

电子商务

专业人才培养方案

（2023级）

威海市职业中等专业学校

教务处

**编写说明**

# 专业人才培养方案是学校落实党和国家关于技术技能人才培养总体要求，组织开展教学活动、安排教学任务的规范性文件，是实施专业人才培养和开展质量评价的基本依据。学校2023级专业人才培养方案是各教学部专业负责人和课程教师依据《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》文件精神初步编写，经专业建设指导委员会论证修改完善和教务处进一步审核修正，由学校党委审核通过后实施。

# 本次修订坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、坚持升学和就业并重，健全德技并修、工学结合的育人机制，构建德智体美劳全面发展的人才培养体系，突出中等职业教育特点，深化产教融合、校企合作、推进教师、教材、教法改革，规范人才培养全过程，着力培养高素质劳动者和技术技能人才。同时参照《职业院校专业人才培养方案参考格式及有关说明》，对接国家教学标准，结合本地区经济发展需求和办学实际，科学规范地做好专业人才培养方案制定工作。

参编人员有刘晓艳、张伟、伊晓明、王艳君、李竹青、冯敏修、秦洁宫曙光、王青等，在此表示感谢。

教务处

2024年3月5日

**目** **录**

一、专业名称及代码 1

二、入学要求 1

三、修业年限 1

四、职业面向 1

五、接续专业 1

六、培养目标与培养规格 2

（一）培养目标 2

（二）培养规格 2

七、课程结构框架 5

八、课程设置及要求 7

（一）公共基础课程 7

（二）专业（技能）课程 11

1.专业基础课程 11

2.专业核心课程 12

3.专业拓展课程 13

4.实习实训 14

九、教学进程总体安排 15

（一）基本要求 15

（二）教学时间安排 16

（三）教学进程安排表 17

十、实施保障 22

（一）师资队伍 22

（二）教学设施 23

（三）教学资源 26

（四）教学方法 27

（五）学习评价 28

（六）质量管理 29

十一、毕业要求 30

十二、附录 30

（一）职业能力分析表 31

（二）教学进程变更申请表 [3](#bookmark19)5

十三、课程标准 36

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

1.专业名称：电子商务

2.专业代码：730701

二、入学要求

初中毕业生及同等学力

三、修业年限

3年

四、职业面向

面向电子商务师、互联网营销师等岗位（群）。

表1：职业面向信息表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 专业大类  （代码） | 专业类  （代码） | 对应行业  （代码） | 主要职业类别  （代码） | 主要岗位  （或技术领域） | 职业资格证书或  职业技能等级证书 |
| 财经商贸  （73） | 电子商务（7307） | 互联网零售  邮购及电视、电话零售  （529) | 电子商务师（4-04-06-01） | 新媒体运营助理  店铺运营助理 | 数据分析、网店运营“1+x”初级技能  等级证书 |

五、接续专业



在专业人才培养中注重培养终身学习理念，让学生明确本专业毕业后继续学习渠道和接受更高层次教育的专业面向。

接续高职专科专业：电子商务、网络营销与直播电商、移动商务、农村电子商务、商务数据分析与应用、跨境电子商务、市场营销

接续高职本科专业：电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、市场营销

六、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养适应社会主义现代化建设需要，以立德树人为根本，践行社会主义核心价值观，理想信念坚定，德技并修、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，爱岗敬业的劳动态度，较高的信息素养，较强的就业能力和可持续发展能力；掌握扎实的科学文化基础和电子商务基础、营销基础、商品零售、数据采集与分析等知识；具备商品拍摄与素材编辑、店铺和账户日常维护、运营数据采集、营销推广执行、直播销售、视觉设计制作、客户咨询服务等能力，向电子商务师、互联网营销师等职业的新媒体运营、网店运营、网店美工、客户服务等岗位上，能够从事店铺运营辅助、新媒体运营辅助、网络推广、新媒体营销执行、直播销售、直播辅助、视觉设计、客户服务等工作的技术技能人才。

（二）培养规格

1.素质要求

（1）具有正确的世界观、人生观和价值观。坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，树立社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感和中华民族自豪感。

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和法律规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业、具有精益求精德工匠精神；尊重劳动、热爱劳动、具有较强德实践能力。

（4）具有较强的人际交往能力，沟通协调能力，团队合作精神、创新和服务意识。

（5）具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、创新精神，文明生产意识，严格遵守操作规程。

（6）具有良好的身心素质和人文素养，具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动技能，具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力。

（7）具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力，具有职业生涯规划意识和可持续发展能力。

2.知识要求

（1）掌握中等职业学校学生必备的思想政治、语文、数学、英语、信息技术、艺术、体育与健康和中华优秀传统文化等知识。

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防和安全防护等知识。

（3）掌握电子商务基础、商品拍摄与处理、客户服务等相关知识。

（4）具备电子商务运营管理的能力。

（5）具备根据运营要求完成店铺、账号创设和维护等能力。

（6）掌握客服规范，具备客户咨询回复、异常订单处理、售后纠纷处理、客户维护等能力。

（7）掌握网站（网店）运营管理、商品采购与销售管理、网络交易管理的知识。

（8）掌握市场营销基础知识，能够熟练使用常用网络营销工具开展网络营销活动，并能够通过数据分析进行效果监测。

（9）具备策划、设计实施与管理的能力。

（10）掌握有根据新媒体营销方案，确定营销渠道、采编营销素材、发布内容并反馈营销效果的知识。

3.能力要求

（1）具有合作探究、终身学习、分析和解决问题能力。

（2）具有良好的语言文字表达能力和沟通能力。

（3）具有本专业必需的信息技术应用和维护能力。

（4）具有有网络营销推广的能力，包括通过站内外推广工具和媒介开展营销工作的能力。

（5）具有视觉营销设计的能力，包括店铺视觉设计、图文和短视频制作的能力。

（6）具有有市场销售的能力，包括商品销售、直播创建和直播维护的能力。

（7）具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能和专业信息技术能力。

（8）具有良好的表达沟通能力。

（9）具有利用智能客服工具，处理客户服务中的咨询回复、异常订单处理、客户维护的能力。

七、课程结构框架

遵循规范、引领、实用的原则，全面推进专业课程的系统性改革。用新时代职业教育课程开发理念和方法，以学生为中心，以能力培养为重点，系统设计专业课程。全面梳理专业对应的职业岗位（群）对人才的专业知识、职业素质和职业能力要求，以典型工作任务为主线，注重与产业、企业和岗位对接，与行业规范和职业标准对接，整合课程，构建电子商务专业人才培养课程体系。

**电子商务专业课程体系**

**专**

**业**

**︵**

**技**

**能**

**︶**

**课**

**网店美工综合实训**

**岗位实习**

**认识实习**

**综合**

**实训**

**实训实习**

**客户服务综合实训**

新媒体运营、物流基础、网络文案、商务沟通与礼仪、移动商务、跨境电商

**专业拓展课**

网店美工、客户服务、直播营销、网店运营、短视频营销、1+X数据分析（初级）

**专业核心课**

电子商务基础、商品知识、市场营销、商品拍摄与图片处理

**专业基础课**

**公共基础课**

**选修课**

中职生传统文化教育、安全教育、中职生创新创业教育、语文（职业模块）、

数学（拓展模块）、英语（职业模块）、体育（拓展模块）等

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、

语文（基础模块）、数学（基础模块）、英语（基础模块）、体育（基础模块）

信息技术（基础模块）、历史（基础模块）、艺术（基础模块）、劳动教育等

**必修课**

八、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程两类。公共基础课程包括必修课和限定选修课、任意选修课；专业（技能）课程包括专业基础课、专业核心课、专业拓展课和实习实训等。

（一）公共基础课程

依据《中等职业学校公共基础课程方案》的规定，将中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、劳动教育等列为公共基础必修课程，将中华优秀传统文化教育、安全教育、中职生创新创业教育、语文（职业模块）、数学（拓展模块）等列为限定选修课。

表2 公共基础必修课程教学内容与要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 教学内容与要求 | 参考学时 |
| 1 | 中国特色  社会主义 | 按照教育部颁布的《中等职业学校思想政治课程标准》的教学要求开设。本课程主要阐述了中国特色社会主义的开创与发展，明确中国特色社会主义进入新时代的历史方位，阐明中国特色社会主义建设“五位一体”总体布局的基本内容，通过学习，引导学生要结合社会实践和自身实际，树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念，对中华民族伟大复兴中国梦的信心，坚定中国特色主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，把爱国情、强国志、报国行自觉融入坚持和发展中国特色社会主义事业、建设社会主义现代化强国，实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。 | 36 |
| 2 | 心理健康与  职业生涯 | 按照教育部颁布的《中等职业学校思想政治课程标准》的教学要求开设。本课程主要阐述了职业生涯发展环境和职业规划，正确认识自我、正确认识职业理想和现实的关系，了解个体生理与心理特点差异，情绪的基本特征和成因，职业群及演变趋势、立足专业，谋划发展等。通过学习，引导学生能结合活动体验和社会实践，了解心理健康、职业生涯的基本知识、树立心理健康意识、掌握心理调适方法，形成适应时代发展的职业理想和职业发展观，探寻符合自身实际和社会发展的积极生活目标，养成自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信，理性平和、积极向上的良好心态，提高应对挫折与适应社会的能力，掌握制定和执行职业生涯规划的方法，提升职业素养，为顺利就业创业创造条件。 | 36 |
| 3 | 哲学与人生 | 按照教育部颁布的《中等职业学校思想政治课程标准》的教学要求开设。本课程主要阐述了马克思主义哲学是科学的世界观和方法论，讲述辩证唯物主义和历史唯物主义的基本观点及其对人生成长的意义。阐述社会生活及个人成长中进行正确的价值判断和行为选择的意义、社会主义核心价值观内涵等。通过本课程学习，学生能够了解马克思主义哲学的基本原理，运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点认识世界、坚持实践第一的观点，一切从实际出发、实事求是，学会用具体问题具体分析等方法，正确认识社会问题，分析和处理个人成长中的人生问题，在生活中做出正确的价值判断和行为选择，自觉弘扬和践行社会主义核心价值观，为形成正确的世界观、人生观和价值观奠定基础。 | 36 |
| 4 | 职业道德与  法治 | 按照教育部颁布的《中等职业学校思想政治课程标准》的教学要求开设。课程主要阐述了公民基本道德、社会道德、职业道德、家庭道德等规范，感受道德力量，引导学生践行职业道德规范，提升职业道德境界，坚持全面依法治国，维护宪法权威，遵循法律法规。通过本课程学习，学生能够理解全面依法治国的总目标、了解我国新时代加强公民道德检核、践行职业道德的主要内容及其重要意义，能够掌握加强职业道德修养的主要方法，初步具备依法维权和有序参与公共事务的能力，能够根据社会发展需要，结合自身实际，以道德和法律的要求规范自己的言行，做恪守道德规范、尊法学法守法用法的好公民。 | 36 |
| 5 | 语文  （基础模块） | 按照教育部颁布的《中等职业学校语文课程标准》的要求开设。通过语感与语言习得、中外文学作品选读、实用性阅读与交流、古代诗文选读、中国革命传统作品选读、社会主义先进文化作品选读、整本书阅读与研讨、跨媒介阅读与交流等专题内容的学习，引导学生根据真实的语言运用情境，开展自主的言语实践活动，积累言语经验，把握祖国语言文字的特点和运用规律，提高运用祖国语言文字的能力，理解与热爱祖国语言文字，发展思维能力，提升思维品质，培养健康的审美情趣，积累丰厚的文化底蕴，传承和弘扬中华优秀文化，接受人类进步文化，形成良好的思想道德品质、科学素养和人文素养，为学生学好专业知识与技能，提高就业创业能力和终身发展能力，成为全面发展的高素质劳动者和技术技能人才奠定基础。 | 144 |
| 6 | 数学  （基础模块） | 按照教育部颁布的《中等职业学校数学课程标准》的教学要求开设。落实数学学科核心素养与教学目标。通过学习函数、几何与代数、概率与统计等内容，使学生获得继续学习、未来工作和发展所必需的数学基础知识、基本技能、基本思想和基本活动经验，具备一定的从数学角度发现和提出问题的能力、运用数学知识和思想方法分析和解决问题的能力。教学中要注意知识衔接，激发学习兴趣，增强学习主动性和自信心，不断塑造科学精神和工匠精神，培养创新意识，促进学生德智体美劳全面发展。 | 108 |
| 7 | 英语  （基础模块） | 按照教育部颁布的《中等职业学校英语课程标准》的教学要求开设。。通过学习基础模块和职业模块中的主题、语篇类型、语言知识、文化知识、语言技能、语言策略等课程内容，培养学生的职场语言沟通、思维差异感知、跨文化理解及自主学习等英语学科核心素养，提高学生的语篇理解能力和有效沟通能力，引导学生感知多元文化背景下思维方式的多样性；增强国际理解，坚定文化自信，为学生的职业生涯、继续学习和终身发展奠定基础。 | 108 |
| 8 | 信息技术  （基础模块） | 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。 | 108 |
| 9 | 历史  （基础模块） | 按照教育部颁布的《中等职业学校历史课程标准》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，促进学生进一步了解人类社会形态的基本脉络、基本规律和优秀文化成果；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；培育和践行社会主义核心价值观，进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神；培养健全的人格和职业精神，树立正确的历史观和价值观，形成历史学科核心素养。 | 72 |
| 10 | 体育与健康  （基础模块） | 按照教育部颁布的《中等职业学校体育与健康课程标准》的教学要求开设。坚持落实立德树人的根本任务，以体育人，增强体质，健全人格、锤炼意志。通过学习体育健康知识、技能与方法，提高与未来职业相关的体能和运动技能水平，学会科学锻炼方法，树立健康观念，形成健康行为和生活方式，具备身心健康和职业生涯发展必备的学科核心素养。 | 54 |
| 11 | 艺术  （基础模块） | 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。 | 36 |
| 12 | 劳动教育 | 按照教育部颁布的《大中小学劳动教育指导纲要（试行）》的要求开设，是中职学校各专业必修课程。通过持续开展日常生活劳动，自我管理生活，提高劳动自立自强的意识和能力；通过定期开展校内外公益服务性劳动，做好校园环境秩序维护，运用专业技能为社会、为他人提供相关公益服务，培育社会公德，厚植爱国爱民的情怀；依托实习实训，参与真实的生产劳动和服务性劳动，增强职业认同感和劳动自豪感，培育精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度。 | 36 |

表3 公共基础选修课程教学内容与要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 教学内容与要求 | 参考学时 |
| 1 | 中职生传统文化教育 | 本课程是公共基础限定选修课。课程围绕落实“立德树人”的根本任务，通过发挥传统文化“文以化人”的作用，让学生了解节日习俗，学习传统技艺，品鉴文学经典，感受德育故事，继承和发扬优秀传统文化，培养职业精神，塑造优秀品格，传承传统技艺，涵养家国情怀，形成正确的世界观、人生观和价值观，坚定文化自信、振奋民族精神，切实增强民族文化认同感，增强文化传承的自觉性，从而具有健康的情趣追求、优雅的审美意识和厚实的人文精神。 | 36 |
| 2 | 安全教育 | 本课程是公共基础限定选修课，课程主要覆盖国家安全、财产安全、网络安全、消防安全等；也包括“消防应急疏散演练”、“校园安全隐患排查”、“安全知识讲座”等实践项目。通过本课程教学，使学生掌握必要的安全知识和技能，使学生逐步形成安全保护能力，引导学生建立“珍爱生命、安全第一”的意识，具备基本的自救素养和能力。 | 18 |
| 3 | 中职生创新创业教育 | 中职生创新创业教育是各专业开设的公共基础限定选修课程。通过本课程的学习，让学生了解和掌握基本的创新、创业方法，培养创新意识，激发创业激情，提升创新能力和创业能力。结合创新创业成功案例分析讨论，帮助学生深刻认识创新的重要性，树立正确的创新创业观，培养学生善于思考、勇于探索的创新精神和敢于承担风险、挑战自我的进取意识，引导学生更好运用所学知识进行创新创业实践。 | 18 |
| 4 | 语文  （职业模块） | 本课程模块是语文限定选修模块，是要通过劳动精神工匠精神作品研读、职场应用写作与交流、微写作合科普作品选读四个专题教学，引导学生领悟劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚，培育劳动精神、弘扬工匠精神和劳模精神，培养学生职场应用写作能力，洽谈和协商能力、求职和应聘能力，引导学生学习微写作和阅读科普作品，扩大视野，提高解决生活实际问题和培养科学态度。 | 54 |
| 5 | 数学  （拓展模块） | 本课程模块是数学限定选修模块，分拓展模块一和拓展模块二，拓展一主要涵盖充要条件、函数（三角计算、数列）、几何与代数（平面向量、圆锥曲线、立体几何、复数）和概率与统计（排列组合、随机变量及其分布、统计）；拓展二涵盖数学文化专题、数学建模专题、数学工具专题等七个专题和数学与艺术、数学与体育、数学与军事等五个数学案例。通过学习帮助学生感悟数学在生活、政治、经济、科学等领域的广泛应用，提升学生运用数学知识解决实际问题的能力。 | 36 |
| 6 | 英语  （职业模块） | 本课程模块是英语限定选修模块，主要包涵求职应聘、职场礼仪、职场服务、设备操作、技术应用、职场安全、危机应对、职业规划等8个主题，通过教学，让学生在不同职业场景中了解西方语言用词、结构和篇章逻辑的不同，提高职场语言沟通能力，增强职业意识，促进其未来职业发展。 | 36 |
| 7 | 体育与健康  （拓展模块） | 本课程模块是体育限定选修模块，主要包括球类运动、田径类运动、体操类运动、水上类运动、冰雪类运动、武术与民族民间传统体育类运动、新型体育类运动5个运动技能系列，通过学生选学某一运动项目，了解该项运动的历史文化介绍、基本知识和技能、技战术、比赛规则、引导学生增强体质、健全人格、锤炼意识，自觉遵守体育道德规范和行为准则，发扬体育精神，塑造良好的体育品质。 | 90 |

（二）专业（技能）课程

专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程和实习实训等。

1.专业基础课程

主要包括电子商务基础、商品知识、市场营销、商品拍摄与处理等4门课程，是电子商务专业学生必修的专业基础课程。

表4 专业基础课程主要教学内容与要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 教学内容与要求 | 参考学时 |
| 1 | 电子商务  基础 | 本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。本课程的任务是使学生从总体上对电子商务专业、电子商务知识体系和国内外电子商务应用情况有一个整体印象和初步认识，并掌握电子商务运作模式和交易流程，为今后学习专业其它课程以及将来从事电子商务工作奠定良好的基础。 | 54 |
| 2 | 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，使学生掌握从事网络营销工作所必须具备的商品基本知识，比较全面的了解消费需求，组织适销对路的商品；能够科学地进行商品分类，恰当地评价商品质量，合理地进行商品包装和储运，为学习和掌握专业知识和职业技能打下基础。 | 54 |
| 3 | 市场营销 | 本课程是电子商务专业的一门专业基础课程，旨在培养学生的职业能力，帮助学生牢固树立以顾客为中心的市场营销观念，为学生学习和掌握市场营销课程理论知识和职业能力、适应市场营销岗位工作打下良好的基础。 | 54 |
| 4 | 商品拍摄  与处理 | 本课程是电子商务专业的一门专业基础课程。旨在培养学生商品拍摄和影像后期处理的能力，帮助学生提高审美能力和对艺术规律的把握，使学生具备初步的商品拍摄能力，掌握拍摄的理论基础知识，为拍摄出合格的商品图片奠定良好的基础。 | 54 |

2.专业核心课程

主要包括网店美工、电子商务客户服务、直播营销、网店运营、短视频营销、1+X数据分析（初级）等6门课程，是电子商务专业学生学习专业技能和培养专业能力的必修课程。

表5 专业核心课程主要教学内容与要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 教学内容与要求 | 参考学时 |
| 1 | 网店美工 | 本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。涉及网店商品图像信息制作、网店视觉设计等相关内容，通过本课程的学习，培养学生运用网络资源，深入理解网店视觉营销基础知识，掌握网店布局、文案视觉、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计和视觉营销数据化等职业能力。 | 252 |
| 2 | 电子商务  客户服务 | 本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。本课程的任务是从“素养”“职责”“技能”三个角度学习客户服务的基本要求，使学生熟悉售前、售中、售后服务的工作内容及工作规范。 | 54 |
| 3 | 直播营销 | 本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。重点介绍的内容是直播营销基础知识，直播营销的整体思路，直播营销的策划与筹备、直播活动的策划与筹备、直播营销活动的实施与执行，直播营销的传播与发酵、直播营销的复盘与提升。培养学生的直播营销能力，提升直播营销的技巧。 | 54 |
| 4 | 网店运营 | 本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。主要面向网络编辑、网店美工、网店客服等岗位(群),完成商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作、客户问题处理、交易促成以及客户关系维护等工作任务，具备网店开设与装修、客户服务能力。 | 54 |
| 5 | 短视频营销 | 本课程是电子商务专业的一门专业核心课程。内容涵盖认识短视频与直播、短视频内容策划、短视频制作、短视频营销、短视频商业变现、短视频运营实战、直播内容策划、直播技能和直播运营实战等，以案例为主导，激发学生的学习兴趣，帮助学生快速掌握短视频和直播运营技巧和方法，使学生能够学以致用，培养和提升学生的实际运营能力。 | 72 |
| 6 | 1+X数据分析  （初级） | 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，学生能够掌握包括电子商务数据分析指标体系制定、数据化运营方案制定与实施、业务数据综合分析、数据综合分析报告撰写、数据化运营创新5个工作领域，能够结合企业战略、业务现状和行业发展情况明确数据化运营的核心目标与子目标，根据运营目标搭建数据分析指标体系并验证；能够编制数据化运营方案并跟踪实施；能够搭建数据分析模型，开展市场、运营、产品业务的综合分析和交叉分析，发现运营中的数据异常，根据数据分析结果撰写数据综合分析报告；能够提出运营优化提升建议，进行理念、方法、模式等方面的创新。 | 72 |

3.专业拓展课程

主要包括新媒体运营、物流基础、网络文案、商务沟通与礼仪、移动商务、跨境电商等 6门专业拓展课程。

表6 专业拓展课程主要教学内容与要求

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 课程名称 | 教学内容与要求 | 参考学时 |
| 1 | 新媒体营销 | 本课程是电子商务专业学生必修的专业拓展课程，主要包括新媒体营销策略、新媒体数据分析、短视频营销、直播营销、微信公众号营销、微博营销、社群营销、自媒体营销、新媒体矩阵等教学内容。通过本课程学习，使学生学习和掌握新媒体营销的技能。 | 54 |
| 2 | 物流基础 | 本课程是电子商务专业学生必修的专业拓展课程。主要包括物流的功能和信息化发展、认识企业物流、国际物流和供应链等教学内容。通过本课程学习，使学生学习和掌握物流企业及其组织架构等基本知识，具备操作智慧物流技术与装备的能力，会实施物流任务流程。 | 36 |
| 3 | 网络文案 | 本课程是电子商务专业学生的专业拓展课程。通过本课程的学习，使学生系统掌握常用的商务应用文章的实际用途和写作要领，从而在今后的工作中解决商务活动中的实际问题。 | 54 |
| 4 | 商务沟通  与礼仪 | 本课程是电子商务专业学生的专业拓展课程。主要从理论与实践上阐述商务礼仪基本概念、特点、原则、功能，并对商务场合的个人形象塑造、日常事务、商务推销、专题活动、商务宴请等等做出阐述，通过学习，学生不仅具有塑造自身良好形象的能力，而且具有驾驭内外商务活动的能力，以此真正实现学生的学以致用。 | 36 |
| 5 | 移动商务 | 本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。通过课堂案例教学和实验教学，使学生掌握掌握移动商务的基本概念、技术基础、商务模式、发展前景和风险规避的原则，了解资源开发的价值和开发的思路及途径。 | 54 |
| 6 | 跨境电商 | 本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。通过学习跨境电商基础、跨境电商店铺运营等专业知识，使学生能够掌握跨境贸易电子商务的基本概念、了解基本政策，熟悉跨境第三方操作平台规则，掌握跨境电商操作基本工作流程，具备跨境店铺运营管理、客户服务和电商操作技术等业务能力，培养学生的职业道德和工匠精神，提高学生综合素质和职业能力，为学生后续其他专业课程的学习打下基础。 | 54 |

4.实习实训

根据专业人才培养和课程需要，在专业课程学习过程中，对接真实企业场景或工作情景，采取理实一体化项目教学实训和分阶段集中专门化综合实训的方式，在校内实训基地和校外实习基地进行实训和认识实习，在第六学期进行岗位实习。实习实训既是实践性教学，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，严格执行《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4号）和《电子商务专业岗位实习标准》，保证学生实习岗位与其所学专业面向的岗位（群）基本一致，内容符合标准要求。

表7 实习实训主要教学内容与要求

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目 | 教学内容与要求 | 地点 | 学期 | 学时 |
| 1 | 认识实习 | 通过组织学生到实习单位参观、和体验等方式，使学生了解网店运营、网店美工 等岗位的工作环境和要求，增强对未来职业岗位的感性认识，激发学生专业兴趣和培养专业情感。 | 电商企业 | 第1学期 | 15 |
| 2 | 客户服务  综合实训 | 通过客户服务综合实训，使学生掌握语言沟通技巧以及相关专业话术，具备灵活应变能力，能够根据实际情况解决不同问题，全面提升学生解决实训中遇到的实际问题能力。 | 电商综合  实训室 | 第5学期 | 168 |
| 3 | 网店美工  综合实训 | 通过网店美工综合实训，使学生能够深入了解网点设计的流程和相关要素之间的联系，能够能够成功优化和推广网店，全面提升学生解决实训中遇到的实际问题能力。 | 网上创业  实训室 | 第5学期 | 168 |
| 4 | 岗位实习 | 通过岗位实习，了解企业的组织架构、规章制度、企业文化和安全生产基本知识，运用所学专业知识和技能，进行新媒体运营、客户服务、网店美工等相关岗位的实践，提升专业技能和工作能力。初步形成良好的职业道德意识和行为规范，学会沟通交流和团队协作，提高社会适应能力，为今后真正走上工作岗位打下坚实的基础。 | 实习单位 | 第5-6学期 | 720 |

九、教学进程总体安排

1. 基本要求

每学年为52周，其中教学时间40周，去除复习考试、节假日休假等，按每学期18周计算，周学时为29学时，总学时数3000-3300学时。课程开设顺序和周学时安排，可根据实际情况调整。

公共基础课学时约占总学时的1/3，可以根据行业人才培养的实际需要在规定的范围内适当调整，但必须保证学生修完公共基础课的必修内容和学时。课程设置中应设选修课，其学时数占总学时的比例应不少于10%。

专业课学时约占总学时的2/3，在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要集中或分阶段安排实习时间。加强实践教学，占总学时数50%以上。

1. 教学时间安排

表8 学年教学时间安排

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 学年  周数  内容 | 教学（含理实一体教学  及专门化集中实训） | 复习考试 | 机动 | 假期 | 全年周数 |
| 一 | 36 | 2 | 2 | 12 | 52 |
| 二 | 36 | 2 | 2 | 12 | 52 |
| 三 | 38（其中岗位实习24周） | 1 | 1 | 12 | 52 |

1. 教学进程安排表

表9 电子商务专业教学进程安排表

| 课程  类别 | | 序号 | 课程名称 | 课程代码 | 学时分配 | | | 学分 | 考核  方式 | 按学年、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 | |
| 总学时 | 理论学时 | 实践学时 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 18周 | 18周 | 18周 | 18周 | 18周 | 20周 |
| 公共基础课程 | 必修课 | 1 | 中国特色社会主义 | KCGG001 | 36 | 36 | 0 | 2 | 考试 | 2 |  |  |  |  |  |
| 2 | 心理健康与职业生涯 | KCGG002 | 36 | 36 | 0 | 2 | 考试 |  | 2 |  |  |  |  |
| 3 | 哲学与人生 | KCGG003 | 36 | 36 | 0 | 2 | 考试 |  |  | 2 |  |  |  |
| 4 | 职业道德与法治 | KCGG004 | 36 | 36 | 0 | 2 | 考试 |  |  |  | 2 |  |  |
| 5 | 语文（基础模块） | KCGG005 | 144 | 144 | 0 | 8 | 考试 | 2 | 2 | 2 | 2 |  |  |
| 6 | 数学（基础模块） | KCGG006 | 108 | 108 | 0 | 6 | 考试 | 2 | 2 | 2 |  |  |  |
| 7 | 英语（基础模块） | KCGG007 | 108 | 108 | 0 | 6 | 考试 | 2 | 2 | 2 |  |  |  |
| 8 | 信息技术 | KCGG008 | 108 | 36 | 72 | 6 | 考试 | 2 | 2 |  |  | 2 |  |
| 9 | 历史（基础模块） | KCGG009 | 72 | 72 | 0 | 4 | 考试 | 2 | 2 |  |  |  |  |
| 10 | 体育与健康（基础模块） | KCGG011 | 54 | 18 | 36 | 3 | 考试 | 2 | 1 |  |  |  |  |
| 11 | 艺术（基础模块） | KCGG012 | 36 | 36 | 0 | 2 | 考试 |  |  | 1 | 1 |  |  |
| 12 | 劳动教育 | KCGG013 | 36 | 18 | 18 | 2 | 考查 | 1 | 1 |  |  |  |  |
| 小计（占总课时比例24.6%） | |  | 810 | 684 | 126 | 45 |  |  | | | | | |
| 公  共  基  础  课  程 | 限定选修课程 | 1 | 中职生传统文化教育 | KCGG014 | 36 | 36 | 0 | 2 | 考查 | 1 | 1 |  |  |  |  |
| 2 | 安全教育 | KCGG015 | 18 | 18 | 0 | 1 | 考查 |  |  | 1 |  |  |  |
| 3 | 中职生创新创业教育 | KCGG016 | 18 | 18 | 0 | 1 | 考查 |  |  |  | 1 |  |  |
| 4 | 语文（职业模块） | KCGG005 | 54 | 54 | 0 | 3 | 考试 |  |  |  |  | 3 |  |
| 5 | 数学（拓展模块） | KCGG006 | 36 | 36 | 0 | 2 | 考试 |  |  |  | 2 |  |  |
| 6 | 英语（职业模块） | KCGG007 | 36 | 36 | 0 | 2 | 考试 |  |  |  | 2 |  |  |
| 7 | 体育与健康（拓展模块） | KCGG011 | 90 | 18 | 72 | 5 | 考试 |  | 1 | 2 | 2 |  |  |
| 小计（占总课时比例8.7%） | |  | 288 | 216 | 72 | 16 |  |  | | | | | |
| 专业核（技能）程 | 专业基础课程 | 1 | 电商基础 | KCCM116 | 54 | 54 | 0 | 3 | 考试 | 3 |  |  |  |  |  |
| 2 | 商品知识 | KCCM115 | 54 | 54 | 0 | 3 | 考试 | 3 |  |  |  |  |  |
| 3 | 市场营销 | KCCM125 | 54 | 54 | 0 | 3 | 考试 |  | 3 |  |  |  |  |
| 4 | 商品拍摄与处理 | KCCM206 | 54 | 10 | 44 | 3 | 考试 |  |  | 3 |  |  |  |
| 小计（占总课时比例6.6%） | |  | 216 | 172 | 44 | 12 |  |  | | | | | |
| 专业核心课程 | 1 | 网店美工 | KCCM308 | 252 | 52 | 200 | 14 | 考试 | 4 | 4 | 3 | 3 |  |  |
| 2 | 客户服务 | KCCM209 | 54 | 24 | 30 | 3 | 考试 |  |  |  | 3 |  |  |
| 3 | 直播营销 | KCCM210 | 72 | 18 | 54 | 4 | 考试 |  | 4 |  |  |  |  |
| 4 | 网店运营 | KCCM214 | 54 | 10 | 44 | 3 | 考试 |  |  |  | 3 |  |  |
| 5 | 短视频营销 | KCCM207 | 72 | 18 | 54 | 4 | 考试 |  |  | 4 |  |  |  |
| 6 | 1+X数据分析（初级） | KCCM215 | 72 | 18 | 54 | 4 | 考试 |  |  | 4 |  |  |  |
| 小计（占总课时比例17.5%） | |  | 576 | 140 | 436 | 32 |  |  | | | | | |
| 专业拓展课程 | 1 | 新媒体营销 | KCCM126 | 54 | 54 | 0 | 3 | 考试 |  |  |  | 3 |  |  |
| 2 | 物流基础 | KCCM108 | 36 | 30 | 6 | 2 | 考试 |  | 2 |  |  |  |  |
| 3 | 网络文案 | KCCM216 | 54 | 24 | 30 | 3 | 考试 | 3 |  |  |  |  |  |
| 4 | 商务沟通与礼仪 | KCCM217 | 36 | 16 | 20 | 2 | 考试 |  |  |  | 2 |  |  |
| 5 | 移动商务 | KCCM117 | 54 | 54 | 0 | 3 | 考试 |  |  |  | 3 |  |  |
| 6 | 跨境电商 | KCCM218 | 54 | 30 | 24 | 3 | 考试 |  |  |  | 3 |  |  |
| 小计（占总课时比例8.7%） | |  | 288 | 208 | 80 | 16 |  |  | | | | | |
| 实习实训 | 1 | 认识实习 | KCRS001 | 15 | 0 | 15 | 1 | 考查 | 1/2周 |  |  |  |  |  |
| 2 | 网店美工综合实训 | KCSX001 | 168 | 0 | 168 | 9 | 考试 |  |  |  |  | 12 |  |
| 3 | 客户服务综合实训 | KCSX002 | 168 | 0 | 168 | 9 | 考试 |  |  |  |  | 12 |  |
| 4 | 岗位实习 | KCGW002 | 720 | 0 | 720 | 40 | 考查 |  |  |  |  | 4周 | 20周 |
| 小计（占总课时比例32.5%） | |  | 1071 | 0 | 1071 | 59 |  |  | | | | | |
| 其他 | | 1 | 入学教育与军训 | KCJX001 | 30 | 0 | 30 | 1 |  | 1周 |  |  |  |  |  |
| 2 | 毕业教育 | KCBY002 | 15 | 15 | 0 | 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 小计（占总课时比例1.4%） | |  | 45 | 15 | 30 | 2 |  |  | | | | | |
| 周学时及学分合计 | | | |  | 3294 | 1435 | 1859 | 182 |  | 29 | 29 | 29 | 29 | 29 | 30 |
| 总学时 | | | |  | 3294 | | | | | | | | | | |

备注：

1.劳动课安排在周三下午，各教学部组织学生开展日常生活劳动、校内公益服务性劳动和生产劳动，围绕劳动精神、劳模精神、工匠精神、劳动组织、劳动安全和劳动法规等方面开展不少于16课时的专题教育活动。《劳动与职业》特色课程轮部开设。

2.各教学部要发挥专业教师特长，积极开设包括音乐、美术、书法、舞蹈、戏曲、影视鉴赏、剪纸、手工制作等传统文化艺术课，组织开展专业作品展示、文化艺术节等活动，课时应达到36课时。

3.安全教育课程在周五放学前的班会进行，由班主任负责。

4.本专业公共基础课程1098课时，占比为33.3%；实践课程1859课时，占比为56.4%。

十、实施保障

1. 师资队伍

1.队伍结构

专业师资要符合教育部《中等职业学校教师专业标准》《中等职业学校设置标准》和《山东省中等职业学校专业建设标准》中对教师数量、结构和素质的基本要求。

2.专业教师数量及结构要求

本专业作为山东省合格专业，共有专业教师10人，师生比为1：26；其中本科学历10人，占比100%，研究生以上学历3人，占比30%，高级职称教师4人，占比40%；具有“双师型”资格教师9人，占专业教师总数的90%；本专业从企业聘请1人担任兼职专业教师，占专业教师总数的10%。

3.专业带头人

专业团队带头人业务水平高，应具有本专业及相关专业大学本科以上学历，副高以上职称以及较强的实践能力，能广泛联系行业企业，了解国内外电子商务行业发展新趋势，准确掌握行业企业用人需求，具有组织开展专业建设、课程开发、教科研工作和企业服务能力，在本专业教学改革发展中起到引领示范作用。

4.专任教师

按照“四有好老师”的标准和要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。专任教师应具备相关专业本科以上学历，中级及以上职业资格证书，具有课程开发与实施能力、能胜任项目教学、模块化理论实践一体化教学，课程和技能实训教学目标达成度高，具有较高的数字素养，能熟练应用信息化手段教学和课程思政教学设计的能力。

5.兼职教师

主要从本专业相关行业企业聘任，要求具有良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神；具有扎实的专业知识和丰富实践经验，高级以上职称，能承担《网店美工》、《直播营销》等专业技能课程教学，胜任网店美工、新媒体营销等岗位的实习实训指导和学生职业发展规划指导等任务。

1. 教学设施

主要包括能够满足正常教学的课程教学、实习实训所需要的专业教室、校内实训室和校外实习基地。

1.专业教室基本条件

教室配备黑（白）板、希沃白板、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；能够通过教学资源平台和在线网络课程开展混合教学；安装监控视频系统，可以进行线上授课；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

参照教育部《职业院校专业实训教学条件建设标准》和《山东省中等职业学校专业建设标准（试行）》（鲁教职字〔2012〕2号）中的要求，根据本专业的人才培养目标的要求以及实习实训的需要，在原有基础上、新建、扩建，优化整合，形成功能齐全的技能实训室，满足实训教学需要，按照每班36名学生为基准，实训室配置如下：

校内实训室有6个，分别是电商综合实训室、电商摄影实训室、网上创业实训室、韩都衣舍电商实训中心、电商双创实训基地。

表10 电子商务专业实训室一览表

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实训室类别 | 实训室名称 | 数量 | 主要工具和设备 | 数量  （台/套） | 实训项目 |
| 1 | 技能实训室 | 电商综合  实训室 | 1 | 台式计算机 | 37 | 综合实训 |
| 学生电脑桌凳 | 18 |
| 教师电脑桌凳 | 1 |
| 交换机 | 2 |
| 网络机柜 | 1 |
| 音箱 | 1 |
| 电子商务考证软件 | 1 |
| 电商摄影  实训室 | 1 | 台式计算机 | 6 | 摄影实训 |
| 数码相机 | 5 |
| 投影仪 | 1 |
| 投影幕 | 1 |
| 灯光设备 | 5 |
| 静物拍摄台 | 5 |
| 三脚架 | 5 |
| 背景架 | 5 |
| 陈列架 | 3 |
| 学生电脑桌凳 | 5 |
| 教师电脑桌凳 | 1 |
| 网上创业  实训室 | 1 | 台式计算机 | 37 | 综合实训 |
| 学生电脑桌凳 | 18 |
| 多媒体控制台 | 1 |
| 网络机柜 | 1 |
| 交换机 | 2 |
| 打印机 | 1 |
| 电商  集训机房 | 1 | 台式计算机 | 42 | 大赛集训 |
| 学生电脑桌凳 | 43 |
| 网络机柜 | 1 |
| 交换机 | 1 |
| V1.0.8电子商务  运营技能竞赛平台 | 1 |
| V3.0电子商务运营技能竞赛平台 | 1 |
| 韩都衣舍电商实训中心 | 1 | 台式计算机 | 40 | 产教融合 |
| 电脑桌凳 | 40 |
| 交换机 | 4 |
| 电商双创实训基地 | 1 | 台式计算机 | 30 | 产教融合 |
| 办公桌椅 | 10 |
| 静物拍摄台 | 2 |
| 灯光设备 | 2 |

3.校外实习场所基本要求

校外实习场所要符合《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，确定为合法经营、管理规范、实习条件完善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，校外实习基地应能够提供新媒体营销、客户服务、网店美工、网店运营等实习岗位，可接纳108专业学生到企业进行认识实习和岗位实习。学校和实习单位双方共同制定实习计划，学校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，实习单位能安排有经验的技术人员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，完成岗位实习质量评价，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，有安全保障、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表11 电子商务专业校外实习基地一览表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实习基地名称 | 实习任务及要求 | 可接纳学生 |
| 1 | 韩都衣舍  实习基地 | 了解企业的组织架构、规章制度、企业文化和安全生产知识，通过客户服务、网店美工等岗位的实践，掌握客户服务、网店美工等岗位典型工作任务、工作内容及核心技能，巩固所学专业知识和技能，培养爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神以及热爱劳动、吃苦耐劳的精神，初步形成符合本专业特点的职业道德意识和行为规范，提高学生职业能力和综合素养。 | 40人 |
| 2 | 贝达电子商务  实训基地 | 了解企业的组织架构、规章制度、企业文化和安全生产知识，通过直播营销、网店美工等岗位的实践，掌握直播、网店美工等岗位典型工作任务、工作内容及核心技能，巩固所学专业知识和技能，培养爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神以及热爱劳动、吃苦耐劳的精神，初步形成符合本专业特点的职业道德意识和行为规范，提高学生职业能力和综合素养。 | 30人 |
| 3 | 易达电子商务  实训基地 | 了解企业的组织架构、规章制度、企业文化和安全生产知识，通过新媒体营销、网店美工等岗位的实践，掌握新媒体营销、网店美工等岗位典型工作任务、工作内容及核心技能，巩固所学专业知识和技能，培养爱岗敬业、精益求精、诚实守信的职业精神以及热爱劳动、吃苦耐劳的精神，初步形成符合本专业特点的职业道德意识和行为规范，提高学生职业能力和综合素养。 | 38人 |

1. 教学资源

主要包括能满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书和数字资源等。

1.教材选用要求

学校建立由专业教师、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、公示和备案制度。按照规范程序选用教材，公共基础课程统一使用国家规划，专业（技能）课程教材按要求选用国家规划教材和省（市）推荐教材。

2.图书资料配备要求

本专业相关图书文献配备应能满足人才培养、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。主要包括有关《网店设计与装修》、《商品拍摄技术》、《直播营销》等技术类和案例类图书，以及《商场现代化》、《中国商论》等专业学术期刊。

3.数字资源配置要求

利用学校教育资源平台和智慧树等网络教学平台，开发和配备一批教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、在线精品课程等，实训室根据承担得实训项目配备项目教学指导性文件和操作过程微课资源；对接“1+x”职业技能等级证书标准，明确考核内容和形式，优化课程设置和教学内容，开发相应的校本培训教材，形成种类丰富、形成多样、使用便捷、动态更新、满足教学得的数字化资源库。

（四）教学方法

坚持立德树人根本任务，在教学过程中，注重思政课程和课程思政相结合，达到人才培养规格的素质要求。

1.公共基础课

公共基础课教学要符合教育部有关教育教学基本要求，按照培养学生学科素养、服务专业学习和终身发展的功能来定位，采用理论讲授式、启发式、问题探究式等教学方法，通过集体讲解、师生对话、小组讨论、案例分析、议题讨论、演讲竞赛等教学组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，调动学生学习积极性，为学生综合素养的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。

2.专业（技能）课

坚持校企合作、工学结合的人才培养模式，选择典型项目为载体，按照相应职业岗位（群）的能力要求，结合行业标准、职业技能考核标准和技能大赛要求，通过实际岗位任务与典型案例，践行项目教学改革任务引领、问题导向的教学理念，采取理论实践一体化教学模式，突出“做中学、做中教”的职业教育教学特色，提倡项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情境教学等方法，运用启发式、探究式、讨论式、参与式教学形式，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。

（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。学习评价应体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，探索增值评价，注意吸收家长、行业企业参与。注重校内与校外评价相结合，职业技能鉴定与学业考核结合，教师评价、用人单位评价、学生互评与自我评价相结合。过程性评价与结果性评价结合，加大过程考核，突出专业实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重。

学校内学习评价采用学习过程评价、作业完成情况评价、实际操作评价和期末综合考核评价和岗位实习鉴定等多种方式。根据不同课程性质和教学要求，可以通过笔试、口试、实操、项目作业等方法，考核学生的知识、专业技能和工作规范等方面的学习水平；岗位实习评价则由实习企业和学校共同完成，从考勤、遵守工作纪律、工作态度、职业素养、专业知识和技能、创新意识、安全意识和实习成果等方面进行综合评价。学习评价不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更要关注在实践运用知识与解决实际问题的能力水平，重视节能环保、绿色发展、规范操作、安全生产等职业素养的形成。

1. 质量管理

（1）完善教学质量管理及评价机制。建立教学质量“学校—教学部”两级内部监控和评价机制，完善教学管理规章制度体系，通过推门听课、教学巡查、教考分离、教学文件抽检、开展集体备课和教研活动等方式对日常教学过程进行监控和管理，保证毕业生培养质量达到国家规定的标准。建立与行业企业联动的实践教学环节督导制度，健全专业教学质量监控和评价机制，加强课堂教学、实习实训等方面质量标准建设。按照学校教育教学督导要求，落实《威海市职业中等专业学校教师教学工作规范》《关于建立教学常规巡查工作制度的通知》等文件要求，对教师教学质量进行综合评价。

（2）建立和完善人才培养质量社会评价及反馈机制。落实学校《学生学业质量评价方案》，完善学业水平测试、综合素质评价和毕业生质量跟踪反馈机制及社会评价机制，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。专业教研组织应充分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。

（3）建立专业建设诊断与改进机制。定期组织专业建设委员会开展专业建设研讨，及时开展专业调研、人才培养方案更新和教学资源建设研究工作。专业教研组建立集中备课制度，每周召开一次研讨会议，对专业教学、实训室建设、社会服务、课程建设等进行研判，持续提高专业建设水平和人才培养质量。

十、毕业要求

（一）思想品德

在校学习期间（含校外岗位实习期间）无违法或严重违纪行为，思想品德评定合格。

1. 学业成绩

在校期间，修完专业人才培养方案规定的所有课程，经考试或考查合格。

1. 实习合格

岗位实习期满，经学校、企业共同鉴定，实习成绩合格。

1. 证书考核

学生毕业至少要取得“1+X”电子商务数据分析（初级）职业技能等级证书》、“1+X”电子商务网店运营推广（初级）职业技能等级证书。

十二、附录

1.职业能力分析表

2.教学进程变更申请表

附录1：

电子商务专业岗课赛证与职业能力分析表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 职业岗位 | 典型任务 | 职业能力要求 | 职业资格标准  （职业技能等级标准） | 职业技能大赛标准 | 课程 |
| 网店客服 | 1.售前客服 | 1.了解产品特性，根据客户需求推荐合适的产品或服务；  2.具备良好的沟通和倾听技巧；  3.能够迅速识别客户的潜在需求，并提出合理的解决方案；  4.理解市场动态和竞争对手情况，为客户提供有价值的信息。 | 1.结合业务发展对客户常见问题进行汇总、分类、整理，提高客户问题处理效率；  2.结合客户需求，对客户提出的问题进行及时、规范、有效地处理，提升客户满意度；  3.根据网店交易信息，借助网络客户信息管理工具，通过合法公开渠道完成客户数据收集和整理；  4.结合客户画像，进行定向营销，提高客户活跃度和留存度。 | 1.能够针对客户需求，进行客户问题分类、智能客服问答配置，匹配标准话术；  2.完成常见的售前、售中及售后问题处理；  3.能够判断客户异议类型，分析异议产生的原因，并提出合理有效的解决方案。 | 《商品知识》  《客户服务》  《商务沟通与礼仪》  《物流基础》  《客服综合实训》 |
| 2.售中客服 | 1.具备部门间协作的能力；  2.对销售过程进行跟踪，及时更新客户订单状态；  3.遇到突发情况时，能迅速采取措施，减少对客户的不利影响；  4.具有良好的沟通能力。 |
| 3.售后客服 | 1.有效处理客户异议，有同理心；  2.对反馈数据进行分析，为改进产品或服务提供依据。 |
| 4.客户关系管理 | 维护和增强与客户关系，提高客户忠诚度。 |
| 网店运营助理 | 1.SEO优化 | 1.能够进行市场趋势分析，理解买家的搜索习惯和偏好，分析竞争对手的标题策略；  2.找出高搜索量且相关性强的关键词，合理布局到标题中；  3.通过优化标题来提升商品页面的搜索引擎排名，增加曝光率；  4.利用平台自带的数据分析工具监控标题改动前后的效果，以此来调整和优化标题策略。 | 根据网店推广业务需求，完成关键词挖掘、关键词分析、商品标题制作、搜索推广策略制定、搜索推广账户搭建、搜索推广账  户优化、信息流推广策略制定、信息流推广账户搭建、信息流推广账户优化等工作任务，具备网店推广能力。 | 1.能够根据网店经营目标，在给定的推广资金及相同的竞争环境下，对网店相关数据进行分析，制定并实施运营推广方案；  2.在运营过程中对每个运营周期的效果数据进行分析诊断并优化，持续提高网店竞争力及盈利能力。 | 《电商基础》  《网店运营》  《1+X数据分析（初级）》 |
| 2.SEM推广 | 1.能够根据市场分析和目标顾客的特征，制定出合理的广告投放策略，包括选择合适的推广时间、目标人群定位、广告预算分配等；  2.精通如何选择高转化率和低竞争度的关键词，如何根据广告数据调整关键词策略，优化广告效果；  3.熟练使用平台数据分析工具来监控广告的表现，能够基于数据分析结果优化广告投放策略；  4.合理规划和控制广告预算，确保广告投入产出比最大化，避免不必要的开支；  5.具备制作吸引人的广告创意的能力。 |
| 3.信息流推广 | 1.能够使用工具进行数据收集、分析和解读，根据数据指标优化广告投放策略；  2.具备出色的内容创作能力，能够根据目标受众的兴趣和需求，创作吸引人的广告文案和视觉素材；  3.能够理解和分析目标市场的动态、消费者行为及竞争对手情况，以制定有效的推广策略；  4.规划、执行和监控信息流推广项目，确保按时按预算完成目标。 |
| 网店美工 | 1.店铺首页设计 | 1.熟练使用PS进行图片编辑、图形设计和页面布局等；  2.根据产品特点和目标市场设计符合营销需求的视觉内容，恰当地传达品牌形象和价值观；  3.具有跨平台设计能力，能够为不同的电商平台和设备设计适配的视觉内容；  4.具有创意思维，能够进行新颖、有营销效果的设计。 | 1.能够根据网店营销需求，结合商品定位，对目标用户浏览习惯进行分析，完成网店首页布局和视觉营销设计；  2.能够根据网店及商品定位，分析目标用户消费心理，对商品详情页进行设计，并利用FAB法则提炼商品卖点，撰写营销文案。 | 1.能够根据电子商务法律法规及给定企业背景素材进行网店规划与注册；  2.能够结合视觉营销规范进行网店首页、商品主图视频、商品详情页的设计与制作。 | 《商品拍摄与处理》  《网店美工》  《网络文案》  《网店美工综合实训》 |
| 2.店铺详情页设计 |
| 直播销售 | 1.直播策划 | 1.熟悉直播软件和硬件设备操作；  2.能够根据直播主题和目标受众，策划吸引人的直播内容，包括话题选择、活动设计等；  3.具备良好的口才和反应能力，能够在直播过程中与观众有效互动；  4.能够分析直播数据（如观看人数、弹幕互动、礼物赠送等），及时调整直播策略；  5.在直播过程中具备快速应对和处理危机的能力，维护直播间秩序；  6.了解并遵守相关的版权法律法规，确保直播内容不侵犯他人版权；  7.具有良好沟通协作能力。 | 根据岗位工作流程的规定，完成产品卖点梳理与提炼、短视频拍摄与剪辑、宣传物料制作、直播脚本的分解与执行、直播场控、后台设置与操作、直播预热、粉丝运营与维护、账号（IP）日常维护等工作，对直播执行负责。 | 1.能够根据直播要求进行直播策划；  2.能够完成直播商品讲解、上架、与观众进行有效互动，把控直播节奏，活跃氛围，提升直播间的转化率。 | 《新媒体营销》  《直播营销》  《网络文案》  《物流基础》 |
| 2.直播销售 |
| 短视频  制作 | 1.短视频策划 | 1.拥有出色的创意思维，能够根据目标受众和平台特性策划吸引人的视频内容；  2.掌握基本的摄影摄像知识和技能，了解不同镜头、角度和光线的应用；  3.熟练使用视频编辑软件进行视频剪辑、调色、添加特效和音频处理等后期制作工作；  4.具备良好的故事叙述能力，能够通过视频讲述引人入胜的故事，传达清晰的信息和情感；  5.关注社交媒体和短视频平台的最新趋势，理解受众喜好的变化；  6.了解如何选择和使用背景音乐及音效，增强视频的情感和氛围；  7.能够有效地规划项目，管理资金、时间和资源。 | 1.能够根据相关行业法律法规、受众定位等，进行短视频策划方案撰写；  2.完成商品的短视频策划脚本，并进行分镜提纲、剧本写作；  3.能使用基础视频处理工具，对视频进行剪辑处理。 | 1.能够对短视频策划书进行框架设计，具备短视频策划的创意能力和表达能力；  2.能够进行素材管理、影视编辑、音画合成，在操作过程中具有时间统筹安排、分工协作能力；  3.能够对策划、操作的过程和结果有意识地进行深入、细致、批判性地回顾、分析和检查，主动探究，提升认识自我、完善自我的能力；  4.具备运用AI智能工具的能力。 | 《新媒体营销》  《市场营销》  《短视频营销》 |
| 2.短视频剪辑 |

附录2：

教学进程变更申请表

教学部： 填报日期：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | | 年级 | 专业班级 | 教学部 |
|  | |  |  |  |
|  |  |  |
| 原计划内容、进程 | | | 变动后的内容、进程 | |
|  | | |  | |
| 变动理由 | 专业负责人签字： 年 月 日 | | | |
| 教学部  意见 | 负责人签字（盖章）： 年 月 日 | | | |
| 教务处  意见 | 负责人签字（盖章）： 年 月 日 | | | |

备注：本表一式三份，教务处、教学部和授课教师各存一份。

1. 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一门专业基础课程，同时也是电子商务专业的前导课程。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，掌握B2C、C2C、B2B、O2O、移动电商、跨境电商等相关知识，具备网络营销、网上支付等能力，会熟练使用网上支付工具，为今后学习各门专业课程打下良好的基础。

（二）课程教学目标

1.素质目标

（1）培养学生的职业道德素质；

（2）养成学生独立思考的能力及勇于探索的习惯；

（3）使学生具有团队合作的精神，在学习过程中学会与同伴交流经验、探寻解决问题的方法、分享学习成果；

（4）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.知识目标

（1）掌握常见的电子商务模式：B2C电子商务、C2C电子商务、B2C电子商务、O2O电子商务、跨境电子商务等；

（2）理解网络的4P策略；

（3）掌握网络支付方面的相关知识；

（4）了解电子商务物流基础知识；

（5）懂得电子商务的相关技术；

（6）了解电子商务的基本法律。

3.能力目标

（1）能区分生活中不同的电子商务类型；

（2）会熟练使用网上支付工具，能利用网络进行订票等操作；

（3）利用4P策略分析案例的能力；

（4）具有网站建设、运营、维护的认知能力。

（三）参考学时

54学时

（四）课程学分

3学分

1. 课程内容和要求

课程内容设计表

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 电子商务概述 | 1.掌握电子商务的概念与特征。  2.理解电子商务的组成与分类。  3.了解电子商务的发展与影响。  4.区分生活中电子商务的类型。  5.激发对电子商务的学习兴趣。 | 1.引例：淘宝网电商案例分析。通过常见的电商网站介绍，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，加深对电子商务认识。 | 6 |
| 2 | 电子商务模式 | 1.掌握B2C、B2B、C2C、O2O等电子商务的定义。  2.理解移动电子商务和跨境电子商务模式。  3.区分不同类型的电子商务模式。  4.结合实例分析各电子商务模式的应用。 | 1.引例：对全国中职组电子商务比赛金奖作品的欣赏与点评。  2.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。 | 6 |
| 3 | 网络营销 | 1.了解网络营销的的概念、特征及其与电子商务的关系。  2.理解互联网用户的分类及网络消费者的需求特征和购买动机。  3.了解网络营销的4P营销策略。  4.能说出常用的网络营销方式。  5.能利用4P策略分析案例。 | 1.引例：网络营销经典案例分析。  2.利用BBS、电子邮件、新闻组、邮件列表搜集、发布商务信息。 | 6 |
| 4 | 网络支付 | 1.理解线下支付、在线支付的特点。  2.掌握不同网络支付方式的应用。  3.了解第三方支付的优势。  4.结合实际体验网络支付方式。 | 1.使用银行卡在ATM和超市pos终端上，并画出各自的工作流程。  2.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。  3.申请支付宝或财付通账户，管理、查询支付宝，使用支付宝完成支付。 | 6 |
| 5 | 电子商务物流 | 1.掌握物流的概念和物流功能要素，能够区分物流和快递。  2.掌握电子商务物流的概念和特点。  3.理解电子商务物流各个模式。  4.了解电子商务物流的现状和发展趋势。  5.了解各电子商务物流模式的应用情况。 | 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。 | 6 |
| 6 | 客户服务和电子商务客户  服务 | 1.掌握客服服务的概念。  2.理解客户服务的分类。  3.了解电子商务客服人员的职业素养。 | 1.结合案例分析客户服务人员的工作内容。  2.对本地电子商务发展现状进行调研，激发学生进一步学习电子商务专业课程的兴趣。  3.结合目前电子商务专业学生就业机会和就业岗位，启发学生根据个人特点进行职业生涯规划。 | 8 |
| 7 | 电子商务相关技术 | 1.了解互联网技术。  2.了解电子商务平台运营软件。  3.掌握电子商务网站建设软件的使用方法。  4.了解移动电子商务技术、用户体验技术和物联网技术。  5.理解互联网技术在电子商务中的应用。 | 1.引例：网络营销经典案例分析。  2.体验AR、VR等技术。  3.模拟操作客服软件和美工软件。 | 8 |
| 8 | 电子商务网络安全与法律  保障 | 1.理解电子商务的安全需求。  2.了解电子商务安全技术。  3.了解电子商务的立法概况。  4.理解电子商务法的作用与应用。 | 1.以生活中常见案例引发学生对电子商务安全的重视和警觉。  引例：搭建淘宝网上购物的安全环境  任务：病毒的拦截与防护。  2.通过实训，让学生申请电子邮件数字证书或银行数字证书，安装并使用数字证书。 | 8 |

1. 实施建议

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.学生考核评价方法

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合考核相结合。通过项目进度和任务完成度监控学生的学习进度，全程评价学生的学习态度、实操完成质量、任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、个人能力与团队意识、自主学习与创新思维等多维化考核评价体系，同时尝试让学生、市场、企业等也逐渐成为评价主体，并根据不同内容采用不同的评价标准。

3.教学实施与保障

（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。

4.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。

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一门专业基础课程。本课程服务于电商企业、商品流通企业的需要，具有相对的独立性;同时为电子商务专业相关的《网店美工》《电子商务客户服务》等主干课程作铺垫。主要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，使学生具备从事网络营销工作所必须具备的商品基本知识，比较全面的了解消费需求，组织适销对路的商品；能够科学地进行商品分类，恰当地评价商品质量，合理地进行商品包装和储运，为学习和掌握专业知识和职业技能打下基础。

（二）课程教学目标

1.素质目标

（1）使学生养成学生积极思考、分析的习惯，鼓励多元思维方式并将其表达出来；

（2）激发学生兴趣、展现个性、发展心智和提高素质；

（3）培养学生诚实正直、专业信心等方面的基本素质；

（4）培养学生追求目标的毅力。

2.知识目标

（1）明确商品的概念，掌握商品质量、商品标准和商品检验等业务常识；

（2）熟练掌握商品分类知识和商品包装技法；

（3）掌握库存商品的基本养护方法和储藏保管技术。

3.能力目标

（1）具备理解商品的能力；

（2）具备增强理论联系实际的能力。

（三）参考学时

54学时

（四）课程学分

3学分

（五）课程内容和要求

课程内容设计表

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 商品认知 | 1.掌握商品质量的基本要求和影响商品质量的因素；  2.了解伪劣商品的危害及表现形式并掌握基本的识别方法，会正确介绍商品、指导顾客正确评价商品。 | 课堂训练与案例分析相结合；讲授与课堂讨论相结合。 | 6 |
| 2 | 商品标准与商品检验 | 1.理解和掌握商品标准和商品标准化的概念；熟悉商品标准化的形式和方法，掌握商品质量认证的方法。  2.掌握商品检验的内容、形式与基本方法；  掌握抽样的要求和方法，能对常用商品进行感官检验，了解抽样的概念和原则； | 设置真实案例，小组模拟实训，课堂训练与案例分析相结合。 | 6 |
| 3 | 商品包装 | 1.了解商品包装的设计原则；  2.理解包装的概念，了解包装的分类；  3.熟悉商品包装材料的种类和性能特点。 | 组织学生去超市调查分析不同类型的商品包装。 | 6 |
| 4 | 商品储存和养护 | 1.明确商品储运中发生损耗、质量变化的种类和原因及其相应的控制措施；  2.掌握商品养护技术方法及其原理；  3.理解商品储存的质量管理原则。 | 组织学生参观访问商品库房，实地调查分析商品储存期间发生的质量变化及应采取的养护措施。 | 6 |
| 5 | 食品商品知识 | 1.掌握食品的质量要求与营养知识；  2.理解茶叶、生鲜等食品的分类、鉴别与保管 | 根据实物展示，联系学生生活经历，共同探究食品商品的相关知识。 | 6 |
| 6 | 服装商品知识 | 1.掌握服装的分类、鉴别与保管；  2.理解服装的检验、选购与保养 | 结合生活经历，共同探究服装商品的相关知识。 | 8 |
| 7 | 日用百货商品知识 | 1.掌握洗涤用品、化妆品、玩具、塑料等日用百货的分类与功能；  2.理解日用百货的质量要求与鉴别 | 根据实物展示，以及生活经历，共同探究日用百货商品的相关知识。 | 8 |
| 8 | 家用电器商品知识 | 1.掌握家用电器的分类与知识；  2.理解家用电器的选购、使用与维护 | 结合生活经历，共同探究家用电器商品的相关知识。 | 8 |

（六）实施建议

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。

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学生提升职业素养，提高职业道德。

2.学生考核评价方法

改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价、过程性评价与目标评价相结合、项目评价、理论与实践一体化评价模式。

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

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

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

3.教学实施与保障

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、成功人士举办学术讲座和经验介绍拓展学生视野。

4.教材编选与选用

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。教材表达必须精炼、准确、科学。

市场营销课程标准

（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。旨在培养学生的职业能力，帮助学生牢固树立以顾客为中心的市场营销观念，为学生学习和掌握市场营销课程理论知识和职业能力、适应市场营销岗位工作打下良好的基础。

（二）课程教学目标

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

1.素质目标

（1）培养学生诚实正直、专业信心等方面的基本素质；

（2）培养学生自然的言谈举止、坦然的心态、让人喜欢与赢得尊重的交往素质；

（3）培养学生追求目标的毅力。包括职业定位、个人规划、承受挫折的能力等专业必备素质；

（4）帮助学生树立专业自信心，培养持之以恒、积极进取、自强不息的精神素质；

（5）培养学生洞察力、应变思维、创造意识等能力素质。

2.知识目标

（1）理解市场营销的基本概念和基本原理；

（2）掌握现代市场营销观念的内容；

（3）理解影响消费者购买行为的主要因素，掌握消费者购买行为的整个决策过程；

（4）理解市场细分的概念、依据、原则和方法；

（5）懂得如何进行目标市场选择，掌握目标市场策略和市场定位策略；

（6）理解产品整体概念及层次构成，了解品牌与商标的联系和区别；

（7）掌握产品组合策略、产品生命周期营销策略、品牌策略和包装策略；

（8）理解营销定价目标，掌握定价方法和定价策略；

（9）理解影响分销渠道选择的因素和分销策略，掌握设计和管理分销渠道的方法；

（10）理解促销的概念、作用与原则；

（11）掌握促销组合的基本策略、常用方法和技巧；

（12）掌握营业推广的手段和方法。

3.能力目标

（1）能运用市场营销的原理和现代市场营销观念对营销活动做出比较专业的分析；

（2）能根据消费者心理和购买行为的决策过程有针对性地做好营销工作；

（3）能根据企业实际正确进行市场细分、目标市场选择和市场定位；

（4）会使用产品整体概念及层次构成知识分析产品营销中的实际问题；

（5）能正确运用产品组合策略、品牌策略和包装策略去实现企业的经营目标；

（6）能根据产品生命周期各阶段的特点制定相应的营销策略；

（7）能根据企业情况正确确定营销定价目标；

（8）能正确运用定价方法、定价策略去占领目标市场，实现企业经营目标；

（9）能根据企业实际情况正确设计和管理分销渠道；

（10）能为企业进行基本的促销活动策划，并能写出比较规范的促销策划书；

（11）能正确运用促销组合的基本策略、常用方法和技巧，去占领目标市场；

（12）能恰到好处地运用营业推广刺激消费需求，鼓励中间商大批进货。

（三）参考学时

54学时

（四）课程学分

3学分

（五）课程内容和要求

课程内容设计表

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 认识市场营销 | 1.认识市场营销。能理解市场营销的内涵。  2.当代市场分析。准确认识市场的类型、特征，并进行分析。  3.市场营销观念的演变。了解市场营销观念的历史演变，树立现代市场营销观念。 | 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。 | 4 |
| 2 | 分析营销环境 | 1.认识市场营销环境的重要性；  2.能科学认识市场营销环境；  3.掌握市场营销环境分析的方法；  4.基本能够运用环境因素进行营销决策。 | 1.对某班级同学消费水平和消费结构进行调研。  2．案例讨论分析。 | 8 |
| 3 | 确立目标市场 | 1.掌握市场细分的基础知识和基本理论依据；  2.能正确理解选择目标市场的条件和目标市场定价策略；  3.能按照市场细分程序，运用市场细分方法对生活资料和生产资料进行细分；  4.基本掌握选择目标市场和目标市场定位的方法技巧；  5.能够运用市场细分与目标市场定位的知识与技能，分析和解决目标市场定位与目标市场选择中的实际问题。 | 1.选择三家大的综合百货商场，了解各个商场经营商品的类别、层次，分析其定位上的差异。  2.案例分析。 | 6 |
| 4 | 选择产品组合 | 1.掌握整体产品、产品组合的概念和产品组合策略；  2.掌握产品市场生命周期各个阶段的特点与营销策略；  3.理解新产品的内涵，掌握新产品开发策略；  4.了解产品品牌、包装的内涵；初步掌握产品品牌策略、商标策略和包装策略；  5.能够运用整体产品概念、产品市场生命周期理论、新产品开发理论和产品品牌、产品包装理论及技能进行产品决策，制定产品营销策略。 | 1.让学生收集家电营销方面的资料；根据学生收集的家电营销资料进行分组并就家电营销策划的优缺点进行讨论；请学生和老师点评。  2.正确预测市场发展趋势及市场容量；研究企业自身的优势及产品研发、营销能力；进行投入和产出的比较分析；提出决策的思路。  3.案例讨论分析。 | 8 |
| 5 | 制定产品价格 | 1.正确认识影响营销定价的因素；  2.基本掌握营销定价的目标；  3.掌握营销定价的基本策略；  4.能理解营销价格调整的依据；  5.掌握各种营销定价的程序、方法和技巧；  6.能够在分析影响营销价格因素的基础上进行营销定价，适时调整营销定价。 | 1.定价技术操作训练。  2.以营销副总的角色把握重点商品的营销。  3.案例讨论分析。 | 8 |
| 6 | 遴选分销渠道 | 1.正确理解分销渠道的基本类型与模式；  2.了解中间商的概念、作用与类型；  3.基本掌握分销渠道选择和影响分销渠道选择的因素；  4.掌握分销渠道的基本策略；  5.掌握分销渠道模式分析方法以及分销渠道决策技巧和产品实体分销技术；  6.能够依据所依赖的环境、企业和产品特点选择分销渠道和制定分销渠道策略，具有产品实体分销能力。 | 1．调查学校所在地一家房地产公司营销渠道现状、存在的问题及创新对策。将班级同学分成若干组，进行实地调研，小组讨论交流，老师点评。  2．案例讨论分析。 | 8 |
| 7 | 确定促销组合 | 1.理解与掌握促销策略组合的内容；  2．掌握人员推销的基本特点和策略；  3.了解广告决策的特点和广告宣传的内容及策略；了解公共关系的基本内容；基本掌握公共关系活动的方式和促销途径；  4.掌握营业推广的形式；  5.基本掌握促销方式及组合策略的方法和技巧；  6.具有运用所学理论和方法进行产品推销、广告宣传、公共关系和营业推广的能力，能够综合运用各种促销方式开展促销活动。 | 1．为某食品公司拟定××牌薯片退款促销方案。  2.为××牌按摩器进行社区促销活动策划。确定促销主题、促销价格、产地、时间；布置活动现场做好准备工作；现场促销的执行；做好售后服务。  3.案例讨论分析。 | 8 |
| 8 | 走进新媒体营销 | 1.了解数字化新媒体营销。  2.理解新媒体营销的应用与发展。 | 1.探究“什么是新媒体营销”。  2.课堂讨论：微信朋友圈广告和过去见过的广告的最大区别。  3.案例讨论分析。 | 4 |

（六）实施建议

1.教学方法

在教学中全面、准确地阐述现代市场营销的基本原理，注重案例教学。通过教学案例的剖析，为学生提供一条案例分析与应用的思路和方法。课程的讲授应着重于重点的归纳、难点的剖析以及作业讲解和案例讨论，防止“一言堂”。讨论内容可以是教材中的案例，也可是任课教师补充的案例。

开展课程设计、鼓励学生积极参与社会实践活动，进行实战演习，以达到应用的目的。充分利用学校资源，采用计算机和网络等多媒体现代化教育手段进行教学。

2.学生考核评价方法

（1）强调目标评价与理论和实践一体化评价的有机结合，注重引导学生自我学习、自我实践、自我管理、自我评价。

（2）考核采取理论考核与实训考核相结合的方式，积极引导学生重视营销职业能力的培养。

（3）把学生的职业道德、职业情感、职业责任纳入考核范围，以引导学生注重综合职业素质、特别是思想道德品质的培养。

（4）突出过程考核与阶段评价，结合学生的课堂表现、业务操作、课后作业、社会实践等环节的表现与成果进行评价。

（5）重视教学的总结、创新和教学效果的反馈信息，及时调整教学内容、教学手段、教学形式和教学方法。

3.教学实施与保障

（1）建设校内模拟实训室，充分利用仿真软件构建网络实训平台，提高学生的营销实践操作能力。

（2）组建校企合作的校外实训基地，建设企业兼职教师队伍，有计划安排学生到校外实训基地进行认知实习、阶段实习、顶岗操作，培养学生营销实战能力。

（3）完善学校现代化信息技术硬件的配备，不断增大教学的信息量，以拓宽学生的知识视野和能力范围。

4.教材编写与选用

（1）遵循课程内容架构的内在逻辑，符合学生的认识规律。内容的宽度与深度适当，注意到素质、知识、能力的合理配置，比较充分考虑到职业能力培养。

（2）根据学生营销职业能力培养的需要，创新体例与形式，切实摒弃传统教材以理论知识为核心，以原理、范畴、概念分类为主线，以从理论到理论的阐述为篇章结构的惯性做法，在重点、扼要、完整论述“必需、够用”的基本理论知识的同时，增加图、表、例、典型案例等内容比例。

（3）设置“素质题”、“知识题”、“技能题”、“案例题”、“实训题”等功能性栏目，以唤起学生学习兴趣，引导学生深入思考，促进其“产学结合”和岗位实际能力的训练，特别要注意对本门课程所要求培养的核心能力，如市场调研能力、产品开发能力、价格制定与调整能力、促销能力，要组织学习小组进行反复训练，目的在于增强学生的学习能力、人际沟通能力、团结协作能力和营销实践能力。

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一门专业基础课程。旨在培养学生商品拍摄和影像后期处理的能力，帮助学生提高审美能力和对艺术规律的把握，为拍摄出合格的商品图片奠定良好的基础。

（二）课程教学目标

本课程围绕学生职业岗位需求，结合商品摄影的实际特点，摒弃传统教学中大篇幅的理论叙述，将课程内容划分为摄影基础、摄影实践、摄影后期三部分，内容由浅入深，循序渐进，具有较强的实用性，使学生能够快速上手。通过学习，使学生掌握日常商品的影像拍摄，主要包括照相机的使用、摄影的用光、产品不同角度的拍摄、摄影的意境表达、摄影后期的处理等课程。

1.素质目标

（1）培养学生洞察力、应变思维、创造意识等能力素质；

（2）帮助学生树立专业自信心，培养持之以恒、积极进取、自强不息的精神素质。

2.知识目标

（1）了解购物网站图片的质量及要求；

（2）掌握相机不同模式下的拍照功能；

（3）掌握摄影的构图方式及法则；

（4）了解光的分类和性质，了解光的作用。

3.能力目标

（1）能够根据不同商品的特点及要求进行构图；

（2）能够根据实际拍照环境进行光线调节；

（3）了解摄影的基本发展脉络，掌握摄影形式美的基本知识；

（4）掌握摄影后期的相关处理方法，使影像更完美。

（三）参考学时

54学时。

（四）课程学分

3学分。

（五）课程内容和要求

课程内容设计表

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 认识摄影 | 1.摄影的诞生及其发展；  2.摄影的功能和门类；  3.佳作欣赏。 | 1.通过课本和课外影像资料深入了解摄影主要门类。  2.在教师的引领下，学会初步的摄影欣赏与评价。 | 2 |
| 2 | 认识  照相机 | 1.选择合适的数码相机；  2.数码相机的操作与保养。 | 1.通过对各类数码相机的了解，确定符合自己经济条件和满足岗位需要的照相机。  2.通过实际操作，熟悉数码照相机的常用功能。 | 2 |
| 3 | 摄影构图 | 1.摄影构图及其法则；  2.几种常见的摄影构图形式。 | 1.学习摄影构图的基本规律，并结合绘画等姊妹艺术进行构图的深入探究。  2.在摄影实践过程中逐步掌握商品摄影构图的一般规律。 | 4 |
| 4 | 摄影用光 | 1.了解光的分类和性质；  2.认识光的造型作用。 | 1.通过实例充分认识光是摄影的灵魂，并学会发现光，创造光、表现光。  2.通过成功作品案例分析了解光的造型作用。 | 4 |
| 5 | 光圈优先快门优先 | 1.光圈与景深，光圈优先的应用；  2.快门优先，快门优先的意义。 | 1.通过光圈优先成功商品摄影的案例分析深刻理解光圈优先在商品摄影中的作用。  2.通过快门优先案例作品深刻理解快门优先的作用，并通过大量练习逐步掌握技能。 | 4 |
| 6 | 商品摄影艺术表达 | 1.商品摄影的基本拍摄技术要求；  2.商品摄影常见构图形式；  3.商品摄影的艺术效果控制。 | 1.结合网店商品摄影特点定位摄影目标，并逐步建立商品摄影评价标准理念。  2.强调实用性摄影的共性，即商品摄影过程中真实表现商品要高于艺术效果的表达。 | 6 |
| 7 | 商品摄影质感和清晰度的  表达 | 1.几种表现商品摄影清晰度常用手段；  2.商品摄影的质感表现和用光规律。 | 1.着重使学生切实感受到影像清晰度的重要性，掌握相关拍摄的表现技法。  2.通过各种光和环境的完美创意，完善表达商品摄影的质感和用光艺术效果。 | 6 |
| 8 | 反光类特殊质感商品表现 | 1.特殊反光类商品的拍摄案例分析；  2.特殊质感商品的表现方法。 | 1.通过大量成功和失败的案例，了解特殊质感商品拍摄的难点，掌握不同反光类商品的不同表现技术要点。  2.进行大量的实际拍摄比如：玻璃、不锈钢、丝绸等案例拍摄。逐步掌握拍摄技巧。 | 10 |
| 9 | 商品摄影的后期  处理 | 1.商品摄影后期要求；  2.商品摄影后期常用技术。 | 1.使学生认识到商品摄影后期的必要性和商品摄影后期处理基本原则。  2.多分析作品，多练技法，多交流、多点评。 | 10 |
| 10 | 商品摄影创意设计 | 1.商品摄影创意大观（经典案例赏析）；  2.商品摄影创意艺术规律和技法。 | 1.理解商品创意摄影是作品升华的艺术途径，创意是作品的灵魂。  2.激发学生的创新思维。 | 6 |

（六）教学建议

1.教学方法

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

2.学生考核评价方法

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

3.教学实施与保障

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

4.教材编写与选用

以本课程标准为依据，教材内容应体现以就业为导向、以学生为本位的原则，突出职业能力的培养。项目课程以工作任务为主线，尽可能用工作任务将理论知识穿起来。理论知识内容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。

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。是从事网店装修岗位工作的必修课程。其功能是使学生掌握网店美工的职业技能，具备从事网店装修等相关职业能力。

（二）课程教学目标

1.素养目标

（1）具有良好的审美能力，能根据网店的需要进行合理的排版和设计；

（2）具有良好的团队合作精神，能够与其他部门积极配合，共同完成网店的各项工作任务；

（3）具有敏锐的市场洞察力，能根据市场需求进行网店的设计和策划，并不断优化和改进设计方案；

（4）具有学习能力，能不断学习和掌握新的技能和工具，不断提高自己的设计水平；

（5）具有创造力和创新精神，能在设计中发挥自己的想象力和创造力，创造出独特的、具有吸引力的网店风格；

（6）具有良好的团队合作精神，能够与其他部门积极配合，共同完成网店的各项工作任务；

（7）具有可塑性和适应性，能适应不断变化的市场需求和技术发展，不断学习和提高自己的技能水平。

2.知识目标

（1）了解店铺视觉规范（店铺风格定位。配色方案确定、字体的规范），海内外目标客户的审美习性等；

（2）熟练掌握Photoshop软件的使用方法；

（3）掌握图像合成、图片切割、色彩调整、抠图、图片修复等操作方法；

（4）掌握PC和手机店铺首页设计、店标设计、店招设计、详情页设计等流程及方法；

（5）掌握视觉营销基本原理；

（6）理解首页逻辑思维，整体首页框架；

（7）完成真实店铺的搭建与装修要点（PC端、移动端）。

3.能力目标

（1）掌握海报合成制作技巧；

（2）各类抠图技巧；

（3）掌握图片修复技巧；

（4）掌握制作促销优惠券技巧；

（5）具有一定的文字能力，设计贴合产品的属性描述、活动内容等；

（6）掌握特效字的制作方法、人精修DR工具使用方法、不同材质的表现方法、特殊光影科技感等画面表现手法；

（7）完成真实店铺模版、首页、详情页等的美工设计。

（三）参考学时

252学时

（四）课程学分

14学分

（五）课程内容和要求

课程内容设计表

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 走进网店美工 | 1.欣赏不同类别不同风格的优秀网店，了解网店风格与销售产品间存在的关系；  2.欣赏高访问量、点击量的网店首页，了解网店页面中吸引顾客、引导顾客点击的“点”在哪里；  3.理解网店的概念，了解网店美工的工作任务。 | 1.根据淘宝类目，选取淘宝网上页面布局及色彩搭配优秀的网站（关注C店）用于展示。  2.引导学生从淘宝网站，寻找自己最喜欢的店面。鼓励学生阐述喜欢的理由。  3.通过对优秀网店的欣赏，讲解网店美工主要工作任务。 | 8 |
| 2 | Photoshop基本工具应用 | 1.掌握Photoshop中常用工具的基本操作并能够熟练运用；  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；  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；  4.掌握Photoshop中批量处理照片的方法；  5.掌握Photoshop制作gif动画的方法。 | 1.授课中，以演示法为主。  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.讲解批处理的概念，体现批处理的优势及个参数设置。  5.分析photoshop中动画的制作和flash中动画制作的异同。 | 64 |
| 3 | 店标与  店招设计 | 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：淘宝网店）在线制作店招的方式。 | 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。 | 16 |
| 4 | 促销广告设计 | 1.了解形象创意；  2.掌握色彩创意及文字创意；  3.了解广告编排设计的概念及原理；  4.掌握广告编排的规律以及设计方法；  5.了解文字、图形、图片之间的关系，明确三者之间空间上相互依附衬托的作用。 | 1.采用案例教学法，通过大量的实例，从形象、色彩及文字分析促销广告成功点。  2.采用“分析”-“仿作”-“自主创意设计”-“互评分析”的教学思路，利用大量实例开拓学生思路。  3.通过对广告实例的分析，分析调整广告中文字、图形、图片的位置，观察广告的表现力。 | 16 |
| 5 | 宝贝描述设计 | 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。 | 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辅助线的运用。  3.引导学生注重色彩搭配及图片布局和文字运用。 | 16 |
| 6 | 网店装修设计实训 | 通过多风格网店装修设计实训，完善学生知识体系，培养学生的创意设计及广告编排能力。 | 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。 | 24 |
| 7 | 视觉营销与配色  原理技巧 | 1.掌握视觉营销的流程整合；  2.学会使用色相环的用法；  3.理解四种常见配色原理属性，色彩搭配；  4.区分一点透视原理和两点透视原理，线稿之间的关系；  5.理解视觉营销目的与原则。 | 1.结合实例：从页面布局及色彩搭配入手，总结构图基本公式，大标题，小标题，英文字，色块字。  2.通过案例对比帮助学生理解黄金分割构图法使用，提高学生视觉营销审美的能力。 | 16 |
| 8 | 设计海报分类排版与设计必备特效字字体设计 | 1.了解各大平台海报版式设计原理及分类，解决版式单一，符合当下时代潮流；  2.区分不同字体属性，常用免侵权字体及网站；  3.掌握特效字的制作方法及字体设计；  4.掌握设计节奏感，页面结构搭建及卖点可视化。 | 1.常见海报风格分析把控，空间感构图技巧，写实场景构图，空间合成技法，多种举一反三案例实操。  2.培养法律意识不用没有授权的图片和资料，做到设计产品如实描述。  3.培养学生使用选区造字和路径造字，做到原创出图。熟练掌握文字设计方法。 | 24 |
| 9 | 精修思维与DR精修插件使用方法 | 1.了解精修方向与风格分析及精修思路分析；  2掌握常用修瑕技巧，质感精修技巧；  3.理解重新画图的意义，素描五大调在精修中的应用；  4.掌握人精修DR工具，及不同材质的表现方法。 | 1.通过精修实操：归纳多层次的产品归纳企图方法，不同质感的精修表达及风格化商业色调精修。  2.解读不同产品材质与质感表现的形式，不露痕迹自然美化综合操作手法，再造质感，提高修图的效率。  3.熟练使用DR插件及HDR的认知与设置，CR2原图格式处理与调整。 | 18 |
| 10 | 首页设计规范与详情页排版 | 1.理解首页逻辑思维，整体首页框架；  2.了解多样的产品布局方式，辅色选用，模块的布局方式；  3.掌握色彩、文案、产品关联性，产品展示排版的统一；  4.区分商品分类之产品外观；  5.了解详情页前三屏重要性。 | 1.结合实例：培养学生素材收集的方法。  2.设计自有产品主图，总结卖点和需求挖掘流程。  3.运用技术规格图制作高转化主图及详情页设计，分析产品定位主图风格。  4.规避排版牛皮癣，有效提高学生设计技巧。 | 10 |
| 11 | 光影结构与光影技术原理 | 1.了解光影结构，快速分析和认知；  2.掌握电光线与立体关系的脉络关联，产品结构理解和构图认识；  3.掌握特殊光影科技感等画面表现手法，同一卖点不同画面呈现；  4.强化与制作产品质感的7种核心技法。 | 1.解读不同产品材质反射的不同呈现方式。  2.分析产品图中材质与质感表现的形式，材质与质感的逻辑分析。  3、让学生了解不同造型的影子画法，理解光和影的关系，画面的层次感。 | 10 |
| 12 | 无线端设计思路规范与无线端主视觉KV设计 | 1.了解线端首页与电脑端首页的区别；  2.理解竖屏设计逻辑，对无线端详情页的分析；  3.掌握后台装修方法，学会排版借鉴；  4.了解手机端的尺寸要求。 | 1.结合现实案例：让学生了解无线端的首页装修的流程及注意事项，无线端视觉规范，无线端阅读习惯。  2.体验：无线端空间有限，设计就要相对简洁，清晰明了，突出卖点，店铺首页尽量不用用滚动海报，很少会有人把滚动海报看完的，把主推产品放大靠前展示，另外在设计文字的时候最好把文字放在左边，一般都是用右手滑动手机屏幕的，所以把文字放在左边更容易让买家阅读。 | 10 |
| 13 | 营销思维与活动大促主KV  设计 | 1.了解主图与直通车与各类活动图片设计规范；  2.了解直通车图创意文案与构图；  3.如何有效的突出直通车图的卖点；  4.掌握活动主图的作图思路及方案信息的冲击力；  5.理解文案与故事的来源。 | 1.引例：字体艺术设计及视觉营销，文案与画面的配色。  2.体验直通车活动后台技术。  3.模拟买点和点击率。 | 10 |
| 14 | 产品包装创意及ICON图标设计 | 1.了解包装造型，容器造型，及印刷工序，成本；  2了解国家制定的相关法律法规，如《商标法》《包装法》；  3.理解ICON图标在画面中的作用。 | 1.引例：让学生了解包装设计在实际生产中的应用并进行总结，点评。  任务：做与自己专业有关的产品包装。  2.通过实训，提高学生结构设计，产标及品牌、帖签设计及系列化设计，组合设计等基本规律和技能。 | 10 |

（六）实施建议

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.学生考核评价方法

在课堂评价上，尽量坚持学生自评、互评和教师评价相结合。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。

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。

4.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。

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核心课程。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）培养学生踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风以及善于沟通和团队合作的工作品质；

（2）倡导自主学习，启发学生积极思考、分析，鼓励多元思维方式并将其表达出来；

（3）激发学生兴趣、展现个性、发展心智和提高素质。

2.知识目标

（1）能够了解客户和服务的含义；

（2）认识客户服务的重要性，对服务礼仪与沟通及技巧有深入的了解；

（3）能够进行压力调整与情绪管理；

（4）能够分析电子商务环境下客户的购买行为；

（5）能够熟悉售前、售中、售后客户服务的流程与技巧。

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）具有良好的沟通、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；

（7）针对不同的产品和客户设计说词，熟练地进行电话营销。

（三）参考学时

54学时。

（四）课程学分

3学分。

（五）课程内容和要求

课程内容设计表

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 体验客服工作 | 1.掌握客户服务的工作内容；  2.具备客户服务工作所需的专业技能。 | 1.参观呼叫中心、网店或电商企业，初步感知客户服务的工作内容.  2.学生担任网店客服，熟悉客服实际工作事务。 | 4 |
| 2 | 语音训练 | 1.掌握科学的发声方法；  2.了解普通话语音规范；  3.掌握即兴表述的程序和方法。 | 1.随机给出物品或事件，让学生表述。  2.模拟网店客服的接单状态。 | 4 |
| 3 | 客户接待与沟通 | 1.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；  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。 | 4 |
| 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。 | 4 |
| 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。 | 4 |
| 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。 | 4 |
| 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  任务一：以学校教师作为客户，收集客户喜好信息。  任务二：建议“客户”购买相关商品，并让客户给出满意度。 | 4 |
| 8 | 提升售前客服能力 | 1.掌握接待客户过程中的服务技巧；  2.明确产品推荐与说明过程中的服务内容。 | 情景模拟  1.准备好衣服或文具等商品，学生做售前准备工作。  2.生生比较，教师点评并给出建议。 | 4 |
| 9 | 提升售中客服能力 | 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。 | 模拟超市等购物场所，使学生身临其境进行售中客服。 | 4 |
| 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。 | 电话咨询被服务客户的意见和建议。 | 6 |
| 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。 | 6 |
| 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。 | 6 |

（六）实施建议

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

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

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

（2）情境教学法

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

（3）多边互动教学法

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

2.评价方法

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

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

2.学生考核评价方法

改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价、过程性评价与目标评价相结合、项目评价、理论与实践一体化评价模式。

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

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

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

3.教学实施与保障

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，配置各类教学软件和多媒体设备，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。

校企合作项目—联通公司校园呼叫平台，可以使学生切身感受客户服务工作，以实践强化自己的服务能力，内化客户服务实务的理论知识。

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性教学，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.教材编写与选用

（1）教材应将本专业职业活动结合职业技能证书考证组织教材内容。要通过对电商数据分析的组织和实施等程序的分析和体验，引入必须的理论知识，增加实践实操内容，强调理论在实践过程中的应用。

（2）教材应配备详实的案例，提高学生的学习兴趣，加深学生对这部分专业知识的认识和理解。教材表达必须精炼、准确、科学。

（3）教材内容应体现先进性、通用性、实用性，要将营销最新动态和前沿知识及时地纳入教材，使教材更贴近本专业的发展和实际需要。

（4）教材中的活动设计的内容要具体，并具有可操作性。

直播营销课程标准

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

（二）课程教学目标

通过本课程的学习，了解直播营销的相关基础理论知识，熟悉直播前期各环节准备工作，掌握直播前的引流技巧、掌握直播间操作基本技能，熟悉直播后的复盘方法。努力提升自身修养，培养吃苦耐劳、乐于奉献的敬业精神以及遵纪守法、实事求是的诚信品质，学会与他人合作，相互沟通，勇于创新，掌握学习和工作的方法，为今后自主学习和终身学习奠定良好基础。

1.素质目标

（1）具有良好的思想品德、行为规范、遵纪守法意识和职业道德意识；

（2）具有勇于创新、吃苦耐劳、乐于奉献、爱岗敬业的精神和严谨的工作作风；

（3）具有良好的诚信品质、责任意识、公平竞争的意识和健康的身心素质。

2.知识目标

（1）了解直播营销的相关基础理论知识；

（2）熟悉直播前期各环节准备工作；

（3）掌握直播前的引流技巧；

（4）掌握直播间操作基本技能；

（5）熟悉直播后的复盘方法。

3.能力目标

（1）具有较强的口头与书面表达能力；

（2）具有较强的人际沟通、公关协调能力；

（3）具有直播间脚本写作基础能力；

（4）具有新媒体内容运营能力；

（5）具有新媒体活动策划推广能力；

（6）具有主流新媒体工具推广及运营能力。

（三）参考学时

72学时

（四）课程学分

4学分

（五）课程内容和要求

课程内容设计表

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 认识直播和直播营销 | 1.理解直播的含义；  2.了解直播的发展历程；  3.理解直播的营销价值；  4.了解直播营销面临的挑战和未来的发展趋势。 | 1.通过具体案例分析直播营销的优势；  2.结合数据分析表对直播营销行业进行分析。 | 4 |
| 2 | 直播营销的平台选择 | 1.淘宝直播；  2.抖音直播；  3.快手直播；  4.拼多多直播。 | 1.用热点案例引导出大家对直播平台的关注，激发进行直播的兴趣；  2.学生讨论：不同直播平台的特点以及针对不同平台我们应该怎样开展直播活动。 | 4 |
| 3 | 规划直播间内容 | 1.做好直播分工；  2.选好直播主题；  3.做好直播内容；  4.做好直播选品；  5.玩转直播营销。 | 1.模拟组建直播团队；  2.确定不同直播岗位的人选，明确各自岗位的职责；  3.每个直播团队做好直播主题、选品及策划直播营销活动。 | 8 |
| 4 | 直播营销的主播打造 | 1.了解人气主播的特点；  2.掌握主播人设的策划方法；  3.直播互动技巧与开场技巧； | 各直播团队根据团队主播的特点，为自己团队策划主播人设。 | 10 |
| 5 | 直播营销的策划与筹备 | 1.了解直播营销的工作流程；  2.熟悉直播的整体策划方法；  3.掌握直播场地的选择与布置方法；  4.了解直播间需要配置设备； | 1.教师组织学生模拟一次直播策划活动；  2.进行直播活动脚本策划；  3.模拟直播  场地布置。 | 10 |
| 6 | 直播营销的商品规划 | 1.直播间的选品方法。  2.直播间商品定价策略。  3.直播间商品配置策略。 | 从用户思维角度出发，进行组合商品定价，并制定合理的商品配置策略。 | 12 |
| 7 | 直播前的  引流预告 | 1.直播引流的渠道和时机。  2.直播引流的内容设计。 | 1.做好直播前预热；  2.打造优质直播封面图；  3.设置夺人眼球的直播标题；  4.利用“五步法”调动直播间人气。 | 6 |
| 8 | 直播间的  营销管理 | 1.直播营销的话术设计。  2.直播间的氛围管理方法。  3.直播间的商品介绍。  4.直播间的促销策略。  5.直播间的用户管理。 | 1.练习直播营销“三点”方法论；  2.利用“四部营销法”对直播间商品进行介绍。 | 12 |
| 9 | 直播复盘 | 1.直播复盘的基本步骤。  2.直播复盘的数据分析。 | 1.确定数据分析的目标，获取数据，进行数据处理与分析；  2.对直播间常用的指标（粉丝数据、流量、互动、转化数据指标）进行分析。 | 4 |

(六)实施建议

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，以问题为导向，以课堂学习为基础，以课堂讨论为主要学习形式，并通过讲授法、案例分析法、讨论法、小组合作法等，创设工作情境，结合课本多进行实战训练，提高学生的实战动手能力，通过互联网、多媒体等多种手段辅助教学，实时关注各类直播平台的最新规则, 熟悉自媒体平台运营技巧。

2.学生考核评价方法

在课堂评价上，尽量坚持学生自评、互评和教师评价相结合。评价方式和过程注重对学生的实战能力和在实践过程中分析问题、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、项目实施过程及项目完成情况，综合评定学生的成绩。

3.教学实施与保障

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

4.教材编写与选用

本课程采用教材、教学参考书与视频教程相结合的形式开展教学。在教材编写时应依据课程标准编写，充分体现任务驱动的课程设计思想，充分考虑中职学生的特点，体现针对性、适用性的原则，根据社会实际需求选取教学内容，选择有代表性的案例，教材中的活动设计具有可操作性。以工作任务为主线，体现以就业为导向，以学生为本的原则，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。

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。定位于网店运营助理岗位，主要面向网店装修、网络编辑、网店美工、网店客服等岗位群，完成商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作、客户问题处理、交易促成以及客户关系维护等工作任务，具备开好店的能力。

网运营推广（初级）培训内容包括网店开设、网店装修、网店基础操作、网店客户服务、运营数据分析 5 个理论模块，9个单元及配套的多个实训任务。在培训组织形式上，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。

（二）课程教学目标

1.素质目标

（1）通过小组合作，培养学生的团队协作能力、社会责任心、诚信的品德；

（2）通过课堂讨论活动，培养学生人际交流和沟通能力；

（3）通过头脑风暴活动，提高学生解决问题和创新能力；

（4）通过网店运营分析，培养学生吃苦耐劳、勤劳工作的敬业精神、职业素养和工匠精神。

2.知识目标

（1）让学生掌握网店装修、网络编辑、网店美工、网店客服等岗位群；

（2）让学生掌握商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理；

（3）让学生掌握首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作；

（4）让学生掌握客户问题处理、交易促成以及客户关系维护等业务操作能力。

3.能力目标

（1）能掌握网店运营的概念和特征、发展情况、政策和意义等主要内容；

（2）能选择电商平台，顺利开通电商店铺账号；

（3）能深入分析市场发展情况；

（4）能独立完成电商选品及产品发布工作；

（5）能装修店铺；

（6）能通过合适的方法在平台内进行推广；

（7）能及时处理订单、提升客户体验感和满意度；

（8）能熟练设计物流方案、合理选择物流方式；

（9）能及时处理争议订单，维护老客户、开发新客户。

（三）参考学时

54学时

（四）课程学分

3学分

（五）课程内容和要求

课程内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| 1 | 模块一  网店开设 | 1.网店开设准备  2.网店申请与开通  3.电子商务法律法规。 | 课堂训练与案例分析相结合  讲授与课堂讨论相结合。 | 4 |
| 2 | 模块二  网店装修 | 1.能够根据店铺的定位和目标群体  2.完成店铺首页风格的设计  3.Logo的制作  4.Banner的制作 | 设置真实案例，小组模拟实训，课堂训练与案例分析相结合。 | 20 |
| 3 | 模块三  网店基础  操作 | 1.商品上传与维护  2.营销活动设置  3.日常订单管理 | 设置真实案例，小组模拟实训，课堂训练与案例分析相结合。 | 12 |
| 4 | 模块四  网店客户  服务 | 1.客户交易促成  2.客户问题处理  3.客户关系维护 | 设置真实案例，小组模拟实训，课堂训练与案例分析相结合。 | 10 |
| 5 | 模块五  运营数据  分析 | 1.常用的数据分析工具  2.客户评价分析  3.网店运营状况分析 | 设置真实案例，小组模拟实训，课堂训练与案例分析相结合。 | 8 |

（六）实施建议

1.教学方法

直观教学法。利用极域软件，给学生讲解网店运营知识点，演示跨境店铺注册操作、跨境市场分析、跨境选品、产品发布操作、跨境店铺装修操作、跨境店铺推广操作、跨境交易管理操作、收款、跨境物流、售后服务等业务操作能力，让学生动手操作关联知识点，实现做学教一体化。

任务驱动法。将网店运营开店的细节流程分解为数个任务节点，以任务为中心，在强烈的问题动机的驱动下，通过对实训平台的积极主动应用，让学生进行自主探索和互动协作的[学习](https://baike.baidu.com/item/%E5%AD%A6%E4%B9%A0/222729?fromModule=lemma_inlink" \t "https://baike.baidu.com/item/%E4%BB%BB%E5%8A%A1%E9%A9%B1%E5%8A%A8%E6%B3%95/_blank)，并在完成既定任务的同时，引导学生产生一种学习实践活动。

项目教学法。按照网店运营建设店铺的基本流程，学生通过跨境店铺注册操作、跨境市场分析、跨境选品、产品发布操作、跨境店铺装修操作、跨境店铺推广操作、跨境交易管理操作、收款、跨境物流、售后服务等电商工作的主要环节进行实际操作，从而对网店运营实际工作有一个比较全面、系统的了解。

2.学生考核评价方法

改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价、过程性评价与目标评价相结合、项目评价、理论与实践一体化评价模式。

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

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

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

3.教学实施与保障

通过在校内理实一体化实训室的全真操作，根据项目教学要求，让学生掌握十项基本业务操作技能，其中包括对网店运营的了解，跨境店铺注册操作、跨境市场分析、跨境选品、产品发布操作、跨境店铺装修操作、跨境店铺推广操作、跨境交易管理操作、收款、跨境物流、售后服务等业务操作能力，培养学生踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风以及善于沟通和团队合作的工作品质，为学生走上网店运营工作岗位和网店运营创业打下坚实的基础。

4.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，加深学生对网店运营的认识和理解。教材表达必须精炼、准确、科学。

短视频营销课程标准

（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。依据电子商务专业人才培养目标和相关职业岗位（群）的能力要求而设置的，从多角度、深层次地剖析了短视频与直播运营的策略与方法，内容涵盖认识短视频与直播、短视频内容策划、短视频制作、短视频营销、短视频商业变现、短视频运营实战、直播内容策划、直播技能和直播运营实战等，以案例为主导，激发学生的学习兴趣，帮助学生快速掌握短视频和直播运营技巧和方法，使学生能够学以致用，培养和提升学生的实际运营能力。

（二）课程教学目标

1.素质目标

（1）熟练掌握短视频拍摄、剪辑、脚本撰写、文案撰写、运营等各方面的能力，不做“标题党”，遵守互联网法规，培养数据分析时谦虚、谨慎和务实的工作精神；

（2）网络直播中，着装要自然、大方、整洁、得体，在人际交往中，言行举止要文明、礼貌，充分体现对观众的尊重，营造健康的网络环境，直播需注重自身形象的塑造，培养自信、尽职、乐观等良好的心理素质；

（3）了解新的短视频平台及其新功能；不断巩固和强化自己的拍摄、文案撰写、脚本撰写、剪辑等技巧；学习各种知识，拓展知识面，丰富自己。

2.知识目标

（1）明确短视频的特点与类型、产业链条、短视频与长视频的区别、主流短视频平台；

（2）掌握直播与短视频的区别和融合特征、短视频的展现形式；

（3）理解常用的短视频拍摄工具、常用的短视频后期编辑工具；

（4）掌握短视频用户付费的三种模式；

（5）理解各短视频平台的扶持政策、加入MCN机构的原因，以及加入MCN机构可获得的利益；

（6）掌握抖音短视频IP定位的内容类型、抖音短视频优质内容的类型；

（7）理解评价直播内容质量的标准；

（8）掌握开直播需要配置哪些设备、直播主播需要具有哪些心理素质；

（9）掌握直播变现的常见模式及其操作要点；

（10）理解淘宝直播面临的发展环境、淘宝直播发布权限规则和浮现权规则。

3.能力目标

（1）能够根据短视频的选题，基于不同方法进行短视频策划；

（2）掌握画面景别、光线位置、镜头运动、画面构图和短视频脚本写作的能力；

（3）能够掌握短视频画面转场、选择背景音乐、配音和添加字幕的能力；

（4）能够掌握短视频封面设计、标题设置、标签设置和文案撰写的能力；

（5）明确有技巧的进行短视频引流推广、短视频用户运营；

（6）能够设置抖音账号名称、头像、简介、主页背景图；

（7）理解拍摄抖音短视频、抖音短视频后期编辑、用户维护和拓宽IP价值、塑造高辨识度IP形象；

（8）能够技巧性的增强直播内容创意性、提升直播内容吸引力；

（9）能够塑造主播自身形象、规划直播、打造主播个人IP；

（10）能够掌握淘宝直播间的人员配置、淘宝直播的策划与运营技巧、线下档口型商家开通淘宝直播权限和发起直播。

（三）参考学时

72学时

（四）课程学分

4学分

（五）课程内容和要求

课程内容设计表

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 什么是短视频 | 1.了解短视频的特点与类型、短视频的产业链条  2.了解主流短视频平台 | 互动式教学 | 8 |
| 2 | 短视频内容策划：  短视频运营的核心竞争点 | 1.了解短视频用户需求及展现形式定位  2.掌握选题策划的步骤  3.掌握打造高质量短视频内容的方法 | 理实一体化项目化教学 | 12 |
| 3 | 短视频制作：硬核技能助力拍出大片范儿 | 1.常用的视频拍摄工具  2.掌握短视频脚本的写作  3.掌握短视频的后期编辑 | 理实一体化项目化教学 | 12 |
| 4 | 短视频营销：引爆短视频热度的关键 | 1.掌握短视频的引流推广  2.掌握短视频的用户运营 | 理实一体化项目化教学 | 8 |
| 5 | 短视频与直播：  内容创业新风口 | 1.掌握短视频商业变现的形式  2.了解平台扶持、加入MCN稳定收益 | 理实一体化项目化教学 | 8 |
| 6 | 短视频运营实战：  抖音短视频运营 | 1.掌握制作高水准的抖音短视频  2.了解孵化经典抖音短视频IP | 理实一体化项目化教学 | 4 |
| 7 | 直播内容策划：用创意内容提高观众黏性 | 1.掌握评价直播内容质量的标准  2.掌握增强直播内容创意性的技巧、提升直播内容吸引力的技巧 | 理实一体化项目化教学 | 8 |
| 8 | 直播技能：主播职业能力的培养与提升 | 1.掌握直播配置设置  2.了解主播个人IP | 理实一体化项目化教学 | 4 |
| 9 | 直播运营实战：  淘宝直播运营 | 1.了解淘宝直播面临的发展环境、淘宝直播发布权限规则和浮现权规则。  2.掌握线下档口型商家开通淘宝直播权限和发起直播的方法 | 理实一体化项目化教学 | 8 |

（六）实施建议

1.教学方法

根据本课程的教学目标要求和课程特点以及有关学情，选择适合于本课程的最优化教学法。综合考虑教学效果和教学可操作性等因素，本课程选用讲授法、案例分析法、任务教学法、小组协作法、角色扮演法等。

讲授法是教师通过口头语言向学生传授知识、培养能力、进行思想教育的方法，在以语言传递为主的教学方法中应用最广泛，且其他各种方法在运用中常常要与讲授法结合。

任务教学法以任务组织教学，在任务的履行过程中，以参与、体验、互动、交流、合作的学习方式，充分发挥学习者自身的认知能力，调动他们已有的目的语资源，在实践中感知、认识、应用目的语，在“干”中学，“用”中学。

2.学生考核评价方法

本课程的考试体系中理论配合案例解析进行考核，提高学生的短视频和直播运营能力；在条件允许的情况下，开展短视频和直播运营实践，根据运营效果及数据分析评估学生短视频和直播运营水平。

3.教学实施与保障

根据本课程的教学特点，教学地点主要在机房，配备多媒体设备，供教师教学演示和学生课堂练习。

4.教材编写与选用

《短视频与直播运营》 隗静秋 廖晓文 肖丽辉主编，2020年；人民邮电出版社出版教材。

1+X电子商务数据分析（初级）课程标准

（一）课程性质与任务

本门课程是电子商务专业的基础课程。主要任务是培养学生的经营决策能力，要求学生掌握电子商务基本理论、了解行业现状，培养爱岗敬业精神，使学生获得进一步学习其他电子商务专业课程的基本技能。

（二）课程教学目标

1.素质目标

（1）了解我国大数据发展理念和发展战略；

（2）能够在电子商务数据分析过程中坚持正确的道德观。

（3）熟悉《中华人民共和国电子商务法》相关法规；

（4）具有法律意识，能够遵守个人隐私、数据保密等法律法规，在数据采集过程中做到不侵权，不违法；

（5）熟悉《中华人民共和国网络安全法》；

（6）具有较好的数据保密意识，在数据统计及处理过程中具有耐心、细致的工作态度；

（7）具有法律意识，尊重公民隐私，不侵犯公民合法权益；

（8）具有严谨的数据分析态度，在数据分析过程中遵守职业道德；

（9）培养并践行社会主义核心价值。

2.知识目标

（1）熟悉电子商务数据的含义及分类；

（2）熟悉电子商务数据分析的含义、作用和应用；

（3）了解数据分析报告的基本结构；

（4）了解电子商务数据分析的各类指标；

（5）了解数据采集的概念；

（6）熟悉数据采集的原则；

（7）熟悉数据采集的方法和步骤；

（8）了解数据分类与处理的作用和原则；

（9）掌握数据分类统计的常用方法；

（10）熟悉数据清洗的内容；

（11）了解电子商务数据计算的常用方法；

（12）熟悉描述性统计量的类型和指标含义；

（13）熟悉图表趋势预测法和时间序列预测法；

（14）熟悉对比分析的概念和方法；

（15）了解频数分析法、分组分析法、结构分析法、平均分析法、交叉分析法和漏斗图分析法；

（16）熟悉电子商务日常运营重点监控的数据指标；

（17）熟悉数据图表的类型及不同类型图表的适用场景；

（18）了解数据异常的常见原因及解决办法；

（19）了解数据报表的制作流程。

3.能力目标

（1）能够熟练使用指标计算公式对相应指标进行计算；

（2）能够初步完成数据分析报告框架的搭建；

（3）能够熟练使用数据采集工具；

（4）能够独立完成电子商务市场、运营、产品数据采集；

（5）能够使用 Excel 分类汇总、数据透视表等方法对数据进行分类统计；

（6）能够根据数据处理目标对数据进行清洗、转化及排序等操作；

（7）能够使用公式对电子商务运营数据进行计算；

（8）能够利用 Excel 进行数据描述性统计分析；

（9）能够利用图表趋势预测法和时间序列预测法对电子商务日常运营数据进行趋势分析；

（10）能够使用同比分析法、环比分析法对本期和同期、本期和上期的数据进行分析；

（11）能够运用频数分析法、分组分析法、结构分析法、平均分析法、交叉分析法和漏斗图分析法对电子商务数据进行分析；

（12）能够结合日常运营需要完成数据的监控；

（13）能够完成日常及专项数据报表的制作；

（14）能够进行常见图表的制作和美化。

（三）参考学时

72学时。

（四）课程学分

4学分。

（五）课程内容和要求

课程内容设计表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| 1 | 电子商务数据  分析概述 | 1.掌握电子数据的含义；  2.了解电子商务数据的分类；  3.掌握电子商务数据分析的作用 | 课堂训练与案例分析相结合；讲授与课堂讨论相结合。 | 14 |
| 2 | 基础数据采集 | 1.数据采集认知  2.数据采集的渠道及工具  3.市场数据采集  4.运营数据采集 | 设置真实案例；课堂训练与案例分析相结合。 | 14 |
| 3 | 数据分类与处理 | 1.认识数据分类与处理  2.分类统计  3.数据处理  4.数据计算 | 设置真实案例，课堂讲授与案例分析相结合。 | 14 |
| 4 | 数据描述性分析 | 1.描述性统计分析  2.趋势分析  3.对比分析  4.其他分析方法 | 课堂讲授，小组模拟实训。 | 14 |
| 5 | 基础数据监控与报表制作 | 1.基础数据监控  2.基础数据报表制作  3.基础数据图表制作 | 设置真实案例；课堂训练与案例分析相结合。 | 16 |

（六）实施建议

1.教学方法

直观教学法。利用极域软件，给学生讲解数据分析知识点，演示使用指标计算公式对相应指标进行计算、使用数据采集工具、使用excel工具进行分类汇总等操作并进行描述性统计工作等，让学生动手操作关联知识点，实现做学教一体化。

任务驱动法。将数据分析任务流程分解为数个任务节点，以任务为中心，在强烈的问题动机的驱动下，通过对实训平台的积极主动应用，让学生进行自主探索和互动协作的[学习](https://baike.baidu.com/item/%E5%AD%A6%E4%B9%A0/222729?fromModule=lemma_inlink" \t "https://baike.baidu.com/item/%E4%BB%BB%E5%8A%A1%E9%A9%B1%E5%8A%A8%E6%B3%95/_blank)，并在完成既定任务的同时，引导学生产生一种学习实践活动。

2.学生考核评价方法

改革传统的学生评价手段和方法，采用阶段评价、过程性评价与目标评价相结合、项目评价、理论与实践一体化评价模式。

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

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

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

3.教学实施与保障

通过在校内理实一体化实训室的全真操作，根据项目教学要求，让学生掌握数据分析技能技能，其中包括基础数据采集、数据的分类与处理、数据描述性分析、基础数据监控与报表制作，培养学生踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风以及善于沟通和团队合作的工作品质，为学生走上数据分析工作岗位打下坚实的基础。

4.教材编写与选用

（1）教材应将本专业职业活动结合职业技能证书考证组织教材内容。要通过对电商数据分析的组织和实施等程序的分析和体验，引入必须的理论知识，增加实践实操内容，强调理论在实践过程中的应用。

（2）教材应配备详实的案例，提高学生的学习兴趣，加深学生对这部分专业知识的认识和理解。教材表达必须精炼、准确、科学。

（3）教材内容应体现先进性、通用性、实用性，要将营销最新动态和前沿知识及时地纳入教材，使教材更贴近本专业的发展和实际需要。

（4）教材中的活动设计的内容要具体，并具有可操作性。

新媒体营销课程标准

（一）课程性质与任务

本课程是电子商务专业专业一门专业拓展课程。通过学习新媒体营销的概念、选品原则和方法、新媒体文案的写作、新媒体文案的写作、用户画像的原理、制定和执行活动方案的流程等专业知识，使学生能够掌握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、掌握网店、抖音、微信公众号等平台的数据分析方法；能独立进行网店选品并测试产品，有效提炼产品卖点；能独立撰写新媒体文案、制作图片并完成图文排版，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；培养学生的职业道德和工匠精神，提高学生综合素质和职业能力，为学生后续其他专业课程的学习打下基础。

（二）课程教学目标

通过对新媒体营销知识的学习，了解新媒体营销的概念，熟悉新媒体平台和新媒体营销岗位，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。学会如何做好新媒体营销，激发学生学好新媒体营销专业、立志将来从事新媒体营销工作的热情。以学生职业生涯发展为目标，加强对学生职业能力的培养。为将来从事新媒体营销工作奠定良好的基础。

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）了解新媒体营销的概念，熟悉新媒体平台和新媒体营销岗位；

（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）能明确新媒体营销的岗位职责；

（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，同时能分析抖音和为向公众号的相关数据。

（三）参考学时

54学时

（四）课程学分

3学分

（五）课程内容和要求

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 | 认识  新媒体  营销 | 1.了解新媒体营销的概念和工作方向。  2.认识新媒体营销人员的工作内容、任职要求和职业素养。  3.熟悉不同新媒体平台的特点。 | 1.引例：新媒体营销案例分析。通过常见的新媒体介绍，让学生对媒体运营有直观认识。  2.通过介绍新媒体营销人员的工作内容，加深对新媒体营销认识。 | 8 |
| 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品方法。  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.介绍淘宝网店、抖音小店和微信小商店的测品方法。  2.讲解如何使用FAB 法则和产品属性提炼法提炼产品卖点的方法 | 12 |
| 3 | 内容运营：账号  定位及  内容打造 | 1.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MAKA 制作H5 海报的方法。  3.掌握拍摄并制作短视频的方法 | 1.引例：新媒体文案案例分析。  2.讲解135 编辑器排版图文、让学生掌握使用MAKA 制作H5 海报的方法。 | 8 |
| 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。 | 介绍调研用户信息、分析用户数据和提炼用户画像的方法，教授学生如何通过数据分析来评估和改进营销效果。 | 6 |
| 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。 | 讲解活动方案包含的内容。  让学生掌握活动准备的工作内容和活动预热、跟进的方法。 | 10 |
| 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.结合案例分析淘宝网店数据，使学生掌握使用生意参谋分析淘宝网店数据的方法。  2.讲解主要的抖音数据，掌握分析抖音数据的方法。  3，结合案例讲授微信公众号数据，让学生掌握分析微信公众号的方法。 | 10 |

（六）实施建议

1.教学方法

（1）在教学过程中，应注意培养学生实际操作能力，包括选品测品、账号定位、引流拉新、活动方案执行等，特别是新媒体内容运营方面，应注重培养学生操作当下流行的运营内容形式（如图文、短视频）。

（2）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.学生考核评价方法

本课程评价原则是坚持评价主体、评价过程的多元化，定量与定性评价相结合，数据化呈现学习效果，关注对学生的增值性评价。

3.教学实施与保障

（1）校内电子商务实训基地。根据课程教学需要建立电子商务专业教室，以满足专业教学中的应用为出发点，硬件配置要适度，软件配置要专业化。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。

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

4.教材编写与选用

（1）教材应依据新媒体发展趋势、新媒体营销岗位需要、新媒体营销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。

（2）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，帮助学生学习专业知识与技能的同时，掌握学习方法，培养创新意识。

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

物流基础课程标准

（一）课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。通过本门课程的学习，旨在使学生了解物流产生和发展的过程、现代物流管理的理念、物流产业的发展趋势，认识各种类型物流企业，掌握物流各环节的功能，知晓物流企业的职能部门和岗位要求，掌握仓储、配送、运输、装卸搬运、物流信息技术等方面的知识和技能，培养学生独立理解、分析和解决简单物流问题的能力，为以后进一步深入学习物流相关专业课程打下坚实的基础。

（二）课程教学目标

1.素质目标

（1）具备坚定正确的政治方向、树立远大的理想抱负、确立科学的价值观念、增强自身的综合素养；

（2）具备诚实守信的职业道德，培养爱岗敬业的精神和强烈的法律意识，具备良好的职业素养和职业精神；

（3）具有社会主义核心价值观，精益求精的工匠精神；

（4）具备诚实、守信、坚韧不拔的性格，良好的沟通能力、表达能力、团队协作能力，具有竞争意识，分析判断能力，开拓创新能力和科学决策能力。

2.知识目标

（1）熟悉物流的发展历程和发展趋势；

（2）熟悉物流所包含的运输、仓储、配送、流通加工、包装、装卸搬运、信息处理七大基本功能要素；

（3）熟悉不同类型的物流企业及其结构类型；

（4）掌握仓储作业的主要流程及作业内容；

（5）掌握运输的类型及合理化运输；

（6）理解供应链管理思想，掌握各种设施设备的操作。

3.能力目标

（1）能准确辨识各类物流企业、物流活动；

（2）掌握运输、仓储、配送、装卸搬运、包装、流通加工、信息处理等物流作业流程；

（3）能准确辨识生产物流活动；

（4）能根据具体情况选择各种运输方式；

（5）会操作物流信息系统。

（三）参考学时

36学时

（四）课程学分

2学分

（五）课程内容和要求

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | **项目一**  走进物流 | **教学内容：**  1.物流的内涵；  2.物流的发展历程；  3.物流系统构成；  4.物流行业的构成。  **教学要求：**  1.掌握物流的内涵；  2.掌握物流的发展历程；  3.掌握物流系统构成；  4.掌握物流行业的构成。 | 1.结合生活中的物流现象，培养学生感知物流产业的基础性地位，引导其产生物流行业从业的自豪感；  2.小组讨论生活中接触的物流活动；  3.多媒体教学播放各类企业物流活动。 | 2 |
| 2 | **项目二**  体验物流活动 | **教学内容：**  1.物流活动的内容；  2.物流作业环节的基本流程；  3.常见的物流设施设备。  **教学要求：**  1.能识别运输、仓储、配送、装卸搬运、包装、流通加工、物流信息处理等物流活动；  2.会描述各物流作业环节的基本流程；  3.会操作常见的物流设施设备。 | 1.识别不同物流活动的工匠精神、创新元素  2.多媒体教学播放各种物流活动；  3.实训室演示各种物流作业活动，研讨其功能作用；  4.学生设计完成物流任务来体验物流活动；  5.去企业参观各类物流活动。 | 8 |
| 3 | **项目三**  体验企业物流 | **教学内容：**  1.制造企业物流的环节；  2.商业企业物流的环节。  **教学要求：**  1.掌握制造企业物流的各环节构成；  2.掌握商业企业物流的各环节构成。 | 1.参观生产企业物流、制造企业物流，培养学生对物流行业的热爱；  2.多媒体教学资料演示；  3.案例研讨展示。 | 4 |
| 4 | **项目四**  体验  第三方  物流企业 | **教学内容：**  1.第三方物流的概念和意义；  2.配送中心的运营模式。  **教学要求：**  1.建立第三方物流必要性意识；  2.掌握配送中心的运营模式。 | 1.多媒体教学资料演示，培养学生精益求精的工匠精神；  2.案例研讨展示。 | 4 |
| 5 | **项目五**  体验  国际物流 | **教学内容：**  1.国际物流的构成环节；  2.国际物流运输方式；  3.国际多式联运。  **教学要求：**  1.能描述国际物流的各构成环节；  2.会根据货物属性选择合适的国际物流运输方式；  3.掌握国际多式联运的衔接。 | 1.多媒体教学演示国际物流运作各个环节构成；  2.案例体验货品与各种运输方式的匹配；  3.案例体验国际多式联运的衔接。 | 4 |
| 6 | **项目六**  物流信息系统初步应用 | **教学内容：**  1.物流信息系统；  2.物流识别技术的基本工作原理等相关知识；  3.物流识别设备的操作和应用。  **教学要求：**  1.能识别物流信息系统；  2.能描述物流识别技术的基本工作原理；  3.会操作物流识别设备。 | 1.实训室现场教学，认知信息系统软件及相关硬件；  2.实训室操作演练信息系统及基本硬件使用。 | 8 |
| 7 | **项目七**  供应链  管理 | **教学内容：**  1.供应链管理的基本职能；  2.供应链管理的基本方法；  3.供应链结点企业关系绩效评价的方法。  **教学要求：**  1.能描述供应链管理的职能；  2.掌握供应链管理的基本方法；  3.会对供应链结点企业关系进行绩效评价。 | 1.识别不同物流活动的工匠精神、创新元素；  2.教学软件模拟演练；  3.分角色模拟各节点企业进行供应链管理训练。 | 6 |

（六）实施建议

1.实施建议

本课程将思想政治教育融入教学，针对不同生源结构，可采用实地参观、案例分析、任务驱动等方法，激发学生的学习兴趣，帮助学生了解物流业的相关知识，培养学生在物流行业工作的职业意识和职业习惯。

教学中物流行业的认知部分可以组织学生到物流企业实地参观、借助网络进行物流行业信息搜集等形式组织教学；物流各功能要素构成的内容，可以设定工作任务，把学生分成小组，在教师的引导下，学生合作完成工作任务来进行此部分内容的学习；对于企业物流流程、第三方物流、国际物流、供应链管理等部分的内容可以通过多媒体展示、案例分析、播放录像和视频资料、角色分工模拟情境等形式组织教学。

2.学生考核评价方法

本课程根据培养目标和培养要求，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搜集、整理、分析物流各活动的资料过程与能力的评价、运用所掌握的物流基本知识分析物流实际业务过程与能力的评价，同时也要对学生在课堂讨论、实地参观、小组合作等活动中所表现的学习态度、合作意识等方面进行评价。

结果性评价可以采用笔试、案例分析、调查报告等多种方式进行评价。

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1:10。

4.教材编写与选用

（1）教材内容尽量做到简练、准确，以企业真实的工作情境作为案例导入，激发学生兴趣；学习单元设计成行动任务，教学内容能动性强。

（2）教材选用应符合学校应用型人才培养，教材语言表述应生动活泼，栏目丰富多变，体例简洁实用。

（3）可考虑增加励志故事、国内外知名物流企业介绍等关注学生的情感发展，培养学生对物流行业的兴趣。

（4）优先选用国家规划教材、精品教材、重点推荐教材以及体现产学研合作教育成果等的优质教材，优先选用近三年正规出版、列入教材目录的新编教材。

5.授课进程建议表

| 周次 | 教学任务 | 授课时数 | 主要教学形式 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 物流的内涵以及发展历程 | 2 | 分组教学，教学演示 |
| 2 | 物流系统以及行业的构成 | 2 | 学生练习，分组教学 |
| 3 | 物流活动、作业环节的基本流程 | 2 | 教学演示，学生练习 |
| 4 | 物流的设施设备 | 2 | 分组教学，学生练习 |
| 5 | 制造企业物流的环节 | 2 | 教学演示，分组教学 |
| 6 | 商业企业物流的环节 | 2 | 学生练习，分组教学 |
| 7 | 第三方物流的概念和意义 | 2 | 教学演示，学生练习 |
| 8 | 配送中心的运营模式 | 2 | 学生练习，教学演示 |
| 9 | 国际物流的构成环节 | 2 | 分组教学，学生练习 |
| 10 | 国际物流运输方式 | 2 | 学生练习，分组教学 |
| 11 | 国际多式联运 | 2 | 教学演示，分组教学 |
| 12 | 物流信息系统 | 2 | 教学演示，学生练习 |
| 13 | 物流识别技术基本工作原理等相关知识 | 2 | 分组教学，学生练习 |
| 14 | 物流识别设备的操作和应用 | 2 | 学生练习，分组教学 |
| 15 | 供应链管理的基本职能 | 2 | 分组教学，教学演示 |
| 16 | 供应链管理的基本方法 | 2 | 教学演示，学生练习 |
| 17 | 供应链结点企业关系绩效评价方法 | 2 | 分组教学，教学演示 |
| 18 | 期末复习 | 2 | 学生练习，分组教学 |

网络文案课程标准

（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，旨在使学生能够在文案岗位上完成宝贝描述、促销图的文案创作、微博、论坛等软文写作工作，把握文案写作的基本模式，为学生毕业后直接上岗从事文案工作奠定坚实的理论和实践基础。让学生在学习的过程中获得内化的职业能力，从而在今后不断变动的职业生涯中有能力获得新的职业技能和职业资格，为自己创造更广阔的发展空间。

（二）课程教学目标

1．知识目标：通过本课程的学习，学生能够掌握文案写作的方法以及促销图文案策划与各类方案的写作技巧，形成方案写作的职业能力，学会与他人合作，相互沟通，勇于创新，掌握学习和工作的方法，为今后自主学习和终身学习奠定良好基础。

2．能力目标:

1.具有良好的文字表达能力；

2.具有编写宝贝描述，清晰表述产品功能、优势的能力；

3.具有利用文案与消费者进行沟通与交流能力；

4.具有微博、论坛软文宣传策划与写作的能力；

5.具有创意性策划促销图文案及软文写作的能力；

6.具有文案效果测评及优化能力。

3．素质目标：本课程在教学过程中，倡导自主学习，启发学生积极思考、分析，鼓励多元思维方式并将其表达出来，课程突出以学生为主题的思想，尊重个体差异。建立以过程培养促进个体发展，以学生可持续发展能力评价教学过程的双向促进机制，以激发兴趣、展现个性、发展心智和提高素质为基本理念。

（三）参考学时

54学时

（四）课程学分

3学分

（五）课程内容和要求

课程内容设计表

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 走进文案写作 | 明确文案及软文的写作内容及写作要求。 | 1.浏览淘宝网著名店铺的宝贝描述文案。  2.浏览“美丽说”、“蘑菇街”等论坛网站的优秀软文。 | 2 |
| 2 | 网络  消费者  心理 | 了解网络消费者的心理特点。 | 心理学小测试：正确认识文案或软文与感觉、知觉、注意、记忆、联想的关系。 | 2 |
| 3 | 文案的  写作流程 | 1.把握文案写作环境和对象。  2.理解文案创意、提炼文案创作的主题、确定写作风格。 | 对比“御泥坊”“七格格”“韩都衣舍”等淘宝名店的宝贝描述文案和宣传推广软文，分析其写作风格、创意等。 | 4 |
| 4 | 日用百货文案写作 | 1.定位日用百货的网络目标市场。  2.把握网络消费者在购买日用百货时的心理。  3.明确写作要求和目的，针对商品锁定文案的诉求方式。  4.针对商品的功能、材质、包装、便利性以及给消费者带来的需要满足进行宝贝描述的撰写和促销图制作；  5.选择适合的文体形式，在相关的博客、贴吧留言，在相关论坛发表软文对商品进行宣传推广。 | 1.学生对毛巾、牙膏、洗发水、百洁布、保鲜盒、牙膏等日用品的图片配以文案，形成宝贝描述作品和促销图作品。  2.学生展示并相互评价，并与日用百货淘宝名店里的优秀文案进行对比，然后优化作品。 | 6 |
| 5 | 家电办公文案写作 | 1.定位家电办公用品的网络目标市场；  2.把握网络消费者在购买家电办公用品时的心理；  3.明确写作要求和目的，针对商品锁定文案的诉求方式；  4.针对商品的功能、材质、包装、便利性以及给消费者带来的需要满足进行宝贝描述的撰写和促销图制作；  5.选择适合的文体形式，在相关的博客、贴吧留言，在相关论坛发表软文对商品进行宣传推广。 | 1.学生对小风扇、台灯、铅笔、订书机等商品的图片配以文案，形成宝贝描述促销图作品。  2.学生展示并相互评价，并与“小狗电器”等淘宝名店里的优秀文案进行对比，然后优化作品。 | 6 |
| 6 | 手机数码文案写作 | 1.定位手机数码商品的网络目标市场。  2.把握网络消费者在购买手机数码商品时的心理。  3.明确写作要求和目的，针对商品锁定文案的诉求方式。  4.针对商品的功能、材质、包装、便利性以及给消费者带来的需要满足进行宝贝描述的撰写和促销图制作。  5.选择适合的文体形式，在相关的博客、贴吧留言，在相关论坛发表软文对商品进行宣传推广。 | 1.学生对手机、播放器、耳机等商品的图片配以文案，形成宝贝描述和促销图作品。  2.学生展示并相互评价，并与京东商城和手机数码淘宝名店里的优秀文案进行对比，然后优化作品。 | 6 |
| 7 | 鞋包配饰文案写作 | 1.定位鞋包配饰的网络目标市场；  2.把握网络消费者在购买鞋包配饰时的心理；  3.明确写作要求和目的，针对商品锁定文案的诉求方式；  4.针对商品的功能、材质、包装、便利性以及给消费者带来的需要满足进行宝贝描述的撰写和促销图制作；  5.选择适合的文体形式，在相关的博客、贴吧留言，在相关论坛发表软文对商品进行宣传推广。 | 1.学生帆布鞋、拖鞋、钱包、背包、项链、戒指等商品的图片配以文案，形成宝贝描述和促销图作品。  2.学生展示并相互评价，并与日用百货淘宝名店里的优秀文案进行对比，然后优化作品。 | 6 |
| 8 | 运动户外文案写作 | 1.定位运动户外商品的网络目标市场。  2.把握网络消费者在购买运动户外商品时的心。  3.明确写作要求和目的，针对商品锁定文案的诉求方式。  4.针对商品的功能、材质、包装、便利性以及给消费者带来的需要满足进行宝贝描述的撰写和促销图制作。  5.选择适合的文体形式，在相关的博客、贴吧留言，在相关论坛发表软文对商品进行宣传推广。 | 1.学生篮球、乒乓球、羽毛球、帐篷、户外装备等商品的图片配以文案，形成宝贝描述和促销图作品。  2.学生展示并相互评价，并与运动户外淘宝名店里的优秀文案进行对比，然后优化作品。 | 4 |
| 9 | 美食特产文案写作 | 1.定位美食特产的网络目标市场；  2.把握网络消费者在购买美食特产时的心理；  3.明确写作要求和目的，针对商品锁定文案的诉求方式；  4.针对商品的功能、材质、包装、便利性以及给消费者带来的需要满足进行宝贝描述的撰写和促销图制作；  5.选择适合的文体形式，在相关的博客、贴吧留言，在相关论坛发表软文对商品进行宣传推广。 | 1.学生对周村烧饼、马踏湖咸鸭蛋、博山酥锅、高青大米等美食特产的图片配以文案，形成宝贝描述和促销图作品。  2.学生展示并相互评价，并与美食特产淘宝名店里的优秀文案进行对比，然后优化作品。 | 4 |
| 10 | 家纺居家文案写作 | 1.定位家纺等居家用品的网络目标市场；  2.把握网络消费者在购买家纺等居家用品时的心理；  3.明确写作要求和目的，针对商品锁定文案的诉求方式；  4.针对商品的功能、材质、包装、便利性以及给消费者带来的需要满足进行宝贝描述的撰写和促销图制作；  5.选择适合的文体形式，在相关的博客、贴吧留言，在相关论坛发表软文对商品进行宣传推广。 | 1.学生对床品四件套、枕芯、床头柜的商品图片配以文案，形成宝贝描述和促销图作品。  2.学生展示并相互评价，并与居家用品淘宝名店里的优秀文案进行对比，然后优化作品。 | 4 |
| 11 | 护肤彩妆文案写作 | 1.定位护肤彩妆的网络目标市场；  2.把握网络消费者在购买护肤彩妆时的心理；  3.明确写作要求和目的，针对商品锁定文案的诉求方式；  4.针对商品的功能、材质、包装、便利性以及给消费者带来的需要满足进行宝贝描述的撰写和促销图制作；  5.选择适合的文体形式，在相关的博客、贴吧留言，在相关论坛发表软文对商品进行宣传推广。 | 1.学生洁面乳、护手霜、唇膏等护肤彩妆等商品的图片配以文案，形成宝贝描述和促销图作品。  2.学生展示并相互评价，并与“御泥坊”等护肤彩妆淘宝名店里的优秀文案进行对比，然后优化作品。 | 4 |
| 12 | 文案写作综合实训 | 1.能够针对商品进行宝贝描述的撰写；  2.设计促销图所使用的文案；  3.撰写软文对网店及商品进行宣传推广 | 与校企合作项目或学生网店商品相结合，撰写宝贝描述的文案，进行促销图设计和软文写作。 | 6 |

（六）实施建议

1.教学方法

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

2.评价方法

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

3.教学条件

（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；具备现场教学、实训功能，满足教、学、做一体化要求的功能室。在教学过程中可以根据需要开通网络。

4.教材编写

本课程采用教材、教学参考书与视频教程相结合的形式开展教学。在教材编写时应依据课程标准编写，充分体现任务驱动的课程设计思想，充分考虑中职学生的特点，体现针对性、适用性的原则，根据社会实际需求选取教学内容，选择有代表性的案例，教材中的活动设计具有可操作性。以工作任务为主线，体现以就业为导向，以学生为本的原则，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。

商务沟通与礼仪课程标准

（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，旨在使学生能够在文案岗位上完成宝贝描述、促销图的文案创作、微博、论坛等软文写作工作，把握文案写作的基本模式，为学生毕业后直接上岗从事文案工作奠定坚实的理论和实践基础。让学生在学习的过程中获得内化的职业能力，从而在今后不断变动的职业生涯中有能力获得新的职业技能和职业资格，为自己创造更广阔的发展空间。

（二）课程教学目标

1.知识目标

通过本课程的学习，学生能够掌握文案写作的方法以及促销图文案策划与各类方案的写作技巧，形成方案写作的职业能力，学会与他人合作，相互沟通，勇于创新，掌握学习和工作的方法，为今后自主学习和终身学习奠定良好基础。

2.能力目标:

（1)具有良好的文字表达能力；

(2)具有编写宝贝描述，清晰表述产品功能、优势的能力；

(3)具有利用文案与消费者进行沟通与交流能力；

(4)具有微博、论坛软文宣传策划与写作的能力；

(5)具有创意性策划促销图文案及软文写作的能力；

(6)具有文案效果测评及优化能力。

3.素质目标

本课程在教学过程中，倡导自主学习，启发学生积极思考、分析，鼓励多元思维方式并将其表达出来，课程突出以学生为主题的思想，尊重个体差异。建立以过程培养促进个体发展，以学生可持续发展能力评价教学过程的双向促进机制，以激发兴趣、展现个性、发展心智和提高素质为基本理念。

（三）参考学时

36学时

（四）课程学分

2学分

（五）课程内容和要求

课程内容设计表

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 个人形象设计 | 1.掌握仪容规范的基本常识；  2.掌握仪表规范的基本常识；  3.掌握仪态规范的基本常识。 | 情景模拟：假设你是某公司的销售经理，前去拜访客户，请设计规范的仪表、仪容、仪态礼仪。 | 4 |
| 2 | 交往礼仪 | 1.了解称呼礼仪规范；  2.掌握介绍礼仪规范；  3.掌握握手礼仪规范，掌握交谈礼仪规范。 | 情景模拟：假设你是某公司的销售人员，当你拜访客户时应注意哪些礼仪？ | 4 |
| 3 | 商务拜访与接待 | 掌握商务拜访与接待的礼仪规范，包括次序礼仪、电话礼仪、奉茶礼仪、引导礼仪、馈赠礼仪、乘车礼仪、餐饮礼仪。 | 情景模拟：如果你的重要客户要来公司拜访，你应如何进行接待安排？（请设计一份接待方案） | 4 |
| 4 | 认识沟通 | 1.理解沟通的涵义；  2.掌握沟通的基本要素。 | 通过游戏、案例来认识沟通，培养沟通意识。 | 2 |
| 5 | 语言沟通 | 掌握语言沟通的基本知识，通过听、说、问、答等沟通环节，进行有效的语言沟通。 | 通过角色与情景模拟，进行有效拒绝、有效说服、有效赞美、有效批评的训练。 | 4 |
| 6 | 非语言沟通 | 能在商务沟通与谈判活动中正确使用非语言进行沟通。 | 通过表情、动作、语音、语调的表意训练，掌握非语言沟通技巧。 | 2 |
| 7 | 不同对象沟通技巧 | 1.了解文化差异、社会角色差异及性格差异；  2.掌握与不同对象的沟通技巧方法。 | 与同学、老师及模拟客户进行沟通训练，实现人际间的高效沟通。 | 4 |
| 8 | 不同场合沟通技巧 | 掌握商务谈判、会议沟通及面试的一般流程、注意事项和沟通技巧。 | 模拟谈判、会议、招聘等场景，灵活运用沟通技巧与方法。 | 6 |
| 9 | 商务沟通礼仪 | 1.掌握求职的准备与面试技巧；  2.掌握办公室礼仪，及人际交往礼仪  3.运用礼仪知识从事商务沟通活动。 | 结合商务礼仪知识和技巧，模拟商务活动过程，进行沟通技巧训练。 | 6 |

（六）实施建议

1.教学方法

本课程在教学中，强调以学生为主体、教师为主导，以学生自主思考和体验训练为主，以教师的启发引导、讲解示范为辅，融教、学、做为一体。注重学生自主学习和应用能力的培养，教学方法要灵活多样，充分调动学生学习的积极性，激发学生的学习兴趣，最大限度地让学生参与学习的全过程。主要采用以下教学方法：

（1）示范演示法：在教学过程中，教师围绕教学任务，让学生亲身实践，进行示范演示。通过“做中学”，“学中做”的方式有针对性地加强学生动手能力的培养和训练，才能完成知识的学习和技能的掌握。

（2）情境模拟：在进行实践教学的过程中，通过设置一些商务活动的真实场景，组织学生积极参与。

（3）角色扮演：在特定情境之下，让学生扮演特定组织中的有关角色，通过体验式学习演练，达到掌握沟通礼仪规范的目的。

（4）案例分析：在教学中，通过分析和研究现有的案例，解释所要讲授的教学内容并推动其完善，教师通过分析研究实际案例，组织学生分析讨论，加强对商务沟通和礼仪规范的掌握。

（5）实践训练：教师应尽可能创造一切条件让学生参与社会实践。如让学生顶岗实习，参加社会上的开业、剪彩、交接、新闻发布会等企业或者当地政府的大型活动的接待工作。在实践中锻炼和培养学生的礼仪素质，提高学生待人接物的沟通与礼仪技巧。

2.学生考核评价方法

（1）对学生学习过程的考核。考核项目包括平时教学过程中的出勤率，学生在课堂提问、情境模拟、角色扮演等教学活动中的参与度。

（2）对学生素质的评价。设计对学生合作意识、沟通能力、创新思维等方面的评价指标，以综合职业技能考核为主线，关注学生的素质培养。

（3）考核方式多样化。课上课下相结合，理论实践相结合；全员小组互相考核，采用调研报告、项目设计、作业质量、情景模拟等方式进行考核。

3.教学实施与保障

本课程注重实践性教学，实践教学条件能够满足教学要求；能够进行开放式教学；建立以多媒体教学为主线，由多媒体课件、纸质教材、网上资源、形体房、企业基地构成的立体化实践教学体系。

4.教材编写与选用

商务沟通与礼仪是一门实践性很强的课程，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，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，多设计情境模拟训练，注重学生综合素质的提高，注重学生的全面发展和长远发展。

移动商务课程标准

1. 课程性质与任务

本课程是电子商务专业一门专业拓展课程，主要包括包括移动商务认知、移动商务技术概况、移动支付、移动商务经营模式、移动营销、移动商务安全应对和移动商务典型案例基本内容。旨移动商务课程教学能力与电子商务企业就业岗位直接对接，重在培养学生的移动商务岗位应用能力，重点强调对学生在商务技能和应用技能方面的培养。

1. 课程教学目标

1.知识目标

（1）认知移动商务基础概念，明确移动商务基础类型及特点，了解移动互联网发展及商务应用现状， 明确移动互联网发展趋势，认知互联网+的内涵，了解移动商务基础的常用基础技术，认知无线网络类别及各自特色；

（2）了解二维码、LBS、RFID、陀螺仪技术的移动商务应用，明确云计算、大数据和物联网的基本架构及其移动商务基础应用前景；

（3）理解移动支付的概念，了解移动支付的流程，理解虚拟货币的概念，明确移动商务安全的概念及要求；

（4）了解移动终端安全认证的概念，了解移动商务的价值链，明确移动商务常见的商业模式和特点，明确移动产品运营经理岗位职责、岗位资格和基本要求，明确移动营销与传统网络营销的区别和联系。

2.能力目标

（1）能够说明移动商务的特点和未来发展趋势。

（2）能够运用不同操作系统的智能手机；

（3）能制作二维码。

（4）能完成移动支付产品的申请、充值、查询、消费、转账等业务操作。

（5）能根据具体的行业和企业，分析其移动商务的运营模式。

（6）能简单分析移动商务的安全问题，并制定初步安全方案

3.素质目标

（1）培养并践行社会主义核心价值观。

（2）传播优秀商业文化，培养文化自信。

（3）培养学生的法治意识和职业道德。

1. 参考学时

54学时

1. 课程学分

3学分

1. 课程内容和要求

课程内容设计表

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 移动商务概述 | 认知移动商务基础概念；明确移动商务基础类型及特点； | 首先通过案例引出本项目的知识内容，教师向学生展示《中国互联网络发展状况统计报告》中关于移动商务基础发展的相关数据和统计图，手机购物及应用实训 | 6 |
| 2 | 移动商务技术概况 | 了解移动商务的常用基础技术；了解二维码、LBS、RFID、陀螺仪技术的移动商务应用 | 教师结合实例背景讲解移动终端设备与移动操作系统的相关知识，二维码的制作及应用实训操作 | 8 |
| 3 | 移动支付 | 理解移动支付的概念；了解移动支付的流程；理解虚拟货币的概念； | 首先通过案例引出知识内容，并对这些知识进行简单介绍，教师讲解移动支付体系和虚拟货币相关的知识，移动支付实训操作。 | 8 |
| 4 | 移动商务经营模式 | 了解移动商务的价值链；明确移动商务常见的商业模式和特点；深入了解O2O电子商务模式； | 通过案例引出章节内容后，对本章知识进行讲解，教师讲解移动商务商业模式概述的相关内容，分别就微店搭建与运营、PC平板手机响应式Web设计进行操作 | 8 |
| 5 | 移动营销 | 明确移动营销与传统网络营销的区别和联系；  了解移动营销常用的方法和手段；  熟悉微信营销的方法。 | 教师组织学生课堂讨论什么是移动营销，并让学生发表各自的看法，最后由教师归纳总结并进行知识讲解 | 8 |
| 6 | 移动商务物流管理 | 了解移动商务物流管理的意义、特点；.明确移动商务物流管理的技术支撑；了解共享物流的概念； | 教师讲解移动商务物流管理概述部分的内容，学生就H5易企秀制作与微营销展开操作，教师进行指导与总结。 | 8 |
| 7 | 移动商务开发技术 | 了解移动APP开发的设计与开发阶段；了解移动网站开发技术，包括前端开发技术与后端开发技术；了解微信小程序开发的前景与创建流程； | 教师讲解移动APP模块的内容，学生分别完Android移动应用开发、移动弹出广告制作两部分的操作。 | 8 |

（六）实施建议

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）任务驱动法：采用真实企业的案例资料，以完成每一任务为目标，让学生根据实际工作过程中所需技能的操作方法和规范进行学习和训练，针对工作需求引入相关理论知识，用工作任务驱动学生积极主动进行学习和训练，有效地调动学生对操作技能和理论知识学习的积极性，实现实践理论一体化。

（2）案例教学法：以案例教学为主，导入每一项工作任务需要掌握的知识和技能，再以学生身边实例加以讲解，使抽象的理论通过浅显易懂的案例变得通俗易懂。

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学生提升职业素养，提高职业道德。

2.评价方法

教学评价分为学生评教和教师评学两个部分。评教在期中和期末进行，实行网上评教方式，评学分为过程性考核和终结性考核。通过教学评价，达到以评促教，以考促学的目的。本课程实行百分百制考评，采用理论考试与技能考试相结合，过程性考核和终结性考核相结合，注重全面考核学生的综合职业能力和水平。

3.教学条件

建设用于本课程教学实训中心。使之具备仿真教学、现场教学等技能训练功能。实现理论实践一体化教学、满足学生职业能力培养需求。建设课程教学资源网站、将各种教学资源集中统一管理。形成课程教学资源库，实现教学资源共享，提高课程资源利用效益。为了更好的完成本课程的教学、建议配备多媒体教室、电子商务实训室等。多媒体教室主要完成课程讲授等，电子商务实训室主要完成实践。

4.教材编选

本课程采用教材、教学参考书与视频教程相结合的形式开展教学。在教材编写时应依据课程标准编写，充分体现任务驱动的课程设计思想，充分考虑中职学生的特点，体现针对性、适用性的原则，根据社会实际需求选取教学内容，选择有代表性的案例，教材中的活动设计具有可操作性。以工作任务为主线，体现以就业为导向，以学生为本的原则，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。

跨境电商基础课程标准

（一）课程性质与任务

本课程是电子商务专业的一门专业拓展课程。通过学习跨境电商基础、跨境电商店铺运营等专业知识，使学生能够掌握跨境贸易电子商务的基本概念、了解基本政策，熟悉跨境第三方操作平台规则，掌握跨境电商操作基本工作流程，具备跨境店铺运营管理、客户服务和电商操作技术等业务能力，培养学生的职业道德和工匠精神，提高学生综合素质和职业能力，为学生后续其他专业课程的学习打下基础。

（二）课程教学目标

通过本课程的学习和训练，培养学生对跨境电子商务知识的认知，并具备使用跨境电商平台开展跨境买卖的能力，使学生具有基本的技能，具备辩证思维能力、团队协作能力、沟通表达能力、创新意识等。通过学习，让学生掌握以下基本业务操作技能：跨境店铺注册操作、跨境物流、跨境选品、发布操作、跨境店铺装修、接订单、发货、售后服务及客户维护操作等业务操作能力，培养学生踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风以及善于沟通和团队合作的工作品质，为学生走上跨境电商工作岗位和跨境电商创业打下坚实的基础。

1.素质目标

（1）培养学生的职业道德素质。

（2）养成学生独立思考的能力及勇于探索的习惯。

（3）使学生具备团队合作的精神，在学习过程中学会与同伴交流经验、探寻解决问题的方法、分享学习成果。

（4）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.知识目标

（1）跨境贸易电子商务的基本概念。

（2）跨境贸易电子商务的基本政策。

（3）熟悉跨境第三方操作平台规则。

（4）掌握跨境电商操作基本工作流程。

3.能力目标

（1）能顺利开通跨境电商店铺账号。

（2）能熟练设计跨境物流方案、合理选择跨境物流方式。

（3）能独立完成跨境电商选品及产品的信息化工作。

（4）能合理设置跨境电商产品价格、完成产品刊登和发布。

（5）能制定跨境产品和店铺优化方案、通过合适的方法和渠道在平台内外进行推广。

（6）能及时处理订单、提升客户体验感和满意度。

（7）能及时处理争议订单，维护老客户、开发新客户。

（三）参考学时

54学时

（四）课程学分

3学分

1. 课程内容和要求

课程内容设计表

| 序号 | 教学项目 | 教学内容与教学要求 | 教学活动设计建议 | 参考课时 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 跨境店铺注册操作 | 1.跨境电商的基本含义；掌握跨境贸易电子商务与传统贸易的区别和联系.  2.熟悉国家跨境电商的政策及本地区对跨境电商的支持政策.  3.了解跨境电商专员的岗位职责.  4.掌握跨境电商专业知识要求.  5.掌握常见的跨境第三方平台特点.  6.熟悉速卖通等第三方平台店铺注册的规定和要求.  7.熟悉速卖通店铺注册流程及实名认证操作. | 1.浏览各种国家部委网站及相关网站，了解国家跨境电商政策；通过对地方政府及相关文件了解地方对跨境电商的支持政策。通过政策红利培养爱国情怀和民族自豪感.  2.通过跨境电商第三方各平台的浏览及了解，总结不同平台的特点及区别，强调学生重点学习各平台的规则. | 8 |
| 2 | 跨境物流与海外仓操作 | 1.掌握中国邮政小包的含义、特点、包装尺寸、价格、优劣势、操作流程.  2.熟悉四大国际商业快递（FEDEX 、DHL、TNT、UPS）特点、包装、价格、优劣势等. | 1.通过案例对比法，对同一产品运往同一国家选用不同的物流方式进行比较，得出合适的物流方案。  不同区域的物流选择汇总.  2.结合模拟教学软件，进行电子商务环境和多种交易模式体验. | 6 |
| 3 | 海外市场调研操作 | 1了解欧盟、美国、俄罗斯、巴西等国家和地区国电子商务发展现状及特点.  2掌握海外市场调研的一般方法.  3熟悉海外消费者行为和习惯分析的一般方法.  4熟悉不同国家的假日、商业习惯和消费习惯. | 讲授法、小组讨论法、演示教学法、通过互联网平台搜索相关的资料并开展广泛的阅读，掌握海外消费者行为和习惯.  通过各种方法了解不同国家的假日、商业习惯和消费习惯. | 6 |
| 4 | 跨境选品和产品信息化操作 | 1.掌握跨境电商产品的特点和选择标准.  2.熟悉速卖通选品规则.  3.了解其他第三方平台选品规则.  4.熟悉常用的平台数据分析工具和调研报告的写作方法.  5.掌握图片处理技术. | 1.在学生进行市场分析、产品选择的过程中，引导学生了解我国的经济发展的一般规律；处理图片的过程中，注重培养学生的审美。  2.从平台选择产品，并处理产品图片 | 6 |
| 5 | 跨境产品刊登和发布操作 | 1.熟悉跨境电商产品定价规则；熟悉成本、费用、利润等基本概念；熟悉跨境电商产品报价与传统外贸对外报价的区别.  2.熟悉速卖通、WISH平台佣金扣点和银行卡等的手续费扣款.  3.掌握上架价格、销售价格和订单价格三个术语的基本含义.  4.熟悉速卖通、WISH和其他第三方跨境平台定价规则. | 1.依据速卖通平台，进行产品报价；各大电商平台的定价规则.  2.分组创建速卖通店铺，将所选产品根据要求进行相应地操作.  3.熟悉速卖通规则，了解速卖通特点、收费及注册、经营模式及基本操作流程；掌握速卖通选品、刊登、销售规则；掌握收款、发货规则、掌握售后、处罚及评级标准. | 8 |
| 6 | 跨境店铺优化及推广操作 | 1.熟悉速卖通店铺后台使用规则（产品管理、店铺中心、营销中心、数据纵横等）.  2.熟悉曝光量、浏览量、访客数、询盘数、订单数、成交转化率等含义.  3.熟悉速卖通产品标题优化、图片优化、详细信息优化等的一般做法.  4.熟悉速卖通价格优化的常规做法.  5.熟悉速卖通店铺优化的一般手段. | 1.讲授法、小组讨论法、演示教学法教学学习电商平台的操作规则，培养学生遵守规则的意识，注重契约精神.  2.学习标题优化、详情优化的方法；产品价格优化的一般方法；店铺优化的一般方法. | 8 |
| 7 | 订单处理操作 | 1.掌握速卖通交易流程.  2.熟悉常见英文函电交流词汇、短语和词汇（咨询、还价、产品描述、物流选择、货到时间等）.  3.熟悉电商物流选择、产品包装及发货操作流程.  4.了解世界各国对进口产品征收关税的标准.  5.了解商检和海关对跨境电商产品的法规、政策和单据要求. | 1.以电商平台为依据，搜集客户关于产品咨询、物流选择等相关的资料；将这些资料进行分类，总结出处理不同问题的模板；速卖通发货规则，掌握电商物流选择、产品包装及发货操作流程.  2.各国关税标准以及商检和海关对跨境产品的法规和要求；填写物流单据、报关. | 6 |
| 8 | 客户维护操作 | 1.熟悉常规电商收款途径（国际支付宝收款、Paypal收款、Payoneer收款、手机支付收款等）.  2.熟悉速卖通平台收款规则、售后评价规则、售后纠纷处理规则.  3.了解速卖通平台评价三大指标及平台处罚方式.  4.了解其他跨境第三方电商平台收款、售后评价及纠纷处理规则.  5.了解客户服务的重要性、要求、知识和素质.  6.熟悉客户维护、开发的方法和路径. | 1.以电商平台为依据，搜集客户关于产品咨询、物流选择等相关的资料；将这些资料进行分类，总结出处理不同问题的模板；速卖通发货规则，掌握电商物流选择、产品包装及发货操作流程.  任务：病毒的拦截与防护.  2.学生以小组为单位搜集资料，加以区分、整理各国关税标准以及商检和海关对跨境产品的法规和要求；填写物流单据、报关. | 6 |

（六）实施建议

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.学生考核评价方法

采用多元化的考核方式，推行过程考核和项目任务综合考核相结合。通过项目进度和任务完成度监控学生的学习进度，全程评价学生的学习态度、实操完成质量、任务完成的及时性来记录成绩。建立知识掌握与技能应用、个人能力与团队意识、自主学习与创新思维等多维化考核评价体系，同时尝试让学生、市场、企业等也逐渐成为评价主体，并根据不同内容采用不同的评价标准。

3.教学实施与保障

（1）课堂教学条件：可以进行多媒体演示的教室。

（2）实训条件：装有跨境电商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，配备与企业跨境电商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。

4.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跨境电商课程中进行整合，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。

岗位实习课程标准

1. 适用范围

本岗位实习标准依据《职业学校学生实习管理规定》制定，适用于电子商务专业学生的岗位实习安排，面向客户服务、网店美工、网店推广、网店直播、短视频营销、网店运营等岗位（群）或技术领域。

1. 实习目标

通过岗位实习，使学生了解电子商务企业的组织架构、规章制度、企业文化、运作模式和安全生产基本知识，以及前沿技术和数字经济驱动下职业场景的变化；掌握客户服务、网店美工、网店推广、网店直播、短视频营销、网店运营等岗位的典型工作流程、工作内容及核心技能；养成吃苦耐劳、精益求精、爱岗敬业、诚实守信的职业精神；锤炼学生意志品质，服务学生全面发展，增强学生的就业能力。

1. 时间安排

岗位实习一般为期6个月，共720学时，采用集中和分段相结合的形式，探索工学交替、多学期、分段式实践性教学改革。建议集中安排在第6学期（20周）和第5学期（6周）。

1. 实习条件

1.实习单位

本专业岗位实习主要面向网店美工、网店运营、直播营销等企业或生产活动场所，实习单位选定须由教学部进行实地考察和综合评估，并经学校产教融合办公室研究确定，具体要求如下。

（1）基本条件：具有独立法人资格，合法经营，无违法失信纪录；管理规范，近3年无违反安全生产相关法律法规记录；有完备的实习条件、劳动安全保障和职业卫生条件，能提供与本专业培养目标相适应的职业岗位，符合专业培养要求，符合产业发展实际，与学校有稳定合作关系的企（事）业单位优先。建在校内的生产性实训基地、虚拟仿真实训基地等，依照法律规定成立或登记取得法人、非法人组织资格的，也可作为学生实习单位。

（2）经营范围：线上商品零售、客户服务、网店运营等。

（3）管理水平：具有现代化企业管理制度，管理科学规范，工作流程清晰，职责分工明确；设置实习管理机构和专职管理人员，能规范进行实习学生日常管理，及时解决实习学生工作、食宿、学习、生活等方面的问题。

2.设施条件

（1）安全保障：实习单位应具有健全的安全管理组织机构和安全教育培训体系，能够为实习生提供符合国家规定的安全工作环境、必要的劳动防护用品和安全保障器材，购买与学生实习相关的责任保险。应在学生岗位实习前进行安全生产培训与考核，合格后方可进入岗位实习阶段的学习。在学生尚未取得相应岗位上岗资质前，不得安排学生从事放射性、高毒、易燃易爆、动火 作业、高空作业等需要特定岗位资质的岗位实习。

（2）专业设施设备：应配备实习工作岗位所需的仪器设备和工具，以及安全生产所需的防护设施与设备，能够保障学生完成实习任务，并为学生提供便捷的学习场所。

（3）信息资料：实习单位能够提供实习工作岗位所涉及的生产工艺与流程、作业指导书、设备操作手册、技术文件、等学习资料及管理规章制度文件。

3.实习岗位

实习岗位应符合本专业培养目标要求，与本专业对口或相近，原则上不得跨专业大类安排实习。实习岗位包括网店美工、客户服务网站运营推广、直播营销、短视频制作等岗位。

4.人员配备

岗位实习应在学校教师和实习单位专门人员共同指导下完成。学校和实习单位应当分别选派经验丰富、综合素质好、责任心强、安全防范意识高的实习指导教师和专门人员全程指导、共同管理学生实习。具体要求如下。

（1）实习单位专门人员：应具有良好的职业道德和职业素养，来自生产、管理一线，拥有丰富的工作实践经验，有5年及以上专业相关工作经历；具有中级及以上专业技术职务，或具有技师技能等级证书，具有一定的实践指导能力和沟通协调能力。负责实习学生在岗位实习期间的日常指导、日常现场考核、实习表现鉴定等工作。为保证实习效果，每位实习单位专门人员指导学生人数原则上不超过 5人。

（2）学校实习指导教师：应为具有较强沟通、协作与管理能力的“双师型”专业课教师， 具有中级及以上专业技术职务，或取得技师及以上职业资格证书，专业知识扎实，实践能力强，能有效培养学生的职业素养、 岗位技能和综合能力。学校实习指导教师负责实习学生在岗位实习期间的日常指导与管理、不定期巡视检查、实习日志批阅、实习成果鉴定等工作。为保证实习效果，每位学校实习指导教师指导学生人数原则上不超过 20 人。

5.其他要求

（1）实习单位可以由学校按要求选择、安排，应当取得学生及其法定监护人（或家长）签字的知情同意书。对学生及其法定监护人（或家长） 明确不同意学校实习安排的，可自行选择符合条件的岗位实习单位，应由本人及其法定监护人（或家长）申请，经学校审核同意后实施，实习单位应当安排专门人员指导学生实习，学校要安排实习指导教师跟踪了解学生日常实习的情况。

（2）岗位实习学生人数一般不超过实习单位在岗职工总数的10% ，在具体岗位进行岗位实习的学生人数一般不高于同类岗位在岗职工总人数的20%。

（3）实习单位应当参考本单位相同岗位的报酬标准和岗位实习学生的工作量、工作强度、工作时间等因素，给予适当的实习报酬。在实习岗位相对独立参与实际工作、初步具备实践岗位独立工作能力的学生，原则上应不低于本单位相同岗位工资标准的80%或最低档工资标准，并按照实习协议约定，以货币形式及时、足额、直接支付给学生，原则上支付周期不得超过1个月，不得以物品或代金券等代替货币支付或经过第三方转发。

1. 实习内容

学校和实习企业应共同对岗位实习学生开展教育教学工作，实习内容除开展专业职业技能教育外，还应包括对学生开展的职业道德、企业文化和安全生产等方面的岗前培训教育，按照网店美工、网店运营、直播营销、客户服务等典型工作任务确定具体实习内容。学生要根据具体实习岗位确定实习项目及其所属的工作任务，每一个岗位的实习时间可根据实习单位具体情况灵活安排，建议“轮岗”安排，满足基本覆盖本专业所对应岗位（群）的典型工作任务要求，不得仅安排学生从事简单重复劳动。

表 1 电子商务专业岗位实习内容

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实习项目 | 时间 | | 工作任务 | 职业技能与素养 |
| 1 | 岗前培训 | 2周 | | （1）安全生产法律法规与企业各项 规章制度学习.  （2）企业文化学习与体验.  （3）电脑、拍摄设备安全操作规范学习 与训练.  （4）企业环境与组织架构学习.  （5）企业岗位工作内容与作业流程学习. | （1）能够遵守安全生产管理制度和法律法规，树立良好的职业道德；  （2）认同与融入企业文化；  （3）能适应企业环境和管理要求；  （4）掌握电脑、拍摄设备安全操作规范要领 |
| 2 | 客户服务 | 4 周 | | （1）学习公司产品，解答客户提问并落实问题.  （2）在线解决客户问题.  （3）依据工作的性质，积极协作工作支配及调整任职资格. | （1）能正确使用专业设备；  （2）能娴熟运用各类办公软件；  （3）具备良好的文字表达能力；  （4）具备团队合作精神和安全生 意识 |
| 3 | 网店美工 | 6 周 | | （1）网店的整体视觉设计，包括页面布局、色彩搭配、图标等设计制作.  （2）不断改进和完善网店的视觉效果和体验. | （1）能够根据商品的属性、风格、定位等需求，设计制作商品详情页、展示页等相关图片；  （2） 掌握根据反馈不断改进和优化网店的视觉效果、用户体验 |
| 4 | 网店运营 | 6周 | | 1. 负责电商平台的店铺运营，包括但不限于商品上架、价格调整、库存管理、商品推广等、   跟进订单、售后等事宜，有效解决客户问题。 | 1. 能够高效使用各种办公软件； 2. 具备团队合作精神和安全生产意识；   （3）具有对行业前沿趋势和新兴市场实时动态信息的敏感性 |
| 5 | 直播营销 | 3周 | | 1. 根据公司品牌和产品的特点进行策划。 2. 寻找合适的直播平台和KOL；   确定直播时间和场次，制定计划和安排. | （1）能正确使用专业设备;  （2）具备良好的沟通能力；  （3）具备对市场前沿信息及当下时兴直播方式的敏感性 |
| 6 | 短视频  制作 | 3周 | 1. 指定短视频制作计划，确定视频形式和内容构建. 2. 把握视频节奏和节目分镜，确保视频的主题和信息正确传达；   安排拍摄任务和时间，组织团队进行拍摄和后期制作. | | 1. 能够熟悉各种拍摄设备，并掌握相关后期制作软件. 2. 能够处理好视频的画面、剪辑、配乐、声音等各种元素的合成、调整和修改、   具有对制作出的短视频进行剪辑、后期处理和最终鉴定，并保证视频质量的能力. |

1. 实习成果

实习学生应在岗位实习结束时提交实习记录表、实习单位鉴定材料,并且必须提交以下成果中的任一项：

（1）岗位实习总结报告一份；

（2）实习期间形成的技术方案或论文；

（3）实习期间完成的实物作品的图文说明材料或音视频说明材料。

1. 考核评价

1.考核内容

学校和实习单位双方重点考核岗位实习学生的岗位工作胜任能力和职业道德素养，其中从专业技能、业务水平、实习成果等方面考核学生的岗位工作胜任能力，从出勤、工作态度与纪律、团队协作和责任意识等方面考核学生的职业道德素养，不得简单套用实习单位考勤制度、员工考核标准等对学生进行考核。

2.考核形式

岗位实习考核应将过程性考核与结果性考核相结合，按照一定的比例综合计算岗位实习成绩。学生实习考核要纳入学业评价，考核成绩作为毕业的重要依据。

3.考核组织

根据学校与实习单位达成的实习协议，岗位实习考核应由学校会同实习单位采取多元考核形式共同完成。实习单位负责委派岗位实习指导专门人员进行考核评价，完成企业对学生岗位实习的成绩评定，并出具相关鉴定；教学部指定学校实习指导教师进行考核评价，完成学校对学生岗位实习成绩的总评定，撰写相关评语，并组织做好学生实习考核等情况的立卷归档工作。

1. 实习管理

1.管理制度

（1）学生参加岗位实习前 ，学校、实习单位、学生三方必须以教育部发布的《职业院校学生岗位实习三方协议（示范文本）》 为基础签订实习协议 ，并依法严格履行协议中有关条款。

（2）学校应构建岗位实习管理体系和信息化学生实习管理和综合服务平台。 明确学生实习工作分管校长和责任部门，建立健全学生实习管理岗位责任制和相关管理制度与运行机制，并会同实习单位制订学生实习工作具体管理办法和安全管理规定、实习学生安全及突发事件应急预案等。

（3）实习单位应制订岗位实习岗位培训计划，负责落实岗位实习学生的岗位培训与考核，提供岗位实习岗位，统筹安排岗位实习工作，建立岗位实习轮岗机制，并严格按照保密制度、安全制度及相关保险制度要求，对岗位实习学生进行日常管理，以及对岗位实习学生工作表现进行评价。实习单位须依法保障实习学生的基本权利和身心健康，不得违背《职业学校学生实习管理规定》和《职业院校学生岗位实习三方协议（示范文本）》安排岗位实习活动的相关要求。

2.过程管理

（1）岗位实习前。学生应积极参加岗位实习动员和安全教育，学习有关文件和安全知识，明确岗位实习的目的和要求，按要求签订职业院校学生岗位实习三方协议书， 明确岗位实习任务书及实习计划，按规定办理岗位实习的所有相关手续。

（2）岗位实习期间。学校要和实习单位互相配合，在学生实习全过程中，加强思想政治、安全生产、道德法纪、心理健康等方面的教育。学校要和实习单位建立学生实习信息通报制度，学校安排的实习指导教师和实习单位指定的专人应当负责学生实习期间的业务指导和日常巡查工作，原则上应当每日检查并向学校和实习单位报告学生实习情况。遇到重要情况应当立即报告，不得迟报、瞒报、漏报。

（3）岗位实习结束。学生应按岗位实习单位要求办理离岗手续，并按学校规定时间返校报到；学生应提交完整的岗位实习材料，如岗位实习记录、 岗位实习总结报告等。

3.总结交流

岗位实习总结应有实习学生、指导教师和实习单位专门人员参与，可以采用师生总结交流、 学校与实习单位双方总结交流等多种方式进行。

（1）学生个人总结：岗位实习期间通过每周周记，不断总结个人实习成果，实习结束后，学生要完成书面的岗位实习报告，从思想和技能两方面进行总结，并找出存在的问题或者不足之处。

（2）小组总结交流：岗位实习期间按小组定期开展阶段性总结交流会，交流会由学校实习指导教师、实习单位专门人员和岗位实习学生参加，交流实习体会，解决存在问题，总结经验，形成阶段性成果。

（3）专业总结交流：岗位实习结束后，应召开专业岗位实习总结交流会。交流会由岗位实习学校专业负责人、指导教师、实习单位专门人员和岗位实习学生参加。学校指导教师和实习单位专门人员分别作岗位实习工作总结，学生代表作岗位实习经验和体会交流汇报，并进行实习成果展示交流。