



山西职业技术学院

SHANXI POLYTECHNIC COLLEGE

工商管理系
电子商务专业

人才培养方案

（三二分段制对口升学班）

（2020 级）

二〇二〇年六月

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、培养目标与培养规格.....	2
（一）培养目标.....	2
（二）培养规格.....	2
1. 职业素质要求.....	2
2. 职业知识要求.....	3
3. 职业能力要求.....	3
4. 本专业职业岗位与核心能力.....	4
六、课程设置及要求.....	5
七、教学进程总体安排.....	13
八、实施保障.....	15
（一）师资队伍.....	15
（二）教学设施.....	17
（三）教学资源.....	19
（四）教学方法.....	20
（五）学习评价.....	21
（六）质量管理.....	23
九、毕业标准.....	24
十、附录.....	25
（一）电子商务数据分析职业技能等级证书标准.....	25
（二）专业核心课课程标准.....	31

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701

二、入学要求

对口院校中职毕业生

三、修业年限

二年

四、职业面向

专业大类	对应行业	职业类别	岗位类别	岗位核心能力	职业技能等级证书	行业标准
电子商务 (530701)	电子商务行业 互联网行业	营销员 (4010201) 电子商务师 (4010202) 商业营业员 (4010203) 连锁经营管理人员 (4010206) 互联网营销师 (4010207)	网店运营推广	1、具有熟练应用各种电子商务平台的能力； 2、具有熟练运用各种网络编辑工具和数据分析工具的能力； 3、具有良好的广告策划/文案写作和活动组织能力； 4、具有熟练应用 SEO/SEM 进行网店推广的能力； 5、具有熟练使用直通车、钻展/淘宝客等推广工具的能力	1+X 网店运营推广 1+X 电子商务数据分析 电子商务师（四级）	电子商务平台运营与技术规范（GB/T 31524-2015） 电子商务模式规范（GB/T10-2018）
			互联网运营推广	1、具有熟练运用各种网络编辑工具和数据分析工具的能力； 2、具有较强的栏目、选题策划能力； 3、具有良好的广告策划、文案写作和活动组织能力； 4、具有较强的网站优化推广能力； 5、具有一定的网络整合营销能力		
			商品信息采集	1、具有主流相机和常见摄影设备的操作能力， 2、具有对色彩、构图、镜头语言的认知和分析能力； 3、具有成果复用的意识及创新能力		
			图片编辑	1、具有熟练运用 Photoshop 等图片处理工具的能力； 2、具有对色彩、构图等要素的认知和分析能力； 3、具有一定的视觉营销能力		
			网页设计	1、具有熟练运用 Photoshop、Dreamweaver 等平面设计软件的能力； 2、具有较好的页面色彩控制和图文排版能力； 3、具有把控网站整体设计风格的能		
			售后客服	1、具有熟练运用各种即时通信工具的能力； 2、具有熟练使用订单管理系统的能		

				力; 3、具有情绪自我控制能力和一定的抗压能力	
			客户维护	1、具有熟练运用各种即时通讯工具的能力; 2、具有熟练运用客户关系管理的能力; 3、具有运用各种数据分析统计工具的能力; 4、具有情绪自我控制能力和一定的抗压能力	
			销售客服	1、具有熟练运用各种即时通信工具的能力; 2、具有熟练运用订单管理系统的管理的能力; 3、具有挖掘客户需求, 促进销售的能力	

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，适应电子商务行业发展需要，具有网络客户沟通与服务、网络营销策划与实施、电商运营、网商创业等素质，掌握电子商务相关的信息技术、客户服务与管理、网络营销等专业知识和技术技能，面向电子商务美工与运营领域，能够从事客服、网店推广与运营、网店美工等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 职业素质要求

（1）热爱祖国、遵纪守法，树立科学的世界观、人生观和价值观，具有良好的思想品德、社会公德和坚定的政治素养；具有一定的科学素养和文学、艺术修养；具有积极健康、乐观向上的身心素质；具有爱岗、敬业、奉献、协作等职业素养；具有诚信品格、服务意识、质量意识和创新创业意识；具有市场管理的能力；具有获取、处理、应用信息的能力，各部门间协调合作能力；具有适应职业变化的终身学习的能力。

（2）劳动教育课

劳动教育是青年学生形成正确世界观、人生观、价值观的基础。根据中共中央、国务院印发的《关于全面加强新时代大中小学劳动教育的意见》要求，我们要以建构新时代劳动教育体系为经，以提升劳动教育支撑保障能力为纬，注重围绕创新创业，结合学科和专业积极开展实习实训、专业服务、社会实践、勤工助学等，重视新知识、新技术、新工艺、新方法应用，创造性地解决实际问题，使学生增强诚实劳动意识，

积累职业经验，提升就业创业能力，树立正确择业观，具有到艰苦地区和行业工作的奋斗精神，懂得空谈误国、实干兴邦的深刻道理；注重培育公共服务意识，使学生具有面对重大疫情、灾害等危机主动作为的奉献精神，构建中国特色劳动教育模式的四梁八柱，为职业院校劳动教育的加强提供了基本遵循。

2. 职业知识要求

- (1) 掌握本专业所需的文化基础知识和专业基础知识；
- (2) 掌握计算机网络和信息技术基本知识；
- (3) 掌握市场与网络营销概念、营销策划、营销技术、广告策划、企业形象策划、销售管理、公共关系、推销学、品牌营销与策划等基本知识；
- (4) 掌握市场销售分析、商务谈判、市场调研等基本知识；
- (5) 掌握商务运作与企业管理的基本知识；
- (6) 掌握电子商务法律法规基本知识；
- (7) 掌握分销渠道建设及管理技能；具备一定的商务沟通、电子商务项目运作及促销、会展策划技能；
- (8) 掌握电子商务概念及分类；
- (9) 掌握电子商务技术基础及信息安全技术；
- (10) 掌握电子商务支付技术；
- (11) 掌握电子商务物流管理及供应链技术；
- (12) 了解电子商务系统建设与管理

3. 职业能力要求

➤ 专业能力

- (1) 通晓一般常用的工具软件的使用方法；
- (2) 能正确识别各种电子商务网站类型；
- (3) 熟悉建立电子商务网站的操作程序；
- (4) 能操作电子商务网站的基本业务；
- (5) 能正确使用各种计算机网络软硬件资源；
- (6) 熟悉各种电子商务信息安全技术；
- (7) 能熟练掌握电子支付技术；
- (8) 能熟练使用网络银行办理各种银行业务；
- (9) 能制作安装数字证书；

- (10) 能根据具体项目，建设用于批发零售的网店；
- (11) 熟悉网络营销工具；
- (12) 熟悉电子商务物流技术；
- (13) 能规划简单的电子商务应用平台。

➤ 方法能力

- (1) 独立学习能力；
- (2) 获取新知识的能力；
- (3) 决策能力。

➤ 社会能力

- (1) 人际交往能力；
- (2) 语言表达能力；
- (3) 协调能力；
- (4) 处理公共关系的能力；
- (5) 合作能力。

4. 本专业职业岗位与核心能力

职业岗位	主要工作任务	岗位核心能力	对应核心课程	对应“1+X”项目证书	“1+X”证书考核要点
主岗位	网店运营推广	1、具有熟练应用各种电子商务平台的能力； 2、具有熟练运用各种网络编辑具和数据分析工具的能力； 3、具有良好的广告策划/文案写作和活动组织能力； 4、具有熟练应用SEO/SEM进行网店推广的能力； 5、具有熟练使用直通车、钻展/淘宝客等推广工具的能力	电子商务运营、电子商务岗位实操	网店运营推广 电子商务数据分析	数据采集与处理的方案制定、数据分析、数据监控与报告撰写
	互联网运营推广	1、具有熟练运用各种网络编辑具和数据分析工具的能力； 2、具有较强的栏目、选题策划能力； 3、具有良好的广告策划、文案写作和活动组织能力； 4、具有较强的网站优化推广能力； 5、具有一定的网络整合	电子商务运营、营销策划、新媒体营销	电子商务数据分析	数据采集与处理的方案制定、数据分析、数据监控与报告撰写

		升网站知名度和品牌效应； 5、分析网站运营的各项用户数据，优化网站功能，提升网站运营效果等	营销能力			
	商品信息采集	1、整理、归类拍摄商品； 2、搭建拍摄环境，布局灯光； 3、制订拍摄计划； 4、确定拍摄要求，完成商品拍摄	1、具有主流相机和常见摄影设备的操作能力， 2、具有对色彩、构图、镜头语言的认知和分析能力； 3、具有成果复用的意识及创新能力	商品信息采集与处理	电子商务数据分析	数据采集与处理的方案制定、数据分析、数据监控与报告撰写
	网店视觉设计	1、编辑商品原图或视频素材的尺寸、亮度、色调等 2、通过抠图修复等手段进行图片的美化，提升图片质感 3、增加图片、视频的营销信息，提升视觉营销效果 4、能够熟练的设计并制作不同端口的商品宣传图片、视频	1、具有熟练运用 Photoshop、淘拍等图片、视频处理工具的能力 2、具有对色彩、构图等要素的认知和分析能力 3、具有一定的视觉营销及运营能力	图像处理 PS 商品详情页制作	网店运营推广	网店运营推广网店装修
	销售客服	1、接待客户，解答售前咨询， 2、引导客户购买，做好关联销售； 3、催付款和引导支付； 4、审单核对、跟单	1、具有熟练运用各种即时通信工具的能力； 2、具有熟练运用订单管理系统的的能力； 3、具有挖掘客户需求，促进销售的能力	客户服务	电子商务数据分析	数据采集与处理的方案制定、数据分析、数据监控与报告撰写
	售后客服	1、记录并回复客户反馈的问题； 2、处理客户的抱怨和投诉； 3、跟进处理物流、退换货、退款等问题； 4、整理回复客户评价，跟踪及分析消费者满意度	1、具有熟练运用各种即时通信工具的能力； 2、具有熟练使用订单管理系统的的能力； 3、具有情绪自我控制能力和一定的抗压能力	客户服务	电子商务数据分析	数据采集与处理的方案制定、数据分析、数据监控与报告撰写
拓展岗位	网页设计	1、设计/修改更新商品详情页； 2、设计制作活动页面和促销海报； 3、制作网站所需的图像素材和简易动画素材； 3、制作网站所需的图像素材和简易动画素材	1、具有熟练运用 Photoshop、Dreamweaver 等平面设计软件的能力； 2、具有较好的页面色彩控制和图文排版能力； 3、具有把控网站整体设计风格的能	图像处理 PS 商品详情页制作	网店运营推广	网店运营推广网店装修
	客户维护	1、建立客户信巴档案，构建客户分类模型； 2、制定客户成长计划，按照客户等级进行差异化关怀和营销； 3、整合多种资源开发新客户	1、具有熟练运用各种即时通讯工具的能力； 2、具有熟练运用客户关系管理的能力； 3、具有运用各种数据分析统计工具的能力； 4、具有情绪自我控制能力和一定的抗压能力	客户服务	电子商务数据分析	数据采集与处理的方案制定、数据分析、数据监控与报告撰写

六、课程设置及要求

（一）课程体系的构建理念

电子商务专业课程体系的构建过程将岗位标准与职业技能与 1+X 等级证书职业标准融入专业课程，以认识论所揭示的人类认识活动是实践、认识、再实践、再认识循

环递进的总规律为指导，以现代高端技能型人才培养的“技术技能型”特征为着力点，将实践作为实施人才培养的逻辑起点，从实践出发，按认识实训、创新实训等递进层次设置学期项目，以学期项目为导向构建专业课程体系。

（二）课程体系的开发程序

根据企业人才需求及电子商务专业群建设与改革需要，组织行业企业专家、各专业带头人、骨干教师进行专业群课程体系开发。专业群课程体系开发程序是：人才需求调研、毕业生跟踪调查→主要职业岗位（群）→具体工作任务（群）→岗位群典型工作任务→完成典型工作任务所需职业能力→专业知识、职业技能→课程体系，构建群内“基础共享，核心分立，拓展互选”的课程体系。

（三）课程体系的结构

公共基础课程	专业（技能）课程		
公共基础课（7门）	专业基础课（4门）	专业核心课（4门）	专业拓展课（8门）
国防教育与军事训练、入学教育	电子商务基础	网络客户服务	商品文案撰写
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	营销策划实务	市场调查与商务数据分析	品类管理
体育	消费者行为实务	新媒体营销	经济学基础
形势与政策	电子商务物流	商品详情页制作	跨专业综合实训
安全教育	跟岗实习		商务礼仪
大学生职业发展与就业指导	毕业设计（论文）		
劳动教育课	顶岗实习		

（四）公共基础课程

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
国防教育与军事训练、入学教育	通过军事理论课教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。	1. 中国国防，包括国防动员、国防法规、国防建设、武装力量等；2. 国家安全，包括国家安全概述、国家安全形势、国际战略形势等；3. 军事思想，包括中国古代军事思想、毛泽东军事思想、当代中国军事思想、习近平强军思想等；4. 现代战争，包括新军事革命、信息化战争概述、机械化战争、信息化战争的发展趋势等；5. 信息化装备，包括信息化装备概述、信息化作战平台、综合电子信息系统、信息化杀伤武器等。	军事理论课是当今普通高校大学生必修的课程，军事理论课要以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人根本任务和强军目标根本要求，着眼培育和践行社会主义核心价值观，以提升新时代大学生国防意识和军事素养为重点，为实施军民融合发展战略和建设国防后备力量服务。具有其他课程不可替

			代的作用，全面提升大学生的各方面综合素质。
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系	1. 了解马克思主义中国化的提出、科学内涵和两大理论成果的关系。2. 了解毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的形成和发展、主要内容和历史地位。3. 了解中国特色社会主义理论体系的最新成果和“四个全面”战略布局。4. 了解实事求是思想路线的形成和发展、科学内涵，明确实事求是马克思主义中国化理论成果的精髓。	1. 马克思主义中国化两大理论成果 2. 新民主主义革命理论 3. 社会主义改造理论 4. 社会主义建设道路初步探索的理论成果 5. 建设中国特色社会主义总依据 6. 社会主义本质和建设中国特色社会主义总任务 7. 社会主义改革开放理论 8. 建设中国特色社会主义总布局 9. 实现祖国完全统一的理论 10. 中国特色社会主义外交和国际战略 11. 建设中国特色社会主义的根本目的和依靠力量 12. 建设中国特色社会主义的领导核心	在全面、准确地理解和掌握基本理论上下功夫，尤其要深刻理解贯穿于两大理论成果之中的精髓和灵魂，掌握体现在两大理论成果之中的马克思主义立场、观点和方法。加深对基本理论的认识和理解。采取理论联系实际的学习方法，联系改革开放和社会主义现代化建设的实际，以及自己的思想实际，深刻理解和把握基本理论的精神实质，提高运用科学理论分析和解决实际问题的能力。要着力提高理论素养，通过本课程的学习，努力培养理论学习兴趣，增强理论思维能力和创新能力。
安全教育	培养学生安全意识，合理配置职业教育资源，加强科学管理，确保高职院校安全教育目标的实现	生活中的安全知识，心理和生理健康与安全公，共安全知识，验实训与择业安全知识，职业卫生基础知识，职业安全基础知识	通过学习法律知识和社会常识，学会在社会生活中如何更好地保护自己，防范各种负面言论和行为，学会解决在学习和生活中的挫折，确保安全健康成长
形势与政策	引导学生关注时事，分析时事，培养对政治的兴趣和分析能力，知道政治与生活的联系	经济形势、全球环境、世界热点、国内焦点、两岸关系、大国关系、两会专题、党史党建	帮助学生全面正确地认识党和国家当前所面临的政治、经济形势和国家改革发展所处的国际环境、时代背景，自觉拥护党的基本路线、重大方针和政策，深刻理解党和政府治国方略，积极关注社会热点、焦点问题，科学分析我国和平发展进程中的国际环境和社会特征，冷静思考国际阵营面对中国崛起的种种反应，主动增强实现改革开放和中国特色社会主义现代化建设宏伟目标的国家荣誉感、社会责任感和民族自信心，刻苦学习、勤奋求实、不断进取、开拓创新、主动成才、报效祖国，全面实现中华民族伟大复兴。
体育	以提升高职生的职业素质包括：（专业素质和非专业素质）为重点，强调岗位能力培养，以健康为中心，以能力为主线，以体育教育为平台，合理化、科学化设计高职生的知识、能力、素质结构和培养方案	1. 基础模块：第九套广播体操、五步拳、体侧、24式太极拳 2. 选项模块：篮球、足球、乒乓球、羽毛球、健美操、空手道、跆拳道、排球、武术、散打，保健班（针对体质弱或身体有某些疾病不能进行剧烈运动的学生开设）和各运动项目的基本理论知识、规则与裁判法 3.	通过一年级基础课的体育教学进一步提高、巩固学生的体育意识，奠定终身体育的思想基础；学习健身的方法和掌握一定的技能，不断提高身体素质，为二年级的专项课的学习创造必要的身体条件。

		素质拓展训练课：信任背摔、鼓动奇迹、移动高尔夫、无敌风火轮	
大学生职业发展与就业指导	树立起职业生涯发展的自觉意识，树立积极正确职业态度和就业观念，把个人发展和国家需要、社会发展相结合，确立职业的概念和意识，愿意为实现个人的生涯发展和社会发展主动做出努力的积极态度。了解职业发展的阶段特点；清晰地了解自身角色特性、未来职业的特性以及社会环境；了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场相关信息、相关的职业分类知识以及就业创业的基本知识。具备自我认识与分析技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，提高学生的各种通用技能，比如沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能等	1. 职业对个体生活的重要意义、高校毕业生就业形势；2. 所学专业对应的职业类别，以及相关职业和行业的就业形势；3. 职业发展与生涯规划的基本概念；4. 生涯规划与未来生活的关系；5. 职业角色与其他生活角色的关系；6. 大学生生活（专业学习、社会活动、课外兼职等）对职业生涯发展的影响	大学生职业发展与就业指导强调职业在人生发展中的重要地位，关注学生的全面发展和终身发展。通过激发大学生职业生涯发展的自主意识，树立正确的就业观，促使大学生理性地规划自身未来的发展，并努力在学习过程中自觉地提高就业能力和生涯管理能力
劳动教育	培养大学生的劳动观念和社会责任感，提高大学生基本素养和综合素质，造就适应社会主义现代化建设事业需要的“德、智、体、美、劳”全面发展的合格人才	1. 环境卫生劳动教育：教室、寝室以及公共场所环境卫生劳动。2. 公益劳动教育：团学干部、志愿者组织劳动；庆典和节假日活动组织的公益劳动；开学第一周和放假前最后一周的劳动。3. 专业劳动教育：实验实习劳动；帮助实验室管理员和实验指导教师开展的相关辅导、值日等劳动；重要教学活动安排的劳动。4. 劳动意识教育：维护生活学习环境卫生；自觉值日和打扫卫生；积极参与公益劳动和组织分配的劳动任务。	促进学生学习必要的劳动知识和技能，帮助学生树立正确的劳动观念，培养学生吃苦耐劳的精神，促使学生形成健全的人格和良好的思想道德品质。通过让学生直接参与劳动过程，体验劳动感受，掌握劳动技能，养成良好的劳动习惯，提高动手能力，增强自我教育、自我管理、自我服务的能力。充分发挥劳动育人功能，以劳树德、以劳增智、以劳强体、以劳育美、以劳创新，拓展学生综合素质，促进学生德智体美劳全面发展。

（五）专业（技能）课程

课程名称	课程目标	主要内容	教学要求
电子商务基础	通过本课程的学习，使学生熟练掌握电子商务基本概念及理论，打造学生就业核心竞争力，以“注重综合素质、拓展专业视野、强化核心专业技能”的指导思想，从知识目标、技能目标和情感目标上培养学生的综合职业能力。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 电子商务基础知识、相关技术 2. 主要电子商务市场现状及特点 3. 电子商务其他应用概述 4. 网络信息检索 5. 在线支付的原理、方式及种类 6. 电子商务物流基础知识 7. 电子商务安全基础 8. 网上开店基础知识 9. 网站策划的原则和方法 	（1）突出过程评价与目标评价相结合，注重实践性引导，过程评价主要对学生的出勤情况、学习态度、上机操作、课堂讨论、课后作业等情况进行评价；目标评价是在课程结束后对血色还能够对知识和技能的掌握情况的评价。（2）改变传统的评价方式，注重学生动手能力和分析、解决问题的能力。（3）注重学生电子商务岗位职业能力的评价，既对学生的电子商务基本理论知识的掌握情况和实践操作能力进行评价，又要对学生的人文素养和学习态度以及团队合作、沟通能力进行评价。（4）对学生学习情况

			的评价，可以采用教师评价和学生自评、学生互评等方式进行。
营销策划实务	本课程的教学目的是使学生掌握现代市场营销策划的基本理论、基础知识和基本方法，提高学生对企业经营活动的分析、判断和策划能力。了解市场营销策划的产生和发展，理解市场营销策划的含义。了解市场环境、消费者心理和购买行为及其影响因素，掌握市场机会和威胁，正确运用市场细分、目标市场选择、市场调研和市场预测等市场研究和策划方法，并据此制定企业战略和市场营销策略。掌握企业营销活动和营销决策，主要是以4P为核心内容的市场营销组合策划。了解市场营销计划、组织和控制，提高市场营销管理效率。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 营销策划认知 2. 营销策划准备 3. 营销策划的思维创意 4. 分销渠道策划 5. 促销策划 6. 企业形象及产品品牌策划 7. 营销策划的创新理念 8. 营销策划的实施与控制 	本课程考核采用平时考核与期末考查相结合的方式。平时考核主要采用考勤、作业、课堂讨论、课堂实操等形式。期末考查根据各专业情况采用笔试闭卷。 1. 基本思路：学习过程考核和结果考核相结合，项目完成评分考核和期末综合考核相结合。2. 课程设计的评分标准（共100分） （1）学习过程考核40%。其中： ①出勤15%；②课堂表现和项目完成情况20%③课后自主学习的进展，作业、案例分析表现5%。 （2）期末综合考核60%。（3）本课程按百分制考查，60分为合格。
消费者行为实务	教学目标和总体要求是通过理论讲授、案例分析、实验、实践调研和课堂讨论等多种教学方式，使学生系统地掌握消费者心理和行为的基本知识，培养学生运用这些知识进行营销决策和营销策划的能力。通过理论与实践相结合的方法让学生熟悉消费者的一般心理活动过程；掌握影响消费者心理的心理特征；熟悉消费者行为的购买决策和行为模式；熟悉影响消费者行为的诸多因素；学会运用理论进行实际分析的分析；掌握通过改变营销策略影响消费者心理，从而达到影响消费者行为的目的。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 消费者行为认知 2. 消费者购买决策 3. 消费者感知消费者感知、记忆与学习 4. 消费者个性、自我概念与学习 5. 消费者态度 6. 消费者需要与动机 7. 消费者群体沟通与创新扩散 8. 消费文化与消费行为 9. 消费者满意与忠诚——消费者购后行为 10. 营销组合与消费行为 11. 网络消费与消费行为 12. 绿色消费与消费行为 	由于本课程注重其应用性，所以在评价与考核时要围绕学生的职业能力为中心，通过各种不同的考试形式综合考核学生的知识和技能。1. 本课程考核的核心是学生的应用能力，重点考核学生从事与消费者消费活动有段的信息搜集、整理、分析及运用基本理论和方法分析和解决营销活动中相关问题的基本能力。2. 评价要具有多元性，以课堂提问、案例分析的参与度，案例分析结论的准确度、创新能力、实践任务的参与情况、实践任务的完成情况、发现问题、分析问题、解决问题的能力为中心，结合平时作业、学生实践教学体会及考试情况，综合评价学生成绩。3. 应注意学生实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励，全面综合评价学生能力。4. 考核包括期末考核、过程考核、结论考核、情境模拟考核几个部分。5. 除了对专业技能的考核外要注重对学生专业素质的考核，包括职业意识、职业行为、诚信、合作意识等。
电子商务物流	通过任务驱动型的项目活动培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握物流运输管理的基本知识与物流运输作业与管理的基本技能，初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识，提高学生各专门化方面的职业能力，并通过理论、实训、实习相结合的教学方式，边讲边学，结	<ol style="list-style-type: none"> 1. 工作基础 2. 仓储管理 3. 运输管理 4. 配送管理 5. 第三方物流管理和新型物流 6. 供应链管理 	1. 采用“任务驱动，案例教学，理论实践一体化”的教学模式开展教学。整个课程由多个实际工作任务驱动，教学中以学生为中心，教师为主导，充分调动师生双方的积极性，达成教学目标。 2. 依据中小企业物流岗位技能要求而采取项目教学方法，以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，教学中注重创新教育环境，采取理论实践一体化教学模式，充分利用计算机、多媒体等教学



	合不同运输方式拓展情景教学的作用空间，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有物流运输管理理论和实践能力的、具有可持续发展能力的高素质高技能型电子商务物流专门人才，以适应市场对电子商务人才的需求。		手段。以学生为主体设计教学结构，营造民主、和谐的教学氛围。老师指导学生完成项目的过程中，将有关的知识、职业道德、情感态度等与技能培养有机融合。加强学生的动手操作能力的培养，注重学生独立分析和解决问题能力的培养。
网络客户服务	本课程通过任务引领项目活动，培养学生能受理网络客户服务、达成客户交易、完善售后服务、建立和利用客户数据库并能对服务效果进行评价，使学生能掌握网络客户服务的技巧，能达到让客户满意的效果。具体达到如下的职业能力：1、能够理解网络客户服务的重要性；2、能够理解网络客服网络客户服务的基本要求；3、能够理解网络客户服务的流程；4、能够掌握网络客户服务的相关的知识；5、能够掌握网络客户服务沟通技巧；6、能够掌握网络客户服务相关工作技巧；7、能够理解网络客户需求认知；8、能够分析网络客户类型；9、能够掌握买家购物心理；10、具备应对网络客户讨价还价的能力；11、具备排除客户疑问的能力；12、具备做好网络售后服务的能力；13、具备处理中差评的能力。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 认识网络客户服务 2. 收敛客户咨询促成交易 3. 完善售后服务 4. 建立利用客户数据库 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 改革传统的学生评价手段和方法，采用终结性评价、形成性评价与目标评价相结合综合立体的评价模式。 2. 采用多元化评价机制，学习过程中出勤、课堂纪律、师生互助、尊师重教等方面占总成绩的30%，即学习态度。结合活动过程的提问、学生作品质量、参与活动的程度、课堂纪律作为平时成绩，占总成绩的30%，即学习过程。理论考试和实际操作作为期末成绩，占总成绩的40%，即学习结果。 3. 注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核。对有创新的学生应单独考核，对参加技能大赛的学生应给予特别鼓励，如本期该科为优秀或免考，全面评价学生。
市场调查与商务数据分析	开设《市场调查与数据分析》这门课程，旨在满足高等职业学校市场营销类专业、经济管理类专业的学生专业技能和基本技能培养的需要。通过本课程的学习与实践，要求学生了解掌握电子商务数据分析的基本理论和方法，能够运用这些方法实际组织安排各种课题的调查，并将调查搜集来的资料进行整理、汇总、分析，提出解决问题的办法，撰写符合要求的调研报告；同时注重培养学生具有良好的职业规范，具有团队协作能力、创新能力、分析问题和解决问题等能力。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场调查课题的界定及调查方案的设计 2. 文案调查 3. 实地调查 4. 问卷调查 5. 抽样调查 6. 调查资料的整理与分析 7. 市场预测概论 8. 判断分析预测法 9. 时间序列分析预测法 10. 撰写市场调查报告 	
新媒体营销	通过该课程学习，在能够掌握新媒体营销基本理论与研究方法的基础上，能够与企业相关实际工作的具体实践相结合，树立现代的移动互联网新媒体营销理念；掌握企业新媒体营销基本策略的实施流程和具体步骤；能够系统运营企业微博；能够成功打造微博自媒体；掌握新品上市不同阶段的微博营销技巧；能够全面构建微信营销系统；能掌握微营销多元化发展背景下各个新模式的特点。并培养学生的自学能力和	<p>教学项目1——新媒体营销的理论基础</p> <p>教学项目2——实践性教学</p> <p>教学项目3——新媒体营销的策划与设计</p> <p>教学项目4——实践运用</p>	改革教学方法，融“教学做”于一体。打破传统的课堂讲授与实训教学分段实施的方式，而是在校内学生创新设计中心，边讲授、边训练。学生在教中学，在学中做。本课程授课内容分为两大部分，分别是基础理论知识部分和项目实做部分。教师在基础理论知识讲授后，就将学生分为若干项目组，每一组指定一名团队负责人。学生以团队设计的方式参与到项目的实做部分，通过项目实做的方式学习产品开发与创新

	动手解决问题的能力。		的知识。在这个过程中，教师巡回指导。每一个项目设计完毕后，每个项目团队都要给其他人展示设计，并接受其他团队的问询。项目团队的最终成绩由教师和其他项目团队共同打分决定，以此来提高学生的学习兴趣 and 参与乐趣。
商品详情页制作	<p>(一) 能力目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 用 photoshop 平面设计图片处理软件掌握常用工具的不同用途 2. 熟悉图片处理的基本操作 3. 能够结合运营知识，制作不同端口的完整的商品详情页 4. 能够拍摄商品详情页的短视频 <p>(二) 知识目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握电子商务商品摄影及后期设计 2. 学会图像采集、图像美化、产品图片设计制作、视频拍摄店铺装修设计 3. 了解网络营销方法、技巧 <p>(三) 素质目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 具有观察、发现问题的能力 2. 具有团队协作能力、自主学习能力、创新能力、沟通表达能力、独立思考问题能力 3. 树立真实宣传产品理念，提升职业道德和诚信意识 4. 通过不断完善商品详情页，培养精益求精的工匠精神 5. 热爱中国传统文化，厚植爱国主义情怀 	<p>《商品详情页制作》是电子商务专业学生提升综合技能的课程，是电子商务综合职业能力培养的重要组成部分，通过理论与实操相结合的实训形式，提高学生的综合能力，培养学生探索知识的乐趣、良好的思维习惯和初步的科学实践能力。根据人才培养方案和学情分析，本课程整合为五个模块。模块一为商品信息采集；模块二包括色彩搭配、LOGO 制作、移动端主图制作、移动端详情页制作、移动端视频制作、移动端小结；模块三包括 PC 端主图制作、PC 端详情页制作、PC 端详情页视频制作、PC 端小结；模块四包括跨境端基础知识、跨境端主图制作、跨境端详情页制作、跨境端小结；模块五为详情页整体设计。</p>	<p>(1) 利用已有电子商务综合实训基地的新零售体验馆、商品信息采集工作室、视觉设计工作室等硬件。利用丰富的网络教学资源、嗨一领客校内创业平台、学习通教学平台、photoshopCS6 等软件，支撑课程的正常运行，并能有效共享。</p> <p>(2) 根据课程内容和学生特点，灵活运用案例分析、分组讨论、启发引导等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教学效果。遵循学生主体，教师主导的教学理念，以真实的企业项目为载体，采用任务驱动、案例教学、情境教学、在线实操教学等方法，并将德育教育贯穿始终。采用多种信息化手段辅助教学，包括教学资源平台、学习通、校内创业平台一嗨！领客、微信公众号等。</p> <p>(3) 课程资源的开发与利用以职业能力培养为重点，与行业企业合作进行基于工作过程的课程开发与设计，充分体现职业性、实践性和开放性的要求。根据行业企业发展需要和完成职业岗位实际工作任务所需要的知识、能力、素质要求，选取教学内容，并为学生可持续发展奠定良好的基础。遵循学生职业能力培养的基本规律，以真实工作任务及其工作过程为依据整合序化教学内容，科学设计学习性工作任务，教、学、做结合，理论与实践一体化，实训、实习等教学环节和岗位对接。课程资源全部共享至网络教学平台，供学生反复学习使用。</p>
商品文案撰写	<p>(1) 能力目标：①提高学生商务文案写作的专业素质。②电子商务营销活动整体策划的综合能力。③创新能力和实践能力。(2) 知识目标：①了解商务文案写作的基本概念、理论。②了解各类商务文案的用途。③掌握各主要类型商务文案的基本写法。(3) 情感与素质目标：①要求学生能够具备良好的思想品德和政治素质。②具有良好的职业道德和高度的敬业精神。③遵纪守法，具</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 基础知识 2. 商务业务文案 3. 商务策划文案 4. 广告文案 5. 商务公关文案 6. 企业形象识别系统文案 7. 商务契约文案 8. 商务电子文案 	<p>本课程在教学过程中，应立足于加强学生实际动手能力的培养，采用校企合作、工学结合项目教学，以任务驱动型项目提高学生兴趣。本课程教学须充分利用学校和企业的两种资源，学校专职教师与企业兼职教师教学相结合，采用现代多媒体教学与企业现场实践教学相结合，注重学做结合，边讲边学，“教”与“学”互动，做中学，学中做，强化学生实践能力和岗位职业能力的提</p>



	有良好的文化素养。		高。
商务礼仪	<p>根据高职电子商务专业的培养目标，按照综合职业能力的要求，本课程的设计，旨在丰富学员的知识结构，提高学员的礼仪素质。具体来说：通过课程学习，培养学员的礼的意识，加强自身的礼仪修养，提高实际的与人交际及办事能力。</p> <p>1、知识教学目标：了解和理解礼仪的基本问题；礼仪学习的意义；礼仪的规范等。</p> <p>2、技能教学目标：了解和掌握人与人沟通的过程、手段、方法和技巧，从而打造自身良好的个人形象。</p> <p>3、素质教学目标：使学生通过学习，通过实践，提高自身的认识，树立良好的形象。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 礼仪概论 2. 个人仪容仪表 3. 见面礼仪 4. 商务酬宾礼仪 5. 职业礼仪 6. 习俗礼仪 	<p>(1) 突出重点。重点应突出基本概念、基本方法和基本原理，更要突出基础理论的具体运用和塑造自身良好形象的方法。(2) 注重示范与影像资料的观摩。(3) 创新教法。应积极探索教学方法的创新。(4) 强调过程。应该强调学员的自主学习和学习过程，面授辅导教师应加强对过程性学习的检查。</p> <p>教材选用或编写建议：建议教材不过于理论化，重视理论与实践紧密联系的教材，案例要紧跟时代。</p>

七、教学进程总体安排

表 7-1 学期教学任务书

学期	课程代码	课程名称	课程类型	教学周数	建议周学时	学时数 (理论+实践)
第一学期	2100001	国防教育与军事训练、入学教育	C	2	√	0+48
	1200037	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	18	2	28+8
		劳动教育课	C	8	2	8+8
	2100005	安全教育	A	√	√	4+0
	1200033	职业生涯规划与创业就业指导	A	√	√	4+0
	1400009	体育	B	14	2	4+24
	1200028	形势与政策	A	√	√	16+0
	1500091	商品文案撰写	B	16	4	32+32
	1500109	市场调查与数据分析	B	16	4	32+32
	1500072	消费者行为实务	B	16	4	32+32
	1500098	商务礼仪	B	15	4	14+16
	1500083	电子商务基础	B	16	4	32+32
	1500097	商品详情页制作	B	2	2W	26+26
		合计学时				
第二学期	1200029	形势与政策	A	√	√	16+0
	2100006	安全教育	A	√	√	4+0
	1200038	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	A	18	2	28+8
	1200034	职业生涯规划与创业就业指导	A	15	2	20+10
	1500104	网络客户服务	B	15	2	14+16
	1500105	新媒体营销	B	16	4	32+32
	1500094	品类管理	B	16	4	32+32
	1500070	电子商务物流	B	16	4	32+32
	1500047	营销策划实务	C	16	4	32+32
	1500009	经济学基础	B	15	2	14+16
	1500101	跨专业综合实训	C	2	2W	0+52
	合计学时					224+230=454
第三学期	2100007	安全教育	A	√	√	4+0
	0411164	跟岗实习	C	20	√	0+520
		合计学时				
第四学期	2100008	安全教育	A	√	√	4+0
	0411142	顶岗实习	C	16	√	0+416
	0411137	毕业设计（论文）	C	3	√	0+78
		合计学时				
合计	实践学时数		1512		总学时	2032
	实践学时所占比例		74%			

说明:

1. 课程类型: A类(理论课) B类(理论+实践课) C类(实践课)
2. 课程代码为教务管理系统中的课程代码, 同一课程在不周学期开设使用不同代码。

表 7-2 教学实施进程安排表

课程性质	序号	课程名称	学时			考核方式	学时分配				学分
			总学时	理论	实践		第一学年		第二学年		
							第一学期 16周	第二学期 18周	第三学期 18周	第四学期 18周	
公共基础课程	1	国防教育与军事训练、入学教育	48		48	综合评价	2w				2
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	72	56	16	过程考核+测试	2	2			3
	3	形势与政策	64	64		综合评价	√	√			3
	4	安全教育	24	24		综合评价	√	√	√	√	1
	5	体育	84	12	72	过程考核+测试	2				4
	6	大学生职业发展与就业指导	42	32	10	过程考核+测试	1	1			2
	7	劳动教育课	16	8	8	综合评价	√				1
专业(技能)课程	1	电子商务基础	64	32	32	过程考核+测试	4				3
	2	营销策划实务	64	32	32	过程考核+测试		4			3
	3	网络客户服务	30	14	16	过程考核+测试		2			2
	4	市场调查与商务数据分析	64	32	32	过程考核+测试	4				3
	5	消费者行为实务	64	32	32	过程考核+测试	4				3
	6	新媒体营销	64	32	32	过程考核+测试		4			3
	7	电子商务物流	64	32	32	过程考核+测试		4			3
	8	商品详情页制作	52	0	52	过程考核+测试	2W				3
	9	跟岗实习	520	0	520	过程考核+测试			√		18
	10	毕业设计(论文)	78	0	78	过程考核+测试				√	4
	11	顶岗实习	416	0	416	过程考核+测试				√	18

专业 拓展 课程	1	商务礼仪	30	14	16	过程考核+测试			2		2
	2	商品文案撰写	64	32	32	过程考核+测试			4		3
	3	跨专业综合实训	52	0	52	过程考核+测试				2W	3
	4	经济学基础	30	14	16	过程考核+测试				2	2
	5	品类管理	64	32	32	过程考核+测试				4	3
			2032	1512	520						

表 7-3 可开设的非限定性专业选修课一览表

课程名称	课程类型	教学周数	建议周学时	学时数	学分
趣味经济学	专业选修	15	2	30	1
网商经营	专业选修	15	2	30	1
沟通艺术	专业选修	15	2	30	1
商道	专业选修	15	2	30	1
中国经济思想史	专业选修	15	2	30	1
创新创业基础	专业选修	15	2	30	1

八、实施保障

（一）师资队伍

本方案实施需要建立由专业带头人、骨干教师、“双师素质”教师、企业技术专家或技术能手共同组成的教学团队，生师比建议不高于 16:1；具有研究生学位教师占专任教师的比例达 35%以上；具有高级职务教师占专任教师的比例达 30%以上；专业基础课和专业课中双师素质教师比例达 70%以上；兼职教师数占专业课与实践指导教师合计数之比达 40%以上。

1. 专业带头人

各专业校企各配置 1 名专业带头人，其中，校内专业带头人应具有副高及以上技术职称，从事电子商务教学工作 10 年以上；对本专业的前沿动态、行业发展、岗位需求等有较深入的了解，准确把握电子商务专业建设与教学改革方向，具有对本专业发展的规划能力；主持省级以上科研和教研项目；与企业联系紧密，在行业和企业中具有一定的知名度。专业带头人必须是“双师素质”教师。校外专业带头人应为本专业领域资深专家，在行业企业中具有较大的影响力。

2. 骨干教师

专业教学团队应配置骨干教师 4 名以上。骨干教师应具有中级及以上职称，从事

电子商务与教学工作 5 年以上，具有电子商务的理论与实践经验；承担 2 门以上专业课，具有课程开发及教学设计的能力，能够合理利用各种教学条件，采用不同教学方法和手段组织教学；能够开发校本教材、实训指导书，制作多媒体教学课件，建设精品网络资源共享课；到校企合作企业挂职锻炼，熟悉市场营销策划设计施工及管理的现状趋势，熟悉毕业生所从事工作岗位的要求，骨干教师必须是“双师素质”教师。

3. “双师素质”教师

“双师素质”教师应具有高等学校助理讲师（或以上）教师技术职务，年度考核合格，又具备下列条件之一：近五年有两年（可累计）以上企业工作经历；近五年有三年（可累计）以上企业兼职工作经历；近五年主持（或主要参与）2 项应用技术研究，成果已被企业使用，效益良好；近五年主持（或主要参与）两项校内实践教学设施建设或提升技术水平的设计安装工作，使用效果好，在省内同类院校中居先进水平；具有中级（或以上）电子商务系列专业技术职称或国家注册执业资格证书、职业资格证书者。其他情况可由学院教学指导委员会认定。

4. 兼职教师

企业兼职教师应具有熟练的电子商务岗位技术能力和一定的教学水平，从事电子商务相关岗位工作 3 年以上；具有中级以上专业技术职务或高级工以上职业资格或在本行业享有较高声誉、具有丰富实践经验和特殊技能的“能工巧匠”；企业兼职教师上课或担任学生实践指导任务前，需经过教育教学培训；企业兼职教师承担专业实践课及顶岗实习学时数达 50% 以上，形成稳定的企业兼职骨干教师队伍。

5. 本专业教师实际配备情况。

本专业配备有校企专业带头人、骨干教师、企业兼职教师等，专业教学团队人员结构见表 8-1。

表 8-1 专业教学团队人员结构

专任教师			兼职教师	
专业带头人	骨干教师	双师素质教师	企业兼职带头人	企业兼职教师
1	3	7	1	5

(1) 校内专任教师

电子商务专业校内专任教师 7 人，其中，硕士学位 6 人，学士学位 1 人。副高及以上职称 1 人，讲师 3 人，助教 3 人；其中双师型素质教师 7 人。专任教师老中青结合，

梯队合理，符合高职教学的要求。

(2) 企业兼职教师

电子商务专业现有兼职教师 5 人。

(二) 教学设施

校内实训室（基地）一览表

序号	实训室名称	配置			面积 m ²	工位数	实践能力
		主要设备	单位	数量			
1	离散制造中心	产业链实训台	套	16	124.8		该实训室是以新商科创新复合人才培养为目标，基于商品产业链为背景，通过模拟生产过程中各种商业角色，让学生体验各类企业经营实战，实现商业环境下的仿真实训基地。通过将“理论知识”、“职业素养”，与“动手技能”的有机进行结合，从而训练学生的综合执行能力、综合决策能力和创新创业能力，培养学生全局意识和综合职业素养。
		实训实验台	套	2			
		实训柜	套	4			
		实训台	套	4			
		教学展示设备	套	1			
		投影仪	台	1			
		网络机柜	台	1			
		空调	台	1			
		稳压电源	台	1			
		交换机	台	1			
		sunmnet 电脑	台	18			
		实训项目			服务课程		
		跨专业综合实训			跨专业综合实训 零售数据分析与应用		
2	智慧贸易中心	产业链实训台	套	4	102.4		
		营销实训台	组	4			
		实训实验台	套	3			
		教学展示设备	套	1			
		投影仪	台	1			
		打印机	台	1			
		空调	台	1			
		sunmnet 电脑	台	15			
		实训项目			服务课程		
		跨专业综合实训			跨专业综合实训		
3	商务谈判室	指挥桌	套	1	75		
		实训讨论台	套	1			
		指挥展示屏	套	1			
		网络呼叫系统	套	1			
		打印机	台	2			
		网络机柜	台	2			

		交换机	台	2				
		实训项目		服务课程				
		跨专业综合实训		跨专业综合实训 公关礼仪				
4	物流综合实训室	全自动立体库	套	1	480	70	本实训室的实训设备能够充分满足物流管理专业的实践教学环节的需求,该基地包括物流管理信息系统,全自动出入库搬运设备、物流信息拣选设备,实现物流仓储的出入库作业、盘点作业、配送作业、流通加大等模块实训,构建仿真生产性的实训环境,提高专业实训教学水平和学生实践操作能力。	
		阁楼式货架	套	1				
		电子标签货架	套	1				
		托盘组托实训设备	套	1				
		叉车	台	2				
		液压搬运车等工具	台	6				
		实训项目		服务课程				
配送管理实训		配送管理实务;						
4	电商运营工作室	云终端	套	53	70	60	电子商务 B2B、B2C 网店运营等实训;在淘宝等真实电商平台开设网店,完成商品信息采集、商品文案撰写、图片处理、详情页制作、海报设计、网店装修、网店推广、网店运营全流程操作;进行线上推广及网络营销、客户关系管理实训;为学生提供真实的职业氛围及创业空间;对接企业,深化校企合作,为引企入校提供平台。	
		电商实验台	套	53				
		教学展示设备	套	1				
		投影仪	套	1				
		多媒体教学软件	套	1				
		教师机	套	1				
		网络机柜	个	1				
		空调	套	1				
		稳压电源	套	1				
		交换机	台	1				
		交换机	台	1				
		实训项目		服务课程				
		电子商务运营与推广		电商岗位实操				
4	视觉设计工作室	云终端	套	53	70	60	视觉设计与信息采集工作室将电子商务基础教学、电子商务岗位技能、电子商务实操训练多方面教学内容相结合,旨在加强和培养学生电子商务信息采集、图片处理、美工、视觉实际等相关技能,通过媒体、信息、实物、实操等多种手段,结合企业需求和教学实际,让学生亲自参与操作、切身体会和掌握电子商务运作中美工及视觉设计设计等岗位技能,从而达到契合岗位需求、提升专业技能的最终目的。实训室具备两大功能:商品信息采集功能、图片处理及美工功能	
		电商实验台	套	53				
		教学展示设备	套	1				
		投影仪	套	1				
		多媒体教学软件	套	1				
		教师机	套	1				
		网络机柜	个	1				
		空调	套	1				
		稳压电源	套	1				
		交换机	台	1				
		交换机	台	1				
		实训项目		服务课程				
		商品信息采集与处理		商品信息采集与处理				

4	信息采集工作室	云终端	套	7	70	7		
		商品信息采集实验台	套	4套(8张)				
		展示柜	组	4				
		影视背景系统	套	1				
		背景纸	幅	1				
		静物拍摄微型影棚	套	7				
		影室闪光灯	套	14(400W)				
		影室闪光灯同步器	套	7				
		空调	套	1				
		实训项目					服务课程	
		商品信息采集与处理					商品信息采集与处理	

(三) 教学资源

1. 教材资源

教材是教学内容的载体，可以呈现教学大纲的内容，也可以提现教学方法。内容适度、结构合理的教材是教学质量保证的重要因素，建议从以下几方面加强教材建设。

(1) 校企合作共建“理实一体化”教材

专业组教师要联合企业一线技术专家，紧贴生产实际，合作完成教材编写。教材要将真实项目引入教材，实现理论知识学习和实际应用一体化；教材要面向教学过程、结合学生实际合理设置理论教学和技能训练环节，实现“教、学、做”甚至是“教、学、做、考”合一。

教材以项目为核心，每一教学单元建议采用教学导航、课堂讲解、课堂实践、课外拓展的环节开展教学。教学单元结束后，通过“单元实践”进一步提升技能；相关课程结束后，通过“综合实训”提升学生的综合能力。

(2) 选用优质的国家级高职高专规划教材

充分利用多年来各出版社的教材建设成果，尤其是国家级“十三五”规划教材、“教育部高职高专规划教材”、“21世纪高职高专教材”等精品教材、优质教材，根据本专业课程和教学要求选用合适的教材。

2. 网络资源

以信息技术为手段，以网络为平台，构建体系完善、资源丰富开放式的专业教学资源。同时要善于整合、消化、吸收企业优秀教学资源，使其实行共享。

网络资源需从以下几方面进行建设：

(1) 专业建设方案

专业建设方案包括：专业简介、专业人才培养方案、课程标准、教学文件等。

（2）职业技能标准

- ①电子商务专员职业技能标准
- ②网络营销人员职业技能标准
- ③网络推广人员职业技能标准
- ④电子商务产品专员职业技能标准

（3）课程资源

①基本资源。基本资源应包含课程简介、课程标准、教学大纲、授课计划、教案、多媒体课件、学习指南、习题、实验实训项目、电子教材、试题库等。

②拓展资源。拓展资源是在基本资源基础上，面向学生和社会学习者扩展的自学、培训、进修、检索、科普、交流等内容，体现课程技术特点并向产业领域扩展。拓展资源包括素材库、培训包、工种包、企业案例、参考网站等。

③课程视频。课程视频包括课程整体设计介绍、课程单元设计说明等课程设计指导，课堂授课、现场教学、实训实习等教学场景，原理结构、工作过程、业务流程、操作步骤、技术细节、安全禁忌等内容。

（4）人文素养教学资源

①品德德育教学资源库。包含思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、职业生涯规划与创业就业指导等课程的课程资源，思政网站等。

②基础文化课教学资源库。包含本专业开设的高职语文、高职数学、高职英语、计算机应用基础、体育等文化基础课程的课程标准、教材、课件、案例库、习题库、视频资料等教学资源。

③职业拓展教学资源库。包含本专业开设的心理健康、形式与政策、拓展学习领域课程及公选课等课程课程资源。

（四）教学方法

为实施全面的教学运行和质量管理工作，根据高职教育规律和我院实际情况，在教学管理上实行学院和系部两级管理，针对影响教学质量的环节和因素，采取切实可行的措施对教学全过程进行质量控制。

1. 院系两级管理体制

以“院长—主管副院长—教务处”为院级管理和以“系主任—主管副主任—专业

室主任—教学秘书”为系部管理的两级教学管理体系，分别承担教学管理的工作。院级管理工作的重点是突出目标管理、重在决策监督，系级管理工作重点突出过程管理和组织落实。

2. 实施方案设计

(1) 组织制定人才培养方案和课程标准。人才培养方案是人才培养目标、规格以及培养过程和方式的总体设计，是学院保证教学质量的重要文件，是组织教学过程，安排教学任务的基本依据。课程标准是落实培养目标和人才培养方案最基本的教学文件，应准确的贯彻人才培养方案所体现的教育思想和培养目标。课程标准内容包括本课程的性质、学时、课程目标、课程内容、教学实施、考核评价等，由各专业组织编制。

(2) 课堂教学的组织管理。系（部）聘任有相应学识水平、有责任心、有教学经验的专任或兼职教师任课。组织任课教师认真研究课程标准，组织编写或选用与标准相适应的教材和教学参考资料；要求教师认真履行教师岗位职责，按教学规律讲好每一节课；组织教师开展教学方法的讨论和研究，合理使用现代化教学手段，充分利用教学资源，保证课堂教学质量。

(3) 理实一体及实践性教学的组织管理。根据职业教育的特点，合理开发理实一体的课程及综合实践性教学课程，并促进项目的实施。理实一体化课程及实践性教学内容要严格按人才培养方案和课程标准的要求进行教学，充分发挥校内外实训基地的教学资源，任课教师要设计好每一节或每个项目的教学做环节，训练学生的专业基本技能和综合职业能力。

(4) 对学生考核的管理。凡是培养方案规定开设的课程都要对学生进行考核。根据课程特点和性质采用多样化的考核方式和方法，考核重点放在学生的综合素质和能力的评价方面。

（五）学习评价

经过多年实践，学院已经形成和建立了行之有效的教学管理制度和教学质量监控体系，对规范正常教学秩序、严格教学管理，保证教学质量起到了积极的保障作用。

1. 教学管理

(1) 日常教学管理。为保证人才培养方案的有效实施，按照教务处统一的教学运行文件，教务处及系（部），对学院教学运行进行日常检查、抽查、和学期检查。一般采取听课、检查任课教师的教学文件、召开学生座谈会、对学生进行问卷调查等形式，对出现的问题及时纠正改进，以确保方案的正常运行。

(2) 建立教学工作例会制度。根据学院教学工作需要，由教务处协助主管教学副院长定期和不定期召开教学工作会议，全体系（部）主任及相关部门人员参加。通过教学工作例会，传达并学习最新职教发展动态和教学改革理念，布置学院教学改革发展任务，了解系（部）日常教学及专业、课程建设工作进展情况，研究和处理人才培养方案执行中出现的各种问题等。

(3) 系（部）教学管理。系（部）定期召开专业主任会议和任课教师会议，及时掌握教学过程情况，总结教学工作和教学管理工作经验，及时研究解决教学过程中出现的问题。各专业要在每学期初制定出工作计划，组织集体备课、观摩教学、开展教学研究，了解教师教学进展情况，按学院安排进行教学检查。

2. 教学质量监控体系

(1) 教学督导委员会组织机构

建立院系两级教学督导委员会，分级管理，分工负责，协同监控。

院级教学督导委员会由学院党委书记任主任，分管教学工作和学生工作的两位副院长任副主任，同时聘请具有丰富教学经验的在职或离退休教师、具有丰富管理经验的的教学管理人员组成山西职业技术学院教学督导委员会。院级教学督导委员会由督导中心牵头，以教学目标和主要教学环节的宏观监控为主，在院领导的直接领导下，负责全校教学质量监控工作的总体协调，确保教学质量的稳步提高。主要工作职责：一是对专业设置的论证、专业人才培养方案及相关教学文件的审核；二是通过深入课堂、实验室、实习基地，客观掌握教学运行的全过程，提出督导建议，为学院有关教学决策提供参考依据。

系级教学督导委员会由系主任负责，成立由校企合作工作委员会和专家、优秀毕业生代表组成的人才培养质量监控小组。系级教学督导委员会的主要职责：以教学过程自我监控为主，在主要负责人的领导下，负责对本单位的整体教学工作、教师的教学情况、学生的学习情况进行监控。负责组织各专业的听课、试卷命题、阅卷、试卷质量分析、毕业论文质量分析等工作，并通过学院、系部、专业教研室组织的各类检查评估（教案、作业布置与批改、教学进度计划、学生评教、教师评学、教研活动的开展等），严把各个教学环节的质量。

(2) 日常教学督导

听课制度：院级领导每月听课次数不少于 1 次；值班中层干部每周听课不少于 1 次；系（部）主任、副主任及系（部）书记每月听课不少于 2 次。学院和系（部）各级党政干部深入教学第一线，及时了解教学情况，倾听师生意见，发现并解决教学中

存在的问题，避免教学一线与管理层的脱节，保证教学管理工作的针对性和有效性。

学生教学信息员制度：以专业班级为单位，确定思想品德优良，有参与教学管理的积极性，善于联系老师和同学，能客观反映广大学生的意见学生代表和学生干部，举行学期座谈会，填写任课教师评分表，给学生以畅通的渠道反映本系、本专业的教学管理、办学条件和教学质量中存在的问题并对教学提出意见和建议，使系部的管理和教学更加贴近学生、贴近实际。

教学检查与管理制度：从学期初到学期末，院、系两级安排不少于2次的集中教学检查，采取听（听课、召开座谈会听取师生的反映）、看（查看教学条件和管理软件）、查（抽查教案、学生作业、实验报告、实习报告、课程设计、毕业设计等）、评（对教学条件、状态、效果进行评价）。教学情况的检查工作贯穿始终，发现问题及时反馈并解决落实。

（六）质量管理

为保证人才培养方案的执行，在教学运行中严格执行学院制定的教学工作规范、教学计划、课程标准和教学进程，严格教学事故的认定与处理，严格执行教学评价制度，严格执行课堂教学和实践教学过程的检查制度，严格教学文件的规范管理，保证人才培养方案的顺利实施、教学秩序的稳定和教学质量的提高。

1. 教师管理制度

- （1）山西职业技术学院专业带头人评选管理办法
- （2）山西职业技术学院骨干教师选聘管理办法
- （3）山西职业技术学院兼职教师管理办法
- （4）山西职业技术学院“双师”素质教师队伍建设管理办法
- （5）山西职业技术学院校企人员互聘管理办法
- （6）山西职业技术学院教师到企业实践锻炼管理办法
- （7）教师系列津贴量化考核办法
- （8）山西职业技术学院教师任课管理办法

2. 教学管理制度

- （1）山西职业技术学院关于课堂教学的若干规定
- （2）山西职业技术学院教师编写教案若干规定
- （3）山西职业技术学院课程表编排规程及运行管理办法
- （4）山西职业技术学院教师课外辅导、批改作业若干规定
- （5）山西职业技术学院日常教学检查值班制度

- (6) 山西职业技术学院关于停、调课的有关规定
- (7) 山西职业技术学院教学事故认定和处理办法
- (8) 山西职业技术学院关于学期教学检查的规定
- (9) 山西职业技术学院听课制度
- (10) 山西职业技术学院学生评教管理办法
- (11) 山西职业技术学院学生教学信息员管理制度
- (12) 山西职业技术学院校本教材建设管理办法
- (13) 山西职业技术学院课程建设项目管理办法
- (14) 山西职业技术学院考试工作管理办法
- (15) 山西职业技术学院考试违规处理办法
- (16) 山西职业技术学院毕业考核管理规定

九、毕业标准

(一) 学分要求

学生须修完本专业培养方案中公共学习领域课（16 学分）、专业（技能）领域课（76 学分）、公共选修课（4 学分），总学分达到 132 学分。

必修课、公共选修课（其中面授选修课 1 门，网络选修课三门或 60 课时）成绩合格。

(二) 素质要求

二年修业期间，素质拓展达到合格标准，取得学院颁发的素质评定证书。

(三) 职业资格证书要求

毕业前需取得以下职业资格证书或技能等级证书。

类别	资格证（技能证）名称	考核等级	考核学期	要求	职业编码
通用资格	普通话等级证书	二级乙等			
	计算机等级证书				
“1+X”项目证书	电子商务数据分析	中级			

十、附录

(一) 电子商务数据分析职业技能等级证书标准

目 录

前言.....	I
1 范围.....	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义.....	1
4 面向院校专业.....	2
5 面向工作岗位（群）.....	2
6 职业技能要求.....	3
参考文献.....	10

前 言

本标准按照 GB/T 1.1-2009 给出的规则起草。

本标准起草单位：北京博导前程信息技术股份有限公司、上海宝尊电子商务有限公司、网易考拉战略研究院、杭州有赞科技有限公司、深圳职业技术学院、江苏经贸职业技术学院、苏州经贸职业技术学院、杭州职业技术学院、武汉职业技术学院、天津轻工职业技术学院、兰州石化职业技术学院、北京市商业学校、南宁市第六职业技术学校。

本标准主要起草人：段建、徐珺、游忠明、闫冬、唐克胜、吴洪贵、许应楠、陈加明、席波、白洁、周任慧、侯光、温丽容、杨东飞、叶靖。

声明：本标准的知识产权归属于北京博导前程信息技术股份有限公司，未经北京博导前程信息技术股份有限公司同意，不得印刷、销售。

1 范围

本标准规定了电子商务数据分析职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

本标准适用于电子商务数据分析职业技能培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 36311 电子商务管理体系要求

GB/T 35408 电子商务质量管理 术语

GB/T 31232.1 电子商务统计指标体系 第1部分：总体 GB/T

31232.2 电子商务统计指标体系 第2部分：在线营销

3 术语和定义

3.1 电子商务 E-commerce

通过信息网络进行产品和服务交易的经营活动。

3.2 运营 operation

与产品生产和服务创造密切相关的各项管理工作的总称，包括对其过程的计划、组织、实施和控制。

3.3 电子商务运营 E-commerce operation

为完成经营目标，通过信息网络围绕产品和服务交易开展的各项经营和管理工作的总称。

3.4 数据分析 data analysis

用适当的统计分析方法对收集来的数据进行分析，为提取有用信息和形成结论而对数据加以详细研究和概括总结的过程。

3.5 电子商务数据分析 E-commerce data analysis

对电子商务运营过程中计划、组织、实施和监控各环节所产生的各类数据，采用适当的统计分析方法对其采集、处理，提取有用信息并加以详细研究和概括总结，形成对电子商务运营具有指导意义的结论。

3.6 电子商务应用企业 enterprises using electronic commerce

仅利用第三方电子商务平台（含网站、APP 等）进行交易的企业。

3.7 电子商务服务企业 electronic commerce service enterprise

基于互联网，为企业、机构或个人提供产品或服务交易及辅助服务的企业。

注：既包括电子商务平台服务企业，也包括物流、支付、信用、营销等为电子商务交易提供辅助服务的电子商务支撑服务企业。

4 面向院校专业

中等职业学校：电子商务、移动商务、网络营销、跨境电子商务等专业。高

等职业学校：电子商务、移动商务、网络营销、商务数据分析与应用、电

子商务技术、大数据技术与应用等专业。

应用型本科学校：电子商务等专业。

5 面向工作岗位（群）

【电子商务数据分析】（初级）：主要面向电子商务应用企业和电子商务服务企业，电子商务业务分析等岗位，根据业务需求，从事基础数据采集、数据处理与描述性分析、基础数据监控与报表制作工作。

【电子商务数据分析】（中级）：主要面向电子商务应用企业和电子商务服务企业，电子商务业务分析等岗位，根据业务需求，从事数据采集与处理的方案制定、数据分析、数据监控与报告撰写工作。

【电子商务数据分析】（高级）：主要面向电子商务应用企业和电子商务服务企业，电子商务业务分析等岗位，根据业务需求，从事数据化运营方案制定与组织实施、数据综合分析、数据化运营创新工作。

6 职业技能要求

6.1 职业技能等级划分

电子商务数据分析职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级。三个级别逐次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

6.2 职业技能等级要求描述

电子商务数据分析（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 数据采集与处理的方案制定	1.1 数据分析目标制定	<p>1.1.1 能根据电子商务数据化运营方案，在熟悉电子商务数据分析作用的基础上，明确数据分析需求。</p> <p>1.1.2 能根据电子商务数据化运营方案，在熟悉电子商务运营流程及各部门工作内容的基础上，与市场、客服、物流等部门进行沟通，明确各部门对电子商务数据分析的诉求。</p> <p>1.1.3 能根据电子商务数据化运营方案，结合各部门对数据分析的需求，运用数据分析目标制定的方法与技巧，制定出可行的数据分析目标。</p> <p>1.1.4 具有较强的逻辑分析和跨部门沟通能力。</p>
	1.2 数据分析指标制定	<p>1.2.1 能依据数据分析目标，熟练使用数据管理工具或数据分析辅助工具，选择数据指标。</p> <p>1.2.2 能依据数据分析目标，熟悉常用数据指标及其内涵，对选择的数据指标进行分类整理。</p> <p>1.2.3 能依据数据分析目标，对分类的数据指标进行优化更新。</p> <p>1.2.4 具有较强的归纳分析和系统思维能力。</p>
	1.3 数据采集渠道及工具选择	<p>1.3.1 了解电子商务数据主要来源，依据电子商务数据化运营方案，确定数据采集渠道。</p> <p>1.3.2 了解数据采集常用工具以及数据分析辅助工具，结合数据采集渠道特点，确定数据采集工具。</p> <p>1.3.3 能够严格遵守《中华人民共和国电子商务法》等相关法律法规和公司制度，具备数据保密等相关职业道德。</p>
	1.4 数据采集与处理的方案撰写	<p>1.4.1 能根据电子商务数据化运营方案，按照确定的数据分析目标、采集指标、渠道和工具，形成数据采集规划。</p> <p>1.4.2 能根据电子商务数据化运营方案，按照数据处理流程、标准、方法等，结合数据采集规划，撰写数据采集与处理的方案。</p> <p>具备较强的逻辑思维能力和文字表达能力。</p>
2. 数据分析	2.1 市场数据分析	<p>2.1.1 能理解数据指标含义，根据电子商务数据化运营方案，熟练使用数据分析工具，运用数据分析的方法与技巧，对行业总销售额、行业增长率等行业数据，需求量变化、品牌偏好等市场需求数据，地域分布、职业等目标客户数据以及其他相关行业数据进行分析。</p> <p>2.1.2 能理解数据指标含义，根据电子商务数据化运营方案，熟练使用数据分析工具，运用数据分析的方法与技巧，对竞争对手的销售额、客单价等交易数据，活动形式、活动周期等营销活动数据，畅销商品、商品评价等商品运营数据以及其他相关竞争数据进行分析。</p> <p>2.1.3 具备良好的数据保密意识和逻辑思维能力。</p>
	2.3 产品数据分析	<p>2.3.1 能理解数据指标含义，根据电子商务数据化运营方案，熟练使用数据分析工具，运用数据分析的方法与技巧，对产品搜索指数、产品交易指</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		<p>数等相关产品行业数据进行分析。</p> <p>2.3.2 能理解数据指标含义，根据电子商务数据化运营方案，熟练使用数据分析工具，运用数据分析的方法与技巧，对新客点击量、重复购买率等产品获客能力数据，客单件、毛利率等产品盈利能力数据以及其他相关产品能力数据进行分析。</p> <p>2.3.3 具备良好的数据保密意识和逻辑思维能力。</p>
3.数据监控与报告撰写	3.1数据监控	<p>3.1.1 能熟悉电子商务常用数据指标及其含义，运用数据监控的方法，按照电子商务数据化运营方案中数据监控要求，监控市场、运营、产品等数据。</p> <p>3.1.2 能按照电子商务数据化运营方案中数据监控要求，运用数据报表制作技巧，熟练使用表格处理工具，制作数据监控报表，并定期上报。</p> <p>3.1.3 能按照电子商务数据化运营方案中数据监控要求，掌握异常数据鉴别的方法，及时发现异常数据并分析和上报。</p> <p>3.1.4 具备良好的数据安全意识，认真细致的工作态度，以及较强的数据判断分析能力。</p>
	3.2数据分析报告撰写	<p>3.2.1 能按照电子商务数据化运营方案中的分析目标，熟练使用相关工具，设计数据分析报告框架。</p> <p>3.2.2 能依据确定的数据分析报告框架，结合市场、运营和产品等数据分析结果，撰写数据分析报告。</p> <p>3.2.3 具备较强的系统化思维和文字表达能力。</p>

（二）专业核心课课程标准

网络客户服务课程标准

一、课程名称

网络客户服务

二、课程性质、学时与学分

本课程是电子商务（三二分段对口升学班）专业的一门专业核心课程。通过本课程的学习，让学生能深入理解网络服务的理念及其在电子商务中的地位和作用，能够切实履行服务顾客、服务公司、服务社会的精神。培养学生能更好地掌握人际沟通管理能力和树立良好的服务理念。为后续《电商综合能力训练》课程的进一步深入学习奠定基础，并为学生今后在跨境电商行业打下坚实的基础。

本课程标准适用于电子商务专业三二分段对口升学班第二学期，共 30 学时，计 2 学分。

三、课程设计思路

本课程以就业为导向，在企业实践专家和课程专家的共同指导下，对网络客户服务开展典型工作任务分析，以网络客户服务岗位典型工作任务为中心组织课程内容，以完成网络客户服务工作过程为线索进行学习项目设计。根据学生认知特点，采用递进式的结构方式，构建了“认识网络客户服务”、“受理网络客户咨询”、“熟悉及完善售后服务”、“建立、利用客户数据库”等 4 个学习项目，包含 12 个具体学习任务。本课程在一体化课程体系的基础上，结合数字化时代的碎片化学习理念、移动学习理念，将一体化课程特点与数字化时代特点相结合采取线上线下学习相结合的混合学习模式，通过线上学习培养学习的自主学习能力，满足学生个性化学习需求，采取混合学习模式的学习任务的线下学习由教师按“翻转课堂”组织教学；本课程常规学习任务（即非混合学习模式）采取教学做一体的工学结合一体化教学模式，教学方法突出情景模拟、案例教学等行动导向教学方法应用；本课程围绕职业活动，以实用性为原则，以能真正提高学生能力为核心，课程考核过程考核和综合考核相结合，突出综合能力考核，以行业职业标准为评价依据，着重考核学生实际操作能力与严谨规范的职业素养。

四、课程目标

本课程通过任务引领项目活动，培养学生能受理网络客户服务、达成客户交易、完善售后服务、建立和利用客户数据库并能对服务效果进行评价，使学生能掌握网络客户服务的技巧，能达到让客户满意的效果。具体达到如下的职业能力：

- 1、能够理解网络客户服务的重要性；
- 2、能够理解网络客服网络客户服务的基本要求；
- 3、能够理解网络客户服务的流程；
- 4、能够掌握网络客户服务的相关知识；
- 5、能够掌握网络客户服务沟通技巧；
- 6、能够掌握网络客户服务相关工作技巧；

- 7、能够理解网络客户需求认知；
- 8、能够分析网络客户类型；
- 9、能够掌握买家购物心理；
- 10、具备应对网络客户讨价还价的能力；
- 11、具备排除客户疑问的能力；
- 12、具备做好网络售后服务的能力；
- 13、具备处理中差评的能力
- 14、具备处理网络客户投诉的能力；
- 15、具备减少客户流失的能力；
- 16、能够建立、维护和利用客户数据库；
- 17、具备评估客户服务效果的能力；
- 18、具有良好的与人交流能力、团队合作能力，强化电子商务各岗位工作人员的协调沟通与团队合作意识；
- 19、具有良好严谨规范的职业素养，能认真遵守与执行电子商务工作规范要求；
- 20、具备知识迁移能力、创新能力和综合运用能力。

五、课程内容与项目学习目标

序号	项目	学习任务	职业能力目标	课时 (一体化)
1	认识网络客户服务	课程说明	(1) 让学生明确课程性质、设计思路、学习目标、学习内容、学习方法、学习成果展现形式、课程考核办法； (2) 让学生明确课程对应的职业岗位（或工作任务）的工作流程和职业素养要求。 (3) 能明确企业对优秀客服的要求； (4) 能够清楚优秀客服的具体表现	2
2	受理客户咨询促成交易	掌握网络客户服务准备工作	(1) 能够清楚熟悉网站商品交易的各项规则和禁忌； (2) 能够清楚熟悉所售商品的各项基本知识。	2
		认识客户服务流程	(1) 能明确网络客户服务流程的重要作用； (2) 能熟知实物产品和虚拟产品的网络客户接待服务流程。	2
		掌握常用服务沟通工具	(1) 能熟悉常用服务沟通工具； (2) 能够利用沟通工具和客户进行流畅的沟通。	2

		掌握服务沟通技巧	(1) 能熟悉常用的沟通技巧; (2) 能够利用相应的沟通技巧与客户进行沟通。	2
		熟悉网络客户需求	(1) 能够分析各种层面客户需求; (2) 能够根据需求作出相应的服务对策。	2
		熟悉网络客户类型	(1) 能够熟悉各种网络客户类型特点; (2) 能根据不同类型客户制定不同的应对策略。	2
		熟悉买家购物心理	(1) 能够熟悉买家购物的各种心理; (2) 能根据不同的心理制定不同的应对策略。	2
3	完善售后服务	熟悉售后服务	(1) 了解售后服务流程; (2) 熟悉售后服务具体内容	2
		处理中差评	(1) 能分析和判断客户给中差评的原因; (2) 能根据客户差评, 对客户进行及时沟通、处理, 明确责任后, 引导客户修改评价。	2
		处理网络客户投诉	(1) 能够分析客户投诉原因; (2) 能够针对原因制定投诉的处理方案。	2
		防止客户流失	(1) 能够分析客户流失的原因; (2) 能够制定减少店铺客户流失的措施。	2
4	建立利用客户数据库	采集整理客户信息	(1) 能运用不同的方式采集客户信息; (2) 掌握客户信息整理的基本方法, 根据企业需求对客户信息进行筛选整理;	2
		建立维护客户数据库	(1) 能将整理的客户信息汇总形成客户数据库; (2) 能够更新维护客户数据库。	2
		评估客户服务效果	(1) 能够调查客户满意度 (2) 能够根据调查结果, 做出相应的改进措施。	2
5	期末考试	项目名称: 理论测试 考核方式: 试卷考核, 个人独立完成。 评价标准: 参考答案 所占比例: 30%		

合计课时：30 课时	30
------------	----

六、课程考核办法

本课程为学期考试课，采用百分制形式计分。该课程考核内容与所占比重如下表：

考核内容	过程考核			期末考试	合 计
	学生出勤	课堂表现	项目考核		
所占比重	10%	10%	50%	30%	100%

七、课程建议

1、教学建议：线下教学先讲解知识要点，再结合实例进行操作演示，把相关的理论知识结合到实操当中，一人一机配置计算机设备。线上教学要跟进到位，确保学生学习的有效性，通过计算机网络教师与学生随进可以进行互动，切实落实翻转课堂的组织与实施。

2、课业训练建议

课业训练任务	训练任务描述	训练目的	作品呈现形式	任务实施主体	建议开展时间	建议辅导课时
受理客户咨询	能根据不同的客户类型引导客户下单成交	掌握受理客户咨询，引导客户成交技巧	X-mind, 屏幕录像	小组	第 13 周至第 15 周	8
处理中差评	能处理客户的售后问题，引导客户修改中差评	掌握处理客户售后问题，以及引导客户修改中差评策略	X-mind, 录音	小组	第 16 周至第 17 周	8

3、教材建议

教材名称	书号	版本号	出版社	编著者	出版时间	单价
电子商务客户服务	9787509550762	第 1 版	中国财政经济出版社	徐熠明	2017-01	26.4 元

八、实训教学资源要求

电子商务一体化教室，有互联网环境，学生自备计算机。

市场调查与商务数据分析

一、课程基本信息

课程名称	市场调查与商务数据分析				
课程代码	1500021	学时	64	学分	3
授课时间	第一学期	适用专业	电子商务、市场营销、连锁经营管理		
课程性质	专业核心课				

二、课程定位

《市场调查与商务数据分析》课程是电商活动策划与数据分析重要内容之一，是市场营销和工商管理学科不可缺少的组成部分。随着我国经济的快速发展，企业竞争异常激烈，市场变化日益多端，许多企业越来越认识到市场信息的重要性，开始重视对市场信息的搜集和分析。同时，作为一门市场研究的综合性的应用科学，市场调查和预测也受到教育部的重视，已成为许多高等院校的经济管理类专业、市场营销专业的专业基础课程。在经济全球化、信息化和网络化的今天，信息情报正在成为企业生存和发展的最重要的战略资源和生产要素，成为企业开拓市场和增强竞争力的重要对策。因而培养学生掌握电子商务数据分析的有关知识，了解开展市场调研活动流程，提升学生分析及解决问题的能力是营销类专业学生应具备的职业技能与素养。

三、课程设计思路

现代教育理念要求教师的教学过程应是促进学生身心健康、智慧才能开发、品行人格完善的过程。针对以职业能力培养为重点，与行业企业合作，共同进行课程开发与设计，突出课程的开放性、职业性和实践性三个特点，根据典型工作任务和教学实际需求设计课程项目和任务，融入实践操作，制定以能力培养为核心的课程标准；结合课程特点，研讨、理实一体的教学方法与手段，建设课程的教学资源，改革课程考核方式，制定多元化课程考核评价标准，完善教学质量评价体系。

《市场调查与商务数据分析》共分为10个章节，按照“理论、实务、案例、实训”的模式，兼顾“专业能力”、“社会能力”和“方法能力”，每个章节都标有理论目标、实务目标、案例目标和实训目标，使学生一开始就清楚完成本章需具备的知识和能力，提高学生学习的针对性；每一章节都以案例导入，能有效地激发学生的学习兴趣 and 求知欲望，在理论知识的阐述部分插入了同步案例、业务链接以及职业道德与营销伦理，具有很强的可读性和可操作性；每个章节后都有本章概要、理论题、案例题、实训题等模块，力求达到教材内容的设计和资料的选取贴近实际，学生在实施模块任

务时，需要运用所学知识来修正、完善，有些问题需要团队合作完成。这种教学模式能极大地提高学生学习的自主性和积极性，逐步提升学生的职业素养和职业能力。

课程的设计没有过分强调系统知识的重要性，而是注重课程的社会适应性和学生的发展性，培养学生的发散思维，强化运用理论知识的能力及实际操作能力。

1.课程设计的目标要求

(1) 基于典型工作任务、以项目为载体进行课程整体设计

从职业岗位分析出发，紧密围绕职业能力要求进行课程整体设计。分析归纳典型工作任务，确定教学内容，对教学内容按照岗位工作过程进行序化，以项目任务形式组织教学。

(2) 教学内容案例引入，体现理论结合实际。

本课程运用案例导入，将理论知识与实务研究有机结合，课程教学内容的设计以理实一体化进行实施，教学进程的设计符合学生职业能力递进规律。

(3) 采用“项目导向、任务驱动”的教学模式

以真实项目任务为载体组织教学，每个项目有若干个任务组成，使得整个教学过程就是学生完成实际项目任务的学习过程，也是学生完成实际工作任务的过程。

(4) 企业文化融入教学过程，注重学生职业素质的养成

以学生为主体、教师为主导，营造企业氛围，用职业人的标准衡量考核学生，培养学生职业素质。

2.课程设计体现职业性、实践性和开放性

(1) 课程的职业性。课程设计以职业能力培养为重点，参照国家、行业、企业标准。

(2) 课程的实践性。课程全面采取理论与实践一体化的教学，实现教、学、做相结合，突出实践教学。实践教学包括课程项目实训、课外实践活动（参与企业或社会调查活动）。

(3) 课程的开放性。课程开发理念上，学习、借鉴国内外先进教学及职教理念；课程开发方式上，与行业企业深度合作，共同开发课程内容；课程评价上，建立多元评价体系，包括自我评价、企业评价、社会评价等；课程教学不仅注重学生的职业能力培养，同时也为学生的可持续发展奠定良好的基础。

四、课程目标

开设《市场调查与商务数据分析》这门课程，旨在满足高等职业学校市场营销类专业、经济管理类专业的学生专业技能和基本技能培养的需要。通过本课程的学习与实践，要求学生了解掌握电子商务数据分析的基本理论和方法，能够运用这些方法实际组织安排各种课题的调查，并将调查搜集来的资料进行整理、汇总、分析，提出解决问题的办法，撰写符合要求的调研报告；同时注重培养学生具有良好的职业规范，具有团队协作能力、创新能力、分析问题和解决问题等能力。

（一）能力目标

- 1.能操作文案调查；
- 2.能展开实地调查；
- 3.能设计问卷调查内容；
- 4.能应用抽样调查；
- 5.能整理与分析调查资料；
- 6.能运用判断分析预测法；
- 7.能掌握简单的时间序列分析预测法；
- 8.能撰写市场调查报告；

（二）知识目标

- 1.了解市场调查的含义和特点、市场调查课题的调查路径；认识市场调查的作用、市场调查课题的几种类型；把握市场调查课题；
- 2.文案调查、实地调查、抽样调查、问卷调查的应用；
- 3.学习和把握调查资料整理与分析的相关概念，调查资料审核的内容和基本要求；
- 4.市场预测的方法；
- 5.学习与把握市场调查报告的作用、结构和内容，撰写市场调查报告应注意的问题等陈述性知识。

（三）素质目标

- 1.培养学生观察、发现问题的能力；
- 2.培养学生团队协作能力、自主学习能力、创新能力；
- 3.培养学生沟通表达能力；
- 4.培养独立思考问题、分析问题、解决问题的能力
- 5.培养积极主动、科学严谨态度；培养学生责任心、职业素质、职业道德。

五、课程内容及要求



序号	教学内容	能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
项目 1	市场调查课题的界定及调查方案的设计	1.培养市场调查方案设计的能力 2.强化“自我学习”、“解决问题”、和“革新创新”的职业核心能力	1.学习和把握市场调查的含义和特点、市场调查课题的调查路径； 2.认识市场调查的作用、市场调查课题的几种类型； 3.把握市场调查课题的背景、市场调查方案的内容等；	案例法 讨论法 讲授法	8
项目 2	文案调查	1. 引导学生参加“文案调查”业务胜任力的实践训练； 2.培养其“文案调查”的专业能力； 3.强化其“信息处理”、“自我学习”、“解决问题”和“革新创新”等职业核心能力； 4. 能用所学理论知识指导文案调查的相关认知活动；	1.学习和掌握文案调查法的含义、作用和特点等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	6
项目 3	实地调查	1.能用所学理论知识指导实地调查的认知活动； 2.引导学生参加“实地调查”业务胜任力的实践训练； 3.培养其“实地调查”的专业能力； 4.强化其“信息处理”、“与人交流”、“解决问题”、“革新创新”等职业核心能力；	1.学习和把握访问法、观察法、实验法的含义、优缺点、应用范围和注意事项等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	8
项目 4	问卷调查	1.能运用所学理论知识指导问卷调查认知活动； 2.引导学生参加“问卷调查”业务胜任力的实践训练； 3.培养其“问卷设计”的专业能力； 4.强化其“信息处理”、“解决问题”、“革新创新”等职业核心能力；	1.学习和把握问卷调查的含义、作用和基本结构等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	8
项目 5	抽样调查	1能运用所学理论知识指导市场抽样调查的相关认知活动； 2.引导学生参加“抽样调查”业务胜任力的实践训练； 3.培养其“抽样方案设计”的专业能力； 4.强化其“数字应用”、“解决问题”、“革新创新”等职业核心能力；	1.学习与把握抽样调查、概率抽样和非概率抽样的含义； 2.与抽样有关的专业术语； 3.影响样本量大小的因素以及抽样方案等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	8

项目 6	调查资料的整理与分析	1 能用所学理论知识指导调查资料整理与分析中的认知活动； 2.引导学生参加“调查资料的整理与分析”业务胜任力的实践训练； 3.掌握用 Excel 处理数据并绘制统计图的技巧；	1 学习和把握调查资料整理与分析的相关概念； 2.调查资料审核的内容和基本要求； 3.无效问卷和不满问卷的情况； 4.编码的方式、原则，编码簿的结构； 5.统计图的类型等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	6
项目 7	市场预测概论	1.能用所学理论知识指导本阶段市场营销预测的相关认知活动； 2.引导学生参加“市场预测程序设计”业务胜任力的实践训练； 3.培养其市场预测的专业能力； 4.强化其“与人交流”、“解决问题”、“革新创新”等职业核心能力；	1. 学习和把握市场预测的含义、市场预测的基本原理、市场预测的分类及内容等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	8
项目 8	判断分析预测法	1 能运用所学理论知识指导“判断分析预测法”中的相关认知活动； 2.引导学生参加“判断分析预测方法运作”业务胜任力的实践训练； 3.培养其判断分析预测的专业能力； 4.强化其“自我学习”、“解决问题”、“革新创新”等职业核心能力；	1 学习与把握集合意见法、专家预测法、德尔菲法的含义，三种定性预测方法的特点和各自的应用范围等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	8
项目 9	时间序列分析预测法	1. 能运用所学理论知识指导“时间序列分析预测”的相关认知活动； 2. 培养和提高学生特定业务情景中分析问题与决策设计的能力。	1.学习与把握简单平均值预测法、移动平均法、指数平滑法、季节指数法的含义，四种方法的特点和各自的应用范围等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	6
项目 10	撰写市场调查报告	1.能运用所学理论知识指导市场调查报告撰写中的认知活动； 2.培养学生撰写规范的市场调查报告的能力；	学习与把握市场调查报告的作用、结构和内容，撰写市场调查报告应注意的问题等陈述性知识；	案例法 讨论法 讲授法	6

六、课程实施建议

1. 教学建议

(1) 大纲制定——根据专业培养目标确定课程教学大纲，把它作为各授课教师的指导性文件，教师在此基础上设计教学进度表。

(2) 教材选用——当前选用的是由杜明汉编著、东北财经大学出版社出版的教育部高职高专市场营销专业精品教材《市场调查与商务数据分析》，同时辅助选用其他具有权威性的国家级教材。

(3) 教案制作——制作 PPT 教案。授课教师以此为基础，根据授课对象进行调整。

(4) 课堂授课——授课内容强调实用性和先进性；授课形式上体现多样化和互动性，充分运用讲授、案例讨论、情景模拟、小组 PK 等方式，启发和调动学生的学习积极性和参与意识。

(5) 辅助教学——学生可查阅网上相关资料，有针对性地准备老师布置的任务，提问答疑；

(6) 社会实践——向学生提供真实的社会实践舞台，让学生体验真实的营销活动，包括参与企业市场调研、产品上市策划、营销计划制定和促销活动的参与等。

(7) 课程考试——课程考核采用过程性考核和终结性考核相结合的方式，倡导评价的多主体性，学生要参与学习过程的评价，如进行学生的自我评价、学生对学生的评价和师生之间的互相评价、实习企业评价等；理论考核与实践考核相结合，将职业资格证书考核、技能大赛、社会服务能力等相结合进行评价。

对学生学习情况的检测可采用闭卷笔试、开卷笔试、模拟训练、调研报告、面试等多种考试形式，建立起多元化的人才质量评价体系。具体内容如下：

平时成绩（30%）：注重评价学生的学习态度，结合平时纪律、出勤、作业质量、知识掌握情况、项目完成情况综合评价学生成绩。

实训成绩（40%）：注重过程考核，结合学生课堂互动表现力和实践中分析问题、解决问题能力，语言表达能力、团队协作能力全面综合评价学生成绩。

期末成绩（40%）：注重学生理论知识的理解与掌握，理论与实际相结合的运用能力。

总评成绩按平时（30%）+期末（40%）+实训（30%）的方法评定。

(8) 教学总结和研究——包括教学环节经验总结和存在问题分析、学生成绩分析、考试结果分析等。同时，定期和不定期地举行教学内容、教学方法、课程体系等讨论活动，并经常性地教学改革和教学研究，注重教学的有效性。教学中要充分发挥学生的主体作用和教师的主导作用，从学生的实际和企业岗位的需求出发，遵照学生的学习特点和认识规律，突出培养学生解决实际问题的能力和适应社会的应变能力。

2. 实践教学

实践教学采取各种方式，具体做法有：

(1) 案例分析讨论。一般以小组为单位，在案例准备和小组讨论中培养学生的团队精神、合作意识和分工合作完成任务的技巧。每一章至少会安排一次这样的活动，

通过参加此类活动，提高学生的综合素质和实践能力。

(2) 实践性活动。实践活动根据课程内容的需要进行安排，包括实地参观、专题调察等。如讲授实地调察内容时，可将学生带到零售超市、街头等地方进行。通过近距离观察，启发学生的独立思维；在个人或小组调研报告的课堂展示和交流中，学生得以加深对所学知识的理解，增强其理论运用于实践的意识，培养和提高分析问题、解决问题的能力。

(3) 多种学习活动方法针对不同的学习情境。选用不同特点的教学方法，教师从知识传授者的角色转为学习过程的组织者、咨询者和指导者，最终将学习的动力传达到学生身上，使教学过程向学生自觉的学习过程转化。建议采用教学方法如下：问题引导法、讨论法、探究法、演示模仿法、比较法、分组学习法、小组竞赛法、自查法、组间互查法、抽查法、自主学习法、反复训练法、点评法。

(4) 理论与实践相结合，主动学习与被动学习相结合。在实践中学知识，在学知识中长技能，整个教学过程中既有老师讲授也要有学生自主学习，既有规定的实践任务也有学生的自主实践；整个教学过程注重培养学生自主学习能力和思考习惯，提高学生分析问题和解决实际问题的能力。

3. 教学资源开发

学习包和教材都是素材性资源。教材是知识的载体，学习包是引导学生学习的载体。因此，要开发学习包，突出以学生为中心的学习过程，将本课程的教学内容与现实的市场情况紧密结合，并体现学生职业生涯发展的需要。学习包的开发，可充分利用当前丰富的网络资源。

教学中学生的问题、困惑、见解、情感和体验等都是动态生成的课程资源，教师应重视这些教学过程中动态生成的课程资源，并主动和创造性地运用，使以项目为主的教学充满生机与活力。

新媒体营销

一、课程基本信息

课程名称	新媒体营销				
课程代码		学时	64	学分	4
授课时间	第二学期		适用专业	市场营销专业，电子商务专业	
课程性质	专业核心课				
先修课程	市场营销 电子商务基础 管理学		后续课程	顶岗实习	

二、课程定位

本课程是市场营销与电子商务专业的专业技术课程。本课程的任务是使学生通过本课程的学习使学生掌握新媒体营销策划与岗位的基本知识，实现解决完整项目的策划与创新能力，实现课纲融合。

三、课程设计思路

本课程是一门理论与实践相结合的专业核心课程，兼顾市场营销与电子商务的课程。在市场营销理论的基础上能有效地运用 AE、PR、PS 等软件并结合到目标方案的策划与设计的技能，为此而设置这门课程。其总体设计思路是，打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以工作任务为中心组织课随着多媒体技术的发展，新媒体的种类及定义都在发生重大变化，而针对新媒体行业的营销策划与创意已经成为当前社会发展的趋势与主流。在项目策划中新媒体是初传统媒体外被较为广泛接受和使用传播方式。大量的产品、作品、任务都通过新媒体营销来达成其目的的。为此我们采用以实例为主的项目教学方法，通过大量的典型项目方案策划与设计实例，让学生从内容，并让学生在完成具体项目的过程中学会完成相应工作任务，并构建相关理论知识，发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要，并融合了相关职业资格证书对知识、技能和态度的要求。项目设计以由针对新媒体营销为线索来进行。教学过程中，要通过校校合作，校企合作，校内实训基地建设等多种途径，采取工学结合，充分开发学习资源，给学生提供丰富的实践机会。评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，通过理论与实践相结合，重点评价学生的职业能力。

四、课程目标

（一）能力目标

1. 熟悉新媒体平台内容策划和活动策划，用户的运营，促销活动及文案的撰写。
2. 具有利用网络工具开展市场调研、收集处理商务信息、撰写商情报告的能力。
3. 具有运用网络工具开展公关活动、进行公关策划的能力，如站点宣传策划、网络广告策划等。
4. 具有新媒体营销策略综合运用能力。
5. 培养学生基本能力（学习能力、语言能力、信息能力、实践能力）、专业能力和发展能力（如公关能力、创新能力、管理能力）等。

（二）知识目标

根据“必需”、“够用”的原则，让学生了解并掌握新媒体营销的基本理论、基本方法，着重在解决实际问题中的应用能力。

（三）素质目标

1. 培养学生适应网上工作的好业务素质和身心素质，具备一定的新媒体营销基本素质，增强学生的现代市场竞争意识。
2. 培养学生分析问题、解决问题的实际运用的能力。
3. 培养学生自身可持续发展的能力，在转换岗位职业后在复杂变化的环境中重新获得新的职业知识与技能。
4. 学生应具有较强的政治素质，具有合作精神和创新精神。

五、课程内容及要求

序号	教学内容	能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
1	教学项目 1——新媒体营销的理论基础	了解掌握基本理论	任务 1-1 新媒体营销的诞生和发展状况 任务 1-2 新媒体营销的基本概念 任务 1-3 新媒体的职能和内容体系 任务 1-4 新媒体信息传递及一般原理 任务 1-5 新媒体营销环境及影响因素分析	项目化教学，多媒体讲授	12
2	教学项目 2——实践性教学	了解掌握新媒体营销的常用工具和方法	任务 2-1 新媒体营销的常用工具和方法	“教学做”一体、项目化教学，多媒体讲授方法	12
3	教学项目 3——新媒体营销的策划与设计	掌握新媒体营销的策划方案设计	任务 3-1 网站推广 任务 3-2 搜索引擎 任务 3-3 新媒体平台	“教学做”一体、项目化教学。	14

4	教学项目 4——实践运用	新媒体运营的阶段及其特点,新媒体营销模式的基本功能与一般规律	任务 4-1 网站推广方案与实践 任务 4-2 搜索引擎方案与实践 任务 4-3 新媒体平台方案与实践	“教学做”一体、项目化教学。	26
---	--------------	--------------------------------	---	----------------	----

六、课程实施建议

(一) 教学建议

1. 教学团队基本要求

1) 具备经济管理类专业大学本科以上学历(含本科),并接受过职业教育教学方法论的培训,具备高校教师资格。

2) 具备 PS、PR、AE 等作品制作方面的相关知识。

4) 具备教学组织、管理及协调能力。

5) 具有相应行业资格证。

2. 教学条件

校内实训基地新媒体运营工作室

3. 教学方法与手段

(一) 教学方法

采用讲授法、案例法、任务驱动法、多媒体教学。

改革教学方法,融“教学做”于一体。打破传统的课堂讲授与实训教学分段实施的方式,而是在校内学生创新设计中心,边讲授、边训练。学生在教中学,在学中做。本课程授课内容分为两大部分,分别是基础理论知识部分和项目实做部分。教师在基础理论知识讲授后,就将学生分为若干项目组,每一组指定一名团队负责人。学生以团队设计的方式参与到项目的实做部分,通过项目实做的方式学习产品开发与创新的知识。在这个过程中,教师巡回指导。每一个项目设计完毕后,每个项目团队都要给其他人展示设计,并接受其他团队的问询。项目团队的最终成绩由教师和其他项目团队共同打分决定,以此来提高学生的学习兴趣和参与乐趣。。

(二) 教学手段

本课程配有校内实训基地新媒体工作室,以满足教学过程中理论教学和实践教学相互融合的需要。需要配备与企业实际业务相同的网络平台和信息化软件,使之具备现场教学、实验实训的功能,实现教学与实训合一,满足教、学、做一体化的要求。

4. 课程资源的开发与利用

1、教材编写

(1) 以市场营销专业职业技能要求为标准,全面、系统地介绍了新媒体营销的基本理论及相关技术。

(2) 理论与实践紧密结合,书中配以大量的典型案例和实训题目辅助学习。

(3) 教材应图文并茂,理论与实践相结合,提高学生的学习兴趣,。教材表达必须精炼、准确、科学。

(4) 教材内容应体现先进性、通用性、实用性,要将本专业新技术、新方法、新成果及时地纳入教材,使教材更贴近本专业的发展和实际需要。

(5) 教材中的活动设计的内容要具体,并具有可操作性。

2、信息技术应用

(1) 注重课程资源和现代化教学资源开发和利用,这些资源有利于创设形象生动的工作情景,激发学生的学习兴趣,促进学生对知识的理解和掌握。建议加强课程资源的开发,建立多媒体课程资源的数据库,努力实现跨学校多媒体资源的共享,以提高课程资源利用效率。

(2) 积极开发和利用网络课程资源,充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网上信息资源,使教学从单一媒体向多种媒体转变;教学活动从信息的单向传递向双向交换转变;学生单独学习向合作学习转变。

(3) 运用现代教育技术和虚拟现实技术,建立虚拟社会、虚拟企业、虚拟项目等仿真教学环境,优化教学过程,提高教学质量和效率,有利于规范学生操作流程,有利于培养学生专业素质。

(4) 建立习题库及答案,同时为学生提供了多种版本的参考书,有利于学生复习和巩固知识,建立学习资料库,推荐国内与专业有关的网站地址,积极引导与培养学生学会自主学习、资料查询等能力。

3. 教材选用

(1) 打破传统的学科教材模式,以本课程标准为依据进行教材编写。

(2) 校企和校校联合编写教材,教材编写以校企合作、理实一体化培养高技能人才的要求为目标,注重能力本位的原则,力求突出“理论够用、重在实操”和“简单明了、方便实用”的特色,内容应具有较强的应用性和针对性,编写的目的主要是为了培养具有良好职业道德、具有一定理论知识、具有较强操作和实践能力、具有可持续发展能力的新媒体营销人才。

(3) 通过工作任务的需求,以够用为度为原则,设定能力目标,能力标准,引入高职学生所必需的理论知识,加强实际操作能力的训练。

(4) 教材应图文并茂，提供大量的实际示例图，提高学生的学习兴趣和对于技术的理解与掌握。

(三) 考核建议

进行课程教学考核与评价，可以考查学生对课程基础知识和基本技能的掌握情况，以及是否具备运用基本理论和方法发现问题、分析问题、解决问题的技能了，从而可以检查教学效果，改进教学工作，提高教学质量。

课程整体成绩有课程考核成绩和职业技能认证（实践）成绩两部分组成，其中课程考核成绩占课程整体成绩 50%，职业技能认证（实践）成绩占课程整体成绩的 30%，平时成绩占课程整体成绩 20%。

课程整体成绩表（一）

考核类型	成绩	权重	课程整体成绩
课程考核	100	0.3	100
职业技能认证	100	0.2	
平时成绩	100	0.5	

课程考核成绩表（二）

项目名称	成绩		权重	项目成绩	项目成绩权重	课程考试成绩			
	知识	技能							
项目 1	知识	100	0.3	100	0.1	100			
	技能	100	0.5						
	态度	100	0.2						
项目 2	知识	100	0.3	100	0.1		100		
	技能	100	0.5						
	态度	100	0.2						
项目 3	知识	100	0.3	100	0.4			100	
	技能	100	0.5						
	态度	100	0.2						
项目 4	知识	100	0.3	100	0.4				100
	技能	100	0.2						
	态度	100	0.1						

商品详情页制作

一、课程基本信息

课程名称	商品详情页制作				
课程代码	1500097	学时	52	学分	3
授课时间	第一学期	适用专业	电子商务专业		
课程性质	专业核心课				
先修课程	《电子商务基础》《商品文案撰写》	后续课程	《跨专业综合实训》		

二、课程性质与任务

《商品详情页制作》是电子商务实训的一门集中实训课程，是在学习了图片的基本处理技巧的基础上的综合实际应用。网店图片是商品信息的重要展示窗口，该商品详情页制作的好坏将会直接影响商品的购买率。商品详情页制作既有一定的规律性，又有很大的自由发挥空间。本教学任务需引导学生在观察、分析网络资源中寻找规律，总结商品详情页应包含的最基本图片和商品信息，完成商品详情页的制作。在此基础上，引导学生结合销售的商品对商品详情页进行创新制作，使学生在观察中掌握规律，在规律制作中寻求创新。

三、课程目标与要求

(一) 能力目标

- 1.用 photoshop 平面设计图片处理软件掌握常用工具的不同用途
- 2.熟悉图片处理的基本操作
- 3.能够结合运营知识，制作不同端口的完整的商品详情页
- 4.能够拍摄商品详情页的短视频

(二) 知识目标

- 1.掌握电子商务商品摄影及后期设计
- 2.学会图像采集、图像美化、产品图片设计制作、视频拍摄店铺装修设计
- 3.了解网络营销方法、技巧

(三) 素质目标

- 1.具有观察、发现问题的能力
- 2.具有团队协作能力、自主学习能力、创新能力、沟通表达能力、独立思考问题能力
- 3.树立真实宣传产品理念，提升职业道德和诚信意识

4.通过不断完善商品详情页，培养精益求精的工匠精神

5.热爱中国传统文化，厚植爱国主义情怀

四、课程结构与内容

《商品详情页制作》是电子商务专业学生提升综合技能的课程，是电子商务综合职业能力培养的重要组成部分，通过理论与实操相结合的实训形式，提高学生的综合技能，培养学生探索知识的乐趣、良好的思维习惯和初步的科学实践能力。根据人才培养方案和学情分析，本课程整合为三个端口详情页制作。包括移动端详情页制作、PC端详情页制作、跨境端详情页制作。

五、课程实施与保障

1.教学团队基本要求

主要由学校专任教师和来自行业企业兼职教师组成，以专业（群）建设作为开展校企合作的工作平台，专任教师和行业企业兼职教师发挥各自优势，分工协作，基本理论教学主要由专任教师完成、实际实操课程由企业兼职教师辅助讲授。

2.教学条件

利用已有电子商务综合实训基地的新零售体验馆、商品信息采集工作室、视觉设计工作室等硬件。利用丰富的网络教学资源、嗨一领客校内创业平台、学习通教学平台、photoshopCS6 等软件，支撑课程的正常运行，并能有效共享。

3.教学方法与手段

根据课程内容和学生特点，灵活运用案例分析、分组讨论、启发引导等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教学效果。遵循学生主体，教师主导的教学理念，以真实的企业项目为载体，采用任务驱动、案例教学、情境教学、在线实操教学等方法，并将德育教育贯穿始终。

采用多种信息化手段辅助教学，包括教学资源平台、学习通、校内创业平台—嗨！领客、微信公众号等。

4.课程资源的开发与利用

以职业能力培养为重点，与行业企业合作进行基于工作过程的课程开发与设计，充分体现职业性、实践性和开放性的要求。根据行业企业发展需要和完成职业岗位实际工作任务所需要的知识、能力、素质要求，选取教学内容，并为学生可持续发展奠

定良好的基础。遵循学生职业能力培养的基本规律，以真实工作任务及其工作过程为依据整合序化教学内容，科学设计学习性工作任务，教、学、做结合，理论与实践一体化，实训、实习等教学环节和岗位对接。课程资源全部共享至网络教学平台，供学生反复学习使用。

5.教材选用

按照高等职业院校专业教学标准（财经商贸大类），根据电子商务专业人才培养方案，教材选取本专业教学团队出版教材《商品详情页设计与制作》。

六、授课进程与安排

表1 教学进程安排

序号	教学内容	能力目标	知识目标	教学方法及手段	学时
模块一	店标设计	掌握不同产品对配色的要求	1.店标制作原则 2.店标制作	案例化教学，制作店标	2
	商品信息采集	会对商品详情页所需信息进行采集	1.商品信息采集与摄影理论 2.拍摄技巧 3.基本图片处理	利用实训室进行实践教学，培养学生的信息采集能力	2
	移动端主图制作	会制作移动端常规商品主图	1.移动端常规主图制作原则 2.制作移动端常规主图	引入“食品”类目真实案例，“教学做”一体、任务驱动教学，通过多媒体手段讲授案例分析，会制作移动端常规主图	2
	移动端详情页制作	会制作移动端详情页	1.移动端详情页制作原则 2.从运营角度制作移动端详情页	引入“食品”类目真实案例，“教学做”一体、任务驱动教学，通过多媒体手段讲授案例分析，会制作移动端详情页	4
	移动端视频制作	会制作移动端短视频	1.移动端视频制作原则 2.制作移动端视频	引入“食品”类目真实案例，“教学做”一体、任务驱动教学，通过多媒体手段讲授案例分析，会制作移动端视频	4
	移动端小结	本模块内容小结	1.知识回顾 2.拓展延伸	应用虚拟仿真平台，总结本项目情况	2
模块二	店标设计	掌握不同产品对配色的要求	1.店标制作原则 2.店标制作	案例化教学，制作店标	2
	商品信息采集	会对商品详情页所需信息进行采集	1.商品信息采集与摄影理论 2.拍摄技巧 3.基本图片处理	利用实训室进行实践教学，培养学生的信息采集能力	2



	PC 端主图制作	会制作 PC 端常规商品主图	1.PC 端常规主图制作原则 2.制作 PC 端常规主图	引入“3C”产品真实案例，“教学做”一体、任务驱动教学，通过多媒体手段讲授案例分析，会制作 PC 端常规主图	2
	PC 端详情页制作	会制作 PC 端详情页	1.PC 端详情页制作原则 2.从运营角度制作 PC 端详情页	引入“3C”产品真实案例，“教学做”一体、任务驱动教学，通过多媒体手段讲授案例分析，会制作 PC 端详情页	4
	PC 端视频制作	会制作 PC 端短视频	1.PC 端视频制作原则 2.制作 PC 端视频	引入“3C”产品真实案例，“教学做”一体、任务驱动教学，通过多媒体手段讲授案例分析，会制作 PC 端视频	4
	PC 端小结	本模块内容小结	1.知识回顾 2.拓展延伸	应用虚拟仿真平台，总结本项目情况	2
模块三	店标设计	掌握不同产品对配色的要求	1.店标制作原则 2.店标制作	案例化教学，制作店标	2
	商品信息采集	会对商品详情页所需信息进行采集	1.商品信息采集与摄影理论 2.拍摄技巧 3.基本图片处理	利用实训室进行实践教学，培养学生的信息采集能力	2
	跨境端主图制作	会制作跨境端常规商品主图	1.跨境端常规主图制作原则 2.制作跨境端常规主图	引入“服装”类目真实案例，“教学做”一体、任务驱动教学，通过多媒体手段讲授案例分析，会制作跨境端常规主图	2
	跨境端详情页制作	会制作跨境端详情页	1.跨境端详情页制作原则 2.从运营角度制作跨境端详情页	引入“服装”类目真实案例，“教学做”一体、任务驱动教学，通过多媒体手段讲授案例分析，会制作跨境端详情页	4
	跨境端视频制作	会制作跨境端短视频	1.跨境端视频制作原则 2.制作跨境端视频	引入“服装”产品真实案例，“教学做”一体、任务驱动教学，通过多媒体手段讲授案例分析，会制作跨境视频	4
	跨境端小结	本模块内容小结	1.知识回顾 2.拓展延伸	应用虚拟仿真平台，总结本项目情况	2
模块四	详情页整体设计	详情页整体设计	1.掌握详情页制作的一致性、连贯性 2.了解详情页制作中的常见问题	应用案例分析，问题导向，会根据商品特点制作一套完整的详情页	4

表2 考核方式

总评成绩构成	考核内容	考核方式	分值	备注
平时成绩 10%	是否能够按照要求的品质完成任务，是否能够根据课程要求，在要求的时间段能完成，在课堂中承担的职责的多寡及轻重，与任务相关的作业，沟通说明能力，能够对同学提供力所能及的帮助，在课堂或者作业中是否能够积极的配合	考查	10	课堂考查
项目成绩 45%	“食品”类目移动端详情页制作	作品	15	课外完成
	“3C”类目PC端详情页制作	作品	15	课外完成
	“服装”类目跨境端详情页制作	作品	15	课外完成
考勤成绩 10%	学习平台上的签到、互动情况	考勤	10	课堂考查
期末成绩 35%	期末作品	作品	35	课外完成
	期末考试	考查		期末考试
总 评			100	