企合作；
- (3) 企业有有效指导学生顶岗实习的技术指导老师。

4.课程资源开发与利用

(1) 课堂教学条件：可以进行多媒体演示的教室。

(2) 实训条件：装有电子商务模拟教学软件的电子商务实训室，参照实训室设备配备标准，配备与企业电子商务实际业务相同的设备和软件，使之具备现场教学、实训的功能，满足教、学、做一体化的要求。同时可以根据需要开通网络。

六、授课进程与安排

周次	学习任务	课时数(节)	主要教学形式
1	走进电子商务	4	线上+线下、理实一体化
2	体验电子商务	8	线上+线下、理实一体化
3	网络工具的应用	8	线上+线下、理实一体化
4	体验电子商务支付	8	线上+线下、理实一体化
5	搭建电子商务安全环境	10	线上+线下、理实一体化
6	走进电子商务物流	10	线上+线下、理实一体化
7	初探网络营销	10	线上+线下、理实一体化
8	网上开店	18	线上+线下、理实一体化
9	企业电子商务应用	16	线上+线下、理实一体化
10	电子商务职业规划	16	线上+线下、理实一体化

《市场营销基础》课程标准

一、课程性质与任务

《市场营销基础》是电子商务专业必修的专业课，在教学中占有重要的地位。通过本课程的学习，一方面使学生掌握市场营销的基本理论、基本概念和基本方法，为进一步学习电子商务其它专业课程及将来从事电子商务工作奠定基础；另一方面使学生能分析和运用市场营销知识，训练学生的基本营销能力，加深对理论知识的理解；营销评价实训通过对已有的企业营销案例进行评价，培养学生理论联系实际、分析问题和解决问题的能力，使学生获得改进营销的思路和具体方法，并拓展学生视野，激发学生的创造性思维，提高学生市场营销方面的能力。即根据实际情况有分析地把这些知识运用于实际工作中。

二、课程目标与要求

1.素质目标

- (1) 树立正确的市场营销观念，具备观念创新意识；
- (2) 可以根据市场条件选择与设计营销策略，组织参与营销活动；
- (3) 具有良好的职业道德和较强的工作责任心；
- (4) 具有一定的沟通能力和协作精神。

2.知识目标

- (1)掌握营销基本概念、了解现代营销观念及创新营销理论；

- (2)了解企业战略计划，掌握营销管理的内容；
- (3)掌握营销环境分析的内容与方法；
- (4)掌握市场营销调研的内容与方法；
- (5)掌握消费者市场、组织市场行为分析的方法；
- (6)掌握市场细分、目标市场选择、市场定位的方法；
- (7)熟悉竞争者识别与分析的方法；
- (8)掌握产品策略决策、品牌与包装策略决策、价格策略决策、渠道策略决策、促销策略决策的内容和方法；
- (9)掌握企业营销计划、组织、执行及执行的方法。

3.能力目标

- (1)能够进行顾客和竞争者分析；
- (2)能够进行市场定位；
- (3)能够进行营销组合策划；
- (4)能够进行产品商业化；
- (5)能够进行营销组合策略实施；
- (6)能够进行品牌宣传；
- (7)能够提出营销改进方案。

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	学时
----	------	---------	----------	----

1	走进市场营销	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解市场的含义和特点。 2. 认识市场营销活动。 3. 掌握市场营销的概念。 4. 理解市场营销组合。 5. 了解市场营销观念的转变。 6. 树立现代市场营销观念。 7. 关注营销新理念。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 将学生分成合适数量的小组，调查商店顾客流量及购物情况，分析商店销售额与顾客人数、购买力和购买欲望之间的关系，进行班级交流。 2. 案例分析。选择一案例，组织学生进行分析讨论，以帮助学生理解市场营销概念。 	18
2	分析市场营销环境	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解市场营销环境的内涵及特征。 2. 掌握市场营销环境的构成因素。 3. 理解宏观环境和微观环境因素变化对营销活动的影响。 4. 理解市场营销环境中机会与威胁的分析方法及可采取的相应营销策略。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 对某班级同学消费水平和消费结构进行调研。 操作步骤： (1) 根据调研目的设计调查问卷； (2) 选择调查对象进行问卷调查； (3) 对调查问卷进行统计分析； (4) 撰写调查报告； (5) 老师对调查报告进行点评。 2. 案例讨论分析。 	18
3	分析市场	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解消费者市场特征及购买对象。 2. 理解消费者购买行为的影响因素。 3. 熟悉消费者购买过程的参与者。 4. 了解组织者市场的类型及特点。 5. 掌握组织市场购买决策及行为分析。 6. 熟悉组织市场的客户分析。 	<p>能够准确地区分消费者市场和组织者市场。</p> <p>能够对消费者、组织者市场进行分析，并选定恰当的营销策略。</p> <p>能够根据周围市场情况，进行合适的市场分析。</p>	18

4	进行市场调研与预测	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解市场调研的概念。 2. 掌握市场调研的步骤。 3. 明确市场调研报告构成。 4. 了解市场预测的概念。 5. 理解进行市场预测的方法。 6. 掌握开展市场预测的步骤 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 一个名牌店与一个小店卖同样品牌商品，让学生分析两个店的顾客价值与顾客成本；对顾客让渡价值进行分析比较；并为其定价。名店的价格应定得高于小店，有利于双方销售。 2. 记录自己的一次购买消费活动，提出一个促销方案。分析自己为什么要购买某一品牌的商品，是如何购买如何消费的，有什么样的感受，从中找出决定购买最关键的因素；与同学们在一起交流，看有无共鸣；根据共鸣制定促销方案，与同学进行交流讨论。 3. 案例讨论分析。 	18
5	目标市场选择与定位	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉市场细分的原则、依据和方法。 2. 了解五种目标市场选择模式。 3. 掌握目标市场营销策略。 4. 熟悉目标市场定位的方式及步骤。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够运用合适的标准和变量进行市场细分。 2. 能够对细分市场进行评估，并选择目标市场。 3. 能够根据企业资源与市场营销环境，进行市场定位。 	18
6	确定产品策略	<p>了解产品的整体概念，理解产品组合的相关概念。</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. 掌握产品生命周期的阶段特征及其营销策略。 4. 熟悉新产品的概念及类型，了解新产品开发方法和开发程序。 5 理解品牌与包装的内涵，认识品牌对企业营销活动的作用，掌握品牌及包装的主要策略。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、能运用产品组合策略对产品组合进行优化。 2、初步学会应用产品生命周期理论解决企业市场营销实践存在的问题，提高学生分析问题与解决问题的能力。 3、初步学会应用新产品开发程序尝试设计新产品的开发流程。 4、能选用合适的品牌策略进行营销策划，学会设计企业产品的包装策略。 	18

7	选择定价策略	<p>1、了解定价目标与影响因素，即熟悉商品价格的构成和影响企业产品定价的因素。</p> <p>2、了解企业的定价方法，熟悉成本导向定价法、需求导向定价法、竞争导向定价法。</p> <p>3、掌握企业的产品定价策略，理解新产品定价策略、产品组合定价策略及心理定价策略、折扣定价策略。</p> <p>4、了解价格变动的主要形式，能够分析主动调价和应变调价的异同。</p> <p>5、掌握价格变动策略，能够对降价策略和提价策略进行原因分析。</p>	<p>1、能够分析产品价格构成，具备分析影响企业产品定价的内外部因素的能力。</p> <p>2、能够对产品定价方法进行核算，并根据产品和市场特点选定恰当的定价策略。</p> <p>3、能够根据市场情况，进行价格变动调整。</p>	18
8	确定分销渠道策略	<p>1.了解分销渠道的含义、职能。</p> <p>2.熟悉分销渠道的类型。</p> <p>3.掌握中间商的类型。</p> <p>4.了解影响分销渠道选择的因素。</p> <p>5.理解分销渠道选择的条件。</p> <p>6.了解设计分销渠道的原则。</p> <p>7.掌握设计分销渠道的步骤。</p> <p>8.理解管理企业分销渠道。</p>	<p>1、能够辨析企业采用的分销渠道类型。</p> <p>2、能够利用设计分销渠道的步骤，设计合适企业的分销渠道。</p> <p>3、能够根据企业市场变化，利用合理的方法管理企业分销渠道。</p>	18
9	选择促销策略	<p>1、熟悉促销的含义。</p> <p>2、熟悉促销的方式以及促销组合。</p> <p>3、了解影响企业促销策略选择的因素。</p> <p>4、掌握人员推销、广告宣传、营业推广、公共关系促销策略。</p>	<p>1、能够运用影响企业促销策略选择的因素分析做出促销决策。</p> <p>2、能够运用人员推销策略开展人员推销。</p> <p>3、能够运用广告策略选择合适的广告平台和形式开展广告促销。</p> <p>4、能够运用营业推广策略进行营业推广决策，开展营业推广促销。</p>	18

四、学生考核与评价

- 1.平时成绩:包括出勤率、作业完成情况、课堂表现等;
- 2.实践成绩:根据学生在实践操作中的表现和成果进行评估;
- 3.期末考试:考查学生对市场营销理论知识的掌握程度和实践能力。

五、教学实施与建议

1.教学方法

(1)课程实施要突出实践性。

《市场营销基础》是一门实践性很强的课程，学生学习过程中必须理论和实际相结合，把所学的理论应用于企业市场营销的实际。

(2)把课堂教学与学生自主学习结合起来。

教师应为学生自主学习的机会以及充分表现和自我发展的空间，鼓励学生通过实践、讨论、合作、探究等方式，发展市场营销管理综合应用能力，创造条件让学生能够探究他们自己感兴趣的问题并自主解决问题。

(3)培养学生课程的综合应用能力。

(4)充分利用现代教育技术和手段，丰富教学内容。

2.教材编写与选用

优先选用“十三五”、“十四五”国家规划教材或重点教材、专业教学指导委员会推荐教材以及1+X证书制度系列教材；优先选用近三年出版的新教材；优先选用国家级、省部级获奖教材以及1+X证书制度系列教材；优先选用立体化

教材。教材的呈现方式要图文并茂，文字表述要规范、正确、科学，提高学生的学习兴趣和对于理论知识的理解与掌握。

3.教学实施与保障

校内实训基地条件要求：由于课程实践性强，教学过程中使用的配套工具软件包括中教畅享网店运营推广实训软件、直播实践、WORD、EXCEL等。实训地点宜尽量安排在理实一体化教学的实训室实施教学。

校外实训基地条件要求：校外与多家企业单位建立了校企合作关系。可以满足学生校外实习实训的需要。

- (1) 有跟学生课程及专业岗位相对应的工作岗位；
- (2) 能够进行校企合作；
- (3) 企业有有效指导学生顶岗实习的技术指导老师。
- (4) 课程资源开发与利用

六、授课进程与安排

周次	学习任务	课时数(节)	主要教学形式
1	1-1 了解市场和市场营销	4	案例教学
2	1-2 熟悉市场营销观念	8	案例教学
3	2-1 认识市场营销环境	6	案例教学
4	2-2 分析宏观市场营销环境	6	案例教学
5	2-3 分析微观市场营销环境	6	案例教学
6	2-4 分析环境机会与威胁	6	案例教学
7	3-1 分析消费者市场	6	案例教学
8	3-2 分析组织市场	6	案例教学
9	4-1 进行市场调研	6	案例教学
10	4-2 开展市场预测	6	案例教学

11	5-1 进行市场细分	6	案例教学
12	5-2 选择目标市场	6	案例教学
13	5-3 进行市场定位	6	案例教学
14	6-1 选择产品组合策略	6	案例教学
15	6-2 选择产品生命周期策略	6	案例教学
16	6-3 开发新产品	6	案例教学
17	6-4 选择品牌与包装策	6	案例教学
18	7-1 了解定价目标与影响因素	6	案例教学
19	7-2 掌握企业定价策略	6	案例教学
20	7-3 企业价格调整策略	6	案例教学
21	8-1 认识分销渠道	6	案例教学
22	8-2 选择分销渠道	6	案例教学
23	8-3 设计与管理渠道	6	案例教学
24	9-1 认识促销组合	6	案例教学
25	9-2 熟悉人员推销策略	6	案例教学
26	9-3 了解广告策略	6	案例教学
27	9-4 掌握营销推广策略	6	案例教学
28	9-5 掌握公共关系策略	6	案例教学

图形图像处理课程标准

一、课程性质与任务

《图形图像处理》作为电子商务专业的核心课程，PhotoShop 是当今使用最为广泛的图像处理软件，广泛应用于电子商务和平面设计等领域。本课程是理实一体化的课程，其主要内容是讲解 PhotoShop 软件的基本操作、设计技巧以及在电子商务中应用的实例。通过学习，让学生掌握 PhotoShop 软件的基本功能，并能灵活运用 PhotoShop 软件进行图片和页面的美工处理及宣传海报的设计等。

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) 具有较强的图像处理创意思维和健康的审美意识，以及较高的艺术设计鉴赏能力。

2.知识目标

- (1) 掌握 Photoshop 的基本操作、基本概念；
- (2) 掌握文件操作与颜色设置；
- (3) 掌握图像的绘图与编辑；
- (4) 掌握路径与图形形状的绘制；

- (5) 掌握图层、蒙板与通道的运用;
- (6) 掌握色彩校正;
- (7) 掌握文字输入与特效制作;
- (8) 掌握滤镜的运用;
- (9) 掌握 Photoshop 中图片的输出、打印的基本处理知识;
- (10) 掌握 Photoshop 综合案例实训制作。

3.能力目标

- (1) 具有熟练使用 Photoshop 中各主要工具和各菜单的能力;
- (2) 具有对图形图像进行熟练制作和处理的能力;
- (3) 初步掌握计算机平面设计与创意基本要求;
- (4) 具备借助数字设备和软件进行简单的图形图像设计的能力;
- (5) 能依据实际需求设计制作简单的海报、广告作品。

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	学时
1	Photoshop 基础知识	1. 了解 Photoshop 基础知识; 2. 掌握图像文件的基本操作方法; 3. 掌握 Photoshop 的安装与卸载	1. 观看图形图像概念特点的视频, 动画等; 2. 现场教学, 要求学生学会安装和载 Photoshop 及认识其新版本功能。	2

2	选区的选取与编辑	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解选区的概念，掌握选框工具组创建基本方法和操作技巧； 2. 掌握套索工具组创建选区的基本方法和操作技巧； 3. 掌握魔术棒工具创建选区的基本方法和操作技巧； 4. 掌握“颜色范围”命令创建选区的基本方法和操作技巧； 5. 掌握载入和保存选区的方法。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 练习矩形、椭圆和单行、单列选框工具的使用及其选项设置； 2. 带动学生练习套索、多边形套索和磁性套索工具的输入与编辑、函数； 3. 练习魔术棒工具的使用及其选项设置； 4. 练习“颜色范围”命令的使用及其对话框设置； 5. 练习并掌握创建和编辑选区的方法，以及 	4
3	图像的绘制	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握画笔工具组的设置与使用； 2. 掌握渐变与颜色填充的设置与使用； 3. 掌握旋转、斜切、扭曲、透视、变形、翻转等变换命令的使用及调整，熟练掌握变换时各种辅助键的使用。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 带动学生利用画笔绘制图像，画笔面板组的调整与设置； 1. 让学生掌握色标的概念，渐变与颜色填充工具选项栏的设置，并熟练使用； 1. 让学生练习旋转、斜切、扭曲、透视、变形、翻转等变换命令的使用及调整，以及变换时各种辅助键的使用。 	4
4	图层应用	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解图层基本概念； 2. 了解图层的类型，掌握图层的新建、复制等基本操作，学会使用链接与合并、对齐和分布等命令； 3. 了解图层模式各选项的含义，掌握其使用技巧； 4. 理解图层各样式的含义，掌握各样式的调整设置，并熟练使用。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 播放动画视频让学生了解图层基本概念。 2. 练习图层的新建、复制等基本操作，使用链接与合并、对齐和分布等命令。图层模式、图层蒙版等的使用。 3. 让学生练习图层各混合模式的使用技巧。 4. 让学生理解图层各样式的含义，进行各样式的调整设置练习。 	4

5	图像的修复与修饰	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握修复工具组的使用和操作技巧； 2. 掌握图章工具组的使用和操作技巧； 3. 掌握橡皮擦工具组的使用与使用； 4. 掌握历史记录画笔工具组的调整与使用； 5. 掌握定义图案和定义画笔命令的调整与使用。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 带领学生练习各工具调整与使用； 2. 掌握仿制图章和图案图章工具的调整与使用； 3. 带动学生练习橡皮擦、背景橡皮擦和魔术橡皮擦工具调整与使用； 4. 带动学生练习历史记录画笔和历史记录艺术画笔工具调整与使用； 	4
6	文字处理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学会变形文字的制作； 2. 学会路径文字的制作； 3. 学会文字特效的制作。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 文字工具各选项的含义,练习文字输入方法。 2. 练习变形文字的使用和调整。 3. 练习路径文字工具的使用和调整。 	6
7	图像的色彩与色调调整	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解色彩和色调调整相关命令； 2. 掌握色彩和色调调整命令的设置及调整,并能够灵活运用。 	任务教学法,教师演示,学生练习,随机指导。	4
8	蒙板与通道	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握创建应用快速蒙板的方法。 2. 掌握图层蒙板的创建编辑方法。 3. 掌握矢量蒙板的创建编辑方法。 4. 掌握剪贴蒙板的创建调整方法。 5. 了解 Alpha 通道与专色通道的概念,掌握创建、复制和删除通道的方法,学会使用通道分离与合并等。 	任务教学法,教师演示,带动学生练习快速蒙板的创建、编辑和调整使用。图层蒙板的创建、编辑、应用和删除及使用图层蒙板的范围。矢量蒙板的的创建、编辑、应用和删除等。剪贴蒙板的使用以及编辑和调整技巧。通道基本概念、类型,通道的各种类型基本操作方法与使用。教师随机指导。	5

9	形状与路径	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学会使用钢笔工具、形状工具绘制路径，掌握路径创建、编辑和删除路径的方法，熟练使用路径选择和直接选择工具，掌握路径的选定和移动、复制等方法。 2. 掌握路径与选区相互转换及辅助键的使用。 3. 掌握填充路径的方法。 4. 掌握描边路径的方法。 5. 理解形状图层的概念，了解形状工具参数设置，掌握形状的绘制和调整方法。 	<p>任务教学法，教师演示，带动学生练习用钢笔工具、形状工具、转换点创建、编辑和应用路径；练习如何使用路径、面板管理路径利用形状工具进行参数设置，掌握形状的绘制和调整方法，教师随机指导。</p>	4
10	滤镜与动作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 液化、抽出、图案命令的功能，并能够熟练使用。 2. 各种滤镜的含义，掌握各滤镜的设置及使用，以及外挂滤镜的相关操作。 3. 滤镜特效的使用与制作方法。 4. 命令，学会动作的添加和编辑使用。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 练习液化、抽出、图案命令的功能及使用。 2. 各种滤镜的使用方法、参数设置、效果。 3. 滤镜制作滤镜特效。使用动作和创建自定义动作。 	4

四、学生考核与评价

改变单一的总结性评价标准，学习评价宜以过程评价、阶段评价和目标评价相结合，注重实践性引导。

(1) 过程评价。它是对学生在学习图形图像处理的态度和能力，参与度，解决问题的能力，对新技术的接受能力，与同学协作的能力，对新的应用环境的适应能力，社会活动

能力；

(2) 阶段评价和目标评价。它是对学生完成图形图像处理课程某一阶段学习任务的评价，对学生掌握知识和基本技能的程度进行评价。

(3) 总结评价。它是对学生完成图形图像处理课程学习后的综合评价，以考核、展示、交流，对学生运用多媒体技术解决实际问题的综合能力、创新精神和实践能力进行评价。

五、教学实施与建议

1.教学方法

教师必须重视现代教学理论的学习，不断更新观念，加强图形图像制作与各课程的整合研究。

(1) 充分运用项目教学法，探索在数字化教学环境下的新型教学模式，通过案例分析、演示制作与任务布置把学生引向实践。通过案例分析，拓宽思维空间，激发成就动机，使学生能主动地学习。运用小组学习、讨论、交流经验等方式深化和巩固学习内容；

(2) 要注重技能训练及重点环节的教学设计。每次活动应循环渐进，技能训练既要有连续性又要有层次性；

(3) 倡导多种学习方式，改善学生的学习方法，培养学生的创新精神和合作学习、研究探索的能力。

2.教材编写与选用

(1) 本课程教材编写应打破传统的学科式内容体系，构建以任务引领和职业能力培养以及职业标准为依据的课

程内容体系，以本课程标准为依据进行编写；

（2）教材编写应以对电子商务专业的工作任务和职业能力分析为依据，体现趣味性和开拓性相统一的课程思想，激发学生对所学专业课程的热爱与追求，鼓励学生开展创造性思维活动，并应为教师留有根据实际教学情况进行调整和创新的空间；

（3）教材内容应在《图形图像处理》课程标准基础上有所拓展，通过实际案例、情景模拟和课后拓展作业等多种手段采用项目任务方式来组织编写，并易学、易懂、易接受，使学生在各种活动中掌握处理图形图像的基本职业能力；

（4）教材内容要以实践性内容为主，提倡图文并茂，增加直观性，有利于引发学习兴趣，提高学习的持续性。

3.教学实施与保障

应具备教、学、做一体化的教学条件，整个实训在微机室完成，微机室保证人手一机，并装备必须的软件。教师应尽可能利用多媒体微机室，贯彻做中学、做中教的思想。充分利用网络资源，实现优质教学资源共享，提高教学的效率和效果，推动教学模式和教学方法的变革。

4.课程资源开发与利用

图形图像处理技术日新月异，因此在资源开发时，应关注最新技术的发展动态，及时将新技术融入课程资源中。

制作或收集高质量的教学视频，涵盖图形图像处理的基础操作、高级技巧及实战案例。准备丰富的实操素材，如图片、图形、视频等，供学生进行实际操作练习。

六、授课进程与安排

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
1	Photoshop 基础知识	2	理论+实践
2	选区的选取 与编辑	2	理论+实践
3	选区的选取与编辑—— 载入和保存选区	2	理论+实践
4	图像的绘制——渐变与 颜色填充	2	理论+实践
5	图像的绘制——变换命 令的使用及调整	2	理论+实践
6	图层应用——图层的类	2	理论+实践
7	图层应用——图层样式	2	理论+实践
8	图像的修复 与修饰——修复工具 组、图章工具组	2	理论+实践
9	图像的修复 与修饰——定义图案和 定义画笔命令的调整与	2	理论+实践
10	文字处理——变形文字 的制作	2	理论+实践
11	文字处理——路径文字 的制作	2	理论+实践
12	文字处理——文字特效 的制作	2	理论+实践
13	色彩和色调调整相关命	2	理论+实践
14	色彩和色调调整命令的 设置及调整	2	理论+实践
15	蒙板与通道——图层蒙 板的创建编辑	2	理论+实践
16	蒙板与通道——剪贴蒙 板的创建调整	2	理论+实践
17	形状与路径——路径的 选定和移动、复制	2	理论+实践
18	形状与路径——填充路 径、描边路径	2	理论+实践
19	滤镜与动作——各滤镜 的设置及使用	2	理论+实践
20	滤镜与动作——滤镜特 效的使用与制作	2	理论+实践

《电子商务物流》课程标准

一、课程性质与任务

本课程旨在全面介绍电子商务物流的基本概念、运营模式和关键技术，同时结合当前电商物流领域的最新发展动态，分析电商物流面临的挑战与机遇。课程通过理论与实践相结合的方式，培养学生的物流管理能力、创新能力和团队协作能力，为电商企业培养具备专业技能和职业素养的高素质人才。

二、课程目标与要求

1. 素质目标

- (1)培养爱国精神、民族自信、家国情怀
- (2)培养学生辩证思维的能力，特别是唯物辩证法、事物发展的矛盾对立与统一规律；
- (3)培养学生严谨、认真、吃苦耐劳、实事求是、诚信友善、公平公正、爱岗敬业职业素养；
- (4)使学生懂得程序规范、操作规范的意义，培养契约精神、教育学生保持廉洁、公正，自觉维护国家法纪与社会秩序；
- (5)培养学生勇于克服困难、开拓进取的优良品质、锻炼学生个性心理品质，磨练意志、陶冶情操。

2. 知识目标

- (1)了解电子商务物流的概念和特征，熟悉电子商务物流部门的岗位设置和岗位职责，理解电子商务物流的不同模式

及特点，掌握物流客户服务的层次和基本能力；

(2)了解各类物流技术的概念、特点及工作原理，熟悉仓储、运输、客服等环节中开展业务活动的信息流程；

(3)了解电子商务采购的概念、特点及模式，熟悉电子商务采购模式，能掌握正确的采购流程，合理地进行电子商务采购；

(4)能够熟悉商品盘点的方法、步骤以及盘点结果的处理，认识库存控制的重要性，学会库存商品 ABC 分类管理法；

(5)掌握订单分配存货的依据，并且通过拣选后选择最佳的配送模式；

(6)熟悉流通加工和商品包装的分类，理解流通加工的作用，掌握商品包装的要求；

(7)了解跨境电商物流行业的发展状况和趋势，熟悉跨境电商进出口物流方式。

3.能力目标

(1)能够根据实际情况选择恰当的物流模式，区分电子商务企业不同的岗位职责，掌握如何提高物流客户服务能力；

(2)能够根据条形码的基础知识，识别各类码制，能够使用条形码扫描；

(3)能够根据电子商务采购知识，选择电子商务模式，能够实施采购；

(4)掌握入库验收的内容和过程，以及如何建立商品档案；

(5)能够根据依据订单进行存货分配，学会对货物进行拣选；

(6)能够根据流通加工的基础知识，识别各种流通加工类型，能够正确使用各种商品包装方法；

(7)能结合实际选择跨境电商物流方式。

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	学时
1	走进电子商务物流配送	<p>了解并掌握最基本的电子商务的知识；</p> <p>了解并掌握物流配送的内容；</p> <p>3.了解电子商务与物流配送间的紧密联系；</p> <p>4.掌握电子商务物流配送的作用及其重要的特点；</p> <p>5.掌握电子商务物流的组建要素、过程与方式。</p>	<p>教师讲解演示</p> <p>独立练习</p> <p>成果展示</p> <p>小组互评</p>	6
2	体验物流配送过程	<p>1.了解商品包装的规定及要求；</p> <p>2.了解商品分拣的规定及要求；</p> <p>3.了解仓储的相关要求及内容；</p> <p>4.了解装卸搬运的内容与相关要求；</p> <p>5.了解并掌握商品运输配送的工具、途径、原则；</p> <p>6.了解并掌握物流配送的核心技术及具体配送过程。</p>	<p>教师讲解演示</p> <p>独立练习</p> <p>成果展示</p> <p>小组互评</p>	6
3	商品包装	<p>1.了解商品包装的基本内涵和作用；</p> <p>2.理解并掌握商品包装的四大要素；</p> <p>3.了解商品包装的分类特点；</p> <p>4.掌握商品包装的基本要求行分析。</p>	<p>教师讲解演示</p> <p>独立练习</p> <p>成果展示</p> <p>小组互评</p>	8

4	商品分拣	1. 了解商品分拣的含义与特点； 2. 理解商品分拣方式基本原则； 3. 掌握商品分拣的常用方式与技术。	教师讲解演示 独立练习 成果展示	12
5	商品仓储	1. 了解商品仓储的内涵和特点； 2. 了解商品仓储的地位和意义； 3. 掌握商品仓储的过程与相关技术。	教师讲解演示 独立练习 成果展示	12
6	商品装卸搬运	1. 了解商品装卸搬运的概念与地位； 2. 了解商品装卸搬运的特点与分类； 3. 理解商品装卸搬运基本原则； 4. 掌握商品装卸搬运常用技术。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	8
7	商品配送	1. 了解商品配送的基本内涵和基本特征； 2. 理解商品配送的方法与原则； 3. 了解商品配送的地位； 4. 掌握商品配送的常用方法与原则； 5. 掌握商品配送的整个过程。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	16
8	物流信息管理	1. 理解物流信息管理的内涵与特点； 2. 掌握物流信息的采集与获取方法； 3. 掌握对物流信息进行处理的方法和原则； 4. 了解物流信息存取的途径和方法； 5. 掌握物流信息管理系统的功能和运作。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	8

四、学生考核与评价

采用多元化的考核方式。评估学生对电子商务物流基本概念、流程、技术、法规等理论知识的理解和记忆。考察学生在物流信息系统操作、库存管理、配送规划、成本控制等方面的实际操作能力。评价学生面对电子商务物流实际案例

时的分析、判断和提出解决方案的能力。评估学生在团队项目中的合作精神、沟通协调能力和领导力。

五、教学实施与建议

1.教学方法

(1) 理论讲授与实践操作相结合：在讲授电子商务物流的基本理论、概念、流程和技术的同时，注重实践操作环节，通过模拟软件、案例分析、实地考察等方式，使学生能够亲身体验和理解物流操作的实际过程。

(2) 互动式教学：鼓励课堂互动，通过提问、讨论、小组作业等形式，激发学生的学习兴趣和思考能力，培养他们的团队协作和沟通能力。

(3) 案例教学：选取典型的电子商务物流案例，进行深入剖析，引导学生分析问题、提出解决方案，培养他们的实际应用能力。

2.教材编写与选用

(1) 教材应既包含电子商务物流的基本理论、概念、流程和技术，又包含丰富的实践案例和操作指南，使学生能够全面、深入地理解和掌握所学知识。

(2) 教材应及时更新，反映电子商务物流领域的最新发展动态和趋势，使学生能够了解行业前沿信息。

(3) 教材应具有一定的国际化视野，介绍国际电子商务物流的发展趋势、成功案例和先进经验，拓宽学生的视野和思路。

(4) 除了主教材外，还应提供配套的辅助资源，如习

题集、案例集、实验指导书等，以满足学生不同的学习需求和提高他们的学习效果。

3.教学实施与保障

电子商务物流作为电子商务专业的学科专业课，要求相对较高，又加上这门课程自身对于实践实训的要求较高，因此在对本门课程进行学习时需要学校尽量配备电子实训室、分拣理货实训室、网络媒体实训室与案例讨论室等等。

4.课程资源开发与利用

开发包含课程大纲、教学目标、重点难点、教学案例等内容的电子教案，便于教师备课和学生预习。制作图文并茂、动画视频嵌入的教学课件，通过直观的视觉呈现，增强学生的学习兴趣和理解能力。

六、授课进程与安排

周次	教学章节	授课时数（节）	主要教学形式
1	1-1 认识电子商务与物流关系	2	线上+线下、理实一体化
	1-2 选择电子商务物流模式	2	线上+线下、理实一体化
	1-3 走进电子商务企业物流岗位	2	线上+线下、理实一体化
2	2-1 商品运输配送的工具	2	线上+线下、理实一体化
	2-2 商品运输配送的途径	2	线上+线下、理实一体化
	2-3 商品运输配送的原则	2	线上+线下、理实一体化
3	3-1 商品包装的基本内涵和作用	2	线上+线下、理实一体化
	3-2 商品包装的四大要素	2	线上+线下、理实一体化
	3-3 商品包装的分类特点	2	线上+线下、理实一体化
4	3-4 商品包装的基本要求	2	线上+线下、理实一体化
	4-1 商品分拣的含义	2	线上+线下、理实一体化
	4-2 商品分拣的特点	2	线上+线下、理实一体化
5	4-3 商品分拣方式基本原则	2	线上+线下、理实一体化
	4-3 商品分拣方式基本原则	2	线上+线下、理实一体化
	4-4 商品分拣的常用方式	2	线上+线下、理实一体化
6	4-5 商品分拣的技术	2	线上+线下、理实一体化
	5-1 商品仓储的内涵	2	线上+线下、理实一体化

周次	教学章节	授课时数(节)	主要教学形式
7	5-2 商品仓储的特点	2	线上+线下、理实一体化
	5-3 商品仓储的地位	2	线上+线下、理实一体化
	5-4 商品仓储的意义	2	线上+线下、理实一体化
8	5-5 商品仓储的过程	2	线上+线下、理实一体化
	5-6 商品仓储的相关技术	2	线上+线下、理实一体化
9	6-1 商品装卸搬运的概念与地位	2	线上+线下、理实一体化
	6-2 商品装卸搬运的特点与分类	2	线上+线下、理实一体化
	6-3 商品装卸搬运基本原则	2	线上+线下、理实一体化
10	6-4 商品装卸搬运常用技术	2	线上+线下、理实一体化
	7-1 商品配送的基本内涵和基本特征	2	线上+线下、理实一体化
	7-1 商品配送的基本内涵和基本特征	2	线上+线下、理实一体化
11	7-2 商品配送的方法与原则	2	线上+线下、理实一体化
	7-2 商品配送的方法与原则	2	线上+线下、理实一体化
	7-3 商品配送的地位	2	线上+线下、理实一体化
12	7-4 商品配送的常用方法与原则	2	线上+线下、理实一体化
	7-4 商品配送的常用方法与原则	2	线上+线下、理实一体化
	7-5 商品配送过程	2	线上+线下、理实一体化
13	8-1 物流信息管理的内涵与特点	2	线上+线下、理实一体化
	8-2 物流信息的采集与获取方法	2	线上+线下、理实一体化
14	8-3 物流信息进行处理的方法和原则	2	线上+线下、理实一体化
	8-4 物流信息管理系统的功能和运作	2	线上+线下、理实一体化

《商品知识》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必修课程，也是一门专业基础课程。该课程以自然科学为主，实践性、应用性和技术性强。主要任务是通过教学，学生掌握从事电子商务工作所必须具备的商品基本知识；正确评价商品质量，保护消费者权益；进行科学的包装和储运，使商品质量得到保证；进行科学的商品分类，利于商务管理现代化。为学习和掌握专业知识和职业技能打下基础，并能利用所学知识解决实际问题

二、课程目标与要求

（一）素质目标

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

（二）知识目标

课程以自然科学为主，实践性、应用性和技术性强。主要任务是通过教学，学生掌握从事电子商务工作所必须具备的商品基本知识；正确评价商品质量，保护消费者权益；进行科学的包装和储运，使商品质量得到保证；进行科学的商品分类，利于商务管理现代化。为学习和掌握专业知识和职业技能打下基础，并能利用所学知识解决实际问题。

（三）能力目标

- （1）能够鉴别商品的质量等级；

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

三、课程结构与内容

建议:采用表格的形式表述。包括完成课程教学应具备的素质、知识、技能、方法、策略等,原则上要涵盖专业对应岗位群的工作内容、工作方法、工作要求和职业标准等内容。

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	学时
1	商品质量	1. 掌握商品质量的基本要求和影响商品质量的因素。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
2	商品质量	了解伪劣商品的危害及表现形式并掌握基本的识别方法	教师讲解演示 独立练习	2
3	商品质量	会正确介绍商品、指导顾客正确评价商品。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2

4	商品标准	1 理解和掌握商品标准和商品标准化的概念	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
5	商品标准	熟悉商品标准化的形式和方法。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
6	商品标准	掌握商品质量认证的方法。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
7	商品检验	掌握商品检验的内容、形式与基本方法	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
8	商品检验	掌握抽样的要求和方法	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
9	商品检验	1. 能对常用商品进行感官检验	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
10	商品检验	了解抽样的概念和原则	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
11	商品检验	理解商品品级的概念和划分方法	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2

12	商品分类	能对目标客户及逆行分析；能力利用掌握商品分类标志。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
13	商品分类	分类方法、代码编制方法	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
14	商品分类	能对商品进行分类与归类	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
15	商品分类	能正确识别和恰当运用商品条码。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
16	商品包装	了解商品包装的设计原则	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
17	商品包装	理解包装的概念	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
18	商品包装	了解包装的分类	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
19	商品包装	熟悉商品包装材料的种类和性能特点。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2

20	商品储存和养护	明确商品储运中发生损耗质量变化的种类	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
21	商品储存和养护	明确商品储运中发生损耗质量变化的原因。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
22	商品储存和养护	明确商品储运中发生损耗质量变化的相应控制措施	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
23	商品储存和养护	掌握商品养护的各种技术方法。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
24	商品储存和养护	掌握商品养护的各种技术的原理	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
25	商品储存和养护	理解商品储存的质量管理原则。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
26	商品的自然分类法	对商品的分类有一个清晰的认知	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
27	商品价格的三度分析	三度：宽度、广度、深度	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2

1	商品知识的运营认识	1. 能进行电子商务数据的分类；2. 能够明确电子商务数据分析的应用意义。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
2	商品知识数字化运营认识	1. 能掌握网店流量来源；2. 具备操作网店初期引流渠道；3. 具备操作网店后期引流工具。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2

四、学生考核与评价

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

五、教学实施与建议

1. 教学方法

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

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

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

(3) 商品鉴定：有条件的学校可以建立商品陈列与检验实训室，通过各种实验让学生学会鉴别各类产品的质量和性能。

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

2.教材编写与选用

教材编写应符合本课程标准，体现“理论够用、突出实践”的原则。引入必须的理论知识的同时，还应增加实践实操内容，强调理论在实践过程中的应用。将教材内容与工作岗位对专业人才的知识要求、技能要求结合起来，充分体现行动引领、理实一体、工学结合的设计思想。应注意吸收新理念、新案例，多设计模拟训练，注重学生综合素质的提高，有利于学生的全面发展和长远发展。

教材应图文并茂，提高学生学习兴趣，加深学生对商品学理论知识的认识和理解。

3.教学实施与保障

除多媒体教室、多媒体资料和设备、纸质教材及资料、

数字化教学资源等教学条件外，还应包括：

（1）建立商品检验实训室，通过对商品的动手检验，让学生学会鉴别商品；

（2）及时向学生推荐扩充性学习材料并指导学生阅读学习；

（3）建立校外实习实训基地，如大型超市、物流仓储等；

（4）聘请校外专家、成功人士举办公学讲座和经验介绍拓展学生视野。

要求：描述与本课程相关的数字化教学资源等各类配套资源的开发与利用。

六、授课进程与安排

周次	教学章节	授课时数（节）	主要教学形式
1	1-1 电子商务运营认识	2	线上+线下、理实一体化
	1-2 电子商务数字化运营认知	2	线上+线下、理实一体化
2	2-1 电子商务数据分析目标制定	2	线上+线下、理实一体化
	2-2 电子商务数据分析指标制定	2	线上+线下、理实一体化
3	2-3 电子商务数据采集工具	2	线上+线下、理实一体化
	2-4 电子商务数据采集渠道	2	线上+线下、理实一体化
4	2-5 数据采集与处理	2	线上+线下、理实一体化
	掌握商品质量的基本要求和影响商品质量的因素	2	线上+线下、理实一体化
5	了解伪劣商品的危害及表现形式并掌握基本的识别方法	2	线上+线下、理实一体化
	会正确介绍商品、指导顾客正确评价商品	2	线上+线下、理实一体化
6	理解和掌握商品标准和商品标准化的概念	2	线上+线下、理实一体化
	熟悉商品标准化的形式和方法	2	线上+线下、理实一体化
7	掌握商品质量认证的方法	2	线上+线下、理实一体化
	掌握商品检验的内容、形式与基本方法	2	线上+线下、理实一体化

周次	教学章节	授课时数(节)	主要教学形式
8	掌握抽样的要求和方法	2	线上+线下、理实一体化
	能对常用商品进行感官检验	2	线上+线下、理实一体化
9	了解抽样的概念和原则	2	线上+线下、理实一体化
	理解商品品级的概念和划分方法	2	线上+线下、理实一体化
10	对商品进行分类与归类	2	线上+线下、理实一体化
	能正确识别和恰当运用商品条码	2	线上+线下、理实一体化
11	了解商品包装的设计原则	2	线上+线下、理实一体化
	理解包装的概念	2	线上+线下、理实一体化
12	了解包装的分类	2	线上+线下、理实一体化
	熟悉商品包装材料的种类和性能特点	2	线上+线下、理实一体化
13	明确商品储运中发生损耗质量变化的种类	2	线上+线下、理实一体化
	明确商品储运中发生损耗质量变化的原因	2	线上+线下、理实一体化
14	掌握商品养护的各种技术方法	2	线上+线下、理实一体化

网店美工课程标准

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。旨在培养学生的创意和审美观，帮助学生理解图、文、色彩的搭配方式，掌握常用的工具软件，提高学生对图片的综合处理及页面的整体布局能力，为电子商务专业实训课程的开展奠定良好的基础。

二、课程目标与要求

1.素质目标

- (1) 具有较强观察力、表现力和审美能力；
- (2) 具有勇于创新、敬业乐业的工作作风；
- (3) 具有良好的职业道德和较强的工作责任心；
- (4) 培养学生的美学感知力，理解和欣赏视觉艺术，能够辨别美的要素，并将其应用于设计中；
- (5) 激发学生的创造力，鼓励独立思考，勇于尝试新鲜的设计理念，不断追求创新；
- (6) 灌输专业精神，包括责任心、耐心细致、诚信正直，以及对工作的热爱和敬业精神。

2.知识目标

- (1) 掌握色彩搭配的基本原理，了解色彩心理学，以及不同颜色在不同文化和情境下的含义；
- (2) 熟悉各种布局方法，了解视觉平衡、层次感、对比与统一的原则，提升版面设计美感；

(3) 熟练运用 Photoshop 等图形设计软件进行图片编辑、合成、美化等工作；

(4) 理解电商网站和移动端界面设计的最佳实践；

(5) 了解图像和字体的合法使用规则，尊重原创，避免侵权行为。

3. 能力目标

(1) 能够将抽象概念转化为具象的视觉元素，创作吸引人的网店页面和产品宣传图；

(2) 精通各类设计工具的操作，高效完成从草图到成品的全过程；

(3) 分析目标客户群，根据不同场合定制设计方案，满足市场需求；

(4) 具备一定的项目规划与时间管理能力，能够按时交付高质量的设计作品；

(5) 紧跟设计潮流，持续提升个人技能，适应设计领域的快速发展。

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	学时
----	------	---------	----------	----

1	网店美工设计入门	<p>1. 欣赏不同类别不同风格的优秀网店，了解网店风格与销售产品间存在的关系；</p> <p>2. 欣赏高访问量、点击量的网店首页，了解网店页面中吸引顾客、引导顾客点击的“点”在哪里；</p> <p>3. 理解网店的概念，了解网店美工的工作任务。</p>	<p>1. 根据淘宝类目，选取淘宝网上页面布局及色彩搭配优秀的网站（关注C店）用于展示；</p> <p>2. 引导学生从淘宝网站，寻找自己最喜欢的店面。鼓励学生阐述喜欢的理由；</p> <p>3. 通过对优秀网店的欣赏，讲解网店美工主要工作务。</p>	2
2	网店装修核心要素	<p>1. 掌握 photoshop 中常用工具的基本操作并能够熟练运用；</p> <p>2. 掌握色彩调整以及曝光度调整的方法，达到制作清晰图片效果的目的；</p> <p>3. 掌握魔术棒、磁性套索工具、快速选择工具、钢笔工具和抽出滤镜抠图的方式方法；熟练运用切片工具；</p> <p>4. 掌握photoshop中批量处理照片的方法；</p> <p>5. 掌握 photoshop 制作 gif 动画的方法。</p>	<p>1. 授课中，以演示法为主，用好的实例激发学生的学习兴趣；</p> <p>2. 通过处理前后图片对比差异吸引学生，提高学生兴趣；</p> <p>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；</p> <p>4. 讲解批处理的概念，体现批处理的优势及个参数设置；</p> <p>5. 分析 photoshop 中动画的制作和 flash 中动画制作的异同。</p>	12

3	网店装修技能	<p>学会调整商品图像尺寸 掌握不同背景下商品图像的抠图方法 修饰商品图像 调整商品色差 商品图片切片</p>	<p>1. 授课中,以演示法为主,用好的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; 4. 给学生分组学习,布置好任务后让学生分组讨论,激发学生主观能动性</p>	10
4	网店设计推广	<p>1. 掌握店标制作流程; 2. 掌握静态店标和动态店标的区别及所涉及的技术; 3. 能够将制作的店标用于实际。 4. 掌握纯文字店招、图文结合类店招及店招动画的制作方法; 5. 熟练掌握网店(如:淘宝网)在线制作店招的方式。</p>	<p>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。</p>	18
6	店铺首页设计	<p>1. 根据商品类别,设计制作符合商品风格的宝贝描述板式; 2. 熟练掌握宝贝描述页面图片分割技术,并能够上传发布描述页面; 3. 综合考虑商品销售过程中可能出现的问题,并予以说明。</p>	<p>1. 采用仿作的方法,以帮助学生分析并掌握宝贝描述板式制作中需要关注的内容。 2. 设计过程中引导学生注意各个PS工具的运用。 3. 引导学生注重色彩搭配及图片、布局和文字运用。</p>	34

7	商品详情页设计	通过多风格网店装修设计实训，完善学生知识体系，培养学生的创意设计广告编排能力。	借助电子商务平台开展训练，课堂关注的重点在于最终效果展示。	32
---	---------	---	-------------------------------	----

四、学生考核与评价

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

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

2.教材编写与选用

教材编写应以本课程标准为依据，合理安排必修和选修内容。教材内容应体现以就业为导向，以学生为本的原则，将知识与实际应用相结合。教材内容编写要做到通俗易懂，深入浅出，图文并茂，注重培养学生的自我学习意识。

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，可以保证学生能够在店铺装修与运营中完成各项目要求；

(2) 建立校外实习实训基地，特别是到成功网店的网店美工岗位进行实训；

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

六、授课进程与安排

周次	教学章节	授课时数(节)	主要教学形式
1	了解网店美工	2	线上+线下、理实一体化
	明确网店装修风格	2	线上+线下、理实一体化
2	图片素材规划与收集	2	线上+线下、理实一体化
	色彩搭配	2	线上+线下、理实一体化
3	页面布局	4	线上+线下、理实一体化
	文字设计	2	线上+线下、理实一体化
4	调整商品图像尺寸	2	线上+线下、理实一体化
	商品图像修图	2	线上+线下、理实一体化
5	修饰商品图像	2	线上+线下、理实一体化
	调整商品色差	2	线上+线下、理实一体化
6	商品图片切片	2	线上+线下、理实一体化
	店标设计	6	线上+线下、理实一体化
7	直通车推广设计图	6	线上+线下、理实一体化
	智钻图设计	6	线上+线下、理实一体化
8	了解店铺首页	3	线上+线下、理实一体化
	设计店招与导航	8	线上+线下、理实一体化
9	设计轮播图	8	线上+线下、理实一体化
	设计优惠券	8	线上+线下、理实一体化
10	设计分类与商品展示模块	8	线上+线下、理实一体化
	了解商品详情页	4	线上+线下、理实一体化
11	商品主图设计	4	线上+线下、理实一体化
	商品焦点图设计	4	线上+线下、理实一体化

周次	教学章节	授课时数(节)	主要教学形式
12	商品卖点图设计	4	线上+线下、理实一体化
	商品信息展示图设计	4	线上+线下、理实一体化
13	商品细节图设计	4	线上+线下、理实一体化
	操作练习	2	线上+线下、理实一体化
14	操作练习	2	线上+线下、理实一体化
	操作练习	2	线上+线下、理实一体化
15	操作练习	2	线上+线下、理实一体化
	操作练习	2	线上+线下、理实一体化
16	操作练习	2	线上+线下、理实一体化
	操作练习	2	线上+线下、理实一体化

《电子商务客服》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业客服管理方向的一门专业技能课。该课程对电子商务专业学生的职业能力培养与职业素质养成起到重要支撑作用。不仅能够培养学生的服务理念，还可以帮助学生在实践活动中运用客户服务理论与技巧，去寻找问题、分析问题和解决问题，使学生真正了解企业客户服务的重要性，掌握客户服务类相关岗位所需要的基本专业知识和技能。

二、课程目标与要求

（一）素质目标

（1）热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线，具有科学的世界观、人生观和价值观，具有强烈的事业心和高度的社会责任感；

（2）具有良好的行为规范的和的职业道德；

（3）具有良好的心理素质和身体素质；

（4）具有客户第一的服务理念，养成主动服务客户的良好习惯；

（5）养成自觉学习和良好的工作态度。

（二）知识目标

（1）入职培训；

（2）售前的知识储备；

（3）流程培训和准备工作；

- (4) 客户接待与沟通;
- (5) 有效订单的处理;
- (6) 交易纠纷的处理;
- (7) 售前、售中、售后的服务;
- (8) 与客户的沟通技巧;
- (9) 客户关系管理的相关内容;

(三) 能力目标

- (1) 沟通能力;
- (2) 信息管理能力;
- (3) 分析判断能力;
- (4) 客户关系管理能力;
- (5) 客服团队管理能力。

三、课程结构与内容

建议：采用表格的形式表述。包括完成课程教学应具备的素质、知识、技能、方法、策略等，原则上要涵盖专业对应岗位群的工作内容、工作方法、工作要求和职业标准等内容。

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	学时
1	售前准备工作	1. 理解客户服务核心素质——真诚	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2

2	售前准备工作	1. 掌握当面沟通流程及成功沟通关键要素	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
3	售前准备工作	1. 掌握客户满意度因素；	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
4	售前准备工作	1 掌握网店客服应具备相关素质、做好准备工作。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
5	售中问题处理	客户接待与沟通、有效订单的处理。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
6	售中问题处理	1. 掌握对客户表示理解和满意的规范用语	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
7	售中问题处理	掌握回应客户的方法；	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
8	售中问题处理	掌握客户需求的层次	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
9	售后问题解决	交易纠纷的处理、调控情绪与压力	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2

10	售后问题解决	1. 掌握客户关系管理基础内容	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
11	售后问题解决	能够熟练运用客户关系管理工具	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
12	售后问题解决	能对目标客户及逆行分析；能力利用图表趋势预测法预测市场容量。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
13	客户关系管理	能进行客户关系管理	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
14	客户关系管理	掌握客户关系管理的概念	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
15	客户关系管理	掌握客户关系管理的步骤。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
16	客户关系管理	掌握客户关系管理的工具。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
17	沟通能力	理解客户需求，提供满意的解答。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2

18	产品知识	熟知所售商品的特点用途，库存情况等，以便准确回答客户问题	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
19	反应速度	快速相应客户的询问和问题，提供及时帮助。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
20	解决能力	面对客户投诉和问题时，迅速定位问题并提供有效解决方案	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
21	耐心和礼貌	保持友好态度即使在处理复杂或不满意的客户时也能保持专业	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
22	销售技巧	通过优质的客户服务提升客户购买意愿，增加销售额	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
23	熟悉平台操作	熟练掌握接待平台的后台操作，包括O 订单管理、物流跟踪等	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
24	数据记录分析	记录客户互动数据，分析客户行为，为改进服务提供依据	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
25	团队协作	与其他团队成员协作，共同解决客户问题，提高整体服务质量	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2

26	适应能力	适应平台的变化和更新，灵活应对市场变化和客户需求	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
27	良好的心理素质	保持良好的心理素质积极阳光	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
1	电子商务客服认识	1. 能进行电子商务数据的分类；2. 能够明确电子商务数据分析的应用意义。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2
2	电子商务数字化运营认知	1. 能掌握网店流量来源；2. 具备操作网店初期引流渠道；3. 具备操作网店后期引流工具。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2

四、学生考核与评价

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

五、教学实施与建议

1. 教学方法

(1) 在教学过程中，应立足于坚持学生实际操作能力

的培养，采用“情景导入、任务驱动”教学方式，以工作任务、教产结合激发学生学习兴趣，增强学生的成就动机。

(2) 本课程教学的关键是实践教学，在教学过程中，尽可能引领学生参与店铺的实际运营，在完成教学的过程中实现学生店铺产品销售的售后服务，教师在必要时给予指导。

(3) 教学过程中，每个活动结束时及时给予评价和展示，以增强学生之间的竞争意识。

(4) 在教学过程中，需要及时与企业人员联系，及时了解行业动态及电子商务行业的最新专业知识、技能、职业道德。

2.教材编写与选用

优先选用“十三五”、“十四五”国家规划教材或重点教材、专业教学指导委员会推荐教材以及1+X证书制度系列教材；优先选用近三年出版的新教材；优先选用国家级、省部级获奖教材以及1+X证书制度系列教材。

3.教学实施与保障

本课程标准参考电子工业出版社出版的《网店客服》教材编写，该教材在深入分析我国电子商务的实践和企业运营实际的基础上，针对电子商务的岗位需求和能力知识需求而设计。把学生的知识和能力的培养通过系统的模块设计来实现。重视以学生为中心，鼓励学生通过动手实践来探索，实现教与学的有机统一。要求：描述与本课程相关的数字化教学资源等各类配套资源的开发与利用。

六、授课进程与安排

周次	教学章节	授课时数(节)	主要教学形式
1	理解客户服务核心素质——真诚；	2	线上+线下、理实一体化
	理解客户服务核心素质——真诚；	2	线上+线下、理实一体化
2	掌握客户满意度因素	2	线上+线下、理实一体化
	掌握网店客服应具备相关素质、做好准备工作	2	线上+线下、理实一体化
3	客户接待与沟通、有效订单的处理	2	线上+线下、理实一体化
	掌握对客户表示理解和满意的规范用语	2	线上+线下、理实一体化
4	掌握回应客户的方法	2	线上+线下、理实一体化
	掌握客户需求的层次	2	线上+线下、理实一体化
5	交易纠纷的处理、调控情绪与压力	2	线上+线下、理实一体化
	掌握客户关系管理基础内容	2	线上+线下、理实一体化
6	能够熟练运用客户关系管理工具	2	线上+线下、理实一体化
	进行客户关系管理	2	线上+线下、理实一体化
7	掌握客户关系管理的概念	2	线上+线下、理实一体化
	掌握客户关系管理的步骤	2	线上+线下、理实一体化
8	掌握客户关系管理的工具	2	线上+线下、理实一体化
	沟通能力	2	线上+线下、理实一体化
9	产品知识	2	线上+线下、理实一体化
	反应速度	2	线上+线下、理实一体化
10	解决问题的能力	2	线上+线下、理实一体化
	耐心和礼貌	2	线上+线下、理实一体化
11	销售技巧	2	线上+线下、理实一体化
	熟悉平台操作	2	线上+线下、理实一体化
12	数据记录分析	2	线上+线下、理实一体化
	团队协作	2	线上+线下、理实一体化
13	适应能力	2	线上+线下、理实一体化
	良好的心理素质	2	线上+线下、理实一体化
14	及时反馈和整理	2	线上+线下、理实一体化

网络营销课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业网络营销方向的一门专业课程。旨在培养学生的实践操作能力，帮助学生掌握一般企业的商业运作规则，学会利用阿里巴巴和淘宝网平台了解行业背景、收集行业关键资料，编写网络营销策划书，旨在培养学生进行公司企划、产品设计、网络推广、渠道经营、供应商沟通、客户沟通及网络产品销售方面的各项关键工作的技能，为培养学生网络商务能力奠定良好的基础。

二、课程目标与要求

1.素质目标

(1) 热爱祖国，热爱人民，热爱集体，具有正确的世界观、人生观、价值观；

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

(3) 具有社会交往、处理公共关系的基本能力；

(4) 知法懂法，树立牢固的法制观念；

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

(6) 了解行业现状及发展方向，具有从事本专业各职业岗位的实际工作能力；

(7) 具有拥抱变化、激情创业的职业精神和诚信、敬

业、团队合作、终身学习的职业素质。

2.知识目标

通过本课程的学习，使学生掌握网络营销的基本操作知识，形成运用网络工具进行商务活动的的能力，为培养学生电子商务活动中的营销能力奠定良好基础。

3.能力目标

- (1) 具有一定的市场敏锐感和捕捉商务信息的能力；
- (2) 能够运用网络营销工具和策略进行商务活动；
- (3) 针对某一典型任务开展网络促销活动；
- (4) 具有分析和解决电子商务中实际问题的基本能力和实际操作能力；
- (5) 具有一定的创新能力和环境适应能力；
- (6) 具有一定的自学能力和职业迁移的智能基础以及持续发展的潜在能力。

三、课程结构与内容

建议：采用表格的形式表述。包括完成课程教学应具备的素质、知识、技能、方法、策略等，原则上要涵盖专业对应岗位群的工作内容、工作方法、工作要求和职业标准等内容。

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	学时
----	------	---------	----------	----

1	网络营销网站	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解主要电商网站; 2. 熟悉电商网站的营销环境; 3. 体验供求信息平台的功能。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 登陆阿里巴巴网站, 了解 B2B 的内容、运作方式, 了解阿里巴巴网站“全球领先的网上贸易市场和商人社区”的定位策略。 2. 登陆淘宝网, 了解 B2C、C2C 业务的内容、流程, 了解个人消费者网络购物的环境和流程。 3. 登陆支付宝网站, 了解在线支付服务的内容、运作方式。 4. 登陆中国雅虎, 了解其服务内容, 付费用户的服务项目。 	9
2	网络营销工具的使用	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉网络营销的常用工具; 2. 了解网络营销工具的特点及相互之间的关系; 3. 学会使用各种网络工具。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新申请一个电子邮箱, 而后完成以下内容: <ol style="list-style-type: none"> (1) 设置该邮箱为自动回复, 并设计自动回复的内容。 (2) 设置两个签名档, 而后写一封信, 对两个签名档做出选择。 2. 列举你所知道的至少三种专业化的搜索引擎: <ol style="list-style-type: none"> (1) 到 Google 搜索引擎分别搜索“网络营销”关键词, 并查看结果页面的数量。 (2) 列出 3 个以上搜索关键字, 了解这些关键字在 360 和百度上的排名情况、竞价情况, 了解关键字的设置技巧、缴费方式等。 3. 使用新浪微博: <ol style="list-style-type: none"> (1) 注册成为会员。 (2) 浏览其他会员的言论信息。 (3) 说出 微博在网络营销中所起的作用。 	11

3	网上市场供求信息搜索与发布	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练掌握网络检索工具的使用； 2. 能在电商网站注册和发布信息。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过上网知道如何使用 IE，包括另存网页、图片，收藏网址，导出、导入收藏夹等菜单功能；以备找到相关信息后的存储。 2. 在谷歌或百度等搜索引擎的搜索栏，搜索“济南二手货市场”。 3. 如果想要得到阿里巴巴网站更多的服务，可以注册成为它的会员。而后该网站便提供一个会员管理系统，供会员对自己的企业信息进行管理。既可以发布需求信息，也可以发布供给信息。 4. 在阿里注册一个企业会员，登录后对本企业的信息进行管理，练习求购和发布商务信息的过程。 	8
4	网络市场调研	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解行业市场的现状、尝试对市场前景进行分析； 2. 能分析企业目前的竞争状况； 3. 能进行消费者需求研究、消费者行为研究。 	<p>美巢公司是一家销售室内装潢涂料的企业。该公司为了了解同行业竞争对手在产品种类、价格、销售策略、发展战略等方面的情况，计划通过网络搜集信息和完成网络营销调查报告。假设你是该公司的市场总监，请你组织你的网络营销调研小组，完成下列工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 确定网络市场调研目标，运用各种搜索工具，搜集 5 个同行业竞争对手的信息。 2. 设计市场调查问卷，通过在线投放和线下调查相结合的方法收集第一手资料。 3. 制定调研计划并实施。 4. 根据收集到的资料，撰写实训报告。 	8

5	在线调研问卷的制作与发布	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能利用搜索引擎寻找在线调研系统； 2. 掌握在线调研问卷的制作与发布 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用搜索引擎搜索网上现有的各种在线调研系统。选择其中的一个网站，就自己关心的问题做一份网上调研问卷，并在该网站发布，一段时间后查看是否有浏览者填写该问卷。 2. 在本企业或个人网站上设计制作完成一份在线调研问卷，发布后观察反馈情况。 3. 找一个知名的新闻组或 BBS 网站，进入某个讨论组，将自己早已准备好的调研问卷在该组中发布，看有何反响。 4. 比较以上三种场合发布在线调研问卷的利弊，并做出系统评价。 	8
6	使用电子支付方式进行网上支付	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握网站的电子支付方式； 2. 熟悉电子支付在网上的应用。 	<p>济南商贸有限公司是一家新开张的网上销售公司，主要的经营业务是计算机整机及其配件。该公司希望通过 B2B、B2C 销售其产品。经过策划，该公司打算使用电子支付方式进行网上支付。</p> <p>假设你是该公司的网络营销人员，请你为公司完成以下工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 分析购买计算机整机及其配件的网上消费对象，分析其网上消费心理，了解网上消费行为的过程。 2. 列举五个以上可以进行 B2B 或 B2C 的经营网站，比较它们的经营特点，并登录这些网站。了解这些网站的缴费方式，有电子支付方式的，学会电子支付的应用。 3. 了解上述网站曾经发生过的侵权纠纷、分析其处理方法和处理结果。 	8

7	网络目标市场战略	<ol style="list-style-type: none"> 1. 模拟网络市场细分； 2. 尝试运用网络目标市场选择的战略； 3. 掌握企业在网络市场的具体定位方法。 	<p>福太公司是国内一服装专卖店，专门为肥胖者提供服务，根据市场发展需要开设网络服装专卖店。</p> <p>假定你是该公司的网络营销策划人员，请你为公司做如下工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 对肥胖者购买衣服的市场进行细分，并描述其特点。 2. 查询、登录相关网站，了解国内相关市场概况。 3. 根据各个细分市场的特点及竞争状况对专卖店进行市场定位。 	8
8	网络营销产品策略	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络产品的分类和特点； 2. 能对网络营销新产品进行设计； 3. 熟练掌握网络营销服务工具的运用。 	<p>“自由驴户外运动俱乐部”是一个自发组织起来的“驴友”组织。假设你是某一家旅行社的营销策划员。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 请描述“驴友”的需求和特点。 2. 请你登录该俱乐部的网站，列出该网站的功能，讨论该平台是否能够满足他们的需求。 3. 列出该网站提供的网络营销产品的类别和组合，并考虑开发网络新产品和服务项目的可能性。 	8
9	网络营销定价策略	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络营销定价的特点、依据、影响因素和目标； 2. 掌握网络定价的基本策略和方法； 3. 定价策略的实际运用。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 访问淘宝网和易趣网，了解不同产品拍卖价格的制定策略。 2. 登录中拍网，搜索近日在线拍卖信息，并观看在线拍卖会。 3. 访问戴尔中国网和瑞星网，熟悉制定价、使用定价、免费定价策略的应用。 4. 登录卓越亚马逊，搜索某一品牌与规格的产品，了解其价格，然后再分别登录 SOASO 多元搜索引擎、中搜网、淘宝网搜索同一品牌与规格型号产品，比较各网上商店定价的高低和策略。 	8

10	网上促销策略	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络促销和网络促销组合； 2. 学会运用网络广告、网站推广进行网络促销。 	<p>阿里妈妈是阿里巴巴旗下一个中文网上广告交易市场。作为一个全新的交易平台，它首次引入“广告是商品”的概念，让广告第一次作为商品呈现在交易市场里，让买家和卖家都能清清楚楚地看到。广告不再是一部分人的专利，阿里妈妈让买家（广告主）和卖家（网站主）轻松找到对方，实现对接。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 登录阿里妈妈网站。 2. 写出购买广告的流程。 3. 比较各广告资源，从广告对象、媒体选择、预算、效果评价等方面进行综合分析，为了一本即将上市的营销专业类新书制定一个网络广告投放计划。 	8
11	网店推广和运作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络商店的类型和特点； 2. 掌握网络交易过程中的管理要领； 3. 网络推广运用到网络商店的开设及网络商店经营。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 登录买买乐和 ShopEx 网站，查询两个网站提供的产品和服务。请根据它们提供的网上开店平台解决方案，描述它们所属网络中间商的类型和它们的异同点。 2. 描述买买乐网店的城市分布和店铺的行业分布特点。 3. 分别访问买买乐网站内“访问量最高”、“顾客最多”、“商品最多”和“留言最多”的店铺，描述每一类店铺的特点和优势。 4. 阅读《买买乐网上店铺加盟规则》，进行网上商店的策划，注册成为买买乐的新用户，并创建自己的网上商店。 	8

12	网络营销相应的营销手段	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络营销所包含的营销手段和类型； 2. 掌握营销类型对应的营销方式。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用 Google 或百度进行搜索，查找网络营销相应的方法和手段，并举例。 2. 了解什么是病毒性营销及其特点、运作方式，并分析相应的案例。 3. 了解什么是搜索引擎营销及其特点、运作方式，并分析相应的案例。 4. 登录新浪或者网易等相应的网站，进入博客的界面，申请个人博客。 5. 了解什么是博客营销及其特点、运作方式，并分析相应的案例。 	8
13	网络营销策划	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络市场营销的特点； 2. 能撰写营销策划书； 3. 能策划网络市场推广方案。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分析商品的自身与行业特点。 <ol style="list-style-type: none"> (1) 网络市场环境； (2) 网上市场规模和购买力水平情况； (3) 竞争对手网络营销状况； (4) 产品性质与特点、产品在线销售的可能性； (5) 消费者的消费行为习惯和个性化需求； 2. 确定网络营销的方案。 <ol style="list-style-type: none"> (1) 本公司目标市场、网上产品定位； (2) 网站的定位与功能、内容设计； (3) 网站的推广方式组合：搜索引擎注册、交换链接、社区营销、病毒性营销、邮件推广； (4) 网站营销策略组合； (5) 确定网络营销的物流平台； (6) 网络营销的效果评估。 3. 撰写网络市场营销策划书。 	8

四、学生考核与评价

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合考核相结合。通过项目进度和任务完成度监控学生的学习进

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

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，采用现场教学法、项目教学法、案例教学法、项目实训操作、项目小组协作等，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

教材编写应以本课程标准为依据，合理安排必修和选修内容，可根据不同专业方向或学时安排编写相应教材。教材内容应体现以就业为导向，以学生为本的原则，将知识与生活生产中的实际应用相结合。

3.教学实施与保障

校内实训基地条件要求：由于课程实践性强，教学过程中使用的配套工具软件包括中教畅享网店运营推广实训软件、WORD、EXCEL等。实训地点宜尽量安排在理实一体化教学的实训室实施教学。

校外实训基地条件要求：校外与多家企业单位建立了校企合作关系。可以满足学生校外实习实训的需要。

- (1) 有跟学生课程及专业岗位相对应的工作岗位；
- (2) 能够进行校企合作；
- (3) 企业有有效指导学生顶岗实习的技术指导老师。

4.课程资源开发与利用

(1) 课堂教学条件：可以进行多媒体演示的教室。

(2) 实训条件：装有电子商务模拟教学软件的电子商务实训室，参照实训室设备配备标准，配备与企业电子商务实际业务相同的设备和软件，使之具备现场教学、实训的功能，满足教、学、做一体化的要求。同时可以根据需要开通网络。

六、授课进程与安排

周次	学习任务	课时数（节）	主要教学形式
1	网络营销网站	9	线上+线下、理实一体化
2	网络营销工具的使用	11	线上+线下、理实一体化
3	网上市场供求信息搜索	8	线上+线下、理实一体化
4	网络市场调研	8	线上+线下、理实一体化
5	在线调研问卷的制作与发布	8	线上+线下、理实一体化

6	使用电子支付方式进行 网上支付	8	线上+线下、理实一体化
7	网络目标市场战略	8	线上+线下、理实一体化
8	网络营销产品策略	8	线上+线下、理实一体化
9	网络营销定价策略	8	线上+线下、理实一体化
10	网上促销策略	8	线上+线下、理实一体化
11	网店推广和运作	8	线上+线下、理实一体化
12	网络营销相应的营销 手段	8	线上+线下、理实一体化
13	网络营销策划	8	线上+线下、理实一体化

商品拍摄课程标准

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。旨在培养学生掌握不同品类商品的最佳拍摄方法，包括食品、服装、电子产品等。提升学生的视觉艺术鉴赏力，学会运用美学原则创造有吸引力的画面。直接面向电商行业岗位需求，培训未来从业者的必备技能，增强就业竞争力。

二、课程目标与要求

1.素质目标

- (1) 具有较强观察力、表现力和审美能力；
- (2) 具有勇于创新、敬业乐业的工作作风；
- (3) 具有良好的职业道德和较强的工作责任心；
- (4) 培养学生的美学感知力，理解和欣赏视觉艺术，能够辨别美的要素，并将其应用于设计中；
- (5) 激发学生的创意思维，鼓励独特视角，提升艺术审美，形成个性化的作品风格；
- (6) 树立正确的版权观念，尊重原创，了解并遵守行业内的法规政策。

2.知识目标

- (1) 掌握摄影理论：掌握光线、构图、色彩等基础理论，了解不同摄影流派与历史；
- (2) 熟悉各类摄影器材的功能与操作，包括传统与数码摄影装备；

(3)掌握图像编辑软件的使用,如 Photoshop、Lightroom 等,以及图像处理的基本技巧;

(4)熟知电商平台上图片上传的要求与标准,如尺寸、格式、优化技巧等;

(5)了解图像和字体的合法使用规则,尊重原创,避免侵权行为。

3.能力目标

(1)能够独立完成商品的布景、拍摄与后期修饰,产出符合电商标准的照片;

(2)识别优秀作品的特征,根据目标受众调整画面表现形式;

(3)面对拍摄过程中的难题,如照明不足、色彩偏差等,找到有效的解决方案;

(4)具依据商品特性与品牌定位,制定合适的拍摄策略,增强产品市场吸引力。

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	学时
1	初时网店商品的拍摄工作	1、理解网店商品拍摄和编辑的意义 2、正确认识网店商品摄影师的基本职责 3、掌握网店商品拍摄的基本要求	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	2

2	常见的摄影器材	<p>熟悉摄影设备的种类 学会摄影设备基本设置 掌握常用拍摄模式</p>	<p>教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评</p>	4
3	商品摄影模式	<p>1、单反相机不同的拍摄模式 2、光圈、快门、感光度、白平衡等摄影基本术语的概念和使用技巧 3、数码相机不同的测光模式 4、景深的概念和影响景深的因素</p>	<p>教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评</p>	10

4	商品摄影技巧	认识角度与方位 掌握常用构图方法 学会商品摆放	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	20
5	商品布光技巧	认识不同类型的光源 学会区分商品材质 掌握网店摄影布光技巧	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	10
6	玩转 PhotoshopCC 图 片处理	1. 根据商品类别，设计制作符合商品风格的宝贝描述板式； 2. 熟练掌握宝贝描述页面图片分割技术，并能够上传发布描述页面； 3. 综合考虑商品销售过程中可能出现的问题，并予以说明。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	10

7	网店商品图片拍摄实例	通过多风格网店装修设计实训，完善学生知识体系，培养学生的创意设计广告编排能力。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	16
---	------------	---	--------------------------------	----

四、学生考核与评价

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

五、教学实施与建议

1.教学方法

充分利用信息化教学手段开展混合式教学，有效延展学生的学习时间与学习空间，增强学生学习的能动性和主动性。

根据教学目标与内容，选择适当教学方法。通过讲授法讲解摄影技能的基础知识；运用案例分析法，组织学生对摄影曝光、色彩设计、摄影构图过程中相关问题进行分组研究讨论。

以理论与实践相结合，课内实训与课后任务驱动相结合，技能学习与岗位应用相结合方法，培养学生的创新能力和岗位素养。

2.教材编写与选用

教材编写应以本课程标准为依据，合理安排必修和选修内容。教材内容应体现以就业为导向，以学生为本的原则，

将知识与实际应用相结合。教材内容编写要做到通俗易懂，深入浅出，图文并茂，注重培养学生的自我学习意识。

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，可以保证学生能够在商品拍摄中完成各项目要求；

(2) 建立校外实习实训基地，特别是到成功网店的网店美工岗位进行实训；

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

六、授课进程与安排

周次	教学章节	授课时数(节)	主要教学形式
1.2	理解网店商品拍摄和编辑的意义	2	线上+线下、理实一体化
	熟悉摄影设备的种类	2	线上+线下、理实一体化
3.4	学会摄影设备的基本设置	2	线上+线下、理实一体化
	认识角度与方位	2	线上+线下、理实一体化
5.6	掌握常用构图方法	4	线上+线下、理实一体化
	学会商品摆放	4	线上+线下、理实一体化
7.8	认识光源	6	线上+线下、理实一体化
	区分商品材质	4	线上+线下、理实一体化
5	掌握网店摄影布光技巧	4	线上+线下、理实一体化
	拍摄前期准备	6	线上+线下、理实一体化
6	拍摄执行	6	线上+线下、理实一体化
	拍摄后期处理与交付	8	线上+线下、理实一体化
7	服饰类商品的拍摄	4	线上+线下、理实一体化
	箱包类商品的拍摄	4	线上+线下、理实一体化
8	美妆类商品的拍摄	4	线上+线下、理实一体化
	生鲜类商品的拍摄	4	线上+线下、理实一体化

《网店运营》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是面向电子商务专业学生开设的一门专业核心课，在整个人才培养目标中处于核心地位。

通过本课程的学习，使学生掌握网店运营的共性知识，通过实体网店以及实训辅助，让学生掌握网店规划与开设、商品运营、流量获取、营销转化、网店运营分析等内容。利用虚拟仿真实训软件进行模拟训练，力求做到理论与实践相结合，将知识传授、职业能力培养有机结合起来，巩固和加强对知识的理解，并学以致用。通过增强学生职业技能训练，提高学生的职业技能水平，增强学生的职业素养，并为其继续学习打下坚实的基础。

二、课程目标与要求

（一）素质目标

1. 培育并践行社会主义核心价值观；
2. 培养尊重劳动、热爱劳动、吃苦耐劳的精神；
3. 传播优秀商业文化与中国传统文化，培养文化自信；
4. 培养主动学习新知识、新技术、新方法，形成创新意识和创新精神；
5. 培养吃苦耐劳、精益求精、一丝不苟的工匠精神的工匠精神；
6. 培养良好的沟通能力、协同合作，提升集体意识和团队合作精神。

（二）知识目标

- 1.掌握市场数据分析的方法；
- 2.掌握网店定位的方法；
- 3.了解商品品类管理的基本知识；
- 4.掌握商品品类角色定位及策略制定；
- 5.了解商品选品及采购的基本知识；
- 6.熟悉商品采购策略的制订；
- 7.掌握目标商品选择及商品淘汰与上新方法；
- 8.了解商品价格制定的基本知识；
- 9.掌握商品定价策略及价格优化；
- 10.能掌握营销转化的相关操作和规则；
- 11.熟悉站内外推广，并根据需求制定推广策略；
- 12.掌握根据推广需求，分析并优化各项推广策略。

（三）能力目标

- 1.具备数据分析的技能；
- 2.具备网店定位、选址、开设的技能；
- 3.具有网店商品选品、采购的能力；
- 4.具备商品商品定价、上架的能力；
- 5.具备 SEO 优化的技能；
- 6.具备 sem 推广策划实施的技能；
- 7.具备网店营销策划实施的技能；
- 8.具备站外推广策划实施的技能；
- 9.具备网店商品发货处理的技能；
- 10.具备网店财务收支管理的技能。

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	学时
1	运营的本质	1. 能够了解商业本质； 2. 能够了解网店运营的目的。	教师讲解，学生分组讨论、总结	2
2	运营的思维与流程	1. 能够将新技术、新模式、新思维与网店运营相结合； 2. 能够运用 PDCA 戴明循环法开展网店运营推广工作。	教师讲解，学生分组讨论、总结	2
3	市场数据分析	1. 具备市场趋势分析能力； 2. 具备人群分析能力； 3. 具备竞争对手分析能力。	教师讲解，学生分组讨论、总结 教师进行指导，并进行最后点评	2
4	网店定位	1. 具备商品品类选择能力； 2. 具备运营战略选择能力； 3. 具备销售目标制定能力； 4. 具备资金预算能力。	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	2
5	网店运营策略制定	1. 具备办公场所设立能力 2. 具备仓库选址能力； 3. 具备网店开设与装修能力。	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	2
6	品类管理	1. 具备商品品类角色定位能力； 2. 具备商品品类策略制定能力。	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	2
7	商品选品及采购	1. 具备目标商品选择能力； 2. 具备商品淘汰与上新能力； 3. 具备供应商选择能力； 4. 具备供应商淘汰与新增能力。	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	2
8	商品价格制定	1. 具备商品定价策略制定能力； 2. 具备商品定价模型分析能力； 3. 具备商品价格定价能力。	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	4

9	推广策略制定与实施	1. 具备平台活动推广策略制订能力； 2. 具备站内付费推广策略制订能力； 3. 具备站外付费推广策略制订	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	4
10	推广效果分析与优化	1. 具备平台活动推广策略优化能力； 2. 具备站内付费推广策略优化能力； 3. 具备站外付费推广策略优化	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	2
11	营销转化策略制定与实施	1. 具备网店营销活动策略制定与实施能力； 2. 具备视觉营销策划制定与实施能力； 3. 具备网店服务策略制定与实	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	4
12	营销转化效果分析与优化	1. 具备活动营销分析与优化能力； 2. 具备视觉营销策略分析与优化能力； 3. 具备网店服务策略分析与优	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	4
13	供应链数据分析	1. 具备采购数据分析与优化能力； 2. 具备物流数据分析与优化能力。	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	4
14	销售数据分析	1 具备销售数据诊断能力； 2. 具备销售优化策略能力。	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	4
15	客户数据分析	1. 具备客户画像归纳能力； 2. 掌握客户管理方法； 3. 具备客户管理策略制定能力。	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	4
16	财务数据分析	1. 具备资金分析能力； 2. 具备成本分析能力； 3. 具备财务报表分析能力。	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	2
17	竞争数据分析	1. 具备竞争网店数据分析能力； 2. 具备竞争商品数据分析能力	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	4
18	运营分析报告	1. 熟悉数据分析报告的撰写注意事项； 2. 能够撰写运营分析报告。	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	4

19	运营规划：凡事预则立不预则废（第一次	1. 能够对网店的运营进行规划； 2. 能够对网店的经营环境进行分析； 3. 能够准确的进行市场定位；	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	6
20	商品管控：打牢运营推广的根基（第二次	1. 能够对商品的品类进行管理； 2. 能够进行商品的选品； 3. 能够制定采购策略； 4. 能够制定商品价格并进行优	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	6
21	流量获取：把握网店流量生命线（第三次	1. 能根据推广需求，制定并实施免费以及付费推广策略； 2. 能根据推广需求，分析并优化各项推广策略。	教师讲解必要的操作步骤，教师演示，学生模仿，教师进行指导，并进行最后点评	6

四、学生考核与评价

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

五、教学实施与建议

1. 教学方法

在教学上采取“案例教学”与“项目训练”相结合的方法，以线上+线下、理事一体化、职场体验为主要形式，充分利用配备电子商务教学软件的校内实训室和互联网，通过

仿真训练、实训操作等方式，提高学生的实际操作能力。以项目实践任务为载体，采用任务驱动、项目导向的教学模式，融教、学、做为一体。课堂组织形式上采取分组教学方式，学生以团队的方式进行网上实践、案例讨论和问题探究。教学中根据实际需要可以采用电子课件、大屏幕多媒体联机演示、网络教学等各种先进的教学手段，充分利用现代化教学理念，提高教学效果。

2.教材编写与选用

优先选用“十三五”、“十四五”国家规划教材或重点教材、专业教学指导委员会推荐教材以及1+X证书制度系列教材；优先选用近三年出版的新教材；优先选用国家级、省部级获奖教材以及1+X证书制度系列教材。

3.教学实施与保障

校内实训基地条件要求：由于课程实践性强，教学过程中使用的配套工具软件包括中教畅享网店运营推广实训软件、WORD、EXCEL等。实训地点宜尽量安排在理实一体化教学的实训室实施教学。

校外实训基地条件要求：校外与多家企业单位建立了校企合作关系。可以满足学生校外实习实训的需要。

- (1) 有跟学生课程及专业岗位相对应的工作岗位；
- (2) 能够进行校企合作；
- (3) 企业有有效指导学生顶岗实习的技术指导老师。

4.课程资源开发与利用

优先选用“十三五”、“十四五”国家规划教材或重点

教材、专业教学指导委员会推荐教材以及 1+X 证书制度系列教材；优先选用近三年出版的新教材；优先选用国家级、省部级获奖教材以及 1+X 证书制度系列教材。

六、授课进程与安排

周次	教学章节	授课时数（节）	主要教学形式
1	运营的本质	2	线上+线下、理实一体化
1	运营的思维与流程	2	线上+线下、理实一体化
2	市场数据分析	2	线上+线下、理实一体化
2	网店定位	2	线上+线下、理实一体化
3	网店运营策略制定	2	线上+线下、理实一体化
3	品类管理	2	线上+线下、理实一体化
4	商品选品及采购	2	线上+线下、理实一体化
4/5	商品价格制定	4	线上+线下、理实一体化
5/6	推广策略制定与实施	4	线上+线下、理实一体化
6	推广效果分析与优化	2	线上+线下、理实一体化
7	营销转化策略制定与实施	4	线上+线下、理实一体化
8	营销转化效果分析与优化	4	线上+线下、理实一体化
9	供应链数据分析	4	线上+线下、理实一体化
10	销售数据分析	4	线上+线下、理实一体化
11	客户数据分析	4	线上+线下、理实一体化
12	财务数据分析	2	线上+线下、理实一体化
12/13	竞争数据分析	4	线上+线下、理实一体化
13/14	运营分析报告	4	线上+线下、理实一体化
14/15	运营规划：凡事预则立不预则废（第一次课内竞赛）	6	线上+线下、理实一体化
16/17	商品管控：打牢运营推广的根基（第二次课内竞赛）	6	线上+线下、理实一体化
17/18	流量获取：把握网店流量生命线（第三次课内竞赛）	6	线上+线下、理实一体化

网页设计与制作课程标准

一、课程性质与任务

网页设计与制作课程是电子商务专业的一门专业技能课程。其功能在于培养学生具备从事网页设计与制作的基本职业能力，为下一步网站的建设学习打好基础，使学生达到网页设计制作人员的基本职业能力要求。

二、课程目标与要求

1.素质目标

(1) 热爱祖国，热爱人民，热爱集体，具有正确的世界观、人生观、价值观；

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

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

(4) 了解行业现状及发展方向，具有从事本专业各职业岗位的实际工作能力；

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

2.知识目标

通过任务引领和项目活动等形式，使学生能熟练制作简单网页，能熟练创建本地站点并能对网页进行各种超链接，能制作网页动画，掌握网页设计与制作技巧，具备网页设计

与制作的基本职业能力，能基本胜任网页制作工作，为学生专业化方向的发展奠定基础。

3.能力目标

- (1) 能够熟练制作简单网页；
- (2) 能够创建本地站点并能对网页进行各种超链接；
- (3) 能够对网页进行具有创意的美化；
- (4) 能够制作有创意的网页动画；
- (5) 能够掌握网页设计与制作的相关技巧；
- (6) 能够根据企业需要制作商务网页；
- (7) 能够跟踪学习网页设计与制作的新知识和新技术。

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	学时
1	认识网页	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网页的定义与特点； 2. 了解网页的类型； 3. 理解网页的基本元素与构成； 4. 掌握网页设计的基本原则。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生通过上网搜索自己感兴趣的网页，并与全班同学分享吸引自己的理由。 2. 采用辩论的方式，将学生分为两组，分别代表动态网页与静态网页，找出所代表的网页类型的优势所在。 3. 引导学生通过对网页的浏览与操作，进一步理解网页的各个元素，并总结设计网 	8

2	网页发布	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解申请域名的步骤； 2. 了解主页空间的申请过程； 3. 掌握本地网站的测试； 4. 掌握网页上传的过程； 5. 理解网站的宣传策略。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 采用演示法，为学生演示一个具体网页的发布过程，引导学生对网页发布过程进行总结，归纳出网页发布具体的步骤，并与课本上所介绍的相关内容对照，加深理解。 2. 让学生自己试着对一个现有网页进行发 	12
3	创建本地站点	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握正确建立本地站点的原则、方法及步骤； 2. 掌握简单网页的制作； 3. 掌握对网页进行各种超链接置的方法。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 使用网页制作软件的站点设置功能设置本地站点。 2. 通过分析讲解经典网站结构，制作一个较典型的简单个人网站。 	12
4	初步网页制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握安装和启动网页制作软件的步骤； 2. 理解页面合理布局的相关内容； 3. 掌握插入文本、特殊字符、图像的方法。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 引导学生进行网页制作软件的安装、启动和卸载练习。 2. 通过演示的形式对学生进行网页制作软件界面的介绍。 3. 引导学生制作一个简单的网页，包括使用表格框架的设置、输入文本和特殊字符以及插入图像。 	12
5	网页美化	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制作一张具有个性且有创意的 logo 图； 2. 制作一个具有个性和有创意 banner 动态图像； 3. 制作具有个性和有创意的 GIF 动画； 4. 制作一个动态导航条； 5. 在网页中应用图层和行为动作； 6. 在网页中插入音视频内容。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 采用演示法，选用几张有特色的 logo 图进行演示，鼓励学生制作有特色的 logo 图。 2. 采用演示法，鼓励学生制作有特色的 banner 图。 3. 上网浏览典型网站的 logo 图和 Banner 图。 4. 上网浏览典型网站的导航条，设计制作自己网站的导航条。 5. 利用典型实例进行演示，引导学生设计 	12

6	网页特效	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网页特效的定义与内涵； 2. 了解网页特效的分类； 3. 掌握几种常用的典型脚本语言。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通过演示的方法引导学生了解各种网页特效的具体效果。 2. 对常用脚本语言进行介绍，引导学生完成简单的特效制作。 	10
7	个人网站制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握模板的设计过程； 2. 掌握创建有特色的 LOGO 的方法； 3. 掌握制作个人网站的模板的步骤； 4. 掌握对所需素材的采集，分析与美化的技巧； 5. 掌握网站的上传发布的步骤。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生上网浏览网站的模板样式，找出自己感兴趣的模板样式。 2. 鼓励学生根据个人的兴趣爱好制作一个自己的网站。 	14
8	公益网站制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制作简单图形变化的动画； 2. 制作动作动画； 3. 制作遮罩层动画； 4. 制作引导层动画； 5. 在动画中插入背景音 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生上网浏览典型网站的模板样式，找出自己感兴趣的模板样式。 2. 利用典型实例进行操作演示，指导学生 	10
9	电子商务网站制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握模板的设计过程； 2. 创建有特色的 LOGO； 3. 制作电子商务网站模板； 4. 对所需素材的采集，分析与美化； 5. 对一个美观受众程度强的网站做简介； 6. 申请域名空间，并进行网站上传。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 上网浏览知名淘宝店，进行结构分析。 2. 上网浏览知名网络直营店。 3. 创建模板。 4. 利用摄影设备拍摄素材，分析素材，美化素材。 5. 创建网站。 6. 域名申请，空间上 	18

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、阶段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，如学生的学习形式、获取信息的方式、讨论的要点、设计的方案等进行记录，并对作品进行交流、自评和互评等，从而让学生学会学习。

(1) 过程评价。它是对学生在学习中的应用网页制作技术的态度和能力，参与度，解决问题的能力，对新技术的接受能力，与同学协作的能力，对新的应用环境的适应能力，社会活动能力，完成任务的责任心和道德规范、安全意识等方面的评价。

(2) 阶段评价。它是对学生完成网页设计与制作课程某一阶段学习任务的评价，以某一项目为内容，通过完成某项任务，对学生掌握网页设计与制作课程的基础知识和基本技能的程度进行评价。

(3) 总结评价。它是对学生完成网页设计与制作课程学习后的综合评价，以考核、展示、发布、交流等多种形式，让学生自定主题，自己设计，创作有个性的作品，充分发挥学生的主动性和创造力，对学生运用网页制作技术解决实际问题的综合能力、创新精神和实践能力进行评价。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

教学中注重培养学生自己解决问题的能力，提倡让学生张扬自己个性特长的理念，引导学生在学习过程中学会与人合作，使学生自觉地成为问题的发现者和解决者。倡导多种学习方式相结合，培养学生的创新精神及合作学习、研究探索的能力。运用“思考、实践、调查、探索、讨论、交流、展示、评价”等多种形式促使学生自行设计学习方案，自主探索完成任务的操作步骤和方法。指导学生在在学习过程中提出问题、发现问题，加强师生、生生之间的讨论、交流和展

示，从而改变学生单一地被动接受知识的学习方式。

在教学过程中要尽可能地创设工作情景，加强过程体验，增强学生的就业意识。加强学生对应用网页制作技术的道德与规范的体验，增强责任心和使命感。

2.教材编写与选用

(1) 教材编写要以岗位职业能力分析和职业技能考证为指导，以《网页设计与制作》课程标准为依据。

(2) 教材编写要以岗位任务引领，以工作项目为主线，强调理论与实践相结合，按活动项目组织编写内容。教材内容从“任务”着手，设计完成“任务”的方法与步骤，并留有让学生自主探究设计完成“任务”的方法与步骤的空间。教材编写要体现通过解决实际问题来带动理论的学习和应用软件的操作的思想，让学生在完成“任务”的过程中掌握知识和技能，提升提出问题、分析问题、解决问题的综合能力。“任务”的设置应体现针对性、综合性和实践性。

(3) 教材中凡涉及工作岗位的实践活动，应以岗位操作规程为基准进行编写。

(4) 教材内容应在《网页设计与制作》课程标准基础上有所拓展，将网页设计与制作的最新发展技术纳入其中。

(5) 教材内容中要以实践性内容为主。教材体系的安排要遵循学生的认知规律，讲清知识的来龙去脉。教材设计要顺理成章，具有趣味性和启发性，做到图文并茂，寓教于乐，循序渐进，滚动式递进的要求。

(6) 在教材编写中要突出培养学生正确的科学思想和

科学方法，以适应网页制作技术发展的需要。教材中有关专业技术的专用英文名词应提供中文注释。

3.教学实施与保障

多媒体的教学环境，网络机房。

4.课程资源开发与利用

(1) 搜集和整理最新的网页设计规范和标准，确保课程内容与时俱进。

(2) 邀请企业专家来校讲座或授课，让学生了解行业前沿动态和实际需求。

(3) 引入行业内的优秀案例和作品，供学生参考和学习。

六、授课进程与安排

周次	学习任务	课时数(节)	主要教学形式
1	了解电子商务网站	6	理论+实践
2	本地网站的测试	6	理论+实践
3	1. 网页上传的过程 2. 网站的宣传策略	6	理论+实践
4	正确建立本地站点的原则、方法及步骤	6	理论+实践
5	简单网页的制作	6	理论+实践
6	页面合理布局	6	理论+实践
7	插入文本、特殊字符、 图像	6	理论+实践
8	网页美化——制作 logo 图	6	理论+实践
9	网页美化——制作 GIF 动画	6	理论+实践
10	网页美化——插入音视 频	6	理论+实践
11	网页特效	6	理论+实践

12	网页特效——常用的典型脚本语言	6	理论+实践
13	个人网站制作——制作个人网站	6	理论+实践
14	个人网站制作——素材的采集	6	理论+实践
15	个人网站制作——网站的上传发	6	理论+实践
16	公益网站制作——制作动画	6	理论+实践
17	公益网站制作——导出动画	6	理论+实践
18	电子商务网站制作——制作电子	6	理论+实践
19	电子商务网站制作——素材采集	6	理论+实践
20	电子商务网站制作——网站上传	6	理论+实践

《短视频制作》课程标准

一、课程性质与任务

《短视频制作》是一门集理论性与实践性于一体的专业基础课程，广泛应用于网络营销、新媒体营销、视觉传达、数字媒体应用技术等专业领域。本课程旨在通过系统的教学，使学生掌握短视频制作的全过程，包括策划、拍摄、剪辑、发布及运营等关键技能，以适应当前数字化时代对短视频内容创作与传播的迫切需求。

二、课程目标与要求

（一）素质目标

- 1.具备短视频行业的基本职业道德，热爱工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律法规；
- 2.培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维；
- 3.养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的工作作风，具有良好的服务意识。

（二）知识目标

- 1.了解短视频的特征和优势，短视频的渠道类型、内容类型及生产方式类型，以及短视频的商业变现方式；
- 2.了解制作短视频需要做哪些前期准备工作，短视频制作团队的组建方法，掌握短视频的策划方法；
- 3.掌握短视频的构图要素，短视频构图的基本原则；
- 4.掌握拍摄抖音短视频的方法，抖音短视频后期处理的

方法，以及制作短视频封面图的方法。

（三）能力目标

- 1.能够拍摄短视频，剪辑、包装与发布短视频；
- 2.能够对短视频进行合理构图；
- 3.能够拍摄抖音短视频，对抖音短视频进行后期处理，制作短视频封面图；
- 4.能够使用 PR、剪映进行短视频后期制作。

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	学时
1	从零开始全面认识短视频	1. 短视频的特征与优势。2. 短视频的类型。3. 短视频的商业变现方式。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	6
2	短视频流程设计	1. 短视频制作的前期准备。 2.. 短视频制作团队的组建。3. 短视频的策划。4. 短视频的拍摄。5. 短视频的剪辑与包装。6. 短视频的发布。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	6
3	短视频的构图原则与方法	1. 短视频的构图要素。2 短视频构图的基本原则。3. 常用的短视频构图方法。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	6
4	抖音短视频的录制与制作	1. 抖音短视频的拍摄。2. 抖音短视频的后期处理。3. 利用第三方制作抖音封面图。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	6
5	短视频后期制作	1. 使用剪映 APP 进行后期制作。	教师讲解演示 独立练习 成果展示	6

			小组互评	
6	使用 premiere 制作短视频	1. 制作短视频开头。2. 修建短视频。3. 制作片尾。4. 制作滚动字幕。5. 调色。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	6
7	案例实训	1. 选择短视频主题。2. 制作完整的短视频。	教师讲解演示 独立练习 成果展示 小组互评	6

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，建议围绕知识目标、能力目标和素质目标的实现程度，着力构建多元化考核评价体系。评价要素主要包括平时表现与素养、作业完成情况、技能水平及期末考试成绩，尽量全面、客观地评价学生的成长与发展水平。

五、教学实施与建议

1. 教学方法

本课程教学的关键是知识扩展和业务仿真。教学不以学生掌握“应知”内容为目标，而以在应知基础上达到“应会”为目标。在教学过程中，应立足于加强学生实际应用能力和职业素质的培养，通过项目教学、以工作任务引领提高学生学习兴趣，激发学生的成就动机。本课程立足于实际能力培养，应用现实的短视频平台开展教学，并鼓励学生进行短视频创作。课程以学生为中心，工作过程为线索，工作任务为载体，组织课程内容和课程教学，以输出短视频作品的形式

导出，以激发学习兴趣，明确学习方向，便于教学中的启发与引导。让学生在完成各项目具体工作任务的过程中来构建相关理论知识和各项职业技能，发展职业能力。

2.教材编写与选用

短视频制作是一门实践性极强的课程，教材应侧重实践操作，理论结合实际，提供大量案例分析和实操步骤。鉴于短视频行业的快速发展，教材内容需保持更新，及时反映最新的技术趋势、平台规则及热门话题。从短视频策划、拍摄、剪辑到发布推广，教材应全面覆盖短视频制作的全流程，形成完整的知识体系。

3.教学实施与保障

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

（1）网络教育手段的运用

提供一些相关网络资源，结合网络资源提供相关短视频素材。

（2）多媒体手段运用

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

4.课程资源开发与利用

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

(2) 利用现代信息技术开发多媒体课件, 通过搭建起多维、动态、自主训练平台, 使学生的主动性、积极性和创造性得以充分调动, 实现“教学做合一”, 让学生在真实情境中学习、体验和锻炼。

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

六、授课进程与安排

周次	教学章节	授课时数(节)	主要教学形式
1	1-1 短视频的特征与优势	2	线上+线下、理实一体化
	1-2 短视频的类型	2	线上+线下、理实一体化
2	2-1 短视频的商业变现方式	2	线上+线下、理实一体化
	2-2 短视频制作的前期准备	1	线上+线下、理实一体化
3	3-1 短视频制作团队的组建	1	线上+线下、理实一体化
	3-2 短视频的策划	1	线上+线下、理实一体化
4	4-1 短视频的拍摄	1	线上+线下、理实一体化
	4-2 短视频的剪辑与包装	1	线上+线下、理实一体化
5	5-1 短视频的发布	1	线上+线下、理实一体化
	5-2 短视频的构图要素	2	线上+线下、理实一体化
6	6-1 短视频构图的基本原则	2	线上+线下、理实一体化
	6-2 常用的短视频构图方法	2	线上+线下、理实一体化
7	7-1 抖音短视频的拍摄	2	线上+线下、理实一体化
	7-2 抖音短视频的后期处理	2	线上+线下、理实一体化
8	8-1 制作短视频封面	2	线上+线下、理实一体化
	8-2 后期制作	1	线上+线下、理实一体化
9	9-1 后期制作	1	线上+线下、理实一体化
	9-2 后期制作	1	线上+线下、理实一体化
10	10-1 利用剪映进行短视频后期制作	3	线上+线下、理实一体化
	10-2 制作短视频开头	1	线上+线下、理实一体化

周次	教学章节	授课时数 (节)	主要教学形式
11	11-1 修剪短视频	1	线上+线下、理实一体化
	11-2 制作片尾	1	线上+线下、理实一体化
12	12-1 制作滚动字幕	1	线上+线下、理实一体化
	12-2 调色	2	线上+线下、理实一体化
13	13-1 选择短视频主题	3	线上+线下、理实一体化
	13-2 制作完整的短视频	3	线上+线下、理实一体化

《直播营销》课程标准

一、课程性质与任务

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。

与其他课程的联系：《直播营销》需要有前期的课程进行学习和铺垫，前期课程有：现代推销实务，商务礼仪、新媒体营销概论、短视频制作与后期处理等。后续课程有：新媒体营销综合实训等课程。

二、课程目标与要求

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；

(6) 锻炼自学能力和可持续发展能力。

2.知识目标

学生能运用直播营销的理论知识，完成直播流程，根据直播相关的工作岗位标准，完成企业的直播销售工作。

(1) 了解直播营销的概、特点、势和风险防范；

(2) 了解直播营销的整体思路；

(3) 了解直播营销的策划与筹备；

(4) 掌握直播营销的实施和执行；

(5) 掌握直播营销的传播与发酵；

(6) 掌握直播营销的复盘与总结提升。

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营销；

(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营销的传播与发酵；

(7)能利用数据分析和经验总结对直播营销进行复盘和提升。

三、课程结构与内容

建议：采用表格的形式表述。包括完成课程教学应具备的

素质、知识、技能、方法、策略等，原则上要涵盖专业对应岗位群的工作内容、工作方法、工作要求和职业标准等内容。

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	学时
1	模块一：创建直播账号	认知淘宝直播 认知抖音直播 认知快手直播 认知拼多多直播	小组讨论 案例分析	8
2	模块二：规划直播间内容	做好直播分工 选好直播主题 做好电商直播内容 做好直播选品 玩转直播营销	理论讲授 案例分析	10
3	模块三：策划与筹备电商直播	选择正确的直播时间段 直播商品讲解 规划直播脚本 直播间布置与设备	理论讲授 案例分析	12
4	模块四：实施与执行电商直播	做好直播预热 直播开场的技巧 做好互动直播 直播收尾的关键	理论讲授 案例分析 实战演练	20
5	模块五：直播复盘	复盘思路——实施有价值的复盘 数据分析——掌握数据走向 优化直播转化率，实施复盘价值	案例分析 实战演练	10

四、学生考核与评价

课程评价采取理论与实操并重，过程与结果结合，过程考核重于结果考核的原则。课程评价构成：课堂表现(考勤+课堂) 20%+实操训练任务(个人+团队) 40%+期末考核 40%。

多元化考核	知识目标		能力目标		素质目标	
平时成绩	课后作业	30%	技能实训成绩	60%	表现与素养	10%

期末成绩	知识点考核	40%	技能实训考核	45%	拓展能力	15%
总评成绩=平时成绩×60%+期末成绩×40%						

五、教学实施与建议

1.教学方法

本课程采用讲授法、讨论法、案例分析法、任务驱动法、实践练习法等教学方法，改变单纯的课堂教学模式，以学生为学习的中心，教师为学习的组织者和工作过程的引导者。在实训阶段，可以承接合作企业或机构的直播任务，根据任务安排3~5名学生组成一个学习小组（直播小组），分配不同的职责，进行协作式学习，共同完成直播任务。教师课前下达任务书，陈述性知识由学生自主学习获得，课堂教学组织以工作过程为引导，并最终形成运营成果。以班级为单位共同观摩评价，还可引入企业导师参与课程学习指导和成果评价。

2.教材编写与选用

本课程选用《直播营销与运营》（书号：ISBN 978-7-115-55079-8），徐骏骅 陈郁青 宋文正 主编，人民邮电出版社，2021年1月出版。此教材主要围绕推销活动的流程和典型工作环节展开，强调实用性和灵活性，各章还设置了引例、思考题、本章小结、练习与实训、微课等栏目，符合实践导向的课程设计思想，这与我们的高职的人才培养目标相契合。

3.教学实施与保障

校内有固定的直播间三处，直播设备配备齐全，校外也有稳定的实训基地。遵循长期规划、深度合作、互助互信的原则，

选择经营情况比较理想，拥有专业技术能手，人才培养、选拔体系比较完善的行业龙头企业为校外实训基地,可供完成岗位群核心技能的训练和跟岗实习;实训指导教师确定，实训管理及实训规章制度齐全。

4.课程资源开发与利用

优先选用“十三五”、“十四五”国家规划教材或重点教材、专业教学指导委员会推荐教材以及1+X证书制度系列教材;优先选用近三年出版的新教材;优先选用国家级、省部级获奖教材以及1+X证书制度系列教材。

六、授课进程与安排

周次	学习任务	课时数(节)	主要教学形式
1	认知淘宝直播	2	案例教学
2	认知抖音直播	2	案例教学
3	认知快手直播	2	案例教学
4	认知拼多多直播	2	案例教学
5	做好直播分工	2	讲练结合
6	选好直播主题	2	讲练结合
7	做好电商直播内容	2	讲练结合
8	做好直播选品	2	讲练结合
9	玩转直播营销	2	讲练结合
10	选择正确的直播时间段	3	讲解+实践训练
11	直播商品讲解	3	讲解+实践训练
12	规划直播脚本	3	讲解+实践训练
13	直播间布置与设备	3	讲解+实践训练
14	做好直播预热	5	讲解+实践训练

15	直播开场的技巧	5	讲解+实践训练
16	做好互动直播	5	讲解+实践训练
17	直播收尾的关键	5	讲解+实践训练
18	复盘思路--实施有价值的复盘	3	讲解+实践训练
19	数据分析---掌握数据走向	3	讲解+实践训练
20	优化直播转化率，实施复盘价值	3	讲解+实践训练

电子商务专业

人才培养模式和课程体系改革调研报告

一、背景分析

随着互联网技术的飞速发展和普及，电子商务已经成为全球经济活动中不可或缺的重要组成部分。它不仅改变了传统商业模式，还催生了新的商业形态和业态，对全球经济格局产生了深远影响。根据我校《山东省高水平中等职业学校建设工程项目建设方案》要求，本专业主要面向电子商务类岗位，为临沂市及周边地区商贸企业的发展的需要的高素质技术技能人才，为了解决电子商务专业发展的现状、人才资源的需求趋势及工作岗位状况，进一步明确专业人才的就业领域、职业岗位、职业资格要求、专业人才知识结构、素质和能力要求，为我校专业的改革和建设提供信息支持，促进电子商务专业有目的的进行人才培养模式调整优化，深化教学改革，特开展本次调研工作其目的主要分为以下三点：

（一）调整电子商务专业结构，促进专业设置与产业需求对接

电子商务专业结构优化要以区域经济发展对人才需求为导向，以职业岗位（群）为依据。通过专业调研，深入研究国家和地方经济发展中长期规划，调研区域行业发展趋势及人才需求，分析学校的教学条件和师资状况，合理设置考证专业或专业方向，优化专业结构，形成一批与区域经济发

展相适应、与产业需求相融合、具有竞争力的优势专业群。

（二）优化课程体系，促进课程内容与职业标准对接

电子商务专业人才培养要满足企业对人才的需求，实现与企业岗位“零距离”对接。通过调研，明确专业人才培养目标、就业岗位群所应具备的职业能力及国家相关的职业标准，优化人才培养方案，重构课程体系，选取教学内容，实现教学内容与职业标准对接。

（三）改革教学模式，实现教学过程与生产过程对接

电子商务专业教学模式的改革，要有与企业生产环境一致的实训条件，要有与企业产品相一致的生产流程，要有与生产相配套的虚拟软件、项目教材等教学资源。通过组织专业教师深入企业调研和企业锻炼，了解企业的生产条件、工作流程和技术标准，根据企业需求完善校内实训条件建设、设计教学项目、开发教学资源，把职业时间过程设计为学习过程，实现教学过程与企业生产过程对接。

二、调研内容

1. 调研方法

为能更好地调研出企业岗位真实需求，专业建设组将调研分成三个阶段——理论学习阶段、趋势分析阶段、需求验证阶段。在不同阶段采用不同的调研方式，理论学习阶段采用讲座培训等方式；在趋势分析阶段采用大数据分析法；在需求验证阶段采用访谈法：

（1）.主要采取了面谈

主要交谈了专业开办的时间、年招生数量、目前在校学

生数，该专业近三年毕业生数量及学生安置情况，该专业的主要设备情况、该专业主要开设的课程、课时比例、使用的教材、人才培养模式以及采用的教学模式和教学方法等。

(2).实地考察

主要去教室、实训室去考察实训设备情况以及应用情况。

(3).问卷调查

与部分教师进行了问卷调查，他们都给积极配合，书写相对较完整。

(4).电话访问等方式结合进行

在调研手段上，采用网络问卷、数据填报工具等信息化工具。

2.职业岗位及行业规范

本专业毕业生可以胜任企业客服、美工、电商推广、直播等工作，行业规范可以看人才培养方案的素质、能力、及知识要求。

3.职业资格情况

与本专业有关的职业资格证书、技能等级证书有网店运营推广（1+X证书）、电子商务师，企业对这些证书的认可度高，国家职业资格证书对职业知识与技能的要求一致。

4.职业岗位能力要求

工作领域	工作任务	职业能力	职业资格标准
------	------	------	--------

客户服务人员	解答问题、处理投诉、订单处理、客户关系维护、数据记录与分析、反馈与改进	1.专业知识：对公司的产品或服务有深入的了解，能够准确解答客户的问题，提供专业的建议。 2.技术熟练度：熟悉使用客服软件、CRM系统、电子邮件等工具，以及可能涉及的电子商务平台操作。	网店运营推广证书（初级）
新媒体运营人员	内容创作、社交媒体管理	1.内容创作能力：能够撰写吸引人的文案，制作高质量的图片、视频等多媒体内容，具备一定的创意和审美。 2.数据分析能力：熟练使用数据分析工具，能够分析用户行为数据，评估内容效果，优化运营策略。	网店运营推广证书（初级）
网店美工人员	网店美工、网页设计	能熟练使用 ps 等作图软件，制作与商品相关的图片 具有良好的审美能力	网店运营推广证书（初级）
电商物流员	订单处理、库存管理、包装作业、配送协调	掌握物流信息系统（如 WMS、TMS）的操作，利用技术手段提高工作效率。	网店运营推广证书（初级）

5.课程设置支撑职业能力情况

本专业课程设置分为公共基础课程和专业技能课程。

公共基础课程包括公共必修课程、公共限定选修课程和公共选修课程。并将中华优秀传统文化、职业素养、国家安全教育等系列课程列为公共选修课程。

公共必修课程包括中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、思想道德与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想、形势与政策、大学生心理健康教育、大学生职业发展与就业指导、国防教育与军事理论、大学生创业基础、语文（基础模块）、数学（基础模块）、英语（基础模块）、历史、体育与健康（基础模块）、信息技术、劳动教育等。

公共限定选修课程包括音乐欣赏、美术欣赏、语文（职业模块）、数学（拓展模块）、英语（职业模块）、体育与健康（拓展模块）、国家安全教育等课程。

公共任选课程设置人文科学、社会科学、自然科学、工程技术、创新创业等课程，按照“文理渗透、理工结合、专业交叉”的原则修读学分，文科类专业主要选修自然科学、工程技术、创新创业类，工科类专业主要选修人文科学、社会科学、创新创业类，促进各类思维方法实现跨专业交叉，培养学生全面发展能力。公共选修课程在第6-7学期开设，学生每学期选2-4门课程，共修4学分。

专业技能课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、综合实践等。

专业基础课程：电子商务基础、市场营销基础、图形图

像处理、电子商务物流、商品知识等 5 门。

专业核心课程：网店美工、电商客服、网络营销、商品拍摄与图片处理、1+X 网店运营及推广、网页设计与制作、短视频制作、电商直播等 8 门。

本专业专业拓展课程包括新媒体运营、网店运营、商务礼仪、数据化运营、文案策划与写作、电子商务法律法规、市场调查与分析共 7 门课程，学生可在其中选课程，选修课课时达到要求（学分）即可。

本专业综合实践课程有在校内进行京东校园馆销售、模拟网店客服实习与模拟电商直播实训等综合实训，在校外进行岗位实习。

6.相关学校课程设置情况

中职学校相关专业课程建设情况为公共基础课程和专业技能课程公共基础课程包括公共必修课程、公共选修课程。并将中华优秀传统文化、商务礼仪、国家安全教育等系列课程列为公共选修课程。

公共必修课程包括中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、形势与政策、国防教育与军事理论、语文（基础模块）、数学（基础模块）、英语（基础模块）、大学语文、大学英语、高等数学、历史、体育与健康（基础模块）、信息技术、劳动教育等。

专业技能课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、综合实践等。

专业基础课程：电子商务基础、市场营销基础、图形图

像处理、电子商务物流、商品知识等 5 门。

专业核心课程：网店美工、电商客服、网络营销、商品拍摄与图片处理、1+X 网店运营及推广、网页设计与制作、短视频制作、电商直播等 8 门。

本专业专业拓展课程包括新媒体运营、网店运营、商务礼仪、数据化运营、文案策划与写作、电子商务法律法规、市场调查与分析共 7 门课程，学生可在其中选课程，选修课课时达到要求（学分）即可。

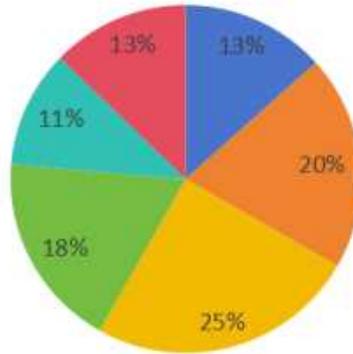
本专业综合实践课程有在校内进行京东校园馆销售、模拟网店客服实习与模拟电商直播实训等综合实训，在校外进行岗位实习。

7. 本专业毕业生就业情况

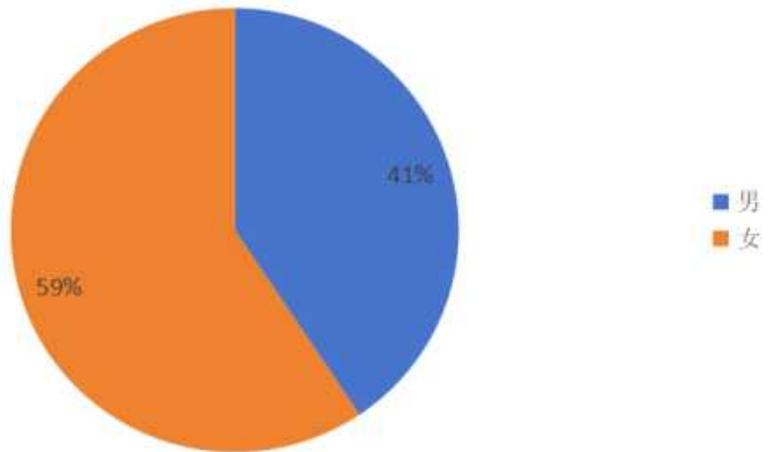
近 3—5 年来本专业毕业生就业的工作岗位状况为在 165 份毕业生问卷调查中，其中男女比例，男生占 41%（67 人），女生占 59%（98 人）；在电子商务人员具备能力看：数据分析能力占比 13%（22 人），营销与销售能力占 20%（33 人），客户服务能力占 25%（41 人），美工能力占 18%（30 人），学习与适应能力占 11%（18 人），诚信、责任心等职业道德占 13%（21 人）；从所学专业技能与所从事技能相比看：极不相符占 1%（2 人），不太相符占 7%（12 人），比较一致占 21%（117 人），完全一致占 71%（34 人）；

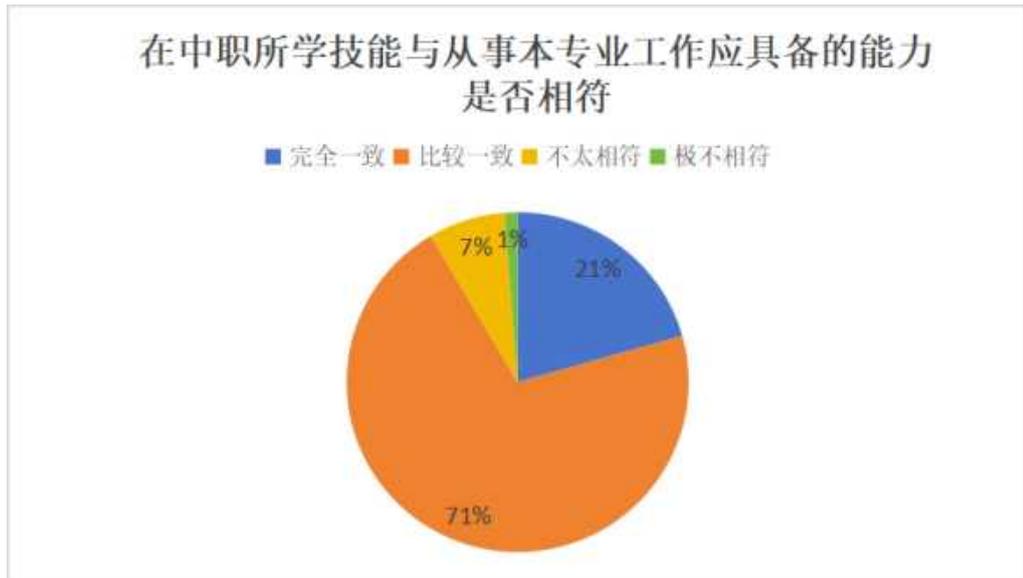
电子商务人员具备能力

- 数据分析
- 营销与销售
- 客户服务
- 美工
- 学习与适应能力
- 诚信、责任心等职业道德



性别图标





数据反映出电子商务从业人员不但要有较好的业务素质，更要较强的实践能力和更新知识的能力，今后教学要加强实践性教学，加大岗位特点进行强化学生实践。

三、调研结果分析

1. 电子商务行业发展现状

随着信息技术的飞速发展与全球电商市场的日益扩张，电子商务专业的人才需求呈现出高度多样化和专业化趋势。

“3+2”人才培养模式作为一种结合中等职业教育与高等职业教育优势，致力于培养适应市场需求的高素质复合型电商人才的教育路径，正逐渐成为各高校关注的重点。本报告通过全面调研，旨在剖析该模式的实践成果与面临的挑战，探索改革方向。

2. 电子商务行业未来发展趋势

随着现代信息科学的兴起，电子技术的广泛运用、新兴产业不断涌出，资本市场的高速发展及世界经济朝一体化方

向迈进等，电子商务正在孕育着一场深刻的变革。适应不断变化的社会政治经济环境和条件的需要，我国电子商务也必将逐步拓宽新的领域，更好地适应正在变化的时代需要。在知识经济社会，作为社会经济发展的第一要素人力资源是任何企业、组织都不可缺少的最宝贵资源，当今时代，企业的竞争、科技的竞争、国家经济实力的竞争，归根到底是人才的竞争，谁拥有高素质的人才，谁就会在竞争中赢得优势，因此，重视对人力资源管理，提供人力资源管理所需信息的人力资源电子商务必将应运而生。

3.企业现场访谈分析

实地调研企业情况如下：

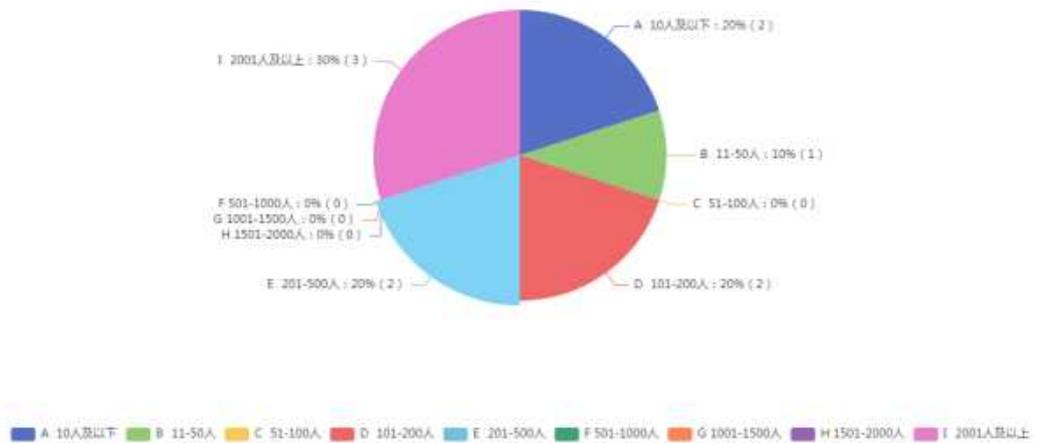
企业名称	山东万声通讯实业有限公司
企业发展历程	1999年4月成立注册成立
企业主营产品	专注于呼叫中心外包应用和管理运营领域的服务提供商
企业发展阶段	快速成长期
企业现阶段规模	328人
企业访谈对象	公司的负责人、人力资源经理
企业业务	集增值电信服务提供商、系统集成商、内容提供商于一身的增值电信业务服务商
招聘渠道	社招、校园招聘、网站招聘、员工推荐
薪酬	实习薪资 3000+
入职要求	高中、高职以上学历
技术岗位需求	客户服务
上岗前培训	岗位职责培训，一日工作流程培训

能力要求	实践能力，更新知识的能力和较强的社会活动能力
职业素质要求	具备诚信爱岗、责任心，团队合作精神 良好的协调与沟通能力 良好的身体素质和道德品质
期望学校服务	技术服务
参与育人程度	愿意提供实习机会，不愿意参与订单式培养
信息化应用水平	较好

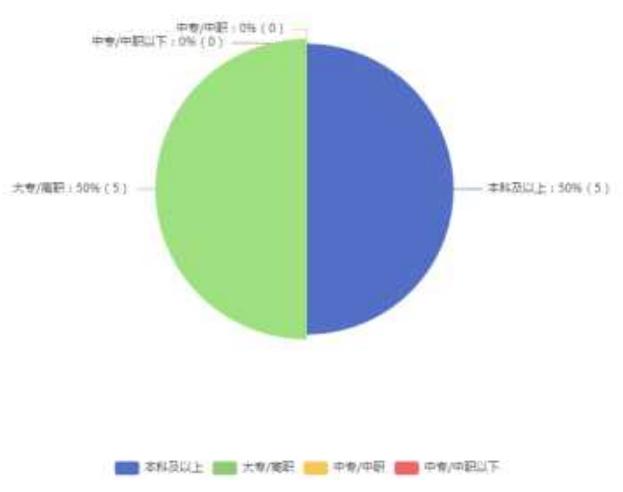
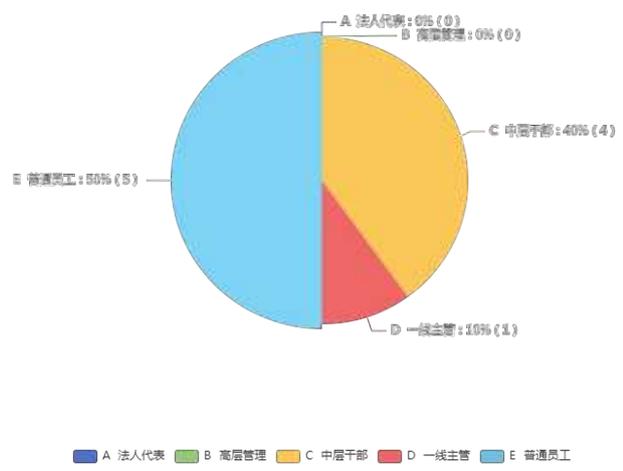
专业组认真参观了财务科整个工作分工及岗位职责，山东万声通讯实业有限公司人力资源经理还介绍了人才招聘的注意事项，对我校输送的学生给予来了积极评价，建议在培养学生时不但要注意专业能力的培养，更要侧重综合素质的培养，特别要及早对学生进行就业导向的指导，要学做结合起来，要理论实训相结合。

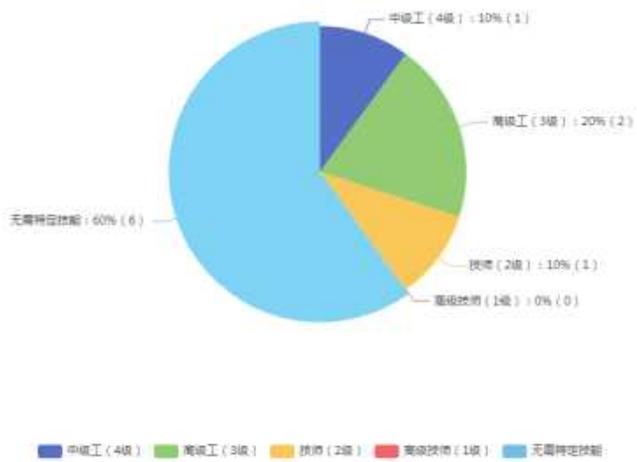
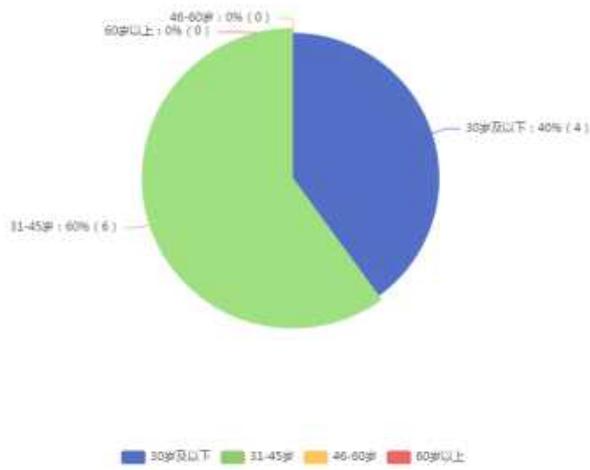
4.企业网络调研分析

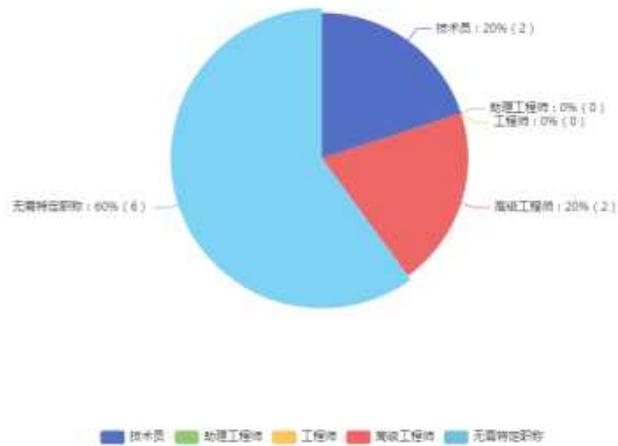
企业画像：从企业网络调研 10 家中小型企业，其中中型企业占 60%（6 家），小企业占 40%（4 家）。



人群画像：参与调研人群中，一线主管占 10%（1 人），中层干部占 40%（4 人），普通员工占 50%（5 家）；从学历结构看，大专及高职占 50%，本科及以上学历占 50%；从年龄结构看，30 岁及以下的占 40%，31-45 岁占 60%，基本上趋于年轻化；从职业角度看技师 1 人占 10%（1 人），高级工占 20%（2 人），中级工占 10%（1 人），无需特定技能占 60%（6 人），从职称结构看，高级工程师占 20%（2 人），技术员占 20%（2 人），无需特定职称的占 60%（6 人）。







数据反映出，临沂地区的企业中，对电子商务专业人才需求量较多的集中在中小型企业。结合企业现场调研情况，学校在培养电子商务方向人才的时候要着重培养营销、客服、美工等方向的专业发展。

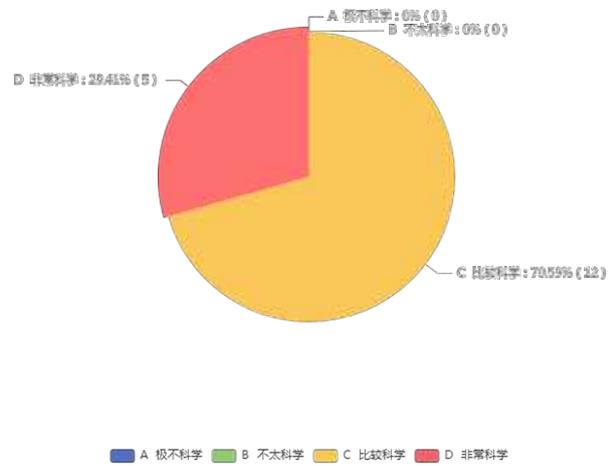
5. 学校教师调研分析

在 17 份问卷调查中发现，从答卷人学历上看：中专、高中 1 人占 5.88%，大专 1 人占 5.88%；本科 15 人占 88.24%；从本专业教学内容看：比较合理 11 人占 64.71%，完全合理 6 人占 35.29%；从专业评价方法上看：比较科学 12 人占 70.59%；非常科学 5 人占 29.41%；从认为本专业评价方法上看，非常科学占 29.41%（5 人），比较科学占 70.59%（12 人）；从认为本专业所受课程的考试形式是否合适上看，非常合适占 23.53%（4 人），非常合适占 70.47%（13 人）

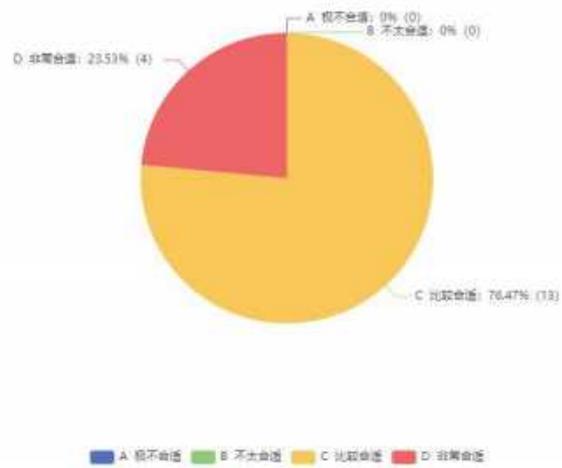


■ A 极不合理 ■ B 不太合理 ■ C 比较合理 ■ D 完全合理

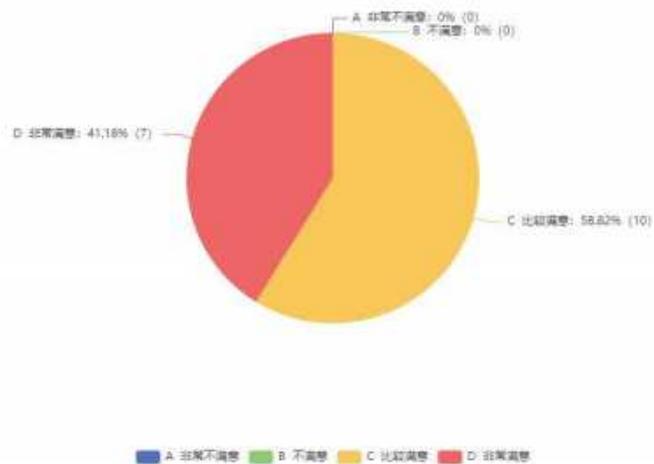
Q15.您认为本专业评价方法是否科学? 图表【单选题】



Q19.您认为本专业所授课程的考试形式合适吗? 图表【单选题】



Q24.你对学校本专业的人才培养水平的满意程度? 图表【单选题】



四、调研结论及对策建议

1. 调研结论

(一) 培养目标

目标定位准确，立足当地，突出为区域经济服务的指导思想，按企业对电子商务专业人才培养的要求设计课程体系，教学改革体现产教学结合的办学特色。

(二) 师资队伍

师资队伍是制约职校电子商务专业发展的瓶颈，专任教师与专兼职教师数量不足，学历与专业水平也参差不齐，教师结构与质量不能满足日益增长的学生数量，存在亟待解决的诸多问题。

(三) 教学条件

随着国家教育部门的高度重视，教学条件较往年都有大幅提升，设备设施不断补充完善，教学资源库与云平台等现代化的教学手段应用到平时的教学过程中，极大改善了师资力量不

足带来的诸多困惑，但也存在个别职业学校实训实习基地建设不完善、设备设施更新慢、教学资源老旧等问题。

（四）课程体系

课程体系建设因办学单位主导思想不同也有很大差异，有的是根据教学大纲按部就班执行学科体系，仍然保留原有“三段式”的课程设置模式，即基础课、专业课和实践教学分段排列；有的在教学大纲提纲挈领下有了进一步的改革，有的实行基于工作过程或任务驱动的课程体系，有的实行基于行为导向法的课程体系，还有的以项目教学法开展一体化教学。

（五）人才培养模式

采用“岗课赛证一体化”的人才培养模式，即：基于职业成长规律和学生认知规律，把行业需求标准作为人才培养模式的切入点，实施以岗位技能训练和行业证书培训为重点，以模拟实训为载体，以电子商务行业诚信教育为保障，推行学校学习和社会实践相结合的模式，积极推进电子商务 1+X 考证。

（六）教学模式、方法和手段

根据各学校开设课程方向不同，教学过程中采用的教学方法也有所不同，主要采用启发式教学、项目教学、案例教学、演示教学、合作学习等，配合数字化教学资源等手段，使学生更好地理解 and 掌握比较抽象的原理性知识。

2. 对策建议

（一）培养目标

本专业坚持立德树人，面向中企业，培养从事客户服务、营销、美工、新媒体运营等工作，培养德、智、体、美、劳全

面发展的高素质劳动者和技能型人才。

（二）人才培养模式

采用“岗课赛证一体化”的人才培养模式，即：基于职业成长规律和学生认知规律，把行业需求标准作为人才培养模式的切入点，实施以岗位技能训练和行业证书培训为重点，以模拟实训为载体，以电子商务行业诚信教育为保障，推行学校学习和社会实践相结合的模式，积极推进电子商务 1+X 考证。

（三）课程体系

根据电子商务专业岗位技能、知识水平以及职业素养等各方面的具体要求，并针对行业发展中存在的问题及其发展趋势，可将本专业课程进行归类，只有建设好课程体系，才能培养出符合电子商务行业发展要求的中、高级技能人才。

1.根据电子商务行业对人才知识的要求合理设置公共基础课和专业基础课；

2.根据电子商务行业对从业人员技能的要求合理设置专业核心课程；

3.根据电子商务行业对人才素质的要求合理设置专业拓展课程。

（四）教学内容

当前职业学校电子商务专业的教学和课程设置，主要存在以下问题：

1.教学内容陈旧，教材编写严重滞后于电子商务新知识的

发展；

2.教学过程中理论教学内容偏多，实践教学偏少，理论与

实践严重脱节；

3.教学实习设备和仪器与实际存在较大脱节；

4.课程设置仍然以学科为主，过于强调教材的系统性；

（五）教材建设

1.课程内容滞后。

当电子商务课程依然围绕传统的电商概念展开，未能及时融入新兴技术和行业前沿实践，如直播电商、大数据分析、跨境电商业务等。

2.实践环节薄弱

理论与实践有些脱节，缺乏足够的实操机会，学生毕业后实际工作有些吃力，再加上职业学校专业教师的经历绝大多数是从校门到校门，缺少专业实践。

（六）教学模式、方法与手法

1.情景模拟教学

创建真实的电子商务场景，例如，模仿淘宝店铺运营管理，让学生参与商品发布、客服交流、物流调度等全流程，增强实践经验。

2.案例研讨

选取成功或失败的电商案例，分组讨论，剖析原因，提炼经验教训，培养学生分析问题和解决问题的能力。

3.提供学习资源和倡导协作学习

3.校企合作：与当地电商企业建立合作关系，组织实地参观、短期实习，甚至开展“店中店”实训，让学生接触第一线的工作环境。

4.分层教学：根据学生的技能基础划分学习小组，进行差异化教学，确保每位学生都能跟上节奏。

结合以上模式、方法与手法，电子商务教学可以更生动、实效，不仅传授知识，更重要的是培养学生的实践能力和创新思维，为他们步入社会打下坚实的基础。

（七）人才质量评价

1.能力素质总体要求

（1）文化基础知识方面

掌握必要的语文、数学、英语、思政、体育、信息技术、艺术和历史的的基础知识。

（2）专业技能理论知识方面

①掌握电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式创新创业相关知识；

②掌握零售管理的基本知识与方法；

③掌握电商市场与网络营销的相关知识；

④能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化；

⑤能够根据运营目标，采集电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测；

⑥掌握掌握图形图像处理及相关的美学基础知识，理解平面设计与创意的基本要求；

⑦能够熟练运用工具软件，具备设计各类综合性网页的初步能力；

⑧掌握客户关系管理的基本过程、基本手段和方法，了解

客户关系管理的基本理论，具备构建客户信息库，维系客户关系。

（3）专业实践能力方面

①能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等；

②能够根据摄影色彩、构图策略，进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片；

③能够运用相关软件对图片进行处理，提高用户关注度；

④能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作；

⑤能够根据产品页面需求，进行页面设计、布局、美化和制作；

⑥能够根据网站（店）推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化；

⑦能够正确进行网络营销，应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务等；

2.素质结构

（1）政治素质

①热爱祖国，拥护中国共产党的领导，具有爱国主义、集体主义、社会主义思想。

②遵纪守法，有良好的思想品德，社会公德，具有服务意识和艰苦创业、团结协作精神。

③深刻理解毛泽东思想和邓小平理论、三个代表及科学发展观等。

（2）身心素质

①具有一定的军事基础知识，达到军事训练合格标准。

②掌握科学锻炼身体的基本技能，养成良好的体育锻炼和卫生习惯。③具有良好的心理和健康的体魄。

（3）职业素质

①具有良好的职业道德，较强的敬业精神和创新精神。

②具有爱岗敬业、自律、诚信、进取、勇于创新的良好品质。

③具有一定的沟通与协作、协调与组织的能力，具有良好的团队精神。

④有强烈的事业心、责任心和社会责任感。

（八）实训、实习条件

实训基地实习实训是教育的重要组成部分，旨在让学生将所学理论知识转化为实际操作技能，提前适应职场环境是学生在校内学习锻炼相关职业技能的重要基地，作为校方一定要重视学校实训基地的建设。电子商务实训中心应该建设设施完备的校园实训室，包括美工及推广实训室、摄影师实训室、直播实训室、客服实训室。还可以与稳定的校企合作单位建立长期合作的企业伙伴关系，以便学生全面了解电商生态链，让学生亲身参与到业务流程中去。

通过高标准的实习实训条件和对学生的要求，可以有效提升学生的综合能力和职场适应力，为将来踏入社会奠定扎实的基础。实习实训不仅是教育的一部分，更是连接校园与职场的关键桥梁，对学生的个人成长至关重要。

临沂市工业学校人才培养方案审批表

专业名称 电子商务

专业代码 730701

所在单位 临沂市工业学校

专业负责人 陈秋好

适用年级 2024 级

制订日期 2024 年 8 月

临沂市工业学校教务处 制

专业建设
委员会会
议简记及
人才培养
方案修订
情况说明

- 1、在修订新一轮教学计划前，以专业调研为依据，了解行业、企业对人才需求，调整人才培养目标。
- 2、贯彻立德树人根本任务。进一步把立德树人融入教育教学全过程，构建全员、全方位、全过程育人格局。
- 3、提高实训教学课时，结合实习实训强化劳动教育，明确劳动教育时间，弘扬劳动精神、劳模精神，教育引导崇尚劳动、尊重劳动。
- 4、融入 1+X 证书考核内容，有助于学生锻炼自身的职业技能，以便在未来岗位中呈现出强劲的竞争力，提高学生对岗位工作的适应力。
- 5、优化课程体系，将思想政治、语文、历史、数学、外语（英语等）、信息技术、体育与健康、艺术等列为公共基础必修课程，并将中华优秀传统文化、职业素养等课程列为必修课或限定选修课。将“德育”的课程名称改为“思想政治”，将原来必修的“经济政治与社会”“职业生涯规划”“职业道德与法律”“哲学与人生”和选修的“心理健康”调整为“中国特色社会主义”“心理健康与职业生涯”“哲学与人生”“职业道德与法治”。

	姓名	职称/职务	工作单位	专业特长	签名
专 业 指 导 委 员 会 成 员 会 签	荣学文	副校长	临沂市工业学校	教学管理	荣学文
	杨海滨	副校长	临沂市工业学校	教学管理	杨海滨
	张倩茜	专业负责人	临沂职业学院	教学研究	张倩茜
	李凤鑫	技术经理	中教畅想公司	技术指导	李凤鑫
	葛方圆	总监	山东久辉科技信息有限公司	技术指导	葛方圆
	杨长教	企业教师	山东久辉科技信息有限公司	技术指导	杨长教
	杨宇	系主任	临沂市工业学校	教学管理	杨宇
	王树青	系副主任	临沂市工业学校	教学管理	王树青
	陈秋好	教研组长	临沂市工业学校	专业教学	陈秋好
	武蕾	教师	临沂市工业学校	专业教学	武蕾
	宗田悦	教师	临沂市工业学校	专业教学	宗田悦
	杨爽	教师	临沂市工业学校	专业教学	杨爽
	刘艳娟	优秀毕业生	临沂市工业学校	技能辅导	刘艳娟
	专业教学指导意见	<p>人才培养模式比较系统，人才培养目标适应当前社会对电子商务专业人才的需求。课程中融入思政元素，落实立德树人、德技兼修，将知识传授、技能培养、价值塑造融为一体。专业课程基于岗位工作过程进行设置，融入技能大赛、1+X证书内容和标准，每个模块按照统一模式设计学习情景，实现了理实一体化教学。该人才培养模式能够实施。</p> <p>专业教学指导委员会主任（签字）：  2024年8月23日</p>			

系部 意见	<p>该方案符合本市及学实际情况。</p> <p>系部主任签字：[Signature] 2024年8月23日</p>
教务处 意见	<p>符合专业实际，同意实施</p> <p>教务处主任签字：[Signature] 2024年8月23日</p>
学校 意见	<p>同意</p> <p>主管校长签字：[Signature] 2024年8月23日</p>
党委 意见	<p>同意</p> <p>党委书记签字：[Signature] 学校党委(签章) 2024年8月23日</p>



附件1: 电子商务专业调研报告

2. 电子商务专业人才培养方案