



广州华南商贸职业学院

课程标准



学 院： 经济管理学院

专 业： 电子商务（新农人方向）

年 级： 2022 级

教学科研部制

目录

《经济学基础》课程标准	1
《商务数据分析与应用》课程标准	15
《电子商务实务》课程标准	31
《商品摄影技术》课程标准	45
《平面美工设计 (PS)》课程标准	63
《搜索引擎优化 (SEO)》课程标准	87
《网页设计与制作 (HTML5+CSS3)》课程标准	104
《网络营销实务》课程标准	118
《电商运营推广 (C 店)》课程标准	144
《电商运营推广 (B 店)》课程标准	170
《电商新媒体技术》课程标准	195
《农村电商运营管理》课程标准	221
《电商新媒体运营》课程标准	245
《电商直播技术》课程标准	261
《跨境电子商务实务》课程标准	286
《短视频营销实务》课程标准	301
《商务谈判技能》课程标准	317
《农产品市场营销》课程标准	332
《网络编辑实务》课程标准	380
《网页设计与制作实训》课程标准	396
《电商运营推广实训 (C 店)》课程标准	405
《电商运营推广实训 (B 店)》课程标准	424

《经济学基础》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】经济学基础

【开课时间】第1学期

【学时/学分数】26学时/1.5学分

【课程类型】专业基础课

【授课对象】2022级电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《经济学基础》是理论与实践紧密结合的应用性专业课程，是电子商务专业的考查课。在电子商务等专业课程体系中，属于“专业基础必修课”模块课程。本课程教学内容包括经济学基础概述、经济学基础的历史沿革、生产理论、分配理论、交换理论、消费理论、宏观经济理论等内容。通过本门课程的学习，使学生对现代经济学基础的理论和实务操作的方法和技巧有一定的了解和掌握。

（二）课程任务

本课程的设计思路是结合高职院校学生认知规律，面向专业岗位，以培养能力为目标。教学实施突出以下几点：

1. 整合课程资源，改进教学方式，拓展学习渠道本课程在教学过程中，提醒学生留意观察生活中的见到的各种经济关系，鼓励学生结合教材中的经济模型，对生产者、消费者以及供求关系进行验证。在教师的引导下，通过分析使学生自主归纳、总结，以便增强学生对宏、微观经济基本性质、概念的理解；通过课堂练习、单项实训、综合实训来促进学生对所学理论的理解和运用，以培养其实际分析技能。通过教学方式的不断改进，并积极调动音像、互联网等各类教学资源，运用现代教育技术，充分利用多媒体教学设备，增加学生对知识的掌握程度，培养学生利用所学知识解决问题的能力。

2. 尊重个体差异，注重过程评价，促进学生发展 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，尊重个体差异；建立能激励学生学习兴趣和自主学习能力发展的评价体系。该体

系由形成性评价和终结性评价构成。在教学过程中应以形成性评价为主，注重培养和激发学生的学习积极性和自信心。终结性评价应注重检测学生的知识应用能力。评价要有利于促进学生的知识应用能力和健康人格的发展。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、发展心智和提高素质为基本理念。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《电子商务实务》	支撑销售岗位能力。培养电子商务专业技能。培养营销专业职业素质。
本课程	《经济学基础》	本课程以培养基层管理岗位经济头脑为主线，阐述经济学基本理论、基本概念和基本分析方法时，只涉及初等数学知识；用语通俗，深入浅出，简洁明快，知识性、趣味性并重。通过具体实践，强化对学生运用所学经济学的基本原理、基本规律以及方法分析具体经济现象、经济问题，形成符合逻辑的解释，并提出解决对策的能力的培养。本课程在体系和内容的安排上，既考虑了使学生掌握经济学的基本理论和基础知识的需要，还考虑了为其进一步发展和深造奠定基础的要求。
后续课程	《电商运营推广》、《搜索引擎优化》、《电商新媒体运营》	满足课程所需职能岗位的能力需求，拓展学生岗位知识技能，让学生把握和分析基本的市场动态，运用所学知识解释经济现象和处理经济问题的能力，为相关的经济管理类课程的学习和将来卓有成效地开展经济调研工作打下良好的基础。

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
（1）能够清晰描述经济学的基本理论和主要研究内容。 （2）能够正确理解和运用经济学专业术语和基本原理。 （3）能够运用专业知识理解社会现实生活中的具体经济现象，对简单经济学现象做出正确分析和预测。 （4）能够基本了解宏观经济	（1）能够清晰描述经济学的基本理论和主要内容。 （2）能够正确理解和运用经济学专业术语和基本原理。 （3）能够运用专业知识理解社会现实生活中的具体经济现象，对简单经济学现象做出正确分析和预测。 （4）能够基本了解宏观经济	（1）具有热爱科学，实事求是学风和创新意识，创新精神。 （2）指导学生树立良好的职业道德观念。 （3）掌握现代经济分析方法，知识面比较宽，具备经济分析与预测能力。 （4）具有一定的经济论文、报告等的阅读和写作能力。

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>学的相关容。</p> <p>(5) 掌握经济学的基本原理,为学好与运用财经管理类专业知识和技能服务。</p> <p>(6) 能够根据经济学的基本理论知识和技能,对市场供求发展趋势做出科学合理的预测。</p> <p>(7) 具备能够运用辩证思维方法、数理逻辑思维方法以及实证分析方法分析解决社会经济现象和具体问题。</p>	<p>学的相关内容。</p> <p>(5) 能够构建市场经济知识框架,与本专业方向链接,清楚说明经济学与所学专业知识的关系。</p> <p>(6) 具备独立学习和自主学习的能力;</p> <p>(7) 提高信息处理和应用的的能力;</p> <p>(8) 提升独立寻找解决问题的途径的能力。</p> <p>(9) 观察和分析经济现象的能力;</p>	<p>(5) 理论联系实际,指导自己的理性消费和高效的资源分配的能力;</p> <p>(6) 具有强烈的资源稀缺意识;逐渐养成节约资源、保护环境的高度自觉行为;</p> <p>(7) 更好地理解个体差异,具有一定的沟通能力和团队合作能力;</p> <p>(8) 培养和提升创造性、建设性的解决问题的素养。</p>

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
培养学生独立观察分析的能力,具备基本经济学素养和知识。	学会运用经济学基础理论及相关方法分析社会经济现象。	培养有社会主义道德品质的四有新人、健全高职学生人格、培养良好的团队协作精神、具备基本人际交往能力、沟通能力、可持续学习能力及环境适应能力等

四、课程设计思路

课程名称	经济学基础	计划总学时	26 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	揭开经济学的面纱	子情境 1-1: 认识经济学	1. 理解资源稀缺性与选择的涵义 2. 掌握人类社会基本经济问题的种类 3. 掌握经济学的研究对象	1. 区分微观经济学与宏观经济学 2. 清楚实证分析法与规范分析法	2
情境二	感悟价格	子情境 2-1: 需求理论	1. 理解影响需求、供给以及需求弹性的因素 2. 掌握供求定理的内容	1. 能够根据商品的需求价格弹性判断其经济收益 2. 分析支持价格、	2

				限制价格在经济中的运用	
		子情境2-2: 弹性理论	了解需求收入弹性与需求交叉弹性	掌握弹性计算	2
情境三	学会理性消费	子情境3-1: 理性消费	1. 了解消费者均衡的条件 2. 理解边际效用递减规律 3. 掌握边际分析法 4. 熟悉无差异曲线分析法	1. 能够注重消费者行为理论的实际应用 2. 会运用边际效用递减规律解释现实经济问题 3. 消费者剩余的实际应用	2
情境四	感知企业经营	子情境4-1: 生产者行为与选择	1. 会处理总产量、边际产量和平均产量之间的关系 2. 注重边际收益递减规律、规模经济在实际中的应用	1. 了解生产及生产函数 2. 熟悉两种生产要素的最优组合 3. 理解长期与短期的含义	
情境五	找寻市场规律	子情境5-1: 竞争与垄断	1. 了解垄断竞争市场上的产品差别竞争 2. 熟悉垄断市场上的短期均衡与长期均衡	1. 能对四种市场结构进行比较 2. 会应用价格歧视解决现实经济问题	2
		子情境5-2: 收入与分配	1. 了解生产要素的供给 2. 熟悉生产要素的价格决定 3. 理解引起收入和财产不平等的原因 4. 掌握工资、利率、地租、利润理论	1. 能运用洛伦茨曲线与基尼系数衡量收入分配 2. 能合理处理公平与效率	2
情境六	宏观经济	子情境6-1: 国民收入核算	1. 了解国民收入在宏观经济体系中的重要性 2. 理解国内生产总值的内涵 3. 理解国内生产总值与国民生产总值、经济福利之间的关系	1. 能够通过网络等手段获取我国国民收入的相关数据 2. 能够对获得的我国国民收入的相关数据进行简单的分析	2
		子情境6-2: 把握经济增长脉络	1. 能正确运用经济增长理论 2. 经济周期理论解释和研判宏观经济	1. 熟悉经济增长的含义, 理解经济增长的源泉, 了解	2

			济运行情况	主要的经济增长理论与模型 2. 熟悉经济周期的含义及其分类	
		子情境6-3: 通货膨胀与失业分析	1. 熟悉失业的含义、种类及原因 2. 理解失业对经济的影响 3. 熟悉通货膨胀的含义、类型及原因 4. 理解通货膨胀对经济的影响	1. 能够正确运用失业理论和通货膨胀理论研判宏观经济运行情况 2. 能正确运用菲利普斯曲线研判宏观经济政策的有效性	2
		子情境6-4: 宏观经济政策	1. 能够准确判断一国实施现行宏观经济政策的缘由 2. 能准确判断一国现行宏观经济政策的内容、预期目标 3. 能够客观分析判断一国现行宏观经济政策的实际效果	1. 熟悉宏观经济政策的含义 2. 理解宏观经济政策的目标 3. 理解主要财政政策与货币政策工具	4
情境七	国际经济	子情境7-1: 认识国际经济	初步了解国际交换理论和汇率	掌握汇率的计算方法	2

五、教学设计

学习情境 1:	揭开经济学的面纱	学时	2
学习目标: 1. 掌握经济学基础概念 2. 理解经济学基础三要素			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 什么是经济学 2. 如何进行资源配置 3. 经济学发展简史 4. 学会选择 5. 树立资源进行优化配置的观念 了解经济学发展简史		PPT, 案例	多媒体教室

6. 经济学的假设条件 7. 经济学的观点：成本的观点、收益的观点、条件是可变的 8. 学会分析（分析都是带前提条件的） 9. 学会计算成本和收益 10. 学会适应环境			
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 引导案例 2. 理论讲解 3. 学生讨论 4. 总结提炼	认识经济学	理论+案例+讨论 (多媒体教学、案例讨论、学生讨论)	2
课程思政	楼市调控政策与实例（大局意识、社会责任意识） 好钢用在刀刃上（节约意识） 市场竞争（竞争意识） 计划和市场都是经济手段（坚定对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信）		
总结整理	学生初次接触本课程，对课堂的认识不足，需要多加引导，其次，本门课是一门理论性很强的课程，所以在讲课的过程中，一是教学过程可以适当放慢，二是多加入案例分析，增加学生课堂参与度，并增加该课的实用性；本次课和下次课的目的都是通过对本项目的学习，对这门课程有个整体、框架性的认识，并能结合具体的例子和实际生活中的现象加深理解。		

学习情境 2:	感悟价格	学时	4
学习目标： 1. 掌握商品 货币 价值规律等基本概念			
学习内容	教学准备	教学地点	
1. 理解影响需求、供给以及需求弹性的因素 2. 掌握供求定理的内容 3. 了解需求收入弹性与需求交叉弹性	PPT, 案例	多媒体教室	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

复习提问、 导入新课、 新课讲授、 归纳总结、 布置作业、 确定预习内容等	需求理论	结合热点案例引入，以学生为中心的任务驱动时，通过小组合作、案例分析和运用线上互动资源完成项目任务	2
本任务要求学生掌握相关知识要点。 1. 学生学习思维导图的知识 2. 学生进行讨论、最终确定知识的关键点。	弹性理论		2
课程思政	人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标（学习中国共产党“以人民为中心”的执政理念） 替代关系（竞争意识） 政府政策影响供给实例（大局意识、环保意识，视野拓展） 稻谷及小麦最低收购价格制度（大局意识）		
总结整理	本节的难点在于需求和供给的变动会引起均衡价格和均衡数量如何变动，因此在教学过程中要结合案例、采取任务驱动的方式来增加学生学习的效果和兴趣；同时把传统文化贯穿到课堂中去，增强学生对我国传统文化的热爱。		

学习情境 3:	消费理论	学时	2
学习目标： 1. 掌握效用论概述、基数效用论、序数效用论			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 了解消费者均衡的条件 2. 理解边际效用递减规律 3. 掌握边际分析法 4. 熟悉无差异曲线分析法		PPT, 案例	多媒体课室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

1. 引导案例 2. 理论讲解 3. 学生讨论 4. 总结提炼	1. 效用论概述、基数效用论、序数效用论	理论+案例+讨论	2
课程思政	阶梯式水、电、气价制度（节约意识） 大学生应理性消费（节约意识） 消费者权益保护法（守法意识） 消费税暂行条例及实施细则（节约意识） 青年学生必备法律知识（守法意识）		
总结整理	在教学过程中需要进一步更新教学观念，了解学生所想，关注学生感兴趣的问题，提高教学的效果。		

学习情境 4:	生产理论	学时	2
学习目标: 1. 掌握成本论、生产可能性边界、绝对优势和比较优势、生产函数等理论			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 了解生产及生产函数 2. 熟悉两种生产要素的最优组合 3. 理解长期与短期的含义		PPT, 案例	多媒体教室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 引导案例 2. 理论讲解 3. 学生讨论 4. 总结提炼	1. 成本论、生产可能性边界、绝对优势和比较优势、生产函数等理论	理论+案例+讨论	2
课程思政	弘扬企业家精神（学习企业家精神） 大学生创业的法律常识（守法意识） 义利兼顾，以义为先（认识企业家精神） 短期生产的决策区间（节约意识） 中国制造 2025（大局意识） 生产者均衡（节约意识）		
总结整理	授课时可以通过多提问增强互动交流，激发同学们学习兴趣，寓教于乐，同时应注意更加合理的设计教学环节，增强课程内容的逻辑性。		

学习情境 5:	找寻市场规律	学时	4
学习目标： 1. 掌握平均利润和生产价格 、银行资本与利息 、土地所有权与地租 2. 了解垄断竞争市场上的产品差别竞争 2. 3. 熟悉垄断市场上的短期均衡与长期均衡			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 平均利润和生产价格 、银行资本与利息 、土地所有权与地租 2. 能对四种市场结构进行比较 3. 会应用价格歧视解决现实经济问题		PPT, 案例	多媒体课室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
复习提问、 导入新课、 新课讲授、 归纳总结、 布置作业、 确定预习内容等	竞争与垄断	结合热点案例引入，以学生为中心的任务驱动时，通过小组合作、案例分析和运用线上互动资源完成项目任务	2
本任务要求学生掌握相关知识要点。 1. 学生学习思维导图的知识 2. 学生进行讨论、最终确定知识的关键点。	收入与分配		2
课程思政	中国智能手机的市场结构（竞争意识、创新意识） 华为表态 5G 专利合理收费，不能收太低（创新意识、守法意识） 垄断竞争厂商的竞争策略（竞争意识、创新意识） “春晚”的广告威力（竞争意识） 识别不正当竞争行为（竞争意识、守法意识）		
总结整理	本节的重点在于外部性的含义、分类和市场失灵，难点在于外部性导致市场失灵的解释，在教学过程中，主要通过案例分析的方法把复杂的问题简单化。		

学习情境 6:	宏观经济理论	学时	10
学习目标: 1. 了解国民收入在宏观经济体系中的重要性 2. 理解国内生产总值的内涵 3. 理解国内生产总值与国民生产总值、经济福利之间的关系 4. 能正确运用经济增长理论 5. 经济周期理论解释和研判宏观经济运行情况			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 熟悉失业的含义、种类及原因 2. 理解失业对经济的影响 3. 熟悉通货膨胀的含义、类型及原因 4. 理解通货膨胀对经济的影响 5. 能够准确判断一国实施现行宏观经济政策的缘由 6. 能准确判断一国现行宏观经济政策的内容、预期目标 7. 能够客观分析判断一国现行宏观经济政策的实际效果		PPT, 案例	多媒体课室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
复习提问、 导入新课、 新课讲授、 归纳总结、 布置作业、 确定预习内容等	国民收入核算	结合热点案例引入，以学生为中心的任务驱动时，通过小组合作、案例分析和运用线上互动资源完成项目任务	2
本任务要求学生掌握相关知识要点。 1. 学生学习思维导图的知识 2. 学生进行讨论、最终确定知识的关键点。	把握经济增长脉络		2

复习提问、 导入新课、 新课讲授、 归纳总结、 布置作业、 确定预习内容等	通货膨胀与失业分析		2
本任务要求学生 掌握相关知识要点。 1. 学生学习思维 导图的知识 2. 学生进行讨论、 最终确定知识的 关键点。	宏观经济政策		4
课程思政	技术进步、经济体制变、新古典模型（创新意识） 坚持创新是第一动力（创新意识） 经济可持续发展（大局意识、社会责任意识、节约意识、环保意识） 绿水青山就是金山银山（大局意识、社会责任意识、环保意识） 打造统一开放、竞争有序的市场体系（大局意识、国际视野）		
总结整理	本节以理论与实践相结合的方式讲解，增加学生搜集资料、小组讨论、归纳总结、发言的环节，增加学生的参与度，提升学生的动手能力。		
学习情境 7:	国际经济	学时	2
学习目标： 掌握国际贸易理论与政策、国际收支理论、汇率理论、要素的国际流动、国际投资理论、开放的宏观经济均衡			
学习内容		教学准备	教学地点
国际贸易理论与政策、汇率理论、开放的宏观经济均衡		PPT, 案例	多媒体教室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 引导案例 2. 理论讲解 3. 学生讨论 4. 总结提炼	国际经济	理论+案例+讨论	2

课程思政	人均 GDP 超 1 万美元是什么水平？（爱国意识，增强对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信和民族自信，撸起袖子加油干，发展才是硬道理）
总结整理	注意教学重点和难点之间的联系与区别，合理分配课时

六、考核标准与方式

以项目为导向,采用形成性评价与总结性评价相结合的方式,通过平时作业、业务操作、实际业绩等方式的考核形成重要的形成性考核评价依据,特别强调实践性教学环节的考核。在形成性评价过程中充分挖掘学生的学习主动性、积极性及创新精神,注重学生职业素养与职业能力的提升。同时结合形成性评价,构筑起完整的新型教学评价方式。

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 1	1. 理解资源稀缺性与选择的涵义 2. 掌握人类社会基本经济问题的种类 3. 掌握经济学的研究对象	1. 区分微观经济学与宏观经济学 2. 清楚实证分析法与规范分析法	仿真模拟演练及实训、自评	5
情境 2	1. 理解影响需求、供给以及需求弹性的因素 2. 掌握供求定理的内容	1. 能够根据商品的需求价格弹性判断其经济收益 2. 分析支持价格、限制价格在经济中的运用	仿真模拟演练及实践	8
情境 3	1. 了解消费者均衡的条件 2. 理解边际效用递减规律 3. 掌握边际分析法 4. 熟悉无差异曲线分析法	1. 能够注重消费者行为理论的实际应用 2. 会运用边际效用递减规律解释现实经济问题 3. 消费者剩余的实际应用	仿真模拟演练及实践	8
情境 4	1. 会处理总产量、边际产量和平均产量之间的关系 2. 注重边际收益递减规律、规模经济在实际中的应用	1. 了解生产及生产函数的最优组合 2. 熟悉两种生产要素的最优组合 3. 理解长期与短期的含义	仿真模拟演练及实践	8
情境 5	1. 了解生产要素的供给 2. 熟悉生产要素的价格决定	1. 能运用洛伦茨曲线与基尼系数衡量收入分配 2. 能合理处理公平与效	仿真模拟演练及实	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
	3. 理解引起收入和财产不平等的原因 4. 掌握工资、利率、地租、利润理论	率	践	
情境 6	1. 了解国民收入在宏观经济体系中的重要性 2. 理解国内生产总值的内涵 3. 理解国内生产总值与国民生产总值、经济福利之间的关系	1. 能够通过网络等手段获取我国国民收入的相关数据 2. 能够对获得的我国国民收入的相关数据进行简单的分析	仿真模拟 演练及实训、自评	16
情境 7	掌握国际贸易理论与政策、国际收支理论、汇率理论、要素的国际流动	能运用国际投资理论、开放的宏观经济均衡理论进行分析	仿真模拟 演练及实训、自评	5
终结测试			大作业 (笔试)	40
合计				100

七、学习资源的选用（以下项目可增减）

（一）主要参考教材

《经济学基础教程》，李林燕、杨金坤 西南财经大学出版社，2024 年 7 月。

（二）其他参考资料

《经济学基础》，张永良主编 北京理工大学出版社，2022 年 8 月。

《新编经济学基础》，蒋南平主编 山东大学出版社，2018 年。

经济学基础（第 4 版），刘华主编 大连理工大学出版社，2018 年。

（三）网络资源

<http://www.cenet.org.cn/> 中国经济学教育科研网

<http://www.economists.org.cn/> 经济学家网

<http://bbs.cenet.org.cn/> 经济学论坛-中国经济学教育科研网

各大门户网站的财经频道

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

包括相关教辅材料、实训指导手册、信息技术应用、工学结合、教学实验、

网络资源、仿真软件、软硬件环境、校内外实训条件、校企合作项目等的开发与利用。

（二）师资队伍

任课老师应热爱教师岗位，本科以上学历，中级以上职称，拥有高等学校教师资格证、有较高的课堂组织能力、课程设计（开发）及教科研能力。课程要求实行 1：1 教学，即由一位专职教师和一位校外兼职教师共同完成教学任务。

专职教师：具有一定的市场营销专业知识能力，熟悉营销岗位要求，能胜任营销专业基础课和专业课的教学和科研能力，能为学生做示范，有创新能力，有团队合作精神，有良好的师德，热爱教学工作，具有高校教师资格证及本专业相关的专业职称资格。

兼职教师：行业企业从事营销相应岗位工作，具有相关工作的丰富经历，具备较强的专业技能，熟悉工作流程，热心教育，能胜任市场营销专业一体化课程教学任务及指导学生实习实训。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室开发。
2. 执笔：刘洁芳
3. 审核：卜忠群
4. 时间： 2022 年 9 月 26 日

《商务数据分析与应用》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】商务数据分析与应用

【开课时间】第 1 学期

【学时/学分数】34 学时/2 学分

【课程类型】专业基础课

【授课对象】2022 级电子商务专业群

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《商务数据分析与应用》是电子商务专业的一门专业群共享课程。目标是让学生在理解商务数据分析的意义、作用、基本流程、常用方法等理论上，掌握行业数据分析、客户数据分析、商品数据分析以及运营数据分析等典型分析任务的分析内容、分析方法与分析步骤。通过构建商务数据分析的整体知识框架、熟悉常用分析模型与分析工具，为进一步学习运营和推广课程奠定基础。

对职业能力与素养的养成起明显的促进作用：支撑业务分析人员解释业务对象，根据业务对象确定业务需求的能力；支撑数据分析人员选取合适的用于电子商务经营者决策的分析指标，并为每步操作选择合适的分析方法等的能力。同时，培养数据分析时谦虚、谨慎和务实的工作精神，引导学生遵守个人隐私、数据保护等法律法规，将敬畏数据的精神贯彻运营分析全过程，树立正确的商业价值观，坚持正确的道德观，坚持以人为本的商业思路。

（二）课程任务

本课程设计以“切合区域数据人才需求、兼顾职业发展能力”为原则，以广东省内电商企业的数据人才需求为出发点，以剖析企业数据分析师、数据运营专员、市场分析专员、客户数据分析专员等典型工作岗位为切入点，通过内容分析法抽取整理岗位发展各阶段的知识与技能要求，帮助学生了解电子商务中数据分析能力的重要性，熟悉常用的数据分析工具，掌握阅读和分析电子商务数据的各种方法。以项目教学为主要手段，积极探索教学方法与评价方法的创新，保证课程目标的实现。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《电子商务实务》	培养学生对电商运营岗位工作中涉及的数据基础知识，为后期数据分析课程奠定基础

	课程名称	作用
本课程	《商务数据分析与应用》	培养学生对电商运营过程中市场行情、数据指标进行有效分析的能力
后续课程	《电商运营管理》	对前期运营课程、数据分析课程所学知识的综合运用，培养学生运营、美工、数据处理的综合能力

三、课程培养目标

(一) 课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>(1) 理解商务数据分析的意义、作用及一般流程；</p> <p>(2) 掌握商务数据分析的常用分析模型与常用分析方法；</p> <p>(3) 掌握店铺信息、销售情况信息、买家购买情况、采购成本、库存数据、商品统计、对手和行书数据、市场预测分析的内容、方法、工具与流程。</p>	<p>(1) 能够严格遵循业务规范，实施基本的商务数据分析，根据现有运营数据进行销售、推广、员工绩效分析，支持企业数据化运营；</p> <p>(2) 能够运用多种信息渠道和工具，有针对性地收集、管理各类数据，支持企业战略目标制定与改进；</p> <p>(3) 能够根据现有客户数据进行客户画像、客户细分和价值分析，开展精准营销。</p>	<p>(1) 具备基本的职业道德，遵守个人隐私、数据保护等法律法规；</p> <p>(2) 具备熟练的计算机与网络应用能力；</p> <p>(3) 树立正确的商业价值观，坚持正确的道德观，坚持以人为本的商业思路；</p> <p>(4) 具备良好的沟通能力与团队意识，养成自主学习的习惯。</p>

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
学生应能够对市场行情、数据进行有效分析；深入分析电商行业各项数据	各项数据指标分析能力；培养数据分析能力	边学边练和思考要求学生分组，分担任务，学习配合；通过小组发言、提交练习或思考报告增强语言与文字沟通能力

四、课程设计

课程名称	商务数据分析与应用	计划总学时	34 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时

情境一	商务数据分析概述	商务数据分析概述	掌握商务数据分析的基本概念	熟悉实际工作中的商务数据分析与应用场景	2
情境二	商务数据分析指标与分析模型	商务数据分析指标与分析模型	确定数据分析目标与指标 数据分析指标与流程	(1) 流量类指标 (2) 销售类指标 (3) 推广类指标	4
情境三	数据分析思路与可视化	数据分析思路与可视化	认识各种图形、了解识图的基本方法、理清数据分析思路	认识各种图形	2
情境四	数据分析流程、数据储存、采集渠道	数据分析流程、数据储存、采集渠道	了解数据分析流程、数据库、采集渠道	掌握百度指数、360趋势、八爪鱼采集器	2
情境五	采集渠道与分析工具	采集渠道与分析工具	掌握使用生意参谋和店侦探	掌握使用生意参谋和店侦探	2
情境六	市场数据分析与可视化	行业发展分析	了解行业发展分析、市场发展趋势分析	掌握市场容量分析、市场集中度分析	2
情境七	市场数据分析与可视化	市场需求分析、客户分析、竞争分析	熟悉市场需求分析、客户分析、竞争分析	掌握市场需求趋势分析；客户品牌、价格偏好分析；竞店、竞品分析	2
情境八	运营数据分析与可视化	客户数据分析	了解客户性别、年龄、地域、购买能力、购买频率分析	熟悉并掌握客户性别、年龄、地域、购买能力、购买频率分析	4
情境九	运营数据分析与可视化	推广数据分析、销售数据分析	了解流量来源分析、关键词推广分析、销售数据分析	掌握流量来源分析、关键词推广分析、销售数据分析方法	6

情境十	运营数据分析与可视化	采购、物流、库存数据分析	了解采购、物流、库存数据分析	掌握需求预测 柱形图分析、 物流时效分析、库存数据分析方法	2
情境十一	产品数据分析与可视化	获客能力、盈利能力	了解产品获客能力、产品结构分析、SKU 分析	熟悉产品获客能力、产品结构分析、SKU 分析	2
情境十二	数据监控与数据分析报告	数据监控与数据分析报告	数据监控与数据分析报告	掌握商业报告的制作方法	2

五、教学设计

学习情境 1:	商务数据分析概述	学时	2
学习目标： 认识数据分析、大数据特征、数据分析的前景 掌握商务数据的应用。			
学习内容		教学准备	教学地点
数据分析、大数据特征、数据分析的应用前景		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	数据分析、大数据特征、数据分析的应用前景	(1) 由浅入深，以案例引入理论知识，并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示；(2) 分小点讲解理论知识，并用大量案例进行说明。	2
课程思政	掌握数据分析的能力和方法，学习数据分析可以提高学生的实操能力，获得更多的知识和技能。 作为学生，固然要学习和掌握好课堂知识，但是更重要的是要学会提高优化自己获取知识的能力和方法。学会和善于运用搜集、积累与整理知		

	识要点的学习方法,这样就可以更快地挖掘无限的知识宝藏,挺高学习、工作乃至生活的效率,最终促进自学能力和研究能力的提高。现代社会,科学技术迅猛发展,不断学习才能跟上时代的发展,而优化学习方法,才是提高学习效率的关键。
总结整理	认识数据分析、大数据特征、商务数据分析的应用

学习情境 2:	商务数据分析指标与分析模型	学时	4
学习目标: 了解数据分析目标、原则、3 类指标: 市场数据、运营数据、产品数据 流量类指标、销售类指标、推广类指标 掌握流量类指标、销售类指标、推广类指标。 掌握数据分析模型: 5W2H、4Ps 、PEST、swot、RMF 、逻辑树、漏斗模型、客户/产品生命周期			
学习内容		教学准备	教学地点
流量类指标、销售类指标、推广类指标 数据分析模型: 5W2H、4Ps 、PEST、swot、RMF 、逻辑树、漏斗模型、客户/产品生命周期		1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	流量类指标、销售类指标、推广类指标 数据分析模型: 5W2H、4Ps 、PEST、swot、RMF 、逻辑树、漏斗模型、客户/产品生命周期	(1) 由浅入深, 以案例引入理论知识, 并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示; (2) 分小点讲解理论知识, 并用大量案例进行说明。	4
课程思政	适合自己的才是最好的, 选用数据分析方法和相关的模型时, 我们可以发现无论是选择分析方法还是分析模型, 都强调了合适, 没有一种模型和方法适用于所有的企业。这也印证了这样一句话“深处种菱浅种稻, 不深不浅种荷花”。是菱, 就不要渴望是浅水, 深水才是成就梦想的天堂; 是荷花, 就不深不浅, 适合自己的才能成功生长。人生亦如此, 上帝是公平的, 机会是均等的。人生的道路要靠自己来选择, 只有适合自己, 努力拼搏才能实现双赢。要正确对待自己的选择, 不要随波逐流适合自己的才是最好的。对于现在的我们, 处于花开的季节。好好学习,		

	才是适合我们的，让我们扬帆起航，向着属于自己的海域进发！
总结整理	流量类指标、销售类指标、推广类指标 数据分析模型：5W2H、4Ps 、PEST、swot、RMF 、逻辑树、漏斗模型、客户/产品生命周期

学习情境 3:	数据分析思路与可视化	学时	2
学习目标： 认识各种图形、了解识图的基本方法、理清数据分析思路			
学习内容		教学准备	教学地点
认识各种图形、了解识图的基本方法、理清数据分析思路		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	认识各种图形、了解识图的基本方法、理清数据分析思路	（1）由浅入深，以案例引入理论知识，并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示；（2）分小点讲解理论知识，并用大量案例进行说明。	2
课程思政	将长远计划细分为多个小步骤，在进行数据分析时，我们需要明确数据分析目标，并按目标采集数据，针对采集到的数据进行相关的数据分析和数据可视化，最终撰写数据分析报告。我们在新学期或者新的一年的时候，通常也会给自己制定一个目标。		
总结整理	认识各种图形、了解识图的基本方法、理清数据分析思路		

学习情境 4:	数据分析方法、流程；数据储存、采集渠道与分析工具	学时	2
学习目标： 了解数据分析流程、数据的存储与查询方法、数据采集渠道与分析工具，能起草数据采集与			

处理方案			
学习内容		教学准备	教学地点
数据分析流程、数据的存储与查询方法、数据采集渠道与分析工具		1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	数据分析流程、数据的存储与查询方法、数据采集渠道与分析工具, 数据采集与处理方案	(1) 由浅入深, 以案例引入理论知识, 并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示;(2) 分小点讲解理论知识, 并用大量案例进行说明。	2
课程思政	将长远计划细分为多个小步骤, 在进行数据分析时, 我们需要明确数据分析目标, 并按目标采集数据, 针对采集到的数据进行相关的数据分析和数据可视化, 最终撰写数据分析报告。我们在新学期或者新的一年来的时候, 通常也会给自己制定一个目标。但是因为实际中学习生活变化很多, 又往往无法预测, 所有这个计划如果只是一个泛泛的计划, 比如, 我要在今年记住 2000 个英语单词, 这个计划延续的时间会很长, 很容易半途而废, 或者效率不高, 但是如果将这个计划进行细致划分, 例如一个星期记住 40 个英语单词, 再细致一点, 一天记住 6 个英语单词, 这样将计划分配到每周、每天去完成, 使长远计划中的任务逐步得到解决, 那么你的效率就会提高很多。		
总结整理	数据分析流程、数据的存储与查询方法、数据采集渠道与分析工具, 数据采集与处理方案		

学习情境 5:	市场数据分析与可视化(生意参谋: 市场需求分析、客户分析、竞争分析)	学时	2
学习目标: 了解市场需求变化趋势分析、目标客户分析、竞争数据分析			
学习内容		教学准备	教学地点
市场需求变化趋势分析、目标客户分析、竞		1. 教学分组;	机房

争数据分析		2. 学情分析，选择教法； 3. 课前预习； 4. 明确任务。	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	市场需求变化趋势分析、目标客户分析、竞争数据分析	(1) 由浅入深，以案例引入理论知识，并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示；(2) 分小点讲解理论知识，并用大量案例进行说明。	2
课程思政	通过学习市场数据分析和可视化,让学生更清楚更客观的对行业数据加深了解,无论选用何种方法对市场数据进行分析,都应该对行业数据较为了解,对自身的学习情况也应该加深了解,实时调整自己的学习方法和学习策略,增强自己的学习意识。		
总结整理	市场需求变化趋势分析、目标客户分析、竞争数据分析		

学习情境 6:	市场数据分析与可视化（行业发展分析）	学时	2
学习目标: 了解市场数据分析对决策的影响、行业发展分析、市场发展趋势分析 能使用 excel 进行市场容量分析、市场集中度分析			
学习内容		教学准备	教学地点
市场容量分析、市场集中度分析		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

1	市场容量分析、市场集中度分析	(1) 由浅入深, 以案例引入理论知识, 并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示; (2) 分小点讲解理论知识, 并用大量案例进行说明。	2
课程思政	通过学习市场数据分析和可视化, 让学生更清楚更客观的对行业数据加深了解, 无论选用何种方法对市场数据进行分析, 都应该对行业数据较为了解, 对自身的学习情况也应该加深了解, 实时调整自己的学习方法和学习策略, 增强自己的学习意识。		
总结整理	市场容量分析、市场集中度分析		

学习情境 7:	运营数据分析与可视化 1 客户数据分析	学时	4
学习目标: 了解客户分类 (一般按区域、购买状态、购买数量、购买行为、客户属性进行分类) 对客户特征进行分析 (性别、年龄、地域等对客户进行分析) 对客户忠诚度分析: 重复购买率, 购买频次, 新老客户占比分析, 淘宝店铺流量入口分析, 客户行为偏好分析, 客户购买能力 (客户消费层级分析) 分析			
学习内容		教学准备	教学地点
客户特征分析 (性别、年龄、地域等对客户进行分析) 对客户忠诚度分析: 重复购买率, 购买频次, 新老客户占比分析, 淘宝店铺流量入口分析, 客户行为偏好分析, 客户购买能力 (客户消费层级分析) 分析		1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

1	<p>客户特征分析（性别、年龄、地域等对客户进行分析</p> <p>对客户忠诚度分析：重复购买率，购买频次，新老客户占比分析，淘宝店铺流量入口分析，客户行为偏好分析，客户购买能力（客户消费层级分析）分析</p>	<p>（1）由浅入深，以案例引入理论知识，并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示；（2）分小点讲解理论知识，并用大量案例进行说明。</p>	4
课程思政	<p>客户的相关数据对店铺的优化至关重要，如何选择正确的分析方法以及做好优化需要树立正确的价值观，价值观是基于人的一定的思维感官之上而作出的认知、理解、判断或抉择，也就是人认定事物、辩定是非的一种思维或价值取向，从而体现出人、事、物一定的价值或作用。价值观评价的标准是对社会发展和人类进步是否有利。对我们个人而言，正确的价值观就是在符合法律、社会道德规范的前提下，充分发挥自己的主观能动性，创造尽量多的社会财富，并在此过程中，实现自己的人生理想，为社会的稳定和发展做出自己的贡献。</p>		
总结整理	市场容量分析、市场集中度分析		

学习情境 8:	运营数据分析与可视化 2(推广数据分析)	学时	4
<p>学习目标：</p> <p>了解流量来源分析、关键词推广分析、提升关键词推广效果的方法</p> <p>了解活动推广效果分析：流量分析、转化分析、吸引新客户能力分析</p> <p>了解内容运营分析：站内内容运营，站外内容运营分析</p>			
学习内容		教学准备	教学地点
<p>流量来源分析、关键词推广分析</p> <p>流量分析、转化分析、吸引新客户能力分析</p> <p>站内内容运营，站外内容运营分析</p>		<p>1. 教学分组；</p> <p>2. 学情分析，选择教法；</p> <p>3. 课前预习；</p> <p>4. 明确任务。</p>	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

1	流量来源分析、关键词推广分析 流量分析、转化分析、吸引新客户能力分析 站内内容运营，站外内容运营分析	(1) 由浅入深，以案例引入理论知识，并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示；(2) 分小点讲解理论知识，并用大量案例进行说明。	4
课程思政	通过小组作业让学生尝试分析流量、转化、及新客户能力，在项目中强调团队合作的重要性，培养学生的沟通能力和协作精神，使他们意识到在商业环境中有效沟通对于实现共同目标的重要性，增强他们的社会责任感与职业道德。		
总结整理	流量来源分析、关键词推广分析 流量分析、转化分析、吸引新客户能力分析 站内内容运营，站外内容运营分析		

学习情境 9:	运营数据分析与可视化 3(销售数据分析)	学时	2
学习目标： 了解交易数据分析、服务数据分析 交易数据分析、服务数据分析			
学习内容		教学准备	教学地点
了解交易数据分析、服务数据分析 交易数据分析、服务数据分析		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解交易数据分析、服务数据分析 交易数据分析、服务数据分析	(1) 由浅入深，以案例引入理论知识，并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示；(2) 分小点讲解理论知识，并用大量案例进行说明。	2

课程思政	通过小组作业进行交易数据和服务数据分析,强调在交易数据分析中保持透明度的重要性,讨论如何通过数据分析提升市场的公正性,防止不正当交易行为对企业和消费者的影响,借此让学生讨论金融市场中的道德问题,例如内幕交易、操纵市场等行为的影响,引导学生理解合规的重要性,培养他们的道德意识和社会责任感。
总结整理	交易数据分析、服务数据分析

学习情境 10:	运营数据分析与可视化 4 (采购、物流、库存数据分析)	学时	2
学习目标: 了解供应链的概念、采购 5R 原则、需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析 能制作需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析			
学习内容		教学准备	教学地点
了解供应链的概念、采购 5R 原则、需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析 能制作需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析		1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解供应链的概念、采购 5R 原则、需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析	(1) 由浅入深, 以案例引入理论知识, 并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示;(2) 分小点讲解理论知识, 并用大量案例进行说明。	2
课程思政	不断总结, 随着网络时代的不断发展, 人们对于物流的依靠程度不断增强, 物流服务也需要根据人们的需求不断地进行优化, 通过数据分析可以为其优化提供更好地依据和参考。在我们日常的生活和学习中是一样的, 我们也需要不断地进行总结分析, 才能更好地进步。		
总结整理	供应链的概念、采购 5R 原则、需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析		

学习情境 11:	产品数据分析与可视化(获客能力、盈利能力)	学时	2
-----------------	-----------------------	-----------	---

学习目标： 掌握产品获客能力、盈利能力分析方法			
学习内容		教学准备	教学地点
产品获客能力、盈利能力分析方法		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	产品获客能力、盈利能力分析方法	(1) 由浅入深，以案例引入理论知识，并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示；(2) 分小点讲解理论知识，并用大量案例进行说明。	2
课程思政	劳逸结合，讲究适度，虽然获客和盈利是非常重要的，但是在运营过程中，也一定要适度，适度其实代表着一种平衡，有利于可持续发展，甚至可以趋于所谓的相对完美。日常生活中，无论什么事，也都要适度。例如工作要懂得“适度”，不能把你的人生完全投入到工作中，虽然工作不仅赋予你价值感和成就感，也让你有了更为强大的经济基础，但它的终极目的不也是为了让你活得更好吗？所以学会生活才是真正目标。学习与工作一样，也需要劳逸结合，讲究适度。随着网络时代的不断发展，人们对于网络的依靠程度不断增强，搜索引擎也需要根据人们的需求不断地进行优化，优化的依据就是以往人们使用搜索引擎的数据，通过数据分析可以为其优化提供更好地依据和参考。在我们日常的生活和学习中是一样的，我们也需要不断地进行总结分析，才能更好地进步。		
总结整理	掌握产品获客能力、盈利能力分析方法		

学习情境 12:	数据监控与数据分析报告	学时	2
学习目标： 了解数据监控的流程、数据监控方法、数据分析报告 掌握数据监控方法、能编写数据分析报告			
学习内容		教学准备	教学地点

数据监控的流程、数据监控方法、数据分析报告		1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	数据监控的流程、数据监控方法、数据分析报告	(1) 由浅入深, 以案例引入理论知识, 并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示;(2) 分小点讲解理论知识, 并用大量案例进行说明。	2
课程思政	学会数据监控, 适应网络环境下的学习同样成为现代学生必须掌握的一种技能。在进行数据监控时, 需要对竞争店铺数据进行监控, 鼓励学生从信息技术、社会学、法律等多学科的角度审视数据监控的议题, 培养他们的综合思维能力; 讨论数据监控对个人隐私的影响, 引导学生思考如何在进行数据监控时平衡安全与隐私的权益, 培养他们的伦理意识。		
总结整理	数据监控的流程、数据监控方法、数据分析报告		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 1	掌握商务数据分析的基本概念	掌握商务数据分析的基本概念	熟悉实际工作中的商务数据分析与应用场景	10%
情境 2	确定数据分析目标与指标 数据分析指标与流程	(1) 流量类指标 (2) 销售类指标 (3) 推广类指标	练习测试	6%
情境 3	了解对比分析方法、分类分析方法、结构分析方法、因果分析方法	对比分析方法、分类分析方法、结构分析方法、因果分析方法	练习测试	10%
情境 4	了解数据分析流程、数据库、采集渠道	掌握百度指数、360 趋势、八爪鱼采集器	实操演练	8%

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 5	掌握使用生意参谋和店侦探	掌握使用生意参谋和店侦探	实操演练	8%
情境 6	了解行业发展分析、市场发展趋势分析	掌握市场容量分析、市场集中度分析	实操演练	10%
情境 7	熟悉市场需求分析、客户分析、竞争分析	掌握市场需求趋势分析；客户品牌、价格偏好分析；竞店、竞品分析	实操演练	10%
情境 8	了解客户性别、年龄、地域、购买能力、购买频率分析	熟悉并掌握客户性别、年龄、地域、购买能力、购买频率分析	实操演练	6%
情境 9	了解流量来源分析、关键词推广分析、销售数据分析	掌握流量来源分析、关键词推广分析、销售数据分析方法	实操演练	10%
情境 10	了解采购、物流、库存数据分析	掌握需求预测柱形图分析、物流时效分析、库存数据分析方法	实操演练	6%
情境 11	了解产品获客能力、产品结构分析、SKU 分析	熟悉产品获客能力、产品结构分析、SKU 分析	实操演练	6%
情境 12	数据监控与数据分析报告	掌握商业报告的制作方法	实操演练	10%
合计				100%

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《商务数据分析与处理》，才琳、王玥主编，北京邮电大学出版社，2022 年 8 月第 1 版

（二）其他参考资料

《商务数据分析与应用》，王艳萍主编，上海交通大学出版社，2020 年 4 月第 1 版

《电子商务数据分析（第 2 版）》，杨伟强 湛玉婕 刘莉萍主编，人民邮电出版社，2019 年出版。

《商务数据分析与应用》，吴洪贵主编，高等教育出版社，2019 年出版。

《Excel 商务数据分析与应用（慕课版）》，夏榕、高伟籍、胡娟主编，人民

邮电出版社，2019 年出版。

《电子商务数据分析与应用》，邵贵平主编，人民邮电出版社，2019 年出版。

《Excel 商务数据处理与分析（微课版）》，刘亚男、谢文芳、李志宏主编，人民邮电出版社，2019 年 5 月出版。

《电子商务数据分析（第 2 版）》，杨伟强 湛玉婕 刘莉萍主编，人民邮电出版社，2019 年出版。

（三）网络资源

充分利用互联网上的各种资源，包括本课程的相关技术论坛、博客、网站、自媒体平台，为学生提供学习和实践的平台。如以下相关网站：

- 1、慕课网 <https://www.imooc.com/>
- 2、网易云课堂 <http://study.163.com/>
- 3、搜外网 <http://seowhy.com/>

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

依托行业与业内优质企业合作，构建校企合作模式，建设校外实训基地，为学生校外实习实训提供场所。校外实训基地应具备如下功能和条件：为学生提供生产性实习实训所需岗位和指导。为学生提供真实或仿真项目、案例、任务，并确保学生能够基本完成。相关企业提供的项目、案例、任务应与学生所学专业一致；企业应为每位学生安排指导任务，并与学校的指导老师一同负责对学生进行辅导和实训管理。校外实训基地的专家作为学校的专业建设指导委员会委员，参与专业建设、人才培养方案的制定、专业技术讲座等教学环节的工作。实训基地的技术骨干可作为学校的兼职老师，为学校的教学尤其是实践教学提供指导服务。校外实训基地承担学校教师的挂职锻炼的指导任务，培养教师的双师素质。

（二）师资队伍

建议配备的专职教师应具备双师素质，中级以上职称，有三年以上高职教学经历和多年企业工作经历，掌握高职教育规律，了解高职学生特点，精通移动商务实务等知识和技能，最好是有实践操作教学经验的教师执教。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与京东物流合作开发。
2. 执笔：胡兹
3. 审核：卜忠群
4. 时间：2022 年 8 月 20 日

《电子商务实务》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】电子商务实务

【开课时间】第1学期

【学时/学分数】52学时/3学分

【课程类型】专业基础课

【授课对象】2022级电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《电子商务实务》是电子商务专业的专业基础课，也是市场营销、国际贸易、等经济管理类专业的专业必修课程。在现代信息社会中，学习电子商务知识可以使掌握信息技术和商务规则的企业和个人，系统地利用各种电子工具和网络，高效率、低成本地从事各种以电子方式实现的商业贸易活动。

（二）课程任务

《电子商务实务》是电子商务专业从事相关网络营销工作的启蒙及导入性课程。它把电子商务专业所要具备的经济、管理、技术和法律等多种知识和技能，以及电子商务在国民经济的主要行业中的应用概况，给予提纲挈领的介绍，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，为今后分门别类详细学习各类、各门专业课程打下良好的基础。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《商品摄影技术》、《管理学基础》	支撑销售岗位能力。培养营销专业职业素质。培养网络营销专业技能。
本课程	《电子商务实务》	支撑销售岗位能力。培养电子商务专业技能。培养营销专业职业素质。
后续课程	《新媒体营销》	支撑销售岗位能力。培养营销专业职业素质。培养新媒体营销专业技能。

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
1. 掌握电子商务的概念, 电子商务一般框架结构; 2. 了解电子商务的发展历程, 对应用现状和发展趋势有较全面认识和判断; 3. 掌握当前电子商务的主要赢利模式; 4. 掌握 B2B、B2C、C2C 电子商务的基本运作模式;	1. 能讲述我国电子商务的发展史及关键年份的重要事件; 2. 能利用网络进行个人学习、生活和工作的调研, 分析相关电子商务的应用。 3. 能够为某企业或商家编写一份网络营销策划书。	1. 团队协作能力、社会责任心、诚信的品德; 2. 人际交流和沟通能力; 3. 解决问题和创新能力; 4. 吃苦耐劳、勤劳工作的敬业精神和职业素养。

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
岗位认知、基础操作、工作任务执行、工作改进与创新等	一般能力、组织管理能力、创新能力、业务能力等	团队协作能力、人际交流和沟通能力、解决问题和创新能力

四、课程设计思路

课程名称	电子商务实务	52 学时		
情境名称	情境描述	知识点	能力点	参考学时
情境一	电子商务基础知识	1. 电子商务的基本概念; 2. 电子商务的功能和优势; 3. 电子商务的发展现状; 4. 电子商务产生的影响。	1. 互联网状况数据搜索; 2. 商业信息检索的操作技能; 3. 即时通信工具应用的操作技能。	2
情境二	电子商务技术基础	1. 网络概念与网络拓扑结构 2. IP 的意义与分类 3. 理解域名的意义与分类	1. 绘制简单的网络拓扑结构; 2. IP 地址分类; 3. 能为相关网站进行域名申请。	2
情境三	电子商务模式	1. 电子商务的分类; 2. 电子商务系统框架; 3. 电子商务发展新模式	1. 当前主流电商平台的运营模式分析; 2. B2C 网站购物操作技能; 3. C2C 网站购物操作技能。	6

情境四	电子商务开店模块	1. 网上开店基本流程； 2. 开店模式的选择； 3. 开店平台的选择； 4. 京东开店。	1. 网上开店的基本流程； 2. 网上开店需要准备的事项； 3. 绘制出网上开店的流程图。	8
情境五	电子商务页面编辑模块	1. HBuilderX 软件安装及常用操作； 2. HTML 语法及网店装修常用标签； 3. PC 端首页装修； 4. App 端首页装修。	1. HBuilderX 软件的下载及安装； 2. HBuilderX 软件界面认知； 3. HBuilderX 软件常用操作； 4. HBuilderX 软件穿件基本 HTML 项目。	6
情境六	电子商务安全	1. 电子商务的安全性要求； 2. 加密安全体制； 3. 身份认证与信息认证； 4. 电子商务安全交易协议。	1. 电子商务安全交易操作技能； 2. 数字证书的申请应用技能； 3. 安全电子邮件配置操作技能。	6
情境七	电子支付	1. 认识电子支付； 2. 第三方支付平台与3. 移动支付。	1. 电子支付的相关知识； 2. 电子支付工具； 3. 使用电子支付，网上购物； 4. 网上银行的申请、开通和使用方法。	4
情境八	网店客服	1. 初识网店客服； 2. 售前、售中、售后客服。	1. 网店客服的概念； 2. 掌握网店客服应具备的知识和基本素质。 3. 掌握网店客服应具备的操作技能； 4. 能够分析顾客的消费心理，丰富语言	4

			表达能力； 5. 具备良好的心理素质及应变能力。	
情境九	营销手段及推广	1. 电子商务营销推广概述； 2. 电子商务平台内营销推广； 3. 新媒体平台营销推广。	1. 了解电子商务营销的特点和发展趋势； 2. 能够熟练运用操作平台内活动进行营销； 3. 熟悉新媒体平台营销推广的相关知识； 4. 主练操作平台内付费退费，活动营销。	6
情境十	电子商务物流	1. 物流的概念和价值； 2. 物流活动的基本要素； 3. 电子商务物流的概念； 4. 第三方物流的概念。	1. 淘宝推荐物流操作技能； 2. 物流在线下订单操作技能； 3. 掌握电子商务下物流配送的运作模式。	4
情境十一	电子商务前沿与展望	1. 领域前沿； 2. 技术前沿； 3. 模式前沿； 4. 电商时代。	1. 熟练应用分析电商领域前沿的方法； 2. 我分析电商领域前沿的思路； 3. 熟练应用电商前沿技术。	4

五、教学设计

学习情境一：	电子商务基础知识	学时	2
学习目标： 1. 掌握当前主流电商平台的运营模式分析 2. 掌握 B2C 网站购物操作技能； 3. 掌握 C2C 网站购物操作技能；。 4. 理解电子商务的分类； 5. 理解电子商务系统框架； 6. 理解电子商务发展新模式			

学习内容		教学准备	教学地点
1. 电子商务的基本概念； 2. 电子商务的功能和优势； 3. 电子商务的发展现状； 4. 电子商务产生的影响。		教材、PPT、多媒体	3-305
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
(一) 商务与电子商务	1. 什么是商务？ 2. 什么是电子商务？ 3. 电子商务的概念模型 4. 传统商务与电子商务的比较	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学；	2
思政元素	聚焦电商伦理与法规，培养诚信经营意识，强化数据分析与创新能力，引导学生树立正确价值观，助力电商行业健康发展，实现个人价值与社会责任的双赢。		
总结整理	教学内容与生活实际相联系，学以致用得以有效实现，在进行教学时，用贴近生活的话题来吸引学生，效果良好。		
学习情境二：	电子商务模式	学时	2
学习目标： 1. 掌握互联网状况数据搜索； 2. 掌握商业信息检索的操作技能； 3. 掌握即时通信工具应用的操作技能； 4. 理解电子商务的基本概念； 5. 理解电子商务的功能和优势； 6. 理解电子商务的发展现状； 7. 理解电子商务产生的影响。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 电子商务的基本概念； 2. 电子商务的功能和优势； 3. 电子商务的发展现状； 4. 电子商务产生的影响。		教材、PPT、多媒体	3-305
教学组织	教学内容	教学方法建议	学时分配

步骤			
电子商务概述	一、案例引入 二、电子商务的定义及要素 三、电子商务的分类 四、电子商务与传统商务	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学；	2
思政元素	通过案例引入，明晰电商定义及要素，辨析电商分类，对比电商与传统商务。培养诚信经营、创新思维，强化数据分析，树立法治观念，助力学生成为有责任感、有担当的电商人才。		
总结整理	教学内容与生活实际相联系，学以致用得以有效实现，在进行教学时，用贴近生活的话题来吸引学生，效果良好。		

学习情境三：	电子商务技术基础	学时	6
学习目标： 1. 网络概念与网络拓扑结构 2. IP 的意义与分类 3. 理解域名的意义与分类 4. 绘制简单的网络拓扑结构 5. IP 地址分类 6. 能为相关网站进行域名申请			
学习内容	教学准备	教学地点	
1. 网络概念与网络拓扑结构 2. IP 的意义与分类 3. 域名的意义与分类 4. 网络拓扑结构 5. IP 地址分类 6. 域名申请	教材、PPT、多媒体	3-305	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
电子商务网络技术	一、B2B 简介 二、B 2 B 交易流程 三、B2B 交易模式的类型 四、国内目前 B2B 企业主要盈利模式	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学；	6

	五、B2B 发展现状 六、国内典型网站分析—阿里巴巴		
思政元素	树立诚信经营、合作共赢理念，分析阿里巴巴等典型案例，培养学生市场洞察力与责任感，助力电商行业健康发展。		
总结整理	教学内容与生活实际相联系，学以致用得以有效实现，在进行教学时，用贴近生活的话题来吸引学生，效果良好。		

学习情境四：	网络营销	学时	8
学习目标： 1. 理解网络营销概念 2. 掌握网络营销产品策略 3. 掌握网络营销价格策略 4. 掌握网络营销渠道策略 5. 掌握网络营销促销策略 6. 掌握搜索引擎营销 7. 掌握微信、微博营销			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 网络营销概念 2. 网络营销产品策略 3. 网络营销价格策略 4. 网络营销渠道策略 5. 网络营销促销策略 6. 搜索引擎营销 7. 微信、微博营销		教材、PPT、多媒体	3-305
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
网络营销	1、网络营销的含义 2、传统市场营销与网络营销 3、电子商务与网络营销 4、网络营销的职能	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学；	8
思政元素	培养学生具备市场分析、策略规划与执行的能力，同时树立法治观念，遵守网络营销的法律法规，助力企业健康发展和个人职业素养的提升。		

总结整理	教学内容与生活实际相联系，学以致用得以有效实现，在进行教学时，用贴近生活的话题来吸引学生，效果良好。
-------------	--

学习情境五：	电子商务安全	学时	6
学习目标： 1. 掌握电子商务安全交易操作技能； 2. 掌握数字证书的申请应用技能； 3. 掌握安全电子邮件配置操作技能。 4. 理解电子商务的安全性要求； 5. 理解加密安全体制； 6. 理解身份认证与信息认证； 7. 理解电子商务安全交易协议。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 电子商务的安全性要求； 2. 加密安全体制； 3. 身份认证与信息认证； 4. 电子商务安全交易协议。 5. 电子商务安全交易操作技能； 6. 数字证书的申请应用技能； 7. 安全电子邮件配置操作技能。		教材、PPT、多媒体	3-305
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
电子商务安全	一、传统支付 二、电子支付 三、电子支付方式 网上银行使用及安全	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学；	6
思政元素	强调诚信支付、资金安全与个人隐私保护的重要性。培养学生具备现代支付观念，遵守支付法规，提升网络安全意识，为构建安全、便捷的支付环境贡献力量。		
总结整理	教学内容与生活实际相联系，学以致用得以有效实现，在进行教学时，用贴近生活的话题来吸引学生，效果良好。		

学习情境十：	电子商务物流	学时	6
学习目标： 1. 掌握淘宝推荐物流操作技能 2. 掌握物流在线下订单操作技能 3. 理解物流的概念和价值； 4. 理解物流活动的基本要素； 5. 理解电子商务物流的概念； 6. 理解第三方物流的概念。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 物流的概念和价值； 2. 物流活动的基本要素； 3. 电子商务物流的概念； 4. 第三方物流的概念。 5. 淘宝推荐物流操作技能 6. 物流在线下订单操作技能		教材、PPT、多媒体	3-305
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
电子商务物流	一、物流概况 二、电子商务与物流 三、电子商务与物流的关系	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学；	6
思政元素	培养学生具备团队协作、创新思维和解决问题的能力，同时树立诚信经营、客户为中心的服务意识，为电子商务与物流行业的融合发展贡献力量，促进社会经济的可持续发展。		
总结整理	教学内容与生活实际相联系，学以致用得以有效实现，在进行教学时，用贴近生活的话题来吸引学生，效果良好。		

学习情境十一：	电子商务前沿与展望	学时	4
学习目标： 1. 熟练应用分析电商领域前沿的方法； 2. 我分析电商领域前沿的思路； 3. 熟练应用电商前沿技术。			

学习内容		教学准备	教学地点
1. 领域前沿 2. 技术前沿 3. 模式前沿 4. 电商时代		教材、PPT、多媒体	3-305
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
电子商务前沿与 展望	(一) 领域前沿 (二) 技术前沿 (三) 模式前沿 (四) 电商时代	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学；	4
思政元素	培养学生具备前瞻性思维，勇于探索未知，敢于创新实践，同时树立诚信经营、社会责任与可持续发展的理念，为电商行业的繁荣发展贡献力量，成为新时代的电商精英。		
总结整理	教学内容与生活实际相联系，学以致用得以有效实现，在进行教学时，用贴近生活的话题来吸引学生，效果良好。		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 1	1. 理解电子商务的基本概念； 2. 理解电子商务的功能和优势； 3. 理解电子商务的发展现状； 4. 理解电子商务产生的影响。	1. 掌握互联网状况数据搜索； 2. 掌握商业信息检索的操作技能； 3. 掌握即时通信工具应用的操作技能；	单元小测	5%
情境 2	1. 理解电子商务的分类； 2. 理解电子商务系统框架； 3. 理解电子商务发	1. 掌握当前主流电商平台的运营模式分析 2. 掌握 B2C 网站购物操作技能； 3. 掌握 C2C 网站购物操作	单元小测	5%

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
	展新模式	技能；		
情境 3	1. 理解网络概念与网络拓扑结构 2. 理解 IP 的意义与分类 3. 理解域名的意义与分类	1. 能绘制简单的网络拓扑结构 2. IP 地址分类 3. 能为相关网站进行域名申请	单元小测	10%
情境 4	1. 理解网络营销概念 2. 掌握网络营销产品策略 3. 掌握网络营销价格策略 4. 掌握网络营销渠道策略 5. 掌握网络营销促销策略 6. 掌握搜索引擎营销 7. 掌握微信、微博营销	1. 制定网络营销产品策略 2. 制定网络营销价格策略 3. 制定网络营销渠道策略 4. 制定网络营销促销策略 5. 运用搜索引擎营销推广网店 6. 能有效运用微信推广手机 7. 能撰写网络营销策划书	单元小测	10%
情境 5	1. 理解电子商务的安全性要求； 2. 理解加密安全体制； 3. 理解身份认证与信息认证； 4. 理解电子商务安全交易协议。	1. 掌握电子商务安全交易操作技能； 2. 掌握数字证书的申请应用技能； 3. 掌握安全电子邮件配置操作技能。	单元小测	10%
情境 6	1. 了解电子商务安全基本概念； 2. 了解电子商务交易安全需求； 3. 熟悉电子商务，	1. 掌握防火墙设置； 2. 掌握一两种加密算法； 3. 掌握密码设置技巧； 4. 掌握电子商务交易安全日常防范技巧。	单元小测	10%

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
	安全技术； 4. 了解电子商务安全日常防范。			
情境 7	1. 认识电子支付； 2. 了解第三方支付相关知识； 3. 了解移动支付的相关知识。	1. 掌握网上银行的申请、 2. 开通和使用方法； 3. 能使用电子支付，网上购物； 4. 掌握支付宝账号的注册和使用； 5. 掌握微信支付的使用6. 和安全设置。	单元小测	10%
情境 8	1. 初识网店客服； 2. 了解售前、售中、售后客服工作； 3. 熟悉在线接待客户的基本流程。	1. 掌握并熟练运用每一步流程相应的沟通技巧； 2. 能灵活处理各类客户售后投诉，并能妥善解决客户给予网店的中差评。	单元小测	10%
情境 10	1. 理解物流的概念和价值； 2. 理解物流活动的基本要素； 3. 理解电子商务物流的概念； 4. 理解第三方物流的概念。	1. 掌握淘宝推荐物流操作技能 2. 掌握物流在线下订单操作技能	单元小测	10%
情境 11	1. 了解电子商务前沿概念和发展历史； 2. 能分析电商领域前沿的思路；	1. 熟练应用分析电商领域前沿的方法 2. 熟练应用电商前沿技术	单元小测	10%
合计				100%

七、学习资源的选用

(一) 主要参考教材

《电子商务实务》，主编：陈红、高进锋，出版社：北京理工大学出版社，2021 年出版，版本：第 2 版。

（二）其他参考资料

《电子商务概论与实务》，主编：毛宁，出版社：人民邮电出版社，2019 年出版，版本：第二版。

《电子商务概论》，主编：白东蕊，出版社：人民邮电出版社，2020 年出版，版本：第四版。

（三）网络资源

- 1、易观国际：<http://www.analysys.com.cn>
- 2、易观智库：易观—大数据分析
- 3、易观商业解决方案：<http://www.enfogrowth.com/>
- 4、FOCUS: Searchfusion.com
- 5、艾瑞研究报告：艾瑞研究-艾瑞网
- 6、艾瑞网络媒体：网站排名_网站数据流量查询
尼尔森报告：<http://cn.nielsen.com/site...>
华瑞网标：<http://www.cr-nielsen.com/>
- 7、百度数据中心：百度数据研究中心 提供行业研究报告、行业分析报告
- 8、MBA 智库：MBA 智库——经管类专业学习成长平台
- 9、comscore: Precisely Everywhere
- 10、计世资讯：<http://www.cdwresearch.com.cn>
- 11、缔元信：【友盟+】全球领先的第三方全域大数据服务提供商
- 12、正望咨询：<http://www.iaskchina.cn/>
- 13、梅花网：梅花网—营销者的信息中心数据极其丰富
- 14、艾瑞电商：<http://www.ec-china.com.cn>
- 15、益派咨询—互联网-新媒体：<http://epanel.cn/cn/hysj2...>
- 16、DCCI 互联网数据中心：DCCI 互联网数据中心 洞察网络
- 17、CNNIC：中国互联网络信息中心
- 18、comscore 数据中心：Precisely Everywhere...
- 19、风险投资：[http://chinaventure.com.cn/...](http://chinaventure.com.cn/)

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

包括相关教辅材料、实训指导手册、信息技术应用、工学结合、教学实验、网络资源、仿真软件、软硬件环境、校内外实训条件、校企合作项目等的开发与利用。

（二）师资队伍

任课老师应热爱教师岗位，本科以上学历，中级以上职称，拥有高等学校教师资格证、有较高的课堂组织能力、课程设计（开发）及教科研能力。

九、其它说明

1. 本课程标准由电商教研室与电商企业合作开发。
2. 执笔：曾航娣、郑敏榕、顾金微、王柳婷、戴鹂慧、刘洁芳
3. 审核：卜忠群
4. 时间：2022 年 8 月 25 日

《商品摄影技术》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】商品摄影技术

【开课时间】第 1 学期

【学时/学分数】52 学时/3 学分

【课程类型】专业基础课

【授课对象】电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

本课程标准是根据高职高专专业人才培养方案编写的。编写本课程标准时，坚持“理论联系实际”的原则，突出应用能力的培养。

本课程要求学生认真学习观察，掌握和理解商品摄影的功能及其表现方法，充分利用相机的功能及表现手段，发挥其性能，掌握其技巧，根据自己的理解和创意拍摄出好的作品。电子商务是互联网经济发展的产物，并伴随着互联网经济的发展而发展。电子商务是交易渠道变化的产物，企业面对激烈的市场竞争需要通过拓展销售渠道、提高市场占有率来提高企业在市场中的竞争力；电子商务化是现代企业发展壮大的必经之路。总之《商品摄影技术》课程是一门专业技术必修课程，是培养学生专业能力的基础课程之一。本课程采用理实一体化教学，总学时 52 学时。本课程具有很强的实践性和应用性。

（二）课程任务

（1）突破常规教学顺序，采取艺术审美先行。本课程的设计思路以终身教育、创新教育等职业教育理念为指导思想，以职业需求为导向，按照基于工作过程的职业能力来进行课程开发，这不是简单的教学顺序调整，而是从审美与应用切入，产生强烈的学习欲望，变“要我学”为“我要学”。学生在一入门就明确学习目标和任务，树立好学习该课程的信心。

（2）以工作任务为中心，成果作品为导向 根据本专业的特点设立有针对性的项目任务对学生在专业应用方面的摄影能力进行培养，完成一个项目老师都要对学生的摄影作品进行点评

（3）以摄影工作室为基础将教学任务真实化 在有条件的情况下创建摄影工作室，以学院学生和教师为客源，将摄影工作中的真实任务引入教学中，为学生提供实践环境和任务。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《电子商务实务》	掌握电子商务基本基础和基本概念，对电子商务专业有一定认知
本课程	《商品摄影技术》	牢固掌握从事网络推广、网络客服、网店美工、网络销售等电子商务职业岗位所需的基础知识和专业技能；面向生产、建设、管理、服务一线；德、智、体、美全面发展；适应区域经济发展的高素质技术技能人才。
后续课程	《美工设计与网店装修》	牢固掌握从事网络推广、网络客服、网店美工、网络销售等电子商务职业岗位所需的基础知识和专业技能；面向生产、建设、管理、服务一线；德、智、体、美全面发展；适应区域经济发展的高素质技术技能人才。

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
照相机的基本认识（含相机类型、结构、使用及维护）； 摄影曝光（含正确认识曝光、曝光量估计等）； 景深与超焦距（含影响景深的因素及规律、超焦距含义的使用价值等）； 摄影实践（以电商产品、人物、风光摄影等为主） 摄影构图（含构图的原则和要求、影	（1）专业能力 使学生知道数码相机的选购、基本操作，能正确使用数码相机进行摄影。 使学生学会室内静物拍摄、室内灯光产品拍摄、室外静物拍摄、人物肖像拍摄、风光拍摄等摄影技术。 学生通过摄影实践，掌握一些基本的摄影技巧，针对专业特点和要求，使学生能够拍摄出符合专业要求的作品。 当代摄影的新技术、新技巧，具备摄影的观察能力、思维能力、表现能力及与摄影相关岗位的摄影综合能力。 （2）社会能力 树立创意设计工作的职业观，具有良好的合作意识和协调组织能力。 了解摄影的学习方法和任务，能够正确的理解工作任务，并且克服困难去完成工作任务。 具有健全的人格修养和行为规范，培养艺术情操，养成良好的性格与兴趣爱好。 培养学生动手操作能力，自立能力和耐心细致的高度责	培养学生创新思维能力和健康的审美意识，提高作品的艺术鉴赏水平； 培养学生诚实、守信、按时交付作品的时间观念； 培养良好人际沟通能力和团队合作精神。 培养学生自我学习、勤于探索、勇于展

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
响构图的因素等) 室内棚拍（布景、布光等）	任感。 培养学生爱科学，用科学的创新精神，积极参与活动，活跃思维，树立信心，克服困难，团结协作，体验成功的喜悦。	现、积极承担不同角色的能力。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
通过本课程的学习,培养网店商品摄影的基本职业能力,学会知识融合、灵活运用、创新的专业能力。	能熟练运用电商思维、方法解决工作中的实际问题	道德品质、健全人格、团队协作、人际交往、沟通能力、可持续学习能力、环境适应能力等

四、课程设计思路

课程名称	商品摄影技术	计划总学时	52 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	认识摄影	子情境 1-1: 摄影器材及相关设备材料	1. 学会选择合适的相机与镜头, 根据需要搭配镜头组合。	能够选择合适的相机与镜头满足拍摄需要	2
		子情境 1-2: 基础知识（焦距、快门、曝光、白平衡、构图）	1. 理解自动对焦与手动对焦的区别, 并能根据实际需要进行选择。 2. 学会控制光圈、快门、感光度和曝光参数。	1. 理解两种常用的曝光模式。 2. 理解并能运用曝光补偿功能。	2
情境二	电商摄影概述	子情境 2-1: 电商平台产品摄影图片的选择标准（审美）	了解网店商品摄影师的基本要求	具备基本的审美	2
		宝贝主图、Banner 图制作标准	掌握网店商品照片的基本要求	具备基本的审美	2
情境三	商品拍摄的构图与用光技巧	子情境 3-1: 商品拍摄的构图技巧	1. 理解取景方位的变化, 并学会灵活运用。	网店商品拍摄中构图方法的运用	2

			2. 掌握基本的构图方法,并能运用到网店商品拍摄中。		
		子情境 3-2: 网店摄影中的两类光源	理解两种不同的光源对画面光影的影响,并学会灵活运用。	学会灵活运用人造光和自然光	2
		子情境 3-3: 拍摄不同材质商品的用光技巧	掌握拍摄不同材质商品时的用光技巧	熟练掌握拍摄不同材质商品时的用光技巧	2
情境四	商品的摆放技巧	子情境 4-1: 不同造型类的商品摆放技巧	掌握扁平类、细长、多数量商品的摆放	掌握扁平类、细长、多数量商品的摆放	2
		子情境 4-2: 背景和辅助道具的选择	不同道具的选择技巧	不同道具的选择技巧	2
情境五	鞋类商品的拍摄	子情境 5-1: 拍摄女童单鞋	1. 能够根据鞋子的大小与款式灵活调整灯光。 2. 能够根据需要表现鞋子区域的不同,灵活调整对焦点覆盖的位置。	能够调整拍摄角度或灯光的照射角度,以改变鞋子表面高光点的位置和大小,增强鞋子的质感与立体感	2
		子情境 5-2: 拍摄男士休闲皮鞋	1. 能够根据鞋子的大小与款式灵活调整灯光。 2. 能够根据需要表现鞋子区域的不同,灵活调整对焦点覆盖的位置。	能够调整拍摄角度或灯光的照射角度,以改变鞋子表面高光点的位置和大小,增强鞋子的质感与立体感	2
		子情境 5-3: 拍摄女士单鞋	1. 能够根据鞋子的大小与款式灵活调整灯光。 2. 能够根据需要表现鞋子区域的不同,灵活调整对焦点覆盖的位置。	能够调整拍摄角度或灯光的照射角度,以改变鞋子表面高光点的位置和大小,增强	2

			盖的位置。	鞋子的质感与立体感	
情境六	箱包类商品的拍摄	子情境 6-1: 拍摄男士长款钱包	1. 学会利用不同的材质进行反光,做好箱包类商品在细节方面的展现。 2. 学会借助参照物来表现箱包类商品的尺寸和容量等。	灵活调节灯光的位置及光质,展现箱包类商品的细节与质感。	2
		子情境 6-2: 拍摄时尚手提包	1. 学会利用不同的材质进行反光,做好箱包类商品在细节方面的展现。 2. 学会借助参照物来表现箱包类商品的尺寸和容量等。	灵活调节灯光的位置及光质,展现箱包类商品的细节与质感。	2
情境七	珠宝首饰类商品的拍摄	子情境 7-1: 拍摄天然玛瑙项链	1. 能够熟练地控制景深,以满足不同的商品拍摄需要。 2. 能够准确判断被摄商品上的反射光情况,并根据需要增减反射光。	能够准确控制焦点的位置,熟练使用手动对焦	2
		子情境 7-2: 拍摄男士皮带	1. 能够熟练地控制景深,以满足不同的商品拍摄需要。 2. 能够准确判断被摄商品上的反射光情况,并根据需要增减反射光。	能够准确控制焦点的位置,熟练使用手动对焦	2
		子情境 7-3: 拍摄水晶项链	1. 能够熟练地控制景深,以满足不同的商品拍摄需要。 2. 能够准确判断被摄商品上的反射光情况,并根据需要增减反射光。	能够准确控制焦点的位置,熟练使用手动对焦	2
情境八	数码产品类商	子情境 8-1: 拍	1. 掌握拍摄不同数	掌握单反镜头	2

	品的拍摄	摄单反镜头	码产品时的布光方式。 2. 面对反光时学会精确控制曝光	的拍摄技巧。	
		子情境 8-2: 拍摄电脑鼠标	1. 掌握拍摄不同数码产品时的布光方式。 2. 面对反光时学会精确控制曝光	掌握电脑鼠标的拍摄技巧。	2
情境九	日用百货类商品的拍摄	子情境 9-1: 拍摄复古茶壶	1. 熟练运用灯光产生的高光反射来刻画商品的质感。 2. 结合后期处理的需要进行前期拍摄, 将后期与前期进行统一思考。	学会根据商品的功能、用途等进行环境搭配, 展现商品的生活气息。	2
		子情境 9-2: 拍摄创意收纳盒	1. 熟练运用灯光产生的高光反射来刻画商品的质感。 2. 结合后期处理的需要进行前期拍摄, 将后期与前期进行统一思考。	学会根据商品的功能、用途等进行环境搭配, 展现商品的生活气息。	2
		子情境 9-3: 拍摄精美定制红包	1. 熟练运用灯光产生的高光反射来刻画商品的质感。 2. 结合后期处理的需要进行前期拍摄, 将后期与前期进行统一思考。	学会根据商品的功能、用途等进行环境搭配, 展现商品的生活气息。	2
情境十	特色美食类商品的拍摄	子情境 10-1: 拍摄川贝陈皮柠檬	1. 掌握适合拍摄特色美食的布光方法。 2. 能够精确控制焦点位置和景深, 充分刻画美食的细节。	在美食造型方面要有所突破, 能够拍摄出具有美感的照片效果。	2
		子情境 10-2: 拍摄休闲小食品	1. 掌握适合拍摄特色美食的布光方法。 2. 能够精确控制焦	在美食造型方面要有所突破, 能够拍摄	2

			点位置和景深，充分刻画美食的细节。	出具有美感的照片效果。	
情境十一	美容护肤类商品的拍摄	子情境 11-1: 拍摄护肤品	掌握并运用拍摄护肤品时的布光方法。	掌握护肤品的拍摄技巧	2
		子情境 11-2: 拍摄香水	掌握并运用拍摄香水等透明类商品的方法。	掌握香水的拍摄技巧	2

五、教学设计

学习情境 1:	认识摄影	学时	4
学习目标: 1. 学会选择合适的相机与镜头, 根据需要搭配镜头组合。 2. 理解自动对焦与手动对焦的区别, 并能根据实际需要进行选择。 3. 学会控制光圈、快门、感光度和曝光参数。 4. 理解两种常用的曝光模式。 5. 理解并能运用曝光补偿功能。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 相机和镜头的分类。 2. 两种不同对焦模式: 自动和手动对焦。 3. 光圈、快门、感光度和曝光参数。 4. 两种常用的曝光模式。 5. 曝光补偿功能。		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	商品摄影实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 复习上节课内容—— 讲解本节重点—— 教师学生互动—— 学生交流—— 小结课程内容	1. 相机和镜头的分类。 2. 两种不同对焦模式: 自动和手动对焦。 3. 光圈、快门、感光度和曝光参数。 4. 两种常用的曝光模式。 5. 曝光补偿功能。	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训设备等教学手段, 以期实现教学目标	4
课程思政	能够选择合适的相机与镜头满足拍摄需要, 了解网店商品摄影师和商品拍摄的基本要求, 清楚行业规范, 坚守职业道德		
总结整理	此情境十学生第一次接触这门课程, 大多数同学对于商品摄影所用设备并没有一个清晰的认识, 本情境的主要目的就是使学生能掌握基本的设备操作理论。为接下来的学习和操作打好基础。		

学习情境 2:	电商摄影概述	学时	4
学习目标: 1. 了解网店商品摄影师的基本要求。 2. 掌握网店商品照片的基本要求。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 电商平台产品摄影图片的选择标准(审美) 2. 宝贝主图、Banner 图制作标准 3. 电子商务美工岗位认知和技能要求		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	商品摄影实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 复习上节课内容—— 讲解本节重点—— 教师学生互动—— 学生交流—— 小结课程内容	1. 电商平台产品摄影图片的选择标准(审美) 2. 宝贝主图、Banner 图制作标准 3. 电子商务美工岗位认知和技能要求	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训设备等教学手段,以期实现教学目标	4
课程思政	能够选择合适的相机与镜头满足拍摄需要,了解网店商品摄影师和商品拍摄的基本要求,清楚行业规范,坚守职业道德		
总结整理	此情境的学习要求学生在前期已掌握了完成学习任务的基本技能的基础上,掌握电商平台不同模块图片拍摄的要点。		
学习情境 3:	商品拍摄的构图与用光技巧	学时	6
学习目标: 1. 理解取景方位的变化,并学会灵活运用。 2. 掌握基本的构图方法,并能运用到网店商品拍摄中。 3. 对人造光与自然光有基本的认识。 4. 理解两种不同的光源对画面光影的影响,并学会灵活运用。 5. 掌握拍摄不同材质商品时的用光技巧。			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 方位与角度的变化 2. 商品拍摄的构图技巧 3. 网店摄影中的两类光源 4. 光质变化影响光影效果 5. 拍摄不同材质商品的用光技巧		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 复习上节课内容—— 讲解本节重点—— 教师学生互动—— 学生交流—— 小结课程内容	1. 方位与角度的变化 2. 商品拍摄的构图技巧 3. 网店摄影中的两类光源 4. 光质变化影响光影效果 5. 拍摄不同材质商品的用光技巧	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训设备等教学手段，以期实现教学目标	6
课程思政	理解取景方位的变化，并学会灵活运用。掌握基本的构图方法，并能运用到网店商品拍摄中，培养学生自我学习、勤于探索的职业能力。		
总结整理	此情境的学习要求学生在前期已掌握了完成学习任务的基本技能的基础上，掌握商品构图的技巧和商品用光的技巧		
学习情境 4:	商品的摆放技巧	学时	6
学习目标： 1. 借助道具让模特迅速进入拍摄状态，摆出适当的姿势。 2. 能够区分人像摄影与服装摄影，找到服装拍摄的侧重点。 3. 能够有意识地展现服装的各种细节、面料质地和制作工艺等。 4. 能够准确还原服装原本的色彩，减少在不同环境中拍摄造成的色差问题。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 扁平类的商品摆放技巧 2. 同款式不同颜色商品摆放技巧 3. 背景和辅助道具的选择		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	商品摄影实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 复习上节课内容—— 讲解本节重	1. 扁平类的商品摆放技巧 2. 同款式不同颜色商品摆放技巧 3. 背景和辅助道具的选择	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、	6

点——教师学生 互动——学生交流——小结课程内容		实训设备等教学手段，以期实现教学目标	
课程思政	掌握扁平类、细长、多数量商品的摆放，不同道具的选择技巧，培养良好人际沟通能力和团队合作精神。		
总结整理	此情境的学习要求学生在前期已掌握了完成学习任务的基本技能的基础上，掌握不同类的商品在摆放和背景选择以及陪体选择时的技巧。		
学习情境 5:	鞋类商品的拍摄	学时	6
学习目标： 1. 能够根据鞋子的大小与款式灵活调整灯光。 2. 能够根据需要表现鞋子区域的不同，灵活调整对焦点覆盖的位置。 3. 能够调整拍摄角度或灯光的照射角度，以改变鞋子表面高光点的位置和大小，增强鞋子的质感与立体感。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 拍摄女童单鞋 2. 拍摄男士休闲皮鞋 3. 拍摄女士单鞋		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	商品摄影实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 复习上节课内容—— 讲解本节重点—— 教师学生互动—— 学生交流—— 小结课程内容	1. 拍摄女童单鞋 2. 拍摄男士休闲皮鞋 3. 拍摄女士单鞋	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训设备等教学手段，以期实现教学目标	6
课程思政	能够根据鞋子的大小与款式灵活调整灯光；能够根据需要表现鞋子区域的不同，灵活调整对焦点覆盖的位置，培养学生持续学习，精益求精的精神。		
总结整理	此情境的学习要求学生在前期已掌握了完成学习任务的基本技能的基础上，掌握鞋类的摆放和拍摄技巧		

学习情境 6:	箱包类商品的拍摄	学时	4
学习目标： 1. 学会利用不同的材质进行反光，做好箱包类商品在细节方面的展现。 2. 学会借助参照物来表现箱包类商品的尺寸和容量等。 3. 灵活调节灯光的位置及光质，展现箱包类商品的细节与质感。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 拍摄男士长款钱包 2. 拍摄时尚手提包		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	商品摄影实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 复习上节课内容—— 讲解本节重点—— 教师学生互动—— 学生交流—— 小结课程内容	1. 拍摄男士长款钱包 2. 拍摄时尚手提包	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训设备等教学手段，以期实现教学目标	4
课程思政	学会利用不同的材质进行反光，做好箱包类商品在细节方面的展现，学会借助参照物来表现箱包类商品的尺寸和容量等，培养学生诚信经营的基本职业素养。		
总结整理	此情境的学习要求学生前期已掌握了完成学习任务的基本技能的基础上，掌握男士长款钱包和时尚手提包的摆放和拍摄技巧		
学习情境 7:	珠宝首饰类商品的拍摄	学时	6
学习目标： 1. 能够熟练地控制景深，以满足不同的商品拍摄需要。 2. 能够准确判断被摄商品上的反射光情况，并根据需要增减反射光。 3. 能够准确控制焦点的位置，熟练使用手动对焦。			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 拍摄天然玛瑙项链 2. 拍摄男士皮带 3. 拍摄水晶项链		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	商品摄影实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——复习上节课内容——讲解本节重点——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	1. 拍摄天然玛瑙项链 2. 拍摄男士皮带 3. 拍摄水晶项链	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训设备等教学手段，以期实现教学目标	6
课程思政	能够熟练地控制景深，以满足不同的商品拍摄需要；能够准确判断被摄商品上的反射光情况，并根据需要增减反射光。培养学生创新思维，商品拍摄添新意的职业能力。		
总结整理	此情境的学习要求学生在前期已掌握了完成学习任务的基本技能的基础上，掌握天然玛瑙项链、水晶项链等饰品的摆放和拍摄技巧		
学习情境 8:	数码产品类商品的拍摄	学时	4
学习目标： 1. 掌握拍摄不同数码产品时的布光方式。 2. 面对反光时学会精确控制曝光。 3. 掌握数码产品的拍摄技巧。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 拍摄单反镜头 2. 拍摄电脑鼠标		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	商品摄影实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——复习上节课内容——讲解本节重点——教师学生互动——学生交	1. 拍摄单反镜头 2. 拍摄电脑鼠标	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训设备等教学手段，以期实现教学	4

流——小结课程内容		目标	
课程思政	掌握拍摄不同数码产品时的布光方式，面对反光时学会精确控制曝光，培养学生健康审美的基本能力。		
总结整理	此情境的学习要求学生在前期已掌握了完成学习任务的基本技能的基础上，掌握单反镜头和电脑鼠标的摆放和拍摄技巧		
学习情境 9:	日用百货类商品的拍摄	学时	6
学习目标： 1. 熟练运用灯光产生的高光反射来刻画商品的质感。 2. 结合后期处理的需要进行前期拍摄，将后期与前期进行统一思考。 3. 整理出需要分解拍摄的内容，有序、高效地完成拍摄工作。 4. 学会根据商品的功能、用途等进行环境搭配，展现商品的生活气息。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 拍摄复古茶壶 2. 拍摄创意收纳盒 3. 拍摄精美定制红包		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	商品摄影实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——复习上节课内容——讲解本节重点——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	1. 拍摄复古茶壶 2. 拍摄创意收纳盒 3. 拍摄精美定制红包	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训设备等教学手段，以期实现教学目标	6
课程思政	熟练运用灯光产生的高光反射来刻画商品的质感。 结合后期处理的需要进行前期拍摄，将后期与前期进行统一思考，提高学生对拍摄作品的艺术鉴赏水平。		
总结整理	此情境的学习要求学生在前期已掌握了完成学习任务的基本技能的基础上，掌握复古茶壶、创意收纳盒、精美定制红包的摆放和拍摄技巧		
学习情境 10:	特色美食类商品的拍摄	学时	4

学习目标： 1. 掌握适合拍摄特色美食的布光方法。 2. 能够精确控制焦点位置和景深，充分刻画美食的细节。 3. 在美食造型方面要有所突破，能够拍摄出具有美感的照片效果。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 拍摄川贝陈皮柠檬 2. 拍摄休闲小食品		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	商品摄影实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 复习上节课内容—— 讲解本节重点—— 教师学生互动—— 学生交流—— 小结课程内容	1. 拍摄川贝陈皮柠檬 2. 拍摄休闲小食品	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训设备等教学手段，以期实现教学目标	4
课程思政	掌握适合拍摄特色美食的布光方法，能够精确控制焦点位置和景深，充分刻画美食的细节，培养学生实事求是，树立创意设计工作的职业观。		
总结整理	此情境的学习要求学生在前期已掌握了完成学习任务的基本技能的基础上，掌握特色美食类商品的摆放和拍摄技巧		
学习情境 11:	美容护肤类商品的拍摄	学时	4
学习目标： 1. 掌握并运用拍摄护肤品时的布光方法。 2. 掌握并运用拍摄香水等透明类商品的方法。 3. 掌握以不同的拍摄角度拍摄商品的方法。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 拍摄护肤品 2. 拍摄香水		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	商品摄影实训室

教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 复习上节课内容 ——讲解本节重点——教师学生 互动——学生交流——小结课程内容	3. 护肤品 4. 拍摄香水	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训设备等教学手段，以期实现教学目标	4
课程思政	掌握并运用拍摄护肤品时的布光方法，掌握并运用拍摄香水等透明类商品的方法，培养学生独立思考的思维能力，运用综合思维不断提升商品摄影能力。		
总结整理	此情境的学习要求学生在前期已掌握了完成学习任务的基本技能的基础上，掌握护肤品和香水的摆放以及拍摄技巧		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重(%)
	知识目标	能力目标		
情境 1	1. 理解自动对焦与手动对焦的区别，并能根据实际需要进行选择。 2. 学会控制光圈、快门、感光度和曝光参数。	1. 理解两种常用的曝光模式。 2. 理解并能运用曝光补偿功能。	平时实操评价（40%）、考试评价（60%）	5
情境 2	1. 了解网店商品摄影师的基本要求。 2. 掌握网店商品照片的基本要求。	1. 了解网店商品摄影师的基本要求。 2. 掌握网店商品照片的基本要求。	平时实操评价（40%）、考试评价（60%）	5
情境 3	1. 理解取景方位的变化，并学会灵活运用。 2. 掌握基本的构图方法，并能运用到网店商品拍摄中。 3. 对人造光与自然光有基本的认识。	1. 理解两种不同的光源对画面光影的影响，并学会灵活运用。 2. 掌握拍摄不同材质商品时的用光技巧。	平时实操评价（40%）、考试评价（60%）	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重(%)
	知识目标	能力目标		
情境4	1. 借助道具让模特迅速进入拍摄状态，摆出适当的姿势。 2. 能够区分人像摄影与服装摄影，找到服装拍摄的侧重点。	1. 能够有意识地展现服装的各种细节、面料质地和制作工艺等。 2. 能够准确还原服装原本的色彩，减少在不同环境中拍摄造成的色差问题。	平时实操评价(40%)、考试评价(60%)	10
情境5	1. 能够根据鞋子的大小与款式灵活调整灯光。 2. 能够根据需要表现鞋子区域的不同，灵活调整对焦点覆盖的位置。	1. 能够调整拍摄角度或灯光的照射角度，以改变鞋子表面高光点的位置和大小，增强鞋子的质感与立体感。	平时实操评价(40%)、考试评价(60%)	10
情境6	1. 学会利用不同的材质进行反光，做好箱包类商品在细节方面的展现。 2. 学会借助参照物来表现箱包类商品的尺寸和容量等。	灵活调节灯光的位置及光质，展现箱包类商品的细节与质感。	平时实操评价(40%)、考试评价(60%)	10
情境7	1. 能够熟练地控制景深，以满足不同的商品拍摄需要。 2. 能够准确判断被摄商品上的反射光情况，并根据需要增减反射光。	能够准确控制焦点的位置，熟练使用手动对焦。	平时实操评价(40%)、考试评价(60%)	10
情境8	1. 掌握拍摄不同数码产品时的布光方式。 2. 面对反光时学会精确控制曝光。	掌握数码产品的拍摄技巧。	平时实操评价(40%)、考试评价(60%)	10
情境9	1. 熟练运用灯光产生的高光反射来刻画商品的质感。 2. 结合后期处理的需	1. 整理出需要分解拍摄的内容，有序、高效地完成拍摄工作。 2. 学会根据商品的功能、	平时实操评价(40%)、考试评价(60%)	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重(%)
	知识目标	能力目标		
	要进行前期拍摄，将后期与前期进行统一思考。	用途等进行环境搭配，展现商品的生活气息。		
情境 10	1. 掌握适合拍摄特色美食的布光方法。 2. 能够精确控制焦点位置和景深，充分刻画美食的细节。	1. 在美食造型方面要有所突破，能够拍摄出具有美感的照片效果。	平时实操评价(40%)、考试评价(60%)	10
情境 11	1. 掌握并运用拍摄护肤品时的布光方法。 2. 掌握并运用拍摄香水等透明类商品的方法。	掌握以不同的拍摄角度拍摄商品的方法。	平时实操评价(40%)、考试评价(60%)	10
合计				100

七、学习资源的选用

(一) 主要参考教材

《网店商品拍摄与处理：图片 视频 直播（视频指导版 第2版）》，解新华 李战主编，人民邮电出版社，2021 年出版。

(二) 其他参考资料

《商品拍摄与图片处理（全彩微课版）》，张莉 胡令主编，人民邮电出版社，2021 年出版。

(三) 网络资源

将相关的网络资源和辅助文献及时介绍给学生，以进一步扩展学生的知识面，为学生提供一个立体的全方位的学习空间，让学生能进行个性化学习。

《广告摄影与实训》化学工业出版社 郭浩 编著

《网店摄影从红心到皇冠》中国摄影出版社 陈勤 石昌武 主编

网店商品图片与视频拍摄、处理全能一本通：商品摄影 图片处理 淘宝视频制作（视频指导版）人民邮电出版社 肖庆

<http://www.fengniao.com/>蜂鸟网

<http://www.xitek.com/>色影无忌

<https://fotomen.cn/>摄影之友

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

1. 超星学习通平台
2. 校内实训室及相关实训软件
3. 校企合作项目
京东物流校外实训项目。
4. 课程案例

为了使课堂教学能够更加生动并且具有说服力，希望学校多安排老师出去参加企业挂职，挂职的老师能够多搜集一些企业案例并形成案例库。

（二）师资队伍

1. 获得高校教师资格证（专任教师）；
2. 能使用数码单反相机，影视灯等相关设备；
3. 熟悉高等职业教育规律；
4. 熟悉相应国家标准和工艺规范；
5. 具有认真负责、严谨细致的工作态度和的工作作风。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与广州晋达环保科技有限公司合作开发。
2. 执笔：黄姣
3. 审核：卜忠群
4. 时间： 2022 年 9 月 24 日

《平面美工设计（PS）》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】平面美工设计（PS）

【开课时间】第 2 学期

【学时/学分数】64 学时/4 学分

【课程类型】专业基础课

【授课对象】2022 级电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

图像处理作为平面设计领域的重要组成部分，在各行各业有着广泛的应用。PhotoShop 是当今使用最为广泛的图像处理软件，广泛应用于平面设计等领域。平面美工技术就是借助 PhotoShop 软件来实现图形图像的绘制、图像的编辑、修饰、合成、特效制作、创意设计等。《平面美工设计（PS）》是电子商务专业开设的专业技能课程。电子商务是互联网经济发展的产物，并伴随着互联网经济的发展而发展。电子商务是交易渠道变化的产物，企业面对激烈的市场竞争需要通过拓展销售渠道、提高市场占有率来提高企业在市场中的竞争力；电子商务化是现代企业发展壮大的必经之路。总之《平面美工设计（PS）》课程是一门专业技术必修课程，是培养学生专业能力的核心课程之一，是我院重点建设的精品课程。本课程采用理实一体化教学，总学时 52 学时。本课程具有很强的实践性和应用性，它是利用计算机进行平面设计、网页设计、美术设计、多媒体应用软件开发制作的重要基础课程，是从事平面广告设计、包装设计、装饰设计、新闻排版编辑、网页制作、图文印刷、动漫、游戏制作等工作的必备基础课，也是提高学生审美能力、创新能力、设计能力的计算机应用软件的典型课程。课前导课：《商品摄影技术》专业基础课，后续课程有《新媒体技术》、《网店装修及美工企业实践》等专业技能课程，使学生系统理解店铺的装修与设计。

（二）课程任务

本课程的设计思路是通过网店运营，美工设计、推广等岗位需要的行业调研和职业能力分析为依据，以确定课程目标，设计课程内容。按学生的认知特点设

计学习过程,通过学习任务构建掌握相关的知识和技能,培养学生胜任网店美工,网店运营,个体从业人员等职位的职业能力。

本课程是一个以培养学生对网店的装修策划与实施能力为核心内容的课程,其教学要以任务驱动为主要教学方法,实行理实一体化教学。教学可在模拟工作情境中进行。在学习情境中,建议将学习项目进行任务分解。可设计的项目包括商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计等。每一个项目的学习都以企业产品为载体,以培养学生职业能力为中心,整合所需相关知识和技能,实现实践性、可读性、趣味性的结合,给学生提供更多的动手机会,提高网店视觉营销策划和实际的操作技能。。

(三) 课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	商品摄影技术	网店商品图片的拍摄和设计,为后续课程打下坚实的基础
本课程	平面美工设计(PS)	网店运营,美工设计、推广等岗位培养学生胜任网店美工,网店运营,个体从业人员等位的职业能力。
后续课程	电商新媒体技术 电商装修及美工企业实践	网店运营,美工设计、推广等岗位培养学生胜任网店美工,网店运营,个体从业人员等位的职业能力。

三、课程培养目标

(一) 课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>根据本课程面对的工作任务和职业能力要求:</p> <p>能够使用 PhotoShop 工具箱中的工具进行简单的图像绘制;</p> <p>能够对图像(数码照片)进行调节和修复,包括图像层次、颜色、清晰度的调节,划痕、脏点的去除等,能够利用 PhotoShop 的自动功能快速生成电子相册;</p> <p>能够完成简单的图像创意合成,以及特效的制作,具有一定的平面设计能力;</p> <p>能够制作立体效果,能够完成产品效果图的修饰表现;</p> <p>能够制作图文混排的广告招贴、海报等平面设计</p>	<p>通过视觉营销数据化学习过程,能够具备收集分析网上信息的方法能力;通过店铺页面学习过程,具备主动建构新知识的学习迁移能力,具备分析问题、组织策划方案的分析能力;能进行活动促销、店铺装修,首页图片的修改、更新,</p>	<p>培养学生创新思维能力和健康的审美意识,提高作品的艺术鉴赏水平;</p> <p>培养学生诚实、守信、按时交付作品的时间观念;</p> <p>培养良好人际沟通能力和团队合作精神。</p> <p>培养学生自我学习、勤于探索、勇于展现、积极承担不同角色的</p>

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
计作品，可进行有目的的综合创作活动；能够制作简单的图像动画，能够对网页图像进行优化，能够制作背景、按钮、标题等网页元素，能够完成网页界面设计制作。	及配合店长的各项工作要求等能力；能进行产品片处理、修复、合成和美化处理，具备创新能力。	能力。

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
通过本课程的学习,培养店铺页面制作基本职业能力,学会知识融合、灵活运用、创新的专业能力。	能熟练运用电商思维、方法解决工作中的实际问题	道德品质、健全人格、团队协作、人际交往、沟通能力、可持续学习能力、环境适应能力等

四、课程设计思路

课程名称	平面美工设计 (PS)	计划总学时	64 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	Photoshop 基础	Photoshop CC 简介	介绍 photoshop 软件基础知识	掌握 photoshop 基础知识	1
		计算机图形知识	熟悉图形元素的应用办法	掌握图形设计的基本原理	1
		Photoshop CC 的基本操作	通过对工作界面、文件和图像的操作掌握软件的基础知识	掌握 Photoshop CC 的基本操作	2
情境二	图像编辑与选区	图像的基本操作	掌握像素的概念、位图、矢量图和分辨率。	能够熟练运用调整图层	2
		创建与应用选区	掌握选择工具的使用方法。	熟练掌握绘制和编辑选区的方法。	2
		选区应用案例	掌握选择工具的使用方法。	熟练掌握绘制和编	2

				辑选区的方法。	
情境三	图层的使用	图层概述	选区、文字、形状工具以及渐变工具、图层样式	熟练应用图层编辑方法	2
		图层样式	选区、文字、形状工具以及渐变工具、图层样式	熟练应用图层样式的使用方法	2
		图层混合模式	熟练掌握使用图层混合模式和特殊效果的方法	熟练应用图层混合模式的使用方法	2
		图层效果设计案例	选区、文字、形状工具以及渐变工具、图层样式	能够制作分众传媒公众号首页次图	2
情境四	绘画与修饰	绘画工具的使用	画笔工具、形状工具以及渐变工具	学生能够使用画笔工具、形状工具和渐变工具	2
		填充工具的使用	填充命令、画笔工具、形状工具以及渐变工具	学生能够使用画笔工具、形状工具、渐变工具和填充命令	2
		仿制图章与橡皮擦工具	仿制图章工具、画笔工具、形状工具以及渐变工具	学生能够使用仿制图章工具绘制图像	2
		图像修复工具的使用	画笔工具、修复画笔工具	学生能够灵活应用画笔工具和修复画笔工具	2

		绘画工具设计案例	工具的综合使用	学生能够综合利用画笔工具等进行案例制作	2
情境五	图像色彩调整	色彩模式	掌握不同的色彩模式	学生能对不同的色彩模式进行区分	2
		调整图像色彩与色调	色阶、曲线、亮度/对比度、色相/饱和度等工具的使用	正确应用色阶、曲线、亮度/对比度、色相/饱和度等工具	2
		局部色彩的精细调整	色阶、曲线、亮度/对比度、色相/饱和度等工具的使用	正确应用去色、匹配颜色、替换颜色和可选颜色命令改变图像的颜色	2
		特殊色彩效果的处理案例	色阶、曲线、亮度/对比度、色相/饱和度等工具的使用	能够综合应用色彩调整工具制作效果图	2
情境六	文字处理	输入文字并编辑	文字、形状、图层样式、蒙版的使用	掌握文字工具和转换文字图层的使用方法	2
		文字特效设计案例	文字、形状、图层样式、蒙版的使用	掌握文字变形效果、路径排列文字、字符与段落设置的方法	2

情境七	蒙版与通道	认识蒙版与蒙版操作	图层蒙版、剪切蒙版和矢量蒙版	能够区分不同蒙版的使用方法	2
		通道的操作	了解通道的含义与操作方法	掌握通道的操作、通道蒙版和通道运算的使用	2
		应用蒙版与通道设计案例	对蒙版、文字工具、形状工具、画笔工具进行综合运用	综合运用蒙版、文字工具、画笔工具、形状工具等进行作品设计	2
情境八	路径与绘图	路径和绘图	了解路径相关知识	掌握路径的用法	4
		形状工具组	矩形工具、椭圆形工具、特殊形状工具等	能够应用不同的工具设计作品	4
		路径与形状综合设计案例	综合应用路径和形状工具完成作品	综合应用路径和形状工具完成作品	2
情境九	滤镜与特效设计	应用滤镜库	了解各种滤镜并掌握部分常用的滤镜	能够区分不同滤镜的用途	2
		滤镜的应用	掌握滤镜的应用方法	能够运用不同滤镜设计不同的作品效果	2
		特殊滤镜使用技巧	掌握滤镜的应用方法	能够运用特殊滤镜设计特殊效果	2

		滤镜特效设计案例	正确掌握多种滤镜的应用方法	正确掌握多种滤镜的应用方法	2
--	--	----------	---------------	---------------	---

五、教学设计

学习情境 1:	Photoshop 基础	学时	4
学习目标: 1. 熟练掌握软件的工作界面和基本操作。 2. 掌握标尺、参考线和网格线的设置。 3. 掌握图像和画布尺寸的调整。			
学习内容		教学准备	教学地点
1.1 工作界面的介绍 1.2 新建和打开图像 1.3 保存和关闭图像 1.4 图像的显示效果 1.5 标尺、参考线和网格线的设置 1.6 图像和画布尺寸的调整		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——教师自我介绍——说课——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	1.1 工作界面的介绍 1.2 新建和打开图像 1.3 保存和关闭图像 1.4 图像的显示效果 1.5 标尺、参考线和网格线的设置 1.6 图像和画布尺寸的调整	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段，以期实现教学目	4
课程思政	爱党爱国爱人民、“航空航天”等时政热点问题、民族复兴大业等激发家国情怀、民族自豪感、历史责任感和使命感等		
总结整理	1、了解 Photoshop CC 2019 工作界面。 2、掌握 Photoshop CC 2019 软件中的基本操作方法。 3、掌握标尺、参考线和网格线的设置。 4、掌握图像和画布尺寸的调整及如何设置绘图颜色。		
学习情境 2:	图像编辑与选区	学时	6
学习目标: 1. 掌握像素的概念、位图、矢量图和分辨率。 2. 掌握选择工具的使用方法。 3. 熟练掌握绘制和编辑选区的方法。			
学习内容		教学准备	教学地点

选择工具的使用 选框工具的使用 套索工具的使用 魔棒工具的使用 课堂案例——制作食品餐饮类电商 Banner 选区的操作技巧 移动选区 调整选区 羽化选区 课堂案例——制作沙发详情页主图		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——复习上节课内容——讲解本节重点——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	选择工具的使用 选框工具的使用 套索工具的使用 魔棒工具的使用 选区的操作技巧 移动选区 调整选区 羽化选区	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段，以期实现教学目	6
课程思政	中国红、烈士纪念日、抗美援朝纪念日、中华优秀传统文化等培养文化自信，激发家国情怀、民族自豪感等		
总结整理	1、熟练掌握绘制选区的多种工具：选框工具组（包括矩形选框工具、椭圆选框工具、单行选框工具、单列选框工具）和套索工具组（包括套索工具、多边形套索工具、磁性套索工具）、魔棒工具。 2、熟练掌握选区的移动、调整和羽化等各项操作。		
学习情境 3:	图层的使用	学时	8
学习目标： 1. 熟练掌握使用图层混合模式和特殊效果的方法。 2. 熟练掌握图层的编辑方法。 3. 掌握建立、使用图层蒙版的方法。 4. 掌握新建填充和调整图层的方法。 5. 掌握图层样式的使用方法。			
学习内容		教学准备	教学地点
1 图层的混合模式 2 图层特殊效果 2.1 使用图层特殊效果的方法 2.2 图层特殊效果介绍 2.3 课堂案例——制作家电类网站首页 Banner 2.4 课堂案例——制作光亮环电子数码公众号首页次图 3 图层的编辑		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	机房

<ul style="list-style-type: none"> 3.1 图层的显示、选择、链接和排列 3.2 新建图层组 3.3 从图层新建组、锁定组内的所有图层 3.4 合并图层 3.5 图层面板选项 3.6 图层复合 3.7 图层剪贴蒙版 3.8 课堂案例——制作文化创意教你PS 公众号封面首图 4 图层的蒙版 <ul style="list-style-type: none"> 4.1 建立图层蒙板 4.2 使用图层蒙版 4.3 课堂案例——制作饰品类公众号封面首图 5 新建填充和调整图层 <ul style="list-style-type: none"> 5.1 新建填充图层 5.2 新建调整图层 5.3 课堂案例——制作分众传媒公众号首页次图 6 图层样式 <ul style="list-style-type: none"> 6.1 样式控制面板 6.2 建立新样式 6.3 载入样式 6.4 还原样式的预设值 6.5 删除样式 6.6 清除样式 			
<p style="text-align: center;">教学组织 步骤</p>	<p style="text-align: center;">教学内容</p>	<p style="text-align: center;">教学方法建议</p>	<p style="text-align: center;">学时分配</p>

<p>习通签到——复习 上节课内容——讲 解本节重点——教 师学生互动——学 生交流——小结课 程内容</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 图层的混合模式 2 图层特殊效果 <ol style="list-style-type: none"> 2.1 使用图层特殊效果的方法 2.2 图层特殊效果介绍 2.3 课堂案例——制作家电类网站首页 Banner 2.4 课堂案例——制作光亮环电子数码公众号首页次图 3 图层的编辑 <ol style="list-style-type: none"> 3.1 图层的显示、选择、链接和排列 3.2 新建图层组 3.3 从图层新建组、锁定组内的所有图层 3.4 合并图层 3.5 图层面板选项 3.6 图层复合 3.7 图层剪贴蒙版 3.8 课堂案例——制作文化创意教你 PS 公众号封面首图 4 图层的蒙版 <ol style="list-style-type: none"> 4.1 建立图层蒙版 4.2 使用图层蒙版 4.3 课堂案例——制作饰品类公众号封面首图 5 新建填充和调整图层 <ol style="list-style-type: none"> 5.1 新建填充图层 5.2 新建调整图层 5.3 课堂案例——制作分众传媒公众号首页次图 6 图层样式 <ol style="list-style-type: none"> 6.1 样式控制面板 6.2 建立新样式 6.3 载入样式 6.4 还原样式的预设值 6.5 删除样式 6.6 清除样式 	<p>采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段,以期实现教学目</p>	<p>8</p>
<p>课程思政</p>	<p>祖国统一、民族复兴大业、女排精神、国庆节等激发家国情怀、民族自豪感,团队协作精神</p>		

总结整理	1、了解图层的特殊效果和图层的编辑方法。 2、熟练掌握图层蒙版、新建图层、调整图层和图层样式的使用。		
学习情境 4:	绘画与修饰	学时	10
学习目标: 1. 掌握绘图工具: 画笔工具和橡皮擦工具的使用。 2. 熟练掌握修图工具的运用方法。 3. 掌握填充工具和描边命令使用方法。			
学习内容		教学准备	教学地点
1 绘图工具的使用 1.1 画笔工具的使用 1.2 课堂案例——制作娱乐媒体类公众号封面次图 1.3 橡皮擦工具的使用 2 修图工具的使用 2.1 图章工具的使用 2.2 课堂案例——制作美妆公众号运营海报 2.3 污点修复画笔工具与修复画笔工具 2.4 课堂案例——制作体育世界公众号封面次图 2.5 修补工具与红眼工具的使用 2.6 模糊工具、锐化工具和涂抹工具的使用 2.7 减淡工具、加深工具和海绵工具的使用 3 填充工具的使用 3.1 渐变工具和油漆桶工具的使用 3.2 填充命令的使用 3.3 课堂案例——制作应用商店类 UI 图标 3.4 描边命令的使用 3.5 课堂案例——制作女装活动页 H5 首页		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

学习通签到——复习上节课内容——讲解本节重点——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	1 绘图工具的使用 1.1 画笔工具的使用 1.2 课堂案例——制作娱乐媒体类公众号封面次图 1.3 橡皮擦工具的使用 2 修图工具的使用 2.1 图章工具的使用 2.2 课堂案例——制作美妆公众号运营海报 2.3 污点修复画笔工具与修复画笔工具 2.4 课堂案例——制作体育世界公众号封面次图 2.5 修补工具与红眼工具的使用 2.6 模糊工具、锐化工具和涂抹工具的使用 2.7 减淡工具、加深工具和海绵工具的使用 3 填充工具的使用 3.1 渐变工具和油漆桶工具的使用 3.2 填充命令的使用 3.3 课堂案例——制作应用商店类 UI 图标 3.4 描边命令的使用 3.5 课堂案例——制作女装活动页 H5 首页	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段，以期实现教学目	10
课程思政	国货精品、中华优秀传统文化、社会主义新农村、电子商务抗疫助农、“国潮”设计风格，培养自觉传承和弘扬中华优秀传统文化的意识等		
总结整理	1、熟练掌握绘图工具的使用：包括画笔工具和橡皮擦工具。 2、熟练掌握各种修饰工具的使用：包括仿制图章工具、图案图章工具、污点修复工具、修复画笔工具、修补工具、红眼工具、模糊工具、锐化工具、涂抹工具、减淡工具、加深工具、海绵工具。 掌握渐变工具、油漆桶工具和描边命令的使用。		
学习情境 5:	图像色彩调整	学时	8
学习目标： 1. 熟练掌握调整图像色彩与色调的方法。 2. 掌握特殊颜色的处理技巧。			
学习内容		教学准备	教学地点

<div><div>1 调整</div><div>2 色阶和自动色调</div><div>2.1 色阶</div><div>2.2 自动色调</div><div>3 自动对比度和自动颜色</div><div>3.1 自动对比度</div><div>3.2 自动颜色</div><div>4 曲线</div><div>5 色彩平衡</div><div>课堂案例——制作摩托车 App 闪屏页</div><div>6 亮度/对比度</div><div>7 色相/饱和度</div><div>8 颜色</div><div>8.1 去色</div><div>8.2 匹配颜色</div><div>8.3 替换颜色</div><div>8.4 课堂案例——制作女装网店详情页主图</div><div>8.5 可选颜色</div><div>9 通道混合器和渐变映射</div><div>9.1 通道混合器</div><div>9.2 渐变映射</div><div>9.3 课堂案例——制作媒体娱乐公众号封面次图</div><div>10 照片滤镜</div><div>11 阴影/高光</div><div>课堂案例——制作时尚娱乐 App 引导页</div><div>12 反相和色调均化</div><div>12.1 反相</div><div>12.2 色调均化</div><div>13 阈值和色调分离</div><div>13.1 阈值</div><div>13.2 课堂案例——制作太仪合文化公众号首页次图</div><div>13.3 色调分离</div></div>		<div>教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等</div>	<div>机房</div>
<div>教学组织</div> <div>步骤</div>	<div>教学内容</div>	<div>教学方法建议</div>	<div>学时分配</div>

<p>学习通签到——复习上节课内容——讲解本节重点——教师学生互动——学生交流——小结课程内容</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 调整 2 色阶和自动色调 <ol style="list-style-type: none"> 2.1 色阶 2.2 自动色调 3 自动对比度和自动颜色 <ol style="list-style-type: none"> 3.1 自动对比度 3.2 自动颜色 4 曲线 5 色彩平衡 课堂案例——制作摩托车App 闪屏页 6 亮度/对比度 7 色相/饱和度 8 颜色 <ol style="list-style-type: none"> 8.1 去色 8.2 匹配颜色 8.3 替换颜色 8.4 课堂案例——制作女装网店详情页主图 8.5 可选颜色 9 通道混合器和渐变映射 <ol style="list-style-type: none"> 9.1 通道混合器 9.2 渐变映射 9.3 课堂案例——制作媒体娱乐公众号封面次图 10 照片滤镜 11 阴影/高光 课堂案例——制作时尚娱乐App 引导页 12 反相和色调均化 <ol style="list-style-type: none"> 12.1 反相 12.2 色调均化 13 阈值和色调分离 <ol style="list-style-type: none"> 13.1 阈值 13.2 课堂案例——制作太仪合文化公众号首页次图 13.3 色调分离 	<p>采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段，以期实现教学目</p>	6
课程思政	<p>优秀商品图片设计案例中的美感，科学研究要有严谨认真和勇于探索的精神，只有善于发现美、感受美，才能去创造美，辛勤的劳动才能创造美。</p>		

总结整理	1、了解调整图像的色彩和色调命令所在的菜单。 2、掌握调整子菜单中各项命令的使用方法、技巧及适用范围。		
学习情境 6:	文字处理	学时	4
学习目标: 1. 掌握文字工具和转换文字图层的使用方法。 2. 掌握文字变形效果、路径排列文字、字符与段落设置的方法。			
学习内容		教学准备	教学地点
1 文字工具的使用 1.1 文字工具 1.2 建立点文字图层 1.3 建立段落文字图层 1.4 消除文字锯齿 2 转换文字图层 2.1 将文字转换为路径 2.2 将文字转换为形状 2.3 文字的横排与直排 2.4 点文字图层与段落文字图层的转换 3 文字变形效果 4 沿路径排列文字 课堂案例——制作牛肉面海报 5 字符与段落的设置 5.1 字符控制面板 5.2 课堂案例——制作爱宝课堂公众号封面首图 5.3 段落控制面板		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

学习通签到——复习上节课内容——讲解本节重点——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	1 文字工具的使用 1.1 文字工具 1.2 建立点文字图层 1.3 建立段落文字图层 1.4 消除文字锯齿 2 转换文字图层 2.1 将文字转换为路径 2.2 将文字转换为形状 2.3 文字的横排与直排 2.4 点文字图层与段落文字图层的转换 3 文字变形效果 4 沿路径排列文字 课堂案例——制作牛肉面海报 5 字符与段落的设置 5.1 字符控制面板 5.2 课堂案例——制作爱宝课堂公众号封面首图 5.3 段落控制面板	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段，以期实现教学目	4
课程思政	图片处理的具体操作及应用，从商品图片的调色、生活中的老照片修复、变形图像修复、图片合成来培养学生精益求精的工匠精神和责任感。		
总结整理	1、熟练掌握4种文字工具：包括横排文字工具、直排文字工具、横排文字蒙版工具和直排文字蒙版工具。 2、建立点文字与段落文字图层，并了解点文字与段落文字的区别。 3、掌握转换文字图层的各种方法。 4、熟练掌握并区别文字变形及沿路径排列文字的方法。 5、掌握字符和段落控制面板的设置方法和应用技巧。		
学习情境7:	蒙版与通道	学时	6
学习目标： 1.了解通道的含义和控制面板的操作方法。 2.掌握通道的操作、通道蒙版和通道运算的使用。			
学习内容		教学准备	教学地点

1 通道的含义	教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	机房	
2 通道控制面板			
3 通道的操作			
3.1 创建新通道			
3.2 复制通道			
3.3 删除通道			
3.4 专色通道			
3.5 通道选项			
3.6 分离与合并通道			
3.7 课堂案例——制作大大碗娱乐公众号封面首图			
4 通道蒙版			
4.1 快速蒙版的制作			
4.2 在 Alpha 通道中存储蒙版			
5 通道运算			
5.1 应用图像			
5.2 课堂案例——制作女性健康公众号首页次图			
5.3 运算			
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——复习上节课内容——讲解本节重点——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	1 通道的含义 2 通道控制面板 3 通道的操作 3.1 创建新通道 3.2 复制通道 3.3 删除通道 3.4 专色通道 3.5 通道选项 3.6 分离与合并通道 3.7 课堂案例——制作大大碗娱乐公众号封面首图 4 通道蒙版 4.1 快速蒙版的制作 4.2 在 Alpha 通道中存储蒙版 5 通道运算 5.1 应用图像 5.2 课堂案例——制作女性健康公众号首页次图 5.3 运算	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段，以期实现教学目	6
课程思政	疫情期间，农村电商、社区电商的商品推广活动图文案例 以我国抗		

	击疫情（防疫）期间涌现出的一系列催人泪下的先进事例向学生展示我国社会主义制度的优越性和全国人民团结一心、共同抗疫的凝聚力，培养学生浓厚的爱国精神和民族自豪感。		
总结整理	1、了解通道的含义及通道控制面板的基本操作。 2、掌握创建、复制、删除、分离与合并通道的操作方法。 3、了解通道的蒙版和运算使用方法		
学习情境 8:	路径与绘图	学时	10
学习目标: 1. 熟练掌握绘制图形工具的使用方法。 2. 熟练掌握绘制和选取路径的方法。 3. 掌握路径控制面板的使用方法。			
学习内容		教学准备	教学地点
1 绘制图形 1.1 矩形工具的使用 1.2 圆角矩形工具的使用 1.3 椭圆工具的使用 1.4 多边形工具的使用 1.5 直线工具的使用 1.6 自定形状工具的使用 1.7 课堂案例——制作家电类 App 引导页插画 2 绘制和选取路径 2.1 了解路径的含义 2.2 钢笔工具的使用 2.3 自由钢笔工具的使用 2.4 添加锚点工具的使用 2.5 删除锚点工具的使用 2.6 转换点工具的使用 2.7 路径选择工具的使用 2.8 直接选择工具的使用 3 路径控制面板 3.1 认识路径控制面板 3.2 新建路径 3.3 保存路径 3.4 复制、删除、重命名路径 3.5 选区和路径的转换 3.6 用前景色填充路径 3.7 用画笔描边路径 3.8 课堂案例——制作艺人舞者公众号封面首图 3.9 剪贴路径		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	机房

3.10 路径面板选项			
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——复习上节课内容——讲解本节重点——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	1 绘制图形 1.1 矩形工具的使用 1.2 圆角矩形工具的使用 1.3 椭圆工具的使用 1.4 多边形工具的使用 1.5 直线工具的使用 1.6 自定形状工具的使用 1.7 课堂案例——制作家电类 App 引导页插画 2 绘制和选取路径 2.1 了解路径的含义 2.2 钢笔工具的使用 2.3 自由钢笔工具的使用 2.4 添加锚点工具的使用 2.5 删除锚点工具的使用 2.6 转换点工具的使用 2.7 路径选择工具的使用 2.8 直接选择工具的使用 3 路径控制面板 3.1 认识路径控制面板 3.2 新建路径 3.3 保存路径 3.4 复制、删除、重命名路径 3.5 选区和路径的转换 3.6 用前景色填充路径 3.7 用画笔描边路径 3.8 课堂案例——制作艺人舞者公众号封面首图 3.9 剪贴路径 3.10 路径面板选项	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段，以期实现教学目	10
课程思政	乡村振兴背景下农产品上行、精准扶贫的图文案例 培养学生尊重劳动成果、节约粮食的品质和勇于挑战、精益求精的工匠精神及社会		

	责任感。		
总结整理	1、熟练掌握绘制路径的工具：包括矩形工具、圆角矩形工具、椭圆工具、多边形工具、直线工具、自定形状工具。 2、了解路径的含义，并熟练掌握钢笔工具、自由钢笔工具、添加锚点工具、删除锚点工具、转换点工具的应用，及路径选择工具与直接选择工具的使用方法。 3、了解路径控制面板，掌握新建、保存、复制、删除、重命名、转换、填充、描边和剪贴路径的方法。		
学习情境 9:	滤镜与特效设计	学时	8
学习目标： 1. 了解各种滤镜并掌握部分常用的滤镜 2. 掌握滤镜的应用方法 3. 掌握滤镜的使用技巧。			
学习内容		教学准备	教学地点
1 滤镜菜单介绍 2 滤镜与图像模式 3 滤镜效果介绍 3.1 滤镜库 3.2 课堂案例——制作中信达娱乐 H5 首页 3.3 课堂案例——制作金珠旺理财公众号首页次图 3.4 “自适应广角”滤镜 3.5 “Camera Raw”滤镜 3.6 “镜头校正”滤镜 3.7 “液化”滤镜 3.8 课堂案例——制作美妆护肤类公众号封面首图 3.9 “消失点”滤镜 3.10 “3D”滤镜组 3.11 “风格化”滤镜组 3.12 “模糊”滤镜组 3.13 课堂案例——制作艾善汽车公众号首页次图 3.14 “模糊画廊”滤镜组 3.15 “扭曲”滤镜组 3.16 “锐化”滤镜组 3.17 课堂案例——制作每日早餐公众号封面首图 3.18 “视频”滤镜组 3.19 “像素化”滤镜组 3.20 课堂案例——制作疆和文化传媒公众号封面首图		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	机房

3.21 “渲染”滤镜组 3.22 “杂色”滤镜组 3.23 “其他”滤镜组 4 滤镜使用技巧 4.1 重复使用滤镜 4.2 对通道使用滤镜 4.3 对图像局部使用滤镜 4.4 对滤镜效果进行调整 4.5 转换为智能滤镜			
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——复 习上节课内容—— 讲解本节重点—— 教师学生互动—— 学生交流——小结 课程内容	1 滤镜菜单介绍 2 滤镜与图像模式 3 滤镜效果介绍 3.1 滤镜库 3.2 课堂案例——制作 中信达娱乐 H5 首页 3.3 课堂案例——制作 金珠旺理财公众号首页次 图 3.4 “自适应广角”滤 镜 3.5 “Camera Raw”滤 镜 3.6 “镜头校正”滤镜 3.7 “液化”滤镜 3.8 课堂案例——制作 美妆护肤类公众号封面首 图 3.9 “消失点”滤镜 3.10 “3D”滤镜组 3.11 “风格化”滤镜组 3.12 “模糊”滤镜组 3.13 课堂案例——制 作艾善汽车公众号首页次 图 3.14 “模糊画廊”滤镜 组 3.15 “扭曲”滤镜组 3.16 “锐化”滤镜组 3.17 课堂案例——制 作每日早餐公众号封面首 图 3.18 “视频”滤镜组	采用讲授法、演示法、 任务式教学法、综合 运用多媒体、实训软 件等教学手段，以期 实现教学目	8

	3.19 “像素化”滤镜组 3.20 课堂案例——制作疆和文化传媒公众号封面首图 3.21 “渲染”滤镜组 3.22 “杂色”滤镜组 3.23 “其他”滤镜组 4 滤镜使用技巧 4.1 重复使用滤镜 4.2 对通道使用滤镜 4.3 对图像局部使用滤镜 4.4 对滤镜效果进行调整 4.5 转换为智能滤镜		
课程思政	通过对产品图片添加数字水印，对学生进行法制观念的教育；在设计商品详情页的过程中培养学生的精益求精的工匠精神和创新精神。		
总结整理	1、了解 Photoshop CC 2019 滤镜菜单的介绍和滤镜与图像模式的关系。 2、了解常用滤镜的使用方法及生成效果。 3、掌握使用滤镜的一些技巧：包括重复使用滤镜、对通道使用滤镜、对图像局部使用滤镜、滤镜效果的调整以及转换为智能滤镜等。		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核	权重(%)
	知识目标	能力目标	评价方式	
情境 1	熟练掌握软件的工作界面和基本操作。 掌握标尺、参考线和网格线的设置。 掌握图像和画布尺寸的调整。	能根据所学知识点进行操作，标注参考线和网格	平时学习过程评价（40%）、机试评价（60%）	10
情境 2	掌握像素的概念、位图、矢量图和分辨率。 掌握选择工具的使用方法。 熟练掌握绘制和编辑选区的方法。	能根据所学知识点完成案例操作，并达到设计效果	平时学习过程评价（40%）、机试评价（60%）	20
情境 3	熟练掌握使用图层混合模式和特殊效果的方法。 熟练掌握图层的编辑方法。 掌握建立、使用图层蒙版的方法。 掌握新建填充和调整图层的方法。 掌握图层样式的使用方法。	能根据所学知识点完成案例操作，并达到设计效果	平时学习过程评价（40%）、机试评价（60%）	20
情境 4	掌握绘图工具：画笔工具和橡皮擦工具的使用。 熟练掌握修图工具的运用方法。	能根据所学知识点完成案例操作，并达到设计效果	平时学习过程评价（40%）、机试评价（60%）	20

	掌握填充工具和描边命令使用方法。	计效果		
情境 5	熟练掌握调整图像色彩与色调的方法。 掌握特殊颜色的处理技巧。	能根据所学知识点完成案例操作,并达到设计效果	平时学习过程评价(40%)、 机试评价(60%)	10
情境 6	掌握文字工具和转换文字图层的使用方法。 掌握文字变形效果、路径排列文字、字符与段落设置的方法。	能根据所学知识点完成案例操作,并达到设计效果	平时学习过程评价(40%)、 机试评价(60%)	10
情境 7	了解通道的含义和控制面板的操作方法。 掌握通道的操作、通道蒙版和通道运算的使用。	能根据所学知识点完成案例操作,并达到设计效果	平时学习过程评价(40%)、 机试评价(60%)	
情境 8	熟练掌握绘制图形工具的使用方法。 熟练掌握绘制和选取路径的方法。 掌握路径控制面板的使用方法。	能根据所学知识点完成案例操作,并达到设计效果	平时学习过程评价(40%)、 机试评价(60%)	10
情境 9	了解各种滤镜并掌握部分常用的滤镜 掌握滤镜的应用方法 掌握滤镜的使用技巧。	能根据所学知识点完成案例操作,并达到设计效果	平时学习过程评价(40%)、 机试评价(60%)	
合计				100

七、学习资源的选用

(一) 主要参考教材

《Photoshop CC 2019 图像处理基础教程(第6版)(微课版)》,石坤泉主编,人民邮电出版社,2020年出版。

(二) 其他参考资料

《网店美工设计——PhotoShopCC 案例教程》,亦辰主编,人民邮电出版社,年出版,版本:(此项可选)。

(三) 网络资源

将相关的网络资源和辅助文献及时介绍给学生,以进一步扩展学生的知识面,为学生提供一个立体的全方位的学习空间,补充了课堂教学,让学生能进行个性化学习。

红动中国: <http://www.redocn.com/>

设计在线: <http://www.dolcn.com/>

我爱 PhotoShop: <http://www.52PhotoShop.cn/>

中国设计网: <http://www.cndesign.com/>

韩国设计网: <http://www.krwz.com/>

网易学院: <http://tech.163.com/school.html>PhotoShop 专区

天极美工: <http://www.yesky.com/20020724/1621869.shtml>

图像组: <http://www.images.com.cn/text/first.htm>

中国 PhotoShop 联盟: <http://www.PhotoShopcn.com>

设计中国: <http://www.chinaddu.com/>

站酷: <http://www.zcool.com.cn/>

八、课程资源的开发与利用

(一) 合作开发

1. 超星学习通平台
2. 校内实训室及相关实训软件
3. 校企合作项目
京东物流校外实训项目。
4. 课程案例

为了使课堂教学能够更加生动并且具有说服力,希望学校多安排老师出去参加企业挂职,挂职的老师能够多搜集一些企业案例并形成案例库。

(二) 师资队伍

1. 获得高校教师资格证(专任教师);
2. 能使用 PhotoShop 进行平面设计图像处理工作;
3. 熟悉高等职业教育规律;
4. 熟悉相应国家标准和工艺规范;
5. 具有认真负责、严谨细致的工作态度和工作作风。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与京东物流企业合作开发。
2. 执笔: 黄姣、曾航娣、王柳婷
3. 审核: 卜忠群
4. 时间: 2023 年 2 月 20 日

《搜索引擎优化(SEO)》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】搜索引擎优化(SEO)

【开课时间】第 3 学期

【学时/学分数】32 学时/2 学分

【课程类型】专业基础课

【授课对象】电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

(一) 课程性质

《搜索引擎优化(SEO)》是电子商务类专业基础课程,也可作为计算机类专业选修课程。前导课程有《电子商务实务》、《平面美工设计(PS)》,后续课程有《网络营销实务》。通过本课程的学习,实现学生职业技能训练和职业素质培养,学生毕业后可在外贸企业、网络通信企业、IT 科技企业、信息服务企业、电子商务企业、网络金融企业等企业从事基于互联网的搜索引擎优化(SEO)、网络营销、运营推广等方面的实际工作,培养学生以搜索引擎优化为核心的电商项目网络营销基本技能,以 SEO 专员、网络推广、网络编辑、网络营销、项目运营以及数据分析等为主要就业岗位。

开设本课程对电子商务专业学生职业能力培养和职业素养养成起主要支撑作用。培养学生具有较强的团队精神,诚信品质;具有较强的敬业精神和责任意识;具备较好的计算机网络应用技术能力素质;掌握搜索引擎优化操作技能,具备提高网站或产品在搜索引擎中自然排名的基本技能;掌握搜索引擎营销、搜索引擎优化和网站运营等电子商务知识和技能。

(二) 课程任务

本课程内容设计重在培养学生搜索引擎优化的实际工作技能,围绕搜索引擎优化的特点和能力要求,充分体现任务引领、项目导向课程思想。根据电子商务专业人才培养方案职业岗位及职业能力分析表,以网站排名优化为主要的教学内容,介绍实现搜索引擎优化的每个细节。内容包括搜索引擎工作原理、面向搜索引擎的网站设计、软文写作、统计工具的使用、关键词优化、内外部链接建设、搜索引擎优化效果评价、竞价排名等。

以具有代表性的搜索引擎优化整体设计过程为载体组织学习项目,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。课程内容构成突出职业能力训练,理论知识学习围绕完成具体的项目任务需要进行,融合电子商务行业相关岗位对搜索引擎优化方面的知识、技能和素质的要求,培养学生使用搜索引擎优化技术实现搜索引擎营销的实践能力。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式,重点评价学生的职业能力。

(三) 课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《电子商务实务》 《平面美工设计(PS)》	培养学生具备 Photoshop 图像处理、计算机应用能力,为后续课程《搜索优化实务》学习打下良好的学习基础。
本课程	《搜索引擎优化(SEO)》	目标岗位为淘宝美工岗位、网店运营岗位、网络动画设计岗位、网络广告设计岗位、网络编辑岗位等制作动画的能力。
后续课程	《网络营销实务》	通过前导课程《搜索引擎优化(SEO)》为《网络营销实务》扫除开店障碍。

三、课程培养目标

(一) 课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
-------	-------	----------

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>1、理解搜索引擎工作原理，了解搜索引擎优化相关术语；掌握搜索引擎的搜索器、索引器、检索器和用户接口 4 个部分的工作流程。</p> <p>2、掌握关键词优化技术，能通过关键词分析，挖掘出需要优化的关键词，并对关键词进行分配。</p> <p>3、掌握中文分词技术，能灵活应用正向（反向）最大匹配法对中文词条进行分词。</p> <p>4、熟悉主流的 SEO 方法，包括 URL 优化、代码优化、内容优化、结构优化、链接优化等。</p> <p>5、了解用户体验优化、信任度优化、作弊与惩罚、黑帽与白帽技术等 SEO 相关内容。</p> <p>6、掌握网站统计代码的运用，能够分析数据，并制定 SEO 实施方案。</p>	<p>1、BOPPPS 教学法；</p> <p>2、项目教学法；</p> <p>3、任务驱动教学法；</p> <p>4、翻转课堂教学法；</p> <p>5、线上线下教学法。</p>	<p>1、勤于学习、勇于创新；</p> <p>2、工作严谨、有责任心；</p> <p>3、沟通能力和表达能力；</p> <p>4、团队合作精神；</p> <p>5、严谨的逻辑思维能力；</p> <p>6、丰富的想象力和良好的创造力；</p> <p>7、培养学生电子商务项目运作的职业素质,以及精益求精的学习态度。</p>

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
<p>1. 掌握网站统计代码的运用，能够分析数据，并制定 SEO 实施方案等；</p> <p>2. 掌握 URL 优化、代码优化、内容优化、结构优化、链接优化等等；</p>	<p>1、数据收集和分析能力；</p> <p>2、域名注册，网站建设和内容运营能力；</p> <p>3、配合对 URL，代码，内容，结构和链接等方面的优化方法能力；</p>	<p>1、严谨工作作风；</p> <p>2、团队协作；</p> <p>3、人际交往能力；</p> <p>4、沟通能力；</p> <p>5、可持续学习能力。</p>

专业能力	方法能力	社会能力
3. 能应用中文分词技术,能灵活应用正向(反向)最大匹配法对中文词条进行分词;	4、网络营销和文案策划的能力。	

四、课程设计思路

课程名称	搜索引擎优化(SEO)	计划总学时	32 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	搜索引擎工作原理	认识搜索引擎营销	√	√	2
		域名的设计与申请	√	√	2
情境二	面向搜索引擎的网站设计	网站设计思维	√	√	2
		网站结构优化	√	√	2
		网站页面优化	√	√	2
情景三	软文的写作	网站原创内容	√	√	2
		网页内容优化	√	√	2
情景四	统计工具的使用	网站访问统计介绍	√	√	2
		SEO 分析工具	√	√	2

情境五	关键词优化	选择合适的关键词	√	√	2
		关键词优化	√	√	2
情境六	链接优化	网页内链优化	√	√	2
		网站外链优化	√	√	2
情境七	搜索引擎优化效果评价	用户体验优化案例分析	√	√	2
情境八	竞价排名	竞价排名申请及评估	√	√	2

五、教学设计

学习情境 1:	搜索引擎工作原理	学时	4
学习目标: 熟悉 SEO 的基本知识 掌握搜索引擎的基本知识 熟悉搜索引擎的工作原理 掌握选择网站域名的方法 掌握域名的注册与购买的流程			
学习内容		教学准备	教学地点
掌握 SEO 的基本步骤 了解搜索引擎的分类 了解常用搜索引擎 掌握搜索引擎的工作原理和使用方法 介绍网站域名的选择, 让学生了解域名的定义、域名对 SEO 的影响以及域名取名的注意事项		1. 手机; 2. 微信; 3. 教学分组; 4. 学情分析, 选择教法; 5. 课前线上预习; 6. 明确任务。	机房

教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	认识搜索引擎营销	1、BOPPPS 教学法； 2、项目教学法； 3. 教学分组；	2
2	域名的设计与申请	4. 学情分析，选择教法； 5. 课前线上预习； 6. 明确任务。	2
课程思政	<p>提高优化自己获取知识的能力和方法,搜索引擎优化可以使网站获得更好地排名,同样学习方法的优化可以让同学们提高学习效率,获得更多的知识和技能。</p> <p>作为学生,固然要学习和掌握好课堂知识,但是更重要的是要学会提高优化自己获取知识的能力和方法。学会和善于运用搜集、积累与整理知识要点的学习方法,这样就可以更快地挖掘无限的知识宝藏,挺高学习、工作乃至生活的效率,最终促进自学能力和研究能力的提高。现代社会,科学技术迅猛发展,不断学习才能跟上时代的发展,而优化学习方法,才是提高学习效率的关键。</p>		
总结整理	<p>在我们日常的生活和学习中是一样的,我们也需要不断地进行总结分析,才能更好地进步。</p>		

学习情境 2:	面向搜索引擎的网站设计	学时	6
---------	-------------	----	---

学习目标： 熟悉网站物理结构的类型及优化方法 掌握网页标题的优化方法 掌握图片的优化方法 掌握H标签的优化方法 掌握网页视频的优化方法 掌握网页代码的优化方法			
学习内容		教学准备	教学地点
网站设计思维、网站结构优化、页面标题、Meta 标签、图片、H 标签、视频和网页代码的优化		1. 手机/摄像机 2. A4 白纸 3. 教学分组； 4. 学情分析，选择教法； 5. 课前线上预习； 6. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	网站设计思维	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	网站结构优化		2
3	网站页面优化		2
课程思政	适合自己的才是最好的,在进行网站建设时，我们可以发现无论是选择域名还是网站系统，都强调了合适。这也印证了这样一句话“深处种菱浅种稻，不深不浅种荷花”。是菱，就不要渴望是浅水，深水才是成就梦想的天堂；是荷花，就不深不浅，适合自己的才能成功生长。人生亦如此，上帝是公平的，机会是均等的。人生的道路要靠自己去选择，只有适合自己，努力拼搏才能实现双赢。要正确对待自己的选择，不要随		

	波逐流适合自己的才是最好的。对于现在的我们，处于花开的季节。好好学习，才是适合我们的，让我们扬帆起航，向着属于自己的海域进发！
总结整理	在我们日常的生活和学习中是一样的，我们也需要不断地进行总结分析，才能更好地进步。

学习情境 3:	软文写作	学时	4
学习目标： 了解 SEO 指导下的网站内容建设 掌握网站内容标题的撰写方法 掌握网站内容正文的撰写方法 掌握网站内容的更新方法			
学习内容		教学准备	教学地点
网站内容标题、内容、正文的撰写方法 利用 AI 创建原创内容的方法 网站内容的更新方法		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	实训机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	网站原创内容	1 项目教学法	2
2	网页内容优化	2 任务驱动教学法 3 翻转课堂教学法	2
课程思政	将长远计划细分为多个小计划，在为网站进行内容建设时，我们需要制定软文撰写计划，并按计划执行，对网站进行长期的维护，保持网站的活跃。我们在新学期或者新的一年来的时候，通常也会给自己制定一个计划。但是因为实际中学习生活变化很多，又往往无法预测，所有这个计划如果只是一个泛泛的计划，比如，我要在今年记住 2000 个英语单词，这个计划延续的时间会很长，很容易半途而废，或者效率不高，但是如		

	果将这个计划进行细致划分，例如一个星期记住 40 个英语单词，再细致一点，一天记住 6 个英语单词，这样将计划分配到每周、每天去完成，使长远计划中的任务逐步得到解决，那么你的效率就会提高很多。
总结整理	在我们日常的生活和学习中是一样的，我们也需要不断地进行总结分析，才能更好地进步。

学习情境 4:	统计工具的使用	学时	4
学习目标: 掌握 SEO 综合查询工具的使用方法 掌握百度统计的使用方法 掌握百度指数的使用方法			
学习内容		教学准备	教学地点
SEO 综合查询工具的使用方法 百度统计的使用方法 百度指数的使用方法		1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 录制微课; 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	网站访问统计介绍	1 BOPPPS 教学法; 2 项目教学法; 3 任务驱动教学法;	2
2	SEO 分析工具	4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法。	2

课程思政	增强网络安全意识，学会应用网络，适应网络环境下的学习同样成为现代学生必须掌握的一种技能。在进行网站优化时，不仅需要进行网站结构优化，同时也需要对网站环境进行净化，良好的网络可以为大学生增强网络安全意识提供保障,而要构建良好的网络就必须完善网络安全立法,提高立法质量。		
总结整理	在我们日常的生活和学习中是一样的，我们也需要不断地进行总结分析，才能更好地进步。		
学习情境 5:	关键词优化	学时	4
学习目标: 了解关键词和关键词分类 了解影响关键词优化的因素 了解关键词的选择原则 掌握选择键词的方法 了解关键词的竞争度分析 掌握关键词的布局技巧 了解利用数据指标评估关键词的优化效果			
学习内容		教学准备	教学地点
关键词分类 关键词的选择原则 选择键词的方法 关键词的布局技巧 利用数据指标评估关键词的优化效果		1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 录制微课; 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

1	选择合适的关键词	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法；	2
2	关键词优化	5 线上线下教学法。	2
课程思政	<p>网站关键词对网站的优化至关重要，如何选择正确的关键词以及做好优化需要树立正确的价值观，价值观是基于人的一定的思维感官之上而作出的认知、理解、判断或抉择，也就是人认定事物、辩定是非的一种思维或价值取向，从而体现出人、事、物一定的价值或作用。</p> <p>价值观评价的标准是对社会发展和人类进步是否有利。对我们个人而言，正确的价值观就是在符合法律、社会道德规范的前提下，充分发挥自己的主观能动性，创造尽量多的社会财富，并在此过程中，实现自己的人生理想，为社会的稳定和发展做出自己的贡献。</p>		
总结整理	<p>在我们日常的生活和学习中是一样的，我们也需要不断地进行总结分析，才能更好地进步。</p>		

学习情境 6:	链接优化	学时	4
<p>学习目标：</p> <p>掌握网页内链技术，了解网站自动内链的实现；</p> <p>掌握常见的外链建设方法，能收集并分析有效的外链资源；</p> <p>理解链轮概念，能操作实施简单的链轮策略</p>			
学习内容		教学准备	教学地点

链接含义与分类 内部链接的优化 外部链接的优化 添加友情链接的方法 死链接的处理方法		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	内链优化	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法；	2
2	外链优化	3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
课程思政	互利互惠, 友情链接交换体现的是一种交换价值, 也是价值的表现形式。相互交换, 互惠互利, 正所谓“投我以木桃, 报之以琼瑶”。交换友情链接, 既可以帮助对方, 也可以增加自身的利用价值, 提高自己的能力, 体现的是互利互惠。在现实生活中, 我们也要做到互惠互利, 如果别人帮助了我们, 我们就要帮助他, 或者以其他形式来回报他; 如果别人送我们礼物, 我们也应该回礼, 反之别人对我们也会如此。用平等的态度对待他人: 每个人生来平等, 不能歧视或者因为自己的一点长处而自高自大, 而应该尊重每一个人, 不可以一味的索取。		
总结整理	在我们日常的生活和学习中是一样的, 我们也需要不断地进行总结分析, 才能更好地进步。		

学习情境 7:	搜索引擎优化效果评价	学时	2
---------	------------	----	---

学习目标： 1. 掌握常见的用户体验优化方法； 2. 理解搜索引擎优化的作弊与惩罚行为，了解白帽与黑帽技术。 3. 综合以上所学的内容进行综合性的案例分析			
学习内容		教学准备	教学地点
用户体验优化案例分析		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	用户体验优化案例分析	1 项目教学法； 2 任务驱动教学法； 3 翻转课堂教学法；	2
课程思政	不断总结，随着网络时代的不断发展，人们对于网络的依靠程度不断增强，搜索引擎也需要根据人们的需求不断地进行优化，优化的依据就是以往人们使用搜索引擎的数据，通过数据分析可以为其优化提供更好地依据和参考。在我们日常的生活和学习中是一样的，我们也需要不断地进行总结分析，才能更好地进步。		
总结整理	在我们日常的生活和学习中是一样的，我们也需要不断地进行总结分析，才能更好地进步。		

学习情境 8:	竞价排名	学时	2
----------------	------	-----------	---

学习目标： 了解竞价排名的特点和排名原理 掌握竞价账户搭建的技能 掌握竞价推广的流程，了解其常用工具			
学习内容		教学准备	教学地点
竞价排名申请及评估		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	竞价排名申请及评估	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
课程思政	劳逸结合，讲究适度，关键词虽然对于搜索引擎优化和竞价排名是非常重要的，但是在选取关键词时，也一定要适度，在选取关键词时，一定要对所选的词或词组进行界定。适度其实代表着一种平衡，有利于可持续发展，甚至可以趋于所谓的相对完美。日常生活中，无论什么事，也都要适度。例如工作要懂得“适度”，不能把你的人生完全投入到工作中，虽然工作不仅赋予你价值感和成就感，也让你有了更为强大的经济基础，但它的终极目的不也是为了让让你活得更好吗？所以学会生活才是真正的目标。学习与工作一样，也需要劳逸结合，讲究适度。随着网络时代的不断发展，人们对于网络的依靠程度不断增强，搜索引擎也需要根据人们的需求不断地进行优化，优化的依据就是以往人们使用搜索引擎的数据，通过数据分析可以为其优化提供更好地依据和参考。在我们		

	日常的生活和学习中是一样的，我们也需要不断地进行总结分析，才能更好地进步。
总结整理	在我们日常的生活和学习中是一样的，我们也需要不断地进行总结分析，才能更好地进步。

六、考核标准与方式

学习 情境	考核点		建议考核 评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 1	掌握搜索引擎的工作原理 掌握选择网站域名的方法	掌握域名的注册与 购买的流程	现场操作	10%
情境 2	熟悉网站物理结构的类型 掌握网页标题的优化方法 掌握图片的优化方法 掌握 H 标签的优化方法 掌握网页视频的优化方法 掌握网页代码的优化方法	能够对网站的标题、 内容、内页及结构进 行优化。	现场操作	10%
情境 3	掌握网站内容标题、正文撰 写方法 掌握网站内容的更新方法	利用 AI 创建原创内 容的方法	现场操作	20%
情境 4	掌握 SEO 综合查询工具的使 用方法 掌握百度统计的使用方法 掌握百度指数的使用方法	可以熟练使用 SEO 综 合查询工具，并对流 量数据进行分析	现场操作	10%
情境 5	了解关键词优化的因素 掌握关键词的选择方法 掌握选择关键词的布局技巧	能对关键词进行流 量预估和价值分析	现场操作	20%
情境 6	掌握网页内链外链技术建 设方法，能收集并分析有效 的外链资源；	具备为网站添加外 部链接、友情链接的 能力	现场操作	10%

学习 情境	考核点		建议考核 评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 7	掌握常见的用户体验优化方;	能够对用户体验优化案例分析	现场操作	10%
情境 8	了解竞价排名的排名原理 掌握竞价账户搭建的技能 掌握竞价推广的流程,了解其常用工具	能进行竞价账户的搭建以及竞价推广	现场操作	10%
合计				100%

七、学习资源的选用

(一) 主要参考教材

《搜索引擎营销》陈则辉, 刘明浩 北京出版社 2023 年 11 月修订

(二) 其他参考资料

《SEO 搜索引擎优化》张兴发 人民邮电出版社 2023 年 09 月

(三) 网络资源

充分利用互联网上的各种资源, 包括本课程的相关技术论坛、博客、网站、自媒体平台, 为学生提供学习和实践的平台。如以下相关网站:

- 1、慕课网 <https://www.imooc.com/>
- 2、网易云课堂 <http://study.163.com/>
- 3、搜外网 <http://seowhy.com/>
- 4、站长工具 <http://seo.chinaz.com/>
- 5、百度搜索资源平台 <https://ziyuan.baidu.com/>

建立博客、QQ 群、微信公众号等网络应用, 共享教学资源 (如教学课件、课堂作业、网上答疑、就业信息、相关网站链接等), 为学生提供随时随地学习交流的平台。

八、课程资源的开发与利用

(一) 合作开发

与企业电商部门负责人共同探讨, 将企业真实项目任务运用到课堂教学过程中, 并共同编制实训指导书。

(二) 师资队伍

建议配备的专职教师应具备双师素质，中级以上职称，有三年以上高职教学经历和多年企业工作经历，掌握高职教育规律，了解高职学生特点，精通电子商务、平面设计、SEO 优化、网络营销等知识和技能，最好是有网络推广教学经验的教师执教。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与广州文博智能科技有限公司、东莞市凯岚光学科技有限公司企业合作开发。

2. 执笔：陆惠欣 胡兹

3. 审核：卜忠群

4. 时间： 2023 年 8 月 20 日

《网页设计与制作（HTML5+CSS3）》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】网页设计与制作（HTML5+CSS3）

【开课时间】第 2 学期

【学时/学分数】68 学时/4 学分

【课程类型】专业课

【授课对象】电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

本课程是电子商务专业的专业核心课，是《电子商务实务》《商品摄影技术》后续课程，是《电商运营推广》专业核心课程的前导课程；通过本课程的学习，一方面让学生了解网页设计的相关知识，能够设计常见的网页；另一让学生掌握必备的网站开发的基础知识和操作技能，培养学生踏实认真、精益求精、团结合作、务实创新的精神，培养良好的职业道德，提高学生网页制作应用水平，为后续学习计算机类课程及未来走上工作岗位奠定基础。

本课程所学技能支撑多种工作岗位，包括网页设计岗位、网站管理岗位、网络推广设计岗位等。本课程侧重培养学生工作技能职业素质、也注重对学生其它职业素质的培养，包括敬业爱岗、学习创新、人际沟通、团队精神等素质。

（二）课程任务

本课程设计的依据是网页设计工作岗位对职业能力的要求。对网页设计与制作岗位开展典型工作任务分析，以典型工作任务所包含具体实际工作任务为引领，以网页设计与制作工作流程为主线，根据学生认知特点，采用并列和递进相结合的结构方式，构建了“制作房地产行业网页”、“制作商务企业网站”、“网页制作综合训练”三个学习项目，包含 16 个具体学习任务，同时遵循学生对网页的认识规律，按照从浅入深的教学方式学习，以适应学生的学习特点。该课程在计算机机房实施教学，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；课程考核采取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）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《电子商务实务》 《商品摄影技术》	培养学生具备 Photoshop 图像处理、HTML 代码编写能力，开店运营，为后续课程《网页设计与制作（HTML5+CSS3）》学习打下良好的学习基础。
本课程	《网页设计与制作（HTML5+CSS3）》	目标岗位为网店美工师、网站前端工程师，本课程培养学生具备各类电商平台页面编辑、网站前端编辑的能力。
后续课程	《电商运营推广》	电商平台运营实操，通过前导课程《网页设计与制作（HTML5+CSS3）》为《电商运营推广》扫除开店障碍。

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
1、学生了解并掌握 HTML、css 和 dreamweaver 制作网页的知识和技术， 2、了解网站开发的流程，掌握 HTML 和 CSS 技术实现网页的构建和美化， 3、具备网页文本的编辑和控制、表格设计和制作网页的技术能力； 4、会进行网页图像的处理、超链接的使用、网页表单的编辑； 5、会利用模板和库设计网页； 6、会制作网页框架、使用图层技术、使用和编辑 CSS 样式文件；	1、BOPPPS 教学法； 2、项目教学法； 3、任务驱动教学法； 4、翻转课堂教学法； 5、线上线下教学法。	1、勤于学习、勇于创新； 2、工作严谨、有责任心； 3、沟通能力和表达能力； 4、团队合作精神； 5、严谨的逻辑思维能力； 6、丰富的想象力和良好的创造力； 7、良好的审美观和鉴赏力； 8、对美的捕捉、展示和应用能力。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
1、能够美化 CSS 和 Ccss+div 设计网页； 2、能够对网页文本的编辑和控制、表格设计和具有制作网页的技术； 3、进行综合网站规划与设计工作； 4、能够胜任网页设计工程师工作。	1、Photoshop 作图能力； 2、微信软文编辑能力； 3、短视频拍摄剪辑能力； 4、HTML 代码编译能力； 5、组织管理能力； 6、审美能力； 7、创新能力。	6、严谨工作作风； 7、团队协作； 8、人际交往能力； 9、沟通能力； 10、可持续学习能力。

四、课程设计思路

课程名称	网页设计与制作 (HTML5+CSS3)	计划总学时	72 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	制作房地产行业网页	子情境 1-1 制作租房网页	1、初识 Dreamweaver 2、认识与创建站点 3、制作基本网页文档	1、会创建站点 2、懂得制作网页文档	8
		子情境 1-2 制作建筑规划网页	1、插入图像和多媒体 2、表格的制作 3、设置超级链接 4、表单的制作	1、懂得图像编辑 2、会制作表格 3、会制作表单	12
情境二	制作休闲类网页	子情境 2-1 制作青山别墅网页	1、认识 css 2、利用 css 美化表格和链接 3、利用 css	1、会利用 css 美化表格和链接并美化 2、能利用	10

			美化表单 4、利用 css+div 设计网页	css+div 设计网页	
		子情境 2-2 制作温泉度假网页	1、利用 javascript 制作特效 2、图像使用的技巧 3、多媒体在网页中的应用 4、创建列表和菜单 5、应用行为	1、会利用 javascript 制作特效 能使用多媒体 2、懂得创建列表和应用行为	10
情景三	制作家装类网页	子情境 3-1 制作办公系统网页	1、层的基本操作 2、更改移动对齐层 3、应用层表格	1、熟悉层的基本操作 2、学会应用层会	8
		子情境 3-2 制作 OA 系统网页	1、使用框架 框架属性、链接、拆分与保存框架	1、熟悉使用框架以及框架集	8
情境四	制作网页集	子情境 4-1 设计旅游类网页	1、利用框架 布局网站 2、创建模板和库	1、会利用 框架布局网站 2、会创建模板和库	8
		子情境 4-2 设计文创类网页	1、利用模板 创建网站 2、测试发布网站	1、利用模板创建网站 2、会测试与发布网站	8

五、教学设计

学习情境 1-1:	制作租房网页	学时	8
学习目标： 1、会创建站点 2、懂得制作网页文档			
学习内容		教学准备	教学地点
1、初识 Dreamweaver 2、认识与创建站点 3、制作基本网页文档		1. 手机； 2. 微信； 3. 教学分组； 4. 学情分析，选择教法； 5. 课前线上预习； 6. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	1、认识 Dreamweaver	1、BOPPPS 教学法； 2、项目教学法； 3. 教学分组； 4. 学情分析，选择教法； 5. 课前线上预习； 6. 明确任务。	2
2	认识与创建站点		2
3	制作基本网页文档、标题、 字体设置		4
课程思政	精通电商营销技巧，优化网店页面设计处理直通车与钻石展位，创新淘宝客与聚划算策略，诚信经营，精准策划活动，共筑电商诚信与创新高地。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用创建站点、制作基本网页文档、标题、字体设置形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 1-2:	制作建筑规划网页	学时	12
学习目标： 1、懂得图像编辑 2、会制作表格 3、会制作表单			
学习内容		教学准备	教学地点
1、插入图像和多媒体 2、表格的制作 3、设置超级链接 4、表单的制作		1. 手机/摄像机 2. A4 白纸 3. 教学分组； 4. 学情分析，选择教法； 5. 课前线上预习； 6. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	插入图像和多媒体	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	表格的制作		4
3	设置超级链接		2
4	表单的制作		4
课程思政	强化团队协作，明确岗位责任与绩效，注重选品策略与运营差异，科学规划项目		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用插入图像和多媒体、表格的制作、设置超级链接、表单的制作形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 2-1:	制作青山别墅网页	学时	10
学习目标： 1、会利用 css 美化表格和链接并美化 2、能利用 css+div 设计网页			
学习内容		教学准备	教学地点
1、认识 css 2、利用 css 美化表格和链接 3、利用 css 美化表单 4、利用 css+div 设计网页		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	实训机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	css 认识	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	css 美化表格		2
3	css 设置链接		2
4	css 美化表单		2
5	利用 css+div 设计网页		2
课程思政	理解个性化搜索与人群标签，聚焦店铺人气；深入产品分析，明确产品定位，践行电商诚信与创新。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用 css 美化表格、css 设置链接、css 美化表单形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 2-2:	制作温泉度假网页	学时	10
学习目标： 1、会利用 javascript 制作特效 2、能使用多媒体 3、懂得创建列表和应用行为			
学习内容	教学准备	教学地点	
1、利用 javascript 制作特效 2、图像使用的技巧 3、图像使用的技巧 4、创建列表和菜单 5、应用行为	1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	利用 javascript 制作特效	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	图像使用的技巧		2
3	图像使用的技巧		2
4	创建列表和菜单		2
5	应用行为		2
课程思政	了解各电商平台入驻要求，规范开设网店流程；诚信缴纳保证金，完善信息设置，合理设置运费，树立电商诚信经营典范。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用使用图像技巧、创建列表和菜单形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		
学习情境 3-1:	制作办公系统网页	学时	8

学习目标： 1、熟悉层的基本操作 2、学会应用层			
学习内容		教学准备	教学地点
1、层的基本操作 2、更改移动对齐层 3、应用层表格		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	层的基本操作	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	4
2	更改移动对齐层		2
3	应用层表格		2
课程思政	掌握店铺活动分类与计划，善用优惠券引流促销，精准分析活动数据，积极参与 618 等大促，复盘总结提升，践行电商实战与诚信经营		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用更改移动对齐层、应用层表格、应用层布局形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 3-2:	制作 OA 系统网页	学时	8
学习目标： 1、熟悉使用框架以及框架集			
学习内容		教学准备	教学地点

1、使用框架 2、框架属性、链接、拆分与保存框架		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	使用框架	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法；	4
2	框架属性、链接、拆分与保存框架	3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	4
课程思政	精准收集加工商品信息，撰写优质文案；科学定价，遵循引流原则，诚信经营，提升商品竞争力，助力电商成功。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用框架链接、拆分与保存框架形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 4-1:	设计旅游修娱乐类网页	学时	8
学习目标: 1、熟悉使用框架以及框架集			
学习内容	教学准备	教学地点	
1、使用框架 2、框架属性、链接、拆分与保存框架	1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	设计个人网页	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法；	2

2	设计瑜伽休闲网页	3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
3	设计旅游度假网页		2
4	设计房产网页		2
课程思政	精通电商营销技巧，优化直通车与钻石展位，创新淘宝客与聚划算策略，诚信经营，精准策划活动，共筑电商诚信与创新高地。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用设计不同类型的网页，例如个人网页、瑜伽休闲网页、旅游度假网页、房产网页形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		
学习情境 4-2：	设计文创类网页	学时	8
学习目标： 1、利用模板创建网站 2、会测试与发布网站			
学习内容		教学准备	教学地点
1、利用模板创建网站 2、测试发布网站		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	设计游戏网页	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	设计书法艺术网页		2
3	设计电影在线网页		2
4	设计风景摄影网页		2
课程思政	掌握微信平台操作，精准编辑发布内容；精通抖音短视频运营，编写直播脚本，提升直播技巧，践行新媒体诚信与创新		

总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用设计不同类型的网页，例如游戏网页、书法艺术网页、电影在线网页、风景摄影网页形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。
------	--

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 1	1、初识 Dreamweaver 2、认识与创建站点 3、制作基本网页文档 4、插入图像和多媒体 5、表格的制作 6、设置超级链接 7、表单的制作	1、会创建站点 2、懂得制作网页文档 3 懂得图像编辑 4、会制作表格 5、会制作表单	现场操作	20%
情境 2	1、认识 css 2、利用 css 美化表格和链接 3、利用 css 美化表单 4、利用 css+div 设计网页 5、利用 javascript 制作特效 6、图像使用的技巧 7、多媒体在网页中的应用 8、创建列表和菜单 9、应用行为	1、会利用 css 美化表格和链接并美化 2、能利用 css+div 设计网页 3、会利用 javascript 制作特效 能使用多媒体 4、懂得创建列表和应用行为	现场操作	30%
情境 3	1、层的基本操作 2、更改移动对齐层 3、应用层表格 4、使用框架 框架属性、链接、拆分与保存框架	1、熟悉层的基本操作 2、学会应用层会 3、熟悉使用框架以及框架集	现场操作	25%
情境 4	1、利用框架布局网站 2、创建模板和库 3、利用模板创建网站	1、会利用框架布局网站 2、会创建模板和库	现场操作	25%

学习 情境	考核点		建议考核 评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
	4、测试发布网站	3、利用模板创建网站 4、会测试与发布网站		
合计				100%

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《Dreamwear CS6 实例教程》 汤强 人民邮电出版社 2019 年出版

（二）其他参考资料

《网页设计与制作项目教程（HTML+CSS+JavaScript） 网站开发》 黑马程序员 人民邮电出版社

《网页设计与网站建设案例课堂（第 2 版）》 刘春茂 清华大学出版社

（三）网络资源

充分利用互联网上的各种资源，包括本课程的相关技术论坛、博客、网站、自媒体平台，为学生提供学习和实践的平台。如以下相关网站：

国家图书馆电子书网站 <http://m.ndlib.cn>

W3C 标准技术网站: <https://www.w3school.com.cn/>

BS 框架技术网站: <http://www.bootcss.com>

JS 标准技术网站: <http://www.bootcdn.com>

虎课网 <https://huke88.com>

网易学院 <http://tech.163.com>

腾讯课堂 <https://ke.qq.com>

腾讯视频 <http://v.qq.com>

优酷 <https://www.youku.com>

建立博客、QQ 群、微信公众号等网络应用，共享教学资源（如教学课件、课堂作业、网上答疑、就业信息、相关网站链接等），为学生提供随时随地学习交流的平台。

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

包括相关教辅材料、实训指导手册、信息技术应用、工学结合、教学实验、网络资源、仿真软件、软硬件环境、校内外实训条件、校企合作项目等的开发与利用。

（二）师资队伍

建议配备的专职教师应具备双师素质，中级或以上职称，或具有三年以上高职教学经历和多年企业工作经历，掌握高职教育规律，了解高职学生特点，精通电子商务、网店装修、视频制作、网站前端设计等知识和技能，最好是有PhotoShop、HTML+CSS、BS 框架教学经验的教师执教。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室和广州市德陵兰贸易有限公司共同开发。
2. 执笔：高进锋
3. 审核：卜忠群
4. 时间： 2023 年 1 月 20 日

《网络营销实务》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】网络营销实务

【开课时间】第 4 学期

【学时/学分数】102 学时/6 学分

【课程类型】专业必修课

【授课对象】2022 级电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

本门课程为电子商务专业专业课，是《电子商务实务》、《Photoshop 图像处理》、《网页设计与制作》后续课程，是《电商经营方法与技能》专业核心课程的前导课程；通过本课程的学习，一方面让学生了解网络营销发展、网络营销职能、网络营销案例、网络营销理论等知识，为进一步学习电子商务其它专业课程及将来从事电子商务工作奠定基础；另一方面掌握新媒体营销、网络营销、电商平台营销、社区营销、搜索引擎营销、网络广告设计、网络营销策划等技能，学生能熟练地运用视频软件、网络工具等为企业实施网络营销策划和网络营销实施。

本课程所学技能支撑多种工作岗位，包括搜索引擎优化专员岗位、网络广告营销专员岗位、网店运营专员岗位、网络编辑专员岗位、视频营销专员岗位、网络直播专员岗位等。本课程侧重培养学生工作技能职业素质、也注重对学生其它职业素质的培养，包括敬业爱岗、学习创新、人际沟通、团队精神等素质。

（二）课程任务

本课程设计的依据是电子商务工作岗位对职业能力的要求。教学项目和任务设计的依据是电商营销人员的工作任务，按照应用型人才培养模式的教学要求，突出对学生基本理论、基本技能的掌握和技术应用能力的培养，以提升学生职业素质为目标，立足于实际能力培养，打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以项目任务为中心组织课程内容和课程教学，让学生在完成具体项目的过程中来构建相关理论知识，并发展职业能力。本课程以学生为中心、以结果为导向、倡导持续发展，设计了多个教学项目和任务，项目从简单到复杂，学

生通过任务完成,提高对专业的兴趣,增加成就感,感受项目学习过程的乐趣。老师指导,学生练习,以学生为中心,实现“教、学、做”一体化,力求让学生尽快掌握电商岗位工作技能。

(五) 课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《电子商务实务》 《Photoshop 图像处理》 《网页设计与制作》	了解电子商务概况、培养学生具备 PS 图像处理、HTML 代码编写能力,为后续课程《网络营销实务》学习打下良好的学习基础。
本课程	《网络营销实务》	目标岗位为网络营销专员、SEO 专员、视频营销专员,本课程培养学生具备各类网络营销技能、网络编辑等能力。
后续课程	《电商经营方法与技能》	电商平台页面装修为网店运营的基础工作,通过前导课程《网络营销实务》为《电商经营方法与技能》扫除网店运营障碍。

三、课程培养目标

(一) 课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
1、了解网络营销发展与理论; 2、掌握图片处理、视频处理、网页设计等技能; 3、能够建立企业营销网站;能够利用企业网站、网店开展营销; 4、能熟练地进行搜索引擎营销; 5、能设计网络广告、撰写广告软文; 6、能熟练地进行社区营销,包括微信营销、QQ 营销、博客营销、贴吧营销等; 7、了解熟练使用新媒体平台进行网络营销。	1、BOPPPS 教学法; 2、项目教学法; 3、任务驱动教学法; 4、翻转课堂教学法; 5、线上线下教学法。	1、勤于学习、勇于创新; 2、工作严谨、有责任心; 3、沟通能力和表达能力; 4、团队合作精神; 5、严谨的逻辑思维能力; 6、丰富的想象力和良好的创造力; 7、网络社交、注重礼节; 8、实事求是、诚实守信。

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
1、能够实施网络营销策划； 2、能够实施全网营销； 3、能够实施网站营销、网店营销； 4、能够实施搜索引擎营销、社区营销等传统网络营销； 5、能实施网网络视频营销、网络直播等新媒体营销。	1、图片处理能力； 2、微信公众号推文、h5 推文编辑能力； 3、视频编辑发布能力； 4、网络广告设计、文案编辑能力； 5、网络营销策划能力； 6、网络营销实施能力； 7、创新能力。	11、严谨工作作风； 12、团队协作； 13、人际交往能力； 14、沟通能力； 15、可持续学习能力。

四、课程设计思路

课程名称	网络营销实务	计划总学时	102 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	认识网络营销	1-1 网络营销概述	熟悉网络营销概念、发展和职能	能分析各种网络营销手段	2
		1-2 网络营销理论	熟悉营销组合策略和营销理论	能使用营销理论经分析各种网络营销	6
		1-3 全网营销多元化方式案例分析	了解熟悉全网营销的多种营销方式	能分析全网营销的各种多元化方式	8
情境二	初试网络营销实务	2-1 微信公众号营销	了解熟悉微信公众号营销功能	能够注册平台，编辑公众号	4

		2-2 H5 推文营销	熟悉 H5 平台	能够注册平台，编辑发布 H5 推文	4
情景三	网站与网店营销	3-1 网站设计与营销	熟悉营销网站搭建要素	能实施营销网站的搭建与营销	8
		3-2 网店搭建与营销	熟悉电商平台开店条件和推广产品	能利用电商平台搭建营销型网店	4
情景四	搜索引擎营销	4-1 搜索引擎优化	熟悉了解搜索引擎及网站优化要点	能对企业网站进行分析和优化	6
		4-2 搜索引擎广告	了解熟悉搜索引擎广告类型	能根据企业网站需求有效投放搜索引擎广告	2
情景五	视频编辑与短视频营销	5-1 视频编辑	了解熟悉主流视频编辑软件	能使用软件编辑视频	12
		5-2 视频营销	了解熟悉主流短视频媒体平台	能利用平台发布营销视频	8
情景六	网络社区营销	6-1 论坛、博客营销、微信、QQ 营销	了解熟悉各种网络社区交流方式及特点	能利用各种网络社区进行营销	6
		6-2 贴吧、邮件营销、软文制作	了解熟悉贴吧、电子邮件、软文写作营销特点	能利用贴吧广告邮件、软文进行营销	6

情景七	网络广告设计与投放	7-1 广告设计	了解熟悉弹出广告、对联广告、图片无缝滚动广告设计特点	能在网站上设计弹出广告、对联广告、图片无缝滚动广告	6
情景八	知识营销	8-1 认识知识营销	了解熟悉百度百科、百度知道、知乎等知识型营销方式	能利用百度百科、百度知道、知乎进行企业营销	6
情景九	网络营销策划	9-1 营销活动策划	了解营销策划的主要内容	能简单策划某次营销活动	2
情景十	新媒体平台及其它应用	10-1 自媒体平台	了解腾讯视频自媒体平台、百家、今日头条等媒体平台	能利用自媒体平台进行营销	6
		10-2 移动营销及其它营销应用	了解熟悉二维码营销、APP营销等移动营销方式及其它营销应用	能进行二维码营销、APP营销	8

五、教学设计

学习情境 1-1:	网络营销概述	学时	2
学习目标: 1. 了解熟悉网络营销概念、 2. 了解熟悉网络营销发展和职能 3. 能分析各种网络营销手段			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 网络营销概念、 2. 网络营销发展和职能 3. 网络营销案例分享		1. 手机. 电脑; 2. 网络; 3. 教学分组; 4. 学情分析, 选择教法; 5. 课前线上预习; 6. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	1. 网络营销概念、 2. 网络营销发展和职能	1、BOPPPS 教学法; 2、项目教学法; 3. 教学分组;	0.5
2	1. 网络营销案例分享;	4. 学情分析, 选择教法; 5. 课前线上预习; 6. 明确任务。	1.5
课程思政	创新精神: 介绍网络营销领域的创新案例, 激发学生的创新思维。 弘扬以改革创新为核心的时代精神, 为学生的未来发展注入创新动力。		
总结整理	1. 通过分享网络营销案例, 认识网络营销方式; 2. 了解网络营销概念、发展和职能。		

学习情境 1-2:	网络营销理论	学时	6
学习目标: 1. 熟悉营销组合策略 2. 熟悉营销理论 3. 使用营销理论分析各种网络营销			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 营销组合策略 2. 直复营销理论 3. 关系营销理论 4. 软营销理论 5. 整合营销理论		1. 手机； 2. 微信； 3. 教学分组； 4. 学情分析，选择教法； 5. 课前线上预习； 6. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	1. 营销组合策略。	1、BOPPPS 教学法； 2、项目教学法； 3. 教学分组；	2
2	1. 直复营销理论及案例分析 2. 关系营销理论及案例分析 3. 软营销理论及案例分析 4. 整合营销理论及案例分析	4. 学情分析，选择教法； 5. 课前线上预习； 6. 明确任务。	4
课程思政	社会责任： 探讨企业在网络营销中应承担的社会责任，如环保、公益等。 增强学生的社会责任感，让他们认识到企业不仅要追求经济效益，还要关注社会效益		
总结整理	1. 熟悉 4P/4C 营销策略组合 2. 掌握各种营销理论并能进行案例分析		

学习情境 1-3:	全网营销多元化方式案例分析	学时	8
学习目标： 1. 了解熟悉全网营销的多种营销方式 2. 能分析全网营销的各种多元化方式。			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 事件营销 2. 新闻营销 3. 内容营销 4. 体验式营销 5. 情感营销 6. 大数据营销 7. 互动式营销		1、BOPPPS 教学法； 2、项目教学法； 3. 教学分组； 4. 学情分析，选择教法； 5. 课前线上预习； 6. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	1. 事件营销案例分析 2. 新闻营销案例分析 3. 内容营销案例分析	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法；	4
2	1. 体验式营销案例分析 2. 情感营销案例分析 3. 大数据营销案例分析 4. 互动式营销案例分析	3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	4
课程思政	法律法规意识 讲解网络营销相关的法律法规，如《广告法》《消费者权益保护法》等。 增强学生的法律意识和法治观念，使他们成为知法、守法的网络营销从业者。		
总结整理	1. 熟悉事件营销、新闻营销、内容营销案例； 2. 熟悉体验式营销、情感营销、大数据营销、互动式营销案例。		

学习情境 2-1:	微信公众号营销	学时	4
学习目标： 1. 了解熟悉微信公众号功能 2. 掌握微信公众号创建与设置 3. 掌握微信公众号推文编辑发布			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 微信公众号与微信小程序的区别 2. 微信公众号创建 3. 微信公众号菜单、回复等设置 4. 公众号推广编辑与发布		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	实训机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解微信公众号 微信公众号创建与设置	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法；	2
2	利用公众号创建推文并发布 利用其它平台创建推文并发布	4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
课程思政	团队合作： 引导学生在团队中发挥各自的优势，共同完成网络营销任务。 弘扬集体主义精神，增强学生的集体荣誉感和归属感。		
总结整理	1. 掌握微信公众号创建与设置； 2. 掌握微信公众号推文编辑与发布技能。		

学习情境 2-2:	H5 推文营销	学时	4
学习目标： 1. 熟悉主流 H5 线上平台 2. 平台注册会员 3. 掌握 H5 推文编辑发布技巧			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 熟悉主流 H5 平台，如 MAKa、易企秀等 2. H5 平台注册会员 3. 利用平台模板快速编辑 H5 文章并发布 4. 利用平台功能自建 H5 文章并发布		1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3. 教学分组； 4. 学情分析，选择教法； 5. 课前线上预习； 6. 明确任务。		机房
教学组织 步骤	教学内容		教学方法建议	学时分配
1	1. 熟悉主流 H5 平台并注册； 2. 利用平台模板快速编辑 H5 文章并发布；		1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	1. 利用平台自建 H5 文章并发布；			2
课程思政	创新精神： 介绍网络营销领域的创新案例，激发学生的创新思维。 弘扬以改革创新为核心的时代精神，为学生的未来发展注入创新动力。			
总结整理	1. 熟悉主流 H5 平台； 2. 掌握 H5 文章编辑并发布技能			
学习情境 3-1：	网站设计与营销		学时	8
学习目标： 1. 熟悉营销网站搭建要素 2. 能实施营销网站的搭建与营销				
学习内容		教学准备		教学地点

1. 了解熟悉营销网站搭建要素； 2. 能实施营销网站的搭建，包括网站域名设计申请、虚拟空间申请、网页设计、网站上传；		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	实训机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	分析营销网站要素 设计域名、申请域名与虚拟空间 收集准备素材	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	营销网站设计制作		6
课程思政	团队合作： 引导学生在团队中发挥各自的优势，共同完成网络营销任务。 弘扬集体主义精神，增强学生的集体荣誉感和归属感。		
总结整理	1. 熟悉营销网站搭建要素 2. 能够设计制作营销网站		

学习情境 3-2:	网店搭建与营销	学时	6
学习目标： 1. 熟悉电商平台开店条件和平台推广服务 2. 能利用电商平台搭建营销型网店；			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 熟悉电商平台开店条件； 2. 熟悉电商平台推广服务； 3. 在平台上搭建营销型网店，设置好网店内容。。		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。		机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议		学时分配
1	熟悉电商平台，如京东、淘宝等 了解平台推广服务、如直通车等	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。		2
2	搭建网店，做好相关准备			2
课程思政	诚信经营： 在网络营销中的广告投放、产品描述等环节，强调诚信为本，不夸大产品功效、不虚假宣传。 弘扬社会主义核心价值观中的诚信价值观，让学生成为诚实守信的网络营销从业者。			
总结整理	1. 熟悉电商平台及推广服务产品 2. 能够利用平台搭建网店			
学习情境 4-1：	搜索引擎优化	学时	6	
学习目标： 1. 了解熟悉搜索引擎及网站优化要点 2. 能对企业网站进行分析和优化。				
学习内容		教学准备		教学地点

1. 了解搜索引擎及优化知识 2. 网站初步搜索优化 3. 网站关键词密度优化 4. 网站关键词密度优化		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解搜索引擎及优化知识 网站初步搜索优化	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	网站关键词密度优化 网站关键词密度优化		4
课程思政	创新精神： 介绍网络营销领域的创新案例，激发学生的创新思维。 弘扬以改革创新为核心的时代精神，为学生的未来发展注入创新动力。		
总结整理	1. 熟悉搜索引擎及网站优化要点，熟悉工具使用 2. 能对企业网站进行分析和优化		
学习情境 4-1：	搜索引擎广告	学时	2
学习目标： 1. 了解熟悉搜索引擎广告类型 2. 能根据企业网站需求有效投放搜索引擎广告 3. 能根据企业网站需求设计搜索引擎广告内容			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 搜索引擎广告类型 2. 设计并投放搜索引擎广告内容		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	搜索引擎广告类型	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	1
2	设计并投放搜索引擎广告内容		1
课程思政	法律法规意识 讲解网络营销相关的法律法规，如《广告法》《消费者权益保护法》等。 增强学生的法律意识和法治观念，使他们成为知法、守法的网络营销从业者。		
总结整理	1. 熟悉主流搜索引擎广告类型 2. 能设计并投放搜索引擎广告		

学习情境 5-1:	视频编辑	学时	12
学习目标： 1. 了解熟悉主流视频编辑软件 2. 能使用软件编辑视频；			
学习内容	教学准备	教学地点	

1. 了解熟悉主流视频编辑软件，如 PR 软件 2. 学习软件常用编辑功能，如剪辑、画中画、遮罩等 3. 能使用软件编辑视频		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	学习软件常用编辑功能，如剪辑、画中画、遮罩等	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	6
2	能使用软件编辑视频		6
课程思政	创新精神： 介绍网络营销领域的创新案例，激发学生的创新思维。 弘扬以改革创新为核心的时代精神，为学生的未来发展注入创新动力。		
总结整理	1. 学习视频编辑软件常用功能，如剪辑、画中画、遮罩等 2. 能使用软件编辑视频		

学习情境 5-2：	视频营销	学时	8
学习目标： 1. 了解熟悉主流短视频媒体平台； 2. 能设计制作营销视频 2. 能利用平台发布营销视频；			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 了解熟悉主流短视频媒体平台，如抖音、快手、小红书等 2. 根据营销目的，设计制作营销视频 3. 根据不同营销目的，在不同平台发布营销视频		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解熟悉主流短视频媒体平台，如抖音、快手、小红书等	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	4
2	根据营销目的，设计制作营销视频并发布		4
课程思政	创新精神： 介绍网络营销领域的创新案例，激发学生的创新思维。 弘扬以改革创新为核心的时代精神，为学生的未来发展注入创新动力。		
总结整理	1. 了解熟悉主流短视频媒体平台入平台特点 2. 能设计制作营销视频并发布		

学习情境 6-1：	论坛、博客营销、微信、QQ 营销	学时	6
学习目标： 1. 了解熟悉各种网络社区交流方式及特点 2. 能利用各种网络社区进行营销			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 论坛营销 2. 博客/微博营销 3. 微信、QQ 营销		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解熟悉论坛、博客 利用论坛、博客进行营销	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	4
2	了解熟悉微信、QQ 利用微信、QQ 进行营销		2
课程思政	法律法规意识 讲解网络营销相关的法律法规，如《广告法》《消费者权益保护法》等。 增强学生的法律意识和法治观念，使他们成为知法、守法的网络营销从业者。		
总结整理	1. 了解熟悉各种网络社区交流方式及特点 2. 能利用各种网络社区进行营销，重点是微信		

学习情境 6-2:	贴吧、邮件营销、软文制作	学时	6
学习目标： 1. 了解熟悉贴吧、电子邮件、软文写作营销特点 2. 能利用贴吧、广告邮件、软文进行营销			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 了解熟悉贴吧、创建贴吧并发帖回复 2. 掌握邮件广告要点，撰写广告邮件并发布 3. 了解熟悉软文写作要点、制作并发布软文		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解熟悉贴吧、创建贴吧并发帖回复	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	掌握邮件广告要点，撰写广告邮件并发布		2
3	了解熟悉软文写作要点、制作并发布软文		2
课程思政	社会责任： 探讨企业在网络营销中应承担的社会责任，如环保、公益等。 增强学生的社会责任感，让他们认识到企业不仅要追求经济效益，还要关注社会效益。		
总结整理	1. 了解熟悉贴吧、电子邮件、软文写作营销特点 2. 能利用贴吧、广告邮件、软文进行营销		

学习情境 7-1：	广告设计	学时	6
学习目标： 1. 了解熟悉弹出广告、对联广告、图片无缝滚动广告设计特点 2. 能在网站上设计弹出广告、对联广告、图片无缝滚动广告			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 了解熟悉弹出广告、对联广告、图片无缝滚动广告设计特点 2. 设计弹出广告 3. 设计对联广告 4. 设计图片无缝滚动广告		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解熟悉弹出广告特点并设计网页弹出广告	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	了解熟悉对联广告特点并设计网页对联广告		2
	了解熟悉图片无缝滚动广告特点并设计网页图片无缝滚动广告		2
课程思政	法律法规意识 讲解网络营销相关的法律法规，如《广告法》《消费者权益保护法》等。增强学生的法律意识和法治观念，使他们成为知法、守法的网络营销从业者。		
总结整理	1. 了解熟悉弹出广告、对联广告、图片无缝滚动广告设计特点 2. 能在网站上设计弹出广告、对联广告、图片无缝滚动广告，同时注意图片或动画的设计与处		

学习情境 8-1：	认识知识营销	学时	6
学习目标：			
1. 了解熟悉百度百科、百度知道、知乎等知识型营销方式			
2. 能利用百度百科、百度知道、知乎进行企业营销			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 了解熟悉百度百科、百度知道、知乎等知识型营销方式		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
2. 应用百度百科营销			
3. 应用百度知道营销			
4. 应用知乎营销			
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解熟悉百度百科，应用百度百科营销	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	了解熟悉百度知道，应用百度知道营销		2
	了解熟悉知乎，应用知乎营销		2
课程思政	创新精神： 介绍网络营销领域的创新案例，激发学生的创新思维。 弘扬以改革创新为核心的时代精神，为学生的未来发展注入创新动力。		
总结整理	1. 了解熟悉百度百科、百度知道、知乎等知识型营销方式		
	2. 能利用百度百科、百度知道、知乎进行企业营销，重点是收集与积累有用知识		

学习情境 9-1：	营销活动策划	学时	2
学习目标： 1. 了解营销策划的主要内容 2. 能简单策划某次网络营销活动			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 了解营销策划的主要内容 2. 能简单策划某次网络营销活动		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解营销策划的主要内容 参照各种网络营销案例	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	1
2	策划某次营销活动		1
课程思政	创新精神： 介绍网络营销领域的创新案例，激发学生的创新思维。 弘扬以改革创新为核心的时代精神，为学生的未来发展注入创新动力。		
总结整理	1. 了解营销策划的主要内容 2. 能简单策划某次网络营销活动，重在创意		

学习情境 10-1：	自媒体平台	学时	6
学习目标： 1. 了解腾讯视频自媒体平台、百度百家、今日头条等媒体平台 2. 能利用自媒体平台进行营销			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 了解腾讯视频自媒体平台、百度百家、今日头条等媒体平台 2. 能利用自媒体平台进行营销		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解腾讯视频自媒体平台 能利用此平台进行营销	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	了解百度百家自媒体平台 能利用此平台进行营销		2
	了解今日头条自媒体平台 能利用此平台进行营销		2
课程思政	诚信经营： 在网络营销中的广告投放、产品描述等环节，强调诚信为本，不夸大产品功效、不虚假宣传。 弘扬社会主义核心价值观中的诚信价值观，让学生成为诚实守信的网络营销从业者。		
总结整理	1. 了解腾讯视频自媒体平台、百度百家、今日头条等媒体平台 2. 能利用自媒体平台进行营销，重在创意		

学习情境 10-2:	移动营销及其它营销应用	学时	8
学习目标： 1. 了解熟悉二维码营销、APP 营销等移动营销方式及其它营销应用 2. 能进行二维码营销、APP 营销			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 了解熟悉二维码营销、APP 营销等移动营销方式及其它营销应用 2. 能进行二维码营销、APP 营销		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解二维码营销的特点 能进行二维码营销	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
2	了解 APP 营销的特点 能进行 APP 营销		2
3	了解 AI、大数据分析在营销中的应用 能利用相关应用进行营销		4
课程思政	创新精神： 介绍网络营销领域的创新案例，激发学生的创新思维。 弘扬以改革创新为核心的时代精神，为学生的未来发展注入创新动力。		
总结整理	1. 了解熟悉二维码营销、APP 营销等移动营销方式及其它营销应用 2. 能进行二维码营销、APP 营销，注重 AI 工具在营销中的应用		

六、考核标准与方式

学习 情境	考核点		建议考核 评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 1	1. 熟悉网络营销概念、发展和职能 2. 熟悉营销组合策略和营销理论 3. 了解熟悉全网营销的多种营销方式；	1. 能分析各种网络营销手段 2. 能使用营销理论经分析各种网络营销 3. 能分析全网营销的各种多元化方式	现场操作	10%
情境 2	1. 了解熟悉微信公众号营销功能； 2. 熟悉 H5 平台；	1. 能够平台注册公众号，编辑设置公众号； 2. 能够注册平台，编辑发布 H5 推文	现场操作	10%
情境 3	1. 熟悉营销网站搭建要素 2. 熟悉电商平台开店条件和推广产品	1. 能实施营销网站的搭建与营销； 2. 能利用电商平台搭建营销型网店；	现场操作	10%
情境 4	1. 熟悉了解搜索引擎及网站优化要点 2. 了解熟悉搜索引擎广告类型	1. 能对企业网站进行分析和优化 2. 能根据企业网站需求有效投放搜索引擎广告	现场操作	10%
情境 5	1. 了解熟悉主流视频编辑软件 2. 了解熟悉主流短视频媒体平台	1. 能使用软件编辑视频 2. 能利用平台发布营销视频	现场操作	10%
情境 6	1. 了解熟悉各种网络社区交流方式及特点 2. 了解熟悉贴吧、电子邮件、软文写作营销特点	1. 能利用各种网络社区进行营销 2. 能利用贴吧广告邮件、软文进行营销	现场操作	10%
情境 7	1. 了解熟悉弹出广告、对联广告、图片无缝滚动广告设计特点	1. 能在网站上设计弹出广告、对联广告、图片无缝滚动广告	现场操作	10%

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 8	1. 了解熟悉百度百科、百度知道、知乎等知识型营销方式	1. 能利用百度百科、百度知道、知乎进行企业营销	现场操作	10%
情境 9	1. 了解营销策划的主要内容	1. 能简单策划某次营销活动	现场操作	10%
情境 4	1. 了解腾讯视频自媒体平台、百度百家、今日头条等媒体平台 2. 了解熟悉二维码营销、APP 营销等移动营销方式及其它营销应用	1. 能利用自媒体平台进行营销 2. 能进行二维码营销、APP 营销	现场操作	10%
合计				100%

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《网络营销实务》，黄耿生主编，清华大学出版社，2022 年出版，版本：第 1 版。

（二）其他参考资料

《网络营销实务》，龚芳主编，北京邮电大学出版社，2022 年出版，版本：第 2 版。

《全网营销实战》，渠成主编，清华大学出版社，2021 年出版，版本：第 1 版。

（三）网络资源

- 1、阿里云 wanwang.aliyun.com
- 2、百度推广 e.baidu.com
- 3、王通博客 www.ufoer.com、
- 4、站长工具 tool.chinaz.com
- 5、京东 www.jd.com、
- 6、淘宝 www.taobao.com、

7、阿里巴巴 www.alibaba.com、

8、微信 weixin.qq.com

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

与广州八方盛世投资控股有限公司、广州文博智能科技有限公司企业电商部门负责人共同探讨，将企业真实项目任务运用到课堂教学过程中，并共同编制实训指导书。

（二）师资队伍

建议配备的专职教师应具备双师素质，有多年的高职教学经历和多年企业工作经历，掌握高职教育规律，了解高职学生特点，精通电子商务、网站建设、网络营销等知识和技能，最好是有电子商务概论、PhotoShop、Dreamweaver 教学经验的电商专职教师执教。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与广州八方盛世投资控股有限公司、广州文博智能科技有限公司企业合作开发。

2. 执笔：倪国章

3. 审核：卜忠群

4. 时间： 2023 年 8 月 28 日

《电商运营推广（C店）》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】电商运营推广（C店）

【开课时间】第3学期

【学时/学分数】102学时/6学分

【课程类型】专业课

【授课对象】2022级电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《电商运营推广（C店）》是电子商务专业核心课程之一，本课程基于网店运营的工作流程设计，从店铺策划、店铺开设、店铺管理、店铺推广的流程设计教学内容，该课程的学习强调实战化，所有教学项目基于淘宝网等电子商务平台开展，此外把理论与案例相结合，把网店经营理论融入实际案例和实际操作当中，让学生体验式学习并完成任务，培养学生的实际运用能力，掌握电商经营方法与技能技巧，使学生能够在互联网上进行网店经营实践的目的，属双证融通情境教学工学结合类电商运营核心课程，因此该课程对于提升学生的网店运营能力等实际工作技能有着极为重要的意义。

本课程为专业核心课程，安排在第二学年第一学期，课程承前启后，先修课程为电子商务概论、网络营销、平面美工技术实务、商品摄影技术、网（微）店页面处理等，后续课程为商务数据分析、网站推广与优化、网（微）店动画处理、电商案例分析与前景展望、综合实训等。课程涵盖网络零售各岗位必备技能，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力，能做到完成课程的同时便初步成为了一名拥有自己网上店铺的网商。本课程根据企业的这种发展趋势，由浅入深，由点及面，完整介绍网店日常营运的工作内容；并通过对应的操作实例练习，提高动手和实际应用能力，可以很好的完成网店日常的运营管理工作。这对电子商务专业的学生系统地学习网店经营也有一定的指导意义和启示价值。

（二）课程任务

本课程基于培养学生从事电子商务经营岗位能力和从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的的能力。从网店的供应商选择开

始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户/供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。

本课程工学结合项目：在网络店铺第三方平台（如淘宝、拍拍、易趣等）设置能够实际经营的网店并在课程教学过程中一步步完成经营过程直到能够独立操作网络商业店铺并建立交易客户群。

本课程的任务是通过系统的任务驱动法学习，使学生掌握网店经营情况调研报告撰写、网店经营者制定管理方案、网店的建立、网店买卖流程操作、网络安全和识别骗子的技巧、网店交易技巧、网店的宣传、数据分析等相关内容及对应操作，并能运用所学知识进行实际运用解决生活实际问题。本课程各部分内容重点难点突出，结合案例进行教学，注重理论与实际的有机结合。在学习完理论知识，结合实验操作，使学生进一步学以致用，掌握好互联网上电商实践操作。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《电子商务实务》《网络营销》 《商品摄影技术》	支撑运营、美工、客服、销售等岗位，培养学生电商运营各岗位的基础理论知识和基本技能，为后续运营课程奠定基础
本课程	《电商运营推广（C店）》	课程涵盖网络零售各岗位必备技能，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力，提高动手和实际应用能力，可以很好的完成网店日常的运营管理工作。
后续课程	《商务数据分析》《网站推广与优化》	支撑运营、数据分析、美工等岗位，培养学生数据分析、美工、动画视频后期制作等技能，综合运用电商运营中的各项技能

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
（1）能够利用第三方平台，运用数据分析方法，对网络市场调研。 （2）了解各电子商务平台入	（1）能够利用利用相机拍摄商品图片，利用图片处理软件处理产品图片； （2）能够熟练使用产品发布	培养学生认真负责的工作态度，独立思考、勇于创新的精神，通过项目任务的训练，培养学生规范意识、沟通能力、

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>驻规则、网店开设流程,完成网店注册及装修。</p> <p>(3) 了解商品信息发布的相关知识,如商品信息的内容及作用,商品信息发布的流程等相关知识。</p> <p>(4) 了解网络客户服务与管理相关知识,如客户服务的基本工作流程、方法、技巧等相关知识。</p> <p>(5)熟悉物流配送相关知识,如仓储管理流程,产品包装选择方法,运费计算等相关知识。</p> <p>(6)掌握数据分析相关知识,如店铺运营数据的主要类型,常用的数据分析工具等相关知识。</p> <p>(7) 具备网络销售与推广相关知识,如网店活动营销,淘宝站内外推广方法等相关知识。</p> <p>(8) 熟悉网店财务管理相关知识,如财务管理的内部内容及方法等相关知识。</p>	<p>时所用的各类软件;</p> <p>(3) 能够在 C2C 环境下熟练进行产品的发布和管理;</p> <p>(4) 能够进行初期策划;</p> <p>(5) 具备网络市场调研与数据分析的能力。</p> <p>(6) 具备商品选品、信息发布、商品优化等店铺日常运营的能力。</p> <p>(7) 具备网络营销与推广的能力。</p> <p>(8) 具备网络客户服务及财务管理的能力。</p>	<p>团结协作意识以及吃苦耐劳的精神。</p> <p>(1) 具有热爱科学、实事求是的学风,具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的能力。</p> <p>(2) 加强职业道德意识,具有诚信经营,遵守法纪、爱岗敬业、勇于奉献的精神。</p> <p>(3) 培养学生网店运营的职业素质,精益求精的学习态度,良好的抗压心理素质。</p> <p>(4) 具备团队合作意识和沟通能力以及领导管理能力。</p> <p>(5) 具备全局分析问题、解决问题的能力 and 信息管理处理能力。</p>

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
<p>学会网上开店的操作技能;熟练使用网络工具;实施与执行各种计划和活动的的能力;精通市场营销策划,宣传推广公司产品,具备较强的策划能力;对社会环境变化及时作出反应和应变的能力;</p>	<p>1. 能进行市场调研以及店铺定位</p> <p>2. 能开设网上店铺能进行店铺装修</p> <p>3. 能对网上店铺进行日常管理</p> <p>4. 能进行店铺推广</p>	<p>养成敬业爱岗、吃苦耐劳的良好职业道德;具有遵纪守法、公正廉洁、忠于职守,遵守规程、实事求是、勤奋好学的职业守则,团结协作,培养学生互助合作的团队精神;具有可持续发展能力。</p>

四、课程思路

为了符合高职院校的人才培养目标,适应社会对技能型人才的需求,结合本课程特点,课程设计可遵循以下思路。

(一) 以实际工作流程为导向重构课程内容

课程内容的选择是以网店开设与经营的实际工作流程为依据,打破以理论知识传授为主要特征的课程模式,转变为以工作任务为中心组织课程内容,并让学生在完成具体任务的过程中构建相关理论与实践知识,锻炼技能,发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练,理论与实践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,从网店运作人员工作需求出发,根据各个环节所需能力,精简陈述性知识,以“必须”、“够用”原则选取课程内容。

(二) “以就业为导向”的技能型教学模式,熟悉各岗位的工作职责。

职业教育是一种适应市场需求、以就业创业为导向、以能力为本位、培养高等技术应用人才的职业教育,所以教学应该达到直接为提高学生专业操作技能服务,并最终为学生就业、创业服务的教学效果。因此,课程的设计突出职业性,着力营造职业氛围,逐渐提高学生网店管理意识,培养学生“网店经营能力”。

因此,必须突破传统的“教材导向”的书本型教学模式,建立适应时代需要“以就业创业导向”的技能型教学模式。将网店运营需要的动态技能点融汇到教学过程中,提高专业知识与技能紧密结合的力度。在具体的课时安排方面,增加实践教学时数,适当减少理论教学时数,以期培养学生的实践操作能力。通过项目式的实践教学环节,增加学生对网店运营的认识,让学生掌握网店运营所需知识点,通过实践操作掌握一定的社会工作经验。结合具体的项目案例,进行学生动手能力的培养。

(三) 以校企合作、工学结合为原则开发教学内容及环节

本课程注重实际能力的培养,教学上贯穿“案例教学”、“项目训练”、“自主创业”相结合的内容或教学环节。在本门课程的教学过程中,充分利用校内实践基地和校外实践基地的优势,利用社会企业对电子商务的需求,通过掌握的知识和能力,发现社会需求,承接企业网店运营工作,达到提高学生动手能力的目的。利用企业提供的项目或“自主创业”,采用理论与实践相融合的“教、学、做”一体化课程教学模式,训练学生的实践技能。

课程名称	电商运营推广(C店)	计划总学时	102 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	网店筹备管理 14	子情境 1-1: 目标市场分析	熟知目标市场调查的方	能够根据实际项目,选择	2

			法； 了解各大指 数的用法	适当的调研 方法对目标 市场进行全 面分析	
		子情境 1-2：商 品规划与管理	掌握规划商 品的上新数 量及款式 的方法	能够规划店 铺商品上心 数量,并挑选 款式	4
		子情境 1-3：渠 道规划与管理	认知主流第 三方电商平 台的特点	能够选择适 当的电商平 台开设店铺	4
		子情境 1-4：运 营团队管理	了解电商运 营团队的配 置,熟悉各岗 位的工作职 责	能够初步组 建电商团队	2
		子情境 1-5：网 店费用预算	了解店铺费 用分类,掌握 店铺费用的 计算方法	能够对店铺 费用进行预 算	2
情境二	网店开设与装修 14	子情境 2-1：淘 宝网店开设	了解各电商 平台(淘宝平 台)的入驻要 求,掌握淘宝 网开店规则	能够申请、开 设淘宝个人 店铺	4
		子情境 2-2：淘 宝网店装修	具备淘宝网 店的装修能 力	完成淘宝店 铺初步装修	10
情境三	网店商品信息管理 与发布 12	子情境 3-1：商 品信息采集与整 理	了解商品基 本信息的内 容及作用;掌 握收集买家 需求信息及 商品信息 的方法和渠道	能够运用 FAB 方法整 理、总结商品 文案	4
		子情境 3-2：商 品定价管理	了解商品的 成本构成,掌 握商品的定	具备为所经 营商品合理 定价的能力	4

			价方法		
		子情境 3-3: 淘宝网产品发布管理	熟练掌握淘宝宝贝的发布流程; 掌握淘宝宝贝详情页的设计思路和方法	能够完成店铺宝贝发布, 以及详情页设计	4
情境四	网店客服管理 16	子情境 4-1: 客服流程和准备工作	掌握阿里软件网站版客户管理	掌握通过旺旺、电话等与买家沟通的客服技巧	2
		子情境 4-2: 售前顾客服务	掌握网店客服售前沟通技巧	最大限度地满足顾客的需求	4
		子情境 4-3: 有效订单管理	掌握阿里软件网店版客户管理功能	提升网店综合管理水平	4
		子情境 4-4: 售后顾客服务	掌握网店客服售后前沟通技巧	掌握通过旺旺、电话等与买家沟通的客服技巧	4
		子情境 4-5: 网店客服沟通技巧和工作技巧	能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法	最大限度地满足顾客的需求	2
情境五	网店物流与配送 8	子情境 5-1: 仓储管理	掌握邮政业务、快递公司、物流托运的物流设置	学会设置服务商、设置运费模板、编辑地址库	4
		子情境 5-2: 仓储管理流程	掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格, 熟悉仓储管理流程	掌握不同类别的商品包装方法, 更好进行网店物流与包装管理	4

情境六	网店数据分析 10	子情境 6-1: 数据驱动店铺	掌握如何用千牛管理店铺数据, 学会查看淘宝上已卖出商品的物流信息方法	提升学生对网店交易管理的进一步认识理解和管理兴趣	4
		子情境 6-2: 数据分析工具——生意参谋	能熟练运用生意参谋更好进行网店数据分析	学生使用生意参谋及时掌握网店信息, 更好地管理网店交易	6
情境七	网店推广管理 18	子情境 7-1: 网店活动营销	销售目标 活动费用	制订销售计划	2
		子情境 7-2: 淘宝站内推广	直通车、钻展、淘宝客	站内推广	6
		子情境 7-3: 淘宝站外推广	软文营销	站外推广	6
		子情境 7-4: 店铺爆款打造	爆款	打造爆款	4
情境八	店铺日常管理 4	子情境 8-1: 店铺日常优化管理	店铺前后端 页面管理方法	页面管理	2
		子情境 8-2: 商品优化管理	商品优化	橱窗推荐、商品上下架	2
情境九	网店财务管理 6	子情境 9-1: 网店财务构成	网店财务	财务构	2
		子情境 9-2: 财务对账业务	对账项目的 内容	对账业务	2
		子情境 9-3: 总账及财务报表	总账及报表	编制报表	2

五、教学设计

学习情境 1-1. 2. 3:	网店筹备管理 (1)	学时	8
--------------------	------------	----	---

学习目标： 1. 熟知目标市场调查的方法。 2. 了解各大指数的用法。 3. 认知主流第三方电商平台的特点。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 规划商品的上新数量。 2. 挑选商品的款式。 3. 能够根据实际项目，选择适当的调研方法对目标市场进行全面分析。 4. 能够根据实际情况，选择适当的电商平台开设店铺并进行运营。		1. 教学思路：目标市场分析→商品规划管理→渠道规划管理 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 目标市场分析	(1) 行业分析 (2) 竞争对手分析 (3) 网店 SWOT 分析 (4) 品牌市场定位	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。	2
2. 商品规划与管理	(1) 规划商品的上新数量 (2) 挑选商品款式		4
3. 渠道规划与管理	(1) 第三方交易平台简介 (2) 第三方交易平台特点		2
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生发挥创意，尝试不同的目标市场分析。 2. 工匠精神：强调在商品规划与管理过程中的精细和专注。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	1、掌握第三方电商平台的特点。 2、掌握选择适当的电商平台开设店铺并进行运营的方法。		

学习情境 1-4.5:	网店筹备管理 (2)	学时	6
学习目标： 1. 了解电商运营团队的配置。 2. 熟悉各岗位的工作职责。 3. 了解店铺费用分类。			

学习内容		教学准备	教学地点
1. 熟悉各岗位的工作职责 2. 掌握店铺费用的计算方法		1. 教学思路：运营团队管理 → 网点费用预算 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 运营团队管理	(1) 常规电商运营的主要流程 (2) 开店初期人员的配置 (3) 体系化规范团队的建立	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问；	2
2. 网店费用预算	(1) 开店费用和软件服务费用调研 (2) 初期费用预算安排	2. 对于重点知识可进行举例说明。	4
课程思政	1. 工匠精神：强调在团队管理过程中的精细和专注。 3. 劳动精神：让学生进行淘宝网费用预算的精细化处理，引导细心、耐心的劳动精神	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	1、熟悉各岗位的工作职责。 2、掌握店铺费用的计算方法		

学习情境 2-1:	网店的开设	学时	8
学习目标： 1. 了解各电商平台（淘宝平台）的入驻要求。 2. 熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程。 3. 掌握淘宝网开店规则。			
学习内容	教学准备	教学地点	
1. 熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程。 2. 掌握淘宝网开店规则	1. 教学思路：淘宝网点开设与装修应体现教学做一体化教学 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学	实训室	

		习，加深理解。	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 淘宝网店的申请	(1) 淘宝平台的入驻要求 (2) 其他电商平台入驻要求 (3) 淘宝网个人店铺开设流程	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问；	4
2. 淘宝网店的 基本设置	(1) 缴纳店铺保证金 (2) 基本信息设置 (3) 运费模板设置	2. 对于重点知识可进行举例说明。 3. 可通过模拟软件或登录淘宝平台进行实践操作。	4
课程思政	1. 工匠精神：强调在网店申请过程中的精细和专注 3. 劳动精神：让学生进行淘宝网店的 基本设置	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	1、熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程。 2、掌握淘宝网开店规则。		

学习情境 2-2:	网店的装修	学时	6
学习目标： 1. 了解店铺页面分类 2. 熟悉店铺页面装修要点、流程			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 网店页面分类 2. 店铺装修要点及流程		1. 教学思路：淘宝网点开设与装修应体现教学做一体化教学 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解	实训室

教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 店铺页面分类及装修	(1) 店铺页面分类 (2) 店铺装修	1. 通过演示讲解基础知识, 讲解结束后进行疑难提问; 2. 对于重点知识可进行举例说明。 3. 可通过模拟软件或登录淘宝平台进行实践操作。	2
2. 宝贝详情页和店铺首页装修	(1) 宝贝详情页装修 (2) 店铺首页装修 (3) 手机端店铺首页结构及装修		4
课程思政	1. 创新精神: 鼓励学生发挥创意, 尝试不同的设计。 2. 工匠精神: 强调在店铺首页装修过程中的精细和专注。 3. 页面装修使用正能量爱国元素	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	具备淘宝网店的装修能力		

学习情境 3:	网店商品信息管理与发布	学时	12
学习目标: 1. 了解商品基本信息的内容及作用。 2. 了解商品的成本构成。 3. 掌握淘宝宝贝的发布流程			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 运用 FBA 方法整理、总结商品文案。 2. 为所经营商品合理定价。 3. 搜索买家需求信息及商品信息的方法和渠道。 4. 商品的定价方法。 5. 淘宝宝贝详情页设计思路和方法		1. 教学思路: 商品信息采集与整理→商品定价管理 2. 教学资料及要求: 除教材中讲解的知识, 学员可以自己打开相关网站查看和学习, 加深理解。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 商品信息采集与整理	(1) 商品基本信息 (2) 信息收集渠道 (3) 商品信息加工整理及文案撰写	1. 通过演示讲解基础知识, 讲解结束后进行疑难提问; 2. 对于重点知识可	4

2. 商品定价管理	(1) 商品成本 (2) 商品定价方法 (3) 引流款商品的定价原则和方法	进行举例说明。	4
3. 淘宝网店商品发布管理	(1) 宝贝发布流程 (2) 宝贝详情页的构成及排版设计		4
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生尝试新的创意和表现手法。 2. 乡村振兴：网店商品可选择助农产品，培养学生对助农的热爱和自豪之情。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	1、了解淘宝网店的商品发布规则。 2、掌握淘宝网店的商品发布流程。		

学习情境 4:	网店客服管理	学时	16
学习目标: 1. 熟悉客户心态分类及对策的相关知识; 2. 掌握网店客服能力及常规服务技巧; 3. 熟悉常规网络商务客户维护与谈判的常规知识, 能独立从事客户服务工作。			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握阿里软件网站版客户管理; 2、掌握网店客服售前售后沟通技巧; 3、能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法。		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源, 对网络资源开发与利用, 深化与企业的合作关系, 共建共享电商专业群教学资源库。	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 4-1	客服流程和准备工作	案例教学法 信息化教学法	2
子情境 4-2	前顾客服务		2

子情境 4-3	有效订单管理	情景教学法	4
子情境 4-4	售后顾客服务		4
子情境 4-5	网店客服沟通技巧和工作技巧		4
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生尝试新的沟通技巧和表现手法。 2. 劳动精神：让学生了解网店客服沟通的艰辛和付出，培养他们吃苦耐劳、坚持不懈的劳动精神。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 5:	网店物流与配送	学时	8
学习目标: 1、学会设置服务商、设置运费模板、编辑地址库; 2、掌握不同类别的商品包装方法,更好进行网店物流与包装管理			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握邮政业务、快递公司、物流托运的物 流设置; 2、掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等 物流价格,熟悉仓储管理流程		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用,深化与企业的合作关系,共建共享电商专业群教学资源库。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 5-1	仓储管理	任务驱动法 情景教学法	4
子情境 5-2	仓储管理流程		4
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生尝试新的仓储管理方式。 2. 劳动精神：让学生了解仓储管	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导

	理的艰辛和付出，培养他们吃苦耐劳、坚持不懈的劳动精神。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 6:	网店数据分析	学时	10
学习目标: 1、提升学生对网店交易管理的进一步认识理解和管理兴趣; 2、学生使用生意参谋及时掌握网店信息,更好地管理网店交易。			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握如何用千牛管理店铺数据,学会查看淘宝上已卖出商品的物流信息方法; 2、熟练运用生意参谋更好进行网店数据分析。		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用,深化与企业的合作关系,共建共享电商专业群教学资源库。	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 6-1	数据驱动店铺	案例演示法	4
子情境 6-2	数据分析工具——生意参谋	信息化教学法 自主学习法	6
课程思政	1. 文化自信:引导学生挖掘和数据驱动店铺。 2. 爱国主义:生意参谋体现技术魅力。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心,以学生预期学习成果为本,采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-1:	网店活动营销	学时	8
学习目标: 1. 理解网店活动营销准备工作的内容。 2. 能够准确制订活动销售目标, 开展营销工作并预估活动费用; 3. 能够制订网店销售计划。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 制订活动销售目标 2. 开展营销工作并预估活动费用 3. 制订网店销售计划		1. 电脑网络 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	制订活动销售目标, 开展营销工作并预估活动费用	1 讲授教学法; 2 项目教学法; 3 任务驱动教学法;	4
2	制订网店销售计划	4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	4
课程思政	1. 创新精神: 鼓励学生尝试新的制订活动销售目标方式。 2. 劳动精神: 让学生了解制订网店销售计划的艰辛, 培养他们吃苦耐劳、坚持不懈的劳动精神。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心, 以学生预期学习成果为本, 采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-2:	店铺爆款打造	学时	6
学习目标: 1. 了解“直通车”“钻展”“淘宝客”等推广方式 能精准选择适合店铺的推广方式。			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 付费推广渠道：直通车、钻展、淘宝客 2. 活动推广渠道：淘抢购、聚划算、天天特价 3. 免费渠道：优化关键词		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	直通车、钻展、淘宝客推广方式	1 讲授教学法；	4
2	选择适合店铺的推广方式	2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	2
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在选择适合店铺的推广方式中打破常规，大胆创新。 2. 社会责任感：设计具有社会影响力的推广方式。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-3:	淘宝站外推广	学时	2
学习目标： 1. 了解淘宝站外推广网站分类及规则； 2. 掌握软文营销的方法与技巧；			
学习内容		教学准备	教学地点
1、淘宝站外推广网站：论坛、博客、朋友圈、百度、抖音等 2、软文营销方法与技巧		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	淘宝站外推广网站：论坛、博客、朋友圈、百度、抖音等	1 讲授教学法； 2 项目教学法；	1

2	软文营销方法与技巧	3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	1. 创新思维:鼓励学生在站外推广网站中打破常规,大胆创新。 2. 社会责任感:设计具有社会影响力的软文营销推广方式。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心,以学生预期学习成果为本,采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-4:	店铺爆款打造	学时	2
学习目标: 1. 掌握打造店铺爆款商品的过程; 2. 能够打造店铺爆款产品,提高引流,为店铺带来销量;			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 打造店铺爆款商品的过程 2. 如何打造店铺爆款		1. 电脑网络 2. 学情分析,选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	打造店铺爆款的方法以及过程	1 讲授教学法; 2 项目教学法;	1
2	如何打造店铺爆款,为店铺带来销量	3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	1. 创新思维:鼓励学生在打造店铺爆款中打破常规,大胆创新。 2. 团队合作精神:让学生共同完成一个打造店铺爆款项目,培养学生的团队协作能力。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心,以学生预期学习成果为本,采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 8-1:	店铺日常优化管理	学时	2
学习目标: 1、熟练掌握店铺前后端页面检查的内容及方法; 2、掌握用数据诊断店铺经营情况的基本方法			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 对店铺页面进行管理 2. 用数据诊断店铺经营情况		1. 电脑网络 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	检查店铺前后端页面	1 讲授教学法;	1
2	对店铺运营情况进行数据分析	2 项目教学法; 3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	1. 创新思维: 鼓励学生在店铺运营情况和数据分析中打破常规, 大胆创新。 2. 工匠精神: 引导学生检查店铺前后端页面, 追求更高的效果。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心, 以学生预期学习成果为本, 采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 8-2:	商品优化管理	学时	2
学习目标: 1. 了解店铺产品优化的内容 2. 掌握橱窗推荐、商品上下架的设置方法。			

学习内容		教学准备	教学地点
1. 产品内页优化 2. 产品价格定位 3. 产品店铺基础销量 4. 产品标题优化 5. 橱窗推荐、商品上下架的设置方法		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	1. 产品内页优化 2. 产品价格定位 3. 产品店铺基础销量 4. 产品标题优化	1 讲授教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法；	1
2	橱窗推荐、商品上下架的设置方法	4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	1
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在优化产品店铺中打破常规，大胆创新。 2. 爱国主义情怀：橱窗推荐、商品上下架时候选择助农产品，激发学生的爱国主义情感。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 9-1:	网店财务构成	学时	2
学习目标： 掌握网店财务的相关基本概念及工作内容；			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 网店财务运作流程 2. 网店财务收入管控 3. 网店财务支出管控		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织	教学内容	教学方法建议	学时分配

步骤			
1	网店财务的基本概念以及工作内容	1 讲授教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法；	1
2	网店财务运作流程、收入管控、支出管控	4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	1
课程思政	1. 精益求精：鼓励学生在网店财务运作流程中细致认真的态度。 2. 艰苦奋斗精神：让学生了解到网店财务的工作内容背后往往需要长时间的努力和反复的尝试。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 9-2:	财务对账业务	学时	2
学习目标： 掌握财务对账项目的内容及基本流程；			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 财务对账项目的内容 2. 财务对账项目的基本流程		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	财务对账项目的内容	1 讲授教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法；	1
2	财务对账项目的基本流程	4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	1
课程思政	1. 精益求精：鼓励学生在网店财务对账项目中细致认真的态度。 2. 艰苦奋斗精神：让学生了解到	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导

	网店财务的对账项目内容背后往往需要长时间的努力和反复的尝试。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 9-3:	总账及财务报表	学时	2
学习目标: 了解财务报表种类及其编制和使用方法;			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 财务报表种类 2. 编制财务报表		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	财务报表种类	1 讲授教学法; 2 项目教学法; 3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
2	编制财务报表		1
课程思政	1. 精益求精:鼓励学生在财务报表运作流程中细致认真的态度。 2. 艰苦奋斗精神:让学生了解到网店财务的编制财务报表工作内容背后往往需要长时间的努力和反复的尝试。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 1	1、掌握目标市场调查的方法、规划商品的新上数量及款式的方法； 2、熟悉各岗位的工作职责、店铺费用的计算方法	能够根据网络市场调研完成网店筹备各项工作	调研报告、大作业	10
情境 2	1、掌握淘宝网开店规则； 2、熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程； 3、具备淘宝网店的装修能力；	能够依据网店运营计划及目标，开设网店并进行装修	实操演练	12
情境 3	1、了解商品基本信息的内容及作用 2、掌握商品的定价方法； 3、熟练掌握淘宝宝贝的发布流程，详情页的设计思路和方法；	能够完成商品信息的整理、总结商品文案，并发布商品，完成详情页设计	实操演练	14
情境 4	1、掌握阿里软件网站版客户管理； 2、掌握网店客服售前售后沟通技巧； 3、能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法。	能够有效开展客户服务，通过旺旺、电话等与买家沟通；最大限度地满足顾客的需求；提升网店综合管理水平	实训演示	10
情境 5	1、掌握邮政业务、快递公司、物流托运的物流设置； 2、掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格，熟悉仓储管理流程	能够设置服务商、设置运费模板、编辑地址库；利用不同类别的商品包装方法，更好进行网店物流与包装管理	实训演示	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 6	1、掌握如何用千牛管理店铺数据，学会查看淘宝上已卖出商品的物流信息方法； 2、熟练运用生意参谋更好进行网店数据分析。	能够使用生意参谋及时掌握网店信息，更好地管理网店交易	实训演示	10
情境 7	1、掌握直通车、钻展、淘宝客等推广方式； 2、能够选择适合的推广方式。	能够合理选择推广方式对网店及产品进行营销推广	实训演示	14
情境 8	能够对商品进行优化	设置橱窗推荐、进行商品上下架	实训演示	10
情境 9	掌握网店财务的构成	能够进行网店运营各项的合理预算，编制网店财务报表	实训演示	10
合计				100%

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《网店运营实务》，刘蓓主编，北京邮电大学出版社，2021 年出版。

（二）其他参考资料

《淘宝网开店、装修、运营、推广与管理》，赵礼玲主编，人民邮电出版社，2021 年出版。

《网店运营实务》，王利锋主编，人民邮电出版社，2016 年出版。

《网店运营与推广》，葛存山主编，人民邮电出版社，2018 年出版。

《电子商务综合实训任务书》，吴威主编，北京理工大学出版社，2014 年出版。

《电子商务运营实务》，李建忠主编，机械工业出版社，2016 年出版。

（三）网络资源

电子商务专业的立体化教材、教学课件、实训任务书、实训指导书、实习任务书、实习指导书、授课录像、参考文献目录、常用网站链接、习题库、网上测试及网上辅导、学生实

训视频、教学环境条件图片等；电子商务教研室资料库拥有关于电子商务资源介绍、电子商务案例、电子商务等相关的音像资料；国家级、省级、院级精品资源共享课和教学资源库，课程教学网络管理平台等，以下是电子商务专业和移动商务专业的网络学习资源核心平台。

- 【1】<http://www.chinaz.com/>站长之家
- 【2】<http://www.newhua.com/>牛华网
- 【3】<http://www.techweb.com.cn/>技术网页
- 【4】<http://www.51cto.com/> 51CTO
- 【5】<http://www.ebrun.com/> 亿邦动力
- 【6】<http://www.iheima.com/> I 黑马
- 【7】<http://www.enet.com.cn/enews/> 硅谷动力
- 【8】<http://www.it168.com/> IT168
- 【9】<http://www.iresearch.cn/> 艾瑞网
- 【10】<http://www.100ec.cn/> 中国电子商务研究中心
- 【11】<http://www.cnnic.net.cn/> 中国互联网信息中心
- 【12】<http://淘宝大学.com/>

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

1、网络资源开发与利用

建立以学生为主体、重视学生的学习过程和师生互动的数字化教育资源库。提升传统教学手段，加强现代信息技术应用，推进现代教学手段和方法改革，推动信息化与职业教育的深度融合，以数字化校园平台建设为依托，开发建成网络新闻与传播专业教学、媒体职业技能培训资源库。

教学条件：理论授课教室：多媒体教室；校内实训室：形体训练实训室、模拟会议室、模拟办公室

2、校内实训环境及教学硬件条件

校内实训基地：配置多媒体教室+理实一体实训室及项目工作室，其基本配置为：计算机 55 台、服务器 1 台、路由器 1 台、打印机 1 台、场地大小 120 平方米，可承担电子商务实训教学任务。依托学院职业技能鉴定所，完成本专业相关认证的职业技能鉴定。

学生实验需要提供实验机房，配备每人一台可以访问互联网的计算机，电脑硬件配置应保证计算机有较快的运行速度和网络访问速度。实验教学环境需要有多媒体设备支持的教学条件，配有音响设施，可进行 PPT 教案讲演、视频播放、实验演示等。

如有可能,学校可以象征性的价格提供一些积压物资或废旧物资(如多余的旧教材、图书、杂志,废旧的电脑等设备)供学生网上销售,既有利于资源的节约和综合利用,同时可培养学生的环保理念。此外,学生需自备一张可以开通网上银行服务的银行卡。

3、校外实训基地

依托行业与业内优质企业合作,构建校企合作模式,建设校外实训基地,为学生校外实习实训提供场所。校外实训基地应具备如下功能和条件:为学生提供生产性实习实训所需岗位和指导。为学生提供真实或仿真项目、案例、任务,并确保学生能够基本完成。相关企业提供的项目、案例、任务应与学生所学专业一致;企业应为每位学生安排指导任务,并与学校的指导老师一同负责对学生进行辅导和实训管理。校外实训基地的专家作为学校的专业建设指导委员会委员,参与专业建设、人才培养方案的制定、专业技术讲座等教学环节的工作。实训基地的技术骨干可作为学校的兼职老师,为学校的教学尤其是实践教学提供指导服务。校外实训基地承担学校教师的挂职锻炼的指导任务,培养教师的双师素质。

(二) 师资队伍

该课程师资队伍由专业带头人、行业企业专家、一线骨干教师组成,大多数教师有企业工作经验。在院系部两级专业带头人、行业协会专家、企业能工巧匠及学院一线骨干教师的共同努力下开发课程。

本教师团队中,专职教师具有硕士学历、双师资格,教学经验和行业经验都十分丰富;企业兼职教师 3-5 名,选聘的全部是具有较高行业知名度的企业高层管理者担任兼职教师及客座教授,他们除了为学生按期授课,还负责提供丰富的行业案例资源及学生实习的平台;另有 1 名的实训指导教师。因为本课程注重实践教学环节,旨在提高学生的单体实战能力,配备行业经验丰富的实训指导教师可有利于学生提升职业能力。

(1) 教学团队规模

团队规模:基于 3-4 个教学班的规模,配备专兼职教师 6-10 人左右,其中专职教师 3-5 人,兼职教师 3-5 人,职称和年龄结构合理。

(2) 课程负责人

熟悉本专业技术和高职教育规律,实践经验丰富,教育效果好。

(3) 双师比例应达到百分之八十以上。双师型教师承担理论实践一体化课程和工学结合课程。

(4) 教师配置建议

有一定的企业从业经验及境外留学背景,研究生学历,讲师或以上职称具备双师素质,经常参与展会实践,能开拓校企合作资源。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与京东物流合作开发。
2. 执笔：姚丹婷、郑敏榕、杨玉婵
3. 审核：卜忠群
4. 时间：2023 年 8 月 20 日

《电商运营推广（B 店）》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】电商运营推广（B 店）

【开课时间】第 4 学期

【学时/学分数】102 学时/6 学分

【课程类型】专业课

【授课对象】电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《电商运营推广（B 店）》是电子商务专业核心课程之一，本课程基于网店运营的工作流程设计，从店铺策划、店铺开设、店铺管理、店铺推广的流程设计教学内容，该课程的学习强调实战化，所有教学项目基于天猫网等电子商务平台开展，此外把理论与案例相结合，把网店经营理论融入实际案例和实际操作当中，让学生体验式学习并完成任务，培养学生的实际运用能力，掌握电商经营方法与技能技巧，使学生能够在互联网上进行网店经营实践的目的，属双证融通情境教学工学结合类电商运营核心课程，因此该课程对于提升学生的网店运营能力等实际工作技能有着极为重要的意义。

本课程为专业核心课程，安排在第二学年第二学期，课程承前启后，先修课程为电子商务概论、网络营销、平面美工技术实务、商品摄影技术、网（微）店页面处理等，后续课程为商务数据分析、网站推广与优化、网（微）店动画处理、电商案例分析与前景展望、综合实训等。课程涵盖网络零售各岗位必备技能，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力，能做到完成课程的同时便初步成为了一名拥有自己网上店铺的网商。本课程根据企业的这种发展趋势，由浅入深，由点及面，完整介绍网店日常营运的工作内容；并通过对应的操作实例练习，提高动手和实际应用能力，可以很好的完成网店日常的运营管理工作。这对电子商务专业的学生系统地学习网店经营也有一定的指导意义和启示价值。

（二）课程任务

本课程基于培养学生从事电子商务经营岗位能力和从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的能力。从网店的供应商选择开始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户/供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。

本课程工学结合项目：在网络店铺第三方平台（如天猫、京东等）设置能够实际经营的网店并在课程教学过程中一步步完成经营过程直到能够独立操作网络商业店铺并建立交易客户群。

本课程的任务是通过系统的任务驱动法学习，使学生掌握网店经营情况调研报告撰写、网店经营者制定管理方案、网店的建立、网店买卖流程操作、网络安全和识别骗子的技巧、网店交易技巧、网店的宣传、数据分析等相关内容及对应操作，并能运用所学知识进行实际运用解决生活实际问题。本课程各部分内容重点难点突出，结合案例进行教学，注重理论与实际的有机结合。在学习完理论知识，结合实验操作，使学生进一步学以致用，掌握好互联网上电商实践操作。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	电子商务概论、网络营销、平面美工技术实务、商品摄影技术、电商运营推广（C店）	支撑运营、美工、客服、销售等岗位，培养学生电商运营各岗位的基础理论知识和基本技能，为后续运营课程奠定基础
本课程	电商运营推广（B店）	课程涵盖网络零售各岗位必备技能，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力，提高动手和实际应用能力，可以很好的完成网店日常的运营管理工作。
后续课程	商务数据分析、网站推广与优化、网（微）店动画处理、电商案例分析与前景展望等	支撑运营、数据分析、美工等岗位，培养学生数据分析、美工、动画视频后期制作等技能，综合运用电商运营中的各项技能

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
-------	-------	----------

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>(1) 能够利用第三方平台,运用数据分析方法,对网络市场调研。</p> <p>(2) 了解各电子商务平台入驻规则、网店开设流程,完成网店注册及装修。</p> <p>(3) 了解商品信息发布的相关知识,如商品信息的内容及作用,商品信息发布的流程等相关知识。</p> <p>(4) 了解网络客户服务与管理相关知识,如客户服务的基本工作流程、方法、技巧等相关知识。</p> <p>(5) 熟悉物流配送相关知识,如仓储管理流程,产品包装选择方法,运费计算等相关知识。</p> <p>(6) 掌握数据分析相关知识,如店铺运营数据的主要类型,常用的数据分析工具等相关知识。</p> <p>(7) 具备网络销售与推广相关知识,如网店活动营销,天猫站内外推广方法等相关知识。</p> <p>(8) 熟悉网店财务管理相关知识,如财务管理的内部内容及方法等相关知识。</p>	<p>(1) 能够利用利用相机拍摄商品图片,利用图片处理软件处理产品图片;</p> <p>(2) 能够熟练使用产品发布时所用的各类软件;</p> <p>(3) 能够在 B2C 环境下熟练进行产品的发布和管理;</p> <p>(4) 能够进行初期策划;</p> <p>(5) 具备网络市场调研与数据分析的能力。</p> <p>(6) 具备商品选品、信息发布、商品优化等店铺日常运营的能力。</p> <p>(7) 具备网络营销与推广的能力。</p> <p>(8) 具备网络客户服务及财务管理的能力。</p>	<p>培养学生认真负责的工作态度,独立思考、勇于创新的精神,通过项目任务的训练,培养学生规范意识、沟通能力、团结协作意识以及吃苦耐劳的精神。</p> <p>(1) 具有热爱科学、实事求是的学风,具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的能力。</p> <p>(2) 加强职业道德意识,具有诚信经营,遵守法纪、爱岗敬业、勇于奉献的精神。</p> <p>(3) 培养学生网店运营的职业素质,精益求精的学习态度,良好的抗压心理素质。</p> <p>(4) 具备团队合作意识和沟通能力以及领导管理能力。</p> <p>(5) 具备全局分析问题、解决问题的能力 and 信息管理处理能力。</p>

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
学会网上开店的操作技能;熟练使用网络工具;实施与执行各种计划和活动的的能力;精通市场营销策划,宣传推广公司产品,具备较强的策划能力;	<p>1. 能进行市场调研以及店铺定位</p> <p>2. 能开设网上店铺能进行店铺装修</p> <p>3. 能对网上店铺进行日常管</p>	<p>养成敬业爱岗、吃苦耐劳的良好职业道德;具有遵纪守法、公正廉洁、忠于职守,遵守规程、实事求是、勤奋好学的职业守则,团结协作,培养学生</p>

专业能力	方法能力	社会能力
对社会环境变化及时作出反应和应变的能力；	理 4. 能进行店铺推广	互助合作的团队精神；具有可持续发展能力。

五、课程设计思路

为了符合高职院校的人才培养目标，适应社会对技能型人才的需求，结合本课程特点，课程设计可遵循以下思路。

（一）以实际工作流程为导向重构课程内容

课程内容的选择是以网店开设与经营的实际工作流程为依据，打破以理论知识传授为主要特征的课程模式，转变为以工作任务为中心组织课程内容，并让学生在完成具体任务的过程中构建相关理论与实践知识，锻炼技能，发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，理论与实践知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要，从网店运作人员工作需求出发，根据各个环节所需能力，精简陈述性知识，以“必须”、“够用”原则选取课程内容。

（二）“以就业为导向”的技能型教学模式，熟悉各岗位的工作职责。

职业教育是一种适应市场需求、以就业创业为导向、以能力为本位、培养高等技术应用人才的职业教育，所以教学应该达到直接为提高学生专业操作技能服务，并最终为学生就业、创业服务的教学效果。因此，课程的设计突出职业性，着力营造职业氛围，逐渐提高学生网店管理意识，培养学生“网店经营能力”。

因此，必须突破传统的“教材导向”的书本型教学模式，建立适应时代需要“以就业创业导向”的技能型教学模式。将网店运营需要的动态技能点融汇到教学过程中，提高专业知识与技能紧密结合的力度。在具体的课时安排方面，增加实践教学时数，适当减少理论教学时数，以期培养学生的实践操作能力。通过项目式的实践教学环节，增加学生对网店运营的认识，让学生掌握网店运营所需知识点，通过实践操作掌握一定的社会工作经验。结合具体的项目案例，进行学生动手能力的培养。

（三）以校企合作、工学结合为原则开发教学内容及环节

本课程注重实际能力的培养，教学上贯穿“案例教学”、“项目训练”、“自主创业”相结合的内容或教学环节。在本门课程的教学过程中，充分利用校内实践基地和校外实践基地的优势，利用社会企业对电子商务的需求，通过掌握的知识 and 能力，发现社会需求，承接企业网店运营工作，达到提高学生动手能力的目的。

利用企业提供的项目或“自主创业”，采用理论与实践相融合的“教、学、做”一体化课程教学模式，训练学生的实践技能。

课程名称	电商运营推广(B店)	计划总学时	102 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	网店筹备管理 14	子情境 1-1: 目标市场分析	熟知目标市场调查的方法; 了解各大指数的用法	能够根据实际项目,选择适当的调研方法对目标市场进行全面分析	2
		子情境 1-2: 商品规划与管理	掌握规划商品的上新数量及款式的方法	能够规划店铺商品上新数量,并挑选款式	4
		子情境 1-3: 渠道规划与管理	认知主流第三方电商平台的特点	能够选择适当的电商平台开设店铺	4
		子情境 1-4: 运营团队管理	了解电商运营团队的配置,熟悉各岗位的工作职责	能够初步组建电商团队	2
		子情境 1-5: 网店费用预算	了解店铺费用分类,掌握店铺费用的计算方法	能够对店铺费用进行预算	2
情境二	网店开设与装修 14	子情境 2-1: 天猫网店开设	了解各电商平台(天猫平台)的入驻要求,掌握天猫网开店规则	能够申请、开设天猫个人店铺	4
		子情境 2-2: 天猫网店装修	具备天猫网店的装修能力	完成天猫店铺初步装修	10
情境三	网店商品信息管理 与发布 12	子情境 3-1: 商品信息采集与整	了解商品基本信息的内	能够运用 FAB 方法整	4

		理	容及作用；掌握收集买家需求信息及商品信息的方法和渠道	理、总结商品文案	
		子情境 3-2：商品定价管理	了解商品的成本构成，掌握商品的定价方法	具备为所经营商品合理定价的能力	4
		子情境 3-3：天猫网店产品发布管理	熟练掌握天猫宝贝的发布流程；掌握天猫宝贝详情页的设计思路和方法	能够完成店铺宝贝发布，以及详情页设计	4
情境四	网店客服管理 16	子情境 4-1：客服流程和准备工作	掌握阿里软件网站版客户管理	掌握通过旺旺、电话等与买家沟通的客服技巧	2
		子情境 4-2：售前顾客服务	掌握网店客服售前沟通技巧	最大限度地满足顾客的需求	4
		子情境 4-3：有效订单管理	掌握阿里软件网店版客户管理功能	提升网店综合管理水平	4
		子情境 4-4：售后顾客服务	掌握网店客服售后前沟通技巧	掌握通过旺旺、电话等与买家沟通的客服技巧	4
		子情境 4-5：网店客服沟通技巧和工作技巧	能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法	最大限度地满足顾客的需求	2
情境五	网店物流与配送 8	子情境 5-1：仓储管理	掌握邮政业务、快递公司、物流托运	学会设置服务商、设置运费模板、编辑	4

			的物流设置	地址库	
		子情境 5-2: 仓储管理流程	掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格,熟悉仓储管理流程	掌握不同类别的商品包装方法,更好进行网店物流与包装管理	4
情境六	网店数据分析 10	子情境 6-1: 数据驱动店铺	掌握如何用千牛管理店铺数据,学会查看天猫上已卖出商品的物流信息方法	提升学生对网店交易管理的进一步认识理解和管理兴趣	4
		子情境 6-2: 数据分析工具——生意参谋	能熟练运用生意参谋更好进行网店数据分析	学生使用生意参谋及时掌握网店信息,更好地管理网店交易	6
情境七	网店推广管理 18	子情境 7-1: 网店活动营销	销售目标 活动费用	制订销售计划	2
		子情境 7-2: 天猫站内推广	直通车、钻展、淘宝客	站内推广	6
		子情境 7-3: 天猫站外推广	软文营销	站外推广	6
		子情境 7-4: 店铺爆款打造	爆款	打造爆款	4
情境八	店铺日常管理 4	子情境 8-1: 店铺日常优化管理	店铺前后端 页面管理方法	页面管理	2
		子情境 8-2: 商品优化管理	商品优化	橱窗推荐、商品上下架	2
情境九	网店财务管理 6	子情境 9-1: 网店财务构成	网店财务	财务构	2
		子情境 9-2: 财务对账业务	对账项目的 内容	对账业务	2
		子情境 9-3: 总	总账及报表	编制报表	2

		账及财务报表			
--	--	--------	--	--	--

五、教学设计

学习情境 1-1.2.3:	网店筹备管理（1）	学时	8
学习目标： 1. 熟知目标市场调查的方法。 2. 了解各大指数的用法。 3. 认知主流第三方电商平台的特点。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 规划商品的上新数量。 2. 挑选商品的款式。 3. 能够根据实际项目，选择适当的调研方法对目标市场进行全面分析。 4. 能够根据实际情况，选择适当的电商平台开设店铺并进行运营。		1. 教学思路：目标市场分析 → 商品规划管理→渠道规划管理 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 目标市场分析	(1) 行业分析 (2) 竞争对手分析 (3) 网店 SWOT 分析 (4) 品牌市场定位	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。	2
2. 商品规划与管理	(1) 规划商品的上新数量 (2) 挑选商品款式		4
3. 渠道规划与管理	(1) 第三方交易平台简介 (2) 第三方交易平台特点		2
课程思政	尊重市场规则，遵守国家相关规定，公平竞争		
总结整理	1、掌握第三方电商平台的特点。 2、掌握选择适当的电商平台开设店铺并进行运营的方法。		

学习情境 1-4.5:	网店筹备管理（2）	学时	6
-------------	-----------	----	---

学习目标： 1. 了解电商运营团队的配置。 2. 熟悉各岗位的工作职责。 3. 了解店铺费用分类。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 熟悉各岗位的工作职责 2. 掌握店铺费用的计算方法		1. 教学思路:运营团队管理→ 网店费用预算 2. 教学资料及要求:除教材中讲解的知识,学员可以自己打开相关网站查看和学习,加深理解。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 运营团队管理	(1) 常规电商运营的主要流程 (2) 开店初期人员的配置 (3) 体系化规范团队的建立	1. 通过演示讲解基础知识,讲解结束后进行疑难提问; 2. 对于重点知识可进行举例说明。	2
2. 网店费用预算	(1) 开店费用和软件服务费用调研 (2) 初期费用预算安排		4
课程思政	遵守平台开店规则,证件齐全,不弄虚假信息,诚信经商		
总结整理	1、熟悉各岗位的工作职责。 2、掌握店铺费用的计算方法		

学习情境 2-1:	网店的开设	学时	8
学习目标： 1. 了解各电商平台（天猫平台）的入驻要求。 2. 熟悉申请、开设天猫个人店铺的流程。 3. 掌握天猫网开店规则。			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 熟悉申请、开设天猫个人店铺的流程。 2. 掌握天猫网开店规则		1. 教学思路:天猫网点开设与装修应体现教学做一体化教学 2. 教学资料及要求:除教材中讲解的知识,学员可以自己打开相关网站查看和学习,加深理解。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 天猫网店的申请	(1) 天猫平台的入驻要求 (2) 其他电商平台入驻要求 (3) 天猫网店铺开设流程	1. 通过演示讲解基础知识,讲解结束后进行疑难提问;	4
2. 天猫网店的基本设置	(1) 缴纳店铺保证金 (2) 基本信息设置 (3) 运费模板设置	2. 对于重点知识可进行举例说明。 3. 可通过模拟软件或登录天猫平台进行实践操作。	4
课程思政	1、熟悉申请、开设京东个人店铺的流程。 2、掌握京东商城开店规则。		
总结整理	1、熟悉申请、开设天猫个人店铺的流程。 2、掌握天猫网开店规则。		

学习情境 2-2:	网店的装修	学时	6
学习目标: 1. 了解店铺页面分类 2. 熟悉店铺页面装修要点、流程			
学习内容	教学准备	教学地点	
1. 网店页面分类 2. 店铺装修要点及流程	1. 教学思路:天猫网点开设与装修应体现教学做一体化教学 2. 教学资料及要求:除教材中讲解的知识,学员可以自己打开相关网站查看和学习,加深	实训室	

		理解	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 店铺页面分类及装修	(1) 店铺页面分类 (2) 店铺装修	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。 3. 可通过模拟软件或登录天猫平台进行实践操作。	2
2. 宝贝详情页和店铺首页装修	(1) 宝贝详情页装修 (2) 店铺首页装修 (3) 手机端店铺首页结构及装修		4
课程思政	装修符合中国人的审美风格，展示内容真实不虚假		
总结整理	具备天猫网店的装修能力		

学习情境 3:	网店商品信息管理并发布	学时	12
学习目标: 1. 了解商品基本信息的内容及作用。 2. 了解商品的成本构成。 3. 掌握天猫宝贝的发布流程			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 运用 FBA 方法整理、总结商品文案。 2. 为所经营商品合理定价。 3. 搜索买家需求信息及商品信息的方法和渠道。 4. 商品的定价方法。 5. 天猫宝贝详情页设计思路和方法		1. 教学思路: 商品信息采集与整理→商品定价管理 2. 教学资料及要求: 除教材中讲解的知识, 学员可以自己打开相关网站查看和学习, 加深理解。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 商品信息采集与整理	(1) 商品基本信息 (2) 信息收集渠道 (3) 商品信息加工整理及文案撰写	1. 通过演示讲解基础知识, 讲解结束后进行疑难提问; 2. 对于重点知识可	4

2. 商品定价管理	(1) 商品成本 (2) 商品定价方法 (3) 引流款商品的定价原则和方法	进行举例说明。	4
3. 天猫网店商品发布管理	(1) 宝贝发布流程 (2) 宝贝详情页的构成及排版设计		4
课程思政	发品符合平台规则，遵守平台相关规定，定价合理，符合市场需要		
总结整理	1、了解天猫网店的商品发布规则。 2、掌握天猫网店的商品发布流程。		

学习情境 4:	网店客服管理	学时	16
学习目标: 1. 熟悉客户心态分类及对策的相关知识; 2. 掌握网店客服能力及常规服务技巧; 3. 熟悉常规网络商务客户维护与谈判的常规知识, 能独立从事客户服务工作。			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握阿里软件网站版客户管理; 2、掌握网店客服售前售后沟通技巧; 3、能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法。		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源, 对网络资源开发与利用, 深化与企业的合作关系, 共建共享电商专业群教学资源库。	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 4-1	客服流程和准备工作	案例教学法 信息化教学法 情景教学法	2
子情境 4-2	前顾客服务		2
子情境 4-3	有效订单管理		4

子情境 4-4	售后顾客服务		4
子情境 4-5	网店客服沟通技巧和工作技巧		4
课程思政	在培养服务意识过程中，可以融入思政教育元素，引导学生认识到服务行业的特殊性，以及为客户提供优质服务所体现的职业道德和社会价值。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 5:	网店物流与配送	学时	8
学习目标： 1、学会设置服务商、设置运费模板、编辑地址库； 2、掌握不同类别的商品包装方法，更好进行网店物流与包装管理			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握邮政业务、快递公司、物流托运的物流设置； 2、掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格，熟悉仓储管理流程		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 5-1	仓储管理	任务驱动法 情景教学法	4
子情境 5-2	仓储管理流程		4
课程思政	随着物流技术的不断发展，课程思政应鼓励学生创新思维，培养他们在面对新问题时能够灵活应对的能力。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 6:	网店数据分析	学时	10
学习目标: 1、提升学生对网店交易管理的进一步认识理解和管理兴趣; 2、学生使用生意参谋及时掌握网店信息,更好地管理网店交易。			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握如何用千牛管理店铺数据,学会查看天猫上已卖出商品的物流信息方法; 2、熟练运用生意参谋更好进行网店数据分析。		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用,深化与企业的合作关系,共建共享电商专业群教学资源库。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 6-1	数据驱动店铺	案例演示法	4
子情境 6-2	数据分析工具——生意参谋	信息化教学法 自主学习法	6
课程思政	融入思政教育元素,引导学生认识到逻辑思维对于个人成长和职业发展的重要性。鼓励学生学会独立思考,勇于质疑和探究,不断提升自己的逻辑思维水平。		
总结整理	以学生为中心,以学生预期学习成果为本,采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-1:	网店活动营销	学时	8
学习目标: 1. 理解网店活动营销准备工作的内容。 2. 能够准确制订活动销售目标,开展营销工作并预估活动费用; 3. 能够制订网店销售计划。			

学习内容		教学准备	教学地点
2. 制订活动销售目标 4. 开展营销工作并预估活动费用 5. 制订网店销售计划		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	制订活动销售目标，开展营销工作并预估活动费用	1 讲授教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法；	4
2	制订网店销售计划	4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	4
课程思政	鼓励学生积极关注市场动态，勇于尝试新的推广方式，不断提升自己的市场推广能力。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-2:	店铺爆款打造	学时	6
学习目标： 2. 了解“直通车”“钻展”“淘宝客”等推广方式 能精准选择适合店铺的推广方式。			
学习内容		教学准备	教学地点
4. 付费推广渠道：直通车、钻展、淘宝客 5. 活动推广渠道：淘抢购、聚划算、天天特价 6. 免费渠道：优化关键词		2. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	直通车、钻展、淘宝客推广方式	1 讲授教学法；	4

2	选择适合店铺的推广方式	2 项目教学法; 3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	2
课程思政	鼓励学生积极关注市场动态,勇于尝试新的推广方式,不断提升自己的市场推广能力。		
总结整理	以学生为中心,以学生预期学习成果为本,采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-3:	天猫站外推广	学时	2
学习目标: 1. 了解天猫站外推广网站分类及规则; 2、掌握软文营销的方法与技巧;			
学习内容		教学准备	教学地点
3、天猫站外推广网站:论坛、博客、朋友圈、百度、抖音等 4、软文营销方法与技巧		2. 电脑网络 2. 学情分析,选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	天猫站外推广网站:论坛、博客、朋友圈、百度、抖音等	1 讲授教学法; 2 项目教学法;	1
2	软文营销方法与技巧	3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	鼓励学生积极关注市场动态,勇于尝试新的推广方式,不断提升自己的市场推广能力。		
总结整理	以学生为中心,以学生预期学习成果为本,采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-4:	店铺爆款打造	学时	2
学习目标: 1. 掌握打造店铺爆款商品的过程; 2. 能够打造店铺爆款产品, 提高引流, 为店铺带来销量;			
学习内容		教学准备	教学地点
3. 打造店铺爆款商品的过程 4. 如何打造店铺爆款		2. 电脑网络 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	打造店铺爆款的方法以及过程	1 讲授教学法;	1
2	如何打造店铺爆款, 为店铺带来销量	2 项目教学法; 3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	鼓励学生积极关注市场动态, 勇于尝试新的推广方式, 不断提升自己的市场推广能力。		
总结整理	以学生为中心, 以学生预期学习成果为本, 采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 8-1:	店铺日常优化管理	学时	2
学习目标: 1、熟练掌握店铺前后端页面检查的内容及方法; 2、掌握用数据诊断店铺经营情况的基本方法			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 对店铺页面进行管理 2. 用数据诊断店铺经营情况		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	检查店铺前后端页面	1 讲授教学法； 2 项目教学法；	1
2	对店铺运营情况进行数据分析	3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	1
课程思政	组织学生进行小组项目或团队作业，培养学生的团队协作能力和沟通能力。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 8-2:	商品优化管理	学时	2
学习目标： 3. 了解店铺产品优化的内容 4. 掌握橱窗推荐、商品上下架的设置方法。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 产品内页优化 2. 产品价格定位 3. 产品店铺基础销量 4. 产品标题优化 5. 橱窗推荐、商品上下架的设置方法		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	1. 产品内页优化 2. 产品价格定位 3. 产品店铺基础销量	1 讲授教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法；	1

	4. 产品标题优化	4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	
2	橱窗推荐、商品上下架的设置方法		1
课程思政	组织学生进行小组项目或团队作业,培养学生的团队协作能力和沟通能力。		
总结整理	以学生为中心,以学生预期学习成果为本,采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 9-1:	网店财务构成	学时	2
学习目标： 掌握网店财务的相关基本概念及工作内容；			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 网店财务运作流程 2. 网店财务收入管控 3. 网店财务支出管控		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	网店财务的基本概念以及工作内容	1 讲授教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	1
2	网店财务运作流程、收入管控、支出管控		1
课程思政	培养良好职业素养：教育学生具备严谨的工作态度、良好的沟通能力、团队协作精神和持续学习的能力。		

总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。
-------------	---

学习情境 9-2:	财务对账业务	学时	2
学习目标: 掌握财务对账项目的内容及基本流程;			
学习内容		教学准备	教学地点
3. 财务对账项目的内容 4. 财务对账项目的基本流程		2. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	财务对账项目的内容	1 讲授教学法;	1
2	财务对账项目的基本流程	2 项目教学法; 3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	培养良好职业素养: 教育学生具备严谨的工作态度、良好的沟通能力、团队协作精神和持续学习的能力。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 9-3:	总账及财务报表	学时	2
学习目标: 了解财务报表种类及其编制和使用方法;			
学习内容		教学准备	教学地点

3. 财务报表种类 4. 编制财务报表		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	财务报表种类	1 讲授教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	1
2	编制财务报表		1
课程思政	培养良好职业素养：教育学生具备严谨的工作态度、良好的沟通能力、团队协作精神和持续学习的能力。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 1	1、掌握目标市场调查的方法、规划商品的新数量及款式的方法； 2、熟悉各岗位的工作职责、店铺费用的计算方法	能够根据网络市场调研完成网店筹备各项工作	调研报告、大作业	10
情境 2	1、掌握天猫网开店规则； 2、熟悉申请、开设天猫个人店铺的流程； 3、具备天猫网店的装修能力；	能够依据网店运营计划及目标，开设网店并进行装修	实操演练	12
情境 3	1、了解商品基本信息的内容及作用	能够完成商品信息的整理、总结商品文案，并发	实操演练	14

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
	2、掌握商品的定价方法； 3、熟练掌握天猫宝贝的发布流程，详情页的设计思路和方法；	布商品，完成详情页设计		
情境 4	1、掌握阿里软件网站版客户管理； 2、掌握网店客服售前售后沟通技巧； 3、能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法。	能够有效开展客户服务，通过旺旺、电话等与买家沟通；最大限度地满足顾客的需求；提升网店综合管理水平	实训演示	10
情境 5	1、掌握邮政业务、快递公司、物流托运的物流设置； 2、掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格，熟悉仓储管理流程	能够设置服务商、设置运费模板、编辑地址库；利用不同类别的商品包装方法，更好进行网店物流与包装管理	实训演示	10
情境 6	1、掌握如何用千牛管理店铺数据，学会查看天猫上已卖出商品的物流信息方法； 2、熟练运用生意参谋更好进行网店数据分析。	能够使用生意参谋及时掌握网店信息，更好地管理网店交易	实训演示	10
情境 7	3、掌握直通车、钻展、淘宝客等推广方式； 4、能够选择适合的推广方式。	能够合理选择推广方式对网店及产品进行营销推广	实训演示	14
情境 8	能够对商品进行优化	设置橱窗推荐、进行商品上下架	实训演示	10
情境 9	掌握网店财务的构成	能够进行网店运营各项项目的合理预算，编制网店财	实训演示	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
		务报表		
合计				100%

七、学习资源的选用（以下项目可增减）

（一）主要参考教材

《京东平台数据化运营》，赵环宇、陈宣武主编，电子工业出版社，2023年05月出版。

（二）其他参考资料

《网店运营实务》，王利锋主编，人民邮电出版社，2016年出版。

《网店运营与推广》，葛存山主编，人民邮电出版社，2018年出版。

《电子商务综合实训任务书》，吴威主编，北京理工大学出版社，2014年出版。

《电子商务运营实务》，李建忠主编，机械工业出版社，2016年出版。

（三）网络资源

电子商务专业的立体化教材、教学课件、实训任务书、实训指导书、实习任务书、实习指导书、授课录像、参考文献目录、常用网站链接、习题库、网上测试及网上辅导、学生实训视频、教学环境条件图片等；电子商务教研室资料库拥有关于电子商务资源介绍、电子商务案例、电子商务等相关的音像资料；国家级、省级、院级精品资源共享课和教学资源库，课程教学网络管理平台等，以下是电子商务专业和移动商务专业的网络学习资源核心平台。

- 【1】<http://www.chinaz.com/>站长之家
- 【2】<http://www.newhua.com/>牛华网
- 【3】<http://www.techweb.com.cn/>技术网页
- 【4】<http://www.51cto.com/> 51CTO
- 【5】<http://www.ebrun.com/> 亿邦动力
- 【6】<http://www.iheima.com/> I 黑马
- 【7】<http://www.enet.com.cn/enews/> 硅谷动力
- 【8】<http://www.it168.com/> IT168
- 【9】<http://www.iresearch.cn/> 艾瑞网

【10】<http://www.100ec.cn/> 中国电子商务研究中心

【11】<http://www.cnnic.net.cn/> 中国互联网信息中心

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

1、网络资源开发与利用

建立以学生为主体、重视学生的学习过程和师生互动的数字化教育资源库。提升传统教学手段，加强现代信息技术应用，推进现代教学手段和方法改革，推动信息化与职业教育的深度融合，以数字化校园平台建设为依托，开发建成网络新闻与传播专业教学、媒体职业技能培训资源库。

教学条件：理论授课教室：多媒体教室；校内实训室：形体训练实训室、模拟会议室、模拟办公室

2、校内实训环境及教学硬件条件

校内实训基地：配置多媒体教室+理实一体实训室及项目工作室，其基本配置为：计算机 55 台、服务器 1 台、路由器 1 台、打印机 1 台、场地大小 120 平方米，可承担电子商务实训教学任务。依托学院职业技能鉴定所，完成本专业相关认证的职业技能鉴定。

学生实验需要提供实验机房，配备每人一台可以访问互联网的计算机，电脑硬件配置应保证计算机有较快的运行速度和网络访问速度。实验教学环境需要有多媒体设备支持的教学条件，配有音响设施，可进行 PPT 教案讲演、视频播放、实验演示等。

如有可能，学校可以象征性的价格提供一些积压物资或废旧物资（如多余的旧教材、图书、杂志，废旧的电脑等设备）供学生网上销售，既有利于资源的节约和综合利用，同时可培养学生的环保理念。此外，学生需自备一张可以开通网上银行服务的银行卡。

3、校外实训基地

依托行业与业内优质企业合作，构建校企合作模式，建设校外实训基地，为学生校外实习实训提供场所。校外实训基地应具备如下功能和条件：为学生提供生产性实习实训所需岗位和指导。为学生提供真实或仿真项目、案例、任务，并确保学生能够基本完成。相关企业提供的项目、案例、任务应与学生所学专业一致；企业应为每位学生安排指导任务，并与学校的指导老师一同负责对学生进行

辅导和实训管理。校外实习基地的专家作为学校的专业建设指导委员会委员，参与专业建设、人才培养方案的制定、专业技术讲座等教学环节的工作。实习基地的技术骨干可作为学校的兼职老师，为学校的教学尤其是实践教学提供指导服务。校外实习基地承担学校教师的挂职锻炼的指导任务，培养教师的双师素质。

（二）师资队伍

该课程师资队伍由专业带头人、行业企业专家、一线骨干教师组成，大多数教师有企业工作经验。在院级系部两级专业带头人、行业协会专家、企业能工巧匠及学院一线骨干教师的共同努力下开发课程。

本教师团队中，专职教师具有硕士学历、双师资格，教学经验和行业经验都十分丰富；企业兼职教师 3-5 名，选聘的全部是具有较高行业知名度的企业高层管理者担任兼职教师及客座教授，他们除了为学生按期授课，还负责提供丰富的行业案例资源及学生实习的平台；另有 1 名的实训指导教师。因为本课程注重实践教学环节，旨在提高学生的单体实战能力，配备行业经验丰富的实训指导教师可有利于学生提升职业能力。

（1）教学团队规模

团队规模：基于 3-4 个教学班的规模，配备专兼职教师 6-10 人左右，其中专职教师 3-5 人，兼职教师 3-5 人，职称和年龄结构合理。

（2）课程负责人

熟悉本专业技术和高职教育规律，实践经验丰富，教育效果好。

（3）双师比例应达到百分之八十以上。双师型教师承担理论实践一体化课程和工学结合课程。

（4）教师配置建议

有一定的企业从业经验及境外留学背景，研究生学历，讲师或以上职称具备双师素质，经常参与展会实践，能开拓校企合作资源。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与京东物流合作开发。
2. 执笔：杨玉婵、巢秋菊、王柳婷
3. 审核：卜忠群
4. 时间：2024 年 2 月 20 日

《电商新媒体技术》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】电商新媒体技术

【开课时间】第 4 学期

【学时/学分数】102 学时/6 学分

【课程类型】专业核心课

【授课对象】2022 级电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《电商新媒体技术》是电子商务类专业核心课程，也可作为计算机类专业选修课程。是一门实操性较强的课程。

（二）课程任务

本课程以学生为中心、以结果为导向、倡导持续发展，通过本课程的学习，一方面让学生了解电商媒体的发展趋势、相关知识和技术；另一方面掌握电商新媒体的各种编辑设计技能，包括 PhotoShop 平面设计和动画制作、Adobe Premiere 视频剪辑、Adobe After Effects 视频特效设计、AI 工具应用等技能，力求让学生尽快掌握开展电子商务所需的工作技能。

本课程所学技能支撑多种工作岗位，包括电商媒体编辑岗位、网络视频设计岗位、网络广告设计岗位、网站推广岗位、网络编辑岗位等。本课程侧重培养学生工作技能职业素质、也注重点对学生其它职业素质的培养，包括敬业爱岗、学习创新、人际沟通、团队精神等素质。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《计算机应用基础》、《平面美工设计》	办公软件应用技能、平面设计技能、支撑网络编辑、平面设计等岗位
本课程	《电商新媒体技术》	平面设计和视频编辑技能、支撑网络编辑、网络推广等岗位，前导课程是基础
后续课程	《电子商务综合实训》	支撑网络推广、网络运营等岗位；是后续课程的必备技能

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
新媒体发展趋势 电商新媒体技术 PhotoShop 工具应用技巧 PhotoShop 动画原理 视频相关知识 音频相关知识 Adobe Premiere 设计特色 Adobe After Effects 设计特色 了解 AI 工具相关知识	以“成果导向教育”理念为指导，以学生为中心、以结果为导向、倡导持续发展，为学生提供多渠道学习途径。 采用“任务驱动”为主的教学方法，学生通过完成任务，掌握相关知识和技能。 教师要根据学生学情、学校学习环境、企业职业需求设计好教学任务，老师课堂演示讲解完成任务的相关知识和技能，学生现场完成任务作品。	培养学生好学习习惯和严谨的学习态度 培养学生敢于创新的精神 培养学生团队协作精神 培养学生爱国情怀 培养学生正确的人生观和价值观

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
能够使用 PS 软件设计高质量的平面图； 能够使用 PS 快速制作简单动画； 能初步使用 Adobe Premiere 软件剪辑视频； 能初步使用 Adobe After Effects 软件设计视频特效； 能熟练利用 AI 工具设计多媒体作品	敢于发现问题、分析问题解决问题的能力 平面设计、视频编辑、应用 AI 工具等设计能力 团队组织协作管理能力 平面设计和视频制作创新能力 学以致用，敢于挑战新任务新事物的能力和精神	培养学生尊师重道的品质 培养学生自爱及尊重他人的品质 培养学生好学及自我持续学习的能力 培养学生与他人有效沟通、协作的能力 培养学生自立及环境适应能力

四、课程设计思路

课程名称	电商新媒体技术	计划总学时	102 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	PhotoShop 数字图像处理	1-1 PS 基本操作提升	合成技巧 抠图技巧 路径应用	能有效合成图像、抠图等	6
		1-2 PS 作品设计	淘宝美工 广告设计 海报设计	能有效设计作品	6
情境二	PhotoShop 动画制作	2-1 PS 动画原理及制作	动画原理	制作简单动画	4
情境三	Adobe Premiere 视频剪辑	3-1 PR 基本工具和基本操作	软件界面、基本工具、遮罩原理	掌握软件基本操作、工具和遮罩	6
		3-2 PR 视频特效	特效	应用特效	4
		3-3 PR 文字特效	文字、字幕	设计文字特效	4
		3-4 PR 音频特效制作	音频	音频处理	2
情境四	Adobe Premiere 作品设计	4-1 PR 淘宝店视频制作	淘宝视图、淘宝详情视频	综合设计	4
		4-2 PR 综合设计实例	整体设计	综合应用	10
情境五	Adobe After Effects 特效设计	5-1 AE 基本工具和基本操作	基本工具、蒙板与遮罩	软件基本操作、工具基本应用	6
		5-2 AE 文字特效	文字特效	文字特效应用	4
		5-3 AE 常见自然特效表现	自然特效	自然特效应用	2
		5-4 AE 粒子和光线特效	特效	粒子、光线特效制作	4
		5-5 AE 摄像机应用	摄像机	应用摄像机	2

课程名称	电商新媒体技术	计划总学时	102 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境六	Adobe After Effects 综合设计	6-1 AE 影视特效	特效	创造性设计	4
		6-2 AE 主题设计	宣传片艺术表现	创造性设计	4
		6-3 AE 综合设计实例	整体设计	综合应用	4
情境七	AI 工具应用	7-1 AI 工具应用	AI 工具	应用 AI 设计	8
		7-2 平台剪辑软件应用	平台剪辑工具	应用剪辑工具设计作品	8
情境八	多媒体作品综合设计	8-1 多媒体作品综合设计	综合应用多个工具设计作品	综合设计	10

五、教学设计

学习情境 1-1	PS 基本操作提升	学时	6
学习目标： 1. 熟悉应用 PhotoShop 图像合成技术 2. 熟悉应用 PhotoShop 抠图技术 3. 熟悉应用 PhotoShop 路径应用			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 应用图层蒙版等，快速合成图像 2. 应用钢笔、快速蒙版等抠图 3. 应用路径设计作品		素材准备 PhotoShop 已安装	机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

1. 图像合成技术	1. 合成鱼翁艺术画 2. 合成婚纱照片	任务驱动 案例演示	2
2. 抠图技术	1. 利用钢笔抠图 2. 利用快速蒙版抠图 3. 利用橡皮擦抠图		2
3. 路径应用	1. 制作路径特效 2. 制作 ove 特效 3. 制作三菱标志		2
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生发挥创意，尝试不同的设计。 2. 工匠精神：强调在图像处理过程中的精细和专注。		
总结整理	1. 能快速合成图像 2. 能利用快速蒙版实现像素级抠图 3. 能应用路径设计作品		

学习情境 1-2	PS 作品设计	学时	6
学习目标： 1. 熟悉应用 PhotoShop 各种工具 2. 画面构图			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 设计淘宝主图和详情页 2. 设计房地产广告 3. 设计海报		素材准备 PhotoShop 已安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 设计淘宝主图 和详情页	1. 淘宝主图设计 2. 淘宝产品卖点提取模块图设计	任务驱动 案例演示	2
2. 设计房地产广告	1. 画面构图及背景设计 2. 建筑物、人物、文字设计		2
3. 海报设计	1. 画面构图及背景设计 2. 使用文字工具、渐变工具等实现整体设计		2
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生发挥创意，尝试不同的设计。 2. 工匠精神：强调在图像处理过程中的精细和专注。 3. 让学生设计具有独特创意的海报，如环保主题海报等		
总结整理	能使用各种工具，进行构图和设计 能设计淘宝美图、房产广告、宣传海报		

学习情境 2-1	PS 动画原理及制作	学时	4
学习目标： 1. 理解 PhotoShop 动画制作原理 2. 熟练应用 PS 时间轴帧设计技巧			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 设计花开动画 2. 设计眨眼动画 3. 利用画笔工具制作闪烁效果 4. 利用素材制作文字动画效果		素材准备 PhotoShop 已安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 设计花开动画	时间轴应用 动画输出方法	任务驱动 案例演示	1
2. 设计眨眼动画	时间轴应用技巧 闭眼处理		1
3. 利用画笔工具 制作闪烁效果	时间轴应用技巧 动感模糊处理		1
4. 利用素材制作 文字动画效果	文字工具 图层样式应用 制作文字不同状态图层		1
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生发挥创意，尝试不同的设计。 2. 工匠精神：强调在图像处理过程中的精细和专注。 3. 文字动画使用校训或正能量文字		
总结整理	1. 理解 PhtoShop 动画制作原理、熟练应用 PS 时间轴帧设计技巧 2. 能快速利用 PS 制作简单的动画		

学习情境 3-1	PR 基本工具和基本操作	学时	6
学习目标： 1. 熟悉 Premiere 软件界面及操作特点 2. 熟悉 Premiere 基本工具 3. 能设置应用遮罩			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 制作舞台背景 2. 制作电梯广告 3. 制作画轴展开 4. 应用 PR 制作放大镜放大效果 5. 对图片作圆形遮罩效果，并径向擦除展示		素材准备 PR 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 制作舞台背景	认识 Adobe Premiere 导入素材、保存项目、输出视频	任务驱动 案例演示	1
2. 制作电梯广告	首选项设置 认识时间轴		1
3. 制作画轴展开	“运动”、“线性擦除” 基本工具		2
4. 应用 PR 制作放 大镜放大效果	“放大”效果 基本工具		1
5. 对图片作圆形 遮罩效果，并径向 擦除展示	“径向擦除”、“遮罩” 基本工具		1
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生尝试新的创意和表现手法。 2. 爱国主义：画轴可展现祖国壮丽山河，培养学生对祖国的热爱和自豪之情。		
总结整理	1. 熟悉 Premiere 软件界面及操作特点、熟悉 PR 基本工具 2. 能设计舞台背景、电梯广告、画轴展示、放大镜效果等		

学习情境 3-2	PR 视频特效	学时	4
学习目标： 1. 应用 PR “闪电”、“光照效果”、“马赛克”等效果 2. 应用 PR “放射阴影”、“羽化边缘”、“镜头光晕”等效果制作视频特效			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 应用 PR “闪电”、“光照效果”、“马赛克”等效果制作电视塔雷击效果、艺术画光照效果 2. 视频某个画面定格快照 3. 为瓶子图片加“边缘羽化”，和海水视频产生特效		素材准备 PR 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 闪电效果	主要有起始点、结束点、分段、宽度、速度、混合模式等属性设置	任务驱动 案例演示	1
2. 光照效果	包括光照类型、中央、半径、角度、环境光照颜色等属性设置 类型有点光源、平行光、全光源		1
3. 视频某个画面定格快照	导出帧、放射阴影、运动属性、定格分段		1
4. 为瓶子图片加“边缘羽化”，和海水视频特效	羽化边缘		1
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生尝试新的创意和表现手法。 2. 劳动精神：让学生了解视频制作的艰辛和付出，培养他们吃苦耐劳、坚持不懈的劳动精神。		
总结整理	1. 能应用 PR “闪电”、“光照效果”、“马赛克”等设计相应效果 2. 能应用 PR “放射阴影”、“羽化边缘”、“镜头光晕”等效果制作视频特效		

学习情境 3-3	PR 文字特效	学时	4
学习目标： 1. 应用 PR “文字工具”、“老版标题字幕”、 2. “波形变形”效果等制作视频特效 3. 应用“文字”、“运动”、“波形变形”效果等制作双十一快闪广告视频。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 制作“海底世界”波纹效果 2. 制作立体字 3. 制作“新媒体技术”文字随金色粒子闪出效果 4. 应用 PR 工具和效果制作图片和文字快闪		素材准备 PR 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 制作“海底世界”波纹效果	“波形变形” “轨道遮罩键”	任务驱动 案例演示	0.5
2. 制作立体字	老版标题字幕 文字属性		0.5
3. 制作“新媒体技术”文字随金色粒子闪出效果	关键帧动画 运动属性		1
4. 应用 PR 工具和效果制作图片和文字快闪	利用素材制作，图片快闪序列 制作双十一文字快闪 设计图片快闪、文字快闪		2
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生尝试新的创意和表现手法。 2. 爱国主义：立体字可采用正能量的金句。		
总结整理	1. 能应用 PR “文字工具”、“老版标题字幕”制作文字特效 2. 能应用“文字”、“运动”、“波形变形”效果等制作双十一快闪广告视频。		

学习情境 3-4	PR 声音特效	学时	2
学习目标： 1. 能综合应用各种工具 2、应用“音频混合器”、“音高换换器”、“音量”工具			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 利用素材制作声音变音效果 2. 利用素材制作卡拉 OK 歌曲，要求左声道播原唱，右声道播伴奏		素材准备 PR 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 利用素材制作声音变音效果	“音高换档器”	任务驱动 案例演示	1
2. 利用素材制作卡拉 OK 歌曲，要求左声道播原唱，右声道播伴奏	“音频混合器”		1
课程思政	1. 文化自信：新闻引导学生挖掘和展示中国传统文化。 2. 爱国主义：歌曲采用红歌。		
总结整理	能应用“音频混合器”、“音高换换器”、“音量”工具设计声音特效		

学习情境 4-1	PR 淘宝网店视频制作	学时	4
学习目标： 1. 能综合应用各种工具 2. 应用 PR “文字工具”、“运动”、“波形变形”效果等制作淘宝主图视频 3. 应用 PR “文字工具”、“运动”、“RGB 曲线”效果等制作网店商品详情视频			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 利用图片素材制作淘宝主图视频 2. 利用视频制作淘宝主图视频 3. 应用 PR 工具和效果制作淘宝详情页视频		素材准备 PR 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 利用图片素材制作淘宝主图视频	设置序列大小、运动属性 波形变形	任务驱动 案例演示	1
2. 利用视频制作淘宝主图视频	运动属性 快照处理		1
3. 利用素材制作视频片头，展示企业实力	PS 制作 logo 透明图片 粒子光束运动		1
4. 编辑视频，完善商品详情视频	运动属性 RGB 曲线		1
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生尝试新的创意和表现手法。 2. 劳动精神：让学生了解视频制作的艰辛和付出，培养他们吃苦耐劳、坚持不懈的劳动精神。		
总结整理	能应用 PR “文字工具”、“运动”、“波形变形”等效果制作淘宝主图视频 能应用 PR “文字工具”、“运动”、“RGB 曲线”等效果制作网店商品详情视频		

学习情境 4-2	PR 综合设计实例	学时	10
<p>学习目标：</p> <p>1. 能综合应用 PR 中的各种工具</p> <p>2. 应用 PR “运动”、“定位点工具”等制作炫酷画中画效果</p> <p>3. 应用 PR “运动”、“色彩”、“轨道遮罩键”等效果制作企业展示视频</p>			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 制作炫酷画中画效果 2. 制作企业展示视频 3. 制作婚照视频作品		素材准备 PR 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 制作炫酷画中画效果	运动属性/锚点调整 RGB 曲线	任务驱动 案例演示	2
2. 制作企业展示视频	运动属性 运动、色彩、轨道遮罩键		4
3. 制作婚照视频作品	综合利用所学工具		2
4. 完成自选作品设计	综合利用所学工具		2
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生尝试新的创意和表现手法。 2. 劳动精神：让学生了解视频制作的艰辛和付出，培养他们吃苦耐劳、坚持不懈的劳动精神。		
总结整理	能利用 PR 各种工具，制作炫酷画中画效果、制作企业展示视频、制作婚照视频作品、完成自选作品设计。		

学习情境 5-1	AE 基本工具和基本操作	学时	6
学习目标： 1. 熟悉 AE 界面及操作特点 2. 入点出点设置、时间效果应用、对象五个基本属性操作 3. 熟悉 AE 图层蒙板和轨道遮罩等应用			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 制作“碎片文字” 2. AE 相机快照定格处理 3. 制作炫酷画中画效果 4. 在电脑屏幕上显示视频 5. 利用轨道蒙板制作遮罩效果		素材准备 AE 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 制作“碎片文字”	1. 新建项目，创建新合成 2. 创建碎片文字效果 3. 保存项目、导出视频	任务驱动 案例演示	2
2. AE 相机快照定格处理	冻结画面 图层样式/描边、旋转、缩放设置		1
3. 应用 AE 五个基本属性制作炫酷画中画效果	S---缩放、R---旋转、p---位置 T---透明度、A---描点		1
4. 利用遮罩工具在电脑屏幕上显示视频效果	遮罩效果 遮罩为“加”、沟“反转”		1
5. 利用轨道蒙板制作遮罩效果	轨道蒙板		1
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 工匠精神：教导学生追求更高的品质和更完美的效果。		
总结整理	1. 熟悉 AE 界面及操作特点、熟悉 AE 图层蒙板和轨道遮罩等应用 2. 熟悉入点出点设置、时间效果应用、对象五个基本属性操作 3. 能设计简单特效作品，如碎片文字、快照效果、炫酷画中画等		

学习情境 5-2	AE 文字特效	学时	4
学习目标： 1. 熟悉 AE 文字工具及“四色渐变”、“发光”效果应用 2. 熟悉 AE “CC ball action”效果应用 3. 熟悉 AE 分形杂色、色阶、曲线、复合模糊、等应用			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 利用文字工具制作颗粒文字 2. 利用文字工具制作路径文字 3. 利用 AE 软件制作烟飘文字		素材准备 AE 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 利用文字工具制作颗粒文字	CC 四色渐变 CC Ball Action	任务驱动 案例演示	1
2. 利用文字工具制作路径文字	文字工具、四色渐变 图层文本路径属性		1
3. 利用 AE 软件制作烟飘文字	分形噪波、色阶 曲线、复合模糊、置换映射		2
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 爱国主义：文字可采用正能量的金句。		
总结整理	1. 熟悉 AE 文字工具及“四色渐变”、“发光”效果应用 2. 熟悉 AE “CC ball action”效果应用 3. 熟悉 AE 分形杂色、色阶、曲线、复合模糊、等应用 4. 能设计颗粒文字、路径文字、烟飘文字等		

学习情境 5-3	AE 常见自然特效表现	学时	2
学习目标： 1. 熟悉 AE 界面、图层及基本操作 2. 熟悉 AE “CC Rainfall”、“高级闪电”、“基本 3D” 效果应用			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 制作 “大自然下雨情景”		素材准备 AE 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 制作闪电效果	AE 高级闪电	任务驱动 案例演示	0.5
2. 制作下雨效果	CC Rainfall		0.5
3. 制作水波效果	摄像机镜头模糊 CC Drizzie、基本 3D		1
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 工匠精神：教导学生追求更高的品质和更完美的效果。		
总结整理	能利用 AE “CC Rainfall”、“高级闪电”、“基本 3D” 效果应用，设计 “大自然下雨情景” 效果。		

学习情境 5-4	AE 粒子和光线特效	学时	4
学习目标： 1. 熟悉 AE 钢笔工具 2. 熟悉 AE “极坐标”、“发光”、“基本 3D”、“残影”效果应用 3. 熟悉“发光”、“湍流置换”、“梯度渐变”效果应用			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 利用钢笔工具等制作旋转光环 2. 利用时间效果制作透明延时光线 3. 利用钢笔工具等制作舞动的精灵 4. 利用勾画发光等效果制作描边光线		素材准备 AE 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 利用钢笔工具等制作旋转光环	AE 极坐标	任务驱动 案例演示	1
2. 利用时间效果制作透明延时光线	残影、基本 3D		1
1. 利用钢笔工具等制作舞动的精灵	蒙版/路径\梯度渐变 湍流转换		1
2. 利用勾画发光等效果制作描边光线	发光效果		1
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 艰苦奋斗精神：让学生了解到优秀的特效作品背后往往需要长时间的努力和反复的尝试。		
总结整理	1. 熟悉 AE 钢笔工具 2. 熟悉 AE “极坐标”、“发光”、“基本 3D”、“残影”效果应用 3. 熟悉“发光”、“湍流置换”、“梯度渐变”效果应用 4. 能设计各种光线特效		

学习情境 5-5	AE 摄像机应用	学时	2
学习目标： 1. 熟悉 AE 摄像机 2. 熟悉 AE 渐变、表达式等应用			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 利用 AE 制作 3Dlogo 效果		素材准备 AE 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. logo 处理	填充、描边 3D 效果	任务驱动 案例演示	0.5
2. 表达式应用	打 P 调出图层位置属性，ALT+单击关键帧 开 关 ， 添 加 表 达 式 “[position[0],position[1],index]”		0.5
3. 摄像机应用	图层/新建/摄像机		1
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 工匠精神：教导学生追求更高的品质和更完美的效果。		
总结整理	1. 熟悉 AE 摄像机、AE 渐变、表达式等应用 2. 能利用 AE 摄像机设计 3D 效果		

学习情境 6-1	AE 影视特效	学时	4
<p>学习目标：</p> <p>1. 熟悉 AE 钢笔工具及“分形杂色”、“色光”、“湍流置换”、“置换图”等效果应用。</p> <p>2. 熟悉 AE 遮罩、摄像机、径向擦除、五个基本属性等效果应用</p>			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 制作影视火焰字特效 2. 制作影视中国风频道特效		素材准备 AE 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 制作影视火焰字特效	钢笔工具、“分形杂色”、“色光”、“湍流置换”、“置换图”等效果	任务驱动 案例演示	2
2. 制作影视中国风频道特效	AE 遮罩、摄像机、径向擦除、五个基本属性等		2
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 文化传承与弘扬：制作具有中国文化特色的特效作品。		
总结整理	1. 熟悉 AE 钢笔工具及“分形杂色”、“色光”、“湍流置换”、“置换图”等效果应用。 2. 熟悉 AE 遮罩、摄像机、径向擦除、五个基本属性等效果应用 3. 能设计火焰字特效和中国风频道特效		

学习情境 6-2	AE 主题设计	学时	4
学习目标： 1. 熟悉 AE 四色渐变效果应用 2. 熟悉 AE CC sphere 效果应用 3. 熟悉 AE 遮罩、摄像机、线性擦除、极坐标、等效果应用			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 制作地球日公益宣传 2. 制作新闻片头特效		素材准备 AE 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 制作地球日公益宣传	PS 制作背景图 CC sphere、四色渐变 加背景音乐、调试	任务驱动 案例演示	2
2. 制作新闻片头特效	AE 遮罩、摄像机、线性擦除、极坐标、CC sphere		2
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 社会责任感：制作具有教育意义和社会影响力的特效视频，如倡导环保。		
总结整理	1. 熟悉 AE 四色渐变效果应用、AE CC sphere 效果应用 2. 熟悉 AE 遮罩、摄像机、线性擦除、极坐标、等效果应用 3. 能设计公益主题宣传视频、新闻报道片头		

学习情境 6-3	AE 综合设计实例	学时	4
<p>学习目标：</p> <p>1. 熟悉 AE 界面、图层及基本操作</p> <p>2. 熟悉 AE 色阶、曲线、复合模糊、填充、置换映射、发光等应用</p> <p>3. 安装应用外挂插件 particular</p>			
学习内容		教学准备	教学地点
<p>1. 利用 AE 软件制作 adobe 创意广告</p> <p>2. 制作粒子光线穿越城市特效</p>		<p>素材准备</p> <p>AE 安装</p>	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
<p>1. 利用 AE 软件制作 adobe 创意广告</p>	AE 色阶、曲线、复合模糊、填充、置换映射	任务驱动 案例演示	2
<p>2. 制作粒子光线穿越城市特效</p>	安装应用外挂插件 particular 发光效果		2
课程思政	<p>1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。</p> <p>2. 团队合作精神：让学生共同完成一个复杂的特效项目，培养学生的团队协作能力。</p>		
总结整理	能利用 AE 各种工具，制作 adobe 创意广告、制作粒子光线穿越城市特效。		

学习情境 7-1	AI 工具应用	学时	8
学习目标： 1. 了解当前主流 AI 工具 2. 熟悉并应用 AI 工具，包括文案生成、图片生成、声音生成、视频生成等 AI 工具			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 利用 AI 工具自动生成文案并制作作品 2. 利用 AI 工具自动生成图片并制作作品 3. 利用 AI 工具自动生成声音并制作作品 4. 利用 AI 工具自动生成视频并制作作品		素材准备 连接互联网	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 利用 AI 工具自动生成文案并制作作品	熟悉 AI 工具（如豆包等） 自动生成文案	任务驱动 案例演示	2
2. 利用 AI 工具自动生成图片并制作作品	熟悉 AI 工具（如文心一格等） 自动生成图片		2
3. 利用 AI 工具自动生成声音并制作作品	熟悉 AI 工具（如智影等） 自动生成声音		2
4. 利用 AI 工具自动生成视频并制作作品	熟悉 AI 工具（如度加剪辑等） 自动生成视频		2
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 社会责任感：制作具有教育意义和社会影响力的特效视频。		
总结整理	了解当前能自动生成文案、图片、声音和视频的热门 AI 工具 应用 AI 工具生成各种作品		

学习情境 7-2	平台剪辑软件应用		学时	8
学习目标： 1. 了解主流新媒体平台视频剪辑工具和在线视频编辑工具 2. 应用主流新媒体平台视频剪辑工具制作作品				
学习内容		教学准备		教学地点
1. 应用抖音“剪映”工具制作作品 2. 应用快手“快影”工具制作作品 3. 应用B站“必剪”工具制作作品 4. 应用在线视频剪辑工具制作作品		素材准备 AE 安装		机房
教学组织 步骤	教学内容		教学方法建议	学时分配
1. 应用抖音“剪映”工具制作作品	熟悉“剪映”工具 利用工具制作简单作品		任务驱动 案例演示	2
2. 应用快手“快影”工具制作作品	熟悉“快影”工具 利用工具制作简单作品			2
3. 应用B站“必剪”工具制作作品	熟悉“必剪”工具 利用工具制作简单作品			2
4. 应用在线视频剪辑工具制作作品	熟悉在线视频剪辑工具 利用工具制作简单作品			2
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 社会责任感：制作具有教育意义和社会影响力的特效视频。			
总结整理	利用主流新媒体平台视频剪辑工具制作简单作品,目的在于了解当前主流新媒体平台视频剪辑工具。			

学习情境 8-1	多媒体作品综合设计	学时	10
学习目标： 1. 综合应用 PS、PR、AE 和 AI 工具设计作品 2. 能独立完成指定作品和自选作品的设计			
学习内容		教学准备	教学地点
1. MV 红歌制作 2. 短视频制作 3. 综合应用各种工具完成指定作品设计 4. 综合应用各种工具完成自选作品设计		素材准备 AE 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. MV 红歌制作	综合应用各种软件和工具	任务驱动 案例演示	4
2. 短视频制作	综合应用各种软件和工具		2
3. 综合应用各种工具完成指定作品设计	综合应用各种软件和工具		2
4. 综合应用各种工具完成自选作品设计	综合应用各种软件和工具		2
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 国主义情怀：制作红歌 MV,激发学生的爱国主义情感。		
总结整理	能综合应用 PS、PR、AE 和 AI 工具设计作品 能独立完成指定作品和自选作品的设计		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 1	数字图像处理知识	PS 数字图像处理技巧	结果+过程	10%
情境 2	PS 动画原理	PS 动画制作技能	结果+过程	4%
情境 3	PR 软件及功能	PR 基本工具和操作	结果+过程	16%
情境 4	PR 功能及操作特点	PR 综合应用	结果+过程	14%
情境 5	AE 软件及功能	AE 基本工具及操作	结果+过程	18%
情境 6	AE 功能及操作特点	AE 综合应用	结果+过程	12%
情境 7	AI 工具及平台工具	应用 AI 及平台工具设计作品	结果+过程	16%
情境 8	熟悉各种软件及工具	能综合应用各种软件工具设计作品	结果+过程	10%
合计				100%

七、学习资源的选用（以下项目可增减）

（一）主要参考教材

《新媒体技术：基础 案例 应用（视频指导版）》，宁光芳主编，人民邮电出版社，2021 年出版，第 1 版

《新媒体技术与应用（全彩慕课版）》，张亚丽著，人民邮电出版社，2020 年出版，第 1 版

（二）其他参考资料

《淘宝天猫视频制作宝典-Premiere+After Effects》，方国平主编，电子工业出版社，2020 年出版，第 1 版

《Premiere +After Effects 影视编辑与后期制作》，李冬芸主编，电子工业出版社，2020 年出版，第 2 版

（三）网络资源

充分利用互联网上的各种资源，包括本课程的相关技术论坛、博客、网站、自媒体平台，为学生提供学习和实践的平台。如以下相关网站：

超星学习通 <http://fanya.chaoxing.com>

国家图书馆电子书网站 <http://m.ndlib.cn>

虎课网 <https://huke88.com>

PS 学习网 <http://www.ps-xxw.cn>

腾讯课堂 <https://ke.qq.com>

易企秀 <http://www.eqxiu.com>

西瓜视频 <https://www.ixigua.com>

腾讯视频 <http://v.qq.com>

优酷 <https://www.youku.com>

小影 <http://www.xiaoying.tv>

建立博客、QQ 群、微信公众号等网络应用，共享教学资源（如教学课件、课堂作业、网上答疑、就业信息、相关网站链接等），为学生提供随时随地学习交流的平台。

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

包括相关教辅材料、实训指导手册、信息技术应用、工学结合、教学实验、网络资源、仿真软件、软硬件环境、校内外实训条件、校企合作项目等的开发与利用。

（二）师资队伍

建议配备的专职教师应具备双师素质，中级以上职称，有三年以上高职教学经历和多年企业工作经历，掌握高职教育规律，了解高职学生特点，精通电子商务、平面设计、视频制作、网络营销等知识和技能，最好是有 PhotoShop、Premiere、Adobe After Effects 教学经验的教师执教。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与南博集团合作开发。
2. 执笔：倪国章、姚丹婷
3. 审核：卜忠群
4. 时间：2022 年 2 月 16 日

《农村电商运营管理》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】农村电商运营管理

【开课时间】第 6 学期

【学时/学分数】96 学时/6 学分

【课程类型】专业课

【授课对象】2022 级电子商务专业（新农人方向）

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《电商运营管理》是电子商务专业（新农人方向）的核心课程之一，本课程基于网店运营的工作流程设计，从店铺策划、店铺开设、店铺管理、店铺推广的流程设计教学内容，该课程的学习强调实战化，所有教学项目基于淘宝网等电子商务平台开展，此外把理论与案例相结合，把网店经营理论融入实际案例和实际操作当中，让学生体验式学习并完成任务，培养学生的实际运用能力，掌握电商经营方法与技能技巧，使学生能够在互联网上进行网店经营实践的目的，属双证融通情境教学工学结合类电商运营核心课程，因此该课程对于提升学生的网店运营能力等实际工作技能有着极为重要的意义。

本课程为专业核心课程，安排在第三学年第二学期，课程承前启后，先修课程为电子商务概论、网络营销、平面美工技术实务、商品摄影技术、网（微）店页面处理等，后续课程为商务数据分析、网站推广与优化、网（微）店动画处理、电商案例分析与前景展望、综合实训等。课程涵盖网络零售各岗位必备技能，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力，能做到完成课程的同时便初步成为了一名拥有自己网上店铺的网商。本课程根据企业的这种发展趋势，由浅入深，由点及面，完整介绍网店日常营运的工作内容；并通过对应的操作实例练习，提高动手和实际应用能力，可以很好的完成网店日常的运营管理工作。这对电子商务专业的学生系统地学习网店经营也有一定的指导意义和启示价值。

（二）课程任务

本课程基于培养学生从事电子商务经营岗位能力和从事个人网店经营的创

业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的能力。从网店的供应商选择开始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户/供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。

本课程工学结合项目：在网络店铺第三方平台（如淘宝、拍拍、易趣等）设置能够实际经营的网店并在课程教学过程中一步步完成经营过程直到能够独立操作网络商业店铺并建立交易客户群。

本课程的任务是通过系统的任务驱动法学习，使学生掌握网店经营情况调研报告撰写、网店经营者制定管理方案、网店的建立、网店买卖流程操作、网络安全和识别骗子的技巧、网店交易技巧、网店的宣传、数据分析等相关内容及对应操作，并能运用所学知识进行实际运用解决生活实际问题。本课程各部分内容重点难点突出，结合案例进行教学，注重理论与实际的有机结合。在学习完理论知识，结合实验操作，使学生进一步学以致用，掌握好互联网上电商实践操作。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	电子商务概论、网络营销、平面美工技术实务、商品摄影技术、商务数据分析、网站推广与优化、网（微）店动画处理、电商案例分析与前景展望等	支撑运营、美工、客服、销售等岗位，培养学生电商运营各岗位的基础理论知识和基本技能，为后续运营课程奠定基础
本课程	农村电商运营管理	课程涵盖网络零售各岗位必备技能，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力，提高动手和实际应用能力，可以很好的完成网店日常的运营管理工作。

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
（1）能够利用第三方平台，运用数据分析方法，对网络市场调研。 （2）了解商品信息发布的相	（1）能够熟练使用产品发布时所用的各类软件； （2）能够在 C2C 环境下熟练进行产品的发布和管理；	（1）具有热爱科学、实事求是的学风，具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的能力。

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>关知识，如商品信息的内容及作用，商品信息发布的流程等相关知识。</p> <p>（3）掌握数据分析相关知识，如店铺运营数据的主要类型，常用的数据分析工具等相关知识。</p> <p>（4）具备网络销售与推广相关知识，如网店活动营销，淘宝站内外推广方法等相关知识。</p> <p>（5）熟悉网店财务管理相关知识，如财务管理的内部内容及方法等相关知识。</p>	<p>（3）具备网络市场调研与数据分析的能力。</p> <p>（4）具备商品选品、信息发布、商品优化等店铺日常运营的能力。</p> <p>（5）具备网络营销与推广的能力。</p>	<p>（2）加强职业道德意识，具有诚信经营，遵守法纪、爱岗敬业、勇于奉献的精神。</p> <p>（3）培养学生网店运营的职业素质，精益求精的学习态度，良好的抗压心理素质。</p> <p>（4）具备团队合作意识和沟通能力以及领导管理能力。</p> <p>（5）具备全局分析问题、解决问题的能力 and 信息管理处理能力。</p>

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
<p>学会网上开店的操作技能；熟练使用网络工具；实施与执行各种计划和活动的的能力；精通市场营销策划，宣传推广公司产品，具备较强的策划能力；对社会环境变化及时作出反应和应变的能力；</p>	<p>1. 能进行市场调研以及店铺定位</p> <p>2. 能开设网上店铺能进行店铺装修</p> <p>3. 能对网上店铺进行日常管理</p> <p>4. 能进行店铺推广</p>	<p>养成敬业爱岗、吃苦耐劳的良好职业道德；具有遵纪守法、公正廉洁、忠于职守，遵守规程、实事求是、勤奋好学的职业守则，团结协作，培养学生互助合作的团队精神；具有可持续发展能力。</p>

六、课程设计思路

为了符合高职院校的人才培养目标，适应社会对技能型人才的需求，结合本课程特点，课程设计可遵循以下思路。

课程内容的选择是以网店开设与经营的实际工作流程为依据，打破以理论知识传授为主要特征的课程模式，转变为以工作任务为中心组织课程内容，并让学生在完成具体任务的过程中构建相关理论与实践知识，锻炼技能，发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，理论与实践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，从网店运作人员工作需求出发，根据各个环节所需能力，精简陈述性知识，以“必须”、“够用”原则选取课程内容。

职业教育是一种适应市场需求、以就业创业为导向、以能力为本位、培养高等技术应用

人才的职业教育,所以教学应该达到直接为提高学生专业操作技能服务,并最终为学生就业、创业服务的教学效果。因此,课程的设计突出职业性,着力营造职业氛围,逐渐提高学生网店管理意识,培养学生“网店经营能力”。

因此,必须突破传统的“教材导向”的书本型教学模式,建立适应时代需要“以就业创业导向”的技能型教学模式。将网店运营需要的动态技能点融汇到教学过程中,提高专业知识与技能紧密结合的力度。在具体的课时安排方面,增加实践教学时数,适当减少理论教学时数,以期培养学生的实践操作能力。通过项目式的实践教学环节,增加学生对网店运营的认识,让学生掌握网店运营所需知识点,通过实践操作掌握一定的社会工作经验。结合具体的项目案例,进行学生动手能力的培养。

课程名称	电商运营管理	计划总学时	96 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	网店筹备管理 12	子情境 1-1: 目标市场分析	熟知目标市场调查的方法; 了解各大指数的用法	能够根据实际项目,选择适当的调研方法对目标市场进行全面分析	2
		子情境 1-2: 商品规划与管理	掌握规划商品的上新数量及款式的方法	能够规划店铺商品上心数量,并挑选款式	4
		子情境 1-3: 渠道规划与管理	认知主流第三方电商平台的特点	能够选择适当的电商平台开设店铺	2
		子情境 1-4: 运营团队管理	了解电商运营团队的配置,熟悉各岗位的工作职责	能够初步组建电商团队	2
		子情境 1-5: 网店费用预算	了解店铺费用分类,掌握店铺费用的计算方法	能够对店铺费用进行预算	2
情境二	网店开设与装修 12	子情境 2-1: 淘	了解各电商	能够申请、开	4

		宝网店开设	平台（淘宝平台）的入驻要求，掌握淘宝网开店规则	设淘宝个人店铺	
		子情境 2-2：淘宝网装修	具备淘宝网店的装修能力	完成淘宝店铺初步装修	8
情境三	网店商品信息管理 与发布 12	子情境 3-1：商品信息采集与整理	了解商品基本信息的内容及作用；掌握收集买家需求信息及商品信息的方法和渠道	能够运用 FAB 方法整理、总结商品文案	4
		子情境 3-2：商品定价管理	了解商品的成本构成，掌握商品的定价方法	具备为所经营商品合理定价的能力	4
		子情境 3-3：淘宝网产品发布管理	熟练掌握淘宝宝贝的发布流程；掌握淘宝宝贝详情页的设计思路和方法	能够完成店铺宝贝发布，以及详情页设计	4
情境四	网店客服管理 16	子情境 4-1：客服流程和准备工作	掌握阿里软件网站版客户管理	掌握通过旺旺、电话等与买家沟通的客服技巧	2
		子情境 4-2：售前客户服务	掌握网店客服售前沟通技巧	最大限度地满足顾客的需求	4
		子情境 4-3：有效订单管理	掌握阿里软件网店版客户管理功能	提升网店综合管理水平	4
		子情境 4-4：售后客户服务	掌握网店客服售后前沟	掌握通过旺旺、电话等与	4

			通技巧	买家沟通的 客服技巧	
		子情境 4-5: 网店客服沟通技巧 和工作技巧	能熟练应用 帮助买家更 好地挑选商 品的的方法	最大限度地 满足顾客的 需求	2
情境五	网店物流与配送 8	子情境 5-1: 仓 储管理	掌握邮政业 务、快递公 司、物流托 运的物流设 置	学会设置服 务商、设置运 费模板、编辑 地址库	4
		子情境 5-2: 仓 储管理流程	掌握如何查 询快递公司 价格、平邮价 格等物流价 格,熟悉仓储 管理流程	掌握不同类 别的商品包 装方法,更好 进行网店物 流与包装管 理	4
情境六	网店数据分析 10	子情境 6-1: 数 据驱动店铺	掌握如何用 千牛管理店 铺数据,学会 查看淘宝上 已卖出商品 的物流信息 方法	提升学生对 网店交易管 理的进一步 认识理解和 管理兴趣	4
		子情境 6-2: 数 据分析工具—— 生意参谋	能熟练运用 生意参谋更 好进行网店 数据分析	学生使用生 意参谋及时 掌握网店信 息,更好地管 理网店交易	6
情境七	网店推广管理 18	子情境 7-1: 网 店活动营销	销售目标 活动费用	制订销售计 划	2
		子情境 7-2: 淘 宝站内推广	直通车、钻 展、淘宝客	站内推广	6
		子情境 7-3: 淘 宝站外推广	软文营销	站外推广	6
		子情境 7-4: 店 铺爆款打造	爆款	打造爆款	4
情境八	店铺日常管理 4	子情境 8-1: 店 铺日常优化管理	店铺前后端 页面管理方	页面管理	2

			法		
		子情境 8-2: 商品优化管理	商品优化	橱窗推荐、商品上下架	2
情境九	网店财务管理 4	子情境 9-1: 网店财务构成	网店财务	财务构	2
		子情境 9-2: 财务对账业务	对账项目的内容	对账业务	1
		子情境 9-3: 总账及财务报表	总账及报表	编制报表	1

五、教学设计

学习情境 1-1.2.3:	网店筹备管理（1）	学时	6
学习目标： 1. 熟知目标市场调查的方法。 2. 了解各大指数的用法。 3. 认知主流第三方电商平台的特点。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 规划商品的上新数量。 2. 挑选商品的款式。 3. 能够根据实际项目，选择适当的调研方法对目标市场进行全面分析。 4. 能够根据实际情况，选择适当的电商平台开设店铺并进行运营。		1. 教学思路：目标市场分析→商品规划管理→渠道规划管理 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 目标市场分析	（1）行业分析 （2）竞争对手分析 （3）网店 SWOT 分析 （4）品牌市场定位	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。	2
2. 商品规划与管理	（1）规划商品的上新数量 （2）挑选商品款式		2
3. 渠道规划与管理	（1）第三方交易平台简介 （2）第三方交易平台特点		2
课程思政	职业素养：在课程中穿插职业道德教育，强调网店运营专员应具备的职业素养和道德标准。通过案例分析，展示优秀网店运营专员的职业操守		

	和社会责任感。
总结整理	1、掌握第三方电商平台的特点。 2、掌握选择适当的电商平台开设店铺并进行运营的方法。

学习情境 1-4.5:	网店筹备管理（2）	学时	6
学习目标: 1. 了解电商运营团队的配置。 2. 熟悉各岗位的工作职责。 3. 了解店铺费用分类。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 熟悉各岗位的工作职责 2. 掌握店铺费用的计算方法		1. 教学思路:运营团队管理→网点费用预算 2. 教学资料及要求:除教材中讲解的知识,学员可以自己打开相关网站查看和学习,加深理解。	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 运营团队管理	(1) 常规电商运营的主要流程 (2) 开店初期人员的配置 (3) 体系化规范团队的建立	1. 通过演示讲解基础知识,讲解结束后进行疑难提问;	2
2. 网店费用预算	(1) 开店费用和软件服务费用调研 (2) 初期费用预算安排	2. 对于重点知识可进行举例说明。	4
课程思政	法律法规:在讲解网店筹备管理时,介绍相关的法律法规,如知识产权法、广告法、隐私权等。让学生了解在网店运营工作中如何遵守法律法规,避免侵权行为。		
总结整理	1、熟悉各岗位的工作职责。 2、掌握店铺费用的计算方法		

学习情境 2-1:	网店的开设	学时	6
------------------	-------	-----------	---

学习目标： 1. 了解各电商平台（淘宝平台）的入驻要求。 2. 熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程。 3. 掌握淘宝网开店规则。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程。 2. 掌握淘宝网开店规则		1. 教学思路：淘宝网点开设与装修应体现教学做一体化教学 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 淘宝网店的申请	(1) 淘宝平台的入驻要求 (2) 其他电商平台入驻要求 (3) 淘宝网个人店铺开设流程	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问；	4
2. 淘宝网店的 基本设置	(1) 缴纳店铺保证金 (2) 基本信息设置 (3) 运费模板设置	2. 对于重点知识可进行举例说明。 3. 可通过模拟软件或登录淘宝平台进行实践操作。	2
课程思政	法律法规：在讲解网店筹备管理时，介绍相关的法律法规，如知识产权法、广告法、隐私权等。让学生了解在开店中如何遵守法律法规、平台规则，避免侵权行为。		
总结整理	1、熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程。 2、掌握淘宝网开店规则。		

学习情境 2-2:	网店的装修	学时	6
学习目标： 1. 了解店铺页面分类 2. 熟悉店铺页面装修要点、流程			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 网店页面分类 2. 店铺装修要点及流程		1. 教学思路：淘宝网点开设与装修应体现教学做一体化教学 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 店铺页面分类及装修	(1) 店铺页面分类 (2) 店铺装修	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。 3. 可通过模拟软件或登录淘宝平台进行实践操作。	2
2. 宝贝详情页和店铺首页装修	(1) 宝贝详情页装修 (2) 店铺首页装修 (3) 手机端店铺首页结构及装修		4
课程思政	创新意识：在讲解店铺装修时，强调创新设计和原创精神。通过案例分析，展示优秀设计师如何通过店铺装修创造出具有社会价值的作品，鼓励学生在 学习过程中培养创新思维。		
总结整理	具备淘宝网店的装修能力		

学习情境 3:	网店商品信息管理 with 发布	学时	12
学习目标： 1. 了解商品基本信息的内容及作用。 2. 了解商品的成本构成。 3. 掌握淘宝宝贝的发布流程			
学习内容	教学准备	教学地点	
1. 运用 FBA 方法整理、总结商品文案。 2. 为所经营商品合理定价。 3. 搜索买家需求信息及商品信息的方法和渠道。 4. 商品的定价方法。 5. 淘宝宝贝详情页设计思路和方法	1. 教学思路：商品信息采集与整理→商品定价管理 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室	

教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 商品信息采集 与整理	(1) 商品基本信息 (2) 信息收集渠道 (3) 商品信息加工整理及文案撰写	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。	4
2. 商品定价管理	(1) 商品成本 (2) 商品定价方法 (3) 引流款商品的定价原则和方法		4
3. 淘宝网店商品 发布管理	(1) 宝贝发布流程 (2) 宝贝详情页的构成及排版设计		4
课程思政	责任意识：在讲授商品发布规则和商品发布流程技巧时，强调对平台发布规则和流程的重要性，通过讨论虚假图片对社会的负面影响，引导学生树立正确的版权意识和职业道德。		
总结整理	1、了解淘宝网店的商品发布规则。 2、掌握淘宝网店的商品发布流程。		

学习情境 4:	网店客服管理	学时	16
学习目标: 1. 熟悉客户心态分类及对策的相关知识; 2. 掌握网店客服能力及常规服务技巧; 3. 熟悉常规网络商务客户维护与谈判的常规知识, 能独立从事客户服务工作。			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握阿里软件网站版客户管理; 2、掌握网店客服售前售后沟通技巧; 3、能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法。		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源, 对网络资源开发与利用, 深化与企业的合作关系, 共建共享电商专业群教学资源库。	实训室

教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 4-1	客服流程和准备工作	案例教学法 信息化教学法 情景教学法	2
子情境 4-2	前顾客服务		2
子情境 4-3	有效订单管理		4
子情境 4-4	售后顾客服务		4
子情境 4-5	网店客服沟通技巧和工作技巧		4
课程思政	合作精神：在讲授网店客服管理时，强调团队合作精神,顾客至上。通过团队合作，学生可以学习如何分工协作，提升沟通能力和团队精神。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 5:	网店物流与配送	学时	8
学习目标： 1、学会设置服务商、设置运费模板、编辑地址库； 2、掌握不同类别的商品包装方法，更好进行网店物流与包装管理			
学习内容	教学准备	教学地点	
1、掌握邮政业务、快递公司、物流托运的物流设置； 2、掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格，熟悉仓储管理流程	1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源，对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	实训室	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 5-1	仓储管理	任务驱动法 情景教学法	4
子情境 5-2	仓储管理流程		4

课程思政	实践能力：通过丰富的实践环节，让学生在实际操作中掌握 Photoshop 的各种技巧。鼓励学生在实践中发现问题、解决问题，提升实践能力和创新能力。
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。

学习情境 6:	网店数据分析	学时	10
学习目标： 1、提升学生对网店交易管理的进一步认识理解和管理兴趣； 2、学生使用生意参谋及时掌握网店信息，更好地管理网店交易。			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握如何用千牛管理店铺数据，学会查看淘宝上已卖出商品的物流信息方法； 2、熟练运用生意参谋更好进行网店数据分析。		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源，对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 6-1	数据驱动店铺	案例演示法	4
子情境 6-2	数据分析工具——生意参谋	信息化教学法 自主学习法	6
课程思政	法律法规：在讲解数据分析时，介绍相关的法律法规，如知识产权法、广告法等。让学生了解在隐私权、数据保密性如何遵守法律法规，避免侵权行为。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-1:	网店活动营销	学时	8
学习目标: 1. 理解网店活动营销准备工作的内容。 2. 能够准确制订活动销售目标, 开展营销工作并预估活动费用; 3. 能够制订网店销售计划。			
学习内容		教学准备	教学地点
3. 制订活动销售目标 6. 开展营销工作并预估活动费用 7. 制订网店销售计划		1. 电脑网络 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	制订活动销售目标, 开展营销工作并预估活动费用	1 讲授教学法; 2 项目教学法; 3 任务驱动教学法;	4
2	制订网店销售计划	4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	4
课程思政	社会责任感: 通过分析成功的促销活动案例, 让学生明白诚信经营和社会责任的重要性, 如企业在促销活动中积极参与公益事业, 培养学生的社会责任感和担当精神。		
总结整理	以学生为中心, 以学生预期学习成果为本, 采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-2:	店铺爆款打造	学时	6
学习目标: 3. 了解“直通车”“钻展”“淘宝客”等推广方式 能精准选择适合店铺的推广方式。			
学习内容		教学准备	教学地点

7. 付费推广渠道：直通车、钻展、淘宝客 8. 活动推广渠道：淘抢购、聚划算、天天特价 9. 免费渠道：优化关键词		3. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	直通车、钻展、淘宝客推广方式	1 讲授教学法；	4
2	选择适合店铺的推广方式	2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	2
课程思政	价值观：讲授店铺推广时，优先考虑符合国家法律法规、平台规则等，引导消费者关注积极向上的生活方式，为社会传递正能量。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-3:	淘宝站外推广	学时	2
学习目标： 1. 了解淘宝站外推广网站分类及规则； 2. 掌握软文营销的方法与技巧；			
学习内容	教学准备	教学地点	
5、淘宝站外推广网站：论坛、博客、朋友圈、百度、抖音等 6、软文营销方法与技巧	3. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	淘宝站外推广网站：论坛、博客、朋友圈、百度、抖音等	1 讲授教学法； 2 项目教学法；	1

2	软文营销方法与技巧	3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	社会责任: 讲授软文营销设置时, 鼓励积极参与公益活动, 如开展营销活动, 每销售一件商品, 就向贫困地区捐赠一份物资。通过这些行动, 展现企业的社会担当, 提升品牌形象, 同时也为社会做出贡献。		
总结整理	以学生为中心, 以学生预期学习成果为本, 采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-4:	店铺爆款打造	学时	2
学习目标: 1. 掌握打造店铺爆款商品的过程; 2. 能够打造店铺爆款产品, 提高引流, 为店铺带来销量;			
学习内容		教学准备	教学地点
5. 打造店铺爆款商品的过程 6. 如何打造店铺爆款		3. 电脑网络 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	打造店铺爆款的方法以及过程	1 讲授教学法;	1
2	如何打造店铺爆款, 为店铺带来销量	2 项目教学法; 3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	社会责任: 讲授打造店铺爆款设置时, 鼓励积极参与公益活动, 如开展营销活动, 每销售一件商品, 就向贫困地区捐赠一份物资。通过这些行动, 展现企业的社会担当, 提升品牌形象, 同时也为社会做出贡献。		
总结整理	以学生为中心, 以学生预期学习成果为本, 采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 8-1:	店铺日常优化管理	学时	2
学习目标: 1、熟练掌握店铺前后端页面检查的内容及方法; 2、掌握用数据诊断店铺经营情况的基本方法			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 对店铺页面进行管理 2. 用数据诊断店铺经营情况		1. 电脑网络 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	检查店铺前后端页面	1 讲授教学法;	1
2	对店铺运营情况进行数据分析	2 项目教学法; 3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	社会责任: 讲授店铺页面管理和用数据诊断店铺经营情况时, 补充一些正面案例, 通过这些行动, 展现企业的社会担当, 提升品牌形象, 同时也为社会做出贡献。		
总结整理	以学生为中心, 以学生预期学习成果为本, 采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 8-2:	商品优化管理	学时	2
学习目标: 5. 了解店铺产品优化的内容 6. 掌握橱窗推荐、商品上下架的设置方法。			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 产品内页优化 2. 产品价格定位 3. 产品店铺基础销量 4. 产品标题优化 5. 橱窗推荐、商品上下架的设置方法		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	1. 产品内页优化 2. 产品价格定位 3. 产品店铺基础销量 4. 产品标题优化	1 讲授教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	1
2	橱窗推荐、商品上下架的设置方法		1
课程思政	社会责任：讲授店铺产品优化时，补充一些正面案例，通过这些行动，展现企业的社会担当，提升品牌形象，同时也为社会做出贡献。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 9-1:	网店财务构成	学时	2
学习目标： 掌握网店财务的相关基本概念及工作内容；			
学习内容	教学准备	教学地点	
1. 网店财务运作流程 2. 网店财务收入管控 3. 网店财务支出管控	1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

1	网店财务的基本概念以及工作内容	1 讲授教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法；	1
2	网店财务运作流程、收入管控、支出管控	4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	1
课程思政	财务意识：在讲授相关知识的时，穿插一些财务违纪违法案例，让学生明白不单单要做好相关财务报表，也要同时懂得知法守法。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 9-2:	财务对账业务	学时	1
学习目标： 掌握财务对账项目的内容及基本流程；			
学习内容		教学准备	教学地点
5. 财务对账项目的内容 6. 财务对账项目的基本流程		3. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	财务对账项目的内容	1 讲授教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	1
2	财务对账项目的基本流程		
课程思政	财务意识：在讲授相关知识的时，穿插一些财务违纪违法案例，让学生明白不单单要做好相关财务报表，也要同时懂得知法守法。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 9-3:	总账及财务报表	学时	1
学习目标： 了解财务报表种类及其编制和使用方法；			
学习内容		教学准备	教学地点
5. 财务报表种类 6. 编制财务报表		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	财务报表种类	1 讲授教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	1
2	编制财务报表		
课程思政	财务意识：在讲授相关知识的时，穿插一些财务违纪违法案例，让学生明白不单单要做好相关财务报表，也要同时懂得知法守法。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 1	1、掌握目标市场调查的方法、规划商品的新上数量及款式的方法; 2、熟悉各岗位的工作职责、店铺费用的计算方法	能够根据网络市场调研完成网店筹备各项工作	调研报告、大作业	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 2	1、掌握淘宝网开店规则； 2、熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程； 3、具备淘宝网店的装修能力；	能够依据网店运营计划及目标，开设网店并进行装修	实操演练	12
情境 3	1、了解商品基本信息的内容及作用 2、掌握商品的定价方法； 3、熟练掌握淘宝宝贝的发布流程，详情页的设计思路和方法；	能够完成商品信息的整理、总结商品文案，并发布商品，完成详情页设计	实操演练	14
情境 4	1、掌握阿里软件网站版客户管理； 2、掌握网店客服售前售后沟通技巧； 3、能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法。	能够有效开展客户服务，通过旺旺、电话等与买家沟通；最大限度地满足顾客的需求；提升网店综合管理水平	实训演示	10
情境 5	1、掌握邮政业务、快递公司、物流托运的物流设置； 2、掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格，熟悉仓储管理流程	能够设置服务商、设置运费模板、编辑地址库；利用不同类别的商品包装方法，更好进行网店物流与包装管理	实训演示	10
情境 6	1、掌握如何用千牛管理店铺数据，学会查看淘宝上已卖出商品的物流信息方法； 2、熟练运用生意参谋更好进行网店数据分析。	能够使用生意参谋及时掌握网店信息，更好地管理网店交易	实训演示	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境7	5、掌握直通车、钻展、淘宝客等推广方式； 6、能够选择适合的推广方式。	能够合理选择推广方式对网店及产品进行营销推广	实训演示	14
情境8	能够对商品进行优化	设置橱窗推荐、进行商品上下架	实训演示	10
情境9	掌握网店财务的构成	能够进行网店运营各项项目的合理预算，编制网店财务报表	实训演示	10
合计				100%

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《网店经营与管理》，刘康主编，北京出版社，2023年出版。

（二）其他参考资料

《淘宝网开店、装修、运营、推广与管理》，赵礼玲主编，人民邮电出版社，2021年出版。

《网店运营实务》，王利锋主编，人民邮电出版社，2016年出版。

《网店运营与推广》，葛存山主编，人民邮电出版社，2018年出版。

《电子商务综合实训任务书》，吴威主编，北京理工大学出版社，2014年出版。

《电子商务运营实务》，李建忠主编，机械工业出版社，2016年出版。

（三）网络资源

电子商务专业的立体化教材、教学课件、实训任务书、实训指导书、实习任务书、实习指导书、授课录像、参考文献目录、常用网站链接、习题库、网上测试及网上辅导、学生实训视频、教学环境条件图片等；电子商务教研室资料库拥有关于电子商务资源介绍、电子商务案例、电子商务等相关的音像资料；国家级、省级、院级精品资源共享课和教学资源库，课程教学网络管理平台等，以下是电子商务专业和移动商务专业的网络学习资源核心平台。

【1】<http://www.chinaz.com/>站长之家

【2】<http://www.newhua.com/>牛华网

【3】<http://www.techweb.com.cn/>技术网页

- 【4】 <http://www.51cto.com/> 51CTO
- 【5】 <http://www.ebrun.com/> 亿邦动力
- 【6】 <http://www.iheima.com/> I 黑马
- 【7】 <http://www.enet.com.cn/enews/> 硅谷动力
- 【8】 <http://www.it168.com/> IT168
- 【9】 <http://www.iresearch.cn/> 艾瑞网
- 【10】 <http://www.100ec.cn/> 中国电子商务研究中心
- 【11】 <http://www.cnnic.net.cn/> 中国互联网信息中心
- 【12】 <http://淘宝大学.com/>

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

1、网络资源开发与利用

建立以学生为主体、重视学生的学习过程和师生互动的数字化教育资源库。提升传统教学手段，加强现代信息技术应用，推进现代教学手段和方法改革，推动信息化与职业教育的深度融合，以数字化校园平台建设为依托，开发建成网络新闻与传播专业教学、媒体职业技能培训资源库。

教学条件：理论授课教室：多媒体教室；校内实训室：形体训练实训室、模拟会议室、模拟办公室

2、校内实训环境及教学硬件条件

校内实训基地：配置多媒体教室+理实一体实训室及项目工作室，其基本配置为：计算机 55 台、服务器 1 台、路由器 1 台、打印机 1 台、场地大小 120 平方米，可承担电子商务实训教学任务。依托学院职业技能鉴定所，完成本专业相关认证的职业技能鉴定。

学生实验需要提供实验机房，配备每人一台可以访问互联网的计算机，电脑硬件配置应保证计算机有较快的运行速度和网络访问速度。实验教学环境需要有多媒体设备支持的教学条件，配有音响设施，可进行 PPT 教案讲演、视频播放、实验演示等。

如有可能，学校可以象征性的价格提供一些积压物资或废旧物资（如多余的旧教材、图书、杂志，废旧的电脑等设备）供学生网上销售，既有利于资源的节约和综合利用，同时可培养学生的环保理念。此外，学生需自备一张可以开通网上银行服务的银行卡。

3、校外实训基地

依托行业与业内优质企业合作，构建校企合作模式，建设校外实训基地，为学生校外实习实训提供场所。校外实训基地应具备如下功能和条件：为学生提供

生产性实习实训所需岗位和指导。为学生提供真实或仿真项目、案例、任务，并确保学生能够基本完成。相关企业提供的项目、案例、任务应与学生所学专业一致；企业应为每位学生安排指导任务，并与学校的指导老师一同负责对学生进行辅导和实训管理。校外实习基地的专家作为学校的专业建设指导委员会委员，参与专业建设、人才培养方案的制定、专业技术讲座等教学环节的工作。实习基地的技术骨干可作为学校的兼职老师，为学校的教学尤其是实践教学提供指导服务。校外实习基地承担学校教师的挂职锻炼的指导任务，培养教师的双师素质。

（二）师资队伍

该课程师资队伍由专业带头人、行业企业专家、一线骨干教师组成，大多数教师有企业工作经验。在院系部两级专业带头人、行业协会专家、企业能工巧匠及学院一线骨干教师的共同努力下开发课程。

本教师团队中，专任教师具有硕士学历、双师资格，教学经验和行业经验都十分丰富；企业兼职教师 3-5 名，选聘的全部是具有较高行业知名度的企业高层管理者担任兼职教师及客座教授，他们除了为学生按期授课，还负责提供丰富的行业案例资源及学生实习的平台；另有 1 名的实训指导教师。因为本课程注重实践教学环节，旨在提高学生的单体实战能力，配备行业经验丰富的实训指导教师可有利于学生提升职业能力。

（1）教学团队规模

团队规模：基于 3-4 个教学班的规模，配备专兼职教师 6-10 人左右，其中专任教师 3-5 人，兼职教师 3-5 人，职称和年龄结构合理。

（2）课程负责人

熟悉本专业技术和高职教育规律，实践经验丰富，教育效果好。

（3）双师比例应达到百分之八十以上。双师型教师承担理论实践一体化课程和工学结合课程。

（4）教师配置建议

有一定的企业从业经验及境外留学背景，研究生学历，讲师或以上职称具备双师素质，经常参与展会实践，能开拓校企合作资源。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与广州八方育世有限公司合作开发。
2. 执笔：高进锋
3. 审核：邹小焱
4. 时间：2025 年 2 月 20 日

《电商新媒体运营》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】电商新媒体运营

【开课时间】第 3 学期

【学时/学分数】51 学时/3 学分

【课程类型】专业课

【授课对象】电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《电商新媒体运营》是市场营销类、电子商务专业所开设的一门专业基础课程，主要是引导学生将所学的新媒体基础知识与企业岗位技能进行整合，以项目驱动的方式组织教学来提高学生的新媒体实际运营能力。本课程使学生进一步了解新媒体运营的本质，在项目的实践过程中激发学生的创新意识，提高学生在新媒体实际运营过程中分析问题和解决问题的能力，以便使学生实现从学校到社会的平滑过渡。

（二）课程任务

本课程主要以项目驱动的方式帮助学生将本专业所学的零星知识点与技能进行整合。根据新媒体运营市场调研，从学生的现状出发，选取贴近所学技能的企业项目，激发并保持学生的学习兴趣。通过反复的实战练习，提高学生的技能，培养学生探索知识的乐趣、良好的思维习惯和实践能力，最终提高学生运用电商与新媒体知识解决实际问题的能力。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	电子商务实务、电商经营方法与技能（C 店）+（B 店）	培养学生对电商运营岗位工作中涉及的数据基础知识，为后期数据分析课程奠定基础
本课程	电商新媒体运营	培养学生对新媒体运营分析的能力
后续课程	电商专业实战、电商运营及分析企业实战、跟岗实习、顶岗实习	对前期运营课程、数据分析课程所学知识的综合运用，培养学生运营、美工、数据

	课程名称	作用
		处理的综合能力

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
（1）了解新媒体运营的基础知识；（2）深入理解新媒体运营的具体操作；（3）掌握自媒体平台的操作流程以及方法。	（1）掌握微信运营的操作流程；（2）掌握文案写作的技巧；（3）掌握主流自媒体平台的平台规则以及特点。	（1）具备基本的职业道德，遵守个人隐私、数据保护等法律法规；（2）具备熟练的计算机与网络应用能力；（3）树立正确的商业价值观，坚持正确的道德观，坚持以人为本的商业思路；（4）具备良好的沟通能力与团队意识，养成自主学习的习惯。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
学生应能够深入理解音频自媒体以及短视频自媒体的运营要点	熟练掌握短视频自媒体和音频自媒体的内容生产和传播规则	培养学生实践动手操作能力；树立科学的设计创新意识；形成“以人为本”的设计观念；

四、课程思路

课程名称	电商新媒体运营	计划总学时	51 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	新媒体运营认知	子情境 1-1：新媒体运营认知 子情境 1-2：新媒体运营概述	了解新媒体与新媒体的概念，新媒体运营的模块，理解新媒体与传统媒体的关系。	熟悉新媒体图片处理技能、图文排版技能、H5 动画制作技能、短视频制作技能。	4
情境二	新媒体运营者	子情境 2-1：新媒体运营者的基本素养	知道如何精准地把握关键点；	能够识别目标用户；	4

		子情境 2-2: 新媒体运营者的岗位职责和职业发展	熟悉新媒体运营者的岗位职责; 了解新媒体运营者的职业发展。	能够正确进行新媒体运营的创意策划。	
情境三	新媒体运营与营销	子情境 3-1: 新媒体运营与营销的基础知识 子情境 3-2: 新媒体运营与营销的方式	了解新媒体运营与营销的目标; 掌握新媒体运营与营销平台搭建的方式; 熟悉新媒体运营与营销的资源有哪些。	能够运用新媒体运营与营销的内容吸引用户; 能够运用新媒体运营与营销的方法解决具体问题。	6
情境四	新媒体运营与大数据	子情境 4-1: 新媒体运营与大数据的基础知识 子情境 4-2: 大数据对新媒体运营的影响	了解新媒体运营与大数据的基础知识; 熟悉大数据对新媒体运营的影响。	能够运用新媒体知识与大数据分析问题和解决问题; 掌握程序化购买的实现方式与基本流程。	6
情境五	新媒体运营的常用技能	子情境 5-1: 新媒体图片与文字处理 子情境 5-2: 新媒体音频与视频的处理 子情境 5-3: 新媒体 H5 的制作技能 子情境 5-4: 二维码的生成与美化	掌握新媒体图片与文字处理技能; 掌握常用新媒体音频与视频的处理技能; 掌握新媒体 H5 的制作技能及运营技巧。	能够灵活运用新媒体运营的常用技能; 能够运用新媒体运营的常用技能解决实际问题。	6
情境六	新媒体用户、内容、活动运营	子情境 6-1: 新媒体用户运营 子情境 6-2: 新媒体内容运营 子情境 6-3: 新媒体活动运营	了解新媒体用户运营、内容运营、活动运营的基础知识。	掌握用户运营基础知识、内容运营核心环节、活动运营的主要步骤。	5
情境七	微信公众号的	子情境 7-1: 微信公	了解并熟悉微	掌握微信公众	4

	运营与推广	众号的账号管理 子情境 7-2: 微信公众 众号的用户运营 子情境 7-3: 微信公 众号的内容运营 子情境 7-4: 微信公 众号的活动运营	信公众号运营 与管理基本方法。	号内容的创作 和误区, 微信 公众号活动的 类型、策划和 运营策略。	
情境八	微博的运营与 推	子情境 8-1: 微博账 号的管理 子情境 8-2: 微博用 户的运营 子情境 8-3: 微博内 容的运营 子情境 8-4: 微博活 动的运营	熟悉微博运营 与推广的基本 知识和方法。	掌握微博用户 群体的定位、 微博“粉丝”, 微博内容的定 位、创作和传 播, 微博活动 的常见形式、 策划和运营策 略。	4
情境九	短视频的运营 与推广	子情境 9-1: 短视频 的基础知识 子情境 9-2: 短视频 的创作 子情境 9-3: 短视频 的推广	了解短视频的 概念、分类和盈 利模式。	熟悉并掌握短 视频的创作和 推广。	6
情境十	H5 的运营与 推广	子情境 10-1: H5 的基 础知识 子情境 10-2: H5 的制 作 子情境 10-3: H5 的内 容创作和推广	了解 H5 的概念、 特性、优势。	掌握 H5 的制 作, H5 内容创 作的关键点、 技巧, H5 的推 广。	6

五、教学设计

学习情境 1:	新媒体运营认知	学时	4
学习目标: 1. 了解新媒体的基础知识。 2. 理解新媒体与传统媒体的关系。 3. 了解新媒体运营的发展。 4. 能够运用新媒体的概念分析问题。 5. 能够正确运用新媒体运营的知识分析问题、解决问题。			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 了解新媒体与新媒体的概念，新媒体运营的模块； 2. 理解新媒体与传统媒体的关系； 3. 熟悉新媒体图片处理技能、图文排版技能、H5 动画制作技能、短视频制作技能。		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	多媒体教室+机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 介绍新媒体运营的基本概念、产生背景以及功能特点，使学生对新媒体运营有一个初步的认识；(2) 介绍新媒体运营人员的必备素质，新媒体运营与推广的常用思维和策略；	(1) 由浅入深，以案例引入理论知识，并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示；(2) 分小点讲解理论知识，并用大量案例进行说明。	2
2	(3) 讲解新媒体图片处理技能、图文排版技能、H5 动画制作技能、短视频制作技能		2
课程思政	创新精神： 介绍网络营销领域的创新案例，激发学生的创新思维。 弘扬以改革创新为核心的时代精神，为学生的未来发展注入创新动力。		
总结整理	1、了解新媒体运营与推广的基础知识。 2、学会正确运用新媒体运营的知识分析问题、解决问题		

学习情境 2:	新媒体运营者	学时	4
学习目标： 1. 知道如何精准地把我关键点。 2. 熟悉新媒体运营者的岗位职责。 3. 了解新媒体运营者的职业发展。 4. 能够识别目标用户。 5. 能够正确进行新媒体运营的创意策划。			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 知道如何精准地把我关键点。 2. 熟悉新媒体运营者的岗位职责。 3. 了解新媒体运营者的职业发展。		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	多媒体教室+ 机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 介绍新媒体运营者的基本素养，包括精准把握关键点的能力、准确识别、定位目标用户的能力、较强的数据分析能力、策划和创意能力；	(1) 通过案例导入本章学习；(2) 在讲解理论基础的同时大量图例进行说明。	2
2	(2) 讲解新媒体运营者的岗位职责和职业发展。		2
课程思政	社会责任： 探讨企业在网络营销中应承担的社会责任，如环保、公益等。 增强学生的社会责任感，让他们认识到企业不仅要追求经济效益，还要关注社会效益		
总结整理	1、了解新媒体运营者的基本素养。 2、掌握新媒体运营者的岗位职责和职业发展。		

学习情境 3:	新媒体运营与营销	学时	6
学习目标： 1. 了解新媒体运营与营销的目标。 2. 掌握新媒体运营与营销平台搭建的方式。 3. 熟悉新媒体运营与营销的资源有哪些。			
学习内容		教学准备	教学地点
熟悉新媒体运营与营销的平台搭建，新媒体运营与营销的内容，新媒体运营与营销的用户		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	多媒体教室+机房
教学组织	教学内容	教学方法建议	学时分配

步骤			
1	介绍新媒体运营与营销的基础知识，包括新媒体运营与营销的目标、平台搭建、内容、用户、资源；	(1) 通过案例导入本章学习内容；(2) 通过案例来讲解理论知识，让学员能对所学理论知识学以致用。	3
2	讲解不同的新媒体运营与营销的方式，企业媒体营销、内容营销、微博营销、APP 运营、多元运营、植入营销、病毒营销；		3
课程思政	法律法规意识 讲解网络营销相关的法律法规，如《广告法》《消费者权益保护法》等。增强学生的法律意识和法治观念，使他们成为知法、守法的网络营销从业者。		
总结整理	1、学会媒体运营与营销的基础知识。 2、学会运用新媒体运营与营销的方法解决具体问题。		

学习情境 4:	新媒体运营与大数据	学时	6
学习目标： 1. 掌握新媒体运营与大数据的基础知识。 2. 熟悉大数据对新媒体运营的影响。 3. 了解程序化广告的新方向。			
学习内容		教学准备	教学地点
新媒体运营与大数据的关系，新媒体运营的数据处理体系，大数据与新媒体的内容运营，程序化广告。		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	多媒体教室+机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 介绍新媒体运营与大数据的关系；(2) 讲解新媒体运营的数据处理体系；大数据与新媒体的内容运营；	(1) 通过案例导入本章所学知识；(2) 内容由浅及深，从如何界定竞争对手	3

2	(3) 讲解大数据对新媒体运营的影响；(4) 介绍数据与消费者的模式、大数据与新媒体的传播、大数据与新媒体的产品。	到如何对竞争对手进行分析。	3
课程思政	团队合作： 引导学生在团队中发挥各自的优势，共同完成网络营销任务。 弘扬集体主义精神，增强学生的集体荣誉感和归属感。		
总结整理	1、掌握掌握新媒体运营与大数据的基础知识。 2、学会运用新媒体知识与大数据分析问题和解决问题。		

学习情境 5：	新媒体运营的常用技能	学时	8
学习目标： 1. 掌握新媒体图片与文字处理技能。 2. 掌握常用新媒体音频与视频的处理技能。 3. 掌握新媒体 H5 的制作技能及运营技巧。			
学习内容		教学准备	教学地点
新媒体图片与文字处理，新媒体音频与视频的处理，新媒体 H5 的制作技能，二维码的生成与美化。		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	介绍新媒体图片与文字处；新媒体音频与视频的处理；	由浅入深，以案例引入理论知识，并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示；	4
2	介绍 H5 的页面设计；二维码的生成与美化。		4
课程思政	创新精神： 介绍网络营销领域的创新案例，激发学生的创新思维。 弘扬以改革创新为核心的时代精神，为学生的未来发展注入创新动力。		
总结整理	1、能够灵活运用新媒体运营的常用技能。 2、掌握运用新媒体运营的常用技能解决实际运营中的问题。		

学习情境 6:	新媒体用户、内容、活动运营	学时	5
学习目标： 1. 了解并熟悉用户运营、内容运营、活动运营基础知识； 2. 掌握用户“拉新”的常用方法和技巧； 3. 熟悉内容运营的核心环节； 4. 熟悉活动运营的主要步骤。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 用户运营的工作内容，用户的定位，用户的拉新、留存和促活； 2. 内容的定位，内容的搜集和整理，内容的创作，内容的发布与传播； 3. 活动的准备，活动的策划，活动的执行，活动的总结		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	介绍用户运营的工作内容，用户的定位，用户的拉新、留存和促活；	(1) 通过案例引出本章所介绍的相关知识；(2) 具体讲解用户运营、活动运营、内容运营的概念、工作内容，让学生掌握基础知识；	2
2	讲解内容的定位，内容的搜集和整理，内容的创作，内容的发布与传播；		2
3	讲解活动的准备，活动的策划，活动的执行，活动的总结。		1
课程思政	团队合作： 引导学生在团队中发挥各自的优势，共同完成网络营销任务。 弘扬集体主义精神，增强学生的集体荣誉感和归属感。		
总结整理	1、掌握用户“拉新”的常用方法和技巧； 2、熟悉内容运营的核心环节； 3、熟悉活动运营的主要步骤。		

学习情境 7:	微信公众号的运营与推广	学时	4
----------------	-------------	-----------	---

学习目标：			
1. 熟悉微信公众号的账号管理；			
2. 掌握微信公众号的用户运营；			
3. 掌握微信公众号的内容运营；			
4. 掌握微信公众号的活动运营。			
学习内容		教学准备	教学地点
微信公众号的账号管理，微信公众号的用户运营，微信公众号的内容运营，微信公众号的活动运营。		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 介绍微信公众号类型的选择、名称、头像、二维码的设置； (2) 讲解微信公众号的用户群体定位、构建微信公众号的用户画像、“增粉”的技巧、“粉丝”运营的误区等；	(1) 采用理论加案例的方法进行讲解，引导学生快速熟悉并掌握相关知识；(2) 通过课堂讨论提出问题，活跃课堂气氛并激发学员的学习兴趣； (3) 对于重点内容进行着重讲解	2
2	(3) 介绍微信公众号内容运营概述、内容的创作、内容运营的误区；(4) 讲解微信公众号活动的类型、活动的策划、活动运营的策略。		2
课程思政	团队合作： 引导学生在团队中发挥各自的优势，共同完成网络营销任务。 弘扬集体主义精神，增强学生的集体荣誉感和归属感。		
总结整理	1、学会微信公众号的账号管理。 2、学会微信公众号内容的创作、活动运营。		

学习情境 8:	微博的运营与推	学时	4
----------------	---------	-----------	---

学习目标：			
1. 熟悉微博账号的管理；			
2. 掌握微博用户的运营；			
3. 掌握微博内容的运营；			
4. 掌握微博活动的运营。			
学习内容		教学准备	教学地点
微博账号的管理，微博用户的运营，掌握微博内容的运营，掌握微博活动的运营		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 介绍微博昵称的设置、微博头像的设置、微博简介的设置、微博标签的添加、微博认证的申请；(2) 介绍微博用户群体的定位、微博“粉丝”的增加、微博“粉丝”的互动与维护；	(1) 理论配合案例讲解基础知识；(2) 重点内容需要结合案例图片来具体讲解。	2
2	(3) 介绍微博内容的定位、微博内容的创作、微博内容的传播； (4) 介绍微博活动的常见形式、微博活动的策划、微博活动运营策略。		2
课程思政	诚信经营： 在网络营销中的广告投放、产品描述等环节，强调诚信为本，不夸大产品功效、不虚假宣传。 弘扬社会主义核心价值观中的诚信价值观，让学生成为诚实守信的网络营销从业者。		
总结整理	1、掌握微博账号的管理。 2、掌握微博活动的常见形式和策划。		

学习情境 9:	短视频的运营与推广	学时	6
----------------	-----------	-----------	---

学习目标： 1. 了解短视频的基础知识； 2. 了解短视频的分类； 3. 熟悉短视频的盈利模式； 4. 掌握短视频的创作； 5. 掌握短视频的推广。			
学习内容		教学准备	教学地点
短视频的基础知识，短视频的创作，短视频的推广		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 短视频的概念、分类和盈利模式，让学生了解短视频的基础知识。	(1) 理论配合案例讲解基础知识；(2) 对于重点内容，可着重进行讲解。	1
2	(2) 讲解短视频的用户、内容定位、短视频内容的策划、短视频的拍摄和制作，让学生掌握短视频的创作；		4
	(3) 通过讲解运营平台的选择、短视频的吸粉、“涨粉”技巧、短视频的推广策略、短视频矩阵的打造短视频运营的数据，让学生掌握短视频的推广。		1
课程思政	创新精神： 介绍网络营销领域的创新案例，激发学生的创新思维。 弘扬以改革创新为核心的时代精神，为学生的未来发展注入创新动力。		
总结整理	1、学会短视频的拍摄和制作。 2、学会短视频的推广策略、运营数据分析。		

学习情境 10:	H5 的运营与推广	学时	6
----------	-----------	----	---

学习目标：			
1. 了解 H5 的概念、特性与优势；			
2. 了解 H5 页面的设计风格；			
3. 熟悉 H5 的制作工具；			
4. 掌握 H5 的制作；			
5. 掌握 H5 的内容创作和推广。			
学习内容		教学准备	教学地点
使用 MAKa 制作 H5、使用人人秀制作 H5、H5 内容创作的关键点、H5 内容创作的技巧、H5 的推广		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 介绍 H5 的概念、特性与优势，H5 页面的设计风格；(2) 从 H5 的制作工具、使用 MAKa 制作 H5、使用人人秀制作 H53 个方面对 H5 的制作进行讲解；	(1) 理论配合案例讲解基础知识；(2) 对于重点内容，可着重进行讲解。	3
2	(3) 介绍 H5 内容创作的关键点、H5 内容创作的技巧、H5 的推广； (4) 安排课堂实训和课后练习。		3
课程思政	法律法规意识 讲解网络营销相关的法律法规，如《广告法》《消费者权益保护法》等。增强学生的法律意识和法治观念，使他们成为知法、守法的网络营销从业者。		
总结整理	1、学会 H5 的制作。 2、学会 H5 的内容创作和推广。		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 1	了解新媒体与新媒体的概念，新媒体运营的模块，理解新媒体	熟悉新媒体图片处理技能、图文排版技能、H5 动画制作技能、短视频制作	大作业	6%

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
	与传统媒体的关系。	技能。		
情境 2	知道如何精准地把握关键点； 熟悉新媒体运营者的岗位职责； 了解新媒体运营者的职业发展。	能够识别目标用户； 能够正确进行新媒体运营的创意策划。	大作业	6%
情境 3	了解新媒体运营与营销的目标； 掌握新媒体运营与营销平台搭建的方式； 熟悉新媒体运营与营销的资源有哪些。	能够运用新媒体运营与营销的内容吸引用户； 能够运用新媒体运营与营销的方法解决具体问题。	大作业	6%
情境 4	了解新媒体运营与大数据的基础知识； 熟悉大数据对新媒体运营的影响。	能够运用新媒体知识与大数据分析问题和解决问题； 掌握程序化购买的实现方式与基本流程。	实操演练	6%
情境 5	掌握新媒体图片与文字处理技能； 掌握常用新媒体音频与视频的处理技能； 掌握新媒体 H5 的制作技能及运营技巧。	能够灵活运用新媒体运营的常用技能； 能够运用新媒体运营的常用技能解决实际运营中的问题。	实操演练	12%
情境 6	了解新媒体用户运营、内容运营、活动运营的基础知识。	掌握用户运营基础知识、内容运营核心环节、活动运营的主要步骤。	实操演练	10%
情境 7	了解并熟悉微信公众号运营与管理基本方法。	掌握微信公众号内容的创作和误区，微信公众号活动的类型、策划和运营策略。	实操演练	12%
情境 8	熟悉微博运营与推广的基本知识和方法。	掌握微博用户群体的定位、微博“粉丝”，微博内容的定位、创作和传播，	实操演练	18%

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
		微博活动的常见形式、策划和运营策略。		
情境 9	了解短视频的概念、分类和盈利模式。	熟悉并掌握短视频的创作和推广。	实操演练	12%
情境 10	了解 H5 的概念、特性、优势。	掌握 H5 的制作, H5 内容创作的关键点、技巧, H5 的推广。	实操演练	12%
合计				100%

七、学习资源的选用

(一) 主要参考教材

《新媒体运营》，同济大学出版社，李红岩，郑明秋，陈继莹主编，2020.6。

(二) 其他参考资料

《新媒体运营与推广》，高功步主编，人民邮电出版社，2021 年出版。

《新媒体营销》，李凌宇、李丛伟主编，中国人民大学出版社，2021 年出版。

《短视频运营与案例分析》，侯德林主编，人民邮电出版社，2021 年出版。

《短视频编辑与制作》，吴航行、李华主编，人民邮电出版社，2019 年 9 月出版。

(三) 网络资源

充分利用互联网上的各种资源，包括本课程的相关技术论坛、博客、网站、自媒体平台，为学生提供学习和实践的平台。如以下相关网站：

- 1、慕课网 <https://www.imooc.com/>
- 2、网易云课堂 <http://study.163.com/>
- 3、搜外网 <http://seowhy.com/>

建立博客、QQ 群、微信公众号等网络应用，共享教学资源（如教学课件、课堂作业、网上答疑、就业信息、相关网站链接等），为学生提供随时随地学习交流的平台。

八、课程资源的开发与利用

(一) 合作开发

依托行业与业内优质企业合作，构建校企合作模式，建设校外实训基地，为学生校外实习实训提供场所。校外实训基地应具备如下功能和条件：为学生提供

生产性实习实训所需岗位和指导。为学生提供真实或仿真项目、案例、任务，并确保学生能够基本完成。相关企业提供的项目、案例、任务应与学生所学专业一致；企业应为每位学生安排指导任务，并与学校的指导老师一同负责对学生进行辅导和实训管理。校外实习基地的专家作为学校的专业建设指导委员会委员，参与专业建设、人才培养方案的制定、专业技术讲座等教学环节的工作。实习基地的技术骨干可作为学校的兼职老师，为学校的教学尤其是实践教学提供指导服务。校外实习基地承担学校教师的挂职锻炼的指导任务，培养教师的双师素质。

（二）师资队伍

建议配备的专职教师应具备双师素质，中级以上职称，有三年以上高职教学经历和多年企业工作经历，掌握高职教育规律，了解高职学生特点，精通移动商务实务等知识和技能，最好是有实践操作教学经验的教师执教。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室开发。
2. 执笔：巢秋菊
3. 审核：卜忠群
4. 时间：2023 年 8 月 29 日

《电商直播技术》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】电商直播技术

【开课时间】第3学期

【学时/学分数】52学时/3学分

【课程类型】专业延展课

【授课对象】2022级电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

该课程是专业课，具有较强的普遍应用性，本课程分别从淘宝直播、抖音、快手和腾讯看点四大平台入手，介绍了这些直播平台的特点和生态特征，详细地讲解了实操过程，并对一些典型案例进行了深度解析，总学时为52学时，分理论课学时为26学时与实践课学时为26学时。

（二）课程任务

本课程从直播营销的形式、直播平台的类型，到直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品与规划，再到引流互动、数据分析，全方位、多角度地介绍了直播营销与运营从业人员必须掌握的各种知识和实战技能。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《电子商务实务》	为开店运营课程做好铺垫。
本课程	《电商直播技术》	本课程主要根据商务活动开展过程中礼仪基本要求，讲授商务礼仪的基本常识，掌握商务活动各环节和场合必须遵循的礼仪规范知识和技能。
后续课程	《电商手段与技能》《移动商务实务》	为学生步入企业实习工作做铺垫。

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
-------	-------	----------

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>(1) 了解直播营销的优势、常见形式及合作模式、直播营销的产业链与收益分配模式,以及直播平台的主要类型。</p> <p>(2) 掌握直播营销活动的基本流程,直播营销活动流程规划和直播活动脚本策划。</p> <p>(3) 掌握直播团队的组织架构,主播助理的培养。</p> <p>(4) 掌握直播营销话术设计要点、原则和常用话术,直播营销“三点”方法论和直播间商品讲解要点。</p> <p>(5) 掌握直播设备的配置,直播间的布置,场地要求、场景布置及辅助道具的使用。</p> <p>(6) 掌握直播间选品策略,直播间商品定价策略,直播间商品结构规划,直播间商品精细化配置与管理。</p>	<p>(1) 能够策划直播活动脚本。</p> <p>(2) 能够组建直播团队,打造主播人设。</p> <p>(3) 能够运用“四步营销法”推广直播间商品。</p> <p>(4) 能够布置直播间设备、环境与灯光。</p> <p>(5) 能够选择、陈列与管理直播间商品。</p> <p>(6) 能够利用各种手段提升直播间氛围。</p> <p>(7) 能够对直播间数据进行分析与复盘。</p> <p>(8) 能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。</p>	<p>(1) 具备直播行业的基本职业道德,热爱直播工作,虚心学习,勤奋工作,遵守行业法律、法规。</p> <p>(2) 培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维。</p> <p>(3) 养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的工作作风,具有良好的服务意识。</p> <p>(4) 讲究工作效率和时间观念,养成良好的书面记录习惯,及时回复用户的各种要求,有重要事项及时进行反馈。</p> <p>(5) 保持对直播行业的敏感性,提高沟通协调能力。</p> <p>(6) 锻炼自学能力和可持续发展能力。</p>

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
<p>(1) 掌握做好直播前预热,打造优质直播封面图,提升直播间氛围,开展平台内付费推广,做好</p>	<p>具有健全的心态和良好的心理承受能力,能够积极参与网店美工类活动的团队合作;具有良好电商美工相关知识储备、实践经验和创造精神,理论和实践并重,为</p>	<p>学生通过本课程的学习,具有良好的沟通能力、具有良好的团队合作能力和良好的组织能力,使学生具有良好的应变能力。</p>

专业能力	方法能力	社会能力
<p>粉丝运营的方法。</p> <p>(2) 掌握直播数据获取、处理与分析的方法，以及直播数据分析的常用指标。</p> <p>(3) 了解淘宝直播的生态特征，淘宝直播流量分配规则，以及淘宝直播代表性主播的直播特点及成功经验。</p> <p>(4) 了解抖音平台的特点和抖音直播电商生态特征，以及抖音直播电商达人直播特点及成功经验。</p> <p>(5) 了解快手平台的特点及快手直播电商生态特征，以及快手直播电商代表主播的直播特点及成功经验。</p> <p>(6) 了解腾讯直播平台的特点及腾讯直播电商生态特征，以及腾讯直播代表主播的直播特点及成功经验。</p>	<p>成为新时代电商工作者做好准备。</p>	

四、课程设计思路

课程名称	《电商直播技术》	计划总学时	64 学时
------	----------	-------	-------

情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	直播营销：开启内容营销新时代	子情境 1	直播概述 直播平台的主要类型	直播营销的产业链与收益分配模式；直播平台的主要类型	4
情境二	直播营销方案策划：构建清晰的直播营销思路	子情境 2	直播营销活动的基本流程 直播营销活动流程规划 直播活动脚本策划	直播营销活动的基本流程；直播营销活动流程规划；直播活动脚本策划	4
情境三	人员配置：组建高效能直播团队	子情境 3	直播团队组织架构 直播团队的组建 主播人设打造策略 商家直播选择主播的策略 主播助理的培养	直播团队的组建；打造主播人设；商家直播选择主播；主播助理的培养	4
情境四	直播话术：提升直播间营销力的关键	子情境 4	直播营销话术设计 直播营销“三点”方法论 直播间商品讲解要点拆解 直播间商品“四步营销法”	直播营销话术设计要点、原则和常用话术；直播营销“三点”方法论；直播间商品讲解要点；直播间商品“四步营销法”	8
情境五	直播间设计：营造一流的直播视觉效果	子情境 5	直播设备的配置 直播间的布置 直播间的	直播设备的配置，包括室内直播设备和室外直播	4

			灯光布置	设备;直播间的布置,场地要求、场景布置及辅助道具的使用;直播间的灯光布置,包括灯光的选择,灯光的摆设、常用的布光法及拍摄角度的选取	
情境六	商品选择与规划:提高订单转化率的制胜点	子情境 6	直播间选品的策略 直播间商品定价策略 直播间商品结构规划 直播间商品陈列 直播间商品的精细化配置与管理	直播间选品的策略; 直播间商品定价策略; 直播间商品结构规划; 直播间商品的精细化配置与管理; 直播间商品陈列方法	8
情境七	“引流”互动:汇聚人气引爆直播间气氛	子情境 7	做好直播前预热 设置夺人眼球的直播标题 打造优质直播封面图 调动直播间人气“五步法” 互动玩法提升直播间氛围 开展平台	做好直播前预热;打造优质直播封面图; 互动玩法提升直播间氛围;开展平台内付费推广; 设置夺人眼球的直播标题;调动直播间人气“五步法”	8

			内付费推广 做好粉丝运营		
情境八	数据分析：数据复盘，做好直播优化	子情境 8	直播间数据分析基本思路 直播间数据分析常用指标	确定数据分析的目标，获取数据，数据处理与分析；直播间数据分析常用指标，包括粉丝数据指标、流量、互动、转化数据指标	4
情境九	淘宝直播：引领直播带货爆发式增长	子情境 9	淘宝直播认知 淘宝直播运营实操 淘宝直播案例深度解析	淘宝直播的生态特征；淘宝直播流量分配规则；淘宝直播案例解析；淘宝直播运营实操过程，开通淘宝直播权限，创建淘宝直播预告，在手机端进行淘宝直播，在PC端管理淘宝直播	8
情境十	抖音直播：内容“种草”，聚焦潮流生活态度	子情境 10	抖音平台认知 抖音直播实操 抖音直播电商案例深度解析	抖音平台的特点和抖音直播电商生态特征；抖音直播电商达人直播特点及成功经验；抖	4

				音直播实操过程	
情境十一	快手直播：强信任关系打造商业闭环	子情境 11	快手平台认知 快手直播实操 快手直播电商案例深度解析	快手平台的特点及快手直播电商生态特征；快手直播电商代表主播的直播特点及成功经验；快手直播实操过程	4
情境十二	腾讯直播：交圈扩散，打造私域流量池	子情境 12	腾讯直播认知 腾讯直播实操 腾讯直播电商案例深度解析	腾讯直播平台的特点及腾讯直播电商生态特征；腾讯直播代表主播的直播特点及成功经验；腾讯直播实操	4

五、教学设计

学习情境 1-1:	直播平台认识	学时	4 学时
学习目标： 直播营销的产业链与收益分配模式；直播平台的主要类型			
学习内容	教学准备	教学地点	
初识直播营销 直播平台的主要类型	1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好的多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教	多媒体教室	

		学资源，对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习情境 1	初识直播营销 直播平台的主要类型	案例教学法 情景教学法	4 学时
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生发挥创意，尝试不同的直播营销分析。 2. 工匠精神：强调在直播平台管理过程中的精细和专注。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 2-1:	直播策划	学时	4 学时
学习目标: 直播营销活动的基本流程；直播营销活动流程规划；直播活动脚本策划			
学习内容	教学准备	教学地点	
直播营销活动的基本流程 直播营销活动流程规划 直播活动脚本策划	1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好的多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	多媒体教室	
教学组织	教学内容	教学方法建议	学时分配

步骤			
学习情境 2	直播营销活动的基本流程 直播营销活动流程规划 直播活动脚本策划	情景教学法 任务驱动法	4 学时
课程思政	1. 工匠精神：强调团队在直播营销过程中的精细和专注。 3. 劳动精神：让学生进行直播活动脚本策划的精细化处理，引导细心、耐心的劳动精神	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 3-1:	直播团队组建	学时	4 学时
学习目标： 直播团队的组建；打造主播人设；商家直播选择主播；主播助理的培养			
学习内容		教学准备	教学地点
直播团队组织架构 直播团队的组建 主播人设打造策略 商家直播选择主播的策略 主播助理的培养		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好的多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	多媒体教室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习情境 3	直播团队组织架构 直播团队的组建 主播人设打造策略 商家直播选择主播的策略 主播助理的培养	情景教学法 任务驱动法	4 学时

课程思政	1. 团队合作精神：强调直播团队组织架构和团队组建过程中的团队协作精神 3. 劳动精神：让学生进行主播人设的精心打造，培养主播和助理吃苦耐劳的精神	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 4-1:	直播话术设计	学时	8 学时
学习目标： 直播营销话术设计要点、原则和常用话术；直播营销“三点”方法论；直播间商品讲解要点；直播间商品“四步营销法”			
学习内容		教学准备	教学地点
直播营销话术设计 直播营销“三点”方法论 直播间商品讲解要点拆解 直播间商品“四步营销法”		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好的多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	多媒体教室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习情境 4	直播营销话术设计 直播营销“三点”方法论 直播间商品讲解要点拆解 直播间商品“四步营销法”	演示法 信息化教学法 自主学习法	8 学时
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生发挥创意，尝试不同的直播营销话术设计 2. 工匠精神：强调直播营销“三点”方法论的精细和专注。 3. 直播间商品讲解使用正能量爱	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导

	国元素话术		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 5-1:	直播间打造	学时	4 学时
学习目标: 直播设备的配置，包括室内直播设备和室外直播设备；直播间的布置，场地要求、场景布置及辅助道具的使用；直播间的灯光布置，包括灯光的选择，灯光的摆设、常用的布光法及拍摄角度的选取			
学习内容		教学准备	教学地点
直播设备的配置 直播间的布置 直播间的灯光布置		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好的多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	多媒体教室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习情境 5	直播设备的配置 直播间的布置 直播间的灯光布置	任务驱动法 情景教学法	4 学时
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生尝试新的直播间的布置创意和表现手法。 2. 乡村振兴：直播布置和商品选择助农元素，培养学生对助农的热爱和自豪之情。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导

总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。
-------------	---

学习情境 6-1:	直播选品策划	学时	8 学时
学习目标: 直播间选品的策略; 直播间商品定价策略; 直播间商品结构规划; 直播间商品的精细化配置与管理; 直播间商品陈列方法			
学习内容		教学准备	教学地点
直播间选品的策略 直播间商品定价策略 直播间商品结构规划 直播间商品陈列 直播间商品的精细化配置与管理		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好的多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用,深化与企业的合作关系,共建共享电商专业群教学资源库。	多媒体教室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习情境 6	直播间选品的策略 直播间商品定价策略 直播间商品结构规划 直播间商品陈列 直播间商品的精细化配置与管理	任务驱动法 情景教学法	8 学时
课程思政	1. 创新精神: 鼓励学生尝试新的直播间商品的精细化配置与管理技巧和表现手法。 2. 劳动精神: 让学生了解直播间选品的艰辛和付出, 培养他们吃苦耐劳、坚持不懈的劳动精神。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7-1:	直播引流设计	学时	8 学时
学习目标: 做好直播前预热; 打造优质直播封面图; 互动玩法提升直播间氛围; 开展平台内付费推广; 设置夺人眼球的直播标题; 调动直播间人气“五步法”			
学习内容		教学准备	教学地点
做好直播前预热 设置夺人眼球的直播标题 打造优质直播封面图 调动直播间人气“五步法” 互动玩法提升直播间氛围 开展平台内付费推广 做好粉丝运营		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好的多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用,深化与企业的合作关系,共建共享电商专业群教学资源库。	多媒体教室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习情境 7	做好直播前预热 设置夺人眼球的直播标题 打造优质直播封面图 调动直播间人气“五步法” 互动玩法提升直播间氛围 开展平台内付费推广 做好粉丝运营	案例演示法 信息化教学法 自主学习法	8 学时
课程思政	1. 创新精神: 鼓励学生尝试新的直播前预热方式。 2. 劳动精神: 让学生了解调动直播间人气的艰辛和付出, 培养吃苦耐劳、坚持不懈的劳动精神。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心, 以学生预期学习成果为本, 采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 8-1:	直播复盘	学时	4 学时
------------------	------	-----------	------

学习目标： 确定数据分析的目标，获取数据，数据处理与分析；直播间数据分析常用指标，包括粉丝数据指标、流量、互动、转化数据指标			
学习内容		教学准备	教学地点
直播间数据分析基本思路 直播间数据分析常用指标		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好的多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	多媒体教室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习情境 8	直播间数据分析基本思路 直播间数据分析常用指标	情景教学法 任务驱动法	4 学时
课程思政	1. 文化自信：引导学生挖掘和数据驱动店铺。 2. 爱国主义：直播间数据分析体现技术魅力。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 9-1:	淘宝直播操作	学时	8 学时
学习目标： 淘宝直播的生态特征；淘宝直播流量分配规则；淘宝直播案例解析；淘宝直播运营实操过程，开通淘宝直播权限，创建淘宝直播预告，在手机端进行淘宝直播，在 PC 端管理淘宝直播			
学习内容		教学准备	教学地点
淘宝直播认知 淘宝直播运营实操		1、拥有优秀的教材和指导书	多媒体教室

淘宝直播案例深度解析		2、拥有良好的多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用,深化与企业的合作关系,共建共享电商专业群教学资源库。	
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习情境 9	淘宝直播认知 淘宝直播运营实操 淘宝直播案例深度解析	演示法 信息化教学法 自主学习法	8 学时
课程思政	1. 创新精神:鼓励学生尝试新的直播运营实操方式。 2. 劳动精神:让学生通过淘宝直播案例了解直播的艰辛,培养吃苦耐劳、坚持不懈的劳动精神。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心,以学生预期学习成果为本,采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 10-1:	抖音直播操作	学时	4 学时
学习目标: 抖音平台的特点和抖音直播电商生态特征;抖音直播电商达人直播特点及成功经验;抖音直播实操过程			
学习内容		教学准备	教学地点
抖音平台认知 抖音直播实操 抖音直播电商案例深度解析		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好的多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教	多媒体教室

		学资源,对网络资源开发与利用,深化与企业的合作关系,共建共享电商专业群教学资源库。	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习情境 10	抖音平台认知 抖音直播实操 抖音直播电商案例深度解析	任务驱动法 情景教学法	4 学时
课程思政	1. 创新思维:鼓励学生在选择适合抖音平台方式中打破常规,大胆创新。 2. 社会责任感:设计具有社会影响力的抖音直播。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心,以学生预期学习成果为本,采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 11-1:	快手直播操作	学时	4 学时
学习目标: 快手平台的特点及快手直播电商生态特征;快手直播电商代表主播的直播特点及成功经验; 快手直播实操过程			
学习内容	教学准备	教学地点	
快手平台认知 快手直播实操 快手直播电商案例深度解析	1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好的多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用,深化与企业的合作关系,共建共享电商专业群教学资源库。	多媒体教室	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

学习情境 11	快手平台认知 快手直播实操 快手直播电商案例深度解析	任务驱动法 情景教学法	4 学时
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在快手平台直播中打破常规，大胆创新。 2. 社会责任感：设计具有社会影响力的快手直播间。	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 12-1:	腾讯直播操作	学时	4 学时
学习目标: 腾讯直播平台的特点及腾讯直播电商生态特征；腾讯直播代表主播的直播特点及成功经验； 腾讯直播实操			
学习内容		教学准备	教学地点
腾讯直播认知 腾讯直播实操 腾讯直播电商案例深度解析		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好的多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	多媒体教室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习情境 12	腾讯直播认知 腾讯直播实操 腾讯直播电商案例深度解析	案例演示法 信息化教学法 自主学习法	4 学时
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在打造腾讯直播中打破常规，大胆创新。 2. 团队合作精神：让学生共同完成一个直播项目，培养学生的团	问题导向教学法 多媒体教学法	适时引导

	队协作能力。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 1	直播营销的产业链与收益分配模式；直播平台的主要类型	学生能够策划直播活动脚本；能够组建直播团队，打造主播人设；能够运用“四步营销法”推广直播间商品；能够布置直播间设备、环境与灯光；能够选择、陈列与管理直播间商品；能够利用各种手段提升直播间氛围；能够对直播间数据进行分析与复盘；能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。	实训演示 课堂展示	5
情境 2	直播营销活动的基本流程；直播营销活动流程规划；直播活动脚本策划	学生能够策划直播活动脚本；能够组建直播团队，打造主播人设；能够运用“四步营销法”推广直播	实训演示 课堂展示	5

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
		间商品；能够布置直播间设备、环境与灯光；能够选择、陈列与管理直播间商品；能够利用各种手段提升直播间氛围；能够对直播间数据进行分析与复盘；能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。		
情境 3	直播团队的组建；打造主播人设；商家直播选择主播；主播助理的培养	学生能够策划直播活动脚本；能够组建直播团队，打造主播人设；能够运用“四步营销法”推广直播间商品；能够布置直播间设备、环境与灯光；能够选择、陈列与管理直播间商品；能够利用各种手段提升直播间氛围；能够对直播间数据进行分析与复盘；能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。	实训演示 课堂展示	10
情境 4	直播营销话术设计要点、原则和常用话术；直播营销“三点”方法论；直播间商品讲解要点；直播间商品“四步营销法”	学生能够策划直播活动脚本；能够组建直播团队，打造主播人设；能够运用“四步营销法”推广直播间商品；能够布置直播间设备、环境与灯光；能够选择、陈列	实训演示 课堂展示	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
		与管理直播间商品；能够利用各种手段提升直播间氛围；能够对直播间数据进行分析与复盘；能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。		
情境 5	直播设备的配置，包括室内直播设备和室外直播设备；直播间的布置，场地要求、场景布置及辅助道具的使用；直播间的灯光布置，包括灯光的选择，灯光的摆设、常用的布光法及拍摄角度的选取	学生能够策划直播活动脚本；能够组建直播团队，打造主播人设；能够运用“四步营销法”推广直播间商品；能够布置直播间设备、环境与灯光；能够选择、陈列与管理直播间商品；能够利用各种手段提升直播间氛围；能够对直播间数据进行分析与复盘；能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。	课堂展示 课堂展示	10
情境 6	直播间选品的策略；直播间商品定价策略；直播间商品结构规划；直播间商品的精细化配置与管理；直播间商品陈列方法	学生能够策划直播活动脚本；能够组建直播团队，打造主播人设；能够运用“四步营销法”推广直播间商品；能够布置直播间设备、环境与灯光；能够选择、陈列与管理直播间商品；能够利用各种手段提升直播间氛围；能够对直播间数据进行分析与复盘；能够	实训演示 课堂展示	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
		在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。		
情境 7	做好直播前预热；打造优质直播封面图；互动玩法提升直播间氛围；开展平台内付费推广；设置夺人眼球的直播标题；调动直播间人气“五步法”	学生能够策划直播活动脚本；能够组建直播团队，打造主播人设；能够运用“四步营销法”推广直播间商品；能够布置直播间设备、环境与灯光；能够选择、陈列与管理直播间商品；能够利用各种手段提升直播间氛围；能够对直播间数据进行分析与复盘；能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。	实训演示 课堂展示	10
情境 8	确定数据分析的目标，获取数据，数据处理与分析；直播间数据分析常用指标，包括粉丝数据指标、流量、互动、转化数据指标	学生能够策划直播活动脚本；能够组建直播团队，打造主播人设；能够运用“四步营销法”推广直播间商品；能够布置直播间设备、环境与灯光；能够选择、陈列与管理直播间商品；能够利用各种手段提升直播间氛围；能够对直播间数据进行分析与复盘；能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。	实训演示 课堂展示	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 9	淘宝直播的生态特征；淘宝直播流量分配规则；淘宝直播案例解析；淘宝直播运营实操过程，开通淘宝直播权限，创建淘宝直播预告，在手机端进行淘宝直播，在 PC 端管理淘宝直播	学生能够策划直播活动脚本；能够组建直播团队，打造主播人设；能够运用“四步营销法”推广直播间商品；能够布置直播间设备、环境与灯光；能够选择、陈列与管理直播间商品；能够利用各种手段提升直播间氛围；能够对直播间数据进行分析与复盘；能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。	实训演示 课堂展示	10
情境 10	抖音平台的特点和抖音直播电商生态特征；抖音直播电商达人直播特点及成功经验；抖音直播实操过程	学生能够策划直播活动脚本；能够组建直播团队，打造主播人设；能够运用“四步营销法”推广直播间商品；能够布置直播间设备、环境与灯光；能够选择、陈列与管理直播间商品；能够利用各种手段提升直播间氛围；能够对直播间数据进行分析与复盘；能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。	实训演示 课堂展示	10
情境 11	快手平台的特点及快手直播电商生态特征；快手直播电商代表主播的直播特点及	学生能够策划直播活动脚本；能够组建直播团队，打造主播人设；能够运用“四步营销法”推广直播	实训演示 课堂展示	5

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
	成功经验；快手直播实操过程	间商品；能够布置直播间设备、环境与灯光；能够选择、陈列与管理直播间商品；能够利用各种手段提升直播间氛围；能够对直播间数据进行分析与复盘；能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。		
情境 12	腾讯直播平台的特点及腾讯直播电商生态特征；腾讯直播代表主播的直播特点及成功经验；腾讯直播实操	学生能够策划直播活动脚本；能够组建直播团队，打造主播人设；能够运用“四步营销法”推广直播间商品；能够布置直播间设备、环境与灯光；能够选择、陈列与管理直播间商品；能够利用各种手段提升直播间氛围；能够对直播间数据进行分析与复盘；能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。	实训演示 课堂展示	5
合计				100

七、学习资源的选用（以下项目可增减）

（一）主要参考教材

《直播营销与运营》，徐骏骅、陈郁青、宋文正主编，人民邮电出版社，2021年出版。

（二）其他参考资料

《直播带货 让你的流量持续低成本变现》，梁宸瑜、曹云露、马英主编，人民邮电出版社，2020 年出版。

（三）网络资源

快手大学：<https://university.kuaishou.com>

抖音大学：<http://douyindaxue.com>

腾讯课堂：<https://ke.qq.com>

万堂学院：<https://shuyuan.taobao.com>

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

1、网络资源开发与利用

建立以学生为主体、重视学生的学习过程和师生互动的数字化教育资源库。提升传统教学手段，加强现代信息技术应用，推进现代教学手段和方法改革，推动信息化与职业教育的深度融合，以数字化校园平台建设为依托，开发建成网络新闻与传播专业教学、媒体职业技能培训资源库。

教学条件：理论授课教室：多媒体教室；校内实训室：形体训练实训室、模拟会议室、模拟办公室

2、企业合作项目

以信息服务、管理咨询、员工培训、就业支持、信息查询、教学指导等为手段，引导企业积极参与，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。

3、重要学术期刊及行业杂志

4、期刊论文

（二）师资队伍

- 1、具有教师资格证，并接受教育教学或相关媒体机构的专业培训；
- 2、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验；
- 3、具备一定的教科研能力、开发基于工作过程课程的能力；
- 4、具备电商专业硕士以上学历为主，兼具企业工作经验为佳。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与八方科技有限公司企业合作开发。
2. 执笔：姚丹婷

3. 审核：卜忠群

4. 时间：2023 年 7 月 29 日

《跨境电子商务实务》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】跨境电子商务实务

【开课时间】第 4 学期

【学时/学分数】68 学时/4 学分

【课程类型】专业基础课程

【授课对象】电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

本门课程为电子商务专业专业课，是《搜索引擎优化》、《电子商务实务》后续课程，是学生顶岗实习的前导课程，本课程主要培养具有互联网思维、大数据思维等创新思维、较强职业能力、专业知识和良好职业素质的跨境电商专员。通过本课程的学习，学生能理解跨境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过程，具备跨境店铺运营管理、客服服务和电商操作技术等业务能力。该课程要以《电子商务实务》等课程为基础。

（二）课程任务

本课程设计的依据是电子商务工作岗位对职业能力的要求。教学项目和任务设计的依据是跨境运营、跨境店铺装修、跨境订单处理、售后服务等工作任务，按照应用型人才培养模式的教学要求，突出对学生基本理论、基本技能的掌握和技术应用能力的培养，以提升学生职业素质为目标，立足于实际能力培养，打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以项目任务为中心组织课程内容和课程教学，让学生在完成具体项目的过程中来构建相关理论知识，并发展职业能力。本课程以学生为中心、以结果为导向、倡导持续发展，设计了多个教学项目和任务，项目从简单到复杂，学生通过任务完成，提高对专业的兴趣，增加成就感，感受项目学习过程的乐趣。老师指导，学生练习，以学生为中心，实现“教、学、做”一体化，力求让学生尽快掌握电商岗位工作技能。

（六）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《搜索化实务》 《移动商务实务》	培养学生具备搜索化运营能力，为后续课程《跨境电商实务》学习打下良好的学习基础。
本课程	《跨境电商实务》	目标岗位为跨境电商运营、跨境电商营销推广，本课程培养学生具备跨境电商平台运营与编辑的能力。
后续课程	顶岗实习	电商的实战工作，通过前导课程《跨境电商实务》为学神顶岗实习扫除障碍。

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
通过在校内理实一体化实训室的全真操作(跨境电商企业的全真操作)，根据项目教学要求,让学生掌握八项基本业务操作技能,即跨境店铺注册操作、跨境物流与海外仓操作、海外消费者习惯调研操作、数据化选品和视觉设计操作、跨境产品刊登和发布操作、跨境店铺运营与推广操作、订单处理操作、客户服务操作等业务操作能力	1、BOPPPS 教学法； 2、项目教学法； 3、任务驱动教学法； 4、翻转课堂教学法； 5、线上线下教学法。	1、勤于学习、勇于创新； 2、工作严谨、有责任心； 3、沟通能力和表达能力； 4、团队合作精神； 5、严谨的逻辑思维能力； 6、丰富的想象力和良好的创造力； 7、良好的审美观和鉴赏力； 8、对美的捕捉、展示和应用能力。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
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、能深入调研海外市场跨境电商发展情况、形成可供企业采纳的调研报告	1、网店运营能力； 2、跨境平台推广力； 3、信息收集能力；	16、严谨工作作风； 17、团队协作； 18、人际交往能力；

专业能力	方法能力	社会能力
4、能独立完成跨境电商选品及产品的信息化工作 5、能合理设置跨境电商产品价格、完成产品刊登和发布 6、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 7、能及时处理订单、提升客户体验感和满意度 8、能及时处理争议订单，维护老客户、开发新客户 3、能够胜任电商平台美工师工作； 4、能够胜任网站前端工程师工作。	力； 4、运营思维能力； 5、组织管理能力； 6、审美能力； 7、创新能力。	19、沟通能力； 20、可持续学习能力。

四、课程设计思路

课程名称	跨境电商	计划总学时	68 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	跨境电商开店	1-1 跨境电商基本概念与特征	1. 了解跨境电商的基本概念与特征； 2. 了解跨境电商的发展历程； 3. 学习跨境电商的交易模式及相关法律法规，从而更好地学习跨境电商的相关知识。	1、能掌握跨境电商的曙光知识从事相关工作	6
		1-2 跨境 B2B 电商平台选择及操作	1. 了解中国制造网、环球资源网以及敦煌网三大跨境 B2B 电商平台的特点，以及它们的不同； 2. 简单掌握三大平台的操作。	1、能进行电商平台添的开店工作	6
情境二	跨境电商平台运营	2-1 跨境物流费及海外仓操作	1. 掌握中邮小包的含义、资费、规格限制、优劣势、适用范围等；	1、会从事电商	8

			<p>2. 掌握邮政大包适用范围、资费、优劣势等；</p> <p>3. 了解四大国际商业快递（FedEx、DHL、TNT、UPS）的特点、包装、价格、优劣势；</p> <p>4. 能根据速卖通店铺产品的情况设置中邮小包、邮政大包和商业快递的运费模板。</p>	物流发货的相关操作	
		2-2 跨境选品和产品信息操作	<p>1. 能调研国际市场并撰写调研报告，进行市场细分并发现利基市场；能根据具体商品确定市场定位，并借助选品工具、结合目标市场的消费者需求，选择适合销售的商品。</p> <p>2. 熟悉跨境电商大类产品生产、包装、质量检验标准、验货等知识；掌握从 1688、淘宝、义乌购等平台选择产品，处理产品图片。</p>	1、能进行选品、及信息化操作的相关工作	8
		2-3 跨境产品定价、刊登和发布操作	<p>1. 熟悉并能完整填写商品的相关属性；</p> <p>2. 能够制作并发布完整的宝贝详情（包括主图和详情图）；</p> <p>3. 能够对宝贝标题进行合理的设定；</p> <p>4. 能够在全面了解包括产品成本、平台佣金扣点和银行卡手续费扣款等多方面情况下对产品进行合理定价；</p> <p>5. 能制作并发布手机端产品的详情；</p> <p>6. 能够对商品的发布时间和发货时间进行合理的设定。</p>	1、能进行产品定价和发布的操作	8

情景三	跨境店铺推广及售后	3-1 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 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. 熟悉速卖通平台产品标题优化、图片优化、详细信息优化的一般做法 4. 熟悉速卖通平台价格优化的常规做法 5. 熟悉速卖通平台营销推广的手段	1、能进行店铺的优化及推广	12
		3-2 订单处理、发货、出境报检报关操作	1. 了解速卖通平台的发货规划； 2. 了解商检和海关对跨境电商产品的法规、政策和单据要求； 3. 能及时处理国外客户的订单； 4. 能正确选择合适的跨境物流方式并及时发货； 5. 能掌握中邮小包等基本物流面单的打印操作流程； 6. 能及时跟进货物的运输情况，并及时与客户沟通。	1、能对产品进行订单的推广	10
		3-3 收款、售后服务及客户维护操作	1. 能及时回收货款 2. 能及时处理退换货及跨境争议 3. 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） 4. 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 5. 了解速卖通平台评价三大指标及平台处罚方式 6. 了解其他跨境第三方电商	1、会对订单进行处理	10

			平台收款、售后评价及纠纷处理规则		
--	--	--	------------------	--	--

五、教学设计

学习情境 1-1:	跨境电商基本概念与特征	学时	6
学习目标:			
1. 了解跨境电商的基本概念与特征;			
2. 了解跨境电商的发展历程;			
3. 学习跨境电商的交易模式及相关法律法规, 从而更好地学习跨境电商的相关知识。			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 跨境电子商务的概念 任务 2. 跨境电商主要模式 任务 3. 跨境电商法律法规		1. 手机; 2. 微信; 3. 教学分组; 4. 学情分析, 选择教法; 5. 课前线上预习; 6. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	跨境电子商务的概念。	1、BOPPPS 教学法; 2、项目教学法; 3. 教学分组; 4. 学情分析, 选择教法; 5. 课前线上预习; 6. 明确任务。	2
2	跨境电商主要模式		2
3	跨境电商法律法规		2
总结整理	通过这个情景的学习, 让学生熟知跨境电子商务的概念、跨境电商主要模式以及相关法律法规, 在需要开跨境网店时, 可以根据自己的实际情况选择合适的平台。		

思政元素	聚焦电商伦理与法规，培养诚信经营意识，强化数据分析与创新能力，引导学生树立正确价值观，助力电商行业健康发展，实现个人价值与社会责任的双赢。
-------------	---

学习情境 1-2:	跨境 B2B 电商平台选择及操作	学时	6
学习目标: 1. 了解中国制造网、环球资源网以及敦煌网三大跨境 B2B 电商平台的特点，以及它们的不同； 2. 简单掌握三大平台的操作。			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 中国制造网 任务 2. 敦煌网 任务 3. 环球资源网。		1. 手机/摄像机 2. A4 白纸 3. 教学分组； 4. 学情分析，选择教法； 5. 课前线上预习； 6. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	中国制造网	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法；	2
2	敦煌网	3 任务驱动教学法；	2
3	环球资源网。	4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	2
总结整理	通过这个情景的学习，让学生了解中国制造网、环球资源网以及敦煌网三大跨境 B2B 电商平台的特点，以及它们的不同。		
思政元素	通过案例引入，明晰电商定义及要素，辨析电商分类，对比电商与传统商务。培养诚信经营、创新思维，强化数据分析，树立法治观念，助力学生成为有责任感、有担当的电商人才。		

学习境 2-1:	跨境物流费及海外仓操作	学时	8
-----------------	-------------	-----------	---

学习目标： 1. 掌握中邮小包的含义、资费、规格限制、优劣势、适用范围等； 2. 掌握邮政大包适用范围、资费、优劣势等； 3. 了解四大国际商业快递（FedEx、DHL、TNT、UPS）的特点、包装、价格、优劣势； 4. 能根据速卖通店铺产品的情况设置中邮小包、邮政大包和商业快递的运费模板。			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 速卖通平台 任务 2. WISH 平台 任务 3. 海外市场调研		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	实训机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	速卖通平台开镜物流仓操作	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	4
2	Wish 平台开镜物流仓操作		2
3	海外市场调研		2
总结整理	通过这个情景的学习，让学生 能根据速卖通店铺产品的情况设置中邮小包、邮政大包和商业快递的运费模板。		
思政元素	树立诚信经营、合作共赢理念，分析阿里巴巴等典型案例，培养学生市场洞察力与责任感，助力电商行业健康发展。		

学习情境 2-2:	跨境选品和产品信息化操作	学时	8
学习目标： 1. 能调研国际市场并撰写调研报告，进行市场细分并发现利基市场；能根据具体商品确定市场定位，并借助选品工具、结合目标市场的消费者需求，选择适合销售的商品。 2. 熟悉跨境电商大类产品生产、包装、质量检验标准、验货等知识；掌握从 1688、淘宝、义乌购等平台选择产品，处理产品图片。			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 跨境选品 任务 2. 产品信息化操作		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	跨境选品	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法；	4
2	产品信息化操作	4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	4
总结整理	通过这个情景的学习，让学生能调研国际市场并撰写调研报告，进行市场细分并发现利基市场；能根据具体商品确定市场定位，并借助选品工具、结合目标市场的消费者需求，选择适合销售的商品。		

思政元素	培养学生具备市场分析、策略规划与执行的能力，同时树立法治观念，遵守网络营销的法律法规，助力企业健康发展和个人职业素养的提升。
-------------	--

学习情境 2-3:	跨境产品定价、刊登和发布操作	学时	8
学习目标: 1. 熟悉并能完整填写商品的相关属性; 2. 能够制作并发布完整的宝贝详情 (包括主图和详情图); 3. 能够对宝贝标题进行合理的设定; 4. 能够在全面了解包括产品成本、平台佣金扣点和银行卡手续费扣款等多方面情况下对产品进行合理定价; 5. 能制作并发布手机端产品的详情; 6. 能够对商品的发布时间和发货时间进行合理的设定。			
学习内容		教学准备	教学地点
子任务 1: 产品定价 子任务 2: 发布产品		1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 录制微课; 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	产品定价	1 BOPPPS 教学法; 2 项目教学法;	4
2	发布产品	3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法。	4

总结整理	通过这个情景的学习，让学生能在全面了解包括产品成本、平台佣金扣点和银行卡手续费扣款等多方面情况下对产品进行合理定价，制作并发布手机端产品的详情。
思政元素	强调诚信支付、资金安全与个人隐私保护的重要性。培养学生具备现代支付观念，遵守支付法规，提升网络安全意识，为构建安全、便捷的支付环境贡献力量。

学习情境 3-1:	跨境店铺优化及推广操作	学时	12
学习目标: 1. 熟悉速卖通店铺后台使用规则 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. 熟悉速卖通平台产品标题优化、图片优化、详细信息优化的一般做法 4. 熟悉速卖通平台价格优化的常规做法 5. 熟悉速卖通平台营销推广的手段			
学习内容		教学准备	教学地点
子任务 1: 产品店铺优化 子任务 2: 营销推广		1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 录制微课; 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	产品店铺优化	1 BOPPPS 教学法; 2 项目教学法;	6
2	营销推广	3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法。	6

总结整理	通过这个情景的学习，让学生能熟悉速卖通平台产品标题优化、图片优化、详细信息优化的一般做法。
思政元素	强调诚信支付、资金安全与个人隐私保护的重要性。培养学生具备现代支付观念，遵守支付法规，提升网络安全意识，为构建安全、便捷的支付环境贡献力量。

学习情境 3-2:	订单处理、发货、出境报检报关操作	学时	10
学习目标: <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解速卖通平台的发货规划; 2. 了解商检和海关对跨境电商产品的法规、政策和单据要求; 3. 能及时处理国外客户的订单; 4. 能正确选择合适的跨境物流方式并及时发货; 5. 能掌握中邮小包等基本物流面单的打印操作流程; 6. 能及时跟进货物的运输情况,并及时与客户沟通。 			
学习内容		教学准备	教学地点
子任务 1: 订单处理 子任务 2: 发货、报关报检		<ol style="list-style-type: none"> 1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 录制微课; 5. 明确任务。 	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	订单处理	1 BOPPPS 教学法; 2 项目教学法;	6
2	发货、报关报检	3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法。	4

总结整理	通过这个情景的学习，让学生能了解速卖通平台的发货规划，能及时跟进货物的运输情况，并及时与客户沟通。
思政元素	培养学生具备团队协作、创新思维和解决问题的能力，同时树立诚信经营、客户为中心的服务意识，为电子商务与物流行业的融合发展贡献力量，促进社会经济的可持续发展。

学习情境 3-3:	收款、售后服务及客户维护操作	学时	10
学习目标： 1. 能及时回收货款 2. 能及时处理退换货及跨境争议 3. 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） 4. 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 5. 了解速卖通平台评价三大指标及平台处罚方式 6. 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			
学习内容		教学准备	教学地点
子任务 1：收取货款 子任务 2：售后服务		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	收取货款	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法；	4
2	售后服务	3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	6

总结整理	通过这个情景的学习，让学生能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），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。
思政元素	培养学生具备前瞻性思维，勇于探索未知，敢于创新实践，同时树立诚信经营、社会责任与可持续发展的理念，为电商行业的繁荣发展贡献力量，成为新时代的电商精英。

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 1	1、能了解跨境电商的基础知识 2、懂跨境电商的相关法律知识	1、能掌握跨境电商的祥光知识从事相关工作	现场操作	20%
情境 2	1. 懂跨境电商平台运营实际操作知识 2. 会进行跨境电商的相关操作	1、会从事电商物流发货的相关操作、运营等工作	现场操作	40%
情境 3	1. 知道跨境电商的售后机推广的相关知识 2. 能进行跨境电商平台的推广	1. 会从事电商售后及跨境电商平台的推广	现场操作	40%
合计				100%

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《跨境电商多平台操作实务（微课版）》，张谦主编，人民邮电出版社出版社，2021 年出版。

（二）其他参考资料

《跨境电商运营实务（微课版）》，刘瑶 主编，人民邮电出版社出版社，2021 年出版

《跨境电商理论与实务》，伍蓓，主编，人民邮电出版社出版社，2021 年出版

(三) 网络资源

- (1) 速卖通大学 <http://daxue.aliexpress.com/>
- (2) Ebay 大学 <http://university.ebaycn/>
- (3) 亚马逊大学 <http://sellercentral.amazoncom/gp/homepage.htm>
- (4) 福步外贸论坛 <http://bbs.fobshanghai.com/>
- (5) 雨果网 <http://www.cifnews.com/>
- (6) 递四方 <http://express.4px.com/>
- (7) 语联网 <http://is.iol8.com/groups/>
- (8) 跨境进口平台:洋东西 <http://218.244.129.84/mall.htm>

八、课程资源的开发与利用

(一) 合作开发

与广州文博智能科技有限公司、东莞市凯岚光学科技有限公司企业电商部门负责人共同探讨,将企业真实项目任务运用到课堂教学过程中,并共同编制实训指导书。

(二) 师资队伍

建议配备的专职教师应具备双师素质,中级或以上职称,或具有三年以上高职教学经历和多年企业工作经历,掌握高职教育规律,了解高职学生特点,精通电子商务、网店装修、视频制作、网站前端设计等知识和技能,最好是有跨境电商运营教学经验的教师执教。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与广州文博智能科技有限公司、东莞市凯岚光学科技有限公司企业合作开发。

2. 执笔: 刘洁芳

3. 审核: 卜忠群

4. 时间: 2023 年 3 月

《短视频营销实务》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】短视频营销实务

【开课时间】第 2 学期

【学时/学分数】32 学时/2 学分

【课程类型】专业选修课

【授课对象】电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

本课程是一门依照高等职业教育培养目标与新媒体行业企业实际需求设置的专业选修课，主要面向电子商务类、市场营销类、新媒体运营类、新闻传播类、传播与策划类相关专业学生、新媒体从业者、电子商务从业者及社会学员，以实现技能提升和知识更新。

本课程紧跟时代发展潮流，涵盖了短视频营销与运营的各个方面，让学生了解短视频的市场发展状况和发展趋势，掌握短视频运营定位、内容策划、拍摄剪辑、推广引流、推广引流、流量变现、数据分析等方法，培养实际营销与运营能力，适应岗位工作要求。本课程纵向与《新媒体营销》《新媒体运营》等课程前后衔接，横向与《短视频编辑与制作》《短视频与直播运营》等课程有机结合。

（二）课程任务

短视频营销课程的主要任务是培养学生在短视频拍摄与剪辑工作岗位中的职业技能，包括策划、脚本撰写、拍摄、剪辑等，以适应淘宝网、抖音等电商平台、短视频平台的运营需求。具体任务包括：

熟练掌握短视频策划、拍摄、剪辑等职业技能，能够制作出较高水平的短视频作品。

培养学生的产品视频策划和执行能力，能制作相应的短视频广告。

掌握短视频拍摄和制作流程方法，具备实际操作能力，以适应岗位工作要求。

提升学生的视频处理和视频剪辑技术，以及艺术创意意识，锻炼学生的基本素质，如吃苦耐劳、有责任心、做事细致等。

让学生学会持续从互联网领域学习的能力，具备自学能力、岗位迁移能力和

可持续发展能力。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	商品摄影技术	网店商品图片的拍摄和设计，为后续课程打下坚实的基础
本课程	短视频营销实务	掌握短视频拍摄和制作流程方法，具备实际操作能力，以适应岗位工作要求。
后续课程	直播电商	网店运营，美工设计、推广等岗位培养学生胜任网店美工，网店运营，个体从业人员等位的职业能力。

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>了解短视频基础：熟悉短视频的特点、发展历程，掌握新媒体短视频的创作流程，了解爆款短视频的共性特征及主流短视频平台的特色</p> <p>掌握营销技能：理解短视频营销的理念与方式，掌握企业官方和自媒体账号开展短视频营销的方法与技巧，包括视频脚本编辑、视频拍摄的人员配置、产品视频拍摄要点等</p> <p>熟悉后期处理：熟悉视频剪辑软件如 Premiere 的主界面、时间轴、项目等面板，掌握视频过渡、运动效果等后期处理技能</p>	<p>短视频营销实务课程的过程与方法主要包括理论学习、实践操作和案例分析三个环节。</p> <p>理论学习：学生将学习短视频营销的基本概念、发展历程、平台特色以及创作流程等基础知识，为后续的实践操作打下坚实的理论基础。</p> <p>实践操作：通过实际操作，学生将掌握短视频账号的定位、内容创作、涨粉技巧以及商业变现等核心技能。这一环节强调动手能力和实战经验，帮助学生更好地理解和应用短视频营销的策略和方法。</p> <p>案例分析：课程将深入分析成功的短视频营销案例，提炼其成功要素和策略，以便学生能够从中借</p>	<p>短视频营销实务课程思政旨在将思想政治教育融入专业课程，培养学生的创新、创业、服务和发展意识。该课程通过短视频策划、创作、后期以及直播的流程设计等环节，强调创新理念，鼓励学生在实践中结合产品特点进行创新。同时，课程贯彻“专创融合”理念，带领学生成立创业小组，将企业实战项目引入课堂，培养学生的创业能力。在服务方面，课程围绕“爱学校、爱专业”等理念，通过短视频营销和直播营销参与农产品服务，为地方经济发展贡献力量。此外，课程还注重培养学生的发展意识，希望学生在实践服务中掌握技能，为合作公司、乡村振兴和</p>

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
	鉴并应用到自己的实践中。	地方经济发展持续作出贡献

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
<p>(1) 能够进行短视频的内容策划、拍摄与后期剪辑,创作出高质量的短视频作品。</p> <p>(2) 能够做好短视频企业号运营,扩大品牌传播范围,帮助企业获得更多曝光,提高品牌的辨识度。</p> <p>(3) 能够运用各种方式进行推广引流,并做好粉丝运营,使短视频获得超高的流量。</p> <p>(4) 能够通过广告变现、电商变现、直播变现、内容付费、平台渠道收益、IP 价值衍生变现等方式实现短视频商业变现。</p> <p>(5) 能够通过专业的数据分析进行数据化运营。</p>	能熟练运用电商思维、方法解决工作中的实际问题	<p>(1) 具备短视频行业的基本职业道德,热爱工作,虚心学习,勤奋工作,遵守行业法律、法规。</p> <p>(2) 培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维。</p> <p>(3) 养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的工作作风,具有良好的服务意识。</p> <p>(4) 讲究工作效率和时间观念,养成良好的书面记录习惯,及时回复用户的各种要求,有重要事项及时进行反馈。</p> <p>(5) 保持对短视频行业的敏感性,提高沟通协调能力。</p> <p>(6) 锻炼自学能力和可持续发展能力。</p>

四、课程设计思路

课程名称	短视频营销实务	计划总学时	32 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	短视频, 新媒体传播的新利器		1. 了解新媒体短视频的特点及发展历程 2. 掌握新媒体短视频的创作流程 3. 掌握爆款短视频的共性特征 4. 了解主流短视频各	锻炼学生的搜集知识的能力	2

			平台的平台特色		
情境二	前期规划，全面布局账号运营		1. 掌握短视频账号的运营定位方法 2. 掌握短视频账号的阶段性运营规划方法 3. 掌握短视频账号的主页设置方法 4. 掌握短视频运营团队的组建方式	1. 短视频账号的主页设置 2. 短视频运营团队的组建	2
情境三	内容策划，精细化运营的不变法则		1. 掌握短视频内容创作的切入方法 2. 掌握短视频选题策划的基本原则 3. 掌握短视频内容的创意方法 4. 掌握短视频内容的结构设计步骤	1. 学会寻找适合自己的短视频内容创作切入点 2. 学会策划短视频选题 3. 学会短视频内容创意方法 4. 学会短视频内容结构设计	2
情境四	短视频拍摄，打造高质量短视频	子情境 X-1: 短视频拍摄 (1)	1. 了解常用的短视频拍摄设备和辅助设备 2. 掌握短视频拍摄景别、画面构图、拍摄角度、光线应用、运镜设计等知识 3. 掌握短视频脚本的撰写方法 4. 掌握用手机与单反相机拍摄短视频的参数设置的方法	1. 学会短视频拍摄设备和辅助设备的使用	2
		子情境 X-2: 短视频拍摄 (2)		2. 学会短视频视听语言的运用	2
		子情境 X-3: 短视频拍摄 (3)		3. 学会短视频脚本的撰写 4. 学会用手机与单反相机拍	2

				摄短视频的参数设置	
情境五	后期剪辑，爆款短视频的设计创作	子情境 X-1：后期剪辑（1）	1. 了解短视频后期剪辑的基本流程和镜头组接原则 2. 掌握短视频创作中常用的转场方式 3. 掌握使用剪映剪辑短视频的方法 4. 掌握使用 Premiere 剪辑短视频的方法	1. 学会使用移动端工具剪辑短视频 2. 学会使用 PC 端工具剪辑短视频	2
		子情境 X-2：后期剪辑（2）			2
		子情境 X-3：后期剪辑（3）			2
情境六	企业号运营，搭建品牌私域流量池		1. 掌握完善企业号主页信息、打造企业号人设等的方法 2. 掌握企业号短视频的内容类型与创意玩法 3. 掌握企业号广告型短视频创意法则 4. 掌握企业号挑战赛运营技巧	1. 学会完善企业号主页信息、打造企业号人设 2. 学会企业号短视频创意玩法 3. 学会企业号广告型短视频创意方法 4. 学会企业号挑战赛运营技巧	2
情境七	推广引流，快速聚集百万级流量		1. 掌握短视频的标题、文案、封面的设计方法 2. 掌握运用平台功能为短视频推广引流的方法 3. 掌握短视频粉丝运	1. 学会短视频的标题、文案、封面的设计 2. 学会运	2

			<p>营策略</p> <p>4. 掌握短视频账号矩阵化运营的方法</p> <p>5. 了解短视频平台付费推广的方式</p>	<p>用平台功能为短视频推广引流</p> <p>3. 学会短视频粉丝运营</p> <p>4. 学会短视频账号矩阵化运营</p> <p>5. 学会短视频平台付费推广</p>	
情境八	流量变现，引爆短视频商业价值		<p>1. 掌握广告变现、电商变现、直播变现的变现模式</p> <p>2. 了解主流短视频平台渠道收益的方式</p> <p>3. 了解短视频 IP 价值衍生变现的方式</p>		2
情境九	数据分析，用数据优化账号运营		<p>1. 了解短视频数据分析的作用和搜集短视频数据的渠道</p> <p>2. 掌握常用的短视频数据分析指标、数据分析维度和常用的数据分析方法</p> <p>3. 掌握使用第三方短视频数据分析工具进行数据分析，指导短视频运营的方法</p>	<p>1. 学会短视频数据分析指标、数据分析维度和常用的数据分析方法</p> <p>2. 学会使用第三方短视频数据分析工具进行数据分析</p>	2
情境十	案例解析，破解爆款账号运营秘诀		<p>1. 了解爆款短视频账号运营的方法与策略</p> <p>2. 了解分析短视频账号运营的方法，并从中</p>	学会分析短视频账号运营的方法	2

			学习成功经验		
情境十一	章节复习		1. 能够独立完成短视频的策划、拍摄、剪辑、发布和运营操作 2. 能够自主修改和优化短视频,提高短视频的质量	美食短视频的策划、拍摄、剪辑、发布和运营	2
情境十二	综合项目实战		1. 能够独立完成短视频的策划、拍摄、剪辑、发布和运营操作 2. 能够自主修改和优化短视频,提高短视频的质量	美食短视频的策划、拍摄、剪辑、发布和运营	2

五、教学设计

学习情境 1:	初识新媒体时代下的短视频	学时	2
学习目标: 1. 目标: 了解新媒体短视频的特点及发展历程; 掌握新媒体短视频的创作流程; 掌握爆款短视频的共性特征; 了解主流短视频各平台的平台特色。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 具体任务: 初步了解短视频。 2. 活动设计: 讲评		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	1-206
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——教师自我介绍——说课——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	新媒体短视频行业产业链; 新媒体短视频的创作流程; 爆款短视频的共性特征 抖音; 快手; 美拍; 秒拍; 西瓜视频; 小红书; 哔哩哔哩; 腾讯微视	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段, 以期实现教学目的	2

课程思政	通过对短视频的平台的认识和了解,让同学们意识到互联网在中国的强大和发展的迅猛,不同的新的业态不断的创新和展现,使同学们产生强烈的国家归属感和自豪感。		
总结整理	掌握短视频运营定位、内容策划、拍摄剪辑、推广引流、推广引流、流量变现、数据分析等方法,培养实际营销与运营能力,适应岗位要求。		
学习情境 2:	前期规划,全面布局账号运营	学时	2
学习目标: 1. 目标:掌握短视频账号的运营定位方法;掌握短视频账号的阶段性运营规划方法;掌握短视频账号的主页设置方法;掌握短视频运营团队的组建方式。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 具体任务:练习短视频前期规划。 2. 活动设计:案例展示-学生实操-讲评		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	1-206
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——教师自我介绍——说课——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	做好账号运营定位的关键点;短视频内容类型定位;短视频内容表现形式定位;短视频人设定位 导入期;成长期;稳定期 账号名称设置;账号头像设置;账号简介设置 短视频运营团队人员构成;确定团队人员配置规模	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段,以期实现教学目的	2
课程思政	融入中央经济工作会议中提到的“实施国家大数据战略,加快建设数字中国”、《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》等内容。培养学生关注社会发展,了解建设数字中国的意义。		
总结整理	掌握短视频运营定位、内容策划、拍摄剪辑、推广引流、推广引流、流量变现、数据分析等方法,培养实际营销与运营能力,适应岗位要求。		
学习情境 3:	内容策划,精细化运营的不变法则	学时	2

<p>学习目标：</p> <p>1. 目标：掌握短视频内容创作的切入方法；掌握短视频选题策划的基本原则；掌握短视频内容的创意方法；掌握短视频内容的结构设计步骤。</p>			
学习内容		教学准备	教学地点
<p>2. 具体任务：具体任务：练习短视频内容策划。</p> <p>3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评</p>		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	1-206
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——教师自我介绍——说课——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	<p>人群细分切入法；场景细分切入法；价值提供法</p> <p>策划选题的基本原则；选题的素材来源</p> <p>搬运法；模仿法；场景扩展法；代入法；反转法；嵌套法</p> <p>建立期待感；给出价值吸引；设置转折；制造高潮；巧设结尾</p>	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段，以期实现教学目的	2
课程思政	通过我国电子商务发展成就和数字经济实力的展示,让学生感受中国在全球经济发展中的重要地位。进行电商从业者的职业道德教育,将社会主义核心价值观教育融入其中。开展爱国主义教育,增强国家自豪感,提高职业道德。		
总结整理	掌握短视频运营定位、内容策划、拍摄剪辑、推广引流、推广引流、流量变现、数据分析等方法,培养实际营销与运营能力,适应岗位工作要求。		
学习情境 4:	短视频拍摄, 打造高质量短视频	学时	6
<p>学习目标：</p> <p>1. 目标：了解常用的短视频拍摄设备和辅助设备；掌握短视频拍摄景别、画面构图、拍摄角度、光线应用、运镜设计等知识；掌握短视频脚本的撰写方法；掌握用手机与单反相机拍摄短视频的参数设置的方法。</p>			
学习内容		教学准备	教学地点
<p>1. 具体任务：练习短视频拍摄。</p> <p>2. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评</p>		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通	1-206

		资料的准备等	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	短视频拍摄设备；常用的短视频 拍摄辅助设备 景别；画面构图；拍摄角度；光 线运用；运镜设计 短视频脚本的前期准备；短视频 脚本的类型；分镜头脚本的撰写 手机拍摄短视频参数设置；单反 相机拍摄短视频参数设置	采用讲授法、演示 法、任务式教学法、 综合运用多媒体、 实训软件等教学手 段，以期实现教学 目的	2
课程思政	优秀短视频案例中的美感，科学研究要有严谨认真和勇于探索的精神，只有善于发现美、感受美，才能去创造美，辛勤的劳动才能创造美。		
总结整理	掌握短视频运营定位、内容策划、拍摄剪辑、推广引流、推广引流、流量变现、数据分析等方法，培养实际营销与运营能力，适应岗位工作要求。		
学习情境 5:	后期剪辑，爆款短视频的设计创作	学时	2
学习目标： 1. 目标：了解短视频后期剪辑的基本流程和镜头组接原则；掌握短视频创作中常用的转场方式；掌握使用剪映、Premiere 剪辑短视频的方法。			
学习内容		教学准备	教学地点
2. 具体任务：练习短视频后期剪辑。 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	1-206
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	短视频后期剪辑的基本流程；镜 头组接的原则；常用的转场方式； 选择背景音乐的原则 修整视频素材并添加音乐；添加 画中画视频；添加字幕和特效 视频粗剪，视频精剪，添加动画，	采用讲授法、演示 法、任务式教学法、 综合运用多媒体、 实训软件等教学手 段，以期实现教学 目的	2

	调整视频速度，视频快慢变速，添加视频过渡效果，自定义转场效果，制作遮罩转场，制作视频同框镜头，添加背景音乐与音效，导出短视频；制作视频分屏效果；使用“轨道遮罩键”效果，使用“混合模式”；视频调色		
课程思政	乡村振兴背景下农产品上行、精准扶贫的短视频剪辑案例，培养学生尊重劳动成果、节约粮食的品质和勇于挑战、精益求精的工匠精神及社会责任感。		
总结整理	掌握短视频运营定位、内容策划、拍摄剪辑、推广引流、推广引流、流量变现、数据分析等方法，培养实际营销与运营能力，适应岗位工作要求。		
学习情境 6:	企业号运营，搭建品牌私域流量池	学时	2
学习目标: 1. 目标: 掌握完善企业号主页信息、打造企业号人设等的方法; 掌握企业号短视频的内容类型与创意玩法; 掌握企业号广告型短视频创意法则; 掌握企业号挑战赛运营技巧。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 具体任务: 练习企业号运营。 2. 活动设计: 案例展示-学生实操-讲评		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	1-206
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——教师自我介绍——说课——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	完善企业号主页信息; 打造企业号人设; 策划企业号阶段性运营企业号短视频内容类型; 企业号短视频创意玩法 用户燃点法则; 第一人称法则; 场景原生法则; 黄金时间法则; 展现效果优化法则 设计挑战赛的内容玩法; 做好挑战赛的技巧	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段, 以期实现教学目的	2

课程思政	引导学生在专业学习与实践培养创新型思维，勤于思考，善于发现；引导学生创作优质的短视频内容，坚决抵制虚假内容，合规守法。		
总结整理	掌握短视频运营定位、内容策划、拍摄剪辑、推广引流、推广引流、流量变现、数据分析等方法，培养实际营销与运营能力，适应岗位要求。		
学习情境 7:	推广引流，快速聚集百万级流量	学时	2
学习目标： 1. 目标：掌握短视频的标题、文案、封面的设计方法；掌握运用平台功能为短视频推广引流的方法；掌握短视频粉丝运营策略；掌握短视频账号矩阵化运营的方法；了解短视频平台付费推广的方式。			
学习内容		教学准备	教学地点
2. 具体任务：练习短视频推广引流。 3. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	1-206
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	拟定吸睛标题；撰写动人文案； 设置精彩封面 添加话题标签；添加@好友；添加 地理位置；私信引流；多平台分 发；参与挑战赛 保持稳定的更新频率；引导粉丝 点赞评论；积极回复粉丝评论 单平台账号矩阵；多平台账号矩 阵；账号矩阵管理 抖音：投放 DOU+；快手：投放作 品推广	采用讲授法、演示 法、任务式教学法、 综合运用多媒体、 实训软件等教学手 段，以期实现教学 目的	2
课程思政	引导学生在专业学习与实践培养创新型思维，勤于思考，善于发现；引导学生创作优质的短视频内容，坚决抵制虚假内容，合规守法。		
总结整理	掌握短视频运营定位、内容策划、拍摄剪辑、推广引流、推广引流、流量变现、数据分析等方法，培养实际营销与运营能力，适应岗位要求。		

学习情境 8:	流量变现, 引爆短视频商业价值	学时	2
学习目标: 1. 目标: 掌握广告变现、电商变现、直播变现的变现模式; 了解主流短视频平台渠道收益的方式; 了解短视频 IP 价值衍生变现的方式。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 具体任务: 练习短视频流量变现。 2. 活动设计: 案例展示-学生实操-讲评		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	1-206
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到——教师自我介绍——说课——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	植入广告; 贴片广告; 品牌广告 自营电商变现模式; 短视频带货模式 主播带货模式; 粉丝打赏模式; 直播内容付费模式; 企业品牌宣传变现模式; 主播承接广告 用户付费观看; 会员付费制 参与平台有奖创作活动; 获得平台分成; 与平台签约 版权输出; 开发 IP 衍生品	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段, 以期实现教学目的	2
课程思政	深入挖掘中华优秀传统文化蕴含的思想观念、人文精神、道德规范, 结合时代要求继承创新, 让中华文化展现出永久魅力和时代风采。		
总结整理	掌握短视频运营定位、内容策划、拍摄剪辑、推广引流、推广引流、流量变现、数据分析等方法, 培养实际营销与运营能力, 适应岗位要求。		
学习情境 9:	数据分析, 用数据优化账号运营	学时	2
学习目标: 1. 目标: 了解短视频数据分析的作用和搜集短视频数据的渠道; 掌握常用的短视频数据分析指标、数据分析维度和常用的数据分析方法; 掌握使用第三方短视频数据分析工具进行数据分析, 指导短视频运营的方法。			
学习内容		教学准备	教学地点
2. 具体任务: 练习短视频数据分析。 3. 活动设计: 案例展示-学生实操-讲评		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	1-206

教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	搜集短视频数据的渠道；常用的 短视频数据分析指标；短视频数 据分析维度；常用的短视频数据 分析方法 短视频账号监管；优化短视频发 布时间；查找热门素材；分析同 行业标杆账号	采用讲授法、演示 法、任务式教学法、 综合运用多媒体、 实训软件等教学手 段，以期实现教学 目的	2
课程思政	通过实践提高学生的专业技能，同时培养学生的社会责任感和创造力。		
总结整理	掌握短视频运营定位、内容策划、拍摄剪辑、推广引流、推广 引流、流量变现、数据分析等方法，培养实际营销与运营能力， 适应岗位工作要求。		
学习情境 10:	案例解析，破解爆款账号运营秘诀	学时	2
学习目标： 1. 目标：了解爆款短视频账号运营的方法与策略；了解分析短视频账号运营的方法，并从中学习成功经验。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 具体任务：分析短视频爆款账号。 2. 活动设计：案例展示-学生实操-讲评		教材、课件 PPT、教案、授课 计划、手机或平板、学习通 资料的准备等	1-206
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	情景剧类账号运营的方法和策略 美食类账号运营的方法和策略 悬念、推理类账号运营的方法和 策略用户付费观看；会员付费制 参与平台有奖创作活动；获得平 台分成；与平台签约	采用讲授法、演示 法、任务式教学法、 综合运用多媒体、 实训软件等教学手 段，以期实现教学 目的	2
课程思政	引导学生在短视频创作中抵制低俗、虚假、传播负能量；引导学生增强 网络版权意识，为用户和社会提供更有价值的互联网产品。通过实践提 高学生的专业技能，同时培养学生的社会责任感和创造力。		

总结整理	掌握短视频运营定位、内容策划、拍摄剪辑、推广引流、推广引流、流量变现、数据分析等方法，培养实际营销与运营能力，适应岗位工作要求。
------	--

六、考核标准与方式

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

总评成绩主要由两部分组成：

总评成绩=平时成绩（60%）+末考成绩（40%）

其中，各项评价指标的构成及比例如下表所示。

多元化考核	知识目标		能力目标		素质目标	
平时成绩	课后作业	20%	技能实训成绩	70%	表现与素养	10%
末考成绩	知识点考核	40%	技能实训考核	35%	拓展能力	25%
总评成绩=平时成绩×60%+末考成绩×40%						

七、学习资源的选用

本课程的教学资源主要有教学大纲、《短视频营销与运营》课程标准、PPT、教案、微课视频、课后习题答案、配套试卷、案例资源等，为教师的教学和学生的学习提供了丰富的扩展资源。

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

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

（3）通过整合各种资源，为学生创造实训实践、接触实际工作的良好资源环境，全方位推动理论联系实际，切实促进产学结合，全面提高学生的综合素质和实际应对能力，并能在各方面迅速适应社会需求。推荐十三五、十四五规划教材，还可包括国家及行业标准和规范、企业规程、职业及岗位手册、工种培训手册和职业技能鉴定手册等参考资料。

（一）主要参考教材

《短视频营销与运营》，李朝辉 程兆兆 郝倩主编，人民邮电出版社，2021

年出版。

（二）其他参考资料

《短视频策划、制作与运营》，吴锋主编，人民邮电出版社，2023 年出版。

（三）网络资源

剪映创作学堂：<https://www.capcut.cn/learning>

抖音大学：<http://douyindaxue.com>

快手大学：<https://university.kuaishou.com>

西瓜大学：<https://daxue.ixigua.com>

新片场：<https://www.xinpianchang.com>

牛片网：<https://www.6pian.cn/muhou.html?cate=6>

虎课网：<https://huke88.com/shortvideo/27-0-0-0-0-2-1-16-1>

翼狐网：<https://www.yiihuu.com/zt/premiere>

腾讯课堂：<https://ke.qq.com>

万堂学院：<https://shuyuan.taobao.com>

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

包括相关教辅材料、实训指导手册、信息技术应用、工学结合、教学实验、网络资源、仿真软件、软硬件环境、校内外实训条件、校企合作项目等的开发与利用。

（二）师资队伍

在教学队伍建设方面，建议教师在短视频创作、营销与运营等方面多进行实践锻炼，以便掌握短视频营销与运营的精髓并传授给学生。加强专业教师的业务素质，提供有利条件组织教师参加专业培训和外出学习，聘请行业企业专家定期进行交流、讲座，紧跟时代发展的步伐，提高教学队伍的教学能力。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与广州八方育世文化传媒有限公司企业合作开发。

2. 执笔：黄姣

3. 审核：卜忠群

4. 时间：2022 年 8 月 20 日

《商务谈判技能》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】商务谈判技能

【开课时间】第 4 学期

【学时/学分数】34 学时/2 学分

【课程类型】专业选修课

【授课对象】2022 级电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《商务谈判技能》是电子商务专业的一门专业技能课程，要求学生了解商务谈判技能前的准备工作和商务谈判技能策略与礼仪，掌握商务谈判技能的沟通技巧、商务谈判技能心理活动分析等，对职业能力与素养的养成起明显的促进作用。前导课程有《短视频营销实务》、《网店客服》与《电子商务实务》等，与《商务礼仪及沟通》、《电商直播技术》等课程同时开设，后续课程《电子商务物流管理》、《市场营销实务》、《销售管理》等。该课程适应文秘、营销、公关、管理等岗位的需要，涉及商务活动中谈判准备、价格谈判策略与技巧、谈判礼仪等知识，培养学生具备商务谈判技能的专业技能和素质，培养电子商务学生良好的道德素质、深厚的文化底蕴，并通过实训环节，做到理论教学与实践教学相结合，整体提升学生解决谈判问题的职业核心能力、团队合作与应变能力，以及应用基本理论对商务谈判技能活动进行管理的能力。

（二）课程任务

基于企业电子商务人员的综合职业能力培养目标，以职业岗位工作过程为导向，以情景驱动统领教学实施过程，课程共设置了 34 个学时。本课程设计以电子商务专业高职人才培养方案为依据，打破以知识传授为主要方式的传统学科课程模式，构建以模拟情景为中心的课程内容，培养学生分析解决商务谈判技能活动中实际问题的技能和职业素质，让学生完成具体情景工作任务，发展职业能力，养成良好职业习惯。本课程教学过程中，通过情景案例教学、模拟实训教学等方法构建教学方法体系，充分开发学习资源，给学生提供丰富的实践机会，

充分体现相关技术领域职业岗位的工作要求。以“学生为主体”,突出体现学生专业职业能力的培养,理论知识的讲授以必备和够用为准。实现“教”、“学”、“做”一体化、“角色”“岗位”一体化。通过本课程的学习,学生能够掌握谈判原则与模式、谈判伦理、谈判心理、谈判思维有明确认识;对商务谈判技能准备、开局策略、对付压力技巧、价格谈判技巧、签约理论与技能掌握;掌握商务谈判技能礼仪、礼节、风格理论,能够应用技巧。能够胜任商务谈判技能的相关事务,为以后从事相关工作奠定扎实基础,使学生逐步学会实际工作中所需要的职业能力,提高职业素养。

(三) 课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《电子商务实务》《网店客服》	满足基层电子商务岗位的能力需求,培养学生基本的管理理念,掌握和分析基本的市场动态,能运用相关的知识和技能解决企业在基础管理中涉及的商务活动。
本课程	《商务谈判技能》	支撑学生在基层电子商务岗位的需求,培养学生基本的经济活动中谈判的技能,能运用商务谈判技能的理论和技巧、思维方法结合实际情况进行商务谈判技能的管理活动,提高商务活动中团结协作、整合资源、严谨思考的素质能力。
后续课程	《市场营销实务》《销售管理》	支撑学生除在电子商务岗位上所需的基础技能外的拓展知识需求,培养学生从整体、全局思维的角度看待商务活动的发展和经济活动项目的管理,会运用集中优势资源、注意信息安全、团队人员协作分工等知识辅以管理和组织能力的提升。

三、课程培养目标

(一) 课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
(1) 掌握谈判和商务谈判技能的内涵及道德规范;了解商务谈判技能的几大理论基础; (2) 了解商务谈判技能的具体内容,掌握商务谈判技能具体在信息方面、人员方面、方案方面需要做的准备工作; (3) 掌握商务谈判技能具体过程和阶段;掌握谈判开场的	(1) 要求学生能做到课前预习、课中学习、课后复习和拓展的	(1) 培养健康的思想情操和忠于职守、遵纪守法的职业操守;

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>陈述技巧，了解摸底的含义和任务，掌握常用的摸底策略；了解报价的原则，掌握报价的技巧；掌握讨价还价的策略和技巧、制造僵局的策略和技巧、突破僵局和让步的原则和技巧；掌握不同条件下商务谈判技能促成的技巧；掌握结束阶段的标志，理解商务合同的含义和内容，合同订立的原则；</p> <p>（4）掌握各个阶段的战略；掌握制定商务谈判技能方案的技巧；掌握商务谈判技能的基本要领；掌握影响谈判开局的各种因素；掌握谈判的开局、摸底、报价、磋商、让步、结束阶段的具体策略；理解价格谈判的影响因素；理解价格解释和价格评论的技巧、让步策略的类型，掌握攻避御合的具体策略；理解签订经济合同需要注意的错误。</p> <p>（5）掌握激发欲望、调动对方、排除障碍的方法；掌握对待竞争者的几种策略；掌握谈话的技巧、提问的技术、回答的技巧、说服的技巧、示范的技巧、电话谈判的技巧；</p> <p>（6）掌握国际贸易诈骗的特点，理解商务谈判技能开始前、进行中、谈判后的不同陷阱；了解国际商务谈判技能中的风险类别和规避措施；</p> <p>（7）了解礼仪和商务礼仪的含义、特征及原则；掌握商务谈判技能的基本礼仪；掌握与几个主要国家或地区客户的谈判技巧与禁忌；</p> <p>（8）了解商务谈判技能团队的结构和组建要求，了解人员的素质和应具备的知识技能要求；掌握商务谈判技能的环境分析、对手分析的技巧；掌握谈判达成的推动方法。</p>	<p>学习过程活动；</p> <p>（2）课前完成教师在学习平台上发布的学习的任务和准备工作；</p> <p>（3）课中按照发布的小组项目任务完成小组作业，认真听取教师、同伴的点评，加深对知识的理解；</p> <p>（4）课后完成作业、拓展知识点的学习，完成交代的实践任务。</p>	<p>（2）学会交流合作、团结协作、谦虚谨慎的精神；</p> <p>（3）培养吃苦耐劳的工作精神和百折不挠、意志坚定的工作态度；</p> <p>（4）培养沉着冷静，有条理的处事能力的心理素质。</p> <p>（5）培养诚实守信、讲求信誉的精神；</p>

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
<p>（1）能够运用谈判和商务谈判技能的道德规范和理论基础到实务谈判中；</p> <p>（2）能够根据谈判主题做好谈判前期的准备，包括在信息方面、人员方面、方案方面需要做的准备工作；</p> <p>（3）在商务谈判技能具体过程和阶段中能够运用谈判开场的陈述技巧、摸底策略、报价的原则和技巧、讨价还价和制造僵局的策略和技巧等进行实务谈判；能够分析在不同条件下商务谈判技能促成的技巧；能够及时把握结束阶段的标志促成谈判达成；能够在合同订立的阶段订立合乎双方利益、合乎法律程序的商务合同；</p>	<p>（1）具备运用商务谈判技能理念和方法的一般能力；</p> <p>（2）进行实务商务谈判技能的能力；</p> <p>（3）具有创新的能力，对</p>	<p>（1）要求学生熟悉商务谈判技能的道德规范；</p> <p>（2）要求学生能够通过小组合作的方式模拟进行商务谈判技能；</p> <p>（3）要求学生培养良好的语言表达能，有条理的</p>

专业能力	方法能力	社会能力
<p>(4) 在商务谈判技能各个阶段能够运用具体的技巧和基本要领,能够分析影响谈判开局的各种因素;能够在谈判的开局、摸底、报价、磋商、让步、结束阶段的实施具体的策略;能够分析影响谈判价格的影响因素;能够运用合适的价格解释和价格评论技巧进行价格解释和评论;能够在攻避御合各个阶段运用具体的策略应对谈判对手。</p> <p>(5) 能够运用具体谈话的技巧、提问的技术、回答的技巧、说服的技巧、示范的技巧、电话谈判的技巧应对谈判对手;</p> <p>(6) 能够分析国际贸易诈骗的类型和特点,采取规避措施,避免陷进不同的陷阱中;</p> <p>(7) 能够在不同的商务礼仪场合中运用合适的礼仪接待谈判对方当事人;能够说出几个主要国家或地区客户的谈判技巧与禁忌;</p> <p>(8) 能够根据人员的素质和应具备的知识技能要求组建合适的商务谈判技能团队;能够分析商务谈判技能的环境、对手情况;能够运用谈判达成的推动方法促成商务谈判技能的达成。</p>	<p>设定的商务谈判技能小项目能进行整体管理和统筹谈判的能力等;</p> <p>(4) 具有以客户为中心的现代谈判观念;</p> <p>(5) 具有丰富的企业知识、产品知识、市场知识、客户知识和竞争者知识。</p>	<p>分析思路清晰,如谈判过程中与对方的洽谈等;</p> <p>(4) 要求学生培养良好商务个人礼仪,掌握商务谈判技能技巧;</p> <p>(5) 要求学生至少模拟一场,商务谈判技能的情景;</p> <p>(6) 要求学生能独立自主地处理问题、有组织应变的能力、思维和判断能力、敏锐的洞察力等。</p>

四、课程设计思路

课程名称	商务谈判技能	计划总学时	34 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	认识商务谈判技能	子情境 1: 谈判的内涵	谈判的概念、分类、谈判的内容	会区分谈判的类型与特点	2
		子情境 2: 商务谈判技能原则与理论	商务谈判技能的概念、商务谈判技能的特征和原则	谈判的原则	2
		子情景 3: 旧物交换谈判	商务谈判技能概念的认识	培养学生理解问题的能力	2
情境二	商务谈判技能准备	子情境 1: 信息和组织	理解商务谈判技能信息准备工作的重要性	具备谈判信息搜索、鉴别、整理的能力	2
		子情境 2:	熟悉谈判方案制定	能够根据谈判目标	2

		方案与模拟	的流程	安排谈判议程	
		子情景 3: 谈判准备	通过训练使学生能了解谈判准备的重要性	能懂得如何进行谈判准备	2
情境三	商务谈判技能开局	子情境 1: 商务谈判技能的开局气氛与策略	商务谈判技能开局常用方式的熟悉	营造良好谈判开局气氛的能力	2
		子情境 3: 开局气氛调节	能正确理解谈判开局的重要性	培养学生运用幽默感来进行气氛调节	2
情境四	商务谈判技能过程	子情境 1: 商务谈判技能的报价与讨价还价	讨价还价的技巧构成、谋划报价策略、价格解释策略、价格评论策略、还价策略	会根据谈判的实际情况采用不同的价格谈判策略	2
		子情境 2: 僵局与冲突的调解	制造僵局和突破僵局的技巧、让步技巧、不同条件下的促成策略	能利用讨价还价的技巧进行价格磋商, 能够分析不同环境下采用和摆脱僵局的策略	2
		子情境 3: 现场买卖谈判	冒险型、刺激型、诱发型、希望型、妥协型、危险型、虚伪型、低劣型	会根据谈判的实际情况采用不同类型的策略	2
情境五	商务谈判技能策略	子情境 1: 向对方让步的策略	掌握向对方让步的策略	具备选择、运用让步策略的能力	2
情境六	商务谈判技能成交与签约	子情境 1: 谈判的成交与签约	商务谈判技能合同的特点与构成	熟悉合同的签订及签约过程	2
		子情景 2: 案例讨论——合同的了解	让学生能了解签约时应注意的各种问题。	讨论在谈判签约时需要注意的各种问题	2
情境七	国际谈判	子情境 1:	国际贸易诈骗的特	能够识别商务谈判	2

		国际商务谈判技能	点、商务谈判技能不同阶段的“陷阱”	技能不同阶段的“陷阱”	
		子情境2: 文化差异	从他国文化、民俗中体会外国人的性格和谈判作风	能进行友好的谈判做准备	2
情景八	复习考查	复习考查	复习考查	复习考查	2

五、教学设计

学习情境一：	谈判与商务谈判技能的概念	学时	6
学习目标： 1. 了解谈判和商务谈判技能的内涵； 2. 能列举谈判和商务谈判技能的； 3. 根据谈判和商务谈判技能的内涵，知晓哪些场合适合商务谈判技能，并通过后续学习获得谈判技能。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 谈判的概念、谈判的本质 2. 商务谈判技能的概念、商务谈判技能的特征和原则 3. 商务谈判技能的理论和模型、商务谈判技能的演进过程		教材、多媒体设备、引入案例、学习通平台发布预习任务和学习任务	多媒体课 室或网络 学习平台
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
情景 1：谈判 的内涵	1. 谈判工作职责描述；2. 商务谈判技能的概念和特征；3. 商务谈判技能的类型；4. 应对谈判中的不道德行为。通过理论讲授，引入案例分析、讨论，总结观点得出谈判的相关概念	案例分析；总结理论、方法和技能；理论讲授和微课学习。	2
情景 2：商务 谈判技能原则 与理论	通过创设情景，讲述观看一个谈判视频；利用任务引出课程知识，通过理论讲授，引入案例分析、讨论，总结观点得出商务谈判技能的相关概念		2
情景 3：旧物 交换谈判	商务谈判技能概念的认识		2
总结整理	本章节内容为课程的基础内容，通过案例分析、总结、理论讲授和微课学习等教学方法提升学习效果。		

课程思政	楼市调控政策与实例（大局意识、社会责任意识） 好钢用在刀刃上（节约意识） 市场竞争（竞争意识） 计划和市场都是经济手段（坚定对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信）		
学习情境二：	商务谈判技能准备	学时	6
学习目标： 1. 理解商务谈判技能信息准备工作的重要性； 2. 熟悉谈判方案制定的流程；			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 谈判信息调查的内容 2. 商务谈判技能调查的手段 3. 具备谈判信息搜索、鉴别、整理的能力 4. 模拟谈判的重要性		教材、多媒体设备、引入案例、学习通平台发布预习任务和学习任务	多媒体课堂或网络学习平台
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
情景 1：信息和组织	谈判前的信息准备；谈判人员应具备的基本素质；谈判小组的结构与规模	案例分析；总结理论、方法和技能；理论讲授和微课学习。	2
情景 2：方案与模拟	商务谈判技能目标的确定；拟定谈判计划的要求；模拟谈判的方法与应注意的问题		2
情景 3：谈判准备	通过训练使学生能了解谈判准备的重要性		2
总结整理	本章节内容为课程的基础内容，通过案例分析、总结、理论讲授和微课学习等教学方法提升学习效果。		
课程思政	人民对美好生活的向往就是我们的奋斗目标（学习中国共产党“以人民为中心”的执政理念） 替代关系（竞争意识） 政府政策影响供给实例（大局意识、环保意识，视野拓展） 稻谷及小麦最低收购价格制度（大局意识）		
学习情境三：	商务谈判技能开局	学时	4

学习目标： 1. 了解商务谈判技能的开局； 2. 能列举商务谈判技能的报价； 3. 根据报价进行磋商； 4. 懂得如何结束谈判；			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 商务谈判技能的开局气氛的概念与类型 2. 谈判开局策略以及应考虑的因素		教材、多媒体设备、引入案例、学习通平台发布预习任务和学习任务	多媒体课室或网络学习平台
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
情景 1：谈判的开局气氛与策略	影响商务谈判技能开局气氛选择的因素；营造商务谈判技能开局气氛	案例分析；总结理论、方法和技能；理论讲授和微课学习。	2
情景 2：开局气氛调节	能正确理解谈判开局的重要性		2
总结整理	本章节内容为课程的基础内容，通过案例分析、总结、理论讲授和微课学习等教学方法提升学习效果。		
课程思政	阶梯式水、电、气价制度（节约意识） 大学生应理性消费（节约意识） 消费者权益保护法（守法意识） 消费税暂行条例及实施细则（节约意识） 青年学生必备法律知识（守法意识）		
学习情境四：	商务谈判技能过程	学时	5
学习目标： 1. 能列举商务谈判技能的报价策略； 2. 根据报价进行磋商让步策略；			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 商务谈判技能的报价，包括谋划报价、价格解释等； 2. 商务谈判技能的磋商，包括冒险型、刺激型等； 3. 商务谈判技能以攻为主的策略，包括人和		教材、多媒体设备、引入案例、学习通平台发布预习任务和学习任务	多媒体课室或网络学习平台

供赢策略等；			
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
情景 1：商务谈判技能的报价与讨价还价	会根据报价的原则运用报价技巧在谈判过程中进行合理报价	案例分析；总结理论、方法和技能；理论讲授和微课学习。	2
情景 2：僵局与冲突的调解	能利用讨价还价的技巧进行价格磋商,能够分析不同环境下采用和摆脱僵局的策略		2
情景 3：现场买卖谈判	会根据谈判的实际情况采用不同类型的让步策略		2
总结整理	本章节内容为课程的基础内容，通过案例分析、总结、理论讲授和微课学习等教学方法提升学习效果。		
课程思政	弘扬企业家精神（学习企业家精神） 大学生创业的法律常识（守法意识） 义利兼顾，以义为先（认识企业家精神） 短期生产的决策区间（节约意识） 中国制造 2025（大局意识） 生产者均衡（节约意识）		
学习情境五：	商务谈判技能策略	学时	2
学习目标： 1. 了解商务谈判技能的技巧概念和作用，包括集体谈判和个人谈判； 2. 能列举商务谈判技能的技巧； 3. 能进行肢体语言的解读； 4. 懂得如何进行文字处理；			
学习内容		教学准备	教学地点
3. 商务谈判技能的技巧概念和作用等； 4. 商务谈判技能的提问技巧、答题技巧等； 5. 商务谈判技能常见的肢体语言表达方式； 6. 商务谈判技能文字处理的含义与特征；		教材、多媒体设备、引入案例、学习通平台发布预习任务和学习任务	多媒体课堂或网络学习平台
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

情景 1：向对方让步的策略	会区分集体和个人的商务谈判技能技巧的异同	案例分析；总结理论、方法和技能；理论讲授和微课学习。	2
总结整理	本章节内容为课程的基础内容，通过案例分析、总结、理论讲授和微课学习等教学方法提升学习效果。		
课程思政	中国智能手机的市场结构（竞争意识、创新意识） 华为表态 5G 专利合理收费，不能收太低（创新意识、守法意识） 垄断竞争厂商的竞争策略（竞争意识、创新意识） “春晚”的广告威力（竞争意识） 识别不正当竞争行为（竞争意识、守法意识）		
学习情境六：	商务谈判技能成交与签约	学时	4
学习目标： 1. 熟悉合同的签订及签约过程 2. 懂得如何进行商务谈判技能的终结			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 结束谈判的技术准备 2. 商务合同的构成与签订方式 3. 商务合同的签订过程 4. 商务合同的履行		教材、多媒体设备、引入案例、学习通平台发布预习任务和学习任务	多媒体课室或网络学习平台
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
情景 1：谈判成交与签约	1. 商务谈判技能的终结 2. 商务合同的概念、特点与种类 3. 商务合同的构成	案例分析；总结理论、方法和技能；理论讲授和微课学习。	2
情景 2：合同的了解	让学生能了解签约时应注意的各种问题。		2
总结整理	本章节内容为课程的基础内容，通过案例分析、总结、理论讲授和微课学习等教学方法提升学习效果。		
课程思政	技术进步、经济体制变、新古典模型（创新意识） 坚持创新是第一动力（创新意识） 经济可持续发展（大局意识、社会责任意识、节约意识、环保意识） 绿水青山就是金山银山（大局意识、社会责任意识、环保意识） 打造统一开放、竞争有序的市场体系（大局意识、国际视野）		

学习情境七：	国际谈判	学时	4
学习目标： 1. 能够识别商务谈判技能不同阶段的“陷阱”			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 国际商务谈判技能的概念与特征 2. 跨国谈判中文化的作用		教材、多媒体设备、引入案例、学习通平台发布预习任务和学习任务	多媒体课堂或网络学习平台
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
情景 1：国际商务谈判技能	国际贸易诈骗的特点、商务谈判技能不同阶段的“陷阱”	案例分析；总结理论、方法和技能；理论讲授和微课学习。	2
情景 2：文化差异	从他国文化、民俗中体会外国人的性格和谈判作风		2
总结整理	本章节内容为课程的基础内容，通过案例分析、总结、理论讲授和微课学习等教学方法提升学习效果。		
课程思政	人均 GDP 超 1 万美元是什么水平？（爱国意识，增强对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信和民族自信，撸起袖子加油干，发展才是硬道理）		
学习情境八：	复习考查	学时	2
学习目标： 复习考查			
学习内容		教学准备	教学地点
复习考查		教材、多媒体设备、试卷等	多媒体课堂或网络学习平台
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

情景 1：复习考查	复习考查	试卷	2
总结整理	本章节内容为课程的复习考查内容。		
课程思政	爱国意识，增强对中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信和民族自信，撸起袖子加油干，发展才是硬道理		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重(%)
	知识目标	能力目标		
情境一	掌握谈判和商务谈判技能的内涵及道德规范；了解商务谈判技能的几大理论基础；	能够运用谈判和商务谈判技能的道德规范和理论基础到实务谈判中；	平时学习过程评价、试卷笔试考核	10%
情境二	了解商务谈判技能的具体内容，掌握商务谈判技能具体在信息方面、人员方面、方案方面需要做的准备工作；	能够根据谈判主题做好谈判前期的准备，包括在信息方面、人员方面、方案方面需要做的准备工作；	平时学习过程评价、仿真模拟演练、试卷笔试考核	15%
情境三	掌握商务谈判技能具体过程和阶段；掌握谈判开场的陈述技巧，了解摸底的含义和任务，掌握常用的摸底策略；了解报价的原则，掌握报价的技巧；掌握讨价还价的策略和技巧、制造僵局的策略和技巧、突破僵局和让步的原则和技巧；掌握不同条件下商务谈判技能促成的技巧；掌握结束阶段的标志，理解商务合同的含义和内容，合同订立的原则；	在商务谈判技能具体过程和阶段中能够运用谈判开场的陈述技巧、摸底策略、报价的原则和技巧、讨价还价和制造僵局的策略和技巧等进行实务谈判；能够分析在不同条件下商务谈判技能促成的技巧；能够及时把握结束阶段的标志促成谈判达成；能够在合同订立的阶段订立合乎双方利益、合乎法律程序的商务合同；	平时学习过程评价、仿真模拟演练、试卷笔试考核	20%
情境四	掌握各个阶段的战略；掌握制定商务谈判技能方案的技巧；掌握商务谈判技能的基本要领；掌握影响谈判开局的各种	在商务谈判技能各个阶段能够运用具体的技巧和基本要领，能够分析影响谈判开局的各种因素；能够	平时学习过程评价、仿真模拟演练、试卷笔	20%

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重(%)
	知识目标	能力目标		
	因素；掌握谈判的开局、摸底、报价、磋商、让步、结束阶段的具体策略；理解价格谈判的影响因素；理解价格解释和价格评论的技巧、让步策略的类型，掌握攻避御合的具体策略；理解签订经济合同需要注意的错误。	在谈判的开局、摸底、报价、磋商、让步、结束阶段的实施具体的策略；能够分析影响谈判价格的影响因素；能够运用合适的价格解释和价格评论技巧进行价格解释和评论；能够在攻避御合各个阶段运用具体的策略应对谈判对手。	试考核	
情境五	掌握激发欲望、调动对方、排除障碍的方法；掌握对待竞争者的几种策略；掌握谈话的技巧、提问的技术、回答的技巧、说服的技巧、示范的技巧、电话谈判的技巧；	能够运用具体谈话的技巧、提问的技术、回答的技巧、说服的技巧、示范的技巧、电话谈判的技巧应对谈判对手；	平时学习过程评价、仿真模拟演练、卷笔试考核	10%
情境六	掌握国际贸易诈骗的特点，理解商务谈判技能开始前、进行中、谈判后的不同陷阱；国际商务谈判技能风险类别和规避措施；	能够分析国际贸易诈骗的类型和特点，采取规避措施，避免陷进不同的陷阱中；	平时学习过程评价、仿真模拟演练、卷笔试考核	15%
情境七	了解礼仪和商务礼仪的含义、特征及原则；掌握商务谈判技能的基本礼仪；掌握与几个主要国家或地区客户的谈判技巧与禁忌；	能够在不同的商务礼仪场合中运用合适的礼仪接待谈判对方当事人；能够说出几个主要国家或地区客户的谈判技巧与禁忌；	平时学习过程评价、仿真模拟演练、卷笔试考核	10%
合计				100%

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《商务谈判实务》，胡海主编，北京邮电大学出版社，2023年出版，版本：第1版。

（二）其他参考资料

（1）《商务谈判技能》，庞爱玲主编，大连理工大学和高教出版社出版，2018

年出版。

(2)《商务谈判技能》,徐文、谷泓、陈洁主编,中国人民大学出版社,2018年出版,版本:第3版。

(3)《商务谈判技能》,付强主编,上海财经大学出版社出版,2015年出版,版本:第2版。

(4)《商务谈判技能》,张强、钟峥、杨明娜、傅剑波主编,中国人民大学出版社,2012年出版,版本:第3版。

(5)《商务谈判技能》,周延波主编,科学出版社,2010年出版。

重要学术期刊与相关论文:

(1)沈晶.商务谈判技能技巧在企业中的应用[J].中国商论,2018(30):148-149。

(2)郗轶君.原则式谈判在国际商务谈判技能中的应用探讨[J].经贸实践,2018(20):223。

(3)中国与新西兰自贸协定升级谈判结束政府采购章节[J].中国政府采购,2018(10):8。

(4)王玥.商务礼仪的重要性分析及其提升策略研究[J].才智,2018(29):209-210。

(5)吴美清,王明霞.跨国文化礼仪在国际商务谈判技能中的运用策略探索[J].产业与科技论坛,2018,17(18):226-227。

(6)洪明海.浅析进口机电设备的商务谈判技能策略与技巧[J].中国管理信息化,2018,21(18):131-132。

(7)吴双双.高职商务谈判技能课程创客课堂的教学设计探讨[J].科教文汇(上旬刊),2018(09):91-92。

(8)王佳铭,许鸿敏.违反合作原则视角下国际商务谈判技能语用策略[J].英语广场,2018(02):61-62。

(9)金翰钧.浅谈语用原则在国际商务谈判技能中的应用[J].经贸实践,2018(02):318。

(10)高媛,王涛.TISA框架下数字贸易谈判的焦点争议及发展趋向研判[J].国际商务(对外经济贸易大学学报),2018(01):149-156。

(三) 网络资源

(1)蓝墨云班课 <https://www.mosoteach.cn/>

- (2) 中国公关网 <http://www.chinapr.com.cn/>
- (3) 中国礼仪网 <http://www.welcome.org.cn/>
- (4) 市场部网 <http://www.shichangbu.com/>
- (5) 全国经济管理学校工业技术学研究会沟通与谈判委员会
<http://www.tanpanwang.com/newsxx.aspx?news1x=2&newsid=270>
- (6) 中国演讲网 <http://www.yanjiang.com.cn/>
- (7) 演讲与口才网 <http://www.koucai.com/>

八、课程资源的开发与利用

(一) 合作开发

2016 年教育部办公厅印发《关于做好〈高等职业学校专业教学标准〉修（制）订工作的通知》，要求坚持就业导向，明确规格定位，坚持工学结合，注重知行合一。以现代电子商务职业能力培养为核心，瞄准企业人、财、物管理的需求进行课程改造，邀请行业企业专家共同修订人才培养方案，与广州新锐教育等企业合作进行课程开发与设计，按照基础性、规范性、可操作性等原则，对现行的高职专业教学标准进行修订和完善。

(二) 师资队伍

项 目	要 求
双师素质结构	按 4: 1 比例配备专职、兼职教师。聘请电子商务经理人以讲座、职业训练等方式展开教学。获得高级职业技能证书具有双师素质教师的比例 60%以上；胜任课程建设与教学改革、科研等工作。
学历与职称	专任教师中具有研究生学位的教师比例达到 50%以上，专任教师职称要求高级职称教师达到 20%以上。
经验/从教能力	专任教师具有一年以上的本行业企业实践经历或三年内参加行业企业实践时间累计达到三个月以上；熟悉行业企业岗位的工作流程和典型工作任务，具有较强的组织管理能力。具有较强的语言表达能力和数字素养，具备专业课程的教学能力和实践教学能力，能够立足行业企业岗位进行课程建设与校企合作课程开发，承担本专业核心课程及管理专业相关教学任务。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与广州新锐教育等企业合作开发。
2. 执笔：叶嘉敏
3. 审核：卜忠群
4. 时间：2024 年 2 月 20 日

《农产品市场营销》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】农产品市场营销

【开课时间】第 4 学期

【学时/学分数】34 学时/2 学分

【课程类型】专业选修课

【授课对象】2022 级电子商务专业（新农人方向）

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《市场营销实务》是高职院校电子商务专业（新农人方向）的一门选修课，本课程的功能在于让学生能够领悟营销，进行组织营销团队、行业背景分析、市场定位、制定背景行业营销策略和总结营销管理工作，从而使学生具备从事市场营销及企业管理的基本职业能力，并为后续学习专门化课程作前期准备。本学习领域课程是电子商务专业学生学习营销活动策划、促进销售、商务谈判技术、销售技巧、客户关系维护与处理等专业学习领域课程的基础。

（二）课程任务

本课程的总体设计思路是：打破以知识传授为主要特征的传统课程教学模式，以完成制定的工作任务为教学内容，以业务员岗位工作流程为顺序来组织教学过程，把课程内容整合成组织营销团队、行业背景分析、市场定位、制定背景行业营销策略和总结营销管理工作等相互关联的五个项目，每个项目下又根据实际工作需要划分为若干工作任务目，工作任务下又设计了具体的操作步骤，即一个个更为具体的工作任务，构建了集理论、方法、实训操作为一体的教学内容体系。以校内模拟的实训室和校外实习实训基地作为主要教学场所，采用任务驱动、项目导向等教学模式，灵活运用案例分析、分组讨论、角色扮演、启发引导、实训体验等教学方法，做到在学中做、做中学。学生以活动为载体，从信息的收集、方案的设计与实施，到完成后的评价，都自主负责。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合、课堂参与与课前准备相结合、课内学习与课外实践相结合，重点评价学生态度和职业能力。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
--	------	----

	课程名称	作用
前导课程	电子商务实务、农产品网络营销	使学生明确管理的各项职能、管理的任务、程序和方法，树立科学的管理思想，培育工匠精神。掌握管理的基本理论，科学的管理程序和方法，从而提高分析问题与解决问题的能力，形成基层管理岗位所需要的综合管理技能与素质。
本课程	农产品市场营销	以电子商务专业学生将可能进入的相关工作岗位——销售管理岗位、企业企划部专员岗位为基点，以该类岗位的工作任务和职业能力分析为依据设计本课程。学生以模拟角色和公司的形式，采用项目导向、任务驱动，“教、学、做”三者结合、以“做”为主的教学方式。培养吃苦耐劳的精神，使学生掌握个人与团队管理的基本思路和基本方法与技巧，并能按要求进行实训。
后续课程	岗位实习	通过组织学生到企业参加工作实践，使不具有独立操作能力、不能完全适应实习岗位要求的学生在专业人员指导下部分参与实际辅助工作的实践教学，学生在真实岗位中完成具体的工作任务，把所学的知识与技能运用到真实的工作岗位中，学生在岗位实习中具有“学生”和“准员工”双重身份。

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
1. 正确认识市场营销的本质； 2. 掌握市场营销的核心概念； 3. 树立科学的市场营销观；明确市场营销管理的实质； 4. 认识市场营销环境的重要性；把握市场营销环境的构成； 5. 掌握 SWOT 分析法； 6. 理解市场细分的实质； 7. 熟悉市场细分的程序与方法； 8. 理解目标市场选择的适合条件； 9. 掌握产品生命周期；	1. 营销工作人员应对市场营销等相关概念有基本的认识，并能正确分析不同营销理念的形成过程、优缺点以及使用环境，同时能根据环境的变化，适应新的营销理念要求； 2. 有了基本的营销概念后，应能对市场营销环境信息进行收集与分析，主要包括市场营销环境信息的构成、收集方法，并能运用 SWOT 分析方法来寻求市场机会； 3. 通过 SWOT 分析，发现了市场机会，就应根据企业的目	1. 给自己规划一个满意的职业生涯。培养学生热爱营销管理工作，并全身心地投入，把营销作为自己的事业而非仅仅是职业。 2. 培养学生的团队意识、大局意识和竞争意识，善于发现组织中存在的问题。 3. 培养学生的效率意识和合作精神，构建的销售组织必须是一个高效的团队。 4. 培养学生的效益意识，团队工作以提高经济效益为中心。

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
10. 理解新产品开发与市场进入的阶段策略； 11. 熟悉品牌策略的优劣与策略制定、品牌定位的原则与方法； 12. 了解产品定价过程与定价方法的运用； 13. 理解价格调整策略的使用条件； 14. 了解分销渠道的类型 15. 理解市场营销各环节的设计要点； 16. 熟悉市场营销的决策内容； 17. 了解营销方案的框架与构成； 18. 理解营销方案的重点内容要素；	标、资源与实力条件、和竞争对手的状况选择适合企业自身的目标市场，并明确其定位； 4. 选择目标市场与定位后，就应采取相应的销策略来实现营销目标。营销策略有很多，如产品策略、价格策略、渠道策略与促销策略等，不同的目标市场，就会有不同的营销组合策略； 5. 上述基本工作准备充分后，就需要有组织做保障。因此，必须设置营销组织、配备相应的人员来执行各项营销策略，实现营销目标。不过，不是任何目标都能顺利实现的，在实现过程中，会存在一定的偏差，这就需要对执行活动进行控制。	5. 培训学生的责任意识，培训既是个人发展的需要，也是团队发展的需要。 6. 树立公平、公正、公开的思想，有效协调团队成员行为。绩效考核对事不对人。 7. 培养学生“客户是企业重要资源”的思想，加强与客户沟通。 8. 培养学生忠诚企业的意识，只有忠诚的员工才会有忠诚的客户。 9. 培养学生的服务意识，标准跟进客户服务。 10. 培养学生与时俱进的进取精神。

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
1. 正确认识市场营销的本质，树立科学的市场营销观； 2. 认识市场营销环境的重要性，并掌握市场营销环境的构成；掌握商机的基本特征及发现商机的具体方法；明确消费者购买行为决策的具体过程； 3. 掌握市场细分的标准与方法；掌握目标市场营销策略的主要类型及其影响因素；掌握市场定位的基本方法；	1. 能分析指定产品所面临的微宏观环境、竞争状况和目标消费者的购买行为特征；能测算指定产品的市场容量； 2. 能根据市场和产品情况选择相应的目标市场；确定合适的产品的卖点或定位； 3. 能设计产品的附加价值和设计产品品牌名称； 4. 能识别竞争对手产品的价	1. 促进学生在诚实做人、踏实做事、专业信心等方面的基本品性素质； 2. 促进学生的自然的言谈举止、坦然的心态、让人喜欢与赢得尊重的交往素质； 3. 促进学生追求目标的毅力，包括职业定

专业能力	方法能力	社会能力
4. 掌握产品的整体概念、产品组合的策略；掌握产品生命周期理论及其营销策略；理解产品的附加价值和产品品牌的内涵； 5. 掌握定价的基本方法，理解各种常用的定价政策；识别竞争对手产品的价格策略以及应变策略； 6. 明确分销渠道的基本模式与类型，掌握分销渠道决策的步骤与方法； 7. 掌握面向中间商、消费者的促销策略；确定合适的促销主题及促销计划；掌握市场营销策划活动方案的基本内容；	格策略并为产品制定合适的价格； 5. 能分析产品的渠道模式，并对指定产品设计合适的分销通路模式； 6. 能设计有效的面向中间商、消费者的营业推广方案；确定合适的广告宣传主题及媒体宣传计划；能根据要求完成完整的市场营销策划活动方案制定；	位、个人规划、挫折承受力等专业必备素质； 4. 帮助学生树立勤奋敬业、持之以恒、积极进取、自强不息的向上的精神素质； 5. 促成学生的洞察力、应变思维、创造性意识、影响他人等的能力素质。

四、课程设计思路

课程名称	市场营销实务	计划总学时	34 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	组织营销团队	子情境 1-1： 揭开市场营销的面纱	1. 营销要素及流程； 2. 营销与推销。	1. 掌握营销要素及流程。以一项真实任务引导进行情境模拟，以成功案例进行对比，填写营销的相关要素及流程表； 2. 区别营销与推销。收集日常生活中的企业营销案例，判断哪些属于推销行为，哪些是营销活动。	2
		子情境 1-2： 确立团队的营销理念	1. 企业营销理念。	1. 说出 5 种企业营销理念。 2. 分析不同理念指导下的企业营销案例。	2

		子情境 1-3: 市场营销组织实训	1. 了解市场营销组织的类型; 2. 掌握市场营销的职能与人员要求; 3. 掌握市场营销管理的任务。	能根据营销目标设计合适的营销组织, 分配营销管理任务, 匹配工作人员, 形成相应的营销职能。	2
情境二	分析背景行业	子情境 2-1: 分析背景行业的营销环境	1. 掌握微观营销环境构成; 2. 掌握中观营销环境构成; 3. 掌握宏观营销环境构成。	能区分营销环境各构成因素对快递业的影响, 并领悟影响的传递机制。	4
		子情境 2-2: 购买行为分析	1. 掌握消费者市场购买行为分析; 2. 掌握组织市场购买行为分析。	能根据购买者行为的特点、过程等因素对快递业的影响, 领悟并能分析其影响的传递机制。	4
情境三	进行行业市场定位	子情境 3-1: 市场细分	1. 掌握市场细分的标准; 2. 掌握市场细分的方法与程序; 3. 理解市场细分的原则。	能运用市场细分的标准对背景行业市场进行细分。	2

		子情境 3-2: 目标市场选择	1. 评估背景行业细分市场。评估背景行业细分市场的规模、市场发展状况、市场结构、企业目标与资源等; 2. 选择背景行业目标市场。在掌握细分市场选择的 5 种模式的基础上, 为背景企业选择一种模式进入细分市场。	1. 评估背景行业细分市场。评估背景行业细分市场的规模、市场发展状况、市场结构、企业目标与资源等; 2. 选择背景行业目标市场。在掌握细分市场选择的 5 种模式的基础上, 为背景企业选择一种模式进入细分市场。	2
		子情境 3-3: 市场定位	1. 掌握市场定位的方法; 2. 掌握市场定位的过程; 3. 理解市场定位的策略。	能根据目标市场顾客的特点及其竞争对手的定位策略, 对企业自选的目标市场进行定位。	2
情境四	制定行业的营销策略	子情境 4-1: 产品与客户服务策略	1. 背景企业产品品牌策划; 2. 背景企业产品包装策划; 3. 背景企业新产品开发创意; 4. 背景企业客户服务策略。在掌握基本客户服务策略的基础上, 为背景企业提供新的客户服务策略。	1. 为背景企业选择品牌化决策、品牌使用者决策、家族品牌决策、品牌扩展决策、多品牌决策、新品牌决策、品牌再定位决策等其中一种产品品牌策略。 2. 决定背景企业产品包装的主要功能, 决定包装定位, 选择包装策略。 3. 在掌握新产品构思方法的基础上, 为背景企业进行新产品开	2

				发创意 4. 在掌握基本客户服务策略的基础上，为背景企业提供新的客户服务策略	
		子情境 4-2： 定价策略	1. 制定背景企业产品定价策略； 2. 为背景企业的产品定价。	1 根据背景行业及企业资料，制定产品定价策略。分别按成本导向、需求导向、竞争导向确定合理价格，并设计具有吸引力的价格策略。 2. 在选择定价目标、估计企业成本、分析竞争者价格和产品以及影响定价的要素基础上，选择定价方法，确定背景企业产品的价格	4
		子情境 4-3： 分销、促销策略	广告内容创意； 2. 广告媒体选择； 3. 广告效果评价。	1. 依据一定的广告表现形式及主题，为背景企业创作广告脚本； 2. 在评价各种媒体的特性基础上，决定背景企业广告的媒体组合以及传播时序； 3. 评价背景企业广告的沟通效果及销售效果。	4
情境五	总结营销管理工作	子情境 5-1： 总结营销管理工作	1. 营销组合的制定、执行与控制； 2. 营销战略的制定； 3. 营销计划、实施和	1. 掌握营销组合的制定、执行与控制； 2. 掌握营销战略的制定；	4

			控制。	3. 掌握营销计划、实施和控制。	
--	--	--	-----	------------------	--

五、教学设计

学习情境 1:	组织营销团队	学时	6
学习目标: 1. 正确认识市场营销的本质; 2. 掌握市场营销的核心概念; 3. 树立科学的营销观; 明确市场营销管理的实质; 4. 具有描述营销及营销理念的能力。			
学习内容	教学准备		教学地点
1. 揭开市场营销的面纱; 2. 确立团队的营销观念; 3. 设计市场营销组织。	案例、PPT、教案、线上资源、手机或笔记本电脑		多媒体教室或网络学习平台
教学组织 步骤	教学内容	教学方法 建议	学时分配
一、组织教学: 通过分享新闻时事,凝聚学生注意力,提高学习兴趣,导入课程。 二、导入新课: 三、讲授新课 四、课堂小结 1. 子任务课堂测评情况 2. 学生自我总结 (1) 知识目标实现情况; (2) 能力目标实现情况; (3) 核心原理或概念把握程度。 五、布置作业 巩固所学。	任务 1: 揭开市场营销的面纱	结合热点案例引入,以学生为中心的任务驱动时,通过小组合作、案例分析和运用线上互动资源完成项目任务	2
一、组织教学: 通过分享新闻时事,凝聚学生注意力,提高学习兴趣,导入课程。 二、导入新课: 三、讲授新课	任务 2: 确立团队的营销理念		2

<p>四、课堂小结</p> <p>1. 子任务课堂测评情况</p> <p>2. 学生自我总结</p> <p>（1）知识目标实现情况；</p> <p>（2）能力目标实现情况；</p> <p>（3）核心原理或概念把握程度。</p> <p>五、布置作业</p> <p>巩固所学。</p>			
<p>一、组织教学：</p> <p>通过分享新闻时事，凝聚学生注意力，提高学习兴趣，导入课程。</p> <p>二、导入新课：</p> <p>三、讲授新课</p> <p>四、课堂小结</p> <p>1. 子任务课堂测评情况</p> <p>2. 学生自我总结</p> <p>（1）知识目标实现情况；</p> <p>（2）能力目标实现情况；</p> <p>（3）核心原理或概念把握程度。</p> <p>五、布置作业</p> <p>巩固所学。</p>	任务 3：市场营销组织实训		2
思政元素	聚焦电商伦理与法规，培养诚信经营意识，强化数据分析与创新能力，引导学生树立正确价值观，助力电商行业健康发展，实现个人价值与社会责任的双赢。		
总结整理	市场营销经过一个多世纪的发展，经历了生产观念、产品观念、推销观念、市场营销观念和社会营销观念等发展阶段，其思想仍在不断发展之中，关系营销、绿色营销、整合营销和网络营销等新观念纷纷涌现，并引起人们的关注。		

学习情境 2：	时间管理	学时	4
----------------	------	-----------	---

学习目标： 1. 认识市场营销环境的重要性； 把握市场营销环境的构成； 2. 掌握 SWOT 分析法； 3. 掌握商机的基本特征与发现商机的方法； 4. 具有商机分析的能力。			
学习内容	教学准备	教学地点	
1. 认识营销环境； 2. 分析购买者行为； 3. 设计调研方案； 4. 识别企业发展的商机。	案例、PPT、教案、线上资源、手机或笔记本电脑	多媒体课室或网络学习平台	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法 建议	学时分配
一、组织教学： 通过分享新闻时事，凝聚学生注意力，提高学习兴趣，导入课程。 二、导入新课： 三、讲授新课 四、课堂小结 1. 子任务课堂测评情况 2. 学生自我总结 （1）知识目标实现情况； （2）能力目标实现情况； （3）核心原理或概念把握程度。 五、布置作业 巩固所学。	任务 4：分析背景行业的营销环境	结合热点案例引入，以学生为中心的任务驱动时，通过小组合作、案例分析和运用线上互动资源完成项目任务	2
一、组织教学： 通过分享新闻时事，凝聚学生注意力，提高学习兴趣，导入课程。 二、导入新课： 三、讲授新课 四、课堂小结 1. 子任务课堂测评情况 2. 学生自我总结	任务 5：购买行为分析		2

(1) 知识目标实现情况; (2) 能力目标实现情况; (3) 核心原理或概念把握程度。 五、布置作业 巩固所学。			
思政元素	通过案例引入,明晰市场营销定义及要素,辨析市场营销分类,对比市场营销与传统商务。培养诚信经营、创新思维,强化数据分析,树立法治观念,助力学生成为有责任感、有担当的电商人才。		
总结整理	市场营销环境是一切从事市场营销实务工作的基础。没有市场营销环境,就不可能产生正确的市场营销决策。为了做好市场营销环境分析工作,首先必须要了解这些环境的对象。		

学习情境3:	进行行业市场定位	学时	6
学习目标: 1. 认识影响顾客购买行为的主要因素及购买决策过程; 2. 了解市场细分的变量标准; 3. 理解市场细分的实质; 4. 熟悉市场细分的程序与方法; 5. 理解目标市场选择的适合条件; 6. 熟悉目标市场进入的方式与途径; 7. 具有商机选择的能力。			
学习内容	教学准备		教学地点
1. 细分市场; 2. 选择目标市场; 3. 对进入的目标市场进行定位。	案例、PPT、教案、线上资源、手机或笔记本电脑		多媒体 课室或 网络学 习平台
教学组织 步骤	教学内容	教学方法 建议	学时分配

<p>一、组织教学： 通过分享新闻时事，凝聚学生注意力，提高学习兴趣，导入课程。</p> <p>二、导入新课：</p> <p>三、讲授新课</p> <p>四、课堂小结</p> <p>1. 子任务课堂测评情况</p> <p>2. 学生自我总结</p> <p>（1）知识目标实现情况；</p> <p>（2）能力目标实现情况；</p> <p>（3）核心原理或概念把握程度。</p> <p>五、布置作业</p> <p>巩固所学。</p>	任务 6：市场细分	结合热点案例引入，以学生为中心的任	2
<p>一、组织教学： 通过分享新闻时事，凝聚学生注意力，提高学习兴趣，导入课程。</p> <p>二、导入新课：</p> <p>三、讲授新课</p> <p>四、课堂小结</p> <p>1. 子任务课堂测评情况</p> <p>2. 学生自我总结</p> <p>（1）知识目标实现情况；</p> <p>（2）能力目标实现情况；</p> <p>（3）核心原理或概念把握程度。</p> <p>五、布置作业</p> <p>巩固所学。</p>	任务 7：目标市场选择	务驱动时，通过小组合作、案例分析和运用线上互动资源完成项目任务	2
<p>一、组织教学： 通过分享新闻时事，凝聚学生注意力，提高学习兴趣，导入课程。</p> <p>二、导入新课：</p> <p>三、讲授新课</p> <p>四、课堂小结</p> <p>1. 子任务课堂测评情况</p> <p>2. 学生自我总结</p>	任务 8：市场定位		2

(1) 知识目标实现情况; (2) 能力目标实现情况; (3) 核心原理或概念把握程度。 五、布置作业 巩固所学。			
思政元素	树立诚信经营、合作共赢理念,分析阿里巴巴等典型案例,培养学生市场洞察力与责任感,助力电商行业健康发展。		
总结整理	不同的阶段有其不同的特点,企业为此应采取不同的营销策略。产品策略的内涵很丰富,除了产品本身外,还有品牌策略、包装策略以及伴随产品的客户服务策略。		

学习情境 4:	制定行业的营销策略	学时	10
学习目标: 1. 了解产品整体的内容构成; 2. 了解产品与客户服务定位的内容、途径与可选方案; 3. 掌握产品生命周期; 4. 理解新产品开发与市场进入的阶段策略; 5. 熟悉品牌策略的优劣与策略制定、品牌定位的原则与方法; 6. 了解产品定价过程与定价方法的运用; 7. 理解价格调整策略的使用条件; 8. 了解分销渠道的类型理解分销渠道设计、开发与管理的内容; 9. 理解促销策略的构成要素。 10. 熟悉促销策略的运用及费用预算;熟悉促销效果的评估要点; 11. 具有商机策划的能力。			
学习内容	教学准备		教学地点

1. 制定产品与客户服务策略 2. 制定价格策略 3. 制定分销策略 4. 制定促销策略	案例、PPT、教案、线上资源、手机或笔记本电脑	多媒体 课室或 网络学 习平台	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法 建议	学时分 配
一、组织教学： 通过分享新闻时事，凝聚学生注意力，提高学习兴趣，导入课程。 二、导入新课： 三、讲授新课 四、课堂小结 1. 子任务课堂测评情况 2. 学生自我总结 （1）知识目标实现情况； （2）能力目标实现情况； （3）核心原理或概念把握程度。 五、布置作业 巩固所学。	任务 9：产品与 客户服务策略	结合热点 案例引入， 以学生为 中心的任 务驱动时， 通过小组 合作、案例	2
一、组织教学： 通过分享新闻时事，凝聚学生注意力，提高学习兴趣，导入课程。 二、导入新课： 三、讲授新课 四、课堂小结 1. 子任务课堂测评情况 2. 学生自我总结 （1）知识目标实现情况； （2）能力目标实现情况； （3）核心原理或概念把握程度。 五、布置作业 巩固所学。	任务 10：定价策 略	分析和运 用线上互 动资源完 成项目任 务	4

<p>一、组织教学： 通过分享新闻时事，凝聚学生注意力，提高学习兴趣，导入课程。</p> <p>二、导入新课：</p> <p>三、讲授新课</p> <p>四、课堂小结</p> <p>1. 子任务课堂测评情况</p> <p>2. 学生自我总结</p> <p>（1）知识目标实现情况；</p> <p>（2）能力目标实现情况；</p> <p>（3）核心原理或概念把握程度。</p> <p>五、布置作业</p> <p>巩固所学。</p>	任务 11：分销、促销策略		4
思政元素	培养学生具备市场分析、策略规划与执行的能力，同时树立法治观念，遵守网络营销的法律法规，助力企业健康发展和个人职业素养的提升。		
总结整理	掌握如何进行市场营销。		

学习情境 5：	总结营销管理工作	学时	4
<p>学习目标：</p> <p>1. 了解市场营销过程；</p> <p>2. 理解市场营销各环节的设计要点；</p> <p>3. 熟悉市场营销的决策内容；</p> <p>4. 了解营销方案的框架与构成；</p> <p>5. 理解营销方案的重点内容要素；</p> <p>6. 熟悉营销方案的格式与创意设计；</p> <p>7. 具有商机经营实战的能力。</p>			
学习内容	教学准备	教学地点	

1. 从战略角度总结企业市场营销活动的发展 2. 从战术角度总结企业市场营销活动的发展		案例、PPT、教案、线上资源、手机或笔记本电脑	多媒体课室或网络学习平台	
教学组织 步骤		教学内容	教学方法 建议	学时分 配
一、组织教学： 通过分享新闻时事，凝聚学生注意力，提高学习兴趣，导入课程。 二、导入新课： 三、讲授新课 四、课堂小结 1. 子任务课堂测评情况 2. 学生自我总结 （1）知识目标实现情况； （2）能力目标实现情况； （3）核心原理或概念把握程度。 五、布置作业 巩固所学。		任务 12: 总结营 销管理工作	结合热点 案例引入， 以学生为 中心的任 务驱动时， 通过小组 合作、案例 分析和运 用线上互 动资源完 成项目任 务	4
思政元素		强调诚信支付、资金安全与个人隐私保护的重要性。培养学生具备现代支付观念，遵守支付法规，提升网络安全意识，为构建安全、便捷的支付环境贡献力量。		
总结整理		掌握营销的整个流程。		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 1	1. 揭开市场营销的面纱； 2. 确立团队的营销观念； 3. 设计市场营销组	1. 正确认识市场营销的本质； 2. 掌握市场营销的核心概念； 3. 树立科学的市场营销	实训及考试	15

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
	织。	观；明确市场营销管理的实质； 4. 具有描述营销及营销理念的能力。		
情境 2	1. 认识营销环境； 2. 分析购买者行为； 3. 设计调研方案； 4. 识别企业发展的商机。	1. 认识市场营销环境的重要性； 把握市场营销环境的构成； 2. 掌握 SWOT 分析法； 3. 掌握商机的基本特征与发现商机的方法； 4. 具有商机分析的能力。	实训及考试	20
情境 3	1. 细分市场； 2. 选择目标市场； 3. 对进入的目标市场进行定位。	1. 认识影响顾客购买行为的主要因素及购买决策过程； 2. 了解市场细分的变量标准； 3. 理解市场细分的实质； 4. 熟悉市场细分的程序与方法； 5. 理解目标市场选择的适合条件； 6. 熟悉目标市场进入的方式与途径； 7. 具有商机选择的能力。	实训及考试	15
情境 4	1. 制定产品与客户服务策略； 2. 制定价格策略； 3. 制定分销策略；	1. 了解产品整体的内容构成； 2. 了解产品与客户服务定位的内容、途径与可选方	实训及考试	35

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
	4. 制定促销策略。	案； 3. 掌握产品生命周期； 4. 理解新产品开发与市场进入的阶段策略； 5. 熟悉品牌策略的优劣与策略制定、品牌定位的原则与方法； 6. 了解产品定价过程与定价方法的运用； 7. 理解价格调整策略的使用条件； 8. 了解分销渠道的类型理解分销渠道设计、开发与管理的內容； 9. 理解促销策略的构成要素。 10. 熟悉促销策略的运用及费用预算；熟悉促销效果的评估要点； 11. 具有商机策划的能力。		
情境 5	1. 从战略角度总结企业市场营销活动的发展 2. 从战术角度总结企业市场营销活动的发展	1. 了解市场营销过程； 2. 理解市场营销各环节的设计要点； 3. 熟悉市场营销的决策内容； 4. 了解营销方案的框架与构成； 5. 理解营销方案的重点内容要素； 6. 熟悉营销方案的格式与创意设计； 7. 具有商机经营实战的能	实训及考试	15

学习情境	考核点		建议考核 评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
		力。		
合计				100

七、学习资源的选用

(一) 主要参考教材

[1] 郭国庆. 营销理论发展史[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2012.

[2] 菲利普·科特勒, 凯文·莱恩·凯勒. 营销管理[M]. 14 版. 北京: 中国人民大学出版社, 2012.

[3] Charles W·Lamb. 市场营销学. 3 版. 北京: 机械工业出版社, 2010.

(三) 网络资源

(1) 第一营销网 <http://www.yingxiao360.com/>

(2) 中国营销网 <http://www.hizcn.com/>

(3) 中国营销传播网 <http://www.emkt.com.cn/>

(4) 销售网 <http://www.xiaoshou.cn/>

(5) <http://www.cnnic.net.cn/> 中国互联网信息中心

(6) <http://淘宝大学.com/>

八、课程资源的开发与利用

(一) 合作开发

包括相关教辅材料、实训指导手册、信息技术应用、工学结合、教学实验、网络资源、仿真软件、软硬件环境、校内外实训条件、校企合作项目等的开发与利用。

(二) 师资队伍

任课老师应热爱教师岗位, 本科以上学历, 中级以上职称, 拥有高等学校教师资格证、有较高的课堂组织能力、课程设计(开发)及教科研能力。课程要求实行 1: 1 教学, 即由一位专职教师和一位校外兼职教师共同完成教学任务。

专职教师: 具有一定的市场营销专业知识能力, 熟悉营销岗位要求, 能胜任营销专业基础课和专业课的教学和科研能力, 能为学生做示范, 有创新能力, 有团队合作精神, 有良好的师德, 热爱教学工作, 具有高校教师资格证及本专业相关的专业职称资格。

兼职教师：行业企业从事营销相应岗位工作，具有相关工作的丰富经历，具备较强的专业技能，熟悉工作流程，热心教育，能胜任市场营销专业一体化课程教学任务及指导学生实习实训。

九、其它说明

1. 本课程标准由人力资源管理专业教研室与企业合作开发。
2. 执笔：周倩
3. 审核：卜忠群
4. 时间：2024 年 2 月 20 日

《电商广告设计（CorelDRAW/AI）》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】电商广告设计（CorelDRAW/AI）

【开课时间】第 5 学期

【学时/学分数】64 学时/3.5 学分

【课程类型】专业技能课

【授课对象】2022 级电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

图像处理作为平面设计领域的重要组成部分，在各行各业有着广泛的应用。Adobe 公司旗下的 Illusrrator、CorelDRAW 以及 PhotoShop 是当今使用最为广泛的图像处理软件，广泛应用于平面设计等领域。平面美工技术就是借助 Illusrrator、CorelDRAW 以及 PhotoShop 等软件来实现图形图像的绘制、图像的编辑、修饰、合成、特效制作、创意设计等。《电商广告设计（CorelDRAW/AI）》是电子商务专业开设的专业技能课程。电子商务是互联网经济发展的产物，并伴随着互联网经济的发展而发展。电子商务是交易渠道变化的产物，企业面对激烈的市场竞争需要通过拓展销售渠道、提高市场占有率来提高企业在市场中的竞争力；电子商务化是现代企业发展壮大的必经之路。总之《电商广告设计（CorelDRAW/AI）》课程是一门专业技术必修课程，是一门理论与实践并重的课程，主要讲解广告设计的步骤、方法，培养学生的综合设计能力、创造性思维能力以及艺术修养。本课程需要学生掌握电商广告设计的基本理论和实践技能，能够独立完成电商广告的设计任务，提高电商平台的销售和品牌形象。是培养学生专业能力的核心课程之一，是我院重点建设的精品课程。本课程采用理实一体化教学，总学时 64 学时。

本课程具有很强的实践性和应用性，它是利用计算机进行平面设计、网页设计、美术设计、多媒体应用软件开发制作的重要基础课程，是从事平面广告设计、包装设计、装饰设计、新闻排版编辑、网页制作、图文印刷、动漫、游戏制作等工作的必备基础课，也是提高学生审美能力、创新能力、设计能力的计算机应用软件的典型课程。课前导课：《平面美工技术实务》专业基础课，后续课程有《网店装修及美工企业实践》等专业技能课程，使学生系统掌握店铺的装修与设计。

（二）课程任务

本课程设计的依据是电子商务前台工作岗位对职业能力的要求。教学项目和任务设计的依据是平面设计岗位、淘宝美工岗位、网络广告设计岗位、网络编辑岗位的企业岗位工作要求，突出对学生基本理论、基本技能的掌握和技术应用能力的培养，以提升学生职业素质为目标，立足于实际能力的培养，打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以项目任务为中心组织课程内容和课程教学，让学生在完成具体项目的过程中来构建相关理论知识，并发展职业能力。本课程以学生为中心、以结果为导向、倡导持续发展，设计了多个教学项目和任务，项目从简单到复杂，学生通过任务完成，提高对专业的兴趣，增加成就感，感受项目学习过程的乐趣。老师指导，学生练习，以学生为中心，实现“教、学、做”一体化，力求让学生尽快掌握数字媒体处理岗位工作技能。

（七）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《美工设计与网店装修》	主要是帮助学生掌握网店美工设计的相关技能，包括但不限于设计网店的标识、横幅、产品图片、广告图、页面布局等，以确保网店的视觉效果符合品牌形象和用户需求。
本课程	《电商广告设计 (CorelDRAW/AI)》	电商广告设计课程的作用是帮助学生掌握电商广告设计的技能，提高广告的吸引力和转化率，促进销售和品牌形象的提升，同时也可以提高学生的市场竞争力。目标岗位为平面设计、淘宝美工岗位、网络广告设计岗位、网络编辑岗位等图像处理能力。
后续课程	《岗位实习》	岗位实习的作用能让实习生真切感受职场环境，了解实际工作内容与流程，加深对职业和行业的认知；可发现自身不足，针对性提升能力；还能积累工作经验，在未来求职中增添竞争优势，助力从学生到职场人的顺利转变。

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>1. 掌握电商广告设计的相关技能，包括但不限于设计网店的标识、横幅、产品图片、广告图、页面布局等，以确保网店的视觉效果符合品牌形象和用户需求。</p> <p>2. 掌握基础图形设计技能，包括绘制图形、排版、颜色搭配等。</p> <p>3. 掌握图形设计的基本原则和技巧，如对比、重复、对齐等。</p> <p>4. 熟悉掌握的图形设计软件，如 CorelDRAW、Illustrator、Photoshop 等。</p>	<p>1. 以“成果导向教育”理念为指导，以学生为中心、以结果为导向、倡导持续发展，为学生提供多渠道学习途径。</p> <p>2. 采用“任务驱动”为主的教学方法，学生通过完成任务，掌握相关知识和技能。</p> <p>3. 教师要根据学生学情、学校学习环境、企业职业需求设计好教学任务，老师课堂演示讲解完成任务的相关知识和技能，学生现场完成任务作品。</p>	<p>1. 勤于学习、勇于创新；</p> <p>2. 工作严谨、有责任心；</p> <p>3. 沟通能力和表达能力；</p> <p>4. 团队合作精神；</p> <p>5. 良好的审美观；</p> <p>6. 丰富的想象力和良好的创造力；</p> <p>7. 刻苦钻研和勇于开拓的进取精神。</p>

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
<p>1. 具有抠图、图像合成等图形处理能力</p> <p>2. 能够设计淘宝美图</p> <p>3. 能设计广告</p> <p>4. 能设计海报</p> <p>5. 能处理数码相片</p> <p>6. 具有图形处理软件综合运用能力，能设计处理各种图形图像。</p>	<p>1. 敢于发现问题、分析问题解决问题的能力</p> <p>2. 团队协作管理管理能力</p> <p>3. 平面广告设计能力</p> <p>4. 电商广告设计（CorelDRAW/AI）能力</p> <p>5. 学以致用，敢于挑战新任务新事物的能力和精神</p>	<p>1. 培养学生尊师重道的品质</p> <p>2. 培养学生自爱及尊重他人的品质</p> <p>3. 培养学生好学及自我持续学习的能力</p> <p>4. 培养学生与他人有效沟通、协作的能力</p> <p>5. 培养学生自立及环境适应能力</p>

四、课程设计思路

课程名称	电商广告设计 (CorelDRAW/AI)	计划总学时	32 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	初识 Illustrator ——制作蛋糕店名片	初识 Illustrator ——制作蛋糕店名片	认识矢量图与位图、分辨率、色彩模式、文件格式的概念。	掌握 CorelDRAW X8 工作界面设置与文件管理的方法 掌握页面设置、标尺、辅助线、网格、插入、再制与重命名页面，图层排序的应用方法。	4
		初识 Illustrator ——制作蛋糕店名片——设计旅游画册内页	掌握文件的新建、素材的导入、文件导出与保存等基本操作。 掌握设置页面的大小和方向、版面样式、页面背景和标签等属性的方法。 掌握页面插入、再制与重命名页面的方法。		
情境二	对象管理	对象管理——制作红西柚汁宣传单	熟练掌握“变换”泊坞窗旋转对象、移动对象、倾斜对象、镜像对象、更改对象大小的方法。	掌握对象的缩放和移动、旋转与组合、移动复制，添加文本和素材图像、再制对象等方法。 掌握对象的对齐、分布、排列等方法。	4
		对象管理——制作旅游网站主页	掌握通过“步长与重复”泊坞窗复制与偏移对象的方法。 掌握通过“对齐与分布”泊坞窗整齐地排列对象的方		

			法。		
情境 三	绘制与编辑 线条	绘制与编辑线条 ——制作蛋糕 VIP 卡	掌握绘制线条的方法，以及使用形状工具或钢笔工具编辑节点属性、更改曲线位置的方法。	熟练掌握使用钢笔工具、手绘工具和贝塞尔工具等工具绘制线条的方法。	4
		绘制与编辑线条 ——绘制零食包装盒	掌握使用艺术笔工具绘制预设笔画样式的方法。 掌握度量工具、连接器工具的使用方法。	熟练掌握通过节点编辑绘制的曲线的方法。 艺术笔工具、度量工具以及连接器工具的使用方法。	
情境 四	绘制与编辑 图形	绘制与编辑图形 ——制作开业吊 旗	掌握椭圆形工具、矩形工具以及多边形工具、星形工具等的使用方法	掌握使用图形工具绘制椭圆形、矩形、箭头等方法。	4
		绘制与编辑图形 ——制作风景日 历	掌握形状转曲、形状编辑的方法	绘制网格图形和螺纹图形、取消组合图形、拆分图形等方法。	
情境 五	编辑图形轮廓与颜色	编辑图形轮廓与颜色——设计潮流运动鞋横幅	掌握如轮廓线的颜色填充、线条粗细编辑、轮廓线样式和轮廓线颜色的编辑等方法。	掌握通过各填充工具填充图形的方法。	4
		编辑图形轮廓与颜色——设计高跟鞋海报	掌握使用编辑填充工具、交互式填充工具、创建与更改颜色样式、使用智能填充工具等方法。 掌握网状填充工具、创建详细网络、属性滴管工具的使	掌握使用“颜色”泊坞窗填充图形的方法。 掌握网状填充工具的使用方法。	

			用方法。		
情境 六	图形造型与 边缘修饰	图形造型与边缘 修饰——制作简 约风格画框	掌握造型对象、合 并与拆分对象的方 法	掌握使用刻刀工 具、用图框精确裁 剪图形、移除前面 的对象等方法。 掌握沾染工具、使 用涂抹工具、使用 粗糙工具的使用 方法。	6
		图形造型与边缘 修饰——制作简 约风格画框	掌握橡皮擦工具、 虚拟段删除工具的 使用方法		
		图形造型与边缘 修饰——制作小 说封面	掌握图框裁剪与编 辑对象的方法 掌握粗糙、涂抹、 转动、吸引、排斥 曲线的方法		
情境 七	文本输入与 处理	文本输入与处理 ——制作宣传 折页	掌握创建文本的基 本操作。 掌握设置美术文本 属性的方法。 熟练掌握通过属性 栏设置文本格式的 方法。 掌握设置项目符号 的方法。 熟练掌握设置首字 下沉与分栏的方 法。	掌握在 CorelDRAW 中创建文本和设 置文本属性的相 关操作。 掌握导入文本和 设置段落文本的 格式等相关知识。	2
情境 八	特殊效果应 用	特殊效果应用— —制作商场促销 海报	掌握轮廓图工具的 使用方法。 掌握立体化工具的 使用方法。 掌握透明与调和工 具的使用方法	掌握图形裁剪、轮 廓图效果、立体化 效果、阴影效果的 制作方法。 掌握透明工具、封 套工具、变形工 具、透镜等工具的 使用方法。	4
		特殊效果应用— —制作足球友谊 赛海报	掌握封套工具的使 用方法。 掌握变形工具的使 用方法。		

			熟悉透镜效果的添加方法。		
情境九	位图处理与文件输出	位图处理与文件输出——编辑产品上市策划演示文稿	<p>掌握调整图像的色度、亮度、对比度、饱和度等方法。</p> <p>掌握变换与矫正位图等操作。</p> <p>掌握位图滤镜效果的添加方法。</p> <p>了解控制图像质量、分色和打样、纸张类型、印刷效果等知识。</p> <p>掌握打印前设计工作流程。</p>	<p>掌握导入与裁剪位图、调整位图颜色、将图形对象转换为位图、添加文本的方法。</p> <p>掌握文本转曲、设置打印属性、预览并打印文件、彩色印刷输出的方法。</p>	2
情境十	VI 设计	VI 设计——设计企业 Logo	<p>了解 VI 设计的相关知识。</p> <p>掌握企业 VI 的标志设计。</p> <p>掌握 VI 对其他系统设计。</p>	<p>能够使用 CorelDRAW 熟练的制作常见的企业 Logo、视觉效果、宣传册、名片等企业文件。</p> <p>掌握制作 VI 系统的大致流程。</p>	8
		VI 设计——设计水杯系列			
		VI 设计——设计企业文化用品			
		VI 设计——设计服装视觉			
情境十一	图标设计	图标设计——虚拟物相机图标设计	掌握图标的设计思路和制作技巧	<p>掌握在 Illustrator 软件中制作图标。</p> <p>掌握在 CorelDRAW 软件中制作图标。</p>	2
情境十二	卡片设计	卡片设计——钻戒巡展邀请函设计	掌握卡片的设计思路和制作技巧	<p>掌握在 Photoshop 软件中制作邀请函底图和立体效果。</p> <p>掌握在 Illustrator 软件</p>	2

				中制作邀请函封面和内页。	
情境十三	Banner 设计	Banner 设计—— 化妆品类 App 主 页 Banner 设计	掌握 Banner 的设计 思路和制作技巧	掌握在 Photoshop 软件中制作 Banner 的底图 掌握在 CorelDRAW 和 Illustrator 软 件中添加产品介 绍文字	2
情境十四	宣传单设计	宣传单设计—— 汉堡宣传单设计	掌握宣传单的设计 思路和制作技巧	掌握在 Photoshop 软件中制作宣传 单的底图 掌握在 CorelDRAW 软件中添加宣传 语及相关信息	2
情境十五	广告设计	广告设计——制 作房地产广告	掌握广告的设计思 路和制作技巧	掌握在 Photoshop 软件中制作背景 效果 掌握在 Illustrator 软件 中添加广告信息 及汽车标志	2
情境十六	海报设计	海报设计——酒 吧海报设计	掌握海报的设计思 路和制作技巧	掌握在 CorelDRAW 软件中制作酒吧 标志 掌握在 Photoshop 软件中添加并编 辑图片和主题文 字。	2

情境十七	包装设计	包装设计——土豆片包装设计	掌握包装的设计思路和制作技巧	掌握在 Photoshop 软件中制作包装背景图和立体效果图 掌握在 Illustrator 软件中制作包装平面展开图	2
情境十八	网页设计	网页设计——Easy Life 家居电商网站首页设计	掌握网页的设计思路和制作技巧。	掌握在 Photoshop 软件中制作家居电商网站首页。	2
情境十九	H5 设计	H5 设计——文化传媒行业企业招聘 H5 首页设计、工作环境页设计	掌握 H5 的设计思路和制作技巧。	掌握在 Photoshop 软件中制作 H5 首页。 掌握在 Photoshop 软件中制作 H5 工作环境页。	2
情境二十	综合实例	综合实例（1） 综合实例（2）	掌握 VI 设计的设计思路和制作技巧。	掌握在 Illustrator 软件中制作标志及其他相关元素的方法和技巧。	4

五、教学设计

学习情境 1:	初识 Illustrator ——制作蛋糕店名片	学时	4
学习目标： 1. 了解图像处理基础知识,如文件格式、颜色模式、像素、分辨率; 2. 了解软件界面及基本操作,如工具使用方法、软件操作特点; 3. 掌握选区工具、修复工具、调色工具; 4. 掌握图层操作并能熟练应用。 5. 掌握图形和路径绘制方法			

学习内容		教学准备	教学地点
任务 1：了解图像处理基础知识及软件 任务 2：创建和编辑选区 任务 3：绘制和修饰图像 任务 4：调整色彩和色调 任务 5：掌握图层应用技巧 任务 6：绘制图形与路径		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法；	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	图像处理基础知识及软件	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段，以期实现教学目的	2
	创建和编辑选区		2
课程思政	展示国产 UI 设计、品牌视觉系统（如故宫文创、华为鸿蒙设计）如何体现文化自信与技术创新。讨论 AI 绘图工具（Midjourney/文心一格）的伦理争议，引导学生思考技术发展的社会责任。		
总结整理	1. 掌握使用新建文件、保存文件、导入图片等知识制作相应的文档。 2. 掌握页面的设置、多页文档的编辑方法，以及使用辅助线、标尺、图层等工具辅助文件的制作。		
学习情境 2：	对象管理	学时	4
学习目标： 1. 能使用软件设计特效文字，如火焰字、立体字； 2. 了解通道，并能应用；如应用通道抠图、保存选区。 3. 了解滤镜，能使用部分滤镜；如镜头校正、极坐标。			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1：文字应用 任务 2：通道的应用 任务 3：滤镜应用		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装	机房

		4. 学情分析，选择教法；	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	文字应用	任务驱动 案例演示	2
	通道的应用		2
课程思政	讨论 AI 绘图工具（Midjourney/文心一格）的伦理争议，引导学生思考技术发展的社会责任。		
总结整理	1. 熟练掌握在 CorelDRAW X8 中旋转、移动、复制、倾斜、镜像对象的方法，以及群组、锁定对象的方法。 2. 掌握居中对齐、底端对齐、左对齐等对齐方式，以及水平均匀分布、垂直均匀分布、分布到页面中心等分布方式。		
学习情境 3：	绘制与编辑线条	学时	4
学习目标： 1. 掌握图像合成技术和技巧 2. 掌握图像抠图技术；如背景橡皮擦抠图、钢笔工具路径抠图、快速蒙版抠图。 3. 掌握数码照片处理技术；如修复破旧照片、美颜、衣服换色。			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1：合成技术 任务 2：抠图技术 任务 3：数码照片处理技术		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法；	实训机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师	合成技术	任务驱动 案例演示	2
	抠图技术		2

学生互动——学生交流——小结 课程内容			
课程思政	布置"红色文化视觉化"项目,用 Illustrator 设计革命精神海报、非遗数字化插画等,传递爱国情怀。		
总结整理	1. 掌握绘制文件所需图形的方法。 2. 掌握编辑曲线轮廓的方法。 3. 掌握艺术笔的使用方法,以及度量线段、角度、连接器的使用方法。		
学习情境 4:	绘制与编辑图形	学时	4
学习目标: 1. 能设计网店用美图,如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告; 4. 能综合应用软件处理各种图形图像,如设计标识、产品包装、海报;			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析,选择教法	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师	淘宝美工	任务驱动	2
学生互动——学生 交流——小结 课程内容	平面设计实例	案例演示	2
课程思政	布置"红色文化视觉化"项目,用 Illustrator 设计革命精神海报、非遗数字化插画等,传递爱国情怀。		
总结整理	掌握绘制圆、矩形、箭头、五角星等图形的方法。 掌握绘制多边形、螺纹、表格、图纸的方法。		

学习情境 5:	编辑图形轮廓与颜色	学时	4
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— ——说课——教师 学生互动——学生 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
	平面设计实例		2
课程思政	布置"红色文化视觉化"项目，用 Illustrator 设计革命精神海报、非遗数字化插画等，传递爱国情怀。		
总结整理	1. 掌握填充纯色、渐变色、图案、位图等方法。 2. 掌握使用网格工具、智能填充工具填充图形的方法。		
学习情境 6:	图形造型与边缘修饰	学时	6
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			

学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
	平面设计实例		2
			2
课程思政	细节决定成败 通过对比优秀作品与粗糙设计，强调精益求精的态度，引用《考工记》"百工之事，皆圣人之作也"的传统工匠精神。		
总结整理	1. 掌握图形的裁剪与修饰方式。 2. 掌握刻刀工具、橡皮差工具、涂抹工具、沾染工具等工具的使用方法。		
学习情境 7:	文本输入与处理	学时	2
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法	机房

教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
课程思政	细节决定成败 通过对比优秀作品与粗糙设计，强调精益求精的态度，引用《考工记》"百工之事，皆圣人之作也"的传统工匠精神。		
总结整理	1. 掌握美术文本与段落文本的输入与格式编辑方法。 2. 掌握设置项目符号、设置文本绕图、设置首字下层与分栏的方法。		
学习情境8:	特殊效果应用	学时	4
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
	平面设计实例		2

课程内容			
课程思政	细节决定成败 通过对比优秀作品与粗糙设计,强调精益求精的态度,引用《考工记》"百工之事,皆圣人之作也"的传统工匠精神。		
总结整理	1. 掌握图形裁剪、轮廓图效果、立体化效果、阴影效果的制作方法。 2. 掌握透明工具、封套工具等工具的使用方法。 3. 掌握透明工具、斜角功能、调和工具、阴影工具的使用方法。		
学习情境 9:	位图处理与文件输出	学时	2
学习目标: 1. 能设计网店用美图,如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告; 4. 能综合应用软件处理各种图形图像,如设计标识、产品包装、海报;			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析,选择教法	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
课程思政	细节决定成败 通过对比优秀作品与粗糙设计,强调精益求精的态度,引用《考工记》"百工之事,皆圣人之作也"的传统工匠精神。		
总结整理	1. 掌握图像色彩的调整方法。 2. 掌握打印设置与打印输出的方法。		

学习情境 10:	VI 设计	学时	8
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
	平面设计实例		2
课程思政	细节决定成败 通过对比优秀作品与粗糙设计，强调精益求精的态度，引用《考工记》"百工之事，皆圣人之作也"的传统工匠精神。		
总结整理	1. 了解 VI 设计的相关知识，掌握其制作的方法。 2. 熟练使用 CorelDRAW 制作企业常用图形或文件。		
学习情境 11:	图标设计	学时	2
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告；			

4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
课程思政	版权意识培养 讲解 AI 生成图像的版权争议（如 Stable Diffusion 作品归属问题），结合《著作权法》案例，树立合法使用工具的意识。		
总结整理	1. 掌握图标的设计思路。 2. 掌握图标的绘制方法和技巧。		
学习情境 12:	卡片设计	学时	2
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			
学习内容		教学准备	教学地点

任务 1. 淘宝美工		1. 素材		机房
任务 2. 平面设计实例		2. 任务描述		
任务 3. 平面设计实例之二		3. PhotoShop 软件安装		
任务 4. 平面设计实例之三		4. 学情分析，选择教法		
教学组织 步骤	教学内容		教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工		任务驱动 案例演示	2
课程思政	版权意识培养 讲解 AI 生成图像的版权争议（如 Stable Diffusion 作品归属问题），结合《著作权法》案例，树立合法使用工具的意识。			
总结整理	1. 掌握卡片的设计思路。 2. 掌握卡片的绘制方法和技巧。			
学习情境 13:	Banner 设计		学时	2
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；				
学习内容		教学准备		教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法		机房
教学组织 步骤	教学内容		教学方法建议	学时分配

学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
课程思政	版权意识培养 讲解 AI 生成图像的版权争议（如 Stable Diffusion 作品归属问题），结合《著作权法》案例，树立合法使用工具的意识。		
总结整理	1. 掌握 Banner 的设计思路和手段。 2. 掌握 Banner 的制作方法和技巧。		
学习情境 14:	宣传单设计	学时	2
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
课程思政	版权意识培养 讲解 AI 生成图像的版权争议（如 Stable Diffusion 作品归属问题），结合《著作权法》案例，树立合法使用工具的意识。		

总结整理	1. 掌握宣传单的设计思路和手段。 2. 掌握宣传单的制作方法和技巧。		
学习情境 15:	广告设计	学时	2
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
课程思政	版权意识培养 讲解 AI 生成图像的版权争议（如 Stable Diffusion 作品归属问题），结合《著作权法》案例，树立合法使用工具的意识。		
总结整理	1. 掌握广告的设计思路和表现手段。 2. 掌握广告的制作方法和技巧。		
学习情境 16:	海报设计	学时	2

学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			
学习内容	教学准备	教学地点	
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三	1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法	机房	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
课程思政	东方美学在设计中的应用 - 分析传统纹样（云纹、回纹）、水墨配色在当代海报中的创新运用，课程延伸可参观敦煌数字展馆。		
总结整理	1. 掌握海报的设计定位和设计思路。 2. 掌握海报的制作方法和技巧。		
学习情境 17:	包装设计	学时	2
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			
学习内容	教学准备	教学地点	

任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法		机房
教学组织 步骤	教学内容		教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工		任务驱动 案例演示	2
课程思政	节气主题创作 - 结合二十四节气文化，用 Illustrator 制作动态图文海报，体会"天人合一"的哲学思想。			
总结整理	1. 理解包装的设计定位 2. 掌握包装的设计思路 3. 掌握包装的制作方法和技巧			
学习情境 18:	网页设计		学时	2
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；				
学习内容		教学准备		教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法		机房
教学组织 步骤	教学内容		教学方法建议	学时分配

学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
课程思政	公益设计实践 - 组织"无障碍设计"项目，优化视障人群使用的产品界面，培养同理心与社会关怀。		
总结整理	1. 掌握网页设计封面的设计思路和设计手法。 2. 掌握网页设计的制作方法和技巧。		
学习情境 19:	H5 设计	学时	2
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
课程思政	可持续设计理念 - 讨论过度包装问题，引导学生用 Illustrator 设计环保标语与减塑宣传图，践行绿色发展观。		

总结整理	1. 掌握 App 页面的设计思路和设计手法。 2. 掌握 App 页面的制作方法和技巧。		
学习情境 20:	综合实例	学时	4
学习目标： 1. 能设计网店用美图，如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告； 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报；			
学习内容		教学准备	教学地点
任务 1. 淘宝美工 任务 2. 平面设计实例 任务 3. 平面设计实例之二 任务 4. 平面设计实例之三		1. 素材 2. 任务描述 3. PhotoShop 软件安装 4. 学情分析，选择教法	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 教师自我介绍—— 说课——教师 学生互动——学 生交流——小结 课程内容	淘宝美工	任务驱动 案例演示	2
	平面设计实例		2
课程思政	专业与国家需求的结合，培养工匠精神，传统文化与现代设计的融合，还有社会责任感。		
总结整理	掌握 VI 设计的规格尺寸、设计思路和相关软件使用技巧。		

六、考核标准与方式

学习 情境	考核点		建议考核 评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		

学习 情境	考核点		建议考核 评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 1	1. 了解图像处理基础知识,如文件格式、颜色模式、像素、分辨率。 2. 了解软件界面及基本操作,如工具使用方法、软件操作特点。 3. 了解色调、图层、路径相关概念和应用。 4. 了解选区编辑方法。	1. 能正确使用软件新建、保存文件。 2. 能使用选区工具、修复工具、调色工具处理图像。 3. 能应用图层处理设计图形图像。 4. 能使用工具绘制图形和路径。	提交任务作品,对作品评价 现场操作评价	30%
情境 2	1. 了解文字工具及使用方法。 2. 了解通道及应用技巧。 3. 了解滤镜工具。	1. 能使用软件文字工具,并设计各种特效文字,如设计立体字、火焰字。 2. 能应用通道处理图形图像,如应用通道抠图、保存选区。 3. 能应用部分滤镜处理图形图像,如镜头校正、极坐标。	提交任务作品,对作品评价 现场操作评价	30%
情境 3	1. 了解图像抠图的多种方法。 2. 了解图像合成的方法和技巧。 3. 了解软件处理数码相片的方法与技巧。	1. 能使用多种方法抠图,如背景橡皮擦抠图、钢笔工具路径抠图、快速蒙版抠图。 2. 掌握图像合成技术和技巧,能有效合成图像。 3. 掌握数码照片处理技术;能使用软件修复破旧照片、美颜、衣服换色。	提交任务作品,对作品评价 现场操作评价	20%
情境 4	1. 了解平面广告相关知	1. 能设计网店用美图,	提交任务作	20%

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
	识。 2. 了解网络广告特点 3. 了解网店图片处理方法。 4. 了解软件多个应用领域，如应用软件能设计标识、产品包装、海报。	如淘宝主图、淘宝详情页广告说明图。 2. 能设计平面广告 3. 能设计网络广告。 4. 能综合应用软件处理各种图形图像，如设计标识、产品包装、海报。	品，对作品评价 现场操作评价	
合计				100%

七、学习资源的选用

(一) 主要参考教材

《CorelDRAW 基础与实训》，刘晓茜（编著），北京出版社，2023 年 6 月

(二) 其他参考资料

《CorelDRAW 图形设计立体化教程（CorelDRAW X8）（微课版）》，叶军（编著），人民邮电出版社，2022 年 1 月第 2 版

《Photoshop 2020 完全自学教程》，李金明，人民邮电出版社

《边做边学——CorelDRAW X8 图形设计案例教程（全彩微课版）》，周建国（编著），人民邮电出版社，2022 年 1 月

(三) 网络资源

充分利用互联网上的各种资源，包括本课程的相关技术论坛、博客、网站、自媒体平台，为学生提供学习和实践的平台。如以下相关网站：

国家图书馆电子书网站 <http://m.ndlib.cn>

虎课网 <https://huke88.com>

网易学院 <http://tech.163.com>

腾讯课堂 <https://ke.qq.com>

腾讯视频 <http://v.qq.com>

优酷 <https://www.youku.com>

建立博客、QQ 群、微信公众号等网络应用，共享教学资源（如教学课件、课堂作业、网上答疑、就业信息、相关网站链接等），为学生提供随时随地学习交流的平台。

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

与企业媒体部门负责人共同探讨，将企业真实项目任务运用到课堂教学过程中，并共同编制实训指导书。

（二）师资队伍

建议配备的专职教师应具备双师素质，中级以上职称，有三年以上高职教学经历和多年企业工作经历，掌握高职教育规律，了解高职学生特点，精通平面设计、网页设计、视频编辑等知识和技能，最好是有平面设计教学经验的教师执教。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与广州文博智能科技有限公司合作开发。
2. 执笔：黄姣
3. 审核：邹小焱
4. 时间： 2024 年 2 月 16 日

《网络编辑实务》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】网络编辑实务

【开课时间】第 6 学期

【学时/学分数】64 学时/3.5 学分

【课程类型】专业延展课程

【授课对象】2022 级电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《网络编辑实务》课程是电子商务专业的一门专业延展课，它符合高职教育“基础能力→核心能力→综合能力”的阶梯式培养规律，旨在通过能力进阶与岗位衔接，培养适应电商行业发展的复合型内容运营人才。作为专业核心课程的延伸，其聚焦电商内容生态中高阶岗位需求，整合文案创作、多平台运营、数据分析等技能，融入 AIGC 工具应用、跨境内容规范等前沿技术，强化“内容+流量”的复合能力；同时结合顶岗实习阶段特点，通过企业项目实战、电商大促模拟等场景化训练，对接全媒体运营、内容策划等岗位要求，并分层融入职业资格证书标准与新兴业态（如元宇宙电商）创新内容，助力学生从基础操作向策略性运营过渡。课程采用项目制教学模式，呼应“基础→核心→综合”的职业能力阶梯培养路径，最终形成“技术迭代响应+就业出口定向”的双重支撑，缩短学生岗位适应周期，提升数字化内容运营的即战力。

（二）课程任务

本课程的主要教学内容包括初识网络编辑，使用网络编辑工具，写作网络文案，规划、设计与发布网站内容，网站运营推广，创作新媒体内容，新媒体运营推广。通过本课程的教学，学生能够根据企业网络营销目标，编辑、策划网络营销方案，综合运用常见的营销策划方法，选择适当的网络手段进行营销推广，从而独立完成网站内容编辑工作。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
--	------	----

	课程名称	作用
前导课程	电商新媒体运营、网络营销实务、直播电商实务、电商运营推广等	支撑运营、美工、直播等岗位，培养学生美工、动画视频后期制作等技能，综合运用电商运营中的各项技能
本课程	网络编辑实务	运用常见的营销策划方法，选择适当的网络手段进行营销推广，从而独立完成网站内容编辑工作。
后续课程	电商广告设计（CORELDRAW AI） 电商运营管理	综合提升学生在电子商务中的实践运营中的各项技能

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>(1)掌握网络编辑核心工具（HTML 编辑器、SEO 工具、AIGC 工具）的操作原理与行业规范，理解多平台（网站、新媒体、电商平台）内容创作与发布规则，熟悉网络营销推广策略（SEO 优化、用户增长模型、流量转化路径）及数据监测方法。</p> <p>(2)能够独立完成商品详情页文案撰写、短视频分镜脚本设计、多终端适配网页排版等基础内容生产；熟练运用数据分析工具优化内容传播效果，具备跨平台内容矩阵搭建与整合营销方案策划能力。</p>	<p>通过操作式教学、案例式教学、讨论式教学、多媒体式教学、提问式教学等多种教学手段和方法，形成标准化内容运营思维；经历企业真实案例的协作分工、问题诊断与策略迭代，培养职业化工作习惯，主要采用的教学手段和方法：</p> <p>（1）课堂讲授与动手操作相结合，理论知识与礼仪技能操作相结合。</p> <p>（2）课堂讲授与丰富案例相结合，知识要点与案例分析相结合。</p> <p>（3）课堂讲授与思考讨论相结合，知识难点与专题讨论相结合。</p> <p>（4）课堂讲授与多媒体相结合，知识讲授与多媒体、PPT 课件相结合。</p>	<p>职业认同:树立网络编辑岗位责任感,强化版权意识与传播伦理观念,遵守广告法、隐私保护等法律法规。</p> <p>创新意识:主动关注行业技术变革（如 AI 生成内容、元宇宙电商），培养对新工具、新场景的探索热情。</p> <p>协作精神:在团队项目中践行有效沟通与资源整合，形成“用户需求导向、数据驱动决策”的互联网内容运营价值观。</p>

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
<p>工具应用能力：熟练操作 HTML 编辑器、SEO 工具、AIGC 工具等，完成多平台（网站、新媒体、电商平台）内容编辑与发布。</p> <p>内容生产能力：精准撰写商品详情页文案、短视频脚本、新媒体推文等，适配用户需求与平台规则。</p> <p>运营推广能力：制定 SEO 优化策略、用户增长方案及流量转化路径，通过数据分析工具（如百度统计、新榜）实现精准投放与效果迭代。</p>	<p>问题解决能力：基于企业网络营销目标，快速诊断内容传播痛点（如低转化率、流量瓶颈），提出优化策略并执行验证。</p> <p>技术迭代能力：主动学习 AIGC 工具、跨境平台规则等新兴技术，灵活调整内容生产与运营方法论。</p> <p>项目管理能力：统筹“策划—生产—分发—复盘”全流程，合理分配资源并控制风险，确保项目高效落地。</p>	<p>合规与风控意识：遵守广告法、版权法规及平台内容规范，规避传播伦理与法律风险。</p> <p>团队协作能力：在内容运营团队中承担角色分工（如文案编辑、数据分析师），高效沟通并协同达成目标。</p> <p>用户服务思维：以用户需求为导向设计内容，平衡商业目标与用户体验，建立长期品牌信任感。</p>

四、课程设计思路

本课程设计以高职教育“产教融合、能力本位”理念为根基，紧密对接电子商务行业内容运营岗位的核心能力需求，从职业场景切入，构建“工具应用—内容创作—运营推广”三位一体的能力培养框架。课程以企业真实项目（如品牌电商大促内容策划、新媒体 IP 孵化）为驱动，贯穿“需求分析—内容生产—渠道分发—数据复盘”的全流程实战链路，通过分阶段任务设计实现能力递进：初期聚焦 SEO 工具、HTML 编辑器、AIGC 智能生成工具的操作训练，夯实图文排版、短视频脚本撰写等基础技能；中期引入跨平台内容矩阵运营任务，要求学生基于抖音、小红书、淘宝等平台的差异化规则，完成“内容适配—用户引流—私域转化”的协同策划，培养数据驱动的运营思维；后期拓展至行业前沿领域，如利用 AI 虚拟人技术设计直播脚本、探索跨境电商多语言内容本地化，并融入元宇宙电商等新兴场景的创新型内容实验。课程内容动态适配行业技术迭代，每年联合企业导师更新 20%-30% 的实训案例与工具链（如跟进 AIGC 工具升级、平台算法规则变化），同时构建“双元化”评价体系，以企业验收标准（如内容转化率、用户停留时长）与数据指标为核心考核依据，辅以过程性成长档案记录。教学中深度嵌入职业伦理教育，通过广告法合规审查模拟、版权纠纷案例分析等实训，强化传播底线意识，并通过优质内容创作实践传递“用户需求优先、社会价值共

创”的职业价值观。校企共建的资源生态（如行业规范数据库、企业内容中台实战权限）为课程提供闭环支撑，最终培养既精通工具操作与内容生产、又具备策略性运营思维与职业合规素养的复合型网络编辑人才，精准匹配电商行业对“即战力”与“创新力”的双重需求。

课程名称	网络编辑实务	计划总学时	64 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	认识网络编辑	子情境 1-1：网络编辑的职业特点	网络内容传播的伦理准则，平台内容审核规则	能识别内容中的法律风险，能针对平台规则变动	2
		子情境 1-1：网络编辑的职业素养	职业道德与法律意识	识别并规避虚假宣传、侵权内容，完成合规性审查	2
情境二	网站与网站编辑	子情境 2-1：网站概述与定位	网站概述与定位涉及对网站目标用户、功能、内容、风格及市场定位的理解	能够根据网站的目标和市场环境，准确描述其定位并制定相应策略。	2
		子情境 2-2：网站的创意设计与编排设计	了解网站创意设计与编排设计的原则、方法和元素，包括色彩、布局、交互、用户体验等。	能够运用创意设计和编排技巧，打造美观、易用且富有吸引力的网站界面。	2
情境三	信息采集与筛选	子情境 3-1：信息采集的渠道	信息采集的渠道	能够高效获取高质量、可靠的信息，并确保信息合法合规性	2
		子情境 3-2：信息筛选的方针	信息筛选的方针原则	运用信息筛选原则，快速识别和评估信息的真实性和价值	2

情境四	文字编辑	子情境 4-1: 文字信息的一般编辑方式	文字信息编辑涵盖内容校对、格式调整、排版设计、语言润色、内容增删等基本方法和规范。	能够对文本进行准确校对、美化排版和优化表达,确保信息准确、清晰、规范且符合传播需求。	2
		子情境 4-2: 超文本编辑的实现	超文本编辑的实现	能够通过代码或可视化界面实现超文本内容的创建、编辑和格式化	2
		子情境 4-3: 网络标题的制作	网络标题的制作	能够提升信息的点击率和传播效果。	2
情境五	图片编辑	子情境 5-1: 网络图片的获取渠道	网络图片的获取渠道	能够选择合适的图片获取渠道,遵循版权法规,确保图片资源的合法性和合规性	2
		子情境 5-2: 网络图片的选择编辑	网络图片的选择编辑	能够快速筛选出合适的图片,并进行优化处理,具备图片鉴赏力	2
		子情境 5-3: 各种类型图片的应用	网络图片的选择编辑	能够快速筛选出合适的图片,并进行优化处理,具备图片鉴赏力	2
情境六	音视频编辑	子情境 6-1: 网络音视频的类别	网络音视频的类别	能够根据音视频的内容准确识别和分类音视频资源	2
		子情境 6-2: 网络音视频的编辑原则	网络音视频的编辑原则	能够运用音视频编辑软件对音视频内容进行针对性编辑的能力	2
		子情境 6-3: 网络视频的编辑技巧	网络音视频的技巧	能够运用音视频编辑软件对音视频内容进行针对性编辑的能力	2

		子情境 6-4: 网络音视频节目的经营管理	网络音视频节目的经营管理	能够运用音视频编辑软件对音视频内容进行针对性编辑的能力	2
情境七	社交媒体平台编辑	子情境 7-1: QQ 的编辑	QQ 编辑	能够根据平台特点进行相关内容有针对性编辑的能力	2
		子情境 7-2: 微博的编辑	微博编辑	能够根据平台特点进行相关内容有针对性编辑的能力	2
		子情境 7-3: 微信的编辑	微信的编辑	能够根据平台特点进行相关内容有针对性编辑的能力	2
		子情境 7-4: 小红书的编辑	小红书的编辑	能够根据平台特点进行相关内容有针对性编辑的能力	2
		子情境 7-5: 今日头条的编辑	今日头条的编辑	能够根据平台特点进行相关内容有针对性编辑的能力	2
		子情境 7-6: H5 编辑	H5 编辑	能够根据平台特点进行相关内容有针对性编辑的能力	2
情境八	手机客户端编辑	子情境 8-1: 手机客户端设计	手机客户端设计技巧	能够根据平台特点进行相关内容有针对性编辑的能力	2
		子情境 8-2: 手机客户端的具体编辑	手机客户端的具体编辑	能够根据平台特点进行相关内容有针对性编辑的能力	2
		子情境 8-3: 手机客户端文案设计	手机客户端文案设计思路特点	能够根据平台特点进行相关内容有针对性编辑的能力	2
情境九	互联网运营技巧	子情境 9-1: 网站的运营与管理	网站的运营与管理	能够根据目标受众制定内容策略, 编辑内容, 同时运用数据分析工具优化运营效果	2
		子情境 9-2: 微博的运营	微博的运营	能够根据目标受众制定内容策略, 编	2

				辑内容，同时运用数据分析工具优化运营效果	
		子情境 9-3：微信的运营	微信的运营	能够根据目标受众制定内容策略，编辑内容，同时运用数据分析工具优化运营效果	2
		子情境 9-4：小红书的运营	小红书的运营	能够根据目标受众制定内容策略，编辑内容，同时运用数据分析工具优化运营效果	2
		子情境 9-5：今日头条的运营	今日头条的运营	能够根据目标受众制定内容策略，编辑内容，同时运用数据分析工具优化运营效果	2
		子情境 9-6：网络专题的策划 1	网络专题的策划	能够根据目标受众制定内容策略，编辑内容，同时运用数据分析工具优化运营效果	2
		子情境 9-7：网络专题的策划 2	网络专题的策划	能够根据目标受众制定内容策略，编辑内容，同时运用数据分析工具优化运营效果	2

五、教学设计

学习情境一：	认识网络编辑	学时	4
学习目标： 1. 了解网络编辑 2. 明确网络编辑的岗位要求 3. 熟悉网络编辑的工作内容			
学习内容		教学准备	教学地点

1 网络编辑的职业特点 2 网络编辑的角色定位 3 网络编辑的职业素养 4 网络编辑的职业伦理		教材、PPT、多媒体	多媒体课室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
认识网络编辑	网络编辑的基本要求、工作职能、工作原则、工作规范、职业道德、工作内容	理论讲授；案例演示教学	4
课程思政	结合虚假新闻、侵权等案例，引导学生树立法治意识，遵守新闻传播的法律法规		
总结整理	教学内容与生活实际相联系，学以致用得以有效实现，在进行教学时，用贴近生活的案例吸引学生。		
学习情境二：	网站与网站编辑	学时	4
学习目标： 掌握网站内容的分类体系 熟悉网站内容模块的整理归类 掌握网站内容的设计			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 网站概述 2. 网站定位 3. 网站的结构 4. 网站的创意设计与编排设计		教材、PPT、多媒体、道具	多媒体课室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
网站与网站编辑	网站类型和主要内容 网站内容的分类体系 整理网站的内容模块 设计网站的展示内容	理论讲授；案例演示教学	4
课程思政	结合法律法规，如《互联网新闻信息服务管理规定》，培养学生在编辑工作中遵守法律法规、尊重知识产权的意识		

总结整理	教学内容与学生实际生活相联系，根据网站的目标和市场环境，准确描述其定位并制定相应策略，能够运用创意设计和编排技巧，打造美观、易用且富有吸引力的网站界面。		
学习情境三：	信息采集与筛选	学时	4
学习目标： 掌握信息采集的渠道 了解信息采集的方针原则			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 信息概述 2 信息采集的渠道 3 信息采集的技术 4 信息筛选的方针		教材、PPT、多媒体	多媒体课室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
信息采集与筛选	1 信息概述 2 信息采集的渠道 3 信息采集的技术 4 信息筛选的方针	理论讲授；案例演示教学	4
课程思政	通过案例分析，引导学生理解信息采集与筛选过程中的伦理问题，如数据隐私保护、信息真实性等，培养学生的社会责任感		
总结整理	学习信息采集的渠道并了解信息采集的方针原则，能够高效获取高质量、可靠的信息，并确保信息合法合规性，运用信息筛选原则，快速识别和评估信息的真实性和价值。		
学习情境四：	文字编辑	学时	6
学习目标： 1. 能够对文本进行准确校对、美化排版和优化表达 2. 能够通过代码或可视化界面实现超文本内容的创建 3. 能够提升信息的点击率和传播效果			

学习内容		教学准备	教学地点
1 文字信息的一般编辑方式 2 超文本编辑的实现 3 网络标题的制作		教材、PPT、多媒体	多媒体课室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
文字编辑	1 文字信息的一般编辑方式 2 超文本编辑的实现 3 网络标题的制作	理论讲授；案例演示教学	6
课程思政	通过分析优秀文字作品（如新闻报道、文学作品等），引导学生理解文字编辑在文化传播和价值观塑造中的作用		
总结整理	通过理解文字编辑对文本进行准确校对、美化排版和优化表达，确保信息准确、清晰、规范且符合传播需求，提升信息的点击率和传播效果。		
学习情境五：	图片编辑	学时	6
学习目标： 1. 能够选择合适的图片获取渠道 2. 能够快速筛选出合适的图片，并进行优化处理 3. 能够提升信息的点击率和传播效果			
学习内容		教学准备	教学地点
1 网络图片概述 2 网络图片的获取渠道 3 网络图片的选择编辑 4 各种类型图片的应用		教材、PPT、多媒体、道具	多媒体课室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
图片编辑	1 网络图片的获取渠道 2 网络图片的选择编辑 3 各种类型图片的应用	理论讲授；案例演示教学	6

课程思政	引入正能量的图片编辑案例，如修复历史照片、宣传公益活动等，引导学生讨论技术背后的社会价值		
总结整理	通过选择合适的图片获取渠道对图片进行针对性编辑，确保信息准确、清晰、规范且符合传播需求，提升信息的点击率和传播效果		
学习情境六：	音视频编辑	学时	8
学习目标： 能够运用音视频编辑软件对音视频内容进行编辑 能够快速筛选出合适的音视频，并进行优化处理 能够提升信息的点击率和传播效果			
学习内容		教学准备	教学地点
网络音视频 网络音视频的类别 网络音视频的特点 网络音视频的编辑原则 网络视频的编辑技巧 网络音视频节目的经营管理		教材、PPT、多媒体	多媒体课室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
音视频编辑	网络音视频 网络音视频的类别 网络音视频的特点 网络音视频的编辑原则 网络视频的编辑技巧 网络音视频节目的经营管理	理论讲授；案例演示教学	8
课程思政	结合“航拍中国”“致敬英雄”“保护环境”等思政元素，将社会主义核心价值观融入音视频作品创作中		
总结整理	通过选择合适的音视频，或者自己制作音视频，在编辑过程中确保信息准确、清晰、规范且符合传播需求，提升信息的点击率和传播效果		
学习情境七：	社交媒体平台编辑	学时	12

<p>学习目标：</p> <p>了解网络编辑的新媒体工作内容和新媒体文案的特点</p> <p>掌握创作新媒体文案的方法和技巧</p>			
学习内容		教学准备	教学地点
社交媒体概述 QQ 的编辑 微博的编辑 微信的编辑 小红书编辑 今日头条编辑 H5 编辑		教材、PPT、多媒体	多媒体课室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
社交媒体平台编辑	社交媒体概述 QQ 的编辑 微博的编辑 微信的编辑 小红书编辑 今日头条编辑 H5 编辑	理论讲授；案例演示教学	12
课程思政	通过编辑与传统文化相关的社交媒体内容，增强学生的文化自信		
总结整理	通过选择合适的社交媒体平台进行相关文字，图片内容编辑，在编辑过程中确保信息准确、清晰、规范且符合传播需求，提升信息的点击率和传播效果		
学习情境八：	手机客户端编辑	学时	6
<p>学习目标：</p> <p>够根据不同用户需求和场景，策划并制作有吸引力的内容</p> <p>了解信息传播的伦理和法律问题，尊重知识产权</p>			
学习内容		教学准备	教学地点

1 手机客户端概述 2 手机客户端设计 3 手机客户端的具体编辑 4 手机客户端文案设计		教材、PPT、多媒体	多媒体课室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
手机客户端编辑	手机客户端概述 2 手机客户端设计 3 手机客户端的具体编辑 4 手机客户端文案设计	理论讲授；案例演示教学	2
课程思政	结合版权保护和信息传播的法律法规，培养学生尊重知识产权的意识，确保编辑内容的合法性和合规性		
总结整理	通过数据分析、用户反馈等手段优化内容，提升用户体验和平台活跃度，并且根据不同用户需求和场景，策划并制作有吸引力的内容。		
学习情境九：	互联网运营技巧	学时	14
学习目标： 掌握内容编辑与排版工具的使用 掌握常用的图片编辑工具的使用 掌握常用的多媒体编辑工具的使用 掌握 HTML5 网页设计工具的使用			
学习内容		教学准备	教学地点
网站的运营与管理 微博的运营 微信的运营 小红书的运营 今日头条的运营 网络专题策划 1 网络专题策划 2		教材、PPT、多媒体	多媒体课室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
互联网运营技巧	网站的运营与管理	理论讲授；案例演	14

	微博的运营 微信的运营 小红书的运营 今日头条的运营 网络专题策划 1 网络专题策划 2	示教学	
课程思政	引入主流媒体、MCN 机构等在社会责任履行方面的成功案例，引导学生分析其运营策略和思政价值		
总结整理	加强和提升互联网运营技巧提高网络编辑的实践能力		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 1	认识职业道德与法律意识	能够识别并规避虚假宣传、侵权内容，完成合规性审查	专题练习	10
情境 2	了解网站创意设计与编排设计的原则、方法和元素。	能够运用创意设计和编排技巧，打造美观、易用且富有吸引力的网站界面	专题练习	10
情境 3	熟悉信息采集的渠道和原则方针	能够高效获取高质量、可靠的信息，运用信息筛选原则，快速识别和评估信息的真实性和价值	专题练习	10
情境 4	掌握文字信息编辑涵盖内容校对、格式调整、排版设计、语言润色、内容增删等基本方法和规范	能够对文本进行准确校对、美化排版和优化表达，确保信息准确、清晰、规范且符合传播需求	专题练习	10
情境 5	掌握网络图片的获取渠道	能够选择合适的图片获取渠道，遵循版权法规，确保图片资源的合法性和合规性	专题练习	10
情境 6	掌握网络音视频的类别以及编辑原则	能够运用音视频编辑软件对音视频内容进行针对性编辑的能力	专题练习	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 7	掌握多个社交媒体平台编辑	能够根据平台特点进行相关内容有针对性编辑的能力	专题练习	10
情境 8	掌握手机客户端设计技巧和具体编辑	能够根据平台特点进行相关内容有针对性编辑的能力	专题练习	20
情境 9	掌握互联网运营技巧	能够根据目标受众制定内容策略，编辑内容，同时运用数据分析工具优化运营效果	专题练习	10
合计				100

七、学习资源的选用（以下项目可增减）

（一）主要参考教材

《网络编辑》，韩隽主编，东北财经大学出版社，2022 年出版

（二）其他参考资料

《网络编辑》，胡令 王芹主编，人民邮电出版社，2024 年出版

《网络编辑实训教程》，金力、刘路悦主编，北京大学出版社，2024 年出版

《网络新闻编辑教程》，彭兰主编，武汉大学出版社，2024 年出版

（三）网络资源

【1】中国教育在线生涯规划频道 网址：<https://www.eol.cn/>

【2】站长学习网 网址：<https://www.west999.com/>

【3】超星学习通（网络编辑课程） 网址：<http://i.chaoxing.com>

【4】CSDN 博客 - 网络编辑超级工具大全

网址：<https://bbs.csdn.net/topics/617360669>

【5】知乎 - 实用的在线编辑工具推荐

网址：<https://www.zhihu.com/question/471945829>

【6】微信读书 - 网络编辑相关书籍网址

<https://weread.qq.com/web/search/books?keyword=%E7%BD%91%E7%BB%9C%E7%BC%96%E8%BE%91>

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

建立以学生为主体、重视学生的学习过程和师生互动的数字化教育资源库。提升传统教学手段，加强现代信息技术应用，推进现代教学手段和方法改革，推动信息化与职业教育的深度融合，以数字化校园平台建设为依托，开发建成网络新闻与传播专业教学、媒体职业技能培训资源库。

教学条件：理论授课教室：多媒体教室；校内实训室：形体训练实训室、模拟会议室、模拟办公室

（二）师资队伍

该课程师资队伍由专业带头人、行业企业专家、一线骨干教师组成，本教师团队中，专职教师具有硕士学历、双师资格，教学经验和行业经验都十分丰富，同时具有较高的课堂组织能力、课程设计（开发）及教科研能力。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与电商校企合作开发。
2. 执笔：陆惠欣
3. 审核：邹小焱
4. 时间：2025 年 2 月 17 日

《网页设计与制作实训》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】网页设计与制作实训

【开课时间】第 2 学期

【学时/学分数】24 学时/1 学分

【课程类型】专业课

【授课对象】电子商务专业

【授课学院】数智经济贸易学院

二、课程定位

（一）课程性质

本门课程是电子商务专业的专业课，是《电子商务实务》《商品摄影技术》后续课程，是《电商运营推广》专业核心课程的前导课程；通过本课程的学习，一方面让学生了解网页设计的相关知识，能够设计常见的网页；另一让学生掌握必备的网站开发的基础知识和操作技能，培养学生踏实认真、精益求精、团结合作、务实创新的精神，培养良好的职业道德，提高学生网页制作应用水平，为后续学习计算机类课程及未来走上工作岗位奠定基础。

本课程所学技能支撑多种工作岗位，包括网页设计岗位、网站管理岗位、网络推广设计岗位等。本课程侧重培养学生工作技能职业素质、也注重对学生其它职业素质的培养，包括敬业爱岗、学习创新、人际沟通、团队精神等素质。

（二）课程任务

本课程设计的依据是网页设计工作岗位对职业能力的要求。对网页设计与制作岗位开展典型工作任务分析，以典型工作任务所包含具体实际工作任务为引领，以网页设计与制作工作流程为主线，根据学生认知特点，采用并列和递进相结合的结构方式，构建了“制作房地产行业网页”、“制作商务企业网站”、“网页制作综合训练”三个学习项目，包含 16 个具体学习任务，同时遵循学生对网页的认识规律，按照从浅入深的教学方式学习，以适应学生的学习特点。该课程在计算机机房实施教学，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；课程考核采取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。

（八）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《电子商务实务》 《商品摄影技术》	培养学生具备 Photoshop 图像处理、HTML 代码编写能力，开店运营，为后续课程《网页设计与制作实训》学习打下良好的学习基础。
本课程	《网页设计与制作实训》	目标岗位为网店美工师、网站前端工程师，本课程培养学生具备各类电商平台页面编辑、网站前端编辑的能力。
后续课程	《电商运营推广》	电商平台运营实操，通过前导课程《网页设计与制作实训》为《电商运营推广》扫除开店障碍。

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
1、学生了解并掌握 HTML、css 和 dreamweaver 制作网页的知识和技术， 2、了解网站开发的流程，掌握 HTML 和 CSS 技术实现网页的构建和美化， 3、具备网页文本的编辑和控制、表格设计和制作网页的技术能力； 4、会进行网页图像的处理、超链接的使用、网页表单的编辑； 5、会利用模板和库设计网页； 6、会制作网页框架、使用图层技术、使用和编辑 CSS 样式文件；	1、BOPPPS 教学法； 2、项目教学法； 3、任务驱动教学法； 4、翻转课堂教学法； 5、线上线下教学法。	1、勤于学习、勇于创新； 2、工作严谨、有责任心； 3、沟通能力和表达能力； 4、团队合作精神； 5、严谨的逻辑思维能力； 6、丰富的想象力和良好的创造力； 7、良好的审美观和鉴赏力； 8、对美的捕捉、展示和应用能力。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
1、能够美化 CSS 和 Ccss+div 设计网页； 2、能够对网页文本的编辑和控制、表格设计和具有制作网页的技术； 3、进行综合网站规划与设计工作； 4、能够胜任网页设计工程师工作。	1、Photoshop 作图能力； 2、微信软文编辑能力； 3、短视频拍摄剪辑能力； 4、HTML 代码编译能力； 5、组织管理能力； 6、审美能力； 7、创新能力。	21、严谨工作作风； 22、团队协作； 23、人际交往能力； 24、沟通能力； 25、可持续学习能力。

四、课程设计思路

课程名称	网页设计与制作实训	计划总学时	24 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
实训项目	制作房地产行业网页	子情境 1-1 制作租房网页	1、初识 Dreamweaver 2、认识与创建站点 3、制作基本网页文档	1、会创建站点 2、懂得制作网页文档	6
		子情境 1-2 制作建筑规划网页	1、插入图像和多媒体 2、表格的制作 3、设置超级链接 4、表单的制作	1、懂得图像编辑 2、会制作表格 3、会制作表单	6
	制作休闲类网页	子情境 2-1 制作青山别墅网页	1、认识 css 2、利用 css 美化表格和链接 3、利用 css 美化表单	1、会利用 css 美化表格和链接并美化 2、能利用 css+div	6

			4、利用 css+div 设计网页	设计网页	
		子情境 2-2 制作温泉度假网页	1、利用 javascript 制作特效 2、图像使用的技巧 3、多媒体在网页中的应用 4、创建列表和菜单 5、应用行为	1、会利用 javascript 制作特效 能使用多媒体 2、懂得创建列表和应用行为	6

五、教学设计

学习情境 1-1:	制作租房网页	学时	6
学习目标: 1、会创建站点 2、懂得制作网页文档			
学习内容		教学准备	教学地点
1、初识 Dreamweaver 2、认识与创建站点 3、制作基本网页文档		1. 手机; 2. 微信; 3. 教学分组; 4. 学情分析, 选择教法; 5. 课前线上预习; 6. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	制作租房网页实训	1、BOPPPS 教学法; 2、项目教学法; 3. 教学分组; 4. 学情分析, 选择教法; 5. 课前线上预习; 6. 明确任务。	6

课程思政	精通电商营销技巧，优化网店页面设计处理直通车与钻石展位，创新淘宝客与聚划算策略，诚信经营，精准策划活动，共筑电商诚信与创新高地。
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用创建站点、制作基本网页文档、标题、字体设置形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。

学习情境 1-2:	制作建筑规划网页	学时	6
学习目标: 1、懂得图像编辑 2、会制作表格 3、会制作表单			
学习内容		教学准备	教学地点
1、插入图像和多媒体 2、表格的制作 3、设置超级链接 4、表单的制作		1. 手机/摄像机 2. A4 白纸 3. 教学分组; 4. 学情分析, 选择教法; 5. 课前线上预习; 6. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	制作建筑规划网页实训	1 BOPPPS 教学法; 2 项目教学法; 3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法。	6
课程思政	强化团队协作，明确岗位责任与绩效，注重选品策略与运营差异，科学规划项目		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用插入图像和多媒体、表格的制作、设置超级链接、表单的制作形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 2-1:	制作青山别墅网页	学时	6
学习目标: 1、会利用 css 美化表格和链接并美化 2、能利用 css+div 设计网页			
学习内容		教学准备	教学地点
1、认识 css 2、利用 css 美化表格和链接 3、利用 css 美化表单 4、利用 css+div 设计网页		1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 录制微课; 5. 明确任务。	实训机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	制作青山别墅网页实训	1 BOPPPS 教学法; 2 项目教学法; 3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法。	6
课程思政	理解个性化搜索与人群标签, 聚焦店铺人气; 深入产品分析, 明确产品定位, 践行电商诚信与创新。		
总结整理	以学生为中心, 以学生预期学习成果为本, 采用 css 美化表格、css 设置链接、css 美化表单形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 2-2:	制作温泉度假网页	学时	6
学习目标: 1、会利用 javascript 制作特效 2、能使用多媒体 3、懂得创建列表和应用行为			
学习内容		教学准备	教学地点

1、利用 javascript 制作特效 2、图像使用的技巧 3、图像使用的技巧 4、创建列表和菜单 5、应用行为		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	制作温泉度假网页实训	1 BOPPPS 教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	6
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用使用图像技巧、创建列表和菜单形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

六、考核标准与方式

学习 情境	考核点		建议考核 评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 1	理解制作租房网页知识	掌握制作租房网页能力	现场操作	25%
情境 2	理解制作建筑规划网页	掌握制作建筑规划网页能力	现场操作	25%
情境 3	理解制作青山别墅网页知识	掌握制作青山别墅网页能力	现场操作	25%
情境 4	理解制作温泉度假网页知识	掌握制作温泉度假网页能力	现场操作	25%
合计				100%

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《Dreamwear CS6 实例教程》 汤强 人民邮电出版社 2019 年出版

（二）其他参考资料

《网页设计与制作项目教程（HTML+CSS+JavaScript） 网站开发》 黑马程

序员 人民邮电出版社

《网页设计与网站建设案例课堂（第2版）》 刘春茂 清华大学出版社

（三）网络资源

充分利用互联网上的各种资源，包括本课程的相关技术论坛、博客、网站、自媒体平台，为学生提供学习和实践的平台。如以下相关网站：

国家图书馆电子书网站 <http://m.ndlib.cn>

W3C 标准技术网站：<https://www.w3school.com.cn/>

BS 框架技术网站：<http://www.bootcss.com>

JS 标准技术网站：<http://www.bootcdn.com>

虎课网 <https://huke88.com>

网易学院 <http://tech.163.com>

腾讯课堂 <https://ke.qq.com>

腾讯视频 <http://v.qq.com>

优酷 <https://www.youku.com>

建立博客、QQ 群、微信公众号等网络应用，共享教学资源（如教学课件、课堂作业、网上答疑、就业信息、相关网站链接等），为学生提供随时随地学习交流的平台。

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

包括相关教辅材料、实训指导手册、信息技术应用、工学结合、教学实验、网络资源、仿真软件、软硬件环境、校内外实训条件、校企合作项目等的开发与利用。

（二）师资队伍

建议配备的专职教师应具备双师素质，中级或以上职称，或具有三年以上高职教学经历和多年企业工作经历，掌握高职教育规律，了解高职学生特点，精通电子商务、网店装修、视频制作、网站前端设计等知识和技能，最好是有 PhotoShop、HTML+CSS、BS 框架教学经验的教师执教。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室共同开发。
2. 执笔：高进锋

3. 审核：卜忠群

4. 时间： 2023 年 1 月 20 日

《电商运营推广实训（C店）》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】电商运营推广实训（C店）

【开课时间】第 3 学期

【学时/学分数】20 学时/1 学分

【课程类型】考查课

【授课对象】电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《电商运营推广实训（C店）》是电子商务专业核心课程之一，本课程基于网店运营的工作流程设计，从店铺策划、店铺开设、店铺管理、店铺推广的流程设计教学内容，该课程的学习强调实战化，所有教学项目基于淘宝网等电子商务平台开展，此外把理论与案例相结合，把网店经营理论融入实际案例和实际操作当中，让学生体验式学习并完成任务，培养学生的实际运用能力，掌握电商经营方法与技能技巧，使学生能够在互联网上进行网店经营实践的目的，属双证融通情境教学工学结合类电商运营核心课程，因此该课程对于提升学生的网店运营能力等实际工作技能有着极为重要的意义。

本课程为专业核心课程，安排在第二学年第一学期，课程承前启后，先修课程为电子商务概论、网络营销、平面美工技术实务、商品摄影技术、网（微）店页面处理等，后续课程为商务数据分析、网站推广与优化、网（微）店动画处理、电商案例分析与前景展望、综合实训等。课程涵盖网络零售各岗位必备技能，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力，能做到完成课程的同时便初步成为了一名拥有自己网上店铺的网商。本课程根据企业的这种发展趋势，由浅入深，由点及面，完整介绍网店日常营运的工作内容；并通过对应的操作实例练习，提高动手和实际应用能力，可以很好的完成网店日常的运营管理工作。这对电子商务专业的学生系统地学习网店经营也有一定的指导意义和启示价值。

（二）课程任务

本课程基于培养学生从事电子商务经营岗位能力和从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的能力。从网店的供应商选择开始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户/供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。

本课程工学结合项目：在网络店铺第三方平台（如淘宝、拍拍、易趣等）设置能够实际经营的网店并在课程教学过程中一步步完成经营过程直到能够独立操作网络商业店铺并建立交易客户群。

本课程的任务是通过系统的任务驱动法学习，使学生掌握网店经营情况调研报告撰写、网店经营者制定管理方案、网店的建立、网店买卖流程操作、网络安全和识别骗子的技巧、网店交易技巧、网店的宣传、数据分析等相关内容及对应操作，并能运用所学知识进行实际运用解决生活实际问题。本课程各部分内容重点难点突出，结合案例进行教学，注重理论与实际的有机结合。在学习完理论知识，结合实验操作，使学生进一步学以致用，掌握好互联网上电商实践操作。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	电子商务概论、网络营销、平面美工技术实务、商品摄影技术	支撑运营、美工、客服、销售等岗位，培养学生电商运营各岗位的基础理论知识和基本技能，为后续运营课程奠定基础
本课程	电商运营推广实训（C店）	课程涵盖网络零售各岗位必备技能，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力，提高动手和实际应用能力，可以很好的完成网店日常的运营管理工作。
后续课程	商务数据分析、网站推广与优化、网（微）店动画处理、电商案例分析与前景展望等	支撑运营、数据分析、美工等岗位，培养学生数据分析、美工、动画视频后期制作等技能，综合运用电商运营中的各项技能

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
-------	-------	----------

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>(1) 能够利用第三方平台, 运用数据分析方法, 对网络市场调研。</p> <p>(2) 了解各电子商务平台入驻规则、网店开设流程, 完成网店注册及装修。</p> <p>(3) 了解商品信息发布的相关知识, 如商品信息的内容及作用, 商品信息发布的流程等相关知识。</p> <p>(4) 了解网络客户服务与管理相关知识, 如客户服务的基本工作流程、方法、技巧等相关知识。</p> <p>(5) 熟悉物流配送相关知识, 如仓储管理流程, 产品包装选择方法, 运费计算等相关知识。</p> <p>(6) 掌握数据分析相关知识, 如店铺运营数据的主要类型, 常用的数据分析工具等相关知识。</p> <p>(7) 具备网络销售与推广相关知识, 如网店活动营销, 淘宝站内外推广方法等相关知识。</p> <p>(8) 熟悉网店财务管理相关知识, 如财务管理的内部内容及方法等相关知识。</p>	<p>(1) 能够利用利用相机拍摄商品图片, 利用图片处理软件处理产品图片;</p> <p>(2) 能够熟练使用产品发布时所用的各类软件;</p> <p>(3) 能够在 C2C 环境下熟练进行产品的发布和管理;</p> <p>(4) 能够进行初期策划;</p> <p>(5) 具备网络市场调研与数据分析的能力。</p> <p>(6) 具备商品选品、信息发布、商品优化等店铺日常运营的能力。</p> <p>(7) 具备网络营销与推广的能力。</p> <p>(8) 具备网络客户服务及财务管理的能力。</p>	<p>培养学生认真负责的工作态度, 独立思考、勇于创新的精神, 通过项目任务的训练, 培养学生规范意识、沟通能力、团结协作意识以及吃苦耐劳的精神。</p> <p>(1) 具有热爱科学、实事求是的学风, 具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的能力。</p> <p>(2) 加强职业道德意识, 具有诚信经营, 遵纪守法、爱岗敬业、勇于奉献的精神。</p> <p>(3) 培养学生网店运营的职业素质, 精益求精的学习态度, 良好的抗压心理素质。</p> <p>(4) 具备团队合作意识和沟通能力以及领导管理能力。</p> <p>(5) 具备全局分析问题、解决问题的能力 and 信息管理处理能力。</p>

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
学会网上开店的操作技能; 熟练使用网络工具; 实施与执行各种计划和活动的的能力; 精通	<p>1. 能进行市场调研以及店铺定位</p> <p>2. 能开设网上店铺能进行店</p>	<p>养成敬业爱岗、吃苦耐劳的良好职业道德; 具有遵纪守法、公正廉洁、忠于职守, 遵守规</p>

专业能力	方法能力	社会能力
市场营销策划,宣传推广公司产品,具备较强的策划能力;对社会环境变化及时作出反应和应变的能力;	铺装修 3. 能对网上店铺进行日常管理 4. 能进行店铺推广	程、实事求是、勤奋好学的职业守则,团结协作,培养学生互助合作的团队精神;具有可持续发展能力。

七、课程设计思路

为了符合高职院校的人才培养目标,适应社会对技能型人才的需求,结合本课程特点,课程设计可遵循以下思路。

(一) 以实际工作流程为导向重构课程内容

课程内容的选择是以网店开设与经营的实际工作流程为依据,打破以理论知识传授为主要特征的课程模式,转变为以工作任务为中心组织课程内容,并让学生在完成具体任务的过程中构建相关理论与实践知识,锻炼技能,发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练,理论与实践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,从网店运作人员工作需求出发,根据各个环节所需能力,精简陈述性知识,以“必须”、“够用”原则选取课程内容。

(二) “以就业为导向”的技能型教学模式,熟悉各岗位的工作职责。

职业教育是一种适应市场需求、以就业创业为导向、以能力为本位、培养高等技术应用人才的职业教育,所以教学应该达到直接为提高学生专业操作技能服务,并最终为学生就业、创业服务的教学效果。因此,课程的设计突出职业性,着力营造职业氛围,逐渐提高学生网店管理意识,培养学生“网店经营能力”。

因此,必须突破传统的“教材导向”的书本型教学模式,建立适应时代需要“以就业创业导向”的技能型教学模式。将网店运营需要的动态技能点融汇到教学过程中,提高专业知识与技能紧密结合的力度。在具体的课时安排方面,增加实践教学时数,适当减少理论教学时数,以期培养学生的实践操作能力。通过项目式的实践教学环节,增加学生对网店运营的认识,让学生掌握网店运营所需知识点,通过实践操作掌握一定的社会工作经验。结合具体的项目案例,进行学生动手能力的培养。

(三) 以校企合作、工学结合为原则开发教学内容及环节

本课程注重实际能力的培养,教学上贯穿“案例教学”、“项目训练”、“自主创业”相结合的内容或教学环节。在本门课程的教学过程中,充分利用校内实践基地和校外实践基地的优势,利用社会企业对电子商务的需求,通过掌握的知识

和能力,发现社会需求,承接企业网店运营工作,达到提高学生动手能力的目的。利用企业提供的项目或“自主创业”,采用理论与实践相融合的“教、学、做”一体化课程教学模式,训练学生的实践技能。

课程名称	电商运营推广实训 (C店)	计划总学时	20 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	网店筹备管理 2	子情境 1-1: 目标市场分析	熟知目标市场调查的方法; 了解各大指数的用法	能够根据实际项目,选择适当的调研方法对目标市场进行全面分析	1
		子情境 1-2: 商品规划与管理	掌握规划商品的上新数量及款式的方法	能够规划店铺商品上心数量,并挑选款式	1
情境二	网店开设与装修 4	子情境 2-1: 淘宝网开设	了解各电商平台(淘宝平台)的入驻要求,掌握淘宝网开店规则	能够申请、开设淘宝个人店铺	2
		子情境 2-2: 淘宝网装修	具备淘宝网的装修能力	完成淘宝店铺初步装修	2
情境三	网店商品信息管理 与发布 2	子情境 3-1: 商品信息采集与整理	了解商品基本信息的内容及作用;掌握收集买家需求信息及商品信息的方法和渠道	能够运用 FAB 方法整理、总结商品文案	1
		子情境 3-2: 淘宝网产品发布管理	熟练掌握淘宝宝贝的发布流程;掌握淘宝宝贝详情页的设计	能够完成店铺宝贝发布,以及详情页设计	1

			思路和方法		
情境四	网店客服管理 2	子情境 4-1: 客服流程和准备工作	掌握阿里软件网站版客户管理	掌握通过旺旺、电话等与买家沟通的客服技巧	1
		子情境 4-2: 网店客服沟通技巧和工作技巧	能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法	最大限度地满足顾客的需求	1
情境五	网店物流与配送 2	子情境 5-1: 仓储管理	掌握邮政业务、快递公司、物流托运的物流设置	学会设置服务商、设置运费模板、编辑地址库	1
		子情境 5-2: 仓储管理流程	掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格, 熟悉仓储管理流程	掌握不同类别的商品包装方法, 更好进行网店物流与包装管理	1
情境六	网店数据分析 2	子情境 6-1: 数据驱动店铺	掌握如何用千牛管理店铺数据, 学会查看淘宝上已卖出商品的物流信息方法	提升学生对网店交易管理的进一步认识理解和管理兴趣	1
		子情境 6-2: 数据分析工具——生意参谋	能熟练运用生意参谋更好进行网店数据分析	学生使用生意参谋及时掌握网店信息, 更好地管理网店交易	1
情境七	网店推广管理 2	子情境 7-1: 网店活动营销	销售目标活动费用	制订销售计划	1
		子情境 7-2: 淘宝站内推广	直通车、钻展、淘宝客	站内推广	1
情境八	店铺日常管理 2	子情境 8-1: 店铺日常优化管理	店铺前后端页面管理方	页面管理	1

			法		
		子情境 8-2: 商品优化管理	商品优化	橱窗推荐、商品上下架	1
情境九	网店财务管理 2	子情境 9-1: 网店财务构成	网店财务	财务构	1
		子情境 9-3: 总账及财务报表	总账及报表	编制报表	1

五、教学设计

学习情境 1-1.2.：	网店筹备管理（1）	学时	2
学习目标： 1. 熟知目标市场调查的方法。 2. 了解各大指数的用法。 3. 认知主流第三方电商平台的特点。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 规划商品的上新数量。 2. 挑选商品的款式。 3. 能够根据实际项目，选择适当的调研方法对目标市场进行全面分析。 4. 能够根据实际情况，选择适当的电商平台开设店铺并进行运营。		1. 教学思路：目标市场分析 → 商品规划管理→渠道规划管理 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 目标市场分析	(1) 行业分析 (2) 竞争对手分析 (3) 网店 SWOT 分析 (4) 品牌市场定位	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。	1
2. 商品规划与管理	(1) 规划商品的上新数量 (2) 挑选商品款式		1
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生发挥创意，尝试不同的目标市场分析。 2. 工匠精神：强调在商品规划与管理过程中的精细和专注。		
总结整理	1、掌握第三方电商平台的特点。 2、掌握选择适当的电商平台开设店铺并进行运营的方法。		

学习情境 2-1:	网店的开设	学时	2
学习目标: 1. 了解各电商平台（淘宝平台）的入驻要求。 2. 熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程。 3. 掌握淘宝网开店规则。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程。 2. 掌握淘宝网开店规则		1. 教学思路：淘宝网点开设与装修应体现教学做一体化教学 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 淘宝网店的申请	(1) 淘宝平台的入驻要求 (2) 其他电商平台入驻要求 (3) 淘宝网个人店铺开设流程	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问；	1
2. 淘宝网店的 basic 设置	(1) 缴纳店铺保证金 (2) 基本信息设置 (3) 运费模板设置	2. 对于重点知识可进行举例说明。 3. 可通过模拟软件或登录淘宝平台进行实践操作。	1
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生发挥创意，尝试不同的目标市场分析。 2. 工匠精神：强调在商品规划与管理过程中的精细和专注。		
总结整理	1、熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程。 2、掌握淘宝网开店规则。		

学习情境 2-2:	网店的装修	学时	2
学习目标: 1. 了解店铺页面分类			

2. 熟悉店铺页面装修要点、流程			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 网店页面分类 2. 店铺装修要点及流程		1. 教学思路：淘宝网点开设与装修应体现教学做一体化教学 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 店铺页面分类及装修	(1) 店铺页面分类 (2) 店铺装修	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。 3. 可通过模拟软件或登录淘宝平台进行实践操作。	1
2. 宝贝详情页和店铺首页装修	(1) 宝贝详情页装修 (2) 店铺首页装修 (3) 手机端店铺首页结构及装修		1
课程思政	1. 工匠精神：强调在团队管理过程中的精细和专注。 3. 劳动精神：让学生进行淘宝网费用预算的精细化处理，引导细心、耐心的劳动精神		
总结整理	具备淘宝网店的装修能力		

学习情境 3:	网店商品信息管理并发布	学时	2
学习目标: 1. 了解商品基本信息的内容及作用。 2. 了解商品的成本构成。 3. 掌握淘宝宝贝的发布流程			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 运用 FBA 方法整理、总结商品文案。 2. 为所经营商品合理定价。 3. 搜索买家需求信息及商品信息的方法和渠道。 4. 商品的定价方法。 5. 淘宝宝贝详情页设计思路和方法		1. 教学思路：商品信息采集与整理→商品定价管理 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 商品信息采集与整理	(1) 商品基本信息 (2) 信息收集渠道 (3) 商品信息加工整理及文案撰写	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。	1
3. 淘宝网店商品发布管理	(1) 宝贝发布流程 (2) 宝贝详情页的构成及排版设计		1
课程思政	1. 工匠精神：强调在网店申请过程中的精细和专注 3. 劳动精神：让学生进行淘宝网店的的基本设置		
总结整理	1、了解淘宝网店的商品发布规则。 2、掌握淘宝网店的商品发布流程。		

学习情境 4:	网店客服管理	学时	2
学习目标： 1. 熟悉客户心态分类及对策的相关知识； 2. 掌握网店客服能力及常规服务技巧； 3. 熟悉常规网络商务客户维护与谈判的常规知识，能独立从事客户服务工作。			
学习内容	教学准备	教学地点	
1、掌握阿里软件网站版客户管理； 2、掌握网店客服售前售后沟通技巧； 3、能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法。	1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源，对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教	实训室	

		学资源库。	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 4-1	客服流程和准备工作	案例教学法 信息化教学法	1
子情境 4-2	网店客服沟通技巧和工作技巧	情景教学法	1
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生发挥创意，尝试不同的设计。 2. 工匠精神：强调在店铺首页装修过程中的精细和专注。 3. 页面装修使用正能量爱国元素		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 5:	网店物流与配送	学时	2
学习目标: 1、学会设置服务商、设置运费模板、编辑地址库； 2、掌握不同类别的商品包装方法，更好进行网店物流与包装管理			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握邮政业务、快递公司、物流托运的物流设置； 2、掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格，熟悉仓储管理流程		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力 和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源，对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 5-1	仓储管理	任务驱动法	1

子情境 5-2	仓储管理流程	情景教学法	1
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生尝试新的创意和表现手法。 2. 乡村振兴：网店商品可选择助农产品，培养学生对助农的热爱和自豪之情。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 6:	网店数据分析	学时	2
学习目标: 1、提升学生对网店交易管理的进一步认识理解和管理兴趣; 2、学生使用生意参谋及时掌握网店信息,更好地管理网店交易。			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握如何用千牛管理店铺数据,学会查看淘宝上已卖出商品的物流信息方法; 2、熟练运用生意参谋更好进行网店数据分析。		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利用,深化与企业的合作关系,共建共享电商专业群教学资源库。	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 6-1	数据驱动店铺	案例演示法	1
子情境 6-2	数据分析工具——生意参谋	信息化教学法 自主学习法	1
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生尝试新的沟通技巧和表现手法。 2. 劳动精神：让学生了解网店客服沟通的艰辛和付出，培养他们吃苦耐劳、坚持不懈的劳动精神。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7:	网店推广管理	学时	2
学习目标: 1. 理解网店活动营销准备工作的内容。 2. 能够准确制订活动销售目标, 开展营销工作并预估活动费用; 3. 能够制订网店销售计划。			
学习内容		教学准备	教学地点
4. 制订活动销售目标 8. 开展营销工作并预估活动费用 9. 制订网店销售计划		1. 电脑网络 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	制订活动销售目标, 开展营销工作并预估活动费用	1 讲授教学法; 2 项目教学法; 3 任务驱动教学法;	1
2	制订网店销售计划	4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	1. 创新精神: 鼓励学生尝试新的仓储管理方式。 2. 劳动精神: 让学生了解仓储管理的艰辛和付出, 培养他们吃苦耐劳、坚持不懈的劳动精神。		
总结整理	以学生为中心, 以学生预期学习成果为本, 采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 8:	店铺日常优化管理	学时	2
学习目标: 1、熟练掌握店铺前后端页面检查的内容及方法; 2、掌握用数据诊断店铺经营情况的基本方法			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 对店铺页面进行管理 2. 用数据诊断店铺经营情况		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	检查店铺前后端页面	1 讲授教学法； 2 项目教学法；	1
2	对店铺运营情况进行数据分析	3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	1
课程思政	1. 文化自信：引导学生挖掘和数据驱动店铺。 2. 爱国主义：生意参谋体现技术魅力。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 9:	网店财务管理	学时	2
学习目标： 掌握网店财务的相关基本概念及工作内容；			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 网店财务运作流程 2. 网店财务收入管控 3. 网店财务支出管控		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	网店财务的基本概念以及工作内容	1 讲授教学法； 2 项目教学法；	1

2	网店财务运作流程、收入管控、支出管控	3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	1. 创新思维: 鼓励学生在选择适合店铺的推广方式中打破常规, 大胆创新。 2. 社会责任感: 设计具有社会影响力的推广方式。		
总结整理	以学生为中心, 以学生预期学习成果为本, 采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 1	1、掌握目标市场调查的方法、规划商品的上新数量及款式的方法; 2、熟悉各岗位的工作职责、店铺费用的计算方法	能够根据网络市场调研完成网店筹备各项工作	调研报告、大作业	10
情境 2	1、掌握淘宝网开店规则; 2、熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程; 3、具备淘宝网店的装修能力;	能够依据网店运营计划及目标, 开设网店并进行装修	实操演练	12
情境 3	1、了解商品基本信息的内容及作用 2、掌握商品的定价方法; 3、熟练掌握淘宝宝贝的发布流程, 详情页的设计思路和方法;	能够完成商品信息的整理、总结商品文案, 并发布商品, 完成详情页设计	实操演练	14
情境 4	1、掌握阿里软件网站版客户管理; 2、掌握网店客服售前售后沟通技巧;	能够有效开展客户服务, 通过旺旺、电话等与买家沟通; 最大限度地满足顾客的需求; 提升网店综合	实训演示	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
	3、能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法。	管理水平		
情境 5	1、掌握邮政业务、快递公司、物流托运的物流设置； 2、掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格，熟悉仓储管理流程	能够设置服务商、设置运费模板、编辑地址库；利用不同类别的商品包装方法，更好进行网店物流与包装管理	实训演示	10
情境 6	1、掌握如何用千牛管理店铺数据，学会查看淘宝上已卖出商品的物流信息方法； 2、熟练运用生意参谋更好进行网店数据分析。	能够使用生意参谋及时掌握网店信息，更好地管理网店交易	实训演示	10
情境 7	掌握直通车、钻展、淘宝客等推广方式；能够选择适合的推广方式。	能够合理选择推广方式对网店及产品进行营销推广	实训演示	14
情境 8	能够对商品进行优化	设置橱窗推荐、进行商品上下架	实训演示	10
情境 9	掌握网店财务的构成	能够进行网店运营各项目的合理预算，编制网店财务报表	实训演示	10
合计				100%

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《网店运营实务》，刘蓓主编，北京邮电大学出版社，2018 年出版。

（二）其他参考资料

《淘宝网开店、装修、运营、推广与管理》，赵礼玲主编，人民邮电出版社，2021 年出版。

《网店运营实务》，王利锋主编，人民邮电出版社，2016 年出版。

《网店运营与推广》，葛存山主编，人民邮电出版社，2018 年出版。

《电子商务综合实训任务书》，吴威主编，北京理工大学出版社，2014 年出版。

《电子商务运营实务》，李建忠主编，机械工业出版社，2016 年出版。

（三）网络资源

电子商务专业的立体化教材、教学课件、实训任务书、实训指导书、实习任务书、实习指导书、授课录像、参考文献目录、常用网站链接、习题库、网上测试及网上辅导、学生实训视频、教学环境条件图片等；电子商务教研室资料库拥有关于电子商务资源介绍、电子商务案例、电子商务等相关的音像资料；国家级、省级、院级精品资源共享课和教学资源库，课程教学网络管理平台等，以下是电子商务专业和移动商务专业的网络学习资源核心平台。

- 【1】 <http://www.chinaz.com/>站长之家
- 【2】 <http://www.newhua.com/>牛华网
- 【3】 <http://www.techweb.com.cn/>技术网页
- 【4】 <http://www.51cto.com/> 51CTO
- 【5】 <http://www.ebrun.com/> 亿邦动力
- 【6】 <http://www.iheima.com/> I 黑马
- 【7】 <http://www.enet.com.cn/enews/> 硅谷动力
- 【8】 <http://www.it168.com/> IT168
- 【9】 <http://www.iresearch.cn/> 艾瑞网
- 【10】 <http://www.100ec.cn/> 中国电子商务研究中心
- 【11】 <http://www.cnnic.net.cn/> 中国互联网信息中心
- 【12】 <http://淘宝大学.com/>

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

1、网络资源开发与利用

建立以学生为主体、重视学生的学习过程和师生互动的数字化教育资源库。提升传统教学手段，加强现代信息技术应用，推进现代教学手段和方法改革，推动信息化与职业教育的深度融合，以数字化校园平台建设为依托，开发建成网络

新闻与传播专业教学、媒体职业技能培训资源库。

教学条件：理论授课教室：多媒体教室；校内实训室：形体训练实训室、模拟会议室、模拟办公室

2、校内实训环境及教学硬件条件

校内实训基地：配置多媒体教室+理实一体实训室及项目工作室，其基本配置为：计算机 55 台、服务器 1 台、路由器 1 台、打印机 1 台、场地大小 120 平方米，可承担电子商务实训教学任务。依托学院职业技能鉴定所，完成本专业相关认证的职业技能鉴定。

学生实验需要提供实验机房，配备每人一台可以访问互联网的计算机，电脑硬件配置应保证计算机有较快的运行速度和网络访问速度。实验教学环境需要有多媒体设备支持的教学条件，配有音响设施，可进行 PPT 教案讲演、视频播放、实验演示等。

如有可能，学校可以象征性的价格提供一些积压物资或废旧物资（如多余的旧教材、图书、杂志，废旧的电脑等设备）供学生网上销售，既有利于资源的节约和综合利用，同时可培养学生的环保理念。此外，学生需自备一张可以开通网上银行服务的银行卡。

3、校外实训基地

依托行业与业内优质企业合作，构建校企合作模式，建设校外实训基地，为学生校外实习实训提供场所。校外实训基地应具备如下功能和条件：为学生提供生产性实习实训所需岗位和指导。为学生提供真实或仿真项目、案例、任务，并确保学生能够基本完成。相关企业提供的项目、案例、任务应与学生所学专业一致；企业应为每位学生安排指导任务，并与学校的指导老师一同负责对学生进行辅导和实训管理。校外实习基地的专家作为学校的专业建设指导委员会委员，参与专业建设、人才培养方案的制定、专业技术讲座等教学环节的工作。实习基地的技术骨干可作为学校的兼职老师，为学校的教学尤其是实践教学提供指导服务。校外实习基地承担学校教师的挂职锻炼的指导任务，培养教师的双师素质。

（二）师资队伍

该课程师资队伍由专业带头人、行业企业专家、一线骨干教师组成，大多数教师有企业工作经验。在院级系部两级专业带头人、行业协会专家、企业能工巧匠及学院一线骨干教师的共同努力下开发课程。

本教师团队中，专职教师具有硕士学历、双师资格，教学经验和行业经验都十分丰富；企业兼职教师 3-5 名，选聘的全部是具有较高行业知名度的企业高层管理者担任兼职教师及客座教授，他们除了为学生按期授课，还负责提供丰富的行业案例资源及学生实习的平台；另有 1 名的实训指导教师。因为本课程注重实践教学环节，旨在提高学生的单体实战能力，配备行业经验丰富的实训指导教师可有利于学生提升职业能力。

（1）教学团队规模

团队规模：基于 3-4 个教学班的规模，配备专兼职教师 6-10 人左右，其中专职教师 3-5 人，兼职教师 3-5 人，职称和年龄结构合理。

（2）课程负责人

熟悉本专业技术和高职教育规律，实践经验丰富，教育效果好。

（3）双师比例应达到百分之八十以上。双师型教师承担理论实践一体化课程和工学结合课程。

（4）教师配置建议

有一定的企业从业经验及境外留学背景，研究生学历，讲师或以上职称具备双师素质，经常参与展会实践，能开拓校企合作资源。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与京东物流合作开发。
2. 执笔：郑敏榕、姚丹婷、杨玉婵
3. 审核：卜忠群
4. 时间：2023 年 10 月 20 日

《电商运营推广实训（B 店）》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】电商运营推广实训（B 店）

【开课时间】第 4 学期

【学时/学分数】24 学时/1 学分

【课程类型】考查课

【授课对象】电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《电商运营推广实训（B 店）》是电子商务专业核心课程之一，本课程基于网店运营的工作流程设计，从店铺策划、店铺开设、店铺管理、店铺推广的流程设计教学内容，该课程的学习强调实战化，所有教学项目基于京东商城等电子商务平台开展，此外把理论与案例相结合，把网店经营理论融入实际案例和实际操作当中，让学生体验式学习并完成任务，培养学生的实际运用能力，掌握电商经营方法与技能技巧，使学生能够在互联网上进行网店经营实践的目的，属双证融通情境教学工学结合类电商运营核心课程，因此该课程对于提升学生的网店运营能力等实际工作技能有着极为重要的意义。

本课程为专业核心课程，安排在第二学年第二学期，课程承前启后，先修课程为电子商务概论、网络营销、平面美工技术实务、商品摄影技术、网（微）店页面处理、电商运营推广（C 店）等，后续课程为商务数据分析、网站推广与优化、网（微）店动画处理、电商案例分析与前景展望、综合实训等。课程涵盖网络零售各岗位必备技能，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力，能做到完成课程的同时便初步成为了一名拥有自己网上店铺的网商。本课程根据企业的这种发展趋势，由浅入深，由点及面，完整介绍网店日常营运的工作内容；并通过对应的操作实例练习，提高动手和实际应用能力，可以很好的完成网店日常的运营管理工作。这对电子商务专业的学生系统地学习网店经营也有一定的指导意义和启示价值。

（二）课程任务

本课程基于培养学生从事电子商务经营岗位能力和从事个人网店经营的创业能力，使学生具备能够独立操作商业交易活动的能力。从网店的供应商选择开始，学生需要自行确定经营的产品种类并制定价格，并能够独立建立起具备商业交易能力的网上店铺并进行风格设计装饰，对所发布商品进行美化，就网店交易进行谈判与订单处理，备货发货和客户/供应商管理，售后服务以及如何进行店铺和商品推广。

本课程工学结合项目：在网络店铺第三方平台（京东商城）设置能够实际经营的网店并在课程教学过程中一步步完成经营过程直到能够独立操作网络商业店铺并建立交易客户群。

本课程的任务是通过系统的任务驱动法学习，使学生掌握网店经营情况调研报告撰写、网店经营者制定管理方案、网店的建立、网店买卖流程操作、网络安全和识别骗子的技巧、网店交易技巧、网店的宣传、数据分析等相关内容及对应操作，并能运用所学知识进行实际运用解决生活实际问题。本课程各部分内容重点难点突出，结合案例进行教学，注重理论与实际的有机结合。在学习完理论知识，结合实验操作，使学生进一步学以致用，掌握好互联网上电商实践操作。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	电子商务概论、网络营销、平面美工技术实务、商品摄影技术、电商运营推广（C店）	支撑运营、美工、客服、销售等岗位，培养学生电商运营各岗位的基础理论知识和基本技能，为后续运营课程奠定基础
本课程	电商运营推广实训（B店）	课程涵盖网络零售各岗位必备技能，培养学生掌握网络开店的必备理论知识和基本流程，同时获得相应的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力，提高动手和实际应用能力，可以很好的完成网店日常的运营管理工作。
后续课程	商务数据分析、网站推广与优化、网（微）店动画处理、电商案例分析与前景展望等	支撑运营、数据分析、美工等岗位，培养学生数据分析、美工、动画视频后期制作等技能，综合运用电商运营中的各项技能

三、课程培养目标

（一）课程目标

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
-------	-------	----------

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>(1) 能够利用第三方平台,运用数据分析方法,对网络市场调研。</p> <p>(2) 了解各电子商务平台入驻规则、网店开设流程,完成网店注册及装修。</p> <p>(3) 了解商品信息发布的相关知识,如商品信息的内容及作用,商品信息发布的流程等相关知识。</p> <p>(4) 了解网络客户服务与管理相关知识,如客户服务的基本工作流程、方法、技巧等相关知识。</p> <p>(5) 熟悉物流配送相关知识,如仓储管理流程,产品包装选择方法,运费计算等相关知识。</p> <p>(6) 掌握数据分析相关知识,如店铺运营数据的主要类型,常用的数据分析工具等相关知识。</p> <p>(7) 具备网络销售与推广相关知识,如网店活动营销,京东站内外推广方法等相关知识。</p> <p>(8) 熟悉网店财务管理相关知识,如财务管理的内部内容及方法等相关知识。</p>	<p>(1) 能够利用利用相机拍摄商品图片,利用图片处理软件处理产品图片;</p> <p>(2) 能够熟练使用产品发布时所用的各类软件;</p> <p>(3) 能够在 B2C 环境下熟练进行产品的发布和管理;</p> <p>(4) 能够进行初期策划;</p> <p>(5) 具备网络市场调研与数据分析的能力。</p> <p>(6) 具备商品选品、信息发布、商品优化等店铺日常运营的能力。</p> <p>(7) 具备网络营销与推广的能力。</p> <p>(8) 具备网络客户服务及财务管理的能力。</p>	<p>培养学生认真负责的工作态度,独立思考、勇于创新的精神,通过项目任务的训练,培养学生规范意识、沟通能力、团结协作意识以及吃苦耐劳的精神。</p> <p>(1) 具有热爱科学、实事求是的学风,具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的能力。</p> <p>(2) 加强职业道德意识,具有诚信经营,遵守法纪、爱岗敬业、勇于奉献的精神。</p> <p>(3) 培养学生网店运营的素质,精益求精的学习态度,良好的抗压心理素质。</p> <p>(4) 具备团队合作意识和沟通能力以及领导管理能力。</p> <p>(5) 具备全局分析问题、解决问题的能力 and 信息管理处理能力。</p>

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
学会网上开店的操作技能;熟练使用网络工具;实施与执行各种计划和活动的的能力;精通市场营销策划,宣传推广公司产品,具备较强的策划能力;	<p>1. 能进行市场调研以及店铺定位</p> <p>2. 能开设网上店铺能进行店铺装修</p> <p>3. 能对网上店铺进行日常管</p>	<p>养成敬业爱岗、吃苦耐劳的良好职业道德;具有遵纪守法、公正廉洁、忠于职守,遵守规程、实事求是、勤奋好学的职业守则,团结协作,培养学生</p>

专业能力	方法能力	社会能力
对社会环境变化及时作出反应和应变的能力；	理 4. 能进行店铺推广	互助合作的团队精神；具有可持续发展能力。

八、课程设计思路

为了符合高职院校的人才培养目标，适应社会对技能型人才的需求，结合本课程特点，课程设计可遵循以下思路。

（一）以实际工作流程为导向重构课程内容

课程内容的选择是以网店开设与经营的实际工作流程为依据，打破以理论知识传授为主要特征的课程模式，转变为以工作任务为中心组织课程内容，并让学生在完成具体任务的过程中构建相关理论与实践知识，锻炼技能，发展职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，理论与实践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，从网店运作人员工作需求出发，根据各个环节所需能力，精简陈述性知识，以“必须”、“够用”原则选取课程内容。

（二）“以就业为导向”的技能型教学模式，熟悉各岗位的工作职责。

职业教育是一种适应市场需求、以就业创业为导向、以能力为本位、培养高等技术应用人才的职业教育，所以教学应该达到直接为提高学生专业操作技能服务，并最终为学生就业、创业服务的教学效果。因此，课程的设计突出职业性，着力营造职业氛围，逐渐提高学生网店管理意识，培养学生“网店经营能力”。

因此，必须突破传统的“教材导向”的书本型教学模式，建立适应时代需要“以就业创业导向”的技能型教学模式。将网店运营需要的动态技能点融汇到教学过程中，提高专业知识与技能紧密结合的力度。在具体的课时安排方面，增加实践教学时数，适当减少理论教学时数，以期培养学生的实践操作能力。通过项目式的实践教学环节，增加学生对网店运营的认识，让学生掌握网店运营所需知识点，通过实践操作掌握一定的社会工作经验。结合具体的项目案例，进行学生动手能力的培养。

（三）以校企合作、工学结合为原则开发教学内容及环节

本课程注重实际能力的培养，教学上贯穿“案例教学”、“项目训练”、“自主创业”相结合的内容或教学环节。在本门课程的教学过程中，充分利用校内实践基地和校外实践基地的优势，利用社会企业对电子商务的需求，通过掌握的知识 and 能力，发现社会需求，承接企业网店运营工作，达到提高学生动手能力的目的。

利用企业提供的项目或“自主创业”，采用理论与实践相融合的“教、学、做”一体化课程教学模式，训练学生的实践技能。

课程名称	电商运营推广实训 (B 店)	计划总学时	24 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	网店筹备管理 2	子情境 1-1: 目标市场分析	熟知目标市场调查的方法; 了解各大指数的用法	能够根据实际项目,选择适当的调研方法对目标市场进行全面分析	1
		子情境 1-2: 商品规划与管理	掌握规划商品的上新数量及款式的方法	能够规划店铺商品上心数量,并挑选款式	1
情境二	网店开设与装修 4	子情境 2-1: 京东小店开设	了解各电商平台(京东平台)的入驻要求,掌握京东商城开店规则	能够申请、开设京东个人店铺	2
		子情境 2-2: 京东小店装修	具备京东商城店的装修能力	完成京东店铺初步装修	2
情境三	网店商品信息管理 与发布 2	子情境 3-1: 商品信息采集与整理	了解商品基本信息的内容及作用;掌握收集买家需求信息及商品信息的方法和渠道	能够运用 FAB 方法整理、总结商品文案	1
		子情境 3-2: 京东小店产品发布管理	熟练掌握京东宝贝的发布流程;掌握京东宝贝详情页的设计思路和方法	能够完成店铺宝贝发布,以及详情页设计	1

情境四	网店客服管理 2	子情境 4-1: 客服流程和准备工作	掌握京东网站版客户管理	掌握通过咚咚、电话等与买家沟通的客服技巧	1
		子情境 4-2: 网店客服沟通技巧和工作技巧	能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法	最大限度地满足顾客的需求	1
情境五	网店物流与配送 2	子情境 5-1: 仓储管理	掌握京东物流、邮政业务、快递公司、物流托运的物流设置	学会设置服务商、设置运费模板、编辑地址库	1
		子情境 5-2: 仓储管理流程	掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格, 熟悉仓储管理流程	掌握不同类别的商品包装方法, 更好进行网店物流与包装管理	1
情境六	网店数据分析 2	子情境 6-1: 数据驱动店铺	掌握如何用商智管理店铺数据, 学会查看京东上已卖出商品的物流信息方法	提升学生对网店交易管理的进一步认识理解和管理兴趣	1
		子情境 6-2: 数据分析工具——京东商智	能熟练运用京东商智更好进行网店数据分析	学生使用京东商智及时掌握网店信息, 更好地管理网店交易	1
情境七	网店推广管理 2	子情境 7-1: 网店活动营销	销售目标活动费用	制订销售计划	1
		子情境 7-2: 京东站内推广	京东快车、京选展位、芬香	站内推广	1
情境八	店铺日常管理 2	子情境 8-1: 店铺日常优化管理	店铺前后端页面管理方法	页面管理	2

		子情境 8-2: 商品优化管理	商品优化	橱窗推荐、商品上下架	2
情境九	网店财务管理 2	子情境 9-1: 网店财务构成	网店财务	财务构	2
		子情境 9-3: 总账及财务报表	总账及报表	编制报表	2

五、教学设计

学习情境 1-1.2.：	网店筹备管理	学时	2
学习目标： 1. 熟知目标市场调查的方法。 2. 了解各大指数的用法。 3. 认知主流第三方电商平台的特点。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 规划商品的上新数量。 2. 挑选商品的款式。 3. 能够根据实际项目，选择适当的调研方法对目标市场进行全面分析。 4. 能够根据实际情况，选择适当的电商平台开设店铺并进行运营。		1. 教学思路：目标市场分析→商品规划管理→渠道规划管理 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 目标市场分析	(1) 行业分析 (2) 竞争对手分析 (3) 网店 SWOT 分析 (4) 品牌市场定位	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。	1
2. 商品规划与管理	(1) 规划商品的上新数量 (2) 挑选商品款式		1
课程思政	尊重市场规则，遵守国家相关规定，公平竞争		
总结整理	1、掌握第三方电商平台的特点。 2、掌握选择适当的电商平台开设店铺并进行运营的方法。		

学习情境 2-1：	网店的开设与装修	学时	2
学习目标： 1. 了解各电商平台（京东平台）的入驻要求。 2. 熟悉申请、开设京东个人店铺的流程。 3. 掌握京东商城开店规则。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 熟悉申请、开设京东个人店铺的流程。 2. 掌握京东商城开店规则		1. 教学思路：京东商城点开设与装修应体现教学做一体化教学 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 京东商城店的申请	(1) 京东平台的入驻要求 (2) 其他电商平台入驻要求 (3) 京东商城个人店铺开设流程	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。 3. 可通过模拟软件或登录京东平台进行实践操作。	1
2. 京东商城店的基本设置	(1) 缴纳店铺保证金 (2) 基本信息设置 (3) 运费模板设置		1
课程思政	遵守平台开店规则，证件齐全，不弄虚作假信息，诚信经营		
总结整理	1、熟悉申请、开设京东个人店铺的流程。 2、掌握京东商城开店规则。		

学习情境 2-2:	网店的装修	学时	2
学习目标: 1. 了解店铺页面分类 2. 熟悉店铺页面装修要点、流程			

学习内容		教学准备	教学地点
1. 网店页面分类 2. 店铺装修要点及流程		1. 教学思路：京东商城点开设与装修应体现教学做一体化教学 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 店铺页面分类及装修	(1) 店铺页面分类 (2) 店铺装修	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。 3. 可通过模拟软件或登录京东平台进行实践操作。	1
2. 宝贝详情页和店铺首页装修	(1) 宝贝详情页装修 (2) 店铺首页装修 (3) 手机端店铺首页结构及装修		1
课程思政	1、熟悉申请、开设京东个人店铺的流程。 2、掌握京东商城开店规则。		
总结整理	具备京东商城店的装修能力		

学习情境 3:	网店商品信息管理并发布	学时	2
学习目标： 1. 了解商品基本信息的内容及作用。 2. 了解商品的成本构成。 3. 掌握京东宝贝的发布流程			
学习内容	教学准备	教学地点	
1. 运用 FBA 方法整理、总结商品文案。 2. 为所经营商品合理定价。 3. 搜索买家需求信息及商品信息的方法和渠道。 4. 商品的定价方法。 5. 京东宝贝详情页设计思路和方法	1. 教学思路：商品信息采集与整理→商品定价管理 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室	

教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 商品信息采集 与整理	(1) 商品基本信息 (2) 信息收集渠道 (3) 商品信息加工整理及文案撰写	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。	1
3. 京东商城店商品发布管理	(1) 宝贝发布流程 (2) 宝贝详情页的构成及排版设计		1
课程思政	装修符合中国人的审美风格，展示内容真实不虚假		
总结整理	1、了解京东商城店的商品发布规则。 2、掌握京东商城店的商品发布流程。		

学习情境 4:	网店客服管理	学时	2
学习目标: 1. 熟悉客户心态分类及对策的相关知识; 2. 掌握网店客服能力及常规服务技巧; 3. 熟悉常规网络商务客户维护与谈判的常规知识, 能独立从事客户服务工作。			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握京东网站版客户管理; 2、掌握网店客服售前售后沟通技巧; 3、能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法。		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源, 对网络资源开发与利用, 深化与企业的合作关系, 共建共享电商专业群教学资源库。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 4-1	客服流程和准备工作	案例教学法 信息化教学法 情景教学法	1
子情境 4-2	网店客服沟通技巧和工作技巧		1

课程思政	发品符合平台规则，遵守平台相关规定，定价合理，符合市场需要
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。

学习情境 5:	网店物流与配送	学时	2
学习目标： 1、学会设置服务商、设置运费模板、编辑地址库； 2、掌握不同类别的商品包装方法，更好进行网店物流与包装管理			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握京东物流、邮政业务、快递公司、物流托运的物流设置； 2、掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格，熟悉仓储管理流程		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源，对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 5-1	仓储管理	任务驱动法 情景教学法	1
子情境 5-2	仓储管理流程		1
课程思政	在培养服务意识过程中，可以融入思政教育元素，引导学生认识到服务行业的特殊性，以及为客户提供优质服务所体现的职业道德和社会价值。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 6:	网店数据分析	学时	2
----------------	--------	-----------	---

学习目标： 1、提升学生对网店交易管理的进一步认识理解和管理兴趣； 2、学生使用京东商智及时掌握网店信息，更好地管理网店交易。			
学习内容		教学准备	教学地点
1、掌握如何用商智管理店铺数据，学会查看京东上已卖出商品的物流信息方法； 2、熟练运用京东商智更好进行网店数据分析。		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好多媒体教学条件 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源，对网络资源开发与利用，深化与企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库。	实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
子情境 6-1	数据驱动店铺	案例演示法	1
子情境 6-2	数据分析工具——京东商智	信息化教学法 自主学习法	1
课程思政	随着物流技术的不断发展，课程思政应鼓励学生创新思维，培养他们在面对新问题时能够灵活应对的能力。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 7:	网店推广管理	学时	4
学习目标： 1. 理解网店活动营销准备工作的内容。 2. 能够准确制订活动销售目标，开展营销工作并预估活动费用； 3. 能够制订网店销售计划。			
学习内容		教学准备	教学地点

5. 制订活动销售目标 10. 开展营销工作并预估活动费用 11. 制订网店销售计划		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	制订活动销售目标，开展营销工作并预估活动费用	1 讲授教学法； 2 项目教学法； 3 任务驱动教学法；	2
2	制订网店销售计划	4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	2
课程思政	融入思政教育元素，引导学生认识到逻辑思维对于个人成长和职业发展的重要性。鼓励学生学会独立思考，勇于质疑和探究，不断提升自己的逻辑思维水平。		
总结整理	以学生为中心，以学生预期学习成果为本，采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 8:	店铺日常优化管理	学时	4
学习目标： 1、熟练掌握店铺前后端页面检查的内容及方法； 2、掌握用数据诊断店铺经营情况的基本方法			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 对店铺页面进行管理 2. 用数据诊断店铺经营情况		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	检查店铺前后端页面	1 讲授教学法； 2 项目教学法；	2

2	对店铺运营情况进行数据分析	3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	2
课程思政	鼓励学生积极关注市场动态,勇于尝试新的推广方式,不断提升自己的市场推广能力。		
总结整理	以学生为中心,以学生预期学习成果为本,采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

学习情境 9:	网店财务管理	学时	2
学习目标: 掌握网店财务的相关基本概念及工作内容;			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 网店财务运作流程 2. 网店财务收入管控 3. 网店财务支出管控		1. 电脑网络 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	网店财务的基本概念以及工作内容	1 讲授教学法;	1
2	网店财务运作流程、收入管控、支出管控	2 项目教学法; 3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	鼓励学生积极关注市场动态,勇于尝试新的推广方式,不断提升自己的市场推广能力。		
总结整理	以学生为中心,以学生预期学习成果为本,采用形成性评价与终结性评价相结合的综合评价模式。		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 1	1、掌握目标市场调查的方法、规划商品的新上数量及款式的方法； 2、熟悉各岗位的工作职责、店铺费用的计算方法	能够根据网络市场调研完成网店筹备各项工作	调研报告、大作业	10
情境 2	1、掌握京东商城开店规则； 2、熟悉申请、开设京东个人店铺的流程； 3、具备京东商城店的装修能力；	能够依据网店运营计划及目标，开设网店并进行装修	实操演练	12
情境 3	1、了解商品基本信息的内容及作用 2、掌握商品的定价方法； 3、熟练掌握京东宝贝的发布流程，详情页的设计思路和方法；	能够完成商品信息的整理、总结商品文案，并发布商品，完成详情页设计	实操演练	14
情境 4	1、掌握京东网站版客户管理； 2、掌握网店客服售前售后沟通技巧； 3、能熟练应用帮助买家更好地挑选商品的方法。	能够有效开展客户服务，通过咚咚、电话等与买家沟通；最大限度地满足顾客的需求；提升网店综合管理水平	实训演示	10
情境 5	1、掌握京东物流、邮政业务、快递公司、物流托运的物流设置； 2、掌握如何查询快递公司价格、平邮价格等物流价格，熟悉仓	能够设置服务商、设置运费模板、编辑地址库；利用不同类别的商品包装方法，更好进行网店物流与包装管理	实训演示	10

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
	储管理流程			
情境6	1、掌握如何用商智管理店铺数据，学会查看京东上已卖出商品的物流信息方法； 2、熟练运用京东商智更好进行网店数据分析。	能够使用京东商智及时掌握网店信息，更好地管理网店交易	实训演示	10
情境7	掌握京东快车、京选展位、芬香等推广方式； 能够选择适合的推广方式。	能够合理选择推广方式对网店及产品进行营销推广	实训演示	14
情境8	能够对商品进行优化	设置橱窗推荐、进行商品上下架	实训演示	10
情境9	掌握网店财务的构成	能够进行网店运营各项目的合理预算，编制网店财务报表	实训演示	10
合计				100%

七、学习资源的选用（以下项目可增减）

（一）主要参考教材

《京东平台数据化运营》，赵环宇、陈宣武主编，电子工业出版社，2023年05月出版。

（二）其他参考资料

《京东商城开店、装修、运营、推广与管理》，赵礼玲主编，人民邮电出版社，2021年出版。

《网店运营实务》，王利锋主编，人民邮电出版社，2016年出版。

《网店运营与推广》，葛存山主编，人民邮电出版社，2018年出版。

《电子商务综合实训任务书》，吴威主编，北京理工大学出版社，2014年出版。

《电子商务运营实务》，李建忠主编，机械工业出版社，2016年出版。

（三）网络资源

电子商务专业的立体化教材、教学课件、实训任务书、实训指导书、实习任务书、实习指导书、授课录像、参考文献目录、常用网站链接、习题库、网上测试及网上辅导、学生实训视频、教学环境条件图片等；电子商务教研室资料库拥有关于电子商务资源介绍、电子商务案例、电子商务等相关的音像资料；国家级、省级、院级精品资源共享课和教学资源库，课程教学网络管理平台等，以下是电子商务专业和移动商务专业的网络学习资源核心平台。

- 【1】 <http://www.chinaz.com/>站长之家
- 【2】 <http://www.newhua.com/>牛华网
- 【3】 <http://www.techweb.com.cn/>技术网页
- 【4】 <http://www.51cto.com/> 51CTO
- 【5】 <http://www.ebrun.com/> 亿邦动力
- 【6】 <http://www.iheima.com/> I 黑马
- 【7】 <http://www.enet.com.cn/enews/> 硅谷动力
- 【8】 <http://www.it168.com/> IT168
- 【9】 <http://www.iresearch.cn/> 艾瑞网
- 【10】 <http://www.100ec.cn/> 中国电子商务研究中心
- 【11】 <http://www.cnnic.net.cn/> 中国互联网信息中心
- 【12】 <http://京东大学.com/>

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

1、网络资源开发与利用

建立以学生为主体、重视学生的学习过程和师生互动的数字化教育资源库。提升传统教学手段，加强现代信息技术应用，推进现代教学手段和方法改革，推动信息化与职业教育的深度融合，以数字化校园平台建设为依托，开发建成网络新闻与传播专业教学、媒体职业技能培训资源库。

教学条件：理论授课教室：多媒体教室；校内实训室：形体训练实训室、模拟会议室、模拟办公室

2、校内实训环境及教学硬件条件

校内实训基地：配置多媒体教室+理实一体实训室及项目工作室，其基本配置为：计算机 55 台、服务器 1 台、路由器 1 台、打印机 1 台、场地大小 120 平方米，可承担电子商务实训教学任务。依托学院职业技能鉴定所，完成本专业相关认证的职业技能鉴定。

学生实验需要提供实验机房，配备每人一台可以访问互联网的计算机，电脑硬件配置应保证计算机有较快的运行速度和网络访问速度。实验教学环境需要有多媒体设备支持的教学条件，配有音响设施，可进行 PPT 教案讲演、视频播放、实验演示等。

如有可能，学校可以象征性的价格提供一些积压物资或废旧物资（如多余的旧教材、图书、杂志，废旧的电脑等设备）供学生网上销售，既有利于资源的节约和综合利用，同时可培养学生的环保理念。此外，学生需自备一张可以开通网上银行服务的银行卡。

3、校外实训基地

依托行业与业内优质企业合作，构建校企合作模式，建设校外实训基地，为学生校外实习实训提供场所。校外实训基地应具备如下功能和条件：为学生提供生产性实习实训所需岗位和指导。为学生提供真实或仿真项目、案例、任务，并确保学生能够基本完成。相关企业提供的项目、案例、任务应与学生所学专业一致；企业应为每位学生安排指导任务，并与学校的指导老师一同负责对学生进行辅导和实训管理。校外实习基地的专家作为学校的专业建设指导委员会委员，参与专业建设、人才培养方案的制定、专业技术讲座等教学环节的工作。实习基地的技术骨干可作为学校的兼职老师，为学校的教学尤其是实践教学提供指导服务。校外实习基地承担学校教师的挂职锻炼的指导任务，培养教师的双师素质。

（二）师资队伍

该课程师资队伍由专业带头人、行业企业专家、一线骨干教师组成，大多数教师有企业工作经验。在院级系部两级专业带头人、行业协会专家、企业能工巧匠及学院一线骨干教师的共同努力下开发课程。

本教师团队中，专职教师具有硕士学历、双师资格，教学经验和行业经验都十分丰富；企业兼职教师 3-5 名，选聘的全部是具有较高行业知名度的企业高层管理者担任兼职教师及客座教授，他们除了为学生按期授课，还负责提供丰富的行业案例资源及学生实习的平台；另有 1 名的实训指导教师。因为本课程注重实

实践教学环节，旨在提高学生的单体实战能力，配备行业经验丰富的实训指导教师可有利于学生提升职业能力。

（1）教学团队规模

团队规模：基于 3-4 个教学班的规模，配备专兼职教师 6-10 人左右，其中专任教师 3-5 人，兼职教师 3-5 人，职称和年龄结构合理。

（2）课程负责人

熟悉本专业技术和高职教育规律，实践经验丰富，教育效果好。

（3）双师比例应达到百分之八十以上。双师型教师承担理论实践一体化课程和工学结合课程。

（4）教师配置建议

有一定的企业从业经验及境外留学背景，研究生学历，讲师或以上职称具备双师素质，经常参与展会实践，能开拓校企合作资源。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与京东物流合作开发。
2. 执笔：杨玉婵、王柳婷、巢秋菊
3. 审核：卜忠群
4. 时间：2024 年 2 月 25 日