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：2023 级

教学科研部制

目录

《管理学基础》课程标准 1
《电子商务实务》课程标准 14
《商务数据分析与应用》课程标准 28
《农产品市场营销》课程标准 44
《商品摄影技术》课程标准 64
《平面美工设计（PS）》课程标准 82
《搜索引擎优化（SEO）》课程标准 106
《电商网店装修》课程标准 139
《电商新媒体技术》课程标准 161
《电商经营方法与技能（C 店）+（B 店）》课程标准 186
《农产品电商直播》课程标准 212
《网络营销实务》课程标准 246
《直播电商实务》课程标准 273
《网店运营实务》课程标准 297
《网店客服》课程标准 324
《短视频营销实务》课程标准 339
《农村金融与信贷》课程标准 355
《商务礼仪与沟通》课程标准 368
《电子商务物流管理》课程标准 386
《市场营销实务》课程标准 401
《电商网店装修实训》课程标准 417
《电商运营推广实训（C 店）》课程标准 458
《电商运营推广实训（B 店）》课程标准 477

《管理学基础》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】管理学基础

【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】23 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

本课程为电子商务专业的一门专业基础课程，理论与实践相结合，是培养市场营销专业管理专门人才的重要技能基础，对学生进行基础市场营销管理能力培养和职业素养养成起主要基础作用。本课程是根据三年制高职市场营销专业面向批发、零售业培养高素质技术技能市场营销人才的专业目标定位，在职业任务分析的基础上，依照基于工作过程导向的课程开发与设计理念，由企业一线人员、专任教师、课程专家开发的一门课程。

本课程课程主要介绍管理的基本概念、基本原理和基本方法。结合西方管理理论的产生和发展，联系中国管理思想和实践，了解现代管理理论和实践发展的新趋势。通过本课程的学习，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。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。

（二）课程任务

《管理学基础》是一门系统地研究管理活动普遍规律和一般方法的科学。它是一门广泛吸收多学科知识的边缘科学，同时又具有很强的实践性，属于应用科学。因此，在高等职业教育中该课程的设计思路是：以就业为导向，以调动学生积极性为中心，以实用性和应用性为目标，建立一条主线”、“两大基础”、“四大关键能力”的教学内容体系，即以培养基层管理岗位综合管理技能为主线，使学生掌握基层管理岗位所需要的综合性、一般性的管理技能，它既区别于以宏观管理、概念技能为主的高层综合管理能力，又区别于以专业化为特征的生产、营销、

财会等职能管理技能；以管理基础知识和管理思想为两大基础，使学生掌握管理的概念、属性，管理主体、管理职能等基础知识以及管理实践、管理思想和管理理论等基础理论知识。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
本课程	《管理学基础》	支撑销售岗位能力。培养营销专业职业素质。培养建立、维护客户关系专业技能。
后续课程	《经济学基础》	使学生掌握经济学的基本理论、基本概念和基本分析方法，为进一步学习财经类的专业课程及将来从事经济工作奠定基础；并且能够运用现代经济学的基本理论知识，能深入分析社会实际情况，对实际问题的解决，提出有效的措施。

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.掌握管理内涵； 2.掌握管理者的素质及能力要求； 3.理解管理理论的主要观点； 4.掌握企业文化的含义及塑造； 5.理解计划内容程序及决策分类； 6.理解组织结构的形式； 7.掌握领导方式、权力构成；8.掌握激励的手段； 9.理解沟通方法与艺术； 10.了解控制类型及程序。	1.具备运用管理理论分析及解决问题的能力； 2.具有一定的创新能力； 3.具备制定计划的能力； 4.具有一定的决策能力； 5.具有一定的人事能力； 6.具有一定的指挥能力； 7.具备有效激励能力； 8.具备协调与沟通能力； 9.具备有效控制和评价能力； 10 具备与定的创业创新能力； 11.具有正确的学习观念、学习方法和学习能力； 12.具有正确对待学习生活中挫折的能力； 13.具有较强的独立生活能力。	1.拥有爱心，分享喜悦，乐于助人，宽恕他人； 2.遵纪守法，恪守规则，具有良好的礼仪和行为规范；3.热爱生活，尊重人格，珍爱生命； 4.具有克服困难的勇气和排除各种心理困扰的意识； 5.具有良好的职业道德、诚实品质和敬业精神； 6.具有一定的事业心和高度的责任感； 7.拥有健康的心态和爱好，宽广的胸怀； 8.具有正确的世界观、人生观、价值观和爱情观； 9.具有自尊、自立、自爱、自强的精神； 10.具有良好的人文素养和审美情趣； 11.具有坚强的意志和一定的创新

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
		精神。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
1. 岗位认知能力； 2. 基础操作能力； 3. 工作任务执行能力； 4. 工作改进与创新等能力。	1. 一般能力； 2. 组织管理能力； 3. 创新能力； 4. 业务能力等。	1. 团队协作能力； 2. 人际交流和沟通能力； 3. 解决问题能力； 4. 创新能力。

四、课程设计思路

课程名称	管理学基础	26 学时		
情境名称	情境描述	知识点	能力点	参考学时
情境一	管理学基础概述	1.管理的必要性； 2.管理的概念； 3.管理的性质； 4.管理的四项基本职能； 3.效果和效率之间的区别； 4.管理者和操作者(作业人员)的区别。	1.管理者的角色、素质和技能要求； 2.PEST 分析方法； 3.五力模型分析法； 4.SWOT 分析法。	4
情境二	管理理论的形成和发展	1. 我国古代、外国早期的管理思想； 2. 泰勒科学管理理论的主要内容及其对管理学的贡献和不足； 3. 法约尔的一般管理理论的主要内容和贡献； 4. 韦伯的理想行政组织体系理论的主要内容和贡献； 5. 霍桑试验及人际关系理论的主要内容；	1. 现代管理理论发展的新思潮； 2. 竞争战略理论； 3. 企业流程再造理论； 4. 学习型组织理论。	4

情境三	计划职能	1. 决策的含义、类型和原则； 2. 决策在管理中的作用； 3. 各种决策的应用条件； 4. 计划的概念、特征和类型； 5. 计划编制过程； 6. 目标管理的含义和优缺点。	1. 定性决策方法； 2. 和定量决策方法； 3. 计划作为管理首要职能的重要性； 4. 现代计划的主要方法； 5.目标管理制定过程。	4
情境四	组织职能	1. 组织设计的内容和原则； 2. 组织部门化和工作专业化的基本原则； 3. 管理幅度的概念及影响因素； 4. 职权配置的途径和方法； 5. 组织及组织结构的含义、特点及影响因素。	1. 组织结构的类型及其各自的优缺点、适用范围； 2. 人员配备的原理、选聘、考评和培训； 3. 组织变革的含义、动因、内容和流程。	4
情境五	领导职能	1. 领导、激励、沟通的内涵； 2. 四种人性假设的内容； 3. 领导特质理论、领导行为理论和领导权变理论的主要内容及特点； 4. 内容激励理论、过程激励理论及行为改造理论的主要内容、特点及应用；	1. 沟通的概念和过程； 2. 正式沟通和非正式沟通的类型和特点； 3. 阻碍有效沟通的因素和提高沟通效果的方法。	6
情境六	控制职能	1.控制的含义及必要	1. 管理控制的一	4

		性； 2.控制的作用及与其他管理职能间的关系； 3.控制的各种类型；	般过程和要求； 2. 控制的技术和方法。	

五、教学设计

学习情境一：	管理学基础概述	学时	6

学习目标：

1.了解管理的必要性。

2.掌握管理的概念，明确管理的性质，熟悉管理的四项基本职能。

3.掌握效果和效率之间的区别。

4.熟悉管理者和操作者(作业人员)的区别。

5.掌握管理者的角色、素质和技能要求。

6.掌握 PEST 分析方法、五力模型分析法、掌握 SWOT 分析法。

学习内容	教学准备	教学地点
模块一　管理认知 模块二　管理者认知 模块三　管理环境认知 模块四　管理环境认知	教材、PPT、多媒体	

教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
管理学基础概述	1.管理的必要性； 2.管理的概念； 3.管理的性质； 4.管理的四项基本职能； 3.效果和效率之间的区别； 4.管理者和操作者(作业人员)的区别。	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学。	6
思政元素	管理乃社会进步之基，电商发展之魂。理解管理必要性，明晰概念性质，掌握计划、组织、领导、控制四项职能，区分效果效率，认知管理者与操作者差异，共筑高效和谐电商生态，践行时代责任。		
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：	管理理论的形成和发展	学时	4

<table>
<tr><td colspan="4">学习目标：
1. 了解我国古代、外国早期的管理思想；
2. 掌握泰勒科学管理理论的主要内容及其对管理学的贡献和不足；
3. 掌握法约尔的一般管理理论的主要内容和贡献；
4. 掌握韦伯的理想行政组织体系理论的主要内容和贡献；
5. 掌握霍桑试验及人际关系理论的主要内容；
6. 熟悉现代管理理论发展的新思潮；
7. 了解竞争战略理论、企业流程再造理论、了解学习型组织理论。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">模块一 传统管理阶段认知
模块二 古典管理理论阶段认知
模块三 行为科学阶段认知
模块四 现代管理阶段认知
模块五 当代管理阶段认知</td><td>教材、PPT、多媒体</td><td></td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>管理理论的形成和发展</td><td>1. 传统管理阶段认知
2. 古典管理理论阶段认知
3. 行为科学阶段认知
4. 现代管理阶段认知
5. 当代管理阶段认知</td><td>理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学。</td><td>4</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">穿越管理理论演进，从传统至当代，强化历史责任感与未来使命感。理解各阶段管理精髓，融合人文关怀与科技创新，培养适应时代变革的管理思维与道德情操。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境三：</td><td>计划职能</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="4">学习目标：
1. 理解决策的含义、类型、原则及在管理中的作用；熟悉各种决策的应用条件。
2. 重点掌握定性决策方法和定量决策方法。
3. 理解计划的概念、特征、类型及编制过程。
4. 掌握计划作为管理首要职能的重要性及现代计划的主要方法。
5. 掌握目标管理的含义、制定过程及优缺点。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">模块一 决策认知
模块二 计划认知</td><td>教材、PPT、多媒体</td><td></td></tr>
</table>

教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
管理理论的形成和发展	1. 决策认知 2. 计划认知	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学。	4
思政元素	深化决策计划认知，洞察市场风云变，强化责任担当，融合智慧创新，培养敏锐电商视野，塑造未来领航者，共铸时代新辉煌。		
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：	组织职能	**学时**	6
学习目标： 1.掌握组织设计的内容和原则以及组织部门化和工作专业化的基本原则； 2.掌握管理幅度的概念及影响因素，熟悉职权配置的途径和方法； 3.掌握组织及组织结构的含义、特点及影响因素； 4.掌握组织结构的类型及其各自的优缺点、适用范围； 5.熟悉人员配备的原理、选聘、考评和培训； 6.了解组织变革的含义、动因、内容和流程。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
模块一 组织与组织设计认知 模块二 组织设计的横向、纵向与职权结构认知 模块三 组织设计的基本形式认知 模块四 组织中的人员配备认知 模块五 组织变革认知		教材、PPT、多媒体	
教学组织 步骤	**教学内容**	**教学方法建议**	**学时分配**
组织职能	1. 组织与组织设计认知 2. 组织设计的横向、纵向与职权结构认知 3. 组织设计的基本形式认知 4. 组织中的人员配备认知 5. 组织变革认知	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学。	4

思政元素	洞悉组织设计奥秘，把握横纵职权结构，认知基本形式精髓，优化人员配备效能，勇担组织变革重任，共筑电商发展新篇章，锤炼时代组织智慧。
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：	领导职能	**学时**	6
学习目标： 1. 理解领导、激励、沟通的内涵；熟悉四种人性假设的内容。 2. 重点掌握领导特质理论、领导行为理论和领导权变理论的主要内容及特点； 3. 掌握内容激励理论、过程激励理论及行为改造理论的主要内容、特点及应用； 4. 掌握沟通的概念和过程；正式沟通和非正式沟通的类型和特点； 5. 熟悉阻碍有效沟通的因素和提高沟通效果的方法。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
模块一 领导认知 模块二 激励认知 模块三 沟通认知		教材、PPT、多媒体	
教学组织步骤	**教学内容**	**教学方法建议**	**学时分配**
领导职能	1.领导认知 2.激励认知 3.沟通认知	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学。	**6**
思政元素	领悟领导艺术真谛，洞悉激励人心之道，掌握沟通桥梁之术，共筑电商和谐团队，培养卓越领导力，激发团队潜能，共绘时代新篇章。		
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。		

学习情境六：	控制职能	学时	6
学习目标： 1.理解控制的含义及必要性； 2.掌握控制的作用及与其他管理职能间的关系； 3.熟悉控制的各种类型； 4.掌握管理控制的一般过程和要求； 5.掌握控制的技术和方法。			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
模块一 控制认知 模块二 控制的类型认知 模块三 控制的过程与要求认知 模块四 控制的技术与方法认知	教材、PPT、多媒体		
教学组织步骤	**教学内容**	**教学方法建议**	**学时分配**
控制职能	1. 控制认知 2. 控制的类型认知 3. 控制的过程与要求认知 4. 控制的技术与方法认知	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学。	6
思政元素	深化控制认知精髓，明晰类型差异，掌握过程要求，精通技术方法，共筑电商稳健基石，强化风险防控，引领行业稳健前行。		
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.管理的必要性； 2.管理的概念； 3.管理的性质； 4.管理的四项基本职能；	1.管理者的角色、素质和技能要求； 2.PEST 分析方法； 3.五力模型分析法； 4.SWOT 分析法。	单元小测	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		
	3.效果和效率之间的区别； 4.管理者和操作者（作业人员）的区别。			
情境2	1.我国古代、外国早期的管理思想； 2.泰勒科学管理理论的主要内容及其对管理学的贡献和不足； 3.法约尔的一般管理理论的主要内容和贡献； 4.韦伯的理想行政组织体系理论的主要内容和贡献； 5.霍桑试验及人际关系理论的主要内容。	1.现代管理理论发展的新思潮； 2.竞争战略理论； 3.企业流程再造理论； 学习型组织理论。	单元小测	15%
情境3	1.决策的含义、类型和原则； 2.决策在管理中的作用； 3.各种决策的应用条件； 4.计划的概念、特征和类型； 5.计划编制过程； 6.目标管理的含义和优缺点。	1.定性决策方法； 2.和定量决策方法； 3.计划作为管理首要职能的重要性； 4.现代计划的主要方法； 5.目标管理制定过程。	单元小测	15%
情境4	1.组织设计的内容和原则； 2 组织部门化和工作专业化的基本原	1.组织结构的类型及其各自的优缺点、适用范围； 2.人员配备的原理、选	单元小测	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		
	则； 3.管理幅度的概念及影响因素； 4.职权配置的途径和方法； 5.组织及组织结构的含义、特点及影响因素。	聘、考评和培训； 3.组织变革的含义、动因、内容和流程。		
情境5	1.领导、激励、沟通的内涵； 2.四种人性假设的内容； 3.领导特质理论、领导行为理论和领导权变理论的主要内容及特点； 4.内容激励理论、过程激励理论及行为改造理论的主要内容、特点及应用。	1.沟通的概念和过程； 2.正式沟通和非正式沟通的类型和特点； 3.阻碍有效沟通的因素和提高沟通效果的方法。	单元小测	20%
情境6	1.控制的含义及必要性； 2.控制的作用及与其他管理职能间的关系； 3.控制的各种类型。	3. 管理控制的一般过程和要求； 4. 控制的技术和方法。	单元小测	15%
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

《管理学实务》，李静秋主编，郑州大学出版社，2021年出版，版本：第1版。

（二）其他参考资料

《管理学基础》，张云河主编，中国人民大学出版社， 2019 年出版，版本：第 2 版。“十三五”高等职业教育财经管理系列规划教材。

《管理学基础》，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

中国企划网 http://www.Cnqihua.Com

策划之路 http://www.jobage.com

中华策划网 http://www.cehua.com.cn/

中国经理人网 http://www.sino-manager.com/

中国商务策划网 http://www.chinasbw.com/

中国管理传播网 http://www.manage.org.cn

企业经营模拟网 http://www.iboss.com.cn/

中国互动出版网 http://www.hzbook.com/main.htm

中国国家企业网 http://www.chinabbc.com.cn/

中华企业内刊网 http://www.neikan.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，拥有高等学校教学资格证、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：具有一定的管理学专业知识能力，熟悉岗位要求，能胜任大数据与会计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，具务较强的专业技能，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：郑敏榕

3. 审核：卜忠群

4. 时间：2023 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】 2023 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	《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	《电商新媒体运营》	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；	6

			3.C2C 网站购物操作技能。	
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。	4. HBuilderX 软件的下载及安装; 5. HBuilderX 软件界面认知; 6. HBuilderX 软件常用操作; 7. 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

			4. 能够分析顾客的消费心理，丰富语言表达能力； 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；			

<table>
<tr><td colspan="4">5.理解电子商务系统框架；
6.理解电子商务发展新模式</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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。</td><td>教材、PPT、多媒体</td><td>3-305</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>（一）商务与电子商务</td><td>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</td><td>理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学；</td><td>2</td></tr>
<tr><td>思政元素</td><td colspan="3">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">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。</td></tr>
<tr><td>学习情境二：</td><td>电子商务模式</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
</table>

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
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 五、B2B 发展现状 六、国内典型网站分析—阿里巴巴	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学；	6
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	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%

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		
	生的影响。			
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.理解电子商务发展新模式	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；	单元小测	5%
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电 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	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%

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		
	全交易协议。			
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，安全技术； 4. 了解电子商务安全日常防范。	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%
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	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%

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		
	前沿的思路；			
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：易观一大数据分析

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.ccwresearch.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：梅花网一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/...

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，拥有高等学校教学资格证、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：2023 年 8 月 25 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】2023 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》是电子商务专业的基础课。目标是让学生在理解商务数据分析的意义、作用、基本流程、常用方法等理论基础上，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员、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

	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	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）理解商务数据分析的意义、作用及一般流程； （2）掌握商务数据分析的常用分析模型与常用分析方法； （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。	（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； （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； （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。	（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	6

				法	
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	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			
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、竞争数据分析	1.教学分组； 2.学情分析，选择教法； 3.课前预习；	机房

		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	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）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	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。
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

学习目标：
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
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
了解内容运营分析：站内内容运营，站外内容运营分析

学习内容	**教学准备**	**教学地点**
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.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		

<table>
<tr><td>学习情境 9：</td><td colspan="2">运营数据分析与可视化 3（销售数据分析）</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">1.教学分组；
2.学情分析，选择教法；
3.课前预习；
4.明确任务。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">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</td><td>（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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">交易数据分析、服务数据分析</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 10：</td><td colspan="2">运营数据分析与可视化 4（采购、物流、库存数据分析）</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">1.教学分组；
2.学情分析，选择教法；
3.课前预习；</td><td>机房</td></tr>
</table>

存数据分析		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	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	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%
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%

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/

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与京东物流合作开发。

2. 执笔：胡兹

3. 审核：卜忠群

4. 时间：2023 年 8 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 1 学期

【学时/学分数】52 学时/3 学分

【课程类型】专业选修课

【授课对象】2023 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活动，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的制定；	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	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	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。	4

		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。	4
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。	能区分析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。	6
		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。	6
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。	4

		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。	4
		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。	4
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	4

				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。	6
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.树立科学的市场营销观；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

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。			
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 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

<table>
<tr><td colspan="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。</td></tr>
<tr><td>学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td>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。</td><td colspan="2">案例、PPT、教案、线上资源、手机或笔记本电脑</td><td>多媒体课室或网络学习平台</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>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。</td><td>任务 4：分析背景行业的营销环境</td><td rowspan="2">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</td><td>2</td></tr>
<tr><td>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</td><td>任务 5：购买行为分析</td><td>2</td></tr>
</table>

（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**

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 6：市场细分	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 （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 7：目标市场选择		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 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 （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		4

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 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
学习目标： 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力。			
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。		
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，拥有高等学校教学资格证、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，具务较强的专业技能，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：2023 年 8 月 20 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》	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	《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	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、勇于展现、积极承担不同

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）	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。	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	子情境 3-1：商	1. 理解取景方位的	网店商品拍摄	2

	图与用光技巧	品拍摄的构图技巧	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。	中构图方法的运用	
		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	能够调整拍摄角度或灯光的照射角度，以改变鞋子表面	2

			现鞋子区域的不同，灵活调整对焦点覆盖的位置。	高光点的位置和大小，增强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	能够准确控制焦点的位置，熟练使用手动对焦	2

			减反射光。		
情境八	数码产品类商品的拍摄	**子情境 8-1：**拍摄单反镜头	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	掌握单反镜头的拍摄技巧。	2
		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：	1．掌握适合拍摄特	在美食造型方	2

		拍摄休闲小食品	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。	面要有所突破，能够拍摄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		

<table>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">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。</td></tr>
<tr><td>学习情境 2：</td><td>电商摄影概述</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td>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</td><td>商品摄影实训室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>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</td><td>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</td><td>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</td><td>4</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="3">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</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">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。</td></tr>
<tr><td>学习情境 3：</td><td>商品拍摄的构图与用光技巧</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
</table>

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		

<table>
<tr><td>学习情境6：</td><td colspan="2">箱包类商品的拍摄</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.拍摄男士长款钱包
2.拍摄时尚手提包</td><td colspan="2">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</td><td>商品摄影实训室</td></tr>
<tr><td>教学组织步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">1.拍摄男士长款钱包
2.拍摄时尚手提包</td><td>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</td><td>4</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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，掌握男士长款钱包和时尚手提包的摆放和拍摄技巧</td></tr>
<tr><td>学习情境7：</td><td colspan="2">珠宝首饰类商品的拍摄</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
</table>

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

<table>
<tr><td colspan="5">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。</td></tr>
<tr><td colspan="3">学习内容</td><td colspan="1">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="3">1.拍摄川贝陈皮柠檬
2.拍摄休闲小食品</td><td colspan="1">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</td><td>商品摄影实训室</td></tr>
<tr><td>教学组织步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">1.拍摄川贝陈皮柠檬
2.拍摄休闲小食品</td><td>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</td><td>4</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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</td></tr>
<tr><td>学习情境 11：</td><td colspan="2">美容护肤类商品的拍摄</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">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。</td></tr>
<tr><td colspan="3">学习内容</td><td colspan="1">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="3">1．拍摄护肤品
2．拍摄香水</td><td colspan="1">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</td><td>商品摄影实训室</td></tr>
</table>

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（以下项目可增减）

（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://ww.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：陆惠欣、黄姣

3.审核：卜忠群

4.时间： 2023 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】2023 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》	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
根据本课程面对的工作任务和职业能力要求： 能够使用 PhotoShop 工具箱中的工具进行简单的图像绘制； 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； 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； 能够制作立体效果，能够完成产品效果图的修饰表现；	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，及配合店长的各项工作要求等能力；能	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
能够制作图文混排的广告招贴、海报等平面设计作品，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。	进行产品片处理、修复、合成和美化处理，具备创新能力。	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	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　图层的编辑 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 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 5.1　新建填充图层 5.2　新建调整图层 5.3　课堂案例——制作分众众传媒公众号首页次图 6　图层样式 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			
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　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 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 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 5.1　新建填充图层 5.2　新建调整图层 5.3　课堂案例——制作分众众传媒公众号首页次图 6　图层样式 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	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
课程思政	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		

<table>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">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。</td></tr>
<tr><td>学习情境 4：</td><td>绘画与修饰</td><td>学时</td><td>10</td></tr>
<tr><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td>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</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
</table>

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**

1　调整 2　色阶和自动色调 2.1　色阶 2.2　自动色调 3　自动对比度和自动颜色 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 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 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 12.1　反相 12.2　色调均化 13　阈值和色调分离 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		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 调整 2 色阶和自动色调 2.1 色阶 2.2 自动色调 3 自动对比度和自动颜色 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 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 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 12.1 反相 12.2 色调均化 13 阈值和色调分离 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	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	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。		

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社会责任感。		
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 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　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	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

3.9　剪贴路径 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	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

3.20 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			
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	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

	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 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	能根据所学知	平时学习过程	20

	具的使用。 熟练掌握修图工具的运用方法。 掌握填充工具和描边命令使用方法。	识点完成案例操作,并达到设计效果	评价（40%）、机试评价（60%）	
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.htmlPhotoShop 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，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
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。 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。 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。 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。 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。 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。	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、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。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
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； 2.掌握 URL 优化、代码优化、内容优化、结构优化、链接优	1、数据收集和分析能力； 2、域名注册，网站建设和内容运营能力； 3、配合对 URL，代码，内容，结构和链接等方面的优化方	1、严谨工作作风； 2、团队协作； 3、人际交往能力； 4、沟通能力； 5、可持续学习能力。

专业能力	方法能力	社会能力
化等等； 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；	法能力； 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； 4.学情分析，选择教法； 5.课前线上预习； 6.明确任务。	2
2	域名的设计与申请		2
课程思政	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。 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	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。		

<table>
<tr><td>学习情境2：</td><td colspan="2">面向搜索引擎的网站设计</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">网站设计思维</td><td rowspan="3">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">网站结构优化</td><td>2</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="2">网站页面优化</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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</td></tr>
</table>

	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	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。

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 任务驱动教学法 3 翻转课堂教学法	**2**
2	网页内容优化		**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	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。

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； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法。	**2**
2	**SEO分析工具**		**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	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。

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； 5 线上线下教学法。	2
2	关键词优化		2
课程思政	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。 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。		
总结整理	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。		

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

学习情境 7：	搜索引擎优化效果评价	学时	2

<table>
<tr><td colspan="4">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">用户体验优化案例分析</td><td>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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td>用户体验优化案例分析</td><td>1 项目教学法；
2 任务驱动教学法；
3 翻转课堂教学法；</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="3">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">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。</td></tr>
</table>

学习情境 8：	竞价排名	**学时**	2

<table>
<tr><td colspan="4">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">竞价排名申请及评估</td><td>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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td>竞价排名申请及评估</td><td>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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="3">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</td></tr>
</table>

	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。

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	具备为网站添加外	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		
	设方法，能收集并分析有效的外链资源；	部链接、友情链接的能力		
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搏智能科技有限公司、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

《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 4 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

《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。

课程立足行业前沿，聚焦直播电商、私域流量运营、短视频营销等新兴趋势，内容设计紧跟平台规则与算法迭代，如抖音流量机制、微信视频号功能更新，通过模拟真实场景，如双 11 活动策划、私域社群搭建，强化实操技能。其交叉学科特性融合了市场营销、传播学、数据科学等多领域知识，注重“流量-内容-转化”的闭环逻辑，覆盖从公域引流到私域沉淀的全链路运营思维。课程定位直接衔接新媒体运营、电商推广、直播策划等新兴岗位，结合“1+X”职业技能认证标准，如直播电商证书，旨在提升学生的职业竞争力与行业适应性，为数字化商业领域输送能快速响应市场变化、具备创新能力的复合型人才。

（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。

课程围绕“品效合一”目标，从流量获取到用户留存构建完整的商业逻辑链条，借助真实案例强化问题分析与策略优化能力。同时，通过校企合作项目与行业导师介入，模拟职场环境以提升团队协作、抗压能力与职业道德，帮助学生完成从理论学习到实际工作的平滑过渡。最终目标是为行业培养能够独立应对电商运营挑战、具备创新意识与职业素养的高素质人才，满足企业对“全链路运营”岗位的复合型需求。

（三）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》 《电商新媒体技术》	了解电子商务概况、培养学生具备 PS 图像处理、视频编辑能力，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	《电商新媒体运营》	目标岗位为新媒体运营专员、电商运营专员、直播运营与主播助理，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	《电商专业实战》 《电商运营及分析企业实战》	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、设计、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
（1）掌握新媒体平台的运营规则； （2）理解新媒体平台的流量分配机制与算法逻辑。 (3)学习用户画像构建方法，包括基础属性、兴趣标签、消费行为分析； （4）熟悉用户生命周期管理理论。 （5）了解直播电商、私域流量、社交裂变等新兴模式的底层逻辑； (6)掌握广告投放合规政策。	（1）新媒体运营的操作流程； （2）各大新媒体平台打造爆款的技巧； （3）主流自媒体平台的平台规则以及特点； （4）运用 BOPPPS 教学法。	（1）培养基本的职业道德，遵守个人隐私、数据保护等法律法规； （2）培养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）培养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
1、掌握主流平台（微信/抖音/小红书/B 站等）的算法机制、内容分发规则及商业化路径； 2、熟悉平台广告投放及 SEO 优化技巧； 3、熟练使用分析工具进行用户画像构建； 4、具备转化漏斗分析能力，能通过 UV/PV、CTR、ROI 等指标优化运营动作； 5、掌握信息图、H5 等视觉化内容制作技巧。	1、工具应用能力，剪辑工具、设计工具、协同工具飞书/Tower 项目管理； 2、策略拆解能力，将年度 KPI 分解为可执行的月度 OKR，构建运营日历管理机制，搭建数据看板实现过程指标监控； 3、创新思维与迭代能力，热点捕捉与二次创作、用户需求洞察方法、持续追踪平台规则变化。	1、网络化沟通能力，线上协作语言规范（邮件/钉钉/企微的沟通礼仪），虚拟团队管理技巧 2、树立数字时代职业道德，信息传播合规意识（例如广告法/著作权法/隐私保护） 3、舆情责任意识（杜绝虚假宣传与价值观偏差） 4、数字资产安全意识（账号权限管理/数据保密） 5、压力场景应对，负面评论处理技巧（共情表达+危机转化）。

四、课程设计思路

课程名称	电商新媒体运营	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	新媒体运营认知	**子情境 1-1：新媒体运营概述**	了解新媒体与新媒体运营的概念，新媒体运营的模块，理解新媒体与传统媒体的关系。	能理解并阐述新媒体相关概念，梳理新媒体发展的历史背景及技术驱动因素，理解新媒体对现代信息传播生态的重构作用。	2
情境二	小红书运营	**子情境 2-1：认识小红书** **子情境 2-2：小红书爆款技巧** **子情境 2-3：小红书运营技巧**	掌握小红书平台定位、核心用户画像与“种草经济”逻辑；理解爆款内容特征（痛点选题、标题公式、算法机制）及账号运营策略。	能分析平台规则与用户需求，规避违规并设计养号策略；拆解爆款结构，通过数据工具优化内容点击率；制定账号冷启动至变现的全周期计划，强化商业化落地与合规运营意识。	8
情境三	微信视频号运营	**子情境 3-1：微信视频号概述** **子情境 3-2：微信视频号爆款秘诀** **子情境 3-2：微信视频号运营攻略**	理解微信视频号“社交+算法”双流量分发逻辑，掌握公私域联动机制；熟悉爆款内容特征及社交裂变传播规律；明确账号垂直定位、冷启动策略与商	能结合微信生态设计内容传播链路，提升裂变效率；拆解爆款结构并优化互动话术与发布时间；利用数据分析工具调整投放策略，实现公	6

			业化路径。	私域流量协同转化，强化用户粘性与变现能力。	
情境四	抖音运营	**子情境 4-1：抖音及抖音电商概述** **子情境 4-2：抖音短视频带货技巧** **子情境 4-2：抖音运营技巧**	理解抖音“兴趣推荐”算法机制与“内容即商品”的电商逻辑，掌握短视频爆款特征及带货核心要素；熟悉账号垂直定位、流量投放工具与直播-短视频协同运营策略。	能拆解爆款内容结构并针对性优化互动数据；结合数据工具分析用户画像，制定精准选品与投放策略；设计账号内容矩阵，联动达人/品牌资源实现流量转化与私域沉淀，强化全域运营思维。	6
情境五	头条运营	**子情境 5-1：头条及运营方式概述** **子情境 5-2：头条运营技巧**	理解头条“算法推荐+热点分发”机制，掌握内容垂直领域定位与用户兴趣匹配逻辑；熟悉爆款特征及变现模式，明确多体裁（图文/视频/微头条）协同运营策略。	能拆解爆款内容结构并优化标题关键词与热点结合度；利用数据分析工具调整推送时段与内容形式，提升阅读完成率；搭建账号矩阵实现跨平台导流，结合热点事件策划深度内容，强化 IP 专业性与变现效率。	4
情境六	快手运营	**子情境 6-1：快手及运营概述**	理解快手“普惠算法”与“老铁经济”社区特性，掌握下沉市	能创作符合社区调性的真实感内容，设计互动话术提升	2

			场用户画像及高粘性内容特征；熟悉短视频与直播电商结合逻辑，明确账号人设打造（草根亲和力）及“家族化”私域流量运营策略。	粉丝粘性；利用直播与短视频协同引流，搭建私域社群强化复购；通过数据分析优化投放策略，结合地域文化策划裂变活动，实现流量高效变现。	
情境七	B 站运营	**子情境 7-1：B 站及运营概述**	理解B站长视频生态，掌握Z世代用户画像及兴趣圈层；熟悉PUGV/OGV 内容生态逻辑、弹幕互动文化及算法推荐机制；明确账号人设打造与多元变现路径。	能创作符合社区调性的深度内容；利用弹幕、评论增强用户粘性，策划社群活动；通过数据分析优化发布时间与选题，联动跨平台引流。	4

五、教学设计

<table>
<tr><td>学习情境1：</td><td colspan="2">新媒体运营认知</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
1. 理解新媒体与新媒体运营的定义及核心特征；
2. 掌握新媒体运营的模块划分（内容/用户/活动/渠道/数据运营）；
3. 能分析新媒体与传统媒体的差异及融合逻辑。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. 新媒体与新媒体运营概念；
2. 新媒体发展历程与技术驱动因素；
3. 新媒体运营核心模块解析；
4. 新媒体与传统媒体对比案例。</td><td colspan="2">1. 手机、电脑；
2. 教学分组；
3. 学情分析，选择教法；5. 课前线上预习(调研主流新媒体平台)；
4. 明确任务。</td><td>多媒体教室+机房</td></tr>
<tr><td>教学组织步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">1. 新媒体定义与特征；
2. 新媒体运营模块解析；
3. 技术驱动下的新媒体发展脉络。</td><td rowspan="2">1. BOPPPS 教学法；
2. 分组讨论（如传统媒体 vs 新媒体）；
3. 案例分析。
4. 项目教学法；5. 互动点评与总结。</td><td>1</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">1. 新媒体与传统媒体融合案例分享（如“融媒体”转型）；</td><td>1</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">结合新媒体技术革新案例（如短视频助力乡村振兴），引导学生思考技术赋能社会的价值;强调内容创作中的社会责任与伦理意识(如反谣言、版权保护)。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">1. 通过案例分析理解新媒体运营逻辑；
2. 掌握模块化思维分析运营策略；
3. 辩证看待新媒体与传统媒体的协同关系。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 2：</td><td colspan="2">小红书运营</td><td>学时</td><td>8</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
1. 理解小红书平台定位（“生活方式社区+电商闭环”）及核心用户画像（年轻女性为主）；
2. 掌握爆款内容创作逻辑（痛点选题、标题公式、视觉设计）与算法分发机制；
3. 能设计账号全周期运营策略（冷启动、矩阵搭建、商业化路径）。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. 小红书平台生态与规则（内容形式、敏感词限制）；
2. 爆款笔记拆解（标题/封面/互动设计）；
3. 账号定位、数据工具使用、公私域联动策略。</td><td colspan="2">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。</td><td>多媒体教室+机房</td></tr>
<tr><td>教学组织步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td><td></td></tr>
<tr><td>1</td><td>1、平台定位与用户画像；
2、内容生态特征（UGC/PUGC、种草经济）；
3、社区规则与流量分发逻辑。</td><td rowspan="3">1. BOPPPS 教学法；
2. 分组讨论，分析热门笔记特征；
3. 案例导入。
4. 项目教学法（分组设计爆款笔记）；
5. 角色扮演（模拟品牌运营团队）；
6. 案例分析；
7. 方案汇报与互评。</td><td>2</td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>1. 爆款选题公式（痛点/热点/情感共鸣）；
2. 标题与封面设计技巧；
3. 关键词布局与算法优化。</td><td>2</td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>1. 账号定位与人设打造；
数据驱动运营（互动率分析、投流工具）；
2. 矩阵协同与商业化变现（品牌合作、直播带货）。</td><td>4</td><td></td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">1.结合“反虚假种草”案例，强调内容真实性与商业伦理；
2.探讨新媒体技术赋能乡村振兴（如地方特产小红书推广），培养社会责任感。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">1. 掌握小红书爆款内容创作与算法逻辑；
2. 能制定账号定位、数据分析及商业化策略；
3. 强化合规运营与用户价值导向思维。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 3：</td><td colspan="2">微信视频号运营</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
1. 理解微信视频号“社交+算法”双分发逻辑及公私域联动机制（公众号/社群导流）；
2. 掌握爆款内容特征（情感共鸣、实用技巧、强社交传播）与裂变策略；
3. 能设计账号垂直定位、冷启动计划与商业化路径（直播打赏、商品橱窗）。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. 微信视频号平台特性（分发机制、用户画像）；
2. 爆款选题公式（情感共鸣、热点借势、实用干货）；
3. 账号运营策略。</td><td colspan="2">1. 手机、电脑；
2. 教学分组；
3. 学情分析，选择教法；
4. 课前线上预习；
5. 明确任务。</td><td>多媒体教室+机房</td></tr>
<tr><td>教学组织步骤</td><td>教学内容</td><td colspan="2">教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td>1. 平台定位与分发机制；
2. 公私域流量协同逻辑（公众号/朋友圈导流）；
3. 典型用户画像与内容偏好。</td><td colspan="2" rowspan="3">1. BOPPPS 教学法；
2. 分组讨论；
3. 案例对比。
4. 项目教学法；
5. 工具实操（视频号数据分析后台）；
6. 案例分析；
7. 方案路演与互评。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td>1. 爆款选题公式；
2. 标题与封面设计；
3. 裂变传播设计。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>3</td><td>1. 账号垂直定位（IP 化、品牌人设）；
2. 直播与短视频协同（预告引流、内容二次分发）；
3. 私域沉淀与变现（小程序导流、企业微信承接）。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">1. 结合“反网络谣言”案例，强调内容真实性与传播伦理；
2. 探讨视频号助力乡村振兴，培养技术赋能社会的使命感。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">1. 掌握微信视频号爆款内容创作与裂变逻辑；
2. 能制定公私域联动的账号运营策略；
3. 强化内容合规意识与用户价值导向。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 4：</td><td colspan="2">抖音运营</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
1. 理解抖音算法机制与电商逻辑；
2. 掌握短视频爆款特征及带货核心要素（选品策略、场景化展示、转化漏斗设计）；
3. 能设计账号垂直定位、流量投放策略与直播-短视频协同运营方案。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. 抖音平台生态（算法逻辑、用户画像）；
2. 爆款短视频创作（选题公式、脚本结构、视觉设计）；
3. 电商转化链路（商品橱窗、直播引流、私域沉淀）。</td><td colspan="2">1.预装抖音 app 的手机
2.教学分组；
3.学情分析，选择教法；
4.课前线上预习；
5.明确任务。</td><td>多媒体教室+机房</td></tr>
<tr><td>教学组织步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td><td></td></tr>
<tr><td>1</td><td>1. 平台定位与算法机制；
2. 电商闭环逻辑；
3. 典型用户画像。</td><td rowspan="3">1. BOPPPS 教学法；
2. 分组讨论；
3. 案例对比；
4. 项目教学法；
5. 工具实操；
6. 角色扮演；
7. 案例分析；
8. 方案路演与数据复盘。</td><td>2</td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>1. 爆款选题公式；
2. 场景化商品展示；
3. 转化话术设计。</td><td>2</td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>1. 账号垂直定位；
2. 流量投放策略；
3. 直播与短视频协同。</td><td>2</td><td></td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">1. 结合案例，强调内容真实性与消费者权益保护；
2. 探讨短视频助农案例，培养技术赋能社会的使命感。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">1. 掌握抖音爆款内容创作与电商转化逻辑；
2. 能制定账号定位、投放策略与公私域协同方案；
3. 强化合规运营意识与用户价值导向思维。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境5：</td><td colspan="2">头条运营</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
1. 理解头条机制及用户兴趣匹配逻辑；
2. 掌握爆款内容特征与多体裁协同策略（图文/视频/微头条）；
3. 能设计账号垂直定位、热点结合与变现路径。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. 爆款内容创作（选题公式、标题优化、时效性把控）；
2. 账号运营策略（矩阵搭建、数据工具使用、跨平台导流）。</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织步骤</td><td>教学内容</td><td colspan="2">教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td>1. 平台定位与算法机制（兴趣推荐+热点分发）；
2. 内容生态特征（图文/视频/微头条差异化适配）；
3. 典型用户画像（中青年群体、兴趣圈层）。</td><td colspan="2" rowspan="2">1. BOPPPS 教学法；
2. 分组讨论；
3. 案例对比；
4. 项目教学法；
5. 工具实操；
6. 角色扮演；
7. 案例分析；
8. 方案路演与数据复盘。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td>1. 爆款选题公式（信息增量、争议性、时效热点）；
2. 标题关键词优化（搜索流量+算法匹配）；
3. 矩阵运营与变现路径（广告分成、付费专栏）。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">1. 结合案例，强调内容真实性与媒体责任；
2. 探讨头条助农案例（如地方产业推广），培养技术赋能公共价值的意识。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">1. 掌握头条爆款内容创作与算法优化逻辑；
2. 能制定账号定位、热点结合与变现策略；
3. 强化合规运营与用户价值导向思维。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境6：</td><td colspan="2">快手运营</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
1. 理解快手“普惠算法”与“老铁经济”社区特性；
2. 掌握下沉市场用户画像及高粘性内容特征（真实感、强互动、地域文化）；
3. 能初步分析快手账号人设打造逻辑与私域流量运营策略。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. 快手平台定位与算法机制（普惠分发、社交裂变）；
2. 用户画像与内容偏好（下沉市场、地域文化、情感共鸣）；
3. 账号冷启动策略（人设定位、互动话术设计）。</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">1. 平台定位与算法逻辑（普惠分发+社交裂变）；
2. 用户画像分析（年龄、地域、消费特征）；
3. 高粘性内容特征（真实感视频、直播互动、地域文化表达）。</td><td rowspan="2">1. BOPPPS 教学法；
2. 分组讨论；
3. 项目教学法；
4. 工具实操；
5. 案例分析；
6. 方案路演与数据复盘。</td><td>1</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">1. 人设定位（草根亲和力、垂直领域）；
2. 互动话术设计（评论引导、粉丝社群运营）；
3. 内容选题规划（地域特色、生活场景化内容）。</td><td>1</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">1. 结合案例，强调真实性与用户信任；
2. 探讨快手助农案例，培养技术赋能基层的使命感。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">1. 掌握快手平台特性与用户画像分析能力；
2. 能设计基础账号人设与互动策略；
3. 强化内容真实导向与社区文化认同。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 7：</td><td colspan="2">B 站及运营概述</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
1. 理解 B 站“社区文化驱动”的长视频生态与 Z 世代用户画像（二次元、知识科普、生活类）；
2. 掌握 PUGV/OGV 内容生态逻辑、弹幕互动文化及算法推荐机制（兴趣标签+互动权重）；
3. 能初步设计账号垂直定位（IP 化、内容深耕）与基础变现路径（创作激励、商单合作）</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. B 站平台定位与用户画像；
2. 内容生态特征；
3. 账号运营逻辑。</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">1. 平台定位与用户画像(Z 世代、兴趣圈层)；
2. 内容生态逻辑（PUGV 创作生态、OGV 专业内容)；
3. 算法机制（兴趣标签匹配、弹幕互动权重)。</td><td rowspan="2">1. BOPPPS 教学法；
2. 分组讨论；
3. 项目教学法；
4. 工具实操；
5. 案例分析；
6. 方案路演与数据复盘。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">账号定位与内容策划：
1. 垂直领域选择；
2. 内容形式设计；
3. 基础变现路径规划。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">1. 结合案例，强调原创内容价值；
2. 探讨 B 站国风内容推广（如非遗文化传播），培养技术赋能文化传承的使命感。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">1. 掌握 B 站社区生态与内容创作逻辑；
2. 能设计基础账号定位与互动策略；
3. 强化原创意识与用户价值导向思维。</td></tr>
</table>

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运营的概念，新媒体运营的模块，理解新媒体与传统媒体的关系。	能理解并阐述新媒体相关概念，梳理新媒体发展的历史背景及技术驱动因素，理解新媒体对现代信息传播生态的重构作用。	现场操作	10%
情境 2	掌握小红书平台定位、核心用户画像与“种草经济”逻辑；理解爆款内容特征（痛点选题、标题公式、算法机制）及账号运营策略。	能分析平台规则与用户需求，规避违规并设计养号策略；拆解爆款结构，通过数据工具优化内容点击率；制定账号冷启动至变现的全周期计划，强化商业化落地与合规运营意识。	现场操作	10%
情境 3	理解微信视频号双流量分发逻辑，掌握公私域联动机制；熟悉爆款内容特征及社交裂变传播规律；明确账号垂直定位、冷启动策略与商业化路径。	能结合微信生态设计内容传播链路，提升裂变效率；拆解爆款结构并优化互动话术与发布时间；利用数据分析工具调整投放策略，实现公私域流量协同转化，强化用户粘性与变现能力。	现场操作	10%
情境 4	理解抖音算法机制与电商逻辑，掌握短视频爆款特征及带货核心要素；熟悉账号垂直定位、流量投放工具与直播-短视频协同运营策略。	能拆解爆款内容结构并针对性优化互动数据；结合数据工具分析用户画像，制定精准选品与投放策略；设计账号内容矩阵，联动达人/品牌资源实现流量转化与私域沉淀，强化全域运营思维。	现场操作	10%
情境 5	理解头条机制，掌握内容垂直领域定位与用户兴趣匹配逻辑；熟悉爆款特征及变现模式，明确多体裁（图	能拆解爆款内容结构并优化标题关键词与热点结合度；利用数据分析工具调整推送时段与内容形式，提升阅读完成率；搭建账	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		
	文/视频/微头条）协同运营策略。	号矩阵实现跨平台导流，结合热点事件策划深度内容，强化 IP 专业性与变现效率。		
情境 6	理解快手社区特性，掌握下沉市场用户画像及高粘性内容特征；熟悉短视频与直播电商结合逻辑，明确账号人设打造（草根亲和力）及“家族化”私域流量运营策略。	能创作符合社区调性的真实感内容，设计互动话术提升粉丝粘性；利用直播与短视频协同引流，搭建私域社群强化复购；通过数据分析优化投放策略，结合地域文化策划裂变活动，实现流量高效变现。	现场操作	10%
情境 7	理解B站长视频生态，掌握 Z 世代用户画像及兴趣圈层；熟悉 PUGV/OGV 内容生态逻辑、弹幕互动文化及算法推荐机制；明确账号人设打造与多元变现路径。	能创作符合社区调性的深度内容；利用弹幕、评论增强用户粘性，策划社群活动；通过数据分析优化发布时间与选题，联动跨平台引流。	现场操作	10%
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 年出版。

（二）其他参考资料

《新媒体运营与推广》，清华大学出版社，黄恒主编，2021 年出版

《微信视频号涨粉与运营全攻略》，广东经济出版社，李达聪主编，2023 年出版

（三）网络资源

1、百度搜索 www.baidu.com

2、京东商城 www.jd.com

3、易观分析 www.analysys.cn

4、大鱼号 mp.dayu.com

5、抖音 www.douyin.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：林居、倪国章、周才媛、郑敏榕

3.审核：高进锋

4.时间：2025 年 2 月 18 日

《电商网店装修》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】电商网店装修

【开课时间】第 2 学期

【学时/学分数】96 学时/6 学分

【课程类型】专业核心课

【授课对象】2023 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

《电商网店装修》是电子商务专业的一门必修课，同时也是电子商务专业核心主干课程。通过课程学习，让学生了解电商网店装修岗位职责、任职要求以及岗位必备的美学素养与信息素养；培养学生抠图与裁图、色彩调整、明暗调整、特效文本创建与图片融合能力，为后续项目实战奠定基础。课程以鼠标产品、中考计数跳绳、棉麻女装、母婴产品为项目载体，通过项目基础、策划、实施、上线测试运作流程主线，实战钻展图、产品主图、产品详情页、网店首页、移动端页面项目，训练学生能基于用户体验视角，进行店铺各模块信息架构设计、风格设计、色彩搭配、构图设计、视觉焦点布局、信息页面实现，最终提升电商项目综合实战的职业能力。该课程设置在第 2 学期，它要以《电子商务实务基础》、《商品摄影技术》等专业课程学习为基础，也是进一步学习《网络营销》、《网店推广》、《网店运营》等后续课程的基础。

（二）课程任务

1. 该课程是依据“电子商务专业工作任务与职业能力分析表”中的工作项目设置的。其总体设计思路是，以电商网店装修岗位典型工作任务为中心组织课程内容，以工作过程系统化理念归纳了 10 个教学项目共 24 个典型工作任务。通过项目基础、项目策划、项目实施、项目测试全过程式真实项目综合训练，以个人或团队方式进行阶段性实践考核，构建完整的集视觉设计、运营推广于一体的电子商务专业相关理论知识与实操技能，集成发展综合职业能力。课程内容突出对学生职业能力的训练，项目载体的选择切合大学生群体生活实际，同时又融合了视觉营销、运营推广岗位对知识、技能和态度的要求。教学过程中，通过基于电

商平台的真实项目训练，采取工学结合等方式，充分开发学习资源。教学效果评价采取形成性评价与终结性评价相结合的方式，注重实战技能的考核，重点评价学生的职业能力。

2.该门课程的总学时为96。

（三）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》	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	《电商网店装修》	通过电商网店装修基础、网店实操基础应用、网店实操典型应用、网店实操高级应用、钻展图策划与制作、产品主图策划与制作、产品详情页策划与制作、网店首页策划与制作、移动端页面策划与制作等电商网店装修岗位理论知识学习与实操实战技能训练，培养视觉设计、运营、推广等岗位综合职业能力，拓展拓宽就业创业新渠道。
后续课程	《商务数据分析》《网店推广》《网店运营管理》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
（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驻规则、网店开设流程，完成网店注册及装修。 （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。 （4）了解网络客户服务与管	（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时所用的各类软件； （3）能够在C2C环境下熟练进行产品的发布和管理； （4）能够进行初期策划； （5）具备网络市场调研与数据分析的能力。 （6）具备商品选品、信息发	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。 （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。 （2）加强职业道德意识，具

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
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。 (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。 (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。 (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。	布、商品优化等店铺日常运营的能力。 (7)具备网络营销与推广的能力。 (8)具备网络客户服务及财务管理的能力。	有诚信经营,遵守法纪、爱岗敬业、勇于奉献的精神。 (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。 (4)具备团队合作意识和沟通能力以及领导管理能力。 (5)具备全局分析问题、解决问题的能力和信息管理处理能力。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
能够熟练掌握选区创建与编辑技术； 能够掌握图形绘制与图像修复技巧； 能够了解图层、蒙版、通道创建与编辑技术； 能够掌握特效文本创作与编辑技术； 能够策划设计实施钻展图项目； 能够策划设计实施产品主图项目；能够策划设计实施产品详情页项目；能够策划设计实施店铺首页项目；能够策划设计实施移动端页面项目。	认识岗位、任职要求、岗位职责、绩效考核；熟悉视觉流程分类，熟悉经典构图法；了解色彩三要素、色彩混合模式、色彩冷暖、色彩协调基本概念;熟悉明暗、色彩调整方法与技术； 了解文字编排原则与方法，熟悉文本创建工具及创建编辑方法；理解选区、图层、蒙版、通道等概念、分类、作用及使用方法；理解图片裁剪、切片、绘制、修复、修补概念及方法；熟悉钻展类型、位置、尺寸、营销信息设计、卖点提取、创意策划;掌握产品主图策划流程、信息分层、设计原则、场景策划、视觉策划；了解产品详情页位置、作用、构成；熟悉产品卖点提取、逻辑结构设计、内容详情策划；熟悉网店首页页面类型、作用、构成、常用功能模块、设计流程；了解店铺首页结构规划、风格定位、产品陈列设计；熟悉移动店铺首页功能、构成、作用、首页逻辑设计，移动端产品详情构成、策划原则、逻辑结构。	培养学生正确的版权意识；培养学生系统化思维模式；培养学生信息系统设计思想与能力；培养学生分析问题、解决问题的能力；培养学生自主探究与团队协作能力；培养学生创新创意意识与创新精神；提高学生版式构图、色彩搭配、文字编排等艺术素养;培养学生敬业、精益、专注、创新的工作态度与精神。

四、课程设计思路

通过电商网店装修基础、网店实操基础应用、网店实操典型应用、网店实操高级应用、钻展图策划与制作、产品主图策划与制作、产品详情页策划与制作、网店首页策划与制作、移动端页面策划与制作等电商网店装修岗位理论知识学习与实操实战技能训练，培养视觉设计、运营、推广等岗位综合职业能力，拓展拓宽就业创业新渠道。通过数据调研分析、方案策划设计、效果图创作、文档撰写等综合职业技能训练，培养学生项目策划与设计、制作与实施、调试与运作等工作能力，培养学生较强的方法能力和社会能力，增强合作意识、竞争意识与创新意识。

课程通过电商网店装修基础、网店实操基础应用、网店实操典型应用、网店实操高级应用、钻展图策划与制作、产品主图策划与制作、产品详情页策划与制作、网店首页策划与制作、移动端页面策划与制作共 10 个项目 24 个典型工作任务，拓展专业技能、项目管理、团队管理等综合职业技能。本课程采用项目化教学手段，根据课程目标和涵盖的工作任务要求，确定课程内容和要求，如下表所示。

课程名称	电商网店装修	**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	认识网店装修	子情境 1-1：装修的工作内容	熟知装修的工作内容；了解装修的工作内容	能够根据实际项目,选择装修的工作内容进行全面分析	2
		子情境 1-2：装修的审美能力与常见误区	掌握装修的审美能力	能够规划店铺商品上心数量,并挑选款式	2
		子情境 1-3：开设淘宝店铺	认知开设淘宝店铺	能够选择适当的电商平台开设店铺	2
		子情境 1-4：完善个人淘宝店铺基本信息	了解完善个人淘宝店铺基本信息	能够完善个人淘宝店铺基本信息	2
情境二	做好网店装修前的	子情境 2-1：收	了解装修图	能够收集装	2

	准备工作	集装修图片素材与存储	片素材，掌握装修图片素材	修图片素材与存储	
		子情境 2-2：认识软件与文案策划	具备淘宝网店的装修能力	完成淘宝店铺初步装修	2
		子情境 2-3：下载网店装修用图片素材	具备淘宝网店的装修能力	完成淘宝店铺初步装修	2
		子情境 2-4：将储存在本地计算机上的网店装修素材备份到百度网盘	具备淘宝网店的装修能力	完成淘宝店铺初步装修	2
情境三	拍摄网店商品图片与视频	子情境 3-1：基础与基本设置	了解基础与基本设置	能够运用基础与基本设置	2
		子情境 3-2：布光与拍摄	了解商品的布光与拍摄	具备为所经营商品布光与拍摄的能力	2
		子情境 3-3：制订拍摄计划	熟练掌握淘宝宝贝的发布流程	能够完成制订拍摄计划	2
		子情境 3-4：选择适合商品拍摄的相机及辅助器材	熟练掌握淘宝宝贝的选择适合商品拍摄的相机及辅助器材	能够完成店铺宝贝选择适合商品拍摄的相机	2
		子情境 3-5：拍摄商品图片	熟练掌握淘宝宝贝的拍摄商品图片	能够完成店铺宝贝拍摄商品图片	2
		子情境 3-6：拍摄商品视频	熟练掌握淘宝宝贝的拍摄商品视频	能够完成店铺宝贝拍摄商品视频	2
情境四	优化网店商品图片	子情境 4-1：裁剪与校正	掌握图片裁剪与校正	掌握图片裁剪与校正	2

		子情境 4-2：调整与精细处理	掌握图片调整与精细处理	掌握图片调整与精细处理	4
		子情境 4-3：抠取图像中的汽车到背景素材中	掌握抠取图像中的汽车到背景素材中	熟练抠取图像中的汽车到背景素材中	2
		子情境 4-4：为失真的图像调色	掌握网店为失真的图像调色	掌握为失真的图像调色	2
情境五	确定网店装修风格	子情境 5-1：网店定位及方法	掌握网店定位及方法	学会网店定位及方法	2
		子情境 5-2：网店布局	掌握网店布局	掌握网店布局	2
		子情境 5-3：对网店的目标客户进行定位分析	掌握如何对网店的目标客户进行定位分析	掌握对网店的目标客户进行定位分析	2
		子情境 5-4：确定网店的整体装修风格并配色	掌握确定网店的整体装修风格并配色	掌握确定网店的整体装修风格并配色	2
情境六	设计与发布店标	子情境 6-1：店标价值	掌握店标价值	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
		子情境 6-2：在线生成店标	能熟练运用在线生成店标	学生使用在线生成店标，更好地管理网店交易	2
		子情境 6-3：自主设计店标	能熟练运用自主设计店标	学生使用自主设计店标	2
		子情境 6-4：店标的设计与制作	能熟练运用生店标的设计与制作	学生使用店标的设计与制作	4

		子情境 6-5：发布个人网店店标	能熟练发布个人网店店标	学生使用发布个人网店店标	2
情境七	商品详情页的装修设计	子情境 7-1：主图及营销设计	掌握主图及营销设计	熟练主图及营销设计	2
		子情境 7-2：商品焦点及卖点图	掌握商品焦点及卖点图	熟练商品焦点及卖点图	2
		子情境 7-3：商品展示及细节图	掌握商品展示及细节图	熟练商品展示及细节图	2
		子情境 7-4：商品售后图	掌握商品售后图	熟练商品售后图	2
		子情境 7-5：商品主图设计	掌握商品主图设计	熟练商品主图设计	2
		子情境 7-6：商品焦点图设计	掌握商品焦点图设计	熟练商品焦点图设计	2
		子情境 7-7：商品卖点图的设计与制作	掌握商品卖点图的设计与制作	熟练商品卖点图的设计与制作	2
		子情境 7-8：商品信息展示图的设计制作	掌握商品信息展示图的设计制作	熟练商品信息展示图的设计制作	2
		子情境 7-9：商品细节图的设计与制作	掌握商品细节图的设计与制作	熟练商品细节图的设计与制作	2
情境八	商品详情页的装修实现	子情境 8-1：长图切片及图片管理	掌握长图切片及图片管理	熟练长图切片及图片管理	2
		子情境 8-2：发布商品及生成详情图	掌握发布商品及生成详情图	熟练发布商品及生成详情图	2
		子情境 8-3：网店开设与装修（综合实训 1）	掌握网店开设与装修	熟练网店开设与装修	2
情境九	网店全屏首页的设计与装修实现	子情境 9-1：装修实现	掌握装修实现	熟练装修实现	4
		子情境 9-2：网店开设与装修（综合实训 2）	掌握网店开设与装修	熟练网店开设与装修	2

情境十	移动端店铺的装修实现	子情境 10-1：首页设计	掌握首页设计	熟练首页设计	4
		子情境 10-2：网店商品信息管理与发布(综合实训 3)	掌握网店商品信息管理与发布	熟练网店商品信息管理与发布	2
		子情境 10-3：网店物流与配送(综合实训 4)	掌握网店物流与配送	熟练网店物流与配送	2

五、教学设计

学习情境 1：	认识网店装修	**学时**	8
学习目标： （1）了解网店装修的概念、工作内容及网店装修的流程。 （2）认识网店装修的重要作用。 （3）明确网店装修与转化率的关系。 （4）了解网店装修中的常见误区。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
（1）形成网店装修的审美能力。 （2）能避免网店装修的常见误区。		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.装修的工作内容	网店装修的概念 网店装修的作用 网店装修的主要工作内容	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.装修的审美能力与常见误区	不同色系的表现力 文字也要赏心悦目 认识网店装修的常见误区		4
课程思政	培养学生审美素养与诚信经营意识，通过网店装修学习，树立正确电商价值观，避免装修误区，美化店铺，促进诚信交易环境。		
总结整理	1.网店装修的概念，网店装修的作用，网店装修的主要工作内容，网店转化率的概念。 2.提升店铺转化率方法，形成网店装修审美能力。		

<table>
<tr><td>学习情境2：</td><td colspan="2">做好网店装修前的准备工作</td><td>学时</td><td>8</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
（1）了解网店装修使用到的图片素材的下载网站及下载方法。
（2）了解Photoshop、Dreamweaver和光影魔述手软件的主要功能。
（3）明确网络存储素材的重要性。
（4）掌握网店装修中常用的软件的功能。
（5）认识文案设计在网店装修工作中的作用。</td></tr>
<tr><td colspan="3">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="3">（1）能根据网店装修需要下载图片素材并进行分类管理。
（2）能将重要的素材资源同步备份到网络空间。
（3）能下载安装网店装修中常用的工具软件。
（4）能根据网店装修及运营需要撰写相关文案。</td><td>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。</td><td>实训室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.收集网店装修需要的图片素材</td><td colspan="2">了解常用的图片素材网站
下载网店装修用图片素材
素材的分类</td><td rowspan="2">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。</td><td>4</td></tr>
<tr><td>2.图片素材的网络存储</td><td colspan="2">QQ空间存储
百度网盘存储
Photoshop
Dreamweaver</td><td>4</td></tr>
<tr><td>思政元素</td><td colspan="4">在网店装修实践中，培养版权意识与审美素养，合法获取素材，科学分类管理，运用Photoshop等工具美化店铺，传递正向商业文化。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">1.下载网店装修用图片素材，素材的分类，认识装修网店必备的软件。
2.进行文案策划。</td></tr>
</table>

学习情境3：	拍摄网店商品图片	**学时**	12

<table>
<tr><td colspan="4">学习目标：
（1）了解网店装修中拍摄图片及视频的重要性。
（2）掌握网店商品图片拍摄的要求、原则及拍摄流程。
（3）明确选择单反相机时考虑的要素。
（4）认识商品拍摄的辅助器材。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">（1)能根据网店商品拍摄需要选择合适的单反相机及相关辅助器材。
（2）能根据拍摄商品的需要进行相机的合理设置。
(3)能根据拍摄需要进行合理的布光及构建拍摄环境。
（4）能拍摄出满足网店装修需要的商品图片。
（5）能拍摄出满足网店装修需要的商品视频。</td><td>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。</td><td>实训室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.网店商品拍摄基础</td><td>网店商品拍摄与编辑的意义
网店商品拍摄的要求
网店商品拍摄的原则
网店商品拍摄的流程</td><td rowspan="3">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。</td><td>4</td></tr>
<tr><td>2.选择适合拍摄商品的器材</td><td>选择适合商品拍摄的相机
拍摄用辅助器材
商品拍摄的基本设置</td><td>4</td></tr>
<tr><td>3.构建拍摄环境与布光</td><td>构建拍摄环境与布光
拍摄商品图片
拍摄商品视频</td><td>4</td></tr>
<tr><td>思政元素</td><td colspan="3">在网店商品拍摄与编辑中，强调诚信经营与品质呈现，遵循拍摄原则，精心构建拍摄环境,用镜头传递商品价值,培养学生审美能力与责任心。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">1.网店商品拍摄基础，商品拍摄的基本设置，拍摄商品图片。
2.构建拍摄环境与布光，拍摄商品视频。</td></tr>
</table>

学习情境 4：	优化网店商品图片	**学时**	10

<table>
<tr><td colspan="4">学习目标：
（1）掌握钢笔工具的使用方法。
（2）明确修复画笔类工具的使用方法。
（3）掌握通道抠图的原理与方法。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">（1）能调整图片颜色增强视觉感。
（2）能精细处理图片体现商品真实感。
（3）能根据需求抠取商品图片中需要的内容。
（4）能为抠取的商品图像制作阴影与投影效果。</td><td>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。</td><td>实训室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.裁剪和校正商品图片</td><td>裁剪和校正商品图片
调整商品图片的色调
还原商品图片真实颜色
打造温馨商品图效果</td><td rowspan="2">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。</td><td>4</td></tr>
<tr><td>2.精细处理图片</td><td>精细处理图片
对模糊的商品图片做清晰处理
对商品图片中商品的抠取
抠取图像中的半透明商品</td><td>6</td></tr>
<tr><td>思政元素</td><td colspan="3">在商品图片处理中，注重细节与真实，通过裁剪、校正及色调调整，还原商品本色，打造温馨展示效果，培养学生精益求精的工匠精神与诚信经营意识。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">1.裁剪和校正商品图片，调整商品图片的色调，对商品图片中商品的抠取。
2.精细处理图片，为图像中的商品添加阴影或倒影效果。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境5：</td><td>确定网店装修风格</td><td>学时</td><td>8</td></tr>
<tr><td colspan="4">学习目标：
（1）了解网店装修风格的涵义。
（2）认识网店装修常用色彩的情感表达。
（3）掌握网店装修中常用的配色方法。
（4）认识网店整体布局的作用。
（5）明确网店布局的构成要素。</td></tr>
</table>

学习内容	教学准备	教学地点
（1)能根据网店经营的商品对目标客户进行消费行为分析并画像。 （2）能根据目标客户的需求确定网店的装修风格。 （3）能根据网店的装修风格确定店铺装修的主色调。 （4）能根据店铺主色调进行合理配色。 （5）能对网店进行的合理布局。	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.网店定位及方法	裁剪和校正商品图片 调整商品图片的色调 还原商品图片真实颜色 打造温馨商品图效果	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.网店布局	精细处理图片 对模糊的商品图片做清晰处理 对商品图片中商品的抠取 抠取图像中的半透明商品		4
思政元素	在商品图片处理中，培养学生求真务实精神，确保图片精准呈现商品，通过色调调整与精细处理，营造温馨购物氛围，同时强化细节处理与诚信经营意识。		
总结整理	1.网店定位决定装修风格，认识常用的网店配色方法。 2.确定合理的网店页面布局。		

学习情境6：	设计与发布店标	**学时**	12
学习目标： （1）了解网店标志的涵义及简称。 （2）认识店标的作用及常见的展现位置。 （3）掌握店标的种类及设计原则。 （4）熟悉店标设计的流程及技巧。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**

（1）能根据网店经营的商品类目在线生成店标。 （2）能根据店铺的名称及风格设计店标。 （3）能将设计好的店标通过软件完成制作。 （4）能将制作好的店标发布到网店上。	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.认识网店店标的营销价值	店标的作用 常见的店标展现位置 店标的种类 店标设计原则 店标设计的一般流程 店标的设计技巧	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.在线生成店标	在线生成店标		4
3.自主设计店标	自主设计店标 店标的发布 店标的设计与制作		4
思政元素	店标作为网店形象的核心，其设计与制作需遵循简洁、独特、准确等原则，展现店铺特色与诚信经营。通过在线或自主设计店标，并精准发布于店铺显眼位置，培养学生创新思维、审美能力及品牌意识，同时强化电商诚信文化。		
总结整理	1.认识网店店标的营销价值，在线生成店标。 2.自主设计店标，店标的发布。		

学习情境7：	商品详情页的装修设计	**学时**	18
学习目标： （1）了解商品主图的作用及营销型主图的设计要点。 （2）认识商品主图的尺寸规范。 （3）掌握商品详情描述的设计原则。 （4）明确商品详情描述的各构成部分的功能及设计技巧。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**

（1）能进行网店经营商品的主图设计并制作。 （2)能进行网店经营商品的详情描述中的焦点图设计并制作。 （3)能进行网店经营商品的详情描述中的卖点图设计并制作。 （4)能进行网店经营商品的详情描述中的信息展示图设计并制作。 （5)能进行网店经营商品的详情描述中的细节图设计并制作。 （6)能进行网店经营商品的详情描述中的快递和售后图设计并制作。	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.主图设计	主图的作用 主图的尺寸规范 营销型主图的设计要点 主图的设计与制作	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.进行详情页的营销设计	详情页客户分析 设计商品详情描述应遵循的原则 详情页视觉营销体现 详情页面规格 商品详情页构成 商品详情描述模块的内容		4
3.商品焦点图的设计与制作	焦点图的设计要点 焦点图的设计与制作		2
4.商品卖点图的设计与制作	商品卖点的特征 挖掘卖点的方法 卖点图的设计与制作		2
5.设计制作商品信息展示图	商品参数的常用表达方式 商品信息展示图的设计与制作		2
6.设计制作商品细节图	细节图的展现方法 细节图的设计与制作		2
7.设计制作快递与售后图	快递与售后图的设计要点 快递与售后图的设计与制作		2

思政元素	主图与详情页是电商网店的关键展示窗口，其设计与制作需遵循规范、突出卖点、注重客户体验。通过精准把握主图尺寸、设计营销型主图，以及精心编排详情页内容，培养学生创新思维、市场分析能力及诚信经营意识，同时强化电商视觉营销与品牌塑造能力。
总结整理	1.主图设计，进行详情页的营销设计，商品焦点图的设计与制作，设计制作商品细节图。 2.商品卖点图的设计与制作，设计制作商品信息展示图，设计制作快递与售后图。

学习情境8：	商品详情页的装修实现	**学时**	6
学习目标： （1）了解切片的作用。 （2）明确图片空间的功能及使用方法。 （3）了解淘宝平台关于商品发布的规定。 （4）熟悉商品详情页装修中可以使用的模块。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
（1）能对长设计图进行切片并保存切片。 （2)能利用淘宝官方的图片空间管理网店商品用图片及装修用图片。 （3）能发布商品。 （4)能进行商品详情页面装修时页面的配色选择及各模块添加、编辑和删除等操作。		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.对长设计图进行切片	切片工具简介 使用切片工具切分图片	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.使用图片空间，管理网店用图片	使用图片空间 管理图片空间		2
3.发布商品生成商品详情页	发布商品生成商品详情页 商品详情页装修实现		2
思政元素	通过实践，培养学生创新思维、审美能力以及诚信经营意识，确保网店装修的专业性、美观性和实用性，为顾客提供优质的购物体验，同时传递正向的商业价值观。		

总结整理	1.对长设计图进行切片，使用图片空间，管理网店用图片，发布商品生成商品详情页。 2.商品详情页装修实现。

学习情境9：	网店全屏首页的装修设计与实现	**学时**	6
学习目标： （1）明确店铺首页的设计要点。 （2）了解店招布局方法。 （3）掌握海报图的构图方式。 （4）明确进入商品推荐位的商品的类型。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
（1）能进行网店全屏店招的设计制作与装修实现。 (2)能进行网店全屏轮播海报的设计制作与装修实现。 （3）能进行网店全屏优惠券的设计制作并装修实现。 (4)能进行网店全屏商品分类模块的设计制作并装修实现。 (5)能进行网店全屏热销商品推荐模块的设计制作并装修实现。 （6）能进行网店全屏页尾区的设计制作并装修实现。		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.店铺首页布局规划	店铺首页的构成模块 店铺首页的设计要点 首页的布局类型	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.全屏店招的设计与装修实现	营销型店招设计 店招的布局方法 店招的设计与制作 全屏店招的装修实现		2
3.网店设计与装修实现	全屏轮播海报的设计与装修实现 店铺促销活动区的设计与装修实现 热销商品推荐模块的设计与装修实现 网店首页页尾区装修		2

思政元素	强调诚信经营与顾客体验至上，通过精准把握首页构成模块与设计要点，创新布局类型，精心设计与制作店招、全屏轮播海报、促销活动区及热销商品推荐模块，培养学生创新思维、市场分析能力及审美能力。同时，注重细节处理与规范操作，确保网店首页的专业性、美观性和实用性，为顾客提供优质的购物体验，传递正向的商业价值观与诚信文化。
总结整理	1.店铺首页布局规划，全屏店招的设计与装修实现，店铺促销活动区的设计与装修实现，热销商品推荐模块的设计与装修实现。 2.全屏轮播海报的设计与装修实现，网店首页页尾区装修。

学习情境 10：	移动端店铺的装修实现	**学时**	8
学习目标： （1）认识移动端店铺与 PC 端店铺的区别。 （2）明确移动端店铺的设计要点。 （3）掌握移动端首页面的构成模块要素。 （4）掌握移动端首页面各构成模块的尺寸要求。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
（1)能进行移动端店铺首页各模块的设计与装修实现。 （2）能进行移动端店铺详情页的装修实现。		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.认识移动端店铺	移动端购物与 PC 端购物的区别 移动端店铺与 PC 端店铺的区别 移动端店铺的装修设计原则 移动端首页设计	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.移动端首页的装修实现	店招模块的装修 轮播海报模块的装修 优惠券模块的装修 商品分类模块的装修 热销商品模块的装修		4
3.认识移动端详情页	移动端店铺详情页的特征 移动端店铺详情页的设计要点 移动端店铺商品详情页的主要内		2

	容 移动端详情页的装修		
思政元素	聚焦移动端与PC端差异，强调顾客体验优化，遵循设计原则，精心装修移动端店铺，传递诚信经营与品质服务，培养学生创新思维与市场适应能力。		
总结整理	1.移动端首页设计，移动端首页的装修实现。 2.移动端详情页的装修。		

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	形成网店装修的审美能力	能够能避免网店装修的常见误区	调研报告、大作业	10
情境2	掌握能根据网店装修需要下载图片素材并进行分类管理。 能将重要的素材资源同步备份到网络空间。	能够下载安装网店装修中常用的工具软件。 能根据网店装修及运营需要撰写相关文案。	实操演练	10
情境3	能根据网店商品拍摄需要选择合适的单反相机及相关辅助器材。 能根据拍摄商品的需要进行相机的合理设置。	能根据拍摄需要进行合理的布光及构建拍摄环境。 能拍摄出满足网店装修需要的商品图片。 能拍摄出满足网店装修需要的商品视频。	实操演练	10
情境4	掌握调整图片颜色增强视觉感。 能精细处理图片体现商品真实感。	能够根据需求抠取商品图片中需要的内容。 能为抠取的商品图像制作阴影与投影效果。	实训演示	10
情境5	掌握根据网店经营的商品对目标客户进行消费行为分析并画像。 能根据目标客户的需求确定网店的装修风	能够根据网店的装修风格确定店铺装修的主色调。 能根据店铺主色调进行合理配色。 能对网店进行的合理布局。	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		
	格。			
情境6	掌握能根据网店经营的商品类目在线生成店标。 能根据店铺的名称及风格设计店标。	能够将设计好的店标通过软件完成制作。 能将制作好的店标发布到网店上。	实训演示	10
情境7	掌握能进行网店经营商品的主图设计并制作。 能进行网店经营商品的详情描述中的焦点图设计并制作。 能进行网店经营商品的详情描述中的卖点图设计并制作。	能够进行网店经营商品的详情描述中的信息展示图设计并制作。 能进行网店经营商品的详情描述中的细节图设计并制作。 能进行网店经营商品的详情描述中的快递和售后图设计并制作。	实训演示	10
情境8	能够对长设计图进行切片并保存切片。 能利用淘宝官方的图片空间管理网店商品用图片及装修用图片。	能发布商品。能进行商品详情页面装修时页面的配色选择及各模块添加、编辑和删除等操作。	实训演示	10
情境9	掌握进行网店全屏店招的设计制作与装修实现。 能进行网店全屏轮播海报的设计制作与装修实现。 能进行网店全屏优惠券的设计制作并装修实现。	能够进行网店全屏商品分类模块的设计制作并装修实现。 能进行网店全屏热销商品推荐模块的设计制作并装修实现。 能进行网店全屏页尾区的设计制作并装修实现。	实训演示	10
情境10	掌握进行移动端店铺首页各模块的设计与装修实现。	能够进行移动端店铺详情页的装修实现。	实训演示	10
合计				100%

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《网店装修》北京邮电大学出版社，李朝红，2022 年 2 月

（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：高进锋、郑敏榕、顾金微、黄姣、陆惠欣

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 3 学期

【学时/学分数】96 学时/6 学分

【课程类型】专业核心课

【授课对象】2023 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》、《PhotoShop 图像处理》	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创作能力 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	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	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、工具基体应用	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	96 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境六	Adobe After Effects 综合设计	6-1 AE 影视特效	特效	创作性设计	4
		6-2 AE 主题设计	宣传片艺术表现	创作性设计	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	6
		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	6
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	8

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.合成婚照相片	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 Love 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快图设计	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 PhtoShop 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 动感模湖处理		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、光照颜色、聚焦、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.利用素材制作卡啦 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.利用素材制作卡啦 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优秀传统文化。 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

学习目标：
1.能综合应用 PR 中的各种工具
2.应用 PR“运动”、“定位点工具”等制作炫酷画中画效果
3.应用 PR“运动”、“色彩”、“轨道遮罩键”等效果制作企业展示视频

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		1
3．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		

<table>
<tr><td>学习情境 6-1</td><td>AE 影视特效</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="4">学习目标：
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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="1">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1．制作影视火焰字特效
2. 制作影视中国风频道特效</td><td colspan="1">素材准备
AE 安装</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1．制作影视火焰字特效</td><td>钢笔工具、“分形杂色”、“色光”、“湍流置换”、“置换图”等效果</td><td rowspan="2">任务驱动
案例演示</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2. 制作影视中国风频道特效</td><td>AE 遮罩、摄像机、径向擦除、五个基本属性等</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="3">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">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</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 6-2</td><td>AE 主题设计</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
</table>

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

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

<table>
<tr><td>学习情境 7-1</td><td>AI 工具应用</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="4">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
</table>

1. 利用 AI 工具自动生成文案、图片并制作作品 2. 利用 AI 工具自动生成声音并制作作品 3. 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、图片并制作作品	熟悉 AI 工具（如豆包、文心一格等）自动生成图片	任务驱动 案例演示	2
2. 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
3. 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		

<table>
<tr><td>学习情境 7-2</td><td colspan="2">平台剪辑软件应用</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">素材准备
AE 安装</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.应用抖音“剪映”工具制作作品</td><td colspan="2">熟悉“剪映”工具
利用工具制作简单作品</td><td rowspan="3">任务驱动
案例演示</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2.应用快手“快影”工具制作作品</td><td colspan="2">熟悉“快影”工具
利用工具制作简单作品</td><td>2</td></tr>
<tr><td>3.应用 B 站“必剪”工具制作作品</td><td colspan="2">熟悉“必剪”工具
利用工具制作简单作品</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 8-1</td><td>多媒体作品综合设计</td><td>学时</td><td>8</td></tr>
<tr><td colspan="4">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="1">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. MV 红歌制作
2. 综合应用各种工具完成指定作品设计</td><td colspan="1">素材准备
PR、AE 安装</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1. MV 红歌制作</td><td>综合应用各种软件和工具</td><td rowspan="2">任务驱动
案例演示</td><td>6</td></tr>
<tr><td>2. 综合应用各种工具完成指定作品设计</td><td>综合应用各种软件和工具</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="3">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">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</td></tr>
</table>

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	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

《短视频编辑与制作（抖音+剪映+Premiere）》，王薇主编，人民邮电出版社，2024 年出版，第 1 版

《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

（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：邹小焱

4.时间：2024 年 8 月 26 日

《电商经营方法与技能（C 店）+（B 店）》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】电商经营方法与技能（C 店）+（B 店）

【开课时间】第 3 学期

【学时/学分数】96 学时/6 学分

【课程类型】专业课

【授课对象】2023 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（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
（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
驻规则、网店开设流程，完成网店注册及装修。 （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。 （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。 (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。 (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。 （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。 （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。	时所用的各类软件； （3）能够在C2C环境下熟练进行产品的发布和管理； （4）能够进行初期策划； （5）具备网络市场调研与数据分析的能力。 （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。 （7）具备网络营销与推广的能力。 （8）具备网络客户服务及财务管理的能力。	团结协作意识以及吃苦耐劳的精神。 （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。 （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。 （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。 （4）具备团队合作意识和沟通能力以及领导管理能力。 （5）具备全局分析问题、解决问题的能力和信息管理处理能力。

（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;	1.能进行市场调研以及店铺定位 2.能开设网上店铺能进行店铺装修 3.能对网上店铺进行日常管理 4.能进行店铺推广	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。

四、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（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：淘宝网店产品发布管理	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

<table>
<tr><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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。</td><td>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。</td><td>实训室</td></tr>
<tr><td>教学组织步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.目标市场分析</td><td>（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</td><td rowspan="3">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2.商品规划与管理</td><td>（1）规划商品的上新数量
（2）挑选商品款式</td><td>4</td></tr>
<tr><td>3.渠道规划与管理</td><td>（1）第三方交易平台简介
（2）第三方交易平台特点</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td>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。</td><td>问题导向教学法
多媒体教学法</td><td>适时引导</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 1-4.5：</td><td>网店筹备管理（2）</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="4">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。</td></tr>
</table>

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.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	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：让学生进行淘宝网店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； 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
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		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 信息化教学法 自主学习法	4
子情境 6-2	数据分析工具——生意参谋		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。		

<table>
<tr><td>学习情境 7-1：</td><td colspan="2">网店活动营销</td><td>学时</td><td>8</td></tr>
<tr><td colspan="5">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">制订活动销售目标，开展营销工作并预估活动费用</td><td rowspan="2">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</td><td>4</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">制订网店销售计划</td><td>4</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="2">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。</td><td>问题导向教学法
多媒体教学法</td><td>适时引导</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 7-2：</td><td colspan="2">店铺爆款打造</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
</table>

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； 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	选择适合店铺的推广方式		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； 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	如何打造店铺爆款，为店铺带来销量		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。		

<table>
<tr><td>学习情境 8-1：</td><td colspan="2">店铺日常优化管理</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.对店铺页面进行管理
2.用数据诊断店铺经营情况</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">检查店铺前后端页面</td><td rowspan="2">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</td><td>1</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">对店铺运营情况进行数据分析</td><td>1</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="2">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。</td><td>问题导向教学法
多媒体教学法</td><td>适时引导</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 8-2：</td><td>商品优化管理</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="4">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">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</td><td rowspan="2">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</td><td>1</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">橱窗推荐、商品上下架的设置方法</td><td>1</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="2">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。</td><td>问题导向教学法
多媒体教学法</td><td>适时引导</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境9-1：</td><td colspan="2">网店财务构成</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
掌握网店财务的相关基本概念及工作内容；</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
</table>

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； 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	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； 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		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； 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， 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：高进锋、李晓君、余伍娇

3.审核：邹小焱

4.时间：2024 年 8 月 20 日

《农产品电商直播》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】《农产品电商直播》

【开课时间】第 4 学期

【学时/学分数】96 学时/6 学分

【课程类型】专业核心课

【授课对象】2023 级电子商务专业（新农人方向）

【授课学院】数智经济贸易学院

二、课程定位

（一）课程性质

该课程是电子商务专业（新农人方向）的核心课程，具有鲜明的农业产业属性与电商实操融合特征。课程聚焦淘宝直播、抖音、快手、腾讯看点四大主流直播平台，结合农产品品类特点，系统解析各平台针对农产品的流量规则、用户偏好及生态特征，详细讲授农产品电商直播从筹备到落地的全流程实操方法，并通过农产品直播典型案例深度拆解运营逻辑。课程总学时 64 学时，采用 “理论 + 实践”1:1 配比模式，其中理论课 32 学时侧重知识体系构建,实践课 32 学时聚焦真实场景演练,助力学生掌握符合农产品特性的直播运营能力。

（二）课程任务

本课程围绕农产品电商直播全链路，从直播营销形式、平台类型适配入手，系统覆盖农产品直播营销方案策划、直播人员配置、农产品专属直播话术、农产品直播间设计、农产品选品与规划，再到农产品直播引流互动、直播数据复盘，全方位、多角度传授农产品电商直播营销与运营的必备知识，培养学生应对农产品直播特殊需求的实战技能。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《农产品市场营销》	学习农产品市场营销基本原理，为开店与农产品电商直播课程做好铺垫。
本课程	《农产品电商直播》	聚焦农产品电商直播全流程实操，系统讲解直播账号定位、农产品选品与品控呈现、直播脚本设计、镜头语言运用、互动话术技巧及直播数据复盘等核心内容，帮助学生掌握从流量获取到产品转化的实战能力。
后续课程	《电商营销手段与技能》《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
（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,掌握农产品在不同直播模式和平台中的适配要点。 （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,能够结合农产品特性设计专属直播脚本。 （3）掌握直播团队的组织架构，主播助理的培养方法，明确团队成员在农产品直播中的职责分工。 （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,能针对农产品卖点设计特色讲解话术。 （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,可根据农产品展示需求完成直播间搭建。 （6）掌握直播间选品策略，	（1）能够结合农产品特点策划直播活动脚本，突出农产品产地、品质、新鲜度等核心优势。 （2）能够组建适配农产品直播的团队，打造符合农产品直播风格的主播人设。 （3）能够运用“四步营销法”推广直播间农产品，提升农产品转化效率。 （4）能够根据农产品展示需求，合理布置直播间设备、环境与灯光，增强观众对农产品的信任度。 （5）能够依据农产品特性选择、陈列与管理直播间商品，保障直播过程中农产品展示效果。 （6）能够利用农产品相关话题、互动玩法等手段提升直播间氛围，吸引观众停留与参与。 （7）能够对直播间数据进行分析与复盘，结合农产品直播数据优化后续直播策略。 （8）能够在淘宝直播平台、	（1）具备直播行业的基本职业道德，热爱农产品直播工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规，重视农产品直播中的品控与诚信问题。 （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,结合农产品目标客群需求优化直播运营策略。 （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,妥善处理农产品直播中的用户咨询与售后问题。 （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,保障农产品直播全流程顺畅。 （5）保持对直播行业及农产品市场的敏感性,提高沟通协调能力,及时把握农产品直播的行业趋势与市场需求变化。 （6）锻炼自学能力和可持续发展能力,不断学习新的农产品直播技巧与运营方法,适应行业发展需求。

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
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,能结合农产品品类特点、季节属性等完成选品与品控管理。	抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上开展农产品直播带货，适配不同平台的流量规则与用户偏好。	

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
（1）掌握做好农产品直播前预热的方法，包括打造优质农产品直播封面图、设计契合农产品特色的预热内容，提升直播间初始流量；掌握提升农产品直播间氛围的技巧，结合农产品特性开展互动活动；掌握平台内付费推广的操作要点，以及针对农产品粉丝的运营方法，提高粉丝粘性与复购率。 （2）掌握农产品直播间数据获取、处理与分析的方法，熟悉农产品直播数据分析的常用指标，能通过数据优化农产品选品、直播话术与引流策略。 （3）了解淘宝直播的生态特征与流量分配规则，熟悉淘宝平台上农产品直播的运营逻辑，掌握淘宝平台农产品代表性主播的直播特点及成功经	（1）具有健全的心态和良好的心理承受能力，能应对农产品直播中的流量波动、用户质疑等问题，积极参与农产品直播相关的团队合作项目。 （2）具有良好的农产品电商直播相关知识储备，熟悉农产品品类特性、直播运营流程，具备一定的实践经验和创造精神，能将理论知识与农产品直播实操结合，为成为新时代农产品电商直播工作者做好准备。	（1）具有良好的沟通能力，能清晰向观众介绍农产品的产地、品质、食用方法等信息，妥善解答用户关于农产品的咨询，提升用户购买意愿。 （2）具有良好的团队合作能力，能与直播团队中的选品、运营、客服等成员高效配合，保障农产品直播从筹备到售后的全流程顺畅推进。 （3）具有良好的组织能力，能协调农产品直播所需的货源、设备、场地等资源，确保直播按时、高质量开展。 （4）具有良好的应变能力，能及时处理农产品直播中出现的突发状况,如货源临时短缺、设备故障、用户负面反馈等，保障直播顺利进行。

专业能力	方法能力	社会能力
验，能适配平台规则开展农产品直播。 （4）了解抖音平台的特点和抖音直播电商生态特征，掌握抖音平台农产品直播电商达人的直播特点及成功经验，能结合抖音内容“种草”属性设计农产品直播内容。 （5）了解快手平台的特点及快手直播电商生态特征，熟悉快手平台强信任关系下的农产品直播模式，掌握快手平台农产品直播电商代表主播的直播特点及成功经验，能在快手平台构建农产品直播的用户信任体系。 （6）了解腾讯直播平台的特点及腾讯直播电商生态特征，掌握腾讯直播平台农产品直播代表主播的直播特点及成功经验，能利用腾讯平台社交属性打造农产品私域流量池，提升农产品长期转化。		

四、课程设计思路

课程名称	《农产品电商直播》	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	农产品直播营销：开启农产品内容营销新	子情境 1	农产品直播概述、直	农产品直播营销的	4

	时代		播平台的主要类型及农产品适配性	产业链与收益分配模式;直播平台的主要类型及农产品在不同平台的运营差异	
情境二	农产品直播营销方案策划：构建清晰的农产品直播营销思路	子情境 2	农产品直播营销活动的基本流程、农产品直播营销活动流程规划、农产品直播活动脚本策划	农产品直播营销活动的基本流程;农产品直播营销活动流程规划;结合农产品特性策划直播活动脚本	4
情境三	农产品直播人员配置：组建高效能农产品直播团队	子情境 3	农产品直播团队组织架构、农产品直播团队的组建、农产品主播人设打造策略、商家农产品直播选择主播的策略、农产品直播助理的培养	农产品直播团队的组建;打造契合农产品属性的主播人设;商家农产品直播选择主播;培养熟悉农产品特性的直播助理	6
情境四	农产品直播话术：提升农产品直播间营销力的关键	子情境 4	农产品直播营销话术设计、农产品直播	农产品直播营销话术设计要点、原则和	10

			营销“三点”方法论、农产品直播间商品讲解要点拆解、农产品直播间商品“四步营销法”	常用话术；农产品直播营销“三点”方法论；农产品直播间商品讲解要点；运用“四步营销法”推广农产品	
情境五	农产品直播间设计：营造一流的农产品直播视觉效果	子情境 5	农产品直播设备的配置、农产品直播间的布置、农产品直播间的灯光布置	农产品直播设备的配置，包括室内农产品直播设备和室外产地直播设备；农产品直播间的布置，结合农产品展示需求规划场地、场景及辅助道具；农产品直播间的灯光布置，选择适配农产品色彩与质感的灯光	6
情境六	农产品选择与规划：提高农产品订单转化率的制胜点	子情境 6	农产品直播间选品的策略、农产品直播	农产品直播间选品的策略；农产品直播	10

			间商品定价策略、农产品直播间商品结构规划、农产品直播间商品陈列、农产品直播间商品的精细化配置与管理	间商品定价策略；农产品直播间商品结构规划；农产品直播间商品的精细化配置与管理；农产品直播间商品陈列方法	
情境七	农产品直播 “引流”互动：汇聚人气引爆农产品直播间气氛	子情境 7	做好农产品直播前预热、设置夺人眼球的农产品直播标题、打造优质农产品直播封面图、调动农产品直播间人气 “五步法”、互动玩法提升农产品直播间氛围、开展平台内农产品直播付费推广、做好农产品直播粉丝运营	做好农产品直播前预热；打造突出农产品特色的直播封面图；设计农产品相关互动玩法提升直播间氛围；开展平台内农产品直播付费推广；设置吸引农产品目标客群的直播标题；调动农产品直播间人气 “五步法”	10
情境八	农产品直播数据分析：数据复盘，做好农产品直播优化	子情境 8	农产品直播间数据分析基本	确定农产品直播数据分析的	8

			思路、农产品直播间数据分析常用指标	目标，获取数据，数据处理与分析；农产品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	
情境九	淘宝农产品直播：引领农产品直播带货爆发式增长	子情境 9	淘宝农产品直播认知、淘宝农产品直播运营实操、淘宝农产品直播案例深度解析	淘宝直播的生态特征及农产品运营逻辑；淘宝农产品直播流量分配规则；淘宝农产品直播案例解析；淘宝农产品直播运营实操过程，开通权限、创建预告、手机端直播、PC端管理	12
情境十	抖音农产品直播：内容 “种草”，聚焦农产品潮流消费需求	子情境 10	抖音平台农产品直播认知、抖音农产品直播实操、抖音农产品直播电商案例深	抖音平台的特点和抖音直播电商生态特征；抖音农产品直播电商达人直播特	10

			度解析	点及成功经验;抖音农产品直播实操过程	
情境十一	快手农产品直播：强信任关系打造农产品商业闭环	子情境 11	快手平台农产品直播认知、快手农产品直播实操、快手农产品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;快手农产品直播电商代表主播的直播特点及成功经验;快手农产品直播实操过程	8
情境十二	腾讯农产品直播：交圈扩散，打造农产品私域流量池	子情境 12	腾讯平台农产品直播认知、腾讯农产品直播实操、腾讯农产品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;腾讯农产品直播代表主播的直播特点及成功经验;腾讯农产品直播实操,利用社交属性沉淀农产品私域用户	8

五、教学设计

<table>
<tr><td>学习情境 1：</td><td>农产品直播营销：开启农产品内容营销新时代</td><td>学时</td><td>4 学时</td></tr>
<tr><td colspan="4">学习目标：
农产品直播营销的产业链与收益分配模式；直播平台的主要类型及农产品在不同平台的运营差异</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="1">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">初识农产品直播营销、
直播平台的主要类型及农产品适配性</td><td colspan="1">1、拥有优秀的《农产品电商直播》相关教材和指导书
2、拥有良好的多媒体教学条件，可播放农产品直播案例视频
3、具有较强的课堂组织能力和丰富的农产品电商直播实训课授课经验
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，深化与农产品电商企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库</td><td>多媒体教室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>学习情境 1</td><td>1、通过播放典型农产品直播案例（如产地助农直播）导入课程，引导学生初识农产品直播营销的概念与价值 2、讲解农产品直播营销的产业链结构，分析各环节收益分配特点，结合农产品流通特性解读差异 3、介绍淘宝、抖音、快手、腾讯看点四大平台，对比各平台农产品直播的运营规则与用户偏好，明确适配要点 4、组织学生分组讨论，分析不同品类农产品（如生鲜、干货）适合的直播平台，教师点评总结</td><td>案例教学法
情景教学法</td><td>4 学时</td></tr>
</table>

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（课堂讨论表现）与终结性评价（平台适配分析报告）相结合的综合评价模式，重点关注学生对农产品直播产业链及平台适配性的理解程度

学习情境 2：	农产品直播营销方案策划：构建清晰的农产品直播营销思路	**学时**	4 学时
学习目标： 农产品直播营销活动的基本流程；农产品直播营销活动流程规划；结合农产品特性策划直播活动脚本			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
农产品直播营销活动的基本流程、农产品直播营销活动流程规划、农产品直播活动脚本策划		1、拥有优秀的《农产品电商直播》相关教材和指导书，包含农产品直播方案案例 2、拥有良好的多媒体教学条件,可展示农产品直播脚本模板与优秀方案 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的农产品电商直播实训课授课经验 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,深化与农产品电商企业的合作关系,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 2	1、讲解农产品直播营销活动全流程，从前期筹备（选品、场地）到直播执行（流程把控）再到后期复盘，结合农产品新鲜度、物流等特性强调关键节点 2、指导学生学习农产品直播活动流程规划方法，明确各阶段时间分配与任务分工 3、提供农产品直播脚本模板，解析脚本中农产品卖点挖掘、互动	情景教学法 任务驱动法	4 学时

	环节设计等要点，如突出生鲜农产品产地、采摘过程 4、布置任务，让学生分组为特定农产品（如地方特产）设计直播脚本，教师巡回指导，最后各组展示并互评		
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（脚本设计过程表现）与终结性评价（直播脚本质量）相结合的综合评价模式，重点考察学生对农产品直播流程的把控及脚本策划的针对性		

学习情境 3：	农产品直播人员配置：组建高效能直播团队	**学时**	4 学时
学习目标： 农产品直播团队的组建；打造契合农产品属性的主播人设；商家农产品直播选择主播；培养熟悉农产品特性的直播助理			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
农产品直播团队组织架构、农产品直播团队的组建、农产品主播人设打造策略、商家农产品直播选择主播的策略、农产品直播助理的培养	1、拥有优秀的《农产品电商直播》相关教材和指导书，包含团队配置案例 2、拥有良好的多媒体教学条件，可播放优秀农产品直播团队工作片段 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的农产品电商直播实训课授课经验 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，深化与农产品电商企业的合作关系，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	1、解析农产品直播团队组织架构，明确主播、助理、选品员、运营等角色职责，结合农产品品	情景教学法 任务驱动法	4 学时

	控、溯源需求强调分工差异 2、讲解农产品主播人设打造方法，如 “产地农人”“农产品测评达人” 等定位，结合案例分析人设与农产品品类的匹配逻辑 3、介绍商家选择农产品主播的标准，如对农产品知识的掌握度、与目标受众的契合度等 4、指导学生学习直播助理培养要点，包括农产品信息讲解辅助、互动引导、应急处理等技能 5、组织学生分组模拟组建农产品直播团队，明确角色并阐述人设定位与分工，教师点评		
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（团队组建过程协作表现）与终结性评价（团队配置方案阐述）相结合的综合评价模式，重点评估学生对农产品直播团队角色职责及人设打造的理解与应用能力		

学习情境 4：	农产品直播话术：提升直播间营销力的关键	**学时**	8 学时
学习目标： 农产品直播营销话术设计要点、原则和常用话术；农产品直播营销 “三点” 方法论；农产品直播间商品讲解要点；运用 “四步营销法” 推广农产品			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
农产品直播营销话术设计、农产品直播营销 “三点” 方法论、农产品直播间商品讲解要点拆解、农产品直播间商品 “四步营销法”		1、拥有优秀的《农产品电商直播》相关教材和指导书，包含话术案例集锦 2、拥有良好的多媒体教学条件，可播放不同风格农产品直播话术片段 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的农产品电商直播实训课授课经验	多媒体教室

		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,深化与农产品电商企业的合作关系,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 4	1、分析农产品直播话术设计原则，如突出产地真实性、强调品质安全、结合食用场景等，讲解常用话术类型（欢迎话术、讲解话术、促单话术） 2、解读农产品直播 “三点” 方法论（痛点、卖点、利益点），结合案例说明如何针对农产品设计 “三点” 内容，如解决生鲜农产品 “不新鲜” 痛点 3、拆解农产品直播间商品讲解要点，从外观、口感、营养价值、溯源信息等方面展开，以水果、杂粮等品类为例示范 4、教授 “四步营销法”（吸引注意、激发兴趣、建立信任、促成下单）在农产品直播中的应用，结合案例演示每一步的话术设计 5、组织学生分组练习，为指定农产品设计讲解话术并模拟演示，教师点评优化	演示法 信息化教学法 自主学习法	8 学时
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（话术练习表现）与终结性评价（模拟演示效果）相结合的综合评价模式，重点考察学生话术设计的针对性与推广效果		

学习情境 5：	农产品直播间设计：营造一流的直播视觉效果	**学时**	4 学时

<table>
<tr><td colspan="4">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">农产品直播设备的配置、农产品直播间的布置、农产品直播间的灯光布置</td><td>1、拥有优秀的《农产品电商直播》相关教材和指导书，包含直播间设计实例
2、拥有良好的多媒体教学条件,可展示不同风格农产品直播间图片与视频,准备基础直播设备（摄像头、灯光、麦克风）实物或模型
3、具有较强的课堂组织能力和丰富的农产品电商直播实训课授课经验
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,深化与农产品电商企业的合作关系,共建共享电商专业群教学资源库</td><td>多媒体教室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>学习情境 5</td><td>1、讲解农产品直播设备配置，区分室内（如直播间）与室外（如产地）场景，介绍摄像头、麦克风、补光灯等设备的选择标准，结合农产品展示需求（如生鲜特写）强调设备参数
2、分析农产品直播间布置要点，根据农产品品类确定场地要求（如干货需通风展示区），设计场景风格（如产地风、农家风），选择辅助道具（如农产品种植工具、包装样品）
3、指导农产品直播间灯光布置，讲解灯光选择（冷光、暖光适配场景）、摆设位置、常用布光法（如三点布光）及拍摄角度，以突出</td><td>任务驱动法
情景教学法</td><td>4 学时</td></tr>
</table>

	农产品色彩与质感为目标示范调整方法 4、组织学生分组讨论，为特定农产品设计直播间布置方案，绘制草图并阐述思路，教师点评并结合实物设备演示优化		
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（方案设计过程）与终结性评价（布置方案草图及阐述）相结合的综合评价模式，重点评估学生对农产品直播间设备、场景、灯光设计的合理性把握		

学习情境6：	农产品选择与规划：提高订单转化率的制胜点	**学时**	8学时
学习目标： 农产品直播间选品的策略；农产品直播间商品定价策略；农产品直播间商品结构规划；农产品直播间商品的精细化配置与管理；农产品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《农产品电商直播》相关教材和指导书，包含选品与规划案例 2、拥有良好的多媒体教学条件，可展示农产品选品清单、定价表、陈列效果图 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的农产品电商直播实训课授课经验 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，深化与农产品电商企业的合作关系，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	1、讲解农产品直播间选品策略，结合季节、地域、市场需求等因素，分析不同品类农产品（如应季水果、特色干货）的选品逻辑，	任务驱动法 情景教学法	8学时

	强调品控标准（如新鲜度、溯源信息） 2、介绍农产品直播间商品定价策略，涵盖成本导向（含种植、物流成本）、市场导向（参考竞品价格）、促销导向（如组合优惠）等方法，结合农产品特性说明定价技巧 3、指导农产品直播间商品结构规划，讲解引流款、利润款、福利款的搭配原则，结合直播目标（如拉新、盈利）设计结构比例 4、拆解农产品直播间商品精细化配置与管理要点，包括库存把控（生鲜需关注保质期）、品质抽检、信息标注（产地、规格）等 5、演示农产品直播间商品陈列方法，根据农产品形态（散装、包装）设计陈列方式（如堆叠、悬挂），突出视觉吸引力 6、布置任务，让学生分组为农产品直播设计选品、定价及陈列方案，教师指导并组织方案展示互评		
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（方案设计过程协作）与终结性评价（选品定价陈列方案质量）相结合的综合评价模式，重点考察学生对农产品选品、定价、规划及管理的系统性把握		

学习情境 7：	农产品直播 “引流”互动：汇聚人气引爆直播间气氛	**学时**	8 学时

<table>
<tr><td colspan="4">学习目标：
做好农产品直播前预热；打造突出农产品特色的直播封面图；设计农产品相关互动玩法提升直播间氛围；开展平台内农产品直播付费推广；设置吸引农产品目标客群的直播标题；调动农产品直播间人气 “五步法”</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">做好农产品直播前预热、设置夺人眼球的农产品直播标题、打造优质农产品直播封面图、调动农产品直播间人气 “五步法”、互动玩法提升农产品直播间氛围、开展平台内农产品直播付费推广、做好农产品直播粉丝运营</td><td>1、拥有优秀的《农产品电商直播》相关教材和指导书，包含引流互动案例
2、拥有良好的多媒体教学条件,可展示优秀农产品直播封面图、预热文案、互动片段
3、具有较强的课堂组织能力和丰富的农产品电商直播实训课授课经验
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,深化与农产品电商企业的合作关系,共建共享电商专业群教学资源库</td><td>多媒体教室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>学习情境 7</td><td>1、讲解农产品直播前预热方法，涵盖社交媒体（微信、微博）文案设计、短视频预告（展示农产品产地 / 制作过程）、粉丝群通知等，强调预热时间与内容节奏
2、指导设计农产品直播标题与封面图,标题需突出农产品卖点(如“产地直采沃柑”)，封面图需清晰展示农产品外观，结合平台风格调整设计
3、介绍调动农产品直播间人气“五步法”,拆解每一步操作要点（如第一步 “福利吸引” 可设置农产品试吃抽奖）
4、演示农产品直播间互动玩法，如问答互动（提问农产品知识）、投票互动（选择心仪农产品品类）、连麦互动（邀请产地农户）</td><td>案例演示法
信息化教学法
自主学习法</td><td>8 学时</td></tr>
</table>

	等，讲解氛围把控技巧 5、解读平台内农产品直播付费推广规则，如抖音 DOU+、淘宝直通车的投放策略，结合农产品目标客群（如宝妈、养生人群）确定推广方向 6、讲解农产品直播粉丝运营方法，包括粉丝标签分类、售后跟进、专属福利设计（如会员专属折扣），提升复购率 7、组织学生分组设计农产品直播预热方案、标题封面及互动玩法，教师点评并模拟直播互动场景测试效果		
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（方案设计与模拟互动表现）与终结性评价（预热方案、标题封面及互动玩法质量）相结合的综合评价模式，重点评估学生对农产品直播引流互动策略的创新性与实用性。		

学习情境 8：	农产品直播数据分析：数据复盘，做好直播优化	**学时**	4 学时
学习目标： 确定农产品直播数据分析的目标，获取数据，数据处理与分析；农产品直播间数据分析常用指标（粉丝、流量、互动、转化）			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
农产品直播间数据分析基本思路、农产品直播间数据分析常用指标	1、拥有优秀的《农产品电商直播》相关教材和指导书，包含数据分析案例与指标解读 2、拥有良好的多媒体教学条件,可展示农产品直播数据报表（如粉丝增长表、转化率图表）、数据工具操作界面（如抖音电商罗盘） 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的农产品电商直播实训课授课经验 4、巧用实践平台和信息化教学资源,对网络资源开发与利		多媒体教室

		用,深化与农产品电商企业的合作关系,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 8	1、讲解农产品直播数据分析基本思路，明确数据分析目标（如优化选品、提升转化），介绍数据获取渠道（平台后台、第三方工具），演示数据处理方法（数据清洗、分类统计） 2、解读农产品直播间数据分析常用指标，分维度讲解： - 粉丝数据指标：新增粉丝数、粉丝留存率、粉丝画像（关注农产品偏好） - 流量指标：观看人数、流量来源（自然流量、付费流量） - 互动指标：评论数、点赞数、分享数、互动话题参与度 - 转化指标：点击率、加购率、下单转化率、客单价 3、结合农产品直播案例，演示如何通过数据发现问题（如低转化可能因选品不当），并制定优化策略（如调整选品品类） 4、布置任务，提供一组农产品直播数据，让学生分组分析数据、撰写复盘报告并提出优化建议，教师点评指导	情景教学法 任务驱动法	4 学时
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（数据处理分析过程）与终结性评价（复盘报告质量）相结合的综合评价模式，重点考察学生对农产品直播数据指标的理解及数据分析应用能力		

<table>
<tr><td>学习情境9：</td><td colspan="2">淘宝农产品直播：引领直播带货爆发式增长</td><td>学时</td><td>8学时</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
淘宝直播的生态特征及农产品运营逻辑；淘宝农产品直播流量分配规则；淘宝农产品直播案例解析；淘宝农产品直播运营实操过程（开通权限、创建预告、手机端直播、PC 端管理）</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">淘宝农产品直播认知、淘宝农产品直播运营实操、淘宝农产品直播案例深度解析</td><td colspan="2">1、拥有优秀的《农产品电商直播》相关教材和指导书，包含淘宝农产品直播案例与实操指南
2、拥有良好的多媒体教学条件，可展示淘宝直播后台界面、农产品直播案例视频，准备电脑、手机等实操设备
3、具有较强的课堂组织能力和丰富的农产品电商直播实训课授课经验，熟悉淘宝直播规则
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，深化与农产品电商企业的合作关系，共建共享电商专业群教学资源库</td><td>多媒体教室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>学习情境9</td><td colspan="2">1、讲解淘宝直播生态特征，分析淘宝平台农产品运营逻辑（如依托店铺流量、强调品质溯源），结合案例说明淘宝农产品直播的优势与定位
2、解读淘宝农产品直播流量分配规则，涵盖自然流量（搜索、推荐）与付费流量（直通车、超级推荐）的获取方式，强调农产品标签对流量精准度的影响
3、深度解析淘宝农产品直播成功</td><td>演示法
信息化教学法
自主学习法</td><td>8学时</td></tr>
</table>

	案例，如 “产地商家直播”，拆解其选品、话术、引流策略，总结可复用经验 4、演示淘宝农产品直播运营实操： - 开通淘宝直播权限：讲解资质要求（如店铺等级、保证金）与申请流程 - 创建直播预告：指导填写农产品相关信息(产地、规格、卖点)、设置封面与时间 - 手机端直播：演示开播设置、镜头调整、农产品展示、互动功能使用 -PC 端管理：讲解直播间数据查看、商品上下架、评论管理操作 5、组织学生分组进行模拟实操，教师巡回指导，解决实操问题		
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（实操过程表现）与终结性评价（实操任务完成质量）相结合的综合评价模式，重点评估学生对淘宝农产品直播规则的理解及实操能力		

学习情境 10：	抖音农产品直播：内容“种草”，聚焦潮流生活态度	**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；抖音农产品直播电商达人直播特点及成功经验；抖音农产品直播实操过程			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
抖音平台农产品直播认知、抖音农产品直播实操、抖音农产品直播电商案例深度解析	1、拥有优秀的《农产品电商直播》相关教材和指导书，包含抖音农产品直播案例与实操要点 2、拥有良好的多媒体教学条件,可展示抖音农产品直播案		多媒体教室

		例视频、抖音电商后台界面，准备手机(安装抖音及抖音电商助手） 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的农产品电商直播实训课授课经验,熟悉抖音直播规则 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,深化与农产品电商企业的合作关系,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	1、分析抖音平台特点，讲解抖音直播电商生态特征（内容驱动、算法推荐、“种草” 转化），结合农产品潮流消费需求（如健康养生、网红农产品）说明抖音农产品直播的定位 2、介绍抖音农产品直播电商达人的直播特点，如 “内容 + 产品” 结合（拍摄农产品种植过程短视频引流）、互动性强（粉丝评论答疑），分享成功经验（如打造农产品 IP） 3、深度解析抖音农产品直播案例，如 “网红水果直播”，拆解其短视频预热、直播内容设计、转化路径，总结 “种草” 技巧 4、演示抖音农产品直播实操过程： - 账号定位：指导结合农产品品类（如有机蔬菜）确定账号风格与内容方向 - 短视频预热：讲解拍摄农产品相关短视频（如采摘、烹饪）的技巧，关联直播预告 - 直播设置：演示开播权限申请、直播间装修（添加农产品标签）、商品上架（设置抖音小店链接） - 直播执行：示范农产品展示（突	任务驱动法 情景教学法	4 学时

	出新鲜度)、话术引导（结合短视频内容)、互动玩法（如 “评论抽奖送农产品”) 5、组织学生分组设计抖音农产品直播账号定位及短视频预热方案，模拟直播片段，教师点评		
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（方案设计与模拟引导表现）与终结性评价（方案质量与引导效果）相结合的综合评价模式,重点考察学生对腾讯农产品直播社交属性及私域运营逻辑的理解与应用能力		

学习情境 11：	快手农产品直播:强信任关系打造农产品商业闭环	**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;快手农产品直播电商代表主播的直播特点及成功经验；快手农产品直播实操过程			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
快手平台农产品直播认知、快手农产品直播实操、快手农产品直播电商案例深度解析	1、拥有优秀的《农产品电商直播》相关教材和指导书，包含快手农产品直播案例与信任体系构建方法 2、拥有良好的多媒体教学条件,可播放快手农产品直播案例视频、展示快手电商后台界面，准备手机（安装快手及快手小店） 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的农产品电商直播实训课授课经验,熟悉快手直播规则 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,深化与农产品电商企业的合作关系,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	1、讲解快手平台特点，分析快手直播电商生态特征(“老铁经济”、强信任关系、私域流量价值)，结合农产品交易特性（注重品质信任）说明快手农产品直播的优势 2、介绍快手农产品直播电商代表主播的直播特点，如“真实人设”（展示农家生活）、“高频互动”（维护粉丝关系）、“产地直供”（强调货源透明)，分享打造信任体系的成功经验（如直播产地溯源、展示物流打包） 3、深度解析快手农产品直播案例，如 “农户自播”，拆解其信任关系建立、粉丝运营、复购转化策略，总结商业闭环构建逻辑 4、演示快手农产品直播实操过程： - 账号搭建：指导打造 “农家主播” 人设，完善农产品相关简介与背景 - 粉丝积累：讲解通过日常农家生活短视频（如种植、收获）吸引精准粉丝的方法 - 直播筹备：演示快手小店开通、农产品上架（标注产地与规格）、直播预告设置（突出 “产地直采”) - 直播执行：示范农产品真实展示（无滤镜）、与粉丝 “唠家常”式互动、解答品质疑问、引导下单（强调 “熟人价”) 5、组织学生分组模拟快手农产品直播，重点练习信任话术与粉丝	任务驱动法 情景教学法	4 学时

	互动，教师点评指导		
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（模拟直播互动表现）与终结性评价（直播片段信任度效果）相结合的综合评价模式，重点评估学生对快手农产品直播信任关系构建逻辑的理解及应用能力		

学习情境 12：	腾讯农产品直播：交圈扩散，打造农产品私域流量池	**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;腾讯直播农产品直播代表主播的直播特点及成功经验；腾讯农产品直播实操（利用社交属性沉淀私域用户）			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
腾讯平台农产品直播认知、腾讯农产品直播实操、腾讯农产品直播电商案例深度解析		1、拥有优秀的《农产品电商直播》相关教材和指导书，包含腾讯农产品直播案例与私域运营方法 2、拥有良好的多媒体教学条件，可展示腾讯直播（如视频号直播）界面、农产品私域运营案例（如社群运营），准备电脑、手机（安装微信、视频号） 3、具有较强的课堂组织能力和丰富的农产品电商直播实训课授课经验，熟悉腾讯直播规则 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，深化与农产品电商企业的合作关系，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	1、分析腾讯直播平台特点，讲解腾讯直播电商生态特征（依托微信社交链、私域流量为主、“交圈扩散” 传播），结合农产品长期运营需求（如复购、客户留存）说明腾讯农产品直播的价值 2、介绍腾讯直播农产品代表主播的直播特点，如 “社交裂变”（通过微信分享引流）、“私域沉淀”（引导粉丝进群）、“精细化运营”（社群内推送农产品上新信息），分享利用社交属性提升长期转化的成功经验 3、深度解析腾讯农产品直播案例，如 “社区团购 + 直播” 模式，拆解其社交引流、私域运营、复购转化策略，总结私域流量池打造方法 4、演示腾讯农产品直播实操（以视频号直播为例）： - 直播开通：讲解视频号直播权限申请、关联微信小店或小程序（用于农产品销售） - 社交引流：指导通过微信好友、朋友圈、社群分享直播预告，设计裂变活动（如 “邀请好友看直播得农产品优惠券”） - 直播执行：演示农产品展示（结合用户需求讲解，如 “宝妈专属营养杂粮”）、引导私域沉淀（直播间提示添加企业微信或进群）、互动答疑（及时回复社群内提问） - 私域运营：讲解直播后社群维护技巧，如定期推送农产品养护知识、上新通知、专属福利 5、组织学生分组设计腾讯农产品直播社交引流及私域运营方案，模拟直播引导私域环节，教师点评	案例演示法 信息化教学法 自主学习法	4 学时
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（方案设计与模拟引导表现）与终结性评价（方案质量与引导效果）相结合的综合评价模式，重点考察学生对腾讯农产品直播社交属性及私域运营逻		

	辑的理解与应用能力

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	1. 农产品直播营销的产业链结构及各环节收益分配模式 2. 淘宝、抖音、快手、腾讯看点四大直播平台的类型特点 3. 不同品类农产品在各直播平台的运营差异与适配要点	1. 能准确分析特定农产品（如生鲜、干货）的直播产业链收益分配逻辑 2. 能根据农产品品类特性，选择适配的直播平台并说明理由 3. 能简述不同平台农产品直播的核心运营规则	实训演示（分析指定农产品产业链与平台适配）、课堂展示（平台选择方案阐述）	5
情境 2	1. 农产品直播营销活动从筹备到复盘的全流程节点 2. 农产品直播活动流程规划的方法与时间分配原则 3. 农产品直播脚本包含的核心模块（卖点、互动、促单）及设计要点	1. 能为指定农产品（如地方特产）规划完整的直播活动流程，明确各阶段任务 2. 能结合农产品特性（如新鲜度、产地）设计直播脚本，突出核心卖点与互动环节 3. 能根据直播目标（拉新、转化）调整脚本内容	实训演示（展示直播流程规划表）、课堂展示（直播脚本讲解与修改）	5
情境 3	1. 农产品直播团队的组织架构（主播、助理、选品、运营）及职责分工 2. 契合农产品属性的主播人设（如“产地农人”“测评达人”）打造维度 3. 商家选择农	1. 能为农产品直播项目组建团队，明确各角色职责并匹配能力要求 2. 能为特定农产品设计主播人设，阐述人设与产品的契合逻辑 3. 能模拟商家筛选农产品主播，制定筛选标准并评估候选	实训演示（团队组建方案模拟）、课堂展示（人设设计与主播筛选思路）	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		
	产品主播的核心标准（知识储备、受众契合度）4. 农产品直播助理的培养重点（农产品知识、互动引导）	人		
情境 4	1. 农产品直播营销话术的设计原则（真实性、场景化）与常用类型（欢迎、讲解、促单） 2. 农产品直播“三点”方法论（痛点、卖点、利益点）的应用逻辑 3. 农产品（如水果、杂粮）直播间商品讲解的核心维度（外观、口感、溯源） 4. “四步营销法”在农产品直播中的具体应用步骤	1. 能针对指定农产品设计完整的直播讲解话术，涵盖痛点挖掘与利益点传递 2. 能运用“三点”方法论拆解农产品卖点，形成话术框架 3. 能通过“四步营销法”模拟农产品直播推广，引导观众下单	实训演示（模拟直播话术展示）、课堂展示（话术设计思路解析）	10
情境 5	1. 室内、室外（产地）农产品直播设备（摄像头、麦克风、补光灯）的配置标准 2. 农产品直播间场地选择要求（通风、光线）与场景风格（产地风、农家风）设计逻辑 3. 农产品直播间灯光选择（冷	1. 能根据农产品直播场景（室内展示、产地直拍）配置合适的设备，说明选型理由 2. 能为指定农产品（如生鲜、干货）设计直播间场景，选择匹配的辅助道具（种植工具、包装） 3. 能调整灯光与拍摄角度，突出农产品色彩、质感等视觉特点	实训演示（设备配置与场景布置模拟）、课堂展示（设计方案讲解）	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		
	光、暖光）、布光法（三点布光）与拍摄角度适配原则			
情境 6	1. 农产品直播间选品的核心策略（季节、地域、品控） 2. 农产品定价的影响因素（成本、竞品、促销）与定价方法（成本导向、市场导向） 3. 农产品直播间商品结构（引流款、利润款、福利款）的搭配原则 4. 农产品陈列的方法（堆叠、悬挂）与视觉吸引要点	1. 能结合季节与市场需求，为农产品直播筛选适配的品类，制定品控标准 2. 能为选品设计合理的价格体系，包含促销活动（组合优惠、满减） 3. 能规划直播间商品结构，明确各类型商品的占比与作用 4. 能模拟农产品陈列，提升视觉展示效果	实训演示（选品清单与定价表制定）、课堂展示（商品结构与陈列方案）	10
情境 7	1. 农产品直播前预热的渠道（社交媒体、短视频）与内容设计要点（产地、过程） 2. 农产品直播标题与封面图的设计原则（突出卖点、吸引目标客群） 3. 调动农产品直播间人气“五步法”的操作要点 4. 农产品直播互动玩法（问答、投票、连麦）的设计逻辑	1. 能为农产品直播设计多渠道预热方案，包含短视频脚本与文案 2. 能设计吸引目标客群的直播标题与封面图，突出农产品核心卖点 3. 能在模拟直播中运用“五步法”与互动玩法，提升直播间氛围 4. 能根据农产品受众（宝妈、养生人群）制定付费推广策略	实训演示（预热方案执行与模拟直播互动）、课堂展示（推广策略讲解）	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		
	5. 平台内农产品直播付费推广（DOU+、直通车）的投放策略			
情境 8	1. 农产品直播数据分析的目标（优化选品、提升转化）与数据获取渠道（平台后台） 2. 农产品直播间核心数据指标：- 粉丝指标（新增、留存、画像）- 流量指标（观看人数、来源）- 互动指标（评论、点赞、分享）- 转化指标（点击率、加购率、客单价） 3. 数据处理与分析的基本方法（对比、趋势）	1. 能从平台后台提取农产品直播数据，完成数据清洗与分类统计 2. 能分析核心数据指标，识别直播中的问题（如低转化、低互动） 3. 能根据数据分析结果，提出优化建议（调整选品、优化话术）	实训演示（数据报表制作与分析）、课堂展示（复盘报告讲解）	10
情境 9	1. 淘宝直播的生态特征与农产品运营逻辑（店铺流量、品质溯源） 2. 淘宝农产品直播自然流量（搜索、推荐）与付费流量的获取规则 3. 淘宝农产品直播案例的成功策略（选品、话术、引流） 4. 淘宝直播权限申请条件、预告创建、手机端	1. 能完成淘宝直播权限申请与预告创建，准确填写农产品信息（产地、规格） 2. 能在模拟淘宝直播中，运用平台规则获取流量，展示农产品卖点 3. 能通过 PC 端管理直播间，完成商品上下架与数据查看	实训演示（淘宝直播后台操作）、课堂展示（直播流程执行与复盘）	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		
	直播与 PC 端管理的操作步骤			
情境 10	1. 抖音平台特点与直播电商生态特征（内容驱动、算法推荐） 2. 抖音农产品直播达人的“内容 + 产品”结合策略（短视频引流、直播转化） 3. 抖音农产品直播案例的“种草”逻辑（场景化展示、用户痛点解决） 4. 抖音直播账号定位、短视频预热、直播设置与商品上架的操作要点	1. 能为农产品设计抖音账号定位，拍摄引流短视频（种植、烹饪场景） 2. 能完成抖音直播设置与商品上架，关联抖音小店 3. 能在模拟直播中运用“种草”话术，结合短视频内容引导转化	实训演示（短视频拍摄与直播实操）、课堂展示（账号定位与转化策略）	10
情境 11	3. 1. 快手平台“老铁经济”特点与直播电商生态特征（强信任、私域价值） 2. 快手农产品直播代表主播的人设打造（真实、高频互动）与信任体系构建方法（产地溯源） 3. 快手农产品直播案例的商业闭环逻辑（粉丝积累、复购转化） 4. 快手账号搭建、粉丝运营、直播筹备与执行的操作要点	1. 能打造“农家主播”人设，拍摄日常农家生活短视频积累精准粉丝 2. 能在模拟快手直播中，通过真实展示（产地、打包）建立用户信任 3. 能设计粉丝维护方案，提升农产品复购率	实训演示（短视频制作与模拟直播）、课堂展示（信任体系构建思路）	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		
情境 12	1. 腾讯直播平台（视频号）特点与电商生态特征（社交链、私域沉淀） 2. 腾讯农产品直播代表主播的社交裂变（微信分享）与私域运营策略（社群维护） 3. 腾讯农产品直播案例的私域流量池打造逻辑（引流、留存、转化） 4. 视频号直播开通、社交引流、私域引导与社群运营的操作要点	1. 能完成视频号直播开通与关联微信小店，设计社交引流方案（朋友圈、社群分享） 2. 能在模拟直播中，引导观众添加企业微信或进入社群，完成私域沉淀 3. 能制定社群运营方案，推送农产品信息与专属福利	实训演示（直播引流与私域引导实操）、课堂展示（私域运营方案讲解）	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合作开发。

2.执笔：姚丹婷、曾航娣

3.审核：高进锋

4.时间：2025 年 8 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】96 学时/6 学分

【课程类型】专业必修课

【授课对象】2023 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

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》、《电商新媒体技术》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、网站营销、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。

（四）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》 《电商新媒体技术》	了解电子商务概况、培养学生具备 PS 图像处理、视频编辑能力，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	《电商运营与推广》	通过前导课程《网络营销实务》为《电商运营与推广》打下理论基础与操作技能。

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、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、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。	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	网络营销实务	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	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 网站营销之 HTML	熟悉网站制作基本技能	能制作及修改网站网页	16
		3-2 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	6
		3-3 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	2
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	熟悉主流视频编辑软件	能熟练应用软件编辑视频	4
		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	6
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	4
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	4
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、百度百家、今日头条等媒体平台	能利用自媒体平台进行营销	4
		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	4

五、教学设计

<table>
<tr><td>学习情境1-1：</td><td colspan="2">网络营销概述</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td>1．网络营销概念、
2．网络营销发展和职能</td><td rowspan="2">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。</td><td>0.5</td></tr>
<tr><td>2</td><td>1. 网络营销案例分享；</td><td>1.5</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="3">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 1-2：</td><td colspan="2">网络营销理论</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td colspan="2">教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td>1. 营销组合策略。</td><td colspan="2" rowspan="2">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td>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</td><td>4</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 1-3：</td><td colspan="2">全网营销多元化方式案例分析</td><td>学时</td><td>8</td></tr>
<tr><td colspan="5">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td><td></td></tr>
<tr><td>1</td><td>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</td><td rowspan="2">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。</td><td>4</td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>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</td><td>4</td><td></td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 2-1：</td><td colspan="2">微信公众号营销</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>实训机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">了解微信公众号
微信公众号创建与设置</td><td rowspan="2">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="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</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 2-2：</td><td colspan="2">H5 推文营销</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">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；</td><td rowspan="2">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">1. 利用平台自建H5文章并发布；</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">1.熟悉主流 H5 平台；
2.掌握 H5 文章编辑并发布技能</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 3-1：</td><td colspan="2">网站营销之 HTML</td><td>学时</td><td>16</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
1.熟悉网站 HTMl 标签
2. 熟悉网站布局标签及盒子模型
3. 熟悉网站 CSS 语法</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.了解熟悉基础 HTMl 标签；
2. 熟悉网站布局标签及盒子模型及 CSS；
3. 能制作网页；
4. 能修改网页 1</td><td colspan="2">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。</td><td>实训机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">了解网页结构
能使用 html 制作网页</td><td rowspan="3">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。</td><td>6</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">熟悉应用 css 样式关联的三种方式设置网页格式</td><td>6</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="2">熟悉布局标签、盒子模型概念、盒子模型属性及设置，学会利用布局标签布局网页</td><td>4</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">1.熟悉网站制作之 html 及 css
2.能够设计制作网站网页</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 3-2：</td><td colspan="2">网站设计与营销</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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；</td><td colspan="2">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。</td><td>实训机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">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</td><td rowspan="2">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">营销网站设计制作</td><td>4</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">1.熟悉营销网站搭建要素
2.能够设计制作营销网站</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 3-3：</td><td colspan="2">网店营销</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
1.熟悉电商平台开店条件和平台推广服务
2.能进行网店推广</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.熟悉电商平台开店条件；
2.熟悉电商平台推广服务；</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">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</td><td>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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">1. 熟悉电商平台及推广服务产品
2.能利用平台营销产品推广网店及商品</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 4-1：</td><td colspan="2">搜索引擎优化</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">了解搜索引擎及优化知识
网站初步搜索优化</td><td rowspan="2">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">网站关键词密度优化
网站关键词密度优化</td><td>4</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 4-2：</td><td colspan="2">搜索引擎广告</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. 搜索引擎广告类型
2. 设计并投放搜索引擎广告内容</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">搜索引擎广告类型</td><td rowspan="2">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。</td><td>1</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">设计并投放搜索引擎广告内容</td><td>1</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 5-1：</td><td colspan="2">视频编辑</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">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；</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">熟悉软件常用编辑功能,如剪辑、画中画、遮罩等</td><td rowspan="2">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">熟练应用软件编辑视频</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 5-2：</td><td colspan="2">视频营销</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">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；</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">了解熟悉主流短视频媒体平台，如抖音、快手、小红书等</td><td rowspan="2">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">根据营销目的，设计制作营销视频并发布</td><td>4</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 6-1：</td><td colspan="2">论坛、博客营销、微信、QQ 营销</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. 论坛营销
2. 博客/微博营销
3. 微信、QQ 营销</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">了解熟悉论坛、博客
利用论坛、博客进行营销</td><td rowspan="2">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。</td><td>4</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">了解熟悉微信、QQ
利用微信、QQ 进行营销</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 6-2：</td><td colspan="2">贴吧、邮件营销、软文制作</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">了解熟悉软文写作要点、制作并发布软文
了解熟悉贴吧、创建贴吧并发帖回复</td><td rowspan="2">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">掌握邮件广告要点，撰写广告邮件并发布</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 7-1：</td><td colspan="2">广告设计</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">了解熟悉弹出广告特点并设计网页弹出广告</td><td rowspan="3">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">了解熟悉对联广告特点并设计网页对联广告</td><td>2</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="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</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 8-1：</td><td colspan="2">认识知识营销</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.了解熟悉百度百科、百度知道、知乎等知识型营销方式
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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">了解熟悉百度百科，应用百度百科营销
了解熟悉百度知道，应用百度知道营销</td><td rowspan="2">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">了解熟悉知乎，应用知乎营销</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 9-1：</td><td colspan="2">营销活动策划</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">了解营销策划的主要内容
参照各种网络营销案例</td><td rowspan="2">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。</td><td>1</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">策划某次营销活动</td><td>1</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 10-1：</td><td colspan="2">自媒体平台</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">了解腾讯视频自媒体平台
能利用此平台进行营销</td><td rowspan="3">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。</td><td>1</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">了解百度百家自媒体平台
能利用此平台进行营销</td><td>1</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="2">了解今日头条自媒体平台
能利用此平台进行营销</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="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.能利用自媒体平台进行营销，重在创意</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 10-2：</td><td colspan="2">移动营销及其它营销应用</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">了解二维码营销的特点
能进行二维码营销</td><td rowspan="2">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">了解 APP 营销的特点
能进行 APP 营销</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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</td></tr>
</table>

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. 熟悉网站制作之 html 及 css 2. 熟悉营销网站搭建要素 3. 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%

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	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%
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10	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》，罗明丽主编，北京出版社，2023年修订，版本：第2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、广州文搏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、广州文搏智能科技有限公司企业合作开发。

2.执笔：倪国章、林居、周才媛

3.审核：高进锋

4.时间： 2025 年 1 月 28 日

《直播电商实务》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】《直播电商实务》

【开课时间】第 4 学期

【学时/学分数】32 学时/2 学分

【课程类型】专业延展课程

【授课对象】2023 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

该课程是专业选修课，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 32 学时，分理论课学时为 16 学时与实践课学时为 16 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	《电商新媒体技术》	为网店美工课程做好铺垫。
本课程	《直播电商实务》	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	《商务礼仪及沟通》《商务谈判技能》	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
（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。 （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。 （3）掌握直播团队的组织架构，主播助理的培养。 （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。 （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。 （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。	（1）能够策划直播活动脚本。 （2）能够组建直播团队，打造主播人设。 （3）能够运用“四步营销法”推广直播间商品。 （4）能够布置直播间设备、环境与灯光。 （5）能够选择、陈列与管理直播间商品。 （6）能够利用各种手段提升直播间氛围。 （7）能够对直播间数据进行分析与复盘。 （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。	（1）具备直播行业的基本职业道德，热爱直播工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规。 （2）培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维。 （3）养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的工作作风，具有良好的服务意识。 （4）讲究工作效率和时间观念，养成良好的书面记录习惯，及时回复用户的各种要求，有重要事项及时进行反馈。 （5）保持对直播行业的敏感性，提高沟通协调能力。 （6）锻炼自学能力和可持续发展能力。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
（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	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	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。

专业能力	方法能力	社会能力
粉丝运营的方法。 （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。 （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。 （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。 （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。 （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。	成为新时代电商工作者做好准备。	

四、课程设计思路

课程名称	《直播电商实务》	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	直播营销：开启内容营销新时代	1-1 直播平台认识	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	2
情境二	直播营销方案策划：构建清晰的直播营销思路	2-1 直播策划	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	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	2
情境三	人员配置：组建高效能直播团队	3-1 直播团队组建	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	2
情境四	直播话术：提升直播间营销力的关键	4-1 直播话术设计	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”	4
情境五	直播间设计：营造一流的直播视觉效果	5-1 直播间打造	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	2

			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	6-1 直播选品策划	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	4
情境七	“引流”互动：汇聚人气引爆直播间气氛	7-1 直播引流设计	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”	4

			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	8-1 直播复盘	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	2
情境九	淘宝直播：引领直播带货爆发式增长	9-1 淘宝直播操作	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	4
情境十	抖音直播：内容“种草”，聚焦潮流生活态度	10-1 抖音直播操作	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	2

				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	11-1 快手直播操作	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	2
情境十二	腾讯直播：交圈扩散，打造私域流量池	12-1 腾讯直播操作	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	2

五、教学设计

学习情境 1-1：	直播平台认识	**学时**	2 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学资源,对网络资源开发与利		多媒体教室

	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	2 学时
课程思政	通过课程案例，融入爱国主义、集体主义、等社会主义价值观		
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**	2 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
教学组织步骤	**教学内容**	**教学方法建议**	**学时分配**
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	2 学时

课程思政	通过课程案例，提升学生的道德情操、公民素质
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**	2 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	2 学时
课程思政	通过课程案例，提升强调爱国主义、工匠精神		
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。		

<table>
<tr><td>学习情境 4-1：</td><td colspan="2">直播话术设计</td><td>学时</td><td>4 学时</td></tr>
<tr><td colspan="5">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”</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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”</td><td colspan="2">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。</td><td>多媒体教室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>学习情境 4</td><td colspan="2">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”</td><td>演示法
信息化教学法
自主学习法</td><td>3 学时</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">通过课程案例，塑造正确的人生观、价值观、世界观</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 5-1：</td><td colspan="2">直播间打造</td><td>学时</td><td>2 学时</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
</table>

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	2 学时
课程思政	通过课程案例，融入爱国主义、集体主义、等社会主义价值观		
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**	4 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		1、拥有优秀的教材和指导书 2、拥有良好的多媒体教学条	多媒体教室

直播间商品的精细化配置与管理	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 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	4 学时
课程思政	通过课程案例，培养学生的理想信念		
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**	4 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	多媒体教室

		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 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	4 学时
课程思政	通过课程案例，提升强调爱国主义、工匠精神		
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 8-1：	直播复盘	**学时**	2 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		多媒体教室

	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 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	3 学时
课程思政	通过课程案例，提高学生对社会主义核心内涵的认知		
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**	4 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 淘宝直播案例深度解析	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 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	2 学时

课程思政	通过课程案例，传播正能量、提高学生的素质修养
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**	2 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 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	2 学时
课程思政	通过课程案例，传播正能量、提高学生的素质修养，引导学生争取的价值取向		
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	2 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	2 学时
课程思政	通过课程案例，提高学生对职业素养的认识		
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	2 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	2 学时
课程思政	通过课程案例，提高学生辨析能力，道德修养，对职业道德的认知		
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	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		
		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 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 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	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		
		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 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 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	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	课堂展示 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		
	的摆设、常用的布光法及拍摄角度的选取	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 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 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	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		
		播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。		
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
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	学生能够策划直播	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		
	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	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	
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成功经验；快手直播实操过程	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	5
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	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	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		
	直播实操	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。		
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，2024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：曾航娣、余伍娇

3.审核：高进锋

4.时间：2025 年 2 月 10 日

《网店运营实务》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】网店运营实务

【开课时间】第 3 学期

【学时/学分数】128 学时/8 学分

【课程类型】专业核心课

【授课对象】2024 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

《网店运营实务》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	网店运营实务	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
（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
驻规则、网店开设流程，完成网店注册及装修。 （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。 （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。 (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。 (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。 （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。 （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。	时所用的各类软件； （3）能够在C2C环境下熟练进行产品的发布和管理； （4）能够进行初期策划； （5）具备网络市场调研与数据分析的能力。 （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。 （7）具备网络营销与推广的能力。 （8）具备网络客户服务及财务管理的能力。	团结协作意识以及吃苦耐劳的精神。 （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。 （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。 （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。 （4）具备团队合作意识和沟通能力以及领导管理能力。 （5）具备全局分析问题、解决问题的能力和信息管理处理能力。

（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;	1.能进行市场调研以及店铺定位 2.能开设网上店铺能进行店铺装修 3.能对网上店铺进行日常管理 4.能进行店铺推广	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。

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	网店运营实务	**计划总学时**	128 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	网上开店准备 12	**子情境 1-1：目标市场分析**	熟知目标市场调查的方法；	能够根据实际项目，选择适当的调研	4

			了解各大指数的用法	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	6
		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	4
		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	4
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	12
情境三	网店的运营 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	6
		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	6

		子情境 3-3：淘宝网店产品发布管理	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	6
情境四	网店的运营与客服管理 14	**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	4
		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	4
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	6
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	提升学生对网店交易管	6

			铺数据，学会查看淘宝上已卖出商品的物流信息方法	理的进一步认识理解和管理兴趣	
		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 16	**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	4
		子情境 7-2：淘宝站内推广	直通车、钻展、淘宝客	站内推广	4
		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	网店推广与店铺日常管理 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	4
		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	网店经营综合实训与网店财务管理 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**	14
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。	4
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		6
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		4
课程思政	（1）让学生了解网店运营的重要性和对电商职业的憧憬，新冠肺炎疫情防控期间，电商不仅实现了逆势增长，还在保障民生中发挥了重要作用；（2）让学生喜欢这门课，让他们觉得这门课对自己的成长有帮助，树立正确的社会价值观；（3）讲到国内电商的发展情况、网店平台的主要类型时，让学生树立民族自信，使学生拥有“爱国”情操，坚定而自信地平视世界。	理论讲授；案例演示教学	
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**	8

<table>
<tr><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.熟悉各岗位的工作职责
2.掌握店铺费用的计算方法</td><td>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。</td><td>实训室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.运营团队管理</td><td>（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</td><td rowspan="2">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。</td><td>4</td></tr>
<tr><td>2.网店费用预算</td><td>（1）开店费用和软件服务费用调研
（2）初期费用预算安排</td><td>4</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td>（1）教育学生遵纪守法，做合法公民；（2）遵循《中华人民共和国电子商务法》等法律规则，具有电子商务的职业道德；</td><td>理论讲授；案例演示教学</td><td></td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">1、熟悉各岗位的工作职责。
2、掌握店铺费用的计算方法</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 2-1：</td><td>网店的开设</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
</table>

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； 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.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
课程思政	（1）遵守平台一系列规则，合法开店运营，约束自己在平台上的行为，尤其是商品信息发布、交易履约、违规处理等方面。	理论讲授；案例演示教学	
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**	12
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		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淘宝平台进行实践操作。	6
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		6
课程思政	真实工作过程（淘宝网开店）实施为主线，立足培养学生实际岗位能力，让学生深刻理解求真务实、勤奋努力的企业精神理念。	理论讲授；案例演示教学	
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**	18
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	**教学内容**	**教学方法建议**	**学时分配**

步骤			
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。	6
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		6
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		6
课程思政	（1）教育新时代大学生要保家卫国，增强大学生的民族自信心和自豪感，激发学生支持民族品牌的意识；（2）通过选商品，培养学生的“三农”情怀，具有报效家乡的意识。	理论讲授；案例演示教学	
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**	20
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		实训室

	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
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	4
子情境 4-2	前顾客服务		4
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	（1）介绍国货品牌在“国潮”风口下的发展机遇，对学生开展理想信念教育，让学生明白国潮市场的崛起，背后是新时代的文化自信，是青年一代的民族自信；	理论讲授；案例演示教学	
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**	10
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，		实训室

		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**
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		6
课程思政	（1）教育学生从事网店运营要讲诚信，做诚信网商。诚信即诚实守信，强调诚实劳动、信守承诺、诚恳待人、强调公民之间应该相互尊重、互相关心、互相帮助，友好和睦，努力形成社会主义新型的人际关系。	理论讲授；案例演示教学	
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**	12
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	实训室

		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**
子情境 6-1	数据驱动店铺	案例演示法 信息化教学法 自主学习法	6
子情境 6-2	数据分析工具——生意参谋		6
课程思政	（1）教育学生网店运营日常管理非常重要，包括网店设置、商品分类、交易管理等，一点一滴会影响网店的销售；（2）销售的商品要货真价实、诚信不欺诈；	理论讲授；案例演示教学	
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**	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**
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 翻转课堂教学法；	2
2	制订网店销售计划		2

		5 线上线下教学法	
课程思政	（1）开网店要有工匠精神，坚持做，借用马云的一句话“今天很残酷、明天更残酷，后天很美好”，只有不懈的努力才会成功。（2）教育学生遵守电商平台规则，明确违规行为及违规处理方法，学会如何进行自检商品违规等行为。	理论讲授；案例演示教学	
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**	4
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； 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	选择适合店铺的推广方式		2
课程思政	（1）教育学生要注意交易履约，如在约定时间内发货，遇到特殊情况时要与用户及时协商妥善解决；（2）提醒学生在交易过程中，一定要谨防诈骗，如拍下订单不	理论讲授；案例演示教学	

	付款、客户留言支付宝不能付款、旺旺留言让点击链接等情况，不要轻易打开链接网址或二维码，或通过别的渠道进行交易。		
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**	6
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**
3、淘宝站外推广网站：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	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； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	**3**
2	软文营销方法与技巧		**3**
课程思政	（1）讲到“举报管理”“投诉管理”和“申诉管理”时，教育学生正确利用法律法规及平台规范保护自己的权益，维护知识产权；（2）同时自己的网店也要避免虚假交易、收到空包裹、假冒及盗版、滥发信息、出售违禁品、情报举报、无证生产销售及盗用他人图片等违规行为。	理论讲授；案例演示教学	

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**	4
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； 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	如何打造店铺爆款，为店铺带来销量		2
课程思政	（1）在营销推广活动中，更多的强化中国传统节日的主题，深化中国元素，让学生牢记中国传统文化，增强文化自信，以此弘扬中华文化。（2）介绍店内营销工具的使用时，教育学生在开展营销活动时，要有组织有计划地开展，不能盲目设置活动，使学生具备风险预测和成本预算的能力。	理论讲授；案例演示教学	
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。		

<table>
<tr><td>学习情境 8-1：</td><td colspan="2">店铺日常优化管理</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">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</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.对店铺页面进行管理
2.用数据诊断店铺经营情况</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td colspan="2">教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td>检查店铺前后端页面</td><td colspan="2" rowspan="2">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</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2</td><td>对店铺运营情况进行数据分析</td><td>1</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td>（1）讲到手机端页面装修时指出随着移动互联网的发展，网店流量逐渐向无线端倾斜，手机购物已经融入人们日常生活，使学生明白，技术改变生活，“中国要强盛、要复兴，就一定要大力发展科学技术，努力成为世界主要科学中心和创新高地。”（2）讲到容器与模块编辑时，指出淘宝平台的装修功能在不断的更新，在人工智能发展迅速的时代，电商平台千人千面为用户浏览提供更好的体验，我们要与时俱进，适应时代、适应社会，不断的学习更新知识，跟上时代的潮流。</td><td colspan="2">理论讲授；案例演示教学</td><td></td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境8-2：</td><td colspan="2">商品优化管理</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">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</td><td rowspan="2">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</td><td>1</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">橱窗推荐、商品上下架的设置方法</td><td>1</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="2">讲到功能功效关键词时，要和学生强调遵守商品信息发布规范，避免使用虚假、夸大功效之类的功能功效关键词，禁止使用违禁词。</td><td>理论讲授；案例演示教学</td><td></td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境9-1：</td><td>网店财务构成</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="4">学习目标：
掌握网店财务的相关基本概念及工作内容；</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td>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。</td><td>机房</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1</td><td>网店财务的基本概念以及工作内容</td><td rowspan="2">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</td><td>1</td></tr>
<tr><td>2</td><td>网店财务运作流程、收入管控、支出管控</td><td>1</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td>客户运营平台中客户列表里面可以看到客户信息，包括客户的购买信息及基本信息，教育学生要注意用户隐私权的保护，在未经个体明确同意与授权的情形下，不要私自对于此类个人信息进行收集及出售。</td><td>理论讲授；案例演示教学</td><td></td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境 9-2：</td><td>财务对账业务</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="4">学习目标：
掌握财务对账项目的内容及基本流程；</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
</table>

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； 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		1
课程思政	数据分析是目前进行运营推广最重要的基础前提，需要学生能够熟练掌握站内站外的国内数据分析工具，综合进行应用，完成网店数据分析，提升学生的工匠精神，成为实现中国复兴的复合型人才。	理论讲授；案例演示教学	
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	指导学生从流量数据、客户来源数据、交易数据、营销数据等方面对网店运营情况进行诊断分析，使学生认识到当前大数据已经渗透每一个行业和业务职能领域，数据对于企业深入洞察用户行为、产品改进及运营监控起着重要作用。	理论讲授；案例演示教学	
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	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

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		
	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；			
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
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目的合理预算，编制网店财务报表	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		
合计				100%

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《网店运营实务》，白东蕊主编，人民邮电出版社， 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，2022 年出版。

《网店运营与推广》，葛存山主编，人民邮电出版社，2021 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，2021 年出版。

《网店运营与管理》，白东蕊主编，人民邮电出版社，2021 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：高进锋、王柳婷、余伍娇、李晓君、任琛

3.审核：肖洁

4.时间：2025 年 8 月 26 日

《网店客服》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】网店客服

【开课时间】第 2 学期

【学时/学分数】32 学时/2 学分

【课程类型】专业拓展课程

【授课对象】2023 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

《网店客服》涵盖了网店客服所要了解的重点知识，主要内容包括走进网店客服、客服岗前技能、做好售前客服、做好售中客服、做好售后客服、用心经营客户关系、客服数据分析、管理客服等。本书在讲解中穿插有相应的案例进行分析，通过这些案例能有效支撑所讲述的内容。本书着重于快速、有效地提升客服个人工作技能，最终提升店铺销售额。本课程在第 2 学期开设，32 课时。

（二）课程任务

本课程主要培养学生网店客服方面的知识、技能与素质。通过课程学习后，学生能掌握掌握顾客分析与打标、维护好客户关系的方法，并学会详细记录顾客信息；掌握科学管理客服的相关知识，包括客服绩效管理、网店数据管理、客服的考核、客服的激励机制等内容。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	电商运营推广（C 店）	培养开店的能力，能通过市场调研，独立开发产品，初步具备网店运营的基本能力
本课程	网店客服	培养网店客服人员所需要的接待能力，掌握售前、售中、售后的客服的相关技巧，具备客服的良好意识。
后续课程	电子商务经营手段与技能	支撑电商市场推广、电商运营岗位所需要的能力，培养市场开拓的意识，掌握各种电商推广技巧。

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
知识目标： 1、掌握的网店客服基本原理、理论知识、方法和技巧。 2、理解网店客服的内涵、和流程。 技能目标： 1、培养对客户的观察力与分析力。 2、培养理论联系实际、运用管理学工具,解决实际问题的能力。 3、培养系统思维、逻辑思维和权变思维的能力。 4、培养具有基本的管理沟通、协同合作和组织实施的工作能力。 5、培养初步开发客户能力。 6、培养学生具有客户管理的意识、能为客户带来满意，让客户对企业保持忠诚。	1、学生能够对自己的学习有目标、有计划、能自觉执行，并能够结合团队协作完成网网店客服工作。 2、能自律教学纪律与学习责任，能善于运用线上学习平台完成各项目的任务。 3、交流表达能力。学生能够在学习过程中提高自己语言和书写能力的锻炼，善于交流，善于沟通，提高方案语言组织能力。 4、团队合作能力。学生能够在学习只积极融入于集体，发挥团队之力量，取得更大成绩。 5、信息技术应用能力。学生能够运用现代信息技术，有效地、创造性地为自己的学习服务，提高学习效果。 6、应急应变能力。学生能够在教学中对突发事件、未能预期事件能靠自身的力量来独立加以解决。	1、培养学生热爱网店客服工作，并全身心地投入，把网店客服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。 4、培养学生的效益意识，团队工作以提高经济效益为中心。 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、培养学生客户管理的意识，能运用网络手段与客户沟通。 7、培养学生的服务意识，标准跟进客户服务。 8、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、认识和理解的客服重要性和普遍性,掌握常见的客户服务技巧。 2、理解并掌握的客户管理的流程,掌握客服人员需要具备	1、能够在前期选择合适的网店平台，并将网店客服实训项目置于各个环节中开展学习。	1、树立积极科学的职业观、世界观、人生观和价值观，能够对于职场上的困难或逆境保持积极向上的心态。

专业能力	方法能力	社会能力
的知识与技能。 3、能够使用一些推荐技巧服务客户，如：FABE 法则，熟练地描述产品,向客户推荐产品。 4、掌握一些营销技巧，如：产品卖点设计,能应用到客服实操中。 5、运用所学知识进行具体的客户管理案例分析,并能够在学完课程后对网店客服实践进行考察。 6、通过知识的学习而真正学会并能够用自己的头脑来思考网店客服理论与实践问题。	2、能具备持续学习的认识和能力，善于利用电子商务网站学习网店客服，提高自身的网店客服操作能力。 3、交流表达能力。学生能够在完成项目任务中中提高自己语言和书写能力的锻炼，善于交流，善于沟通，提高方案语言组织能力 4、团队合作能力。学生能够通过分工和相互协作，取长补短，发挥团队之力量，相互吸收优秀点子，使网络营销顺利开展。 5、能够善于运用现代信息技术，有效地、创造性地为自己的策划工作服务，提高信息技术应用能力。	2、遵守职业道德，尊重他人的策划内容，树立原创、创新意识，具有良好的社会道德、爱岗敬业。 3、树立效率意识和合作精神，构建的和谐、团结、能力互补的策划组织,能够善于与其他部门或其他组织,例如与客户的对接和沟通。 4、具有再学习、提高和更新知识,不断发展和开拓业务领域的素质和能力 5、有健康的心理素质，良好的文化修养，思维敏捷、思路开拓、逻辑性强、有信心、决心和恒心,能正确控制自己的情绪 6、提高自身的抗压能力，提高自身的心理素质和身体素质,善于适应不同的工作环境和工作任务

四、课程设计思路

课程名称	网店客服	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	网店客服岗前准备	**子情境 1-1：网店客服岗前准备**	1、了解学习网店客服的意义 2、理解网店客服的概念 3、理解网店客服人员应该具备的知识 4、理解网店客服人员应该具备	1. 能说出网店客服在电子商务中的重要性 2、能说出网店客服的职责 3、能说出网店客服人员应具备的知识、技能与素质。	8

			的技能 5、理解网店客服人员应该具备的素质		
		子情境 1-2：对商家网店促销与客服调查	1、了解商家采用了哪些促销策略 2、理解商家利用促销策略的意义 3、了解目前电商平台的网店客服服务水平	1、能说出商家可以采用的促销策略：人员推广、广告、营销推广等。 2、能分析商家促销的意图 3、能说出优秀网店的客服的特色	
情境二	客服售前、售中、售后技能	**子情境 2-1：网店客服沟通**	1、掌握沟通的内涵与原理 2、了解倾听的三个层面 3、掌握接待客户的话术及技巧 4、掌握引导客户下单的话术与技巧。 5、掌握如何消除客户疑虑的话术与技巧	1、能根倾听的三层面思路解决客户提出的问题。 2、能通过接待话术留住客户。 3、能通过话术激发用户下单。 4、能通过话术消除客户的疑虑。	16
		子情境 2-2：商品推荐技巧	1、理解 FABE 法则的具体内容与相关案例 2、富兰克林说服法 3、理解卖点设计的思路及策略	1、能区分 FABE 法则的 F，A 与 B 2、能用 FABE 法则熟练的介绍某个产品 3 能用 FABE 法则设计详情页 4、能用独特卖点思路为产品设计卖点	

		子情境 2-3：如何客户分类管理	1、理解客户分类对客户管理的意义 2、知道有哪些客户分类的方法 3、不同类型的客户应采用不同的服务策略 4、了解客户分类管理的工具	1、能说出客户管理有哪些分类方法 2、能用 RFM 模型筛选出不同类型的客户。 3、能根据不同的客户类型制定合适的服务策略。	
情境三	客服关系管理	**子情境 3-1：客户满意管理**	1、客户满意的概念、特性 2、客户满意的意义 3、客户满意度的概念、衡量指标 4、影响客户满意的因素	1、能说出客户管满意的概念与意义 2、能根据客户管理内容学习，为提升网店客户满意制定客户满意实施计划	8
		子情境 3-2：客户体验管理	1、客户体验的概念 2、做好客户体验的意义 3、客户体验设计的方法	1、能说出客户管体验的概念与意义 2、能根据客户体验内容的学习，为提升网店客户体验制定客户体验计划。	
				合计	32

五、教学设计

学习情境一：	网店客服岗前准备	**学时**	8

<table>
<tr><td colspan="4">学习目标
1、了解学习网店客服的意义
2、理解网店客服的概念
3、理解网店客服人员应该具备的知识、技能与素质
4、了解商家采用了哪些促销策略
5、理解商家利用促销策略的意义
6、了解目前电商平台的网店客服服务水平</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1、学习网店客服的意义
2、网店客服的概念
3、网店客服人员应该具备的知识、技能、素质
4、了解网店的促销策略与客服的关系
5、了解电商平台的网店客服情况</td><td>案例、PPT、教案、线上资源、接入互联网的电脑</td><td>多媒体</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1、热点案例导入
2、启发学习基本概念
3、分组讨论网店客服在电商运营中的意义、客服人员的职责与应具备的知识、技能与素质。
4、撰写“优秀客服人员”应具备的知识、技能与素质思维导图。
5、成果展示：分别展示并讲解自己的思维导图。</td><td>1、学习网店客服的意义
2、网店客服的概念
3、网店客服人员应该具备的知识
4、网店客服人员应该具备的技能
5、网店客服人员应该具备的素质</td><td rowspan="2">结合网店客服案例引入，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</td><td>4</td></tr>
<tr><td>1、分组，每组 5 人，各小组的任务执行由组长负责
2、学生收集网店促销策略与网店客服方面的情况
3、撰写网店促销策略与客服水平分析报告
4、成果展示:各小组抽签决定展示顺序，由执行组长讲解本小组制定的“网店促销策略与客服水平报告”，并接受其他小组的质询。</td><td>1、商家采用了哪些促销策略
2、理解商家利用促销策略的意义
3、了解目前电商平台的网店客服服务水平</td><td>4</td></tr>
</table>

课程思政	1、敬业精神与职业素养 结合点：网店客服人员需要具备良好的知识、技能与素质。 思政融入：强调敬业精神是职业素养的核心，通过案例展示优秀客服人员的敬业事迹，引导学生理解敬业不仅是对工作的热爱，更是对客户负责、对商家负责的表现。 协同效应：让学生明白，敬业精神是职业成功的基础，也是社会主义核心价值观中“敬业”要求的具体体现。 2、诚信意识 结合点：商家利用促销策略的意义。 思政融入：讨论促销策略中的诚信问题，强调诚信是商业成功的关键，虚假促销会损害商家信誉和客户信任。结合实际案例，引导学生理解诚信不仅是商业道德，也是社会主义核心价值观的重要内容。 协同效应：将诚信意识融入促销策略的学习中，让学生在掌握专业知识的同时，树立正确的商业道德观。 3、团队合作精神 结合点：撰写“优秀客服人员”应具备的知识、技能与素质思维导图。 思政融入：在小组讨论和成果展示环节，强调团队合作的重要性，引导学生理解团队合作不仅是完成任务的需要，更是社会主义集体主义精神的体现。 协同效应：通过团队合作完成任务，培养学生的集体荣誉感和社会责任感。
总结整理	**本项目教学设计以网店客服岗位需求为中心，介绍关于点客服的相关知识点，通过撰写报告、团队协作让学生感受网店客服的工作内容。**

学习情境二：	客服售前、售中、售后技能	**学时**	16
学习目标 1、掌握沟通的内涵与原理 2、了解倾听的三个层面 3、掌握接待客户的话术及技巧 4、掌握引导客户下单的话术与技巧。 5、掌握如何消除客户疑虑的话术与技巧 6、掌握网店客服 FABE 法则、富兰克林说服法及独特卖点等知识 7、理解客户分类对客户管理的意义、知道有哪些客户分类的方法。			

<table>
<tr><td colspan="4">8、能运用相关工具对客户进行分类，对不同类型的客户应采用不同的服务策略</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="1">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1、沟通的内涵与原理
2、倾听的三个层面
3、接待客户的话术及技巧
4、引导客户下单的话术与技巧。
5、如何消除客户疑虑的话术与技巧
6、网店客服 FABE 法则、富兰克林说服法及独特卖点等知识
7、客户分类对客户管理的意义、
8、分析工具</td><td colspan="1">案例、PPT、教案、线上资源、接入互联网的电脑</td><td>多媒体</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1、案例导入
2、学习沟通基本概念
3、任务驱动：网店客服如何进行接待客户的话术及技巧、引导客户下单的话术与技巧、如何消除客户疑虑的话术与技巧。
4、撰写“网店客服人员”应如何进行沟通的分析报告
5、成果展示：分别展示并讲解自己的分析报告。</td><td>1、沟通的内涵与原理
2、倾听的三个层面
3、接待客户的话术及技巧
4、引导客户下单的话术与技巧。
5、如何消除客户疑虑的话术与技巧</td><td rowspan="3">结合网店客服案例引入，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</td><td>6</td></tr>
<tr><td>1、案例导入
2、讲授相关知识点
3、任务驱动、分组讨论：根据网店经营的产品,运用 FABE 法则、独特卖点设计的知识，为产品设计销售方案。
4、撰写“FABE”法则说明书、独特卖点设计方案
5、成果展示：分别展示并讲解</td><td>网店客服 FABE 法则、富兰克林说服法及独特卖点等知识</td><td>6</td></tr>
<tr><td>1、数据模型导入
2、讲授相关知识点、演示相关操作
3、任务驱动：根据网店经营网店经营数据，运用 RFM 模型，对客户数据进行分析，找出不同的客户
4、撰写“不同类型客户服务</td><td>1、客户分类对客户管理的意义
2、客户分类的方法
3、不同类型的客户应采用不同的服务策略
4、客户分类管理的工具</td><td>4</td></tr>
</table>

策略”说明书 5、成果展示：分别展示并讲解			
课程思政	1、服务意识与社会责任 结合点：掌握接待客户、引导客户下单、消除客户疑虑的话术与技巧。 思政融入：强调服务意识不仅是职业技能，更是社会责任的体现。通过案例分析，引导学生理解优质服务可以提升客户满意度，推动社会和谐发展。 协同效应：将服务意识与社会责任相结合，让学生在学习沟通技巧的同时，增强社会责任感。 2、创新精神 结合点：运用 FABE 法则、富兰克林说服法及独特卖点设计销售方案。 思政融入：鼓励学生在设计销售方案时发挥创新精神，结合实际案例，引导学生理解创新是推动商业发展的动力，也是新时代青年应有的精神品质。 协同效应：通过创新设计，培养学生的创新思维，同时激发学生对国家创新驱动发展战略的认同感。 3、平等与尊重 结合点：客户分类及服务策略。 思政融入：在讨论客户分类时，强调平等与尊重的重要性，引导学生理解不同客户应有不同的服务策略，但所有客户都应得到平等尊重。 协同效应：将平等与尊重融入客户管理，培养学生公正、平等的价值观，契合社会主义核心价值观中的“平等”要求。		
总结整理	**本项目教学设计以网店客服服务过程为依据，介绍关于售前、售中、售后的相关知识点与技巧，通过任务驱动、团队协作让学生感受网店客服的工作内容。**		

学习情境三：	客户关系管理	**学时**	8

<table>
<tr><td colspan="4">学习目标
1、了解客户满意的概念、特性
2、理解客户满意的意义
3、掌握客户满意度的概念、衡量指标
4、了解影响客户满意的因素
5、理解客户体验的概念、做好客户体验的意义
6、掌握客户体验的设计方法</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1、客户满意的概念、特性
2、客户满意的意义
3、客户满意度的概念、衡量指标
4、影响客户满意的因素
5、客户体验的概念、做好客户体验的意义
6、客户体验的设计方法</td><td>案例、PPT、教案、线上资源、接入互联网的电脑</td><td>多媒体</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1、案例导入
2、学习客户管理基本知识
3、分组讨论：客户满意的概念、特性、客户满意的意义、客户满意度的概念、衡量指标了解影响客户满意的因素
4、撰写“如何提升客户满意”论述报告
5、成果展示：分别展示并讲解自己的分析报告。</td><td>1、客户满意的概念、特性
2、客户满意的意义
3、客户满意度的概念、衡量指标
4、影响客户满意的因素</td><td rowspan="2">结合客户管理案例引入，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</td><td>4</td></tr>
<tr><td>1、案例导入
2、讲授客户体验相关知识点
3、任务驱动、分组讨论：根据网店经营的产品，运用客户体验设计方法为网店设计客户体验方案书
4、撰写“客户体验”设计说明书
5、成果展示：分别展示并讲解</td><td>客户体验的概念、做好客户体验的意义
客户体验的设计方法</td><td>4</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="3">1、客户至上理念与社会主义核心价值观
结合点：客户满意的概念、特性及意义。
思政融入：强调客户至上是社会主义核心价值观中“友善”的体现。通过案例讨论，引导学生理解客户满意度的提升不仅是企业发展的需要，更是对客户友善、尊重的表现。</td></tr>
</table>

	协同效应：将客户至上理念与友善价值观相结合，让学生在学习专业知识的同时，增强对社会主义核心价值观的认同感。 2、质量意识与工匠精神 结合点：客户满意度的衡量指标及影响因素。 思政融入：结合实际案例，引导学生理解高质量的产品和服务是提升客户满意度的关键，强调工匠精神在提升产品质量和服务水平中的重要性。 协同效应：通过质量意识和工匠精神的培养，让学生树立精益求精的职业态度，为国家高质量发展贡献力量。 3、可持续发展理念 结合点：客户体验的设计方法。 思政融入：在设计客户体验方案时，引导学生考虑客户体验的长期性和可持续性，强调企业不仅要追求短期利益，更要注重长期发展和客户忠诚度的培养。 协同效应：将可持续发展理念融入客户体验设计，培养学生长远眼光和全局意识，契合国家可持续发展战略。
总结整理	**本项目教学设计根据网店客服所需的服务意识，介绍关于客户管理的相关知识点，通过任务驱动、团队协作让学生感受网店客服的工作内容。**

六、考核标准与方式

课程考核不仅注重对学生进行专业知识，还注重对学生的岗位技能、职业素质及学习能力的考核。考核方式重视实践能力考核，注重考核对职业能力培养的引导。

该课程为高等院校020新形态立体化系列规划教材，本书采用“案例导入→学习目标→技能目标→实战训练→拓展知识”5段教学法，将学习目标、技能目标和实战训练进行有机整合，各个环节环环相扣，浑然一体。改版后的丛书拥有“案例更多”“行业知识更全”“练习更多”等优点。

平时对学生的考核内容包括出勤情况、在线学习习题完成情况、课堂讨论等方面，占期末总评的60%。期末考试成绩占期末总评的40%。

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、网店客服的含义 2、网店客服的意义	1.能说出网店客服在电子商务中的重要性	学习过程评价 成果评价	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		
	3、网店客服人员应具备的知识、技能、素质 4、网店促销策略 5、网店服务调查	2、能说出网店客服的职责 3、能说出网店客服人员应具备的知识、技能与素质。 4、能说出商家可以采用的促销策略：人员推广、广告、营销推广等。 5、能分析商家促销的意图 6、能说出优秀网店的客服的特色		
情境 2	1、客户沟通 沟通的定义、倾听的内涵、接待话术、促单话术、消除疑虑话术 2、商品推荐技巧 FABE 法则、独特卖点 3、客户分类管理 RFM 模型,客服服务策略	1、能根倾听的三层面思路解决客户提出的问题。 2、能通过接待话术留住客户。 3、能通过话术激发用户下单。、能区分 FABE 法则的 F，A 与 B 4、能用 FABE 法则熟练的介绍某个产品 5、能用 FABE 法则设计详情页 6、能用独特卖点思路为产品设计卖点 7、能通过话术消除客户的疑虑。1、能说出客户管理有哪些分类方法 8、能用 RFM 模型筛选出不同类型的客户。 9、能根据不同的客户类型制定合适的服务策略。	学习过程评价 成果评价	50%
情境 3	1、客户满意的概念、特性 2、客户满意的意义 3、客户满意度的概念、衡量指标	1、能说出客户管满意的概念与意义 2、能根据客户管理内容学习，为提升网店客户满意制定客户满意实施计划	学习过程评价 成果评价	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、影响客户满意的因素 5、客户体验的概念 6、做好客户体验的意义 7、客户体验设计的方法	3、能说出客户管体验的概念与意义 4、能根据客户体验内容的学习，为提升网店客户体验制定客户体验计划。		
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

《网店客服》，白洁主编，北京邮电大学出版社 2024 年出版。

（二）其他参考资料

《淘宝金牌客服超级攻略与实战解析》，电子商务团队编著，2018 年，人民邮电出版社合作出版教材

（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.cnnic.net.cn/中国互联网信息中心

【2】http://www.100ec.cn/中国电子商务研究中心

【3】http://www.techweb.com.cn/技术网页

【4】http://www.51cto.com/51CTO

【5】http://www.it168.com/IT168

【6】http://www.iresearch.cn/艾瑞网

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。

合作开发校外实训基地：依托行业与业内优质企业合作（京东实训平台），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

专任教师：要求具有教师资格、在本行业或企业工作 2 年以上、具有专业职业资格或相关能力。具有先进的高职教学理念、具备计算机网络专业领域全面的知识储备，掌握宽广深厚的计算机基本原理知识；教师应具备很强的计算机网络应用能力、对新技术新知识的自觉自学能力及较强的教学能力；教师应有良好的师德师风、IT 素养，还应具备“双师”素质，即要有理论知识又要有实践经验，有企业相关工作或实习经历，能承担实践教学。

（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客服实训中心合作开发。

2.执笔：黄嘉悦

3.审核：邹小焱

4.时间：2024 年 8 月 20 日

《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 3 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（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

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
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 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	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。 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。 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。 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	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

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
（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。 （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。 （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。 （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。 （5）能够通过专业的数据分析进行数据化运营。	能熟练运用电商思维、方法解决工作中的实际问题	（1）具备短视频行业的基本职业道德，热爱工作，虚心学习,勤奋工作,遵守行业法律、法规。 （2）培养用户思维、流量思维、产品思维、大数据思维等运营思维。 （3）养成认真踏实、细心耐心、注重合作、积极上进的工作作风，具有良好的服务意识。 （4）讲究工作效率和时间观念，养成良好的书面记录习惯，及时回复用户的各种要求，有重要事项及时进行反馈。 （5）保持对短视频行业的敏感性，提高沟通协调能力。 （6）锻炼自学能力和可持续发展能力。

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．学会短视频视听语言的运用 3．学会短视频脚本的撰写 4．学会用手机与单反相机拍	2
		子情境X-2：短视频拍摄（2）			2
		子情境X-3：短视频拍摄（3）			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

			营策略 4．掌握短视频账号矩阵化运营的方法 5．了解短视频平台付费推广的方式	用平台功能为短视频推广引流 3．学会短视频粉丝运营 4．学会短视频账号矩阵化运营 5．学会短视频平台付费推广	
情境八	流量变现，引爆短视频商业价值		1．掌握广告变现、电商变现、直播变现的变现模式 2．了解主流短视频平台渠道收益的方式 3.了解短视频 IP 价值衍生变现的方式		2
情境九	数据分析，用数据优化账号运营		1．了解短视频数据分析的作用和搜集短视频数据的渠道 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 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	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 2．学会使用第三方短视频数据分析工具进行数据分析	2
情境十	案例解析，破解爆款账号运营秘诀		1．了解爆款短视频账号运营的方法与策略 2．了解分析短视频账号运营的方法，并从中	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，适应岗位工作要求。		
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，适应岗位工作要求。		
学习情境 3：	内容策划，精细化运营的不变法则	**学时**	2

学习目标：
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。

学习内容	教学准备	教学地点
2.具体任务：具体任务：练习短视频内容策划。 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	人群细分切入法；场景细分切入法；价值提供法 策划选题的基本原则；选题的素材来源 搬运法；模仿法；场景扩展法；代入法；反转法；嵌套法 建立期待感；给出价值吸引；设置转折；制造高潮；巧设结尾	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

学习目标：
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。

学习内容	教学准备	教学地点
1.具体任务：练习短视频拍摄。 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	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中培养创新型思维，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，适应岗位工作要求。		
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中培养创新型思维，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，适应岗位工作要求。		

<table>
<tr><td>学习情境 8：</td><td colspan="2">流量变现，引爆短视频商业价值</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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</td><td>1-206</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">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</td><td>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</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">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。</td></tr>
<tr><td>学习情境 9：</td><td colspan="2">数据分析，用数据优化账号运营</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">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。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">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</td><td colspan="2">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</td><td>1-206</td></tr>
</table>

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：邹小焱

4.时间：2025 年 8 月 20 日

《农村金融与信贷》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】农村金融与信贷

【开课时间】第 3 学期

【学时/学分数】32 学时/1.5 学分

【课程类型】专业选修课

【授课对象】2023 级电子商务（新农人方向）

【授课学院】数智经济贸易学院

二、课程定位

（一）课程性质

《农村金融与信贷》是建立在农村经济学、管理学、金融学基础上的应用学科，是农村金融、电子商务专业的专业选修课。课程聚焦农村金融市场的特殊性，系统讲解农村金融体系构成、信贷产品设计、风险防控、政策支持等核心内容，旨在帮助学生理解农村金融 “服务三农” 的本质属性，掌握农村信贷业务全流程操作方法，具备解决农村小额信贷、农业产业链融资、农户信用评估等实际问题的能力，为后续从事农村金融机构运营、农业信贷风控、农村金融政策落实等工作奠定专业基础。

（二）课程任务

教学内容主要是了解农村金融的定义与特点、了解农村金融机构（如农信社、农商行、村镇银行等）的构成和功能；认识农村金融在支持农业发展、促进农民增收和农村经济建设中的重要性；学习各类农村金融产品，如存款、贷款、保险、理财等，及其适用对象和条件；理解信贷的基本概念、原则和操作流程；了解国家有关农村信贷的政策法规，以及农村金融机构的信贷管理制度；熟悉农户生产经营贷款、消费贷款等的特点和申请条件；学习小额信贷的运作机制、产品设计和管理方法；了解农村企业贷款的申请流程、审批要点和风险控制；学习农村金融机构的风险管理策略和方法。分析成功的农村金融与信贷案例，总结经验教训。

遵循 “以实践为导向、以岗位需求为核心” 的原则，围绕农村金融机构（如农村信用社、村镇银行、农业发展银行）信贷岗位能力要求，选取 “农村金融场景认知 - 农户信用评估 - 信贷产品设计 - 贷后管理 - 风险处置” 等核心任务模块；理论教学以 “必需、实用” 为度，侧重农村金融政策解读、信贷理

论应用；实训教学以 “模拟实操、场景还原” 为核心，强化学生业务操作与问题解决能力，最终实现 “理论懂原理、实训会操作、上岗能胜任” 的培养目标，助力学生适应农村金融领域岗位需求。通过教学使学生掌握农村金融与信贷的基本理论、政策和法规；熟悉农村金融市场和金融工具，了解农村金融机构的运作模式，农户贷款、农村企业贷款和项目融资的基本知识和技能；具备分析农村金融市场和评估信贷风险的能力;培养学生的社会责任感和职业道德素养,关注“三农”问题；通过典型案例分析，加深对知识点的理解；旨在培养具备农村金融与信贷知识和技能的专业人才，满足农村金融发展的需求。该课程对电商专业人才培养、提高毕业生就业能力具有重要意义。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	《电子商务实务》、《农产品市场营销》	掌握掌握市场流通、农村经济运行规律、电子商务基础，理解金融与农村经济的关联，为农村金融场景分析、信贷业务核算提供理论支撑。
本课程	《农村金融与信贷》	系统掌握农村金融体系、信贷业务流程、风险防控方法，形成农村金融业务实操能力，承前启后衔接岗位技能需求
后续课程	《农村电商供应链管理》	掌握解农村电商供应链管理的理论知识，熟悉农产品采购、仓储、物流、包装、质量控制等环节的运作流程，具备制定农产品采购计划和供应链优化方案的能力，能够进行农产品仓储管理和物流配送方案的优化，掌握农产品包装设计和品牌建设的基本技能。

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.理解农村金融体系构成(政策性、商业性、合作性农村金融机构）及各自功能定位； 2.掌握农村信贷业务流程(贷前调查、贷中审批、贷后管理）及各环节核心要求；	1.案例分析法：通过农村信贷典型案例（如农户贷款逾期处置、农业产业链融资案例）分析业务痛点与解决方案； 2.场景模拟法：还原农村金	1.树立 “服务三农” 的职业理念,理解农村金融对乡村振兴的支撑作用； 2.培养严谨细致的工作态度，认识农村信贷风险防控对金融机构与农户的重要性；

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
3.熟悉农户信用评估指标(家庭收入、资产状况、农业生产规模、信用记录)与评估方法； 4.了解主要农村信贷产品(农户小额贷款、农业产业链贷款、农村宅基地抵押贷款)的设计逻辑与适用场景； 5.掌握农村信贷风险类型(自然风险、市场风险、信用风险)及防控措施（担保、保险、风险准备金)； 6.能解读农村金融支持政策（如央行再贷款、财政贴息、税收优惠）并应用于信贷业务。	融机构信贷岗位场景，模拟农户贷款申请、信用评估、合同签订等流程； 3.小组实训法：以小组为单位完成 “农村信贷产品设计”“农户信用评估报告撰写” 等实训任务； 4.实地调研法：走访本地农村金融机构或农户，收集农村信贷需求数据，形成调研分析报告。	3.增强社会责任感,关注农村弱势群体（如小农户、新型农业经营主体）的金融需求； 4.提升抗压能力与沟通能力，适应农村复杂信贷场景(如农户沟通、风险处置)； 5.养成合规操作意识,遵守农村金融监管政策与信贷业务规章制度.

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
1.能独立完成农户贷前调查，收集家庭资产、农业生产、信用记录等信息并形成调查报告； 2.能运用农户信用评估指标与方法,对农户信用等级进行评定并确定合理贷款额度； 3.能根据农业生产周期(如种植、养殖周期）与农户需求，推荐适配的农村信贷产品； 4.能规范填写农村信贷合同、贷后检查记录表等业务文档，确保合规性； 5.能识别农村信贷风险信号（如农户生产受灾、市场价格暴跌)，提出初步风险处置建议。	1.具备自主学习能力，能通过政策文件（如央行、银保监会农村金融政策)、行业报告更新农村金融知识； 2.具备数据分析能力，能利用农户收支数据、农业产业数据评估信贷风险与还款能力； 3.具备创新思维，能结合地方农业特色（如特色种植、乡村旅游）设计简易农村信贷产品方案。	1.具备跨文化沟通能力,能与不同地域、不同文化背景的农户有效沟通,准确获取信贷需求； 2.具备团队协作能力,能在信贷业务小组中分工协作(如调查、评估、撰写报告)，完成复杂信贷任务； 3.具备应急处理能力,能应对农户贷款申请中的突发问题（如资料缺失、意见分歧)，保持业务推进。

四、课程设计思路

课程名称	农村金融与信贷	计划总学时	32 学时		
任务名称	情境描述	子任务	知识点	能力点	参考学时
项目一：农村金融体系认知	农村金融机构服务场景（如农户到村镇银行申请贷款、农业企业向农发行申请项目贷款）	任务 1：农村金融机构类型与功能	农村金融体系构成（政策性、商业性、合作性机构）；各机构信贷业务范围	能区分不同农村金融机构的功能，匹配农户 / 企业信贷需求	2
		任务 2：农村金融政策解读	央行再贷款、财政贴息、信贷奖补等政策内容；政策对农村信贷业务的影响	能解读政策文件，分析政策对农户贷款成本、金融机构放贷意愿的作用	2
项目二：农村信贷业务流程	农村金融机构信贷岗位日常工作（贷前调查、审批、贷后检查）	任务 1：贷前调查与信用评估	贷前调查内容（农户资产、生产、信用）；农户信用评估指标与方法	能独立开展贷前调查，撰写调查报告；能完成农户信用等级评定	2
		任务 2：贷中审批与合同签订	信贷审批流程（初审、复审）；农村信贷合同核心条款（金额、利率、还款方式、担保）	能梳理审批所需材料；能规范填写信贷合同，解释条款含义	2
		任务 3：贷后管理与风险监测	贷后检查频率与内容；风险信号识别（生产异常、还款延迟）；贷后档案管理	能制定贷后检查计划；能识别风险信号，填写贷后检查记录表	4
项目三：农村信贷产品设计	不同农业主体信贷需求（小农户、家庭农场、农业合作	任务 1：农村信贷产品类型与特点	农户小额贷款、农业产业链贷款、农村产权抵押贷款的适用场景与设计逻辑	能根据农业主体类型，推荐适配信贷产品	2

	社）	任务 2：特色信贷产品方案设计	结合地方农业特色（如茶叶种植、畜禽养殖），设计信贷产品（额度、期限、担保方式）	能小组协作完成简易信贷产品方案，说明设计依据	4
项目四：农村信贷风险防控	农村信贷风险事件（如农户因旱灾无法还款、农产品价格暴跌导致违约）	任务 1：农村信贷风险类型与成因	自然风险、市场风险、信用风险的表现与成因；风险对金融机构与农户的影响	能识别不同类型的农村信贷风险，分析风险成因	2
		任务 2：风险防控措施应用	担保（农户联保、农业资产抵押）、保险（农业保险、信贷保证保险）、风险准备金的操作方式	能针对具体风险场景，选择适配的防控措施，制定风险处置方案	4
项目五：期末综合实训	农村信贷业务全流程模拟（从农户申请到贷后风险处置）	任务：综合业务实操	整合信贷流程、产品匹配、风险防控知识	能独立完成全流程业务操作，形成完整业务档案	4
期末复习考试					4
合计					32

五、教学设计

项目一：	农村金融体系认知	**学时**	4
学习目标： 了解农村金融体系三大类机构（政策性、商业性、合作性）的定义；掌握各机构的信贷业务范围与服务对象；能匹配农业主体需求与对应金融机构。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
1.政策性农村金融机构（农发行）：服务农业基础设施、粮食安全等政策性业务； 2.商业性农村金融机构（村镇银行、农行县域支行）：市场化信贷业务，侧重农业企业、规模化农户； 3.合作性农村金融机构（农村信用社、农商		1.课件：包含三大类机构logo、业务案例图片； 2.案例：农发行支持高标准农田建设案例、农信社农户小额贷款案例； 3.资料：各机构官网业务介绍	多媒体教室

行)：服务本地农户，开展小额信贷。	截图。	

教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
案例导入	1.案例导入(20 分钟)：展示“某家庭农场向村镇银行申请养殖贷款” 案例，提问 “为何不向农发行申请”，引发思考； 2.教师讲授(60 分钟)：讲解三大类机构的功能定位、信贷范围，结合案例分析差异。	讲授法、演示法、实操法	2
教师讲授	1. 小组讨论（50 分钟)：分组讨论 “小农户种植贷款应找哪家机构”，每组派代表发言； 2.总结梳理(30 分钟)：归纳机构功能差异，强调 “需求 - 机构” 匹配逻辑。		2
总结整理	通过学习，学生应能够匹配农业主体需求与金融机构；能分析政策对信贷业务的影响。		

项目二：	农村信贷业务流程	**学时**	8
学习目标： 熟悉信贷审批流程（初审、复审)；掌握农村信贷合同核心条款；能规范填写合同并解释条款；贷后检查频率与内容；风险信号识别（生产异常、还款延迟）；贷后档案管理。			

学习内容	教学准备	教学地点
1.贷中审批：初审（材料完整性审核)、复审（风险评估与额度确定）的责任与流程；2.信贷合同：金额、利率（含贴息政策)、还款方式（按季还息、到期还本)、担保条款、违约责任； 3.合同填写规范：避免涂改、关键信息（金	1.实训材料:空白农村信贷合同模板、审批流程图、案例材料（农户申请资料)； 2.工具：签字笔、审核 checklist（材料完整性、条款合规性)。	多媒体教室

额、期限）大小写一致； 4.贷后检查频率与内容、风险信号识别（生产异常、还款延迟）、贷后档案管理。		

教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
教师讲授	1.理论讲解（40 分钟*2）：讲授审批流程与合同条款，结合案例说明 “为何设置担保条款”； 2.示范操作（40 分钟*2）：教师示范填写合同，标注关键条款填写要点，演示审批材料审核； 3 贷后检查频率与内容、风险信号识别（生产异常、还款延迟）、贷后档案管理。	讲授法、演示法、实操法	4
学生实训	1.学生实训（60 分钟*2）：学生分组，根据提供的农户申请资料，完成合同填写与审批材料初审，教师巡回指导； 2.点评纠错（20 分钟*2）：选取学生填写的合同，指出常见错误（如金额大小写不一致），强化规范意识		4
总结整理	通过学习，学生应能够撰写贷前调查报告；能规范填写信贷合同；能完成贷后检查记录。		

项目三：	农村信贷产品设计	**学时**	6
学习目标： 能根据农业主体类型，推荐适配信贷产品；能小组协作完成简易信贷产品方案，说明设计依据。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**

1. 农户小额贷款、农业产业链贷款、农村产权抵押贷款的适用场景与设计逻辑； 2.结合地方农业特色（如茶叶种植、畜禽养殖），设计信贷产品（额度、期限、担保方式）。	1.实训材料：不同农业主体信贷需求场景案例； 2.工具：案例分析模板（小农户、家庭农场、农业合作社）。	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
教师讲授	1.理论回顾（20 分钟）：复习农村信贷业务流程，引出农村信贷产品设计； 2. 案例分析（60 分钟）：讲解 农户小额贷款、农业产业链贷款、农村产权抵押贷款的适用场景与设计逻辑；	讲授法、演示法、任务驱动法	2
学生实训	学生实训（60 分钟*2）：学生结合地方农业特色（如茶叶种植、畜禽养殖），设计信贷产品（额度、期限、担保方式），说明选择理由； 2. 交流分享（20 分钟*2）：选取学生方案，讨论 优化方案逻辑。		4
总结整理	通过学习，学生应能够推荐适配的信贷产品；能小组协作设计特色产品方案略。		

项目四：	农村信贷风险防控	**学时**	6
学习目标： 掌握农村信贷风险防控三大措施（担保、保险、风险准备金）；能针对具体风险场景选择防控方案。			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**

1.担保措施：农户联保（3-5 户联合担保）、农业资产抵押（如农机、大棚）的操作要求； 2.保险措施：农业保险（如生猪保险）、信贷保证保险（保险公司代偿违约贷款）的作用； 3.风险准备金：金融机构提取农村信贷风险准备金的比例与使用规则。		1.实训材料：风险场景案例（如 “农户种植水稻遇洪涝，无法还款”）、防控措施选择表； 2.工具：案例分析模板（风险类型 - 影响 - 防控方案）。	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**
教师讲授	1.理论回顾（20 分钟）：复习农村信贷风险类型，引出防控措施； 2. 案例分析（60 分钟）：讲解“某合作社因市场行情下跌违约” 案例，分析如何用 “保险 + 担保” 组合防控。	讲授法、演示法、任务驱动法	2
学生实训	1.学生实训（60 分钟*2）：学生独立分析 3 个风险场景，填写防控方案表，说明选择理由； 2.交流分享（20 分钟*2）：选取学生方案，讨论 “为何选择联保而非抵押”，优化方案逻辑。		4
总结整理	通过学习，学生应能够推荐适配的信贷产品，能小组协作设计特色产品方案。		

项目五：	期末综合实训	**学时**	4
学习目标： 整合信贷流程、产品匹配、风险防控知识，能独立完成农村信贷全流程操作，形成完整业务档案。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
1.整合信贷流程、产品匹配、风险防控知识； 2.能独立完成农村信贷全流程操作，形成完整业务档案。		1. 实训材料：农村信贷场景案例； 2. 工具：多媒体设备。	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			
学生实训	1.实训操作（全流程业务模拟）（60 分钟）； 2.档案评审（业务文档完整性）（60 分钟）； 3.交流分享（20 分钟*2）。	演示法、任务驱动法	4
总结整理	通过学习，学生应能够能独立完成农村信贷全流程操作，形成完整业务档案。		

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		
项目一：农村金融体系认知	1. 能准确区分三大类农村金融机构； 2. 能解读农村金融政策核心内容	1.能匹配农业主体需求与金融机构； 2.能分析政策对信贷业务的影响	1.理论笔试（政策解读题）； 2.过程评价（小组讨论发言）	10%
项目二：农村信贷业务流程	1.掌握贷前、贷中、贷后各环节核心要求； 2.熟悉信贷合同条款与填写规范	1.能撰写贷前调查报告；2.能规范填写信贷合同；3.能完成贷后检查记录	1.理论笔试（政策解读题）； 2.过程评价（小组讨论发言）	30%
项目三：农村信贷产品设计	1.了解主要农村信贷产品的适用场景； 2.掌握产品设计的核心要素（额度、期限、担保）	1.能推荐适配的信贷产品； 2.能小组协作设计特色产品方案	1.实训报告（产品方案）； 2.现场展示（方案讲解与答辩）	20%
项目四：农村信贷风险防控	1.掌握农村信贷风险类型与成因； 2.熟悉风险防控措施的操作方式	1.能识别风险信号； 2.能制定风险防控方案	1.案例分析题（笔试）； 2.实训操作（风险方案设计）	25%
项目五：期末综合实训	整合全课程知识（体系、流程、产品、风险）	能独立完成农村信贷全流程操作，形成完整业务档案	1.实训操作（全流程业务模拟）； 2.档案评审（业务文档完整性）	15%
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

《农村金融与信贷实务》，张红宇、李军主编，中国农业出版社，2022 年 8 月第 2 版

（二）其他参考资料

1.《农村金融与信贷政策》，农业部软科学委员会办公室主编，中国农业出版社，2001 年 11 月 出版

2.《农村金融学（第二版)》，董晓林，张龙耀主编，科学出版社，2017 年 6 月出版

3.《农村金融实务》，胡苗忠、叶梦琪主编，浙江工商大学出版社，2013 年 1 月出版

4.《农村金融实务》，周阳、查静、司俊主编，中国经济出版社，2014 年 8 月出版

5.《农村金融与实务》，何广文主编，中国农业出版社，2020 年 12 月出版

6.《农村金融与农户小额信贷》，何忠伟主编，金盾出版社，2010 年 1 月出版

7.《中国农村金融排斥的影响效应研究》，隋艳颖主编，中国农业出版社，2016 年 9 月出版

8.《农村电商》，史安静、王艳芳、王文合主编，中国农业出版社，2018 年 8 月出版

9.《农村金融学》，何广文主编，中国农业出版社，2011 年 6 月出版

10.《农村金融知识读本》，何广文主编，中国农业出版社，2009 年 6 月出版

11.《农村信贷实务操作指南》，王曙光主编，中国金融出版社，2021 年 6 月第 1 版

12.《乡村振兴背景下农村金融创新》，刘锡良主编，西南财经大学出版社，2022 年 1 月第 1 版

13.《农村信用社农户小额信用贷款管理办法解读》，中国银行业协会编，中

国财政经济出版社，2022 年 3 月第 1 版

14.《农村信贷理论与实践》，张红宇主编，中国金融出版社，2021 年 6 月版

15.《乡村振兴背景下农村金融创新》，陈雨露主编，人民出版社，2022 年 7 月版

（三）网络资源

序号	著名网站	网址	用途
1	中国人民银行农村金融研究局	http://www.pbc.gov.cn/ruralfinance/	获取农村金融政策、统计数据、研究报告
2	中国农业发展银行官网	http://www.adbc.com.cn/	了解政策性农村金融机构的信贷业务、政策动态与项目案例
3	国家农业信贷担保联盟	http://www.nacgu.org/	学习农村信贷担保政策与实操案例
4	中国农村金融杂志社	http://www.zgncjr.com.cn/	阅读农村金融行业动态、信贷业务经验分享
5	中国银行业协会农村中小银行工作委员会	http://www.china-cba.net/ncxys/index.html	获取农村中小银行（农信社、农商行）的信贷实践、行业报告
6	国家乡村振兴局官网（金融支持板块）	http://www.nrr.gov.cn/jrzc/	查询乡村振兴相关农村金融政策、典型案例
7	中国人民银行农村金融研究专栏	http://www.pbc.gov.cn/rmyh/105208/105225/index.html	学习农村金融改革、信贷政策解读与学术研究成果
8	中国农村金融网	http://www.crfchina.org/	获取农村金融政策、行业报告、信贷案例
9	中国人民银行农村金融服务专栏	http://www.pbc.gov.cn/ruralfinance/144714/144719/index.html	获取央行支农再贷款、农村信贷统计数据等权威信息
10	农金圈(行业资讯平台)	https://www.nongjinquan.com/	了解农村金融行业动态、创新产品（如数字农贷）

八、课程资源的开发与利用

（一）师资队伍

1.职业素养：具备 服务“三农” 情怀，理解农村金融岗位的社会责任和农村金融对乡村振兴的意义，认同课程 “服务三农” 的教学目标，能在教学中传递合规意识与职业道德；掌握职业教育理念，善于将理论与农村金融实践结合，激发学生学习兴趣；恪守师德，耐心指导学生实训，关注学生职业能力成长。

2.专业背景：需具备金融类或农业经济类本科及以上学历，熟悉农村金融政策与信贷业务流程；优先具备农村信用社、村镇银行等机构信贷岗位工作经验（3年以上）的教师，或具备农村金融领域培训、咨询经历的教师。

3.教学能力：具备较强的课堂组织与实操指导能力，能设计情境模拟、案例分析等互动教学环节；能结合农村实际案例设计教学内容，熟练运用场景模拟、实训操作等教学方法；能指导学生开展贷前调查、合同填写等实操任务，及时解决实训中的问题；具备开发实训案例、业务模板等教学资源的能力；具备政策解读能力，能及时将农村金融新政（如涉农贷款优惠政策）融入教学；具备科研能力，可参与农村金融教学改革或实践研究，提升课程质量。

（二）教学方法与手段

1.理论教学：采用 “政策 + 案例” 双驱动，通过政策解读（如央行农村金融政策）、案例分析（如农户贷款成功 / 失败案例），将抽象理论转化为具体场景，避免纯理论灌输；利用多媒体展示农村金融机构实地图片、信贷业务操作视频，增强直观性。

2.实训教学：构建 “岗位场景还原” 模式，模拟农村金融机构信贷柜台、贷后检查现场等场景，使用真实业务模板（合同、调查报告）开展实训；引入 “角色扮演”（学生分别扮演信贷员、农户、审批人员），提升实训代入感；建立 “实训任务清单 + 评分标准”，明确操作要求与考核要点。

3.资源整合：与本地农村信用社、村镇银行合作，建立校外实训基地，组织学生实地观摩信贷业务操作；邀请金融机构信贷经理进校园开展讲座，分享一线业务经验；收集本地农户信贷需求数据，开发本土化实训案例（如针对本地特色农业的信贷产品设计案例）。

九、其它说明

1.本课程标准由电子商务教研室开发。

2.执笔：闫俊星

3.审核：刘万华

4.时间：2022 年 8 月 15 日

《商务礼仪与沟通》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】商务礼仪与沟通

【开课时间】第 3 学期

【学时/学分数】32 学时/2 学分

【课程类型】专业选修课

【授课对象】2023 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

《商务礼仪与沟通》课程是电子商务专业的一门专业选修课，它具有很强的实践性和规范性，对培养学生的职业综合素养、服务意识和专业技能均有重要的意义，是将本专业学生培养成具有较高能力素养的管理人才的重要一环。在就业岗位群中，该课程主要对应商务策划岗、公关岗、营销岗、接待岗等岗位技能和素质培养要求，讲授商务活动类型、各类商务活动的策划及组织以及商务活动各环节和场合必须遵循的礼仪规范。对学生职业能力的培养和职业素养养成起着主要支撑作用。通过本课程的学习和训练，使学生牢固树立礼仪和服务意识，具备良好的商务礼仪素养，养成良好的商务礼仪习惯，能掌握商务社交的基本技巧、规范及操作方法，并能根据实际情况灵活、准确地加以运用，以良好的个人风貌得体地与宾客交往，更好地胜任各个专业岗位的工作。

（二）课程任务

通过教师的系统讲授、示范操作与训练，运用实例教学法使学生掌握商务礼仪及沟通的基本概念、常识、基本原理及技巧，同时使学生对商务活动中个人形象礼仪规范与技巧、商业组织日常事务礼仪与技巧、职场沟通礼仪与艺术、商务会面礼仪与要领、商务推销礼仪与技巧、商务专题活动礼仪、商务会议与商务谈判礼仪与艺术、商务宴请礼仪、涉外商务活动之道等专题进行实例学习，为学生今后在商务活动中塑造良好形象、提高服务艺术，奠定坚实的基础，提升学生的综合素养。

（三）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、平面美工设计、电商网店装修等	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	商务礼仪与沟通	为学生今后在商务活动中塑造良好形象、提高服务艺术，奠定坚实的基础，提升学生的综合素养
后续课程	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

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)了解礼仪的基本知识：礼仪的概念、礼仪的发展历史、礼仪的特性,了解世界主要国家的礼俗风情及基本的礼仪规范。 (2)理解和掌握商务活动中礼仪的基本原则和规范,并能正确运用所学的礼仪知识,分析实际商务活动中的社交问题,并能提出解决的办法。 （3）掌握塑造个人形象、处理日常事务、把握求职面试礼仪与艺术、举办商务专题活动、举行商务会议谈判的礼仪与技能，具有驾驭商务会面、商务推销、商务宴请、涉外商务等活动的能力。	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，实现商务礼仪理论知识与商务礼仪技能实践能力相结合。 主要采用的教学手段和方法： （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。 （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。 （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。 （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。	培养学生认真负责的工作态度，独立思考、勇于创新的精神,通过形式多样的丰富案例分析及训练,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,具有驾驭商业组织内外商务活动的能力，真正达到学以致用，知行合一。 （1）具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风。 （2）具有良好的心理素质和职业道德素质。 （3）具有高度责任心和良好的团队合作精神。 （4）具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
（1）能够掌握商务礼仪的基本理论知识,了解现代社交礼仪的基本概念、特征、原则； （2）能够应用仪容仪表仪态及服饰塑造个人商务形象； （3）能够运用礼貌语言、日常交际礼仪与沟通艺术处理日常事务； （4）能够把握求职面试礼仪与艺术,灵活处理上司与下属或同事之间的关系； （5）能够组织设计各类型商务专题活动及协调商务会议谈判； （6）能够运用餐饮礼仪与接待服务礼仪知识组织各类型的商务宴请。	能让学生从事电子商务礼仪与沟通处理岗位能力和电商客服与客户沟通能力；能使学生具备能够独立处理与客户之间的沟通和谈判能力；能提高学生对电商网店装修、美工设计、运营推广的审美及创新能力。	培养学生分析问题、解决问题的能力;培养学生自主探究与团队协作能力;培养学生沟通能力与人际关系处理艺术；培养学生敬业、精益、专注、创新的工作态度与精神。

四、课程设计思路

本课程基于培养学生从事电子商务礼仪与沟通处理岗位能力和从事客户沟通能力，使学生具备能够独立处理与客户之间的沟通和谈判能力。根据企业对客户服务岗位的职业要求,以企业客户沟通谈判项目开发过程为典型工作场景为学习情境，通过收集整理行业企业专家的反馈信息，经过课程小组的分析讨论形成典型工作任务分析表，再经过广泛的分析论证，确定了商务礼仪与沟通的工作流程。课程设计的基本理念遵循行动导向的教学理念，按照商务礼仪与沟通的实际设计与维护过程，确定学习目标及学习内容。

采用课堂讲授与学生实践相结合的教学方式，在课堂教学中，突出重点、难点，力求通过形象化的教学使学生对所学内容加深理解。使学生在全面了解现代社交礼仪的基本概念、特征、原则的基础上，掌握仪容仪表仪态礼仪、礼貌语言的运用、日常交际礼仪、餐饮礼仪及主要接待服务礼仪的基本知识。让学生在系统学习有关商务礼仪知识的基础上，加强实践训练，在学生实践训练活动中，充分发挥他们的参与积极性,全面提高其实际应变能力及应用商务礼仪知识的能力。在教学中，强调以学生为主题而以教师为主导，改变过去以教师为中心的教学模

式，注重学生自主学习和应用能力的培养，教学方法要灵活多样，充分调动学生学习的积极性，激发学生的学习动机，最大限度地让学生参与学习的全过程。

课程名称	商务礼仪与沟通	**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	商务礼仪概述	**子情境 1-1：认知商务礼仪**	掌握商务礼仪的内涵、特点、功能、原则	能够掌握礼仪的含义、特点、作用和原则	2
情境二	商务人士形象塑造	**子情境 2-1：仪容与仪态礼仪**	商务人士形象要素的构成；妆容设计要点	能够塑造商务人士仪容仪态形象	2
		子情境 2-2：服饰礼仪	商务人士着装礼仪规范；男士西装、领带的搭配技巧；女士裙装、丝巾搭配技巧	能够运用着装搭配提升个人形象	2
情境三	日常事务礼仪	**子情境 3-1：商务接待与商务拜访礼仪**	商务接待中的乘车、电梯、上下楼梯、引导等礼仪要求；商务拜访的礼仪技巧	能够规范处理商务接待活动；能够有礼有节、热情友善地商务拜访，快速增进客户的情感，建产业务关系。	2
		子情境 3-2：电子通信与礼物馈赠礼仪	接打电话、手机、电子邮件、微信	能够掌握电子通信的礼仪规	2

			QQ等电子通信工具的礼仪规范;礼物馈赠技巧;	范;掌握礼物馈赠技巧	
情境四	职场沟通礼仪	**子情境4-1：求职礼仪与艺术**	求职的基本方式;面试礼仪与艺术	能够利用求职礼仪与艺术在从多求职者中脱颖而出	2
		子情境4-2：上司与下属、同事间沟通的礼仪与艺术	赢得下属爱戴的沟通礼仪与艺术;赢得上司好感的礼仪与艺术;善结同事缘的礼仪与艺术	能够在职场中运用沟通技巧与艺术处理上司或同事间的关系	2
情境五	商务会面礼仪	**子情境5-1：称呼与介绍礼仪**	称呼的方式、原则及技巧; 介绍的类型、礼仪及要领	能够让自己在参加商务活动中运用见面礼仪规范,提升自己的修养、气质。	2
		子情境5-2：握手与出示名片礼仪	握手渊源与历史发展;正确的握手要领;名片内容设计;递接名片礼仪要点	能够运用握手礼仪对千姿百态的民俗风情进行交际	2
情境六	商务推销礼仪	**子情境6-1：无声和**	表情与举	学会规范	2

		有声语言礼仪与技巧	止、时空与距离等无声礼仪与技巧;话题得当、懂得赞美、善于聆听等	行为举止、言谈等礼仪知识,在商务活动中推销自己,给人留上良好印象	
情境七	商务专题活动礼仪	**子情境 7-1：新闻发布会礼仪及商务活动注意事项**	商务专题活动的注意事项;新闻发布会的类型及礼仪规范	能够规范制作和发送请柬,并能组织开展商务活动	2
		子情境 7-1：开业典礼庆典仪式和展览会礼仪	开业典礼准备工作;参加者礼仪与典礼程序	能够组织新闻发布会、典礼剪彩、庆典仪式等活动策划	2
情境八	商务会议与谈判礼仪	**子情境 8-1：商务会议与谈判礼仪**	商务谈判语言艺术;商务会议与商务谈判座次礼仪规则	能够掌握商务会议各方礼仪;掌握商务会议中的发言技巧;掌握商务谈判流程与谈判语言艺术	2
情境九	商务宴请礼仪	**子情境 9-1：中餐礼仪**	点菜艺术,餐具礼节,赴宴礼仪;中餐宴请的位次规则	学会应对中餐餐饮礼仪。	2
		子情境 9-2：西餐礼仪	餐具规范,西餐礼节,	学会应对西餐餐饮	2

			西餐的位次规则	礼仪。	
情境十	涉外商务礼仪	**子情境 10-1：涉外商务礼仪**	涉外商务礼仪的基本特点、基本原则;涉外商礼仪之道	能够掌握涉外商务礼仪基本特点、原则;学会涉外商务礼仪之道	2

五、教学设计

学习情境一：	商务礼仪概述	**学时**	2
学习目标： 1．掌握礼仪内涵 2．掌握商务礼仪内涵、特点、原则、功能 3．了解学习商务礼仪的方法			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
1.礼仪的起源和发展历程 2.商务礼仪的内涵 3.商务礼仪的基本特点、基本原则 4.商务礼仪的功能与作用	教材、PPT、多媒体		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**
商务礼仪概述	1.案例引入 2.礼仪的起源和发展历程 3.商务礼仪的内涵、特点、原则 4.学习商务礼仪的方法	理论讲授；案例演示教学	2
课程思政	以《程门立雪》的故事为思政元素，弘扬中华民族传统美德，传承中华礼仪传统文化，恪守商务礼仪基本原则，发挥商务礼仪对商业组织、个人的功能，坚守中国文化立场，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，增强中华文明传播力影响力。	理论讲授；案例演示教学	

<table>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">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。</td></tr>
<tr><td>学习情境二：</td><td>商务人士形象塑造</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="4">学习目标：
1.了解商务人士形象要素的构成
2.掌握商务人士形象的仪容美和仪态美
3.掌握商务人士服饰礼仪规范与选用技巧</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.商务人士形象要素的构成
2.商务人士着装礼仪规范
3.妆容的设计
4.男士西装、领带搭配技巧
5.女士裙装、丝巾搭配技巧</td><td>教材、PPT、多媒体、道具</td><td>多媒体教室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.仪容与仪态礼仪</td><td>1.商务人士着装礼仪规范
2.商务人士形象要素的构成
3.妆容的设计
4.站姿、坐姿仪态演示训练
5.体态语言训练（微笑、手势、眼语）</td><td rowspan="2">理论讲授；案例演示教学</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2.服饰礼仪</td><td>1.商务人士修饰美，服饰礼仪规范
2.领带的6种时尚打法
3.丝巾的常规系法
4.服饰颜色搭配原则</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td>以周恩来总理风度魅力养成为思政融合点，进一步说明商务人士形象魅力不仅源于外在美，更源于内在美，拓宽拓深职业形象内涵。</td><td>理论讲授；案例演示教学</td><td></td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">教学内容与学生实际生活相联系，知识点能较好地塑造学生个人形象，并为学生走向职场塑造商务形象奠定基础。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境三：</td><td colspan="2">日常事务礼仪</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
1．掌握商务接待的礼仪要求
2．掌握商务拜访的礼仪技巧
3．掌握电子通信的礼仪规范
4．掌握礼物馈赠技巧</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.商务接待中的乘车、电梯、上下楼梯、引导等礼仪要求
2.接打电话、手机、电子邮件、微信QQ等电子通信工具的礼仪规范
3.拜访的礼仪技巧
4.礼物馈赠技巧</td><td colspan="2">教材、PPT、多媒体</td><td>多媒体教室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td colspan="2">教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.商务接待与商务拜访礼仪</td><td colspan="2">1.引入案例
2.客户接待方案的制定
3.迎客、乘车、乘电梯、上下楼梯、引导等礼仪规范
4.接待中的礼仪细节
5.拜访技巧与拜访的“雷区”</td><td rowspan="2">理论讲授；案例演示教学</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2.电子通信与礼物馈赠礼仪</td><td colspan="2">1. 引入案例
2. 接打电话、手机、电子邮件、微信QQ等电子通信工具礼仪规范
3. 赠送礼物的禁忌
4. 接受礼物的礼仪</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="2">以周恩来总理看演出的故事作为思政元素，在人际交往中，培养待人以礼的良好道德品质。</td><td>理论讲授；案例演示教学</td><td></td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">教学内容为常见的日常事务礼仪，在教学过程中运用典型案例吸引学生思考，并能举一反三解决实际问题。</td></tr>
<tr><td>学习情境四：</td><td colspan="2">职场沟通礼仪</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
</table>

学习目标：
1.掌握面试礼仪与艺术
2.掌握赢得上司好感的沟通礼仪与艺术
3.得到下属爱戴的沟通礼仪与艺术

学习内容	教学准备	教学地点
1.求职的基本方式 2.面试细节礼仪 3.赢得上司好感的礼仪与艺术 4.善结同事缘的礼仪与艺术	教材、PPT、多媒体	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.求职礼仪与艺术	1.求职的基本方式 2.面试礼仪与艺术 3.重视面试礼仪细节	理论讲授；案例演示教学	2
2.上司与下属、同事间沟通的礼仪与艺术	1.与下属的沟通艺术 2.与上司的沟通技巧 3.同事间的相处之道 4.职场上同事交往的“雷区”		2
课程思政	培育创新文化，营造创新氛围。在职场上和谐上下级之间的关系，增强职业使命感、责任感及化解矛盾纠纷的意识和能力。	理论讲授；案例演示教学	
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。		

学习情境五：	商务会面礼仪	**学时**	4

学习目标：
1．掌握称呼方式、原则与技巧
2．掌握介绍类型、介绍礼仪要领
3．掌握完美握手秘诀
4．掌握名片礼仪

学习内容	教学准备	教学地点

1.称呼方式、原则与技巧 2.介绍类型、介绍礼仪要领 3.称呼原则与技巧 4.握手的要领 5.递接名片礼仪要点		教材、PPT、多媒体、道具	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.称呼与介绍礼仪	1.称呼方式、原则与技巧 2.称呼“雷区” 3.介绍的类型、礼仪要领	理论讲授；案例演示教学	2
2.握手与出示名片礼仪	1.握手渊源与历史发展 2.握手的次序要求 3.名片的起原与功能 4.递接名片礼仪要点		2
课程思政	以周恩来总理的握手之礼为思政元素，在涉外场合，培养树立国家和民族尊严的意识。培养自尊自重、自立自强的自我意识。	理论讲授；案例演示教学	
总结整理	教学内容与学生的生活相联系，运用案例展示的教学方法，使学生掌握知识。		
学习情境六：	商务推销礼仪	**学时**	2
学习目标： 1．掌握无声语言礼仪与技巧 2．掌握有声语言礼仪与技巧			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
1.仪表服饰恰当得体 2.表情与举止适宜 3.敬重对方，懂得赞美		教材、PPT、多媒体	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**

无声和有声语言礼仪与技巧	1.引入案例 2.仪表服饰恰当得体的表现 3.表情与言行举止适宜	理论讲授；案例演示教学	2
课程思政	商务推销中待人以礼，培养追求国家的富强民主、文明和谐，社会的自由平等、公正法治。	理论讲授；案例演示教学	
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。		
学习情境七：	商务专题活动礼仪	**学时**	4

学习目标：
1.掌握请柬礼仪规范
2.了解商务专题活动的注意事项
3.掌握新闻发布会礼仪
4.掌握开业典礼、庆典仪式
5.掌握展览会礼仪

学习内容	**教学准备**	**教学地点**
1.请柬礼仪规范 2.商务专题活动的策划及注意事项 3.新闻发布会的类型及礼仪规范 4.开业典礼、庆典仪式的准备工作 5.参加者、出席者礼仪与仪式程序	教材、PPT、多媒体	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.新闻发布会礼仪及商务活动注意事项	1.中文请柬与英文请柬的并异 2.请柬的类型 3.新闻发布会的类型 4.新闻发布会的礼仪规范	理论讲授；案例演示教学	2
2.开业典礼庆典仪式和展览会礼仪	1.开业典礼前期准备工作 2.参加者礼仪与典礼程序 3.庆典仪式前期准备工作 4.出席者礼仪与仪式程序		2
课程思政	深化文明交流互鉴，推动中华文化更好走向世界。举办商务专题活动，培养和提高个人的爱国、敬业意识与行为，自觉把小我融入大我。	理论讲授；案例演示教学	

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。		
学习情境八：	商务会议与谈判礼仪	**学时**	2
学习目标： 1.掌握商务会议各方礼仪 2.掌握商务会议中的发言技巧 3.掌握商务谈判流程与谈判语言艺术 4.掌握商务谈判签字礼仪			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
1.商务会议各方的礼仪 2.商务会议发言的技巧 3.商务谈判流程与谈判语言艺术	教材、PPT、多媒体		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**
商务会议与谈判礼仪	1. 与会者主持人发言技巧 2. 商务谈判流程和语言艺术 3. 商务会议与商务谈判座次礼仪规则 4. 谈判签字礼仪 5. 涉外谈判的礼仪与细节艺术	理论讲授；案例演示教学	2
课程思政	涵养优良学风，组织优质高效的商务会议，增强开拓创新的职业品格和行为习惯。	理论讲授；案例演示教学	
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。		
学习情境九：	商务宴请礼仪	**学时**	4

<table>
<tr><td colspan="4">学习目标：
1.了解中餐宴请类别
2.掌握中餐宴请的时空选择、点菜艺术
3.掌握中餐宴请的位次规则、餐具礼节、赴宴礼仪
4.了解西餐菜序
5.掌握西餐位次原则、餐具规范、吃之得法、西餐礼节</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.中餐宴请类别
2.中餐点菜艺术，餐具礼节，赴宴礼仪
3.中餐宴请的位次规则
4.西餐菜序
5.西餐的位次规则，餐具规范，西餐礼节</td><td>教材、PPT、多媒体</td><td>多媒体教室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.中餐礼仪</td><td>1.中餐的类别
2.中餐点菜艺术、餐具礼节
3.中餐宴请的位次规则</td><td rowspan="2">理论讲授；案例演示教学</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2.西餐礼仪</td><td>1.西餐菜序
2.西餐餐具规范、吃之得法、西餐礼节
3.西餐位次原则</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td>以粗茶淡饭宴请贵宾的故事作为思政融入点，弘扬中华民族传统美德，传承宴请勤俭节约的美德。</td><td>理论讲授；案例演示教学</td><td></td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">教学内容与学生生活息息相关，通过实例展示吸收学生注意力，激发学生兴趣，使学生掌握中西餐礼仪</td></tr>
<tr><td>学习情境十：</td><td>涉外商务礼仪</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="4">学习目标：
1．掌握涉外商务礼仪原则
2．掌握涉外商务礼仪基本特点
3．掌握涉外商务礼仪之道</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
</table>

1.涉外商务礼仪基本原则 2.涉外商务礼仪基本特点 3.涉外商务礼仪之道	教材、PPT、多媒体	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
涉外商务礼仪	1. 涉外商务礼仪的基本特点、基本原则 2. 涉外礼物馈赠技巧 3. 公众场所礼仪细节 4. 付小费的学问 5. 商务参观的礼节	理论讲授；案例演示教学	2
课程思政	以周恩来总理的待人之礼的故一为思政融入点，强调在涉外商务场合中展现可信、可爱、可敬的中国形象，深化文明交流互鉴，推进中华文化更好走向世界。	理论讲授；案例演示教学	
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，多运用贴近生活的案例吸引学生，拓展学生视野。		

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	了解礼仪的起源与发展；掌握商务礼仪的内涵、特点及原则。	能够掌握礼仪的含义、特点、作用和原则。	模拟演练	10
情境 2	掌握商务人士形象要素的构成；学会商务人士着装礼仪规范；服饰、妆容的搭配。	能够塑造商务人士仪容仪态形象；能够运用着装搭配提升个人形象。	模拟演练	10
情境 3	掌握商务接待中的乘车、电梯、上下楼梯、引导等礼仪要求；学会接打电话、电子邮件、微信 QQ 等电子通信的礼仪规范；礼物	能够规范处理商务接待活动；能够有礼有节、热情友善地商务拜访，快速增进客户的情感，建产业务关系。能够掌握电子通信的礼仪规范；掌握礼物馈	模拟演练	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		
	馈赠技巧。	赠技巧。		
情境 4	掌握求职的基本方式及面试礼仪与艺术；学会处理与上司、下属、同事间的艺术。	能够利用求职礼仪与艺术在从多求职者中脱颖而出；能够在职场中运用沟通技巧与艺术处理上司或同事间的关系。	模拟演练	10
情境 5	掌握称呼的方式、原则及技巧；掌握介绍的类型、礼仪及要领；掌握递接名片礼仪要点。	能够让自己在参加商务活动中运用见面礼仪细节，提升自己的修养、气质；能够运用握手礼仪对千姿百态的民俗风情进行交际。	模拟演练	10
情境 6	学会运用表情与举止、时空与距离等无声礼仪与技巧；学会懂得赞美对方、善于聆听。	学会规范行为举止、言谈等礼仪知识，在商务活动中推销自己，给人留上良好印象	模拟演练	10
情境 7	掌握新闻发布会的类型及礼仪规范；掌握开业典礼准备工作内容。	能够规范制作和发送请柬，并能组织开展商务活动；能够组织新闻发布会、典礼剪彩、庆典仪式等活动策划。	模拟演练	10
情境 8	掌握商务谈判语言艺术；商务会议与商务谈判座次礼仪规则	能够掌握商务会议各方礼仪；掌握商务会议中的发言技巧；掌握商务谈判流程与谈判语言艺术	模拟演练	10
情境 9	学会中西餐点菜艺术，餐具礼节，赴宴礼仪；掌握中西餐宴请的位次规则。	学会应对中西餐餐饮礼仪。	模拟演练	10
情境 10	掌握涉外商务礼仪的基本特点原则；学会运用涉外商礼仪之道。	能够运用涉外商务礼仪之道。	模拟演练	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		
合计				100

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《商务沟通与礼仪》，黄顺丽、孙丽主编，北京出版社，2022 年出版

（二）其他参考资料

《商务礼仪》，王玉苓主编，人民邮电出版社，2022 年出版

《商务礼仪》，贾洁、邱维、张艳丽主编，中国海洋大学出版社，2024 年出版

《现代商务礼仪》，杨眉，何浩然主编，东北财经大学出版社，2016 年出版

《社交礼仪教程》，金正昆主编，中国人民大学出版社，2016 年出版

（三）网络资源

【1】中国谈判网：http://www.dotiao.com/

【2】国际商务谈判网：http://gjswtp.com

【3】中国礼仪网：http://www.welcome.org.cn//

【4】社交礼仪网：http://www.eexb.com/

【5】中国职业教育网：http://5x.com.cn/

【6】中国公共网：http://www.cpra.org.cn/

【7】中国视频网站：http://www.56.com/

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：顾金微、周才媛、郭帅君

3.审核：邹小焱

4.时间：2024 年 8 月 20 日

《电子商务物流管理》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】电子商务物流管理

【开课时间】第 4 学期

【学时/学分数】32 学时/2 学分

【课程类型】专业技能课

【授课对象】2023 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

《电子商务物流管理》是电子商务专业的专业拓展课程，是培养电子商务专业学生物流管理业务能力的重要课程，是专业课程体系的重要组成部分。该课程以电子商务物流管理理论教学为主，实验教学为辅，重点突出电子商务环境下物流的新进展、新观念和新动向，培养电子商务专业学生物流管理业务能力。通过电子商务物流管理课程的学习，要求学生理解电子商务物流管理管理的基本理论，掌握电子商务环境下物流管理的主要业务流程，熟悉物流运作的基本方法和技能，了解各种先进的信息技术和设备在物流领域的应用过程，通过实操项目进行实践教学，使学生掌握物流运作实际操作技能，以适应市场对电子商务物流管理人才的需求。

（二）课程任务

课程设计遵循了以就业为导向，以岗位能力培养为本位，恪守过程导向的课程观，实现全方位校企合作的课程开发。

本课程是基于电子商务环境下物流的运作过程，以工作任务及工作过程为依据，通过完善和改革教材、教学体系，理论与实践紧密结合，引入先进的物流企业进行校企合作，利用物流企业先进的物流系统对现代物流过程进行实操演示，力求做到理论与实务的一体化课堂教学。对本专业学生应具备的电子商务背景下的物流相关知识、操作技能与职业素养整合，贯彻行动导向的教学观，渗透终身学习的教育观，实现教、学、做、用一体化，理论与实践紧密结合建构知识体系。坚持“按照职业岗位和职业能力的需求设计学习项目、选取课程内容，以学生为主体，以教师为引导”的课程设计理念，课程内容选取上考虑行业针对性和适应

性，为培养学生职业能力奠定基础。

该门课程的总学时为 32 学时，其中理论 16 学时，实践 16 学时。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	电子商务实务	通过课程学习,掌握电子商务包括的基本环节、运营流程及其基本方法。
本课程	电子商务物流管理	通过本课程的学习,让学生掌握基础的电子商务知识，了解电子商务行业概况，熟悉电子商务各发展方向,为后续课程打好理论知识基础。
后续课程	岗位实习	通过岗位实习，学以致用，同时检验理论学习的效果,为学生即将走上正式岗位工作奠定良好的基础。

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、了解电子商务及物流的基本概念以及电子商务的产生与发展； 2、了解电子商务物流作用和特点、电子商务的框架体系构成； 3、了解传统物流与现代物流关系，掌握物流的概念、物流要素、分类和功能； 4、掌握电子商务物流系统分析的要素分析方法； 5、掌握电子商务下条码技术、射频技术、EDI、自动跟踪技术在物流中的应用； 6、根据企业的实际情况去选择相对应的电商物流成本管理与控制方案； 7、根据实际情况去选择相对应的物流管理方案；	1、按照“以能力为本位，以职业实践为主线，以项目课程为主体的模块化专业课程体系”的总体设计要求。以培养高素质技能型人才为目标，跟踪电子商务领域的发展，反映电子商务的实践及电子商务教学改革的最新成果； 2、依据工作任务完成的需要、高等职业学校学生的学习特点和职业能力形成的规律，按照“专业人才培养方案”的设计要求确定课程的知识、技能等内容。 3、以就业为导向，强调基本知识和实用技能，以任务驱动、项目教学、分层指导、综合评价的方式组织和开展教学，以提升学生素养,满足就业需要。	1.具备爱心、耐心、上进心、责任感强等职业素养； 2.具备一定的交往能力、观察能力和应变能力以及执行操作能力等业务处理技巧； 3.具有团队合作的精神和良好的沟通技巧； 4.忠诚守信、严谨敬业； 5.具备保守公司机密的职业素养； 6.培养独立学习、商业运作的职业素养。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
1、掌握物流的概念 2、掌握电子商务物流储存 、运输 、配送等功能模块的基本流程以及操作方法 3、掌握供应商及供应链管理方法 4、掌握物流信息技术的应用能力 5、熟悉电商物流基本管理方法 6、了解物流质量 ；熟悉货架储存系统 、自动化仓库	1、掌握运输配送、储存保管、等物流基本功能业务 2、基本掌握物流信息、物流系统、物流网络系统、企业物流 3、初步会知第三方物流、城市物流、区域物流、国际物流、绿色物流 4、了解消费者物流、物流政策、现代物流现代物流的基本知识、基本理论、基本技术和组织管理原则	1、具有获取和利用信息的能力； 2、具有逻辑思维能力；具有良好的动手能力以及实操能力； 3、具有独立学习、获取新知识和新技能的能力； 4、具有良好的学习方法和良好的学习习惯；培养学生的自学能力、独立工作能力； 5、具有发现问题、分析问题和解决问题能力； 6、具有团队管理能力、人力资源管理能力；培养学生的团队协作精神； 7、培养并提高学生的职业能力（观察、分析和解决问题的能力，自我展现的能力）； 8、具有创新能力和环境适应能力； 9、具有一定的自学能力和职业迁移的智能基础以及持续发展的潜在能力； 10、具有较好的品德修养、人际沟通以及解决电子商务实际问题的基本能力。

四、课程设计思路

课程名称	电子商务物流管理	**计划总学时**	32 学时（含期末复习与期末考核）		
情境名称	**情境描述**	**子情境**	**知识点**	**能力点**	**参考学时**
情境一	物流及相关知识	**子情境 1-1：** 物流基础知识	物流的概念物流七大功能的概念及特点。	结合生活中遇到的物流问题进行合理化分析	2

		子情境 1-2： 电子商务与物流关系	1、物流的发展与电子商务的发展关系。 2、二者互动发展的业务逻辑关系	1、能够正确认识电子商务，有学习电子商务关系 2、能够举例说明电子商务物流关系的特点 3、能够分析电商物流系统的特点及其评价	4
情境二	电子商务仓储管理	**子情景 2-1：** 仓库及仓储的基本知识	仓储的概念、仓储的作业流程	能够按仓储作业流程模拟仓储作业	2
		子情景 2-2： 电子商务物流模式的分析	1.电子商务物流模式的分类 2.电子商务物流模式的特点 电子商务的物流模式的选择	能够分析电子商务物流模式的类型及其优缺点，并能帮助电商企业正确选择物流模式	2
情境三	电子商务物流运输	**子情景 3-1：** 电子商务物流运输	1、运输的概念； 2、各种运输方式的优缺点	熟悉五种运输方式的优缺点，并能根据实际情况选择合适的运输方式	2
		子情景 3-2： 运输合理化措施	1、运输合理化的概念 2、运输合理化的基本内容要求 3、运输合理化的措施	能够结合电子商务物流制定运输合理化的措施	2
情景四	电子商务物流配送	**子情景 4-1：** 电子商务物流配送概述	1、配送的概念、特点、功能 2、配送合理化的内容与要求	能从事基层配送作业操作和管理工作	2
		子情景 4-2： 配送方式的选择	1、配送方式的类型及特点。 2、配送方式选择的依据与方法。	能够对配送的要求进行分析，选择合理的配送方式	2

情景五	供应商选择与供应链管理	**子情景 5-1：**供应商选择考核与供应链管理方法	1、供应商选择的方法。 2、供应链管理的概念及其方法。	1、了解供应链和以及供应链管理与电子商务管理的关系。 2、熟悉供应链管理涉及的内容和掌握供应链管理的基本方法。	2
情景六	电子商务物流客户服务管理与成本核算	**子情景 6-1：**电子商务物流客户服务管理	1、了解客户服务基本知识。 2、掌握客户服务管理的基本方法。	能够运用客户服务的原理与方法处理客户投诉。	4
		子情景 6-2：电子商务物流成本核算	1、了解物流成本分类划分的标准 2、了解物流成本分类划分的性质	1、学会从不同的角度分析物流成本 2、掌握电子商务物流成本的管理方法	2
情景七	电子商务物流信息技术	**子情景 7-1：**供应链和供应链管理的基本概念	了解智慧物流的概念、物流信息化的最新发展趋势（RFID、北斗卫星导航系统、条码技术、互联网+物流）等	能运用信息技术进行物流业务操作，并能从发展前沿角度来分析现代物流行业的发展趋势和面临的挑战	2

五、教学设计

情境 1-1：	物流基础知识	**学时**	2
学习目标： 1.掌握物流的概念 2.了解物流七大功能的概念、特点			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**

1.物流的概念 2.物流七大功能的概念、特点	教案、PPT 课件等教学资料及超星学习通平台		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.课前知识导入	在超星学习通平台布置课前任务，引导学生思考并举例回答：什么是物流？物流对国民经济及人民群众生活的意义？	讨论法	**0.5**
2.知识讲解案例讨论	结合对相关案例的分析讨论，进一步讲解系统物流概念、物流七大功能的概念、特点。	讲授法、案例分析法	**1**
3.课程思政	了解物流行业前沿动态，分析物流业务如何强化责任意识承担社会责任，对电商顾客负责	讨论法	**0.5**
4.课后知识归纳	通过对系统的基本操作等问题的讨论进一步巩固相关基本概念。	讨论法	
总结整理	**通过此次课学习，学生应掌握物流的概念、了解物流七大功能的概念。**		
情境 1-2	电子商务物流模式	**学时**	4
学习目标： 1.了解电商物流的基本模式； 2.掌握每种物流模式的特点； 3.能分析与评价电子商务物流系统的模式、及特点			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
1.电商物流的基本模式； 2.物流模式的优缺点。	教案、PPT 课件等教学资料及超星学习通平台		多媒体教室
教学组织步骤	**教学内容**	**教学方**	**学时**

		法建议	**分配**
1.课前知识导入	在超星学习通平台布置课前任务，引导学生思考并回答：谈谈你对运输的认识？	讨论法	0.5
2.课中知识讲解与案例讨论	结合对相关案例的分析讨论，进一步讲解运输的概念、五种运输方式优缺点。	讲授法、案例分析法	2
3.课程思政	思考合理选择物流模式，实现碳达峰	讨论法	0.5
4.同步测验	在超星学习通发布同步测验并讲解重点、易错题目。	案例分析法、讨论法	1
总结整理	通过此次课学习，学生应掌握运输的概念、能够对五种运输方式优缺点进行比较分析。		
情境 2	电子商务仓储管理	**学时**	4
学习目标： 1.理解仓储的概念； 2.掌握仓储的作业流程。			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
1.仓储的概念； 2.仓储的作业流程。	教案、PPT 课件等教学资料及超星学习通平台		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.课前知识导入	在超星学习通布置课前任务，引导学生思考并回答：谈谈你对仓储的理解？	讨论法	0.5
2.课中知识讲解	结合相关案例进一步讲解仓储的概念、仓储的作业流程。	讲授法	1
3.课程思政	如何通过仓储设备与设施以及加强合理化仓储的方法，实现仓储环节绿色发展运用	讨论	0.5
4.实践操作	ABC 分类法，对仓储货物进行优化操作	实操	2
总结整理	通过此次课学习，学生要理解仓储的概念，能够按仓储作业流程模拟仓储作业。		
情境 3	电子商务物流运输	**学时**	4
学习目标： 1.了解运输的作用、掌握物流运输的概念； 2.掌握五种运输方式优缺点及其适用性； 3.掌握物流运输方式的选择。			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
1.运输的作用、掌握物流运输的概念； 2.五种运输方式优缺点及其适用性； 3.掌握物流运输方式的选择	教案、PPT 课件等教学资料及超星学习通平台		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.课前知识导入	在超星学习通布置课前讨论任务，引导学生思考并回答：如何省力省时做好装卸搬运作业呢？	讨论法	1.5

2.重点知识讲解	结合讨论结果进一步讲解物流运输的概念、五种运输方式及其优缺点运输合理化原则。	讲授法	
3.课程思政	搜集资料，分析运输管理如何做到集约化发展，实现绿色环保理念	自主探究法、讨论法	0.5
4.实践操作	运用运输管理的有关原理方法，制定合理化运输方案	实践操作	2
总结整理	**通过此次课学习，学生要理解装卸搬运的概念、合理化原则，能够正确组织装卸搬运作业。**		
情境 4	电子商务物流配送	**学时**	4
学习目标： 1.掌握配送的概念、特点、功能 2.能从事基层配送作业操作和管理工作			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
1.配送的概念、特点、功能 2.各种配送方式的优缺点及其流程 3.配送的合理化	教案、PPT 课件等教学资料及超星学习通平台		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.课前知识导入	在超星学习通布置课前讨论任务，引导学生思考并回答：谈谈你对包装的认识？	讨论法	1.5
2.重点知识讲解	结合讨论结果进一步讲解配送的概念、特点、功能、合理化。	讲授法	
3.课程思政	围绕案例，分析配送中如何对客户负责，培养并提高社会责任意识	案例法	0.5

4.实践操作	结合电商企业要求，选择合理的配送方式。	实践法	2
总结整理	通过此次课学习，学生要掌握配送的概念、特点、功能、各种配送方式的优缺点及其流程以及配送的合理化。		
情境5	供应商选择与供应链管理	**学时**	2
学习目标： 1.掌握供应商选择的方法。 2.掌握供应链管理的概念及其方法。			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
1.供应链和以及供应链管理与电子商务管理的关系。 2.熟悉供应链管理涉及的内容和掌握供应链管理的基本方法。	教案、PPT课件等教学资料及超星学习通平台		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.课前知识导入	在超星学习通布置课前讨论任务，引导学生思考并回答：什么是供应链，有什么作用？	讨论法	0.5
2.重点知识讲解	结合讨论结果进一步讲解供应商选择以及供应链管理的概念、方法。	讲授法	1
3.课程思政	讨论供应链管理中如何具有大局观念。	讨论法	0.5
总结整理	通过此次课学习，学生应理解供应链管理的概念、作用，能根据产品特点及客户需求正确选择供应链合作方式。		
情境6	电子商务物流客户服务管理与成本核算	**学时**	6

<table>
<tr><td colspan="4">学习目标：
1.了解客户服务基本知识。
2.掌握客户服务管理的基本方法。
3.了解物流成本分类划分的标准
4.了解物流成本分类划分的性质及核算方法。</td></tr>
<tr><td>学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td>1.客户服务基本知识。
2.客户服务管理的基本方法。
3.物流成本分类划分的标准。
4.物流成本分类划分的性质及核算方法。</td><td colspan="2">教案、PPT 课件等教学资料及超星学习通平台</td><td>多媒体教室</td></tr>
<tr><td>教学组织步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.课程思政</td><td>在超星学习通布置课前讨论任务，引导学生思考并回答：如何提高社会服务意识，客户服务做到高效精准配送？</td><td>讨论法</td><td>0.5</td></tr>
<tr><td>2.重点知识讲解</td><td>结合讨论结果讲解客户服务管理的基本方法、物流成本分类划分的标准、物流成本分类划分的性质及核算方法。</td><td>讲授法</td><td>1.5</td></tr>
<tr><td>3.实践操作</td><td>任务 1：围绕电商企业客户投诉，提出处理客户投诉的方案与建议。
任务 2：围绕物流成本进行成本核算</td><td>操作法</td><td>4</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">通过此次课学习，学生需要掌握客户服务管理的基本方法、物流成本分类划分的标准、物流成本分类划分的性质及核算方法。</td></tr>
<tr><td>情境 7</td><td>电子商务物流信息技术</td><td>学时</td><td>:2</td></tr>
<tr><td colspan="4">学习目标：
1.了解智慧物流的概念
2.了解物流信息化的最新发展趋势（RFID、北斗卫星导航系统、条码技术、互联网+物流）等</td></tr>
<tr><td>学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学</td></tr>
</table>

			地点
1.智慧物流的概念 2.物流信息化的最新发展趋势	教案、PPT 课件等教学资料及超星学习通平台		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.课前知识导入	在超星学习通布置课前讨论任务，引导学生思考并回答：谈谈你对智慧物流的认识？	讨论法	0.5
2.重点知识讲解	结合讨论结果进一步讲解智慧物流的概念、物流信息化的最新发展趋势	讲授法	1
3.课程思政	了解我国智慧物流发展，增强民族自信心自豪感。	资料法	0.5
总结整理	通过此次课学习，学生应了解智慧物流的概念、能从发展前沿角度来分析现代物流行业的发展趋势和面临的挑战。		

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. 物流的概念物流七大功能的概念及特点。 2.电子商务物流模式的分类 3.电子商务物流模式的特点 4.电子商务的物流模式的选择	1.结合生活中遇到的物流问题进行合理化分析 2.能够正确认识电子商务，有学习电子商务知识的热情 3.能够举例说明电子商务物流模式的分类	平时学习过程评价、笔试评价	10
情境 2	1.仓储的概念、仓储的作业流程。 2.ABC 分类法的基本原理、操作方法	1.能够按仓储作业流程模拟仓储作业； 2.能够运用 ABC 分类法	平时学习过程评价、实训评价（笔试评价	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		
情境3	1.运输的作用、掌握物流运输的概念； 2.掌握五种运输方式优缺点及其适用性； 3.掌握物流运输方式的选择	能够结合电子商务物流制定运输合理化的措施。	平时学习过程评价、笔试评价	20
情境4	1.配送的概念、特点、功能 2.各种配送方式的优缺点及其流程 3.配送的合理化	能够对配送的要求进行分析，选择合理的配送方式。	平时学习过程评价、实训评价、笔试评价	15
情境5	1.供应链以及供应链管理与电子商务管理的关系。 2.熟悉供应链管理涉及的内容和掌握供应链管理的基本方法	1.了解供应链和以及供应链管理与电子商务管理的关系。 2、熟悉供应链管理涉及的内容和掌握供应链管理的基本方法。	平时学习过程评价、笔试评价	10
情境6	1.客户服务基本知识。 2.掌握客户服务管理的基本方法。 3.了解物流成本分类划分的标准 4.了解物流成本分类划分的性质及核算方法。	能够运用客户服务的原理与方法处理客户投诉。	平时学习过程评价、笔试评价	15
情境7	1.智慧物流的概念 2.物流信息化的应用（RFID、北斗卫星导航系统、条码技术、互联网+物流）等	能运用信息技术进行物流业务操作，并能从发展前沿角度来分析现代物流行业的发展趋势和面临的挑战。	平时学习过程评价	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

《电子商务物流管理》，覃波主编，北京邮电大学出版社，2021 年版。

（二）其他参考资料

《电子商务基础与应用》主编 徐寿芳 中国人民大学出版社

《电子商务案例分析》主编 程艳红 人民邮电出版社

《电子商务概论》主编 仝新顺 人民邮电出版社

《电子商务物流管理》马宁主编 电子工业出版社

（三）网络资源

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、学习通 http://www.chaoxing.com

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

本课程常用教学资源主要包括:《电子商务物流管理》网络课程，教师自制多媒体课件、视频等资源有利于创设形象生动的学习环境,激发学生的学习兴趣,促进学生对知识的理解和掌握。

为了能够让学生将理论所学更好的应用于实践,实训中心应该开发一些电商合作企业作为学生校外稳定的实训基地。

（二）师资队伍

具有一定的电子商务专业知识能力，熟悉物流业务相关岗位要求，担任本课程的主讲教师具现代物流管理类或管理类相关专业背景,取得本科以上学历同时要具有较强的语言表达能力，具备教学科研能力和丰富的组织实践的教学经验，能够分析学生个体行为表现并适时给予学生帮助和指导。同时应具备较丰富的教学经验，具备基本的课程设计能力，对每一堂课的教学过程精心设计；还应具备较强的施教能力、课堂掌控能力和应变能力。具备较强的专业技能，熟悉教学工作流程，热心教育，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，热爱专业教学工作，具有高校教师资格证及本专业相关的专业职称资格。

九、其它说明

1.本课程标准由现代物流管理教研室与广州顺丰速运有限公司合作开发。

2.执笔：程东明

3.审核：邹小焱

4.时间：2025 年 2 月 20 日

《市场营销实务》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】市场营销实务

【开课时间】第 4 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】2023 级电子商务专业、2023 级电子商务（本科）专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

本课程是市场营销专业的一门专业选修课程。通过本课程的学习，使学生从互联网技术，市场营销和信息管理等多学科的角度，了解和掌握市场营销的基本理论和核心内容。 通过本课程的教学，使学生对市场营销的理论体系有一个系统的了解，对在网络虚拟市场开展营销活动的原理和特点、环境与方法、工具和手段、目标与实施控制等相关内容，得到全面的领会和感性认识，并掌握开展市场营销的操作思路和相应的运作技巧。

（二）课程任务

通过本课程的学习，使学生对市场营销的理论体系有一个系统的了解，让学生能够熟练地掌握市场营销策划、实施和评估的业务流程，掌握各种市场营销工具的使用方法和技巧，并掌握开展市场营销的操作思路和相应的运作技巧。具体达到如下的职业能力：

1. 能充分认识市场营销在专业学习中的地位和意义；
2. 能有效完成市场营销的调研和信息搜集与分析；
3. 能学会营销型网站的诊断与优化；
4. 能完成网站的搜索引擎优化和百度关键词广告的后台操作与管理；
5. 能有效利用其他的市场营销方法进行有效地推广；
6. 能有效策划并制作网络广告，并对网络广告投放效果进行分析；
7. 能评估市场营销推广效果；
8. 能在实际操作中进一步使用各种市场营销技能：如微信营销、视频营销、网络事件营销、软文营销、论坛营销等。
9. 具有良好与人交流、团队合作能力，强化电子商务工作岗位中的协调沟

通与合作意识；

10. 具有良好严谨规范的职业素养，能认真遵守与执行电子商务工作规范要求；

11. 具备良好的策划能力、分析问题能力；

12. 具有综合运用能力和创新革新能力。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	电子商务实务	通过该课程的学习，可以帮助学生掌握电子商务专业技能，包括网上购物、在线支付、电子营销等实际操作能力。通过理论与实践相结合的教学模式，学生不仅能获得丰富的电子商务知识，还能培养行业所需的基本素质和实践技能，从而提高就业竞争力，为日后从事电子商务相关工作打下坚实基础。
本课程	市场营销实务	学生在具备营销理论相关知识后，进一步学习市场营销理论与操作技能，完成该课程后，可在互联网开展网店开设、营销推广活动。
后续课程	新媒体营销	完成市场营销课程学习后，学生进一步学习更多的新媒体营销手段，能基本胜任新媒体推广专员岗位。

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.了解市场营销 2.了解市场环境的基本概念和定义。 3.了解目标营销环节的基本操作流程。 4.理解各营销组合的策略调整方法。	1.能够根据不同的市场营销环境作出相应的分析。 2.能够根据不同的市场营销环境条件做出相应的营销策划。 3.能够根据不同的市场竞争条件做出相应的营销策划调整。 4.能够运用所学知识制作： （1）产品开发策略 （2）产品价格系统	1.使学生具备良好的职业道德修养，能遵守职业道德规范。 2.提高学生在社会科学方面的素养，树立经济全球化的理念。 3.具有自主学习能力和分析能力，善于总结经验和创新。

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
	（3）市场营销分销渠道系统 （4）产品销售促销计划 （5）产品整体市场营销规划	4.提升学生洞察力、应变思维、创造性意识、影响他人等的能力素质。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
1．认识市场营销环境，掌握市场营销环境分析的基本策略； 2．理解顾客价值理论，掌握研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法； 3．掌握市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略； 4．掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容； 5．了解市场营销战略和营销控制的相关内容。	1．树立正确的市场营销观念，具备观念创新意识； 2．初步掌握市场营销环境的分析方法，能运用所学方法，结合自己比较熟悉或了解的某个特定企业进行市场营销环境的分析； 3．能够运用市场细分的若干种方法，选择相关企业所面对的市场进行市场细分，进而选择目标市场，推出相应的目标市场策略和市场定位策略； 4．能够比较准确地分析消费者的购买动机、购买行为和购买过程，并能采取相应的营销策略； 5．能够针对具体的企业选择与设计产品策略与价格策略。	1．具有热爱市场营销专业，爱岗敬业的精神和强烈的法律意识； 2．具有很好的市场营销职业道德素质和身心素质； 3．具有与人合作共事的能力和团队精神； 4．具有市场营销方面的竞争意识，分析判断能力，开拓创新能力和科学决策能力。 5．能够结合相关案例对某企业实施的分销策略进行利弊分析，基本上能够设计和践行相关的营销活动； 6．可以根据市场条件选择与设计促销策略，组织参与促销活动。

四、课程设计思路

课程名称	市场营销实务	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	认识市场营销	**子情境1-1：**认识营销	市场营销内涵	理解市场营销重要性	2
		子情境1-2：把握营销观念	市场营销发展阶段	市场营销发展阶段	2
情境二	市场分析	**子情境2-1：**环境分析	了解市场营销宏观微观环境、分析环境	分析经济市场的宏观与微观环境如何提出优化建议	4
		子情境2-2：购买者分析	消费者市场购买行为的具体表现	通过探讨自身购买行为，找出营销新思路	4
		子情境2-3：市场调查	市场营销调研的类型、预测的方法、调研的方法	选定一类产品，设计问卷一份，使用抽样方法，收集问卷，进行数据分析，撰写调研报告	2
情境三	市场营销管理过程	**子情境3-1：**市场细分	市场细分的操作流程	结合信息对市场进行分析并细分	2
		子情境3-2：目标市场选择	宏观、微观分析要素	根据项目形成分析报告	2
		子情境3-3：市场定位	市场定位含义	市场定位策略	
情境四	产品策略	**子情境4-1：**产品整体及产品组合概念	产品整体概念和产品组合的策略调整方式 产品整体概念和产品组合的策略调整方式	创设情景，为选定的企业根据不同市场环境选择恰当的产品组合的调整方式 选定一类产品，分析其所处的产品生命周期阶段，与营销组合结合	2

		子情境4-2：产品生命周期及新产品	熟悉产品生命周期理论	能正确制定产品生命周期各阶段的策略	2
		子情境4-3：品牌与包装策略	全球产品市场品牌品牌策略选择的操作流程 产品包装策略选择的操作流程	介绍几个知名品牌企业的品牌营销特点 选定的产品品牌根据不同市场环境选择恰当的品牌策略进行销售 为选定的产品，根据不同市场环境设计恰当的产品包装进行销售	4
情境五	价格策略	**子情境5-1：**制定产品的价格程序及方法	影响市场商品价格的因素	为选定产品进行合理定价	2
		子情境5-2：定价策略	产品定价的操作流程	为选定的产品根据不同市场环境进行定价	
情境六	分销策略	**子情境6-1：**选择分销渠道的模式和类型	营销分销渠道的结构与特征	各种分销渠道的优缺点	2
		子情境6-2：市场营销渠道决策	市场营销渠道决策的操作流程	撰写一份市场营销策划报告	

五、教学设计

<table>
<tr><td>学习情境一</td><td colspan="2">认识市场营销</td><td>学时</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
1．能理解市场营销的内涵；
2．准确认识市场的类型、特征，并进行分析；
3．了解市场营销观念的历史演变，树立现代市场营销观念。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td colspan="2">教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.认识市场营销
2.当代市场分析
3.树立市场营销观念</td><td colspan="2">电脑、互联网</td><td>多媒体课室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td colspan="2">教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.案例导入
2.讲授课程内容
3.实操
4.总结</td><td>子情境 1-1：认识营销</td><td colspan="2" rowspan="2">1．将班级每 5 位同学分成一组，并确定 1 名负责人；
2．每组选择一个小店，进店等待一小时；
3．统计进出小店的顾客数以及其购买商品的数量和金额；
4．观察顾客购买商品的行为，分析其心理；
5.分析商店销售额与顾客人数、购买力和购买欲望之间的关系；
6．进行班级交流。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>1.案例导入
2.讲授课程内容
3.实操
4.总结</td><td>子情境 1-2:把握营销观念</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="4">在讲解市场营销的核心概念时，强调诚信是市场营销活动的基石。通过案例分析，如成功企业如何通过诚信经营赢得消费者信任，建立品牌信誉；反之，失信行为如何导致品牌崩塌，市场丧失。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="4">选择一案例，组织学生进行分析讨论，以帮助学生理解市场营销概念。</td></tr>
</table>

学习情境二	市场分析	学时	10

<table>
<tr><td colspan="4">学习目标：
1．认识市场营销信息的重要性；
2．能科学认识市场营销环境；
3．掌握市场营销环境分析的方法；
4．基本能够运用环境因素进行营销决策；
5．了解消费者购买行为过程和影响购买行为的因素；
6．掌握顾客让渡价值的构成、计算方法和消费者需要、购买动机和购买行为分析方法；
7．基本能够运用上述所学的知识和技能进行营销决策，制定相关的营销策略。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1：市场调查
2：环境分析
3：购买者分析
4：竞争战略</td><td>电脑、互联网</td><td>多媒体课室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.案例导入
2.讲授课程内容
3.实操
4.总结</td><td>子情境 2-1：环境分析</td><td>活动一：对某班级同学消费水平和消费结构进行调研。
操作步骤：
1．明确调研的目的；2．设计调查问卷；3．选择调查对象进行问卷调查；4．对调查问卷进行统计分析；5．在调查班级随机选择 10—15 位同学进行访谈；6．撰写调查报告；7．老师对调查报告进行点评。
活动二：案例分析。
选择一个与市场营销环境有关的案例，组织讨论。</td><td>4</td></tr>
<tr><td>1.案例导入
2.讲授课程内容
3.实操
4.总结</td><td>子情境 2-2：购买者分析</td><td>活动一：一个名牌店与一个小店卖同样品牌商品，请你为其定价。
操作步骤：
1．分析两个店的顾客价值与顾客成本；2．对顾客让渡价值进行分析比较；3．名店的价格应定得高于小店，有利于双方销售。
活动二：记录自己的一次购买</td><td>4</td></tr>
</table>

		消费活动，提出一个促销方案。	
1.案例导入 2.讲授课程内容 3.实操 4.总结	**子情境 2-3：**市场调查	1. 解释市场调查的含义。 市场调查的方法 完整地列举出市场调查的四种方法 2. 市场三个构成要素的内涵 解释市场三个构成要素各自的具体内涵文本 3.市场调查的内容 列举市场调查应涵盖的内容 4. 市场调查问卷的结构 列举市场调查问卷的六个构成要素。 5.市场调查问卷的问题设计技巧 列举市场调查问卷常见的四种提问技巧	2
课程思政	在微观环境分析中，强调企业在市场中的社会责任，如环保责任、消费者权益保护等。通过案例分析，展示企业如何通过履行社会责任，提升品牌形象，赢得消费者信任。		
总结整理	能够灵活运用市场调查方法相关知识对市场调查方案进行设计，对市场调查数据进行处理，并能针对项目撰写符合要求的市场调查报告。 能够对企业市场营销环境进行分析。		

学习情境三	市场营销管理过程	**学时**	4
学习目标： 1. 掌握市场细分的基础知识和基本理论依据； 2. 能正确理解选择目标市场的条件和目标市场定价策略； 3. 能按照市场细分程序，运用市场细分方法对生活资料和生产资料进行细分；			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
1.市场细分 2.选择目标市场 3.目标市场定位		电脑、互联网	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.案例导入 2.讲授课程内容 3.实操 4.总结	**子情境 3-1：**市场细分	在学校附近选择三家大的综合百货商场，了解各个商场经营商品的类别、层次，分析其定位上的差异。 操作步骤： 1．将班级每 10 位同学分成一组，每组确定 1—2 人负责； 2．对学生进行商品类别划分培训，确定选择哪几类商品作为调查对象； 3．学生按组进入商场调查，并详细记录调查情况； 4．对调查的资料进行整理分析； 5．依据市场细分和市场定位理论，找出各个商场市场定位的特点与差异； 6．各组进行交流讨论。	2
1.案例导入 2.讲授课程内容 3.实操 4.总结	**子情境 3-2:**目标市场选择		2
1.案例导入 2.讲授课程内容 3.实操 4.总结	**子情境 3-3：**市场定位		
课程思政	通过案例分析，让学生认识到以消费者为中心的重要性，尊重每一位消费者的个体差异，满足其个性化需求。同时，引导学生树立“以人为本”的营销理念，关注消费者体验，提升消费者满意度和忠诚度。		
总结整理	基本掌握选择目标市场和目标市场定位的方法技巧;能够运用市场细分与目标市场定位的知识与技能,分析和解决目标市场定位与目标市场选择中的实际问题。		

学习情境四	产品策略	**学时**	8
学习目标： 1.产品层次划分 能针对具体产品，分析其对应的产品层次。 2.新产品创意构想 能结合市场特点，提出新产品设计的基本构想			

<table>
<tr><td colspan="4">3.产品营销策略选择
能结合具体案例，准确地判断产品在生命周期中所处的阶段。
能为处于不同产品生命周期的产品选择恰当的营销策略。
能为具体产品选择恰当的产品组合策略
4.产品的包装策略选择
能从营销角度给具体的产品提出产品包装策略的初步建议</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.认识市场营销
2.当代市场分析
3.树立市场营销观念</td><td>电脑、互联网</td><td>多媒体课室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.案例导入
2.讲授课程内容
3.实操
4.总结</td><td>子情境4-1:产品整体及产品组合概念</td><td rowspan="3">活动一：让学生收集家电营销方面的资料。
操作步骤：
1．让学生收集家电营销方面的资料；2．根据学生收集的家电营销资料进行分组；3.各组讨论本组家电营销策划的优缺点；4．各组之间进行交流；5．请学生和老师点评。
活动二：和某企业产品开发部部长讨论产品创新问题。
操作步骤：
1．正确预测市场发展趋势及市场容量；2．研究企业自身的优势；3．研究企业的产品研发能力；
4．研究企业的产品营销能力；5．进行投入和产出的比较分析；6．提出决策的思路。
活动三：案例分析。
选择与本章内容相关的案例，组织学生分析讨论。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>1.案例导入
2.讲授课程内容
3.实操
4.总结</td><td>子情境4-2:产品生命周期及新产品</td><td>2</td></tr>
<tr><td>1.案例导入
2.讲授课程内容
3.实操
4.总结</td><td>子情境4-3:品牌与包装策略</td><td>4</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="3">在讲解产品策略时，强调产品质量是企业生存和发展的基石，分析高质量产品对消费者满意度、品牌忠诚度和市场份额的影响。</td></tr>
</table>

总结整理	了解产品品牌、包装的内涵；初步掌握产品品牌策略、商标策略和包装策略；能够运用整体产品概念、产品市场生命周期理论、新产品开发理论和产品品牌、产品包装理论及技能进行产品决策，制定产品营销策略。

<table>
<tr><td>学习情境五</td><td colspan="2">定价策略</td><td>学时</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="5">学习目标：
1．正确认识影响营销定价的因素；
2．基本掌握营销定价的目标；
3．掌握营销定价的基本策略；
4．能理解营销价格调整的依据；
5．掌握各种营销定价的程序、方法和技巧；
6．能够在分析影响营销价格因素的基础上进行营销定价，适时调整营销定价。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td colspan="2">教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. 产品价格信息收集
能根据产品定价需要，设计合适的产品价格信息收集途径与方法。
能运用所确定的途径与方式，收集到可靠的、有价值的产品 价格信息。
1.产品价格判定
能结合具体商品，分析影响其价格的因素。
能结合具体商品，分析其需求价格弹性所处的情形
3．产品定价
能运用恰当的定价方法为具体产品定价</td><td>电脑、互联网</td><td colspan="2">多媒体课室</td></tr>
<tr><td>教学组织
步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td colspan="2">学时分配</td></tr>
<tr><td>1.案例导入
2.讲授课程内容
3.实操
4.总结</td><td>子情境 5-1：制定产品的价格程序及方法</td><td rowspan="2">活动一：定价技术操作训练。某企业生产某产品需要花去折旧费 50 000 元，管理费用 30 000 元，劳动保护及保险费用 13 000 元，制造每吨产品消耗的原材料 535 元，工人工资 200 元，该企业生产 200 吨产品刚好盈亏平衡，问每吨产品售价应为多少？其价格定在什么样的水平上能保证企业盈利 20 万元？</td><td colspan="2" rowspan="2">2</td></tr>
<tr><td>1.案例导入
2.讲授课程内容
3.实操
4.总结</td><td>子情境 5-2：定价策略</td></tr>
</table>

		活动二：以营销副总的角色把握重点商品的营销。	
课程思政	引导学生树立诚信经营的理念，认识到价格是企业与消费者之间信任建立的基础。鼓励企业在定价时充分考虑成本、市场需求及消费者承受能力，制定公平合理的价格，维护市场秩序和消费者权益。		
总结整理	1．让企业有关人员根据产品销售数量、金额分析不同类别、不同品种产品销售在产品总销量、总销售额中所占的比重；2．找出影响企业销售业绩的重点产品；3．找出重点产品营销对其他产品营销的影响和带动作用；4．把营销工作的重点放在重点产品的营销上。		

学习情境六	渠道策略	**学时**	2
学习目标： 1．正确理解分销渠道的基本类型与模式； 2．了解中间商的概念、作用与类型； 3．基本掌握分销渠道选择和影响分销渠道选择的因素； 4．掌握分销渠道的基本策略； 5．掌握分销渠道模式分析方法以及分销渠道决策技巧和产品实体分销技术； 6．能够依据所依赖的环境、企业和产品特点选择分销渠道和制定分销渠道策略，具有产品实体分销能力。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
1.分销渠道管理 2.选择中间商 3.分销渠道创新		电脑、互联网	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.案例导入 2.讲授课程内容 3.实操 4.总结	**子情境 6-1：**选择分销渠道的模式和类型	活动一：调查学校所在地一家房地产公司营销渠道现状、存在的问题及创新对策。 操作步骤： 1．学习分销渠道有关知识； 2．将班级同学分成若干组，每组选择学校所在地一家房产公司； 3．实地调研房地产公司分销渠道现状； 4．小组成员一起分析公司分	2
1.案例导入 2.讲授课程内容 3.实操 4.总结	**子情境 6-2：**市场营销渠道决策		

		销渠道的特点、优势、问题和对策； 5．班级交流； 6．老师点评。 活动二：案例分析。 选择与本章内容有关的案例，组织学生讨论。	
课程思政	引导学生树立合作共赢的理念，认识到在渠道建设中，企业与渠道成员之间是相互依存、共同发展的关系。鼓励学生在渠道策略制定中注重与渠道成员的沟通与合作，通过共同努力实现市场扩张和品牌提升		
总结整理	1．解释营销渠道的内涵； 2．营销渠道的特点； 3．中间商的含义及分类 ；解释中间商的含义；列举中间商的种类；列举中间商的作用；4.营销渠道的种类；列举营销渠道的种类 5。营销渠道策略选择的流程；说出营销渠道策略选择的具体流程。		

六、考核标准与方式六、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、了解市场、市场营销、市场营销的发展 2、掌握市场营销学的核心概念 3、树立现代市场营销观念，培养开展营销工作的能力	1、了解市场细分的含义、依据、步骤、要求 2、掌握市场细分原理 3、学会运用市场宏观与微观细分来选择营销目标市场	单元小测	10%
情境 2	1、了解市场营销微观环境的主要内容，掌握其对营销活动的主要影响 2、了解市场营销宏观环境的主要内容，掌握其对营销活动的主要影响 3、了解消费者市场特点 4、将马斯洛需要层次理论应用到工作中	1、掌握企业环境的分析方法 2、学会根据企业所处环境及时调整经营对策。	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		
情境3	1、了解市场细分的含义、依据、步骤、要求 2、掌握市场细分原理 3、学会为企业选择目标市场。	1、学会为企业选择目标市场。 2、了解并掌握目标市场的定义、评估 3、了解市场定位的步骤、依据和方法	单元小测	20%
情境4	1、理解产品整体概念的含义及其对企业营销活动的意义 2、了解产品组合的相关概念，掌握调整产品组合的策略熟悉电子商务，安全技术	1、了解产品的概念及作用 2、理解产品定位及其策略 3、理解品牌资产的含义及构成掌握密码设置技巧	单元小测	20%
情境5	1、了解市场商品价格的构成与类型 2、掌握市场商品单价的概念及其构成 3、了解定价的目标、程序及影响定价的因素 4、掌握定价的方法	1、掌握商品定价的策略及其注意事项； 2、能够为企业提供市场定价的具体策略	单元小测	20%
情境6	1、熟悉营销分销渠道的基本知识 2、掌握营销分销渠道的概念、结构、类型和特点	1、掌握影响渠道决策的各种因素及制定渠道决策的步骤 2、能够为企业提供销售渠道策略	单元小测	20%
合计				100%

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《市场营销》，李情民主编，北京出版社，2024年6月（第3版）

（二）其他参考资料

《市场营销实务》，孙国忠 陆婷 主编，北京师范大学出版社，2022年1月第4版

《市场营销》，毛利主编，上海大学出版社，2020 年出版，版本：第 1 版。
《市场营销实务》，三虎主编，人民邮电出版社，2020 年出版。

（三）网络资源

1、易观国际：http://www.analysys.com.cn
20、易观智库：易观一大数据分析
21、易观商业解决方案：http://www.enfogrowth.com/
22、FOCUS:Searchfusion.com
23、艾瑞研究报告：艾瑞研究-艾瑞网
24、艾瑞网络媒体：网站排名_网站数据流量查询
25、尼尔森报告：http://cn.nielsen.com/site...
26、华瑞网标：http://www.cr-nielsen.com/
27、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
28、MBA 智库：MBA 智库——经管类专业学习成长平台
29、comscore:Precisely Everywhere
30、计世资讯：http://www.ccwresearch.com.cn
31、缔元信:【友盟+】全球领先的第三方全域大数据服务提供商
32、正望咨询：http://www.iaskchina.cn/
33、梅花网：梅花网一营销者的信息中心数据极其丰富
34、艾瑞电商：http://www.ec-china.com.cn
35、益派咨询——互联网-新媒体：http://epanel.cn/cn/hysj2...
36、DCCI 互联网数据中心：DCCI 互联网数据中心 洞察网络
37、CNNIC：中国互联网络信息中心
38、comscore 数据中心：Precisely Everywhere...
39、风险投资：http://chinaventure.com.cn/

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

1.必须依据本课程标准选用教材，教材要充分体现项目课程设计思想，以项目为载体实施教学。

2.教材应将本专业活动，分解成若干典型的工作项目，按完成工作项目的需要和操作流程,结合技能证书考证组织教材内容。要通过对各种营销活动的计划、组织、实施等程序的分析和体验，引入必需的理论知识，增加实践实操内容，强调理论在实践过程中的应用。

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

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

（二）师资队伍

培养具有丰富企业经历和教学经验的教师队伍。本课程的教学对课程教师提出了更高的要求，尤其是对教师从事实践教学、科研的能力提出了更高的要求。课程教师要有更多的投入，特别是教学任务的设置要符合目前“任务驱动式”教学模式的改革，要能体现学生技能的提高和创新能力的体现。因此，教师应深入企业实际进行资料的收集，充分了解、熟悉企业的生产过程和操作流程，要有丰富的实战经验，要打破教师只在学校教书的传统的教学模式，投入方式要呈现多元化。

九、其它说明

1.本课程标准由市场营销教研室与企业合作开发。

2.执笔：刘洁芳、李四和

3.审核：邹小焱

4.时间：2025 年 2 月 20 日

广州华南商贸职业学院

《电商网店装修实训》

实训指导书

专　　业：电子商务

班　　级：2023 级电子商务 5 班

组　　长：高进锋

成　　员：陆惠欣、余伍娇、黄姣、胡兹、顾金微、高进锋

实训指导教师：陆惠欣、余伍娇、黄姣、胡兹、顾金微、高进锋

实训班主任：陆惠欣

项目任务 1　网店整体布局和装修

。活动分析单 1

实训目标	网店整体布局和装修
实训任务	熟悉网上开店的基本流程 确定目标市场和顾客群体 分析竞争对手并找到差异化策略 选择与品牌定位相符的设计风格和主题 理解版面布局原则 使用网格系统指导页面元素的排列
环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	步骤 1．登录千牛，开设网店，设置网店名。 步骤 2．分析目标市场以确定店铺定位。 步骤 3．分析竞争对手网店运营情况，记录网店首页设计的亮点元素。 步骤 4．根据产品特性和目标顾客选择设计风格，确定网店的颜色搭配。 步骤 5．对网店装修进行初步布局管理。 步骤 6．整理相关素材逐步完善网店各个模块装修设计。

工作考核页 1

成员：　　成绩：　　编号：1

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	千牛开设网店，设置网店名字	20 分		
（2）	网店定位	30 分		
（3）	分析竞争对手网店设计的亮点元素	20 分		
（4）	确定网店的装修色彩搭配	20 分		
（5）	网店布局管理	10 分		
合计				

项目任务 2　网店店标设计

、活动分析单 2

实训目标	网店店标设计
实训任务	1. 确定店标的设计风格和传达的信息 2. 设计店标草图 3. 制作店标并上传
环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	步骤 1.根据网店定位确定店标的设计风格和传达的信息 步骤 2.手绘初步的设计草图和构思 步骤 3.实用设计软件进行网店店标的设计制作 步骤 4.向同学展示设计初稿，收集反馈意见。 步骤 5.根据反馈对店标设计进行迭代修改和完善。 步骤 6.完成最终的店标设计，确保其满足所有设计要求和标准 步骤 7.上传店标至网店

工作考核页 2

成员：　　成绩：　　编号：2

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	店标的风格	30 分		
（2）	店标草图	20 分		
（3）	设计店标	30 分		
（4）	上传店标	20 分		
合计				

项目任务 3　网店店招设计

。活动分析单 3

实训目标	网店店招设计
实训任务	1. 确定店招需要传递的信息（容包括店铺的名称、品牌名称、店铺 LOGO、简短的广告语和广告商品等） 2. 对店招的构成内容进行排版设计 3. 完成最终的店招设计 4. 上传店招至网店
环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	步骤 1.了解淘宝店招的尺寸规格、格式要求 步骤 2.制定初步的设计方案，确定店招上的文本以及图片素材 步骤 3.根据设计主题对素材进行预处理，如图片裁剪、颜色调整 步骤 4.使用图像编辑软件（Adobe Photoshop）创建店招的初步设计稿 步骤 5.不断试验和调整元素位置，以达到最佳视觉效果和信息传达 步骤 6.完成最终的店招设计 步骤 7.上传店招至网店

工作考核页 3

成员：　　成绩：　　编号：3

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	确定店招上的文本和图片素材	25 分		
（2）	对图片素材进行预处理	25 分		
（3）	设计并不断完善店招	40 分		
（4）	上传店招	10 分		
合计				

项目任务 4　网店全屏店招与导航设计

。活动分析单 4

实训目标	网店全屏店招与导航设计
实训任务	1. 根据网店商品以及运营定位确定商品分类 2. 确定店招导航栏类目名称 3. 设计全屏通栏店招导航 4. 给导航添加热点链接 5. 上传全屏店招与导航
环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	步骤 1.根据网店商品以及运营定位确定商品分类，完成千牛后台宝贝分类 步骤 2.确定店招导航栏类目名称 步骤 3. 设计全屏通栏店招导航 步骤 4. 利用 Dreamweaver 给导航添加热点链接 步骤 5. 上传全屏店招与导航

工作考核页 4

成员：　　成绩：　　编号：4

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	千牛后台宝贝分类	15 分		
（2）	店招导航类目名称	15 分		
（3）	设计全屏店招导航	30 分		
（4）	导航添加热点链接	20 分		
（5）	上传全屏店招导航	20 分		
合计				

项目任务 5　网店海报轮播图设计

。活动分析单 5

实训目标	网店海报轮播图设计
实训任务	1. 结合网店营销计划，确定海报主题 2. 根据主题进行创意构思，草拟设计概念。 3. 使用图像编辑软件（如 Adobe Photoshop）创建并完善海报 4. 上传海报，为海报添加链接，完成网店轮播区设计

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 （4）将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1.结合网店营销计划，确定海报主题 步骤 2.确定海报的主题，确保与店铺风格和营销策略相一致 步骤 3.根据主题进行创意构思，草拟设计概念 步骤 4.确定海报中文本信息以及图片内容 步骤 5.规划海报的布局，考虑图像、文字和其他元素如何安排 步骤 6.使用图像编辑软件（如 Adobe Photoshop）创建海报的初步版本 步骤 7.完善海报效果，突出关键信息，添加特殊效果等 步骤 8.上传海报 步骤 9.为海报添加链接并完成网店轮播区设计

工作考核页 5

成员：　　成绩：　　编号：5

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	确定海报主题	20 分		

（2）	确定海报中文本信息以及图片内容	30 分		
（3）	设计并制作海报	30 分		
（4）	完成海报轮播区设计	20 分		
合计				

项目任务 6　网店分类专区设计

。活动分析单 6

实训目标	网店分类专区设计
实训任务	1. 确定分类专区展示的商品种类 2. 定义分类专区名称 3. 设计并制作分类专区 4. 分类专区图片添加超链接

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	步骤 1.确定分类专区展示的商品种类和范围 步骤 2.分析目标顾客群体及其购物习惯，以优化分类的布局和内容。 步骤 3.根据商品类型、用途、性别、品牌等标准定义清晰的分类 步骤 4.为每个分类选择代表性的图像或图标，以便顾客一目了然。 使用符合品牌调性的色彩，同时考虑颜色心理学对顾客决策的影响。 步骤 5.设计并制作分类专区 步骤 6.分类专区图片添加超链接 步骤 7.上传并完成分类专区设计

工作考核页 6

成员：　　成绩：　　编号：6

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	确定展示分类的商品种类	20 分		

（2）	定义分类专区名称并选择合适的图标	20 分		
（3）	设计并制作分类专区	30 分		
（4）	为分类专区图片添加链接并上传至网店	30 分		
合计				

项目任务 7　网店优惠专区设计

。活动分析单 7

实训目标	网店优惠专区设计
实训任务	1. 明确优惠专区的目标，例如清仓销 2. 设计醒目的标题和宣传语，清晰传达优惠信息 3. 设计并制作优惠专区 4. 为优惠专区添加超链接

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	步骤 1.明确优惠专区的目标，例如清仓销售、节日促销或新品推广 步骤 2.确定促销商品范围和优惠力度 步骤 3.制定具体的优惠策略，如打折、满减、买赠等 步骤 4.设计醒目的标题和宣传语，清晰传达优惠信息 步骤 5.使用对比鲜明的颜色和大号字体来强调促销内容 步骤 6.选择高质量的商品图片，并突出显示任何特殊优惠标志 步骤 7.设计并制作优惠专区 步骤 8.为优惠专区添加超链接

工作考核页 7

成员：　　成绩：　　编号：7

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	明确优惠专区目标	20 分		

（2）	确定优惠专区优惠策略	20 分		
（3）	设计并制作优惠专区	30 分		
（4）	为分类专区图片添加链接并上传至网店	30 分		
合计				

项目任务 8　网店商品主图设计

。活动分析单 8

实训目标	网店商品主图设计
实训任务	1. 选择最能体现商品特色的图片作为主图。 2. 为商品主图添加文字信息：商品名称、品牌或关键卖点。 3. 使用品牌 Logo 或其他识别元素来增强品牌识别度 4. 上传商品主图

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	步骤 1.确定淘宝网店主图的尺寸、格式和内容限制。 步骤 2.确定商品特点展示重点：如款式、颜色或功能。 步骤 3. 选择最能体现商品特色的图片作为主图。 步骤 4. 为商品主图添加文字信息：商品名称、品牌或关键卖点。 步骤 5. 确保主图符合品牌的视觉风格和色彩方案。 步骤 6. 使用品牌 Logo 或其他识别元素来增强品牌识别度 步骤 7. 上传商品主图

工作考核页 8

成员：　　成绩：　　编号：8

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	确定商品主图特点展示重点	20 分		

（2）	提炼主图的关键卖点	30 分		
（3）	为主图添加卖点信息	30 分		
（4）	上传主图	20 分		
合计				

项目任务 9　网店智钻图设计

。活动分析单 9

实训目标	网店智钻图设计
实训任务	1. 确定推广商品 2.确定智钻图上的文本信息，突出商品名称、促销信息或特别优惠 3.设计并制作智钻图

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	步骤 1.确定确定智钻图的主要目的，比如增加品牌曝光度、促销特定商品或吸引新顾客 步骤 2.选择适合做广告推广的商品，通常是热销商品或新品上市 步骤 3.制定清晰的视觉传达策略，突出商品特点和优势 步骤 4.使用图像编辑软件（如 Adobe Photoshop）对图片进行处理，添加简洁明了的文字描述，突出商品名称、促销信息或特别优惠 步骤 5.添加急迫性强的文字信息，如“立即购买”、“限时优惠”等。引导顾客进行下一步操作 步骤 6.设计并制作智钻图

工作考核页 9

成员：　　成绩：　　编号：9

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	确定推广商品	20 分		

（2）	提炼商品对消费者的利益点信息	30 分		
（3）	为智钻图添加利益点信息	20 分		
（4）	制作智钻图	30 分		
合计				

项目任务 10　网店商品详情页设计

活动分析单 10

实训目标	网店商品详情页设计
实训任务	1. 千牛后台智能生成商品详情页。 2. 对商品的卖点和利益点进行描述。 3. 个性化设计并制作商品详情页 4. 对比分析，确定商品详情页

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	步骤 1.确定商品详情页构图。 步骤 2.提炼商品的主要卖点和独特点。 步骤 3. 准备详细的商品卖点，利益点描述。 步骤 4. 千牛后台智能生成商品详情页 步骤 5. 设计并制作个性化设计商品详情页 步骤 6. 对比分析，选择合适的商品详情页

工作考核页 10

成员： 成绩： 编号：10

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	千牛智能生成商品详情页	30 分		

（2）	详细描述商品的卖点、利益点	20 分		
（3）	个性化设计并制作商品详情页	30 分		
（4）	对比分析，确定详情页内容	20 分		
合计				

项目任务 11　移动端基础页面装修

。活动分析单 11

实训目标	网店移动端基础页面装修
实训任务	1. 设置店铺前台样式。 2. 店招设计。 3. 店铺头条设置

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	1. 对比分析货架店样式与内容店样式 2. 确定并设置店铺前台样式 3. 店铺背景图设计。 4. 文字描述店铺介绍。 5. 新建店铺上新头条 6. 新建店铺活动头条

工作考核页 11

成员：　　成绩：　　编号：11

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	店铺前台样式设置	20 分		

（2）	店铺背景图设计	30 分		
（3）	店铺上新头条设置	30 分		
（4）	店铺活动头条设置	20 分		
合计				

项目任务 12　移动端网店推荐页面装修

。活动分析单 12

实训目标	移动端网店推荐页面装修
实训任务	移动端网店页面装修

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	1. 选择合适的装修模块 2. 设置模块名称。 3. 设计模块图片。 4. 营销活动的对比分析 5. 空中接物领好礼营销活动设置

工作考核页 12

成员：　　成绩：　　编号：12

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	推荐页面模块组成	20 分		

（2）	模块图片设置	20 分		
（3）	营销对比分析	20 分		
（4）	营销活动内容设置	40 分		
合计				

项目任务 13　移动端网店宝贝页面装修

。活动分析单 13

实训目标	移动端网店宝贝页面装修
实训任务	1. 移动端网店宝贝主图装修 2. 移动端网店宝贝图文详情 3. 移动端网店宝贝 U 先试用报告

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	1. 修改商品主图尺寸。 2. 制作商品主图视频。 3. 优化网店宝贝图文详情。 4. 添加商品 U 先试用报告

工作考核页 13

成员：　　成绩：　　编号：13

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	修改商品主图尺寸	20 分		

（2）	制作商品主图视频	30 分		
（3）	优化网店宝贝图文详情	30 分		
（4）	添加商品 U 先试用报告	20 分		
合计				

项目任务 14　移动端网店新品页面装修

。活动分析单 14

实训目标	移动端网店新品页面装修
实训任务	移动端网店新品页面装修

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	1. 制作智能场景卡片。 2. 系列新品模块设置。 3. 主推新品模块设置。 4. 流行趋势模块设置

工作考核页 14

成员：　　成绩：　　编号：14

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	智能场景卡片	30 分		

（2）	系列新品模块设置	20 分		
（3）	主推新品模块设置	30 分		
（4）	流行趋势模块设置	20 分		
合计				

项目任务 15　移动端网店商家话题发布

。活动分析单 15

实训目标	移动端网店商家话题发布
实训任务	1、 熟悉内容创作板块 2、 发布商家话题 3、 创建买家秀征集

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	1. 挑选话题，发起买家秀征集 2.买家秀标题设置。 3.买家秀封面头图设计制作。 4.修订买家秀规则

工作考核页 15

成员：　　成绩：　　编号：15

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	话题挑选	20 分		

（2）	买家秀标题	20 分		
（3）	买家秀头图设计	30 分		
（4）	修订买家秀规则	30 分		
合计				

项目任务 16　移动端网店人群海报设计

。活动分析单 16

实训目标	移动端网店人群海报设计
实训任务	1. 人群海报设计 2. 设置人群管理

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	1. 新建人群标签。 2. 人群海报设计制作。 3. 确定海报中文本信息以及图片内容 4.规划海报的布局，考虑图像、文字和其他元素如何安排 5.使用图像编辑软件（如 Adobe Photoshop）创建海报的初步版本 6.完善海报效果，突出关键信息，添加特殊效果等 7.关联链接

工作考核页 16

成员：　　成绩：　　编号：16

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	新建人群标签	30 分		

（2）	海报制作	30 分		
（3）	关联链接的有效性	20 分		
（4）	活动时间的合理性	20 分		
合计				

项目任务 17　移动端网店多热区切图设计

。活动分析单 17

实训目标	移动端网店多热区切图设计
实训任务	移动端网店多热区切图设计

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	1. 确定热区图的主题，确保与店铺风格和营销策略相一致 2. 根据主题进行创意构思，草拟设计概念 3. 确定图片中文本信息以及图片内容 4. 规划图片的布局，考虑图像、文字和其他元素如何安排 5. 使用图像编辑软件（如 Adobe Photoshop）创建海报的初步版本 6. 完善海报效果，突出关键信息，添加特殊效果等 7.为各区添加热点链接

工作考核页 17

成员：　　成绩：　　编号：17

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	热区图的主题	30 分		

（2）	热区图设计	20 分		
（3）	热区图效果	30 分		
（4）	热区图链接有效性	20 分		
合计				

项目任务 18　移动端网店系列主题设计

活动分析单 18

实训目标	移动端网店系列主题设计
实训任务	移动端网店系列主题设计

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	1. 确定商品系列，确保系列商品主题一致 2. 根据主题进行创意构思，草拟设计概念 3. 确定图片中文本信息以及图片内容 4. 规划图片的布局，考虑图像、文字和其他元素如何安排 5. 使用图像编辑软件（如 Adobe Photoshop）创建海报的初步版本 6. 完善海报效果，突出关键信息，添加特殊效果等 7.为各区添加热点链接

工作考核页 18

成员：　　成绩：　　编号：18

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	商品系列的主题	30 分		

（2）	系列主题图设计	20 分		
（3）	系列主题图效果	30 分		
（4）	系列主题图链接有效性	20 分		
合计				

项目任务 19　移动端网店自定义页面制作设计

。活动分析单 19

实训目标	移动端网店自定义页面制作设计
实训任务	通过自定义页，使用官方和服务商提供的第三方模块，根据经营需求任意搭建

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	1. 点击装修后可进入装修页面 2. 左侧可以看到官方模块和通过服务市场采购的第三方模块 3. 选择模块拖摘到中间区域后，在中间区域可以完成模块顺序的调整，以及对单个模块内容的设置。

工作考核页 19

成员：　　成绩：　　编号：19

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	合理选择装修模块	20 分		

（2）	图文类+宝贝类模块	20 分		
（3）	图文类+视频类模块	30 分		
（4）	营销互动类+宝贝类	20 分		
合计				

项目任务 20　移动端网店测款选品设置

。活动分析单 20

实训目标	移动端网店测款选品设置
实训任务	通过对商品图片或视频的多轮 PK 互动投票，并结合算法模型数据分析，捕捉消费者真实喜好，以此指导生产备货、外观选择、选主推款、主图设计和商品组合等场景应用

环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。
实训步骤	1. 创建新款测品活动 2. 对比分析 PK 模式，打分模式，货架模式的区别。 3. 描述活动标题。 4. 制作活动页背景图 5. 选择测款商品

工作考核页 20

成员：　　成绩：　　编号：20

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
（1）	创建新款测品活动	30 分		

（2）	描述活动标题	20 分		
（3）	制作活动页背景图	30 分		
（4）	选择测款商品	20 分		
合计				

广州华南商贸职业学院

《电商运营推广实训（C 店）》

实训指导书

专　　业：电子商务

班　　级：2023 级电子商务 1-7 班

组　　长：高进锋

成　　员：电子商务教研室

实训指导老师：李晓君、高进锋、余伍娇、巢秋菊

实训班主任：胡辉

项目任务 1　网店筹备管理

。活动分析单 1-1

实训目标	网店筹备管理
实训任务	熟悉网上开店的基本流程 网店市场分析 选择网店产品 选择网店平台 如何选择进货渠道 撰写网店创业策划书
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台)、智能手机（每人一部)。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版)。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	1．确定网店运营模式，给出选择理由。 2．选定一个网店产品种类，写出选择该产品的理由；并对现有网上和现实实体店中的竞争对手的实际情况进行详细的分析。 3．确定网上开店的平台，比较不同网店平台的特点；将目前你所选定的行业中同类型的网上店铺的运营的现有状况进行分析。 4．选择网店产品的进货渠道；进行实地考察后，将不同的进货渠道的优劣进行分析，并写出分析报告。 5．形成一份完整的网上开店策划书。 6．对你选择的网店产品所属行业的发展趋势做一个简要的分析，并给出理由。

工作考核页 1-1

组长:　　成员:　　成绩:　　编号: 1-1

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	网店市场分析	20 分		
(2)	选择网店产品	30 分		
(3)	根据选择网店平台	20 分		
(4)	如何选择进货渠道	20 分		
(5)	撰写网店创业策划书	10 分		
合计				

项目任务 2　网店开设与装修

。活动分析单 2-1

实训目标	店铺 PC 首页装修
实训任务	1.根据 PC 端尺寸设计首页美工图； 2.完成 PC 端代码排版；
环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 （4）将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：设计美工图，美工图除了美观，图片尺寸必须符合淘宝尺寸要求； 步骤 2：将美工图分为几个模板； 步骤 3：对各个模块，使用 HTML 代码中盒子、内部样式表、定位、超链接代码完成排版； 步骤 4：上传图片，替换代码中的图片连接为图片空间连接； 步骤 5：完成超链接制作； 步骤 6：使用全屏框架代码封装代码，并上传到淘宝装修平台； 步骤 7：预览装修效果。

工作考核页 2-1

组长：　　成员：　　成绩：　　编号：3-1

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	首页美工图设计	30 分		
(2)	代码排版	30 分		
(3)	图片代码替换	20 分		
(4)	全屏框架封装及代码上传	20 分		
合计				

。活动分析单 2-2

实训目标	店铺 APP 首页装修
实训任务	1.根据 APP 端新版装修尺寸设计首页美工图; 2.完成 APP 端图片上传及热点制作;
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台)、智能手机（每人一部)。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版)。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：设计美工图，美工图除了美观，图片尺寸必须符合淘宝 APP 端新版尺寸要求（750px); 步骤 2：将美工图上传至图片空间; 步骤 3：进入装修后台; 步骤 4：完成店招图片上传; 步骤 5：选择自定义模块; 步骤 6：选择图片，通过图片热点设计超链接; 步骤 7：在首页中添加首页视频，注意 APP 端首页视频不超过 2 分钟; 步骤 8：在首页模块中添加系统模板：买家秀、团购、淘抢购等模块。 步骤 9：保存并发布。

工作考核页 2-2

组长:　　成员:　　成绩:　　编号：3-2

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	首页美工图设计	30 分		
(2)	图片热点制作	30 分		
(3)	首页视频	20 分		
(4)	系统模块	20 分		
合计				

项目任务 3　网店管理与发布

。活动分析单 3

实训目标	发布商品
实训任务	1、确定发布流程' 2、宝贝发布流程 3、宝贝详情页的构成及排版设计
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台)、智能手机（每人一部)。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版)。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：确定发布流程' 步骤 2：宝贝发布流程 步骤 3：宝贝详情页的构成及排版设计

工作考核页 4

组长：　　成员：　　成绩：　　编号：4

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩
(1)	确定发布流程	25 分		
(2)	宝贝发布流程	25 分		
(3)	宝贝详情页的构成	25 分		
(4)	及排版设计	25 分		
合计				

项目任务 4　网店物流与配送

。活动分析单 3

实训目标	设置网店物流模板
实训任务	1.设置模板 2.创建多个种类的运费模块 3.应用于宝贝中
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台)、智能手机（每人一部)。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版)。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：设置模板 步骤 2：创建多个种类的运费模块 步骤 3：发布商品运用上模板

工作考核页 4

组长：　　成员：　　成绩：　　编号：4

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩

(1)	设置模板	25 分		
(2)	创建多个种类的运费模块	25 分		
(3)	发布商品	25 分		
(4)	运用上模板	25 分		
合计				

项目任务 5　网店数据分析

。活动分析单 5

实训目标	通过超级推荐提升店铺流量

实训任务	1.创建超级推荐计划; 2.设置计划中人群定向;
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台)、智能手机（每人一部)。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版)。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：营销中心——超级推荐——创建新品推广计划; 步骤 2：对计划进行人群定位; 步骤 3：设置推广单元——设置推广产品; 步骤 4：对特定人群进行溢价设置; 步骤 5：设置产品创意; 步骤 6：发布计划 步骤 7: 营销中心——超级推荐——创建爆款拉新推广计划; 目标为收藏加购, 步骤 8：对计划进行人群定位; 步骤 9：设置推广单元——设置推广产品; 步骤 10：对特定人群进行溢价设置; 步骤 11：设置产品创意; 步骤 12：发布计划

工作考核页 5

组长:　　成员:　　成绩:　　编号：5

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩

(1)	新品推广计划	30 分		
(2)	爆款拉新计划	30 分		
(3)	人群定位	20 分		
(4)	产品创意	20 分		
合计				

项目任务 6　网店推广管理

。活动分析单 1-1

实训目标	通过直通车提升店铺流量

实训任务	1.创建直通车推广计划; 2.设置计划中人群定向;
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台)、智能手机（每人一部)。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版)。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：营销中心——直通车——创建直通车推广计划; 步骤 2：对计划进行人群定位; 步骤 3：设置推广单元——设置推广产品; 步骤 4：对特定人群进行溢价设置; 步骤 5：设置产品创意; 步骤 6：设置推广时间，地区，站内外;（根据手机端人群特性设置时间） 步骤 7：发布计划

工作考核页 6

组长：　　成员：　　成绩：　　编号：6

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩

(1)	人群定向	30 分		
(2)	人群溢价	30 分		
(3)	产品创意	20 分		
(4)	引流词	20 分		
合计				

项目任务 7　店铺日常管理

。活动分析单 7

实训目标	店铺日常管理：通过淘宝客提升店铺流量

实训任务	1.日常淘客推广计划设置； 2.淘客团长计划报名。
环境需求	（1）互联网接入。 （2）计算机（每人一台）、智能手机（每人一部）。 （3）学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版）。 （4）将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：营销中心——淘客推广； 步骤 2：设置淘客通用计划； 步骤 3：设置淘客自选计划； 步骤 4：设置淘客定向计划； 步骤 5：在淘客活动中，筛选符合店铺特征团长； 步骤 6：使用旺旺与团长进行合作洽谈； 步骤 7：选择该团长报名该团长招商计划。

工作考核页 7

组长：　　成员：　　成绩：　　编号：7

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩

(1)	通用计划	20 分		
(2)	自选计划	20 分		
(3)	定向计划	30 分		
(4)	普通团长招商计划	30 分		
合计				

项目任务 8　网店财务管理

。活动分析单 8

实训目标	财务管理

实训任务	1. 整理店铺数据 2. 结算金额 3. 汇报
环境需求	(1) 互联网接入。 (2) 计算机（每人一台)、智能手机（每人一部)。 (3) 学习任务考核单（也可到教学资源包下载电子版)。 (4) 将班级分为若干讨论组，每组设组长一名。
实训步骤	步骤 1：整理店铺数据 步骤 2：结算推广运营金额 步骤 3：小组汇报

工作考核页 8

组长：　　成员：　　成绩：　　编号：8

序号	考核内容	分值	总结与归纳	成绩

(1)	整理店铺数据	20 分		
(2)	结算推广运营金额	20 分		
(3)	经营收益排名	30 分		
(4)	小组汇报	30 分		
合计				

《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】40 学时/2 学分

【课程类型】考查课

【授课对象】2023 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

《电商运营推广实训（B 店）》课程是电子商务专业的专业核心课程，课程的学习过程中需要综合运用电子商务基础、网络营销等各门专业课程的知识和技能。

该课程主要面向网店规划与开设、商品运营、流量获取、营销转化、网店运营分析等内容；利用虚拟仿真实训软件进行模拟训练，力求做到理论与实践相结合，职业能力培养有机结合起来，巩固和加强对知识的理解，并学以致用。

（二）课程任务

《电商运营与推广实训（B 店）》通过对真实电子商务环境下网店运营的逼真模拟，将学生分成十个团队，每个团队各自经营一个虚拟店铺，每个团队由 3-4 人组成，每队成员将分别担任网店中的重要职位（总裁、财务总监、营销总监、运营总监）。每个店铺拥有 500 虚拟启动资金，在同一市场环境下，同样的规则条件下相互竞争与发展。每个网店将依据市场数据魔方信息决定自己的定位和市场策略；通过租赁办公场所，建立配送中心，装修网店，采购商品设立网上商店；根据运营数据进行搜索引擎优化（SEO）操作、获取尽可能多的自然流量，进行关键词竞价（SEM）推广、获取尽可能多的付费流量；针对消费人群开展促销活动，制定商品价格，提升转化率；处理订单，配送商品，结算资金；规划资金需求，控制成本，分析财务指标，调整经营策略，创造最大利润。通过五个会计年度的训练，让学生充分了解网店运营之道，掌握网店如何提升流量，提高转化率的基本技巧，学会大数据环境下的精准营销。

（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（B 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
（1）具备一定的网店运营能力； （2）具备正确分析市场、网店选品能力； （3）能够根据网店的情况进行网店的推广策略制定； （4）具备商品库存管理能力； （5）具备网店融资和基础的财务管理能力。 识。	每个网店将依据市场数据魔方信息决定自己的定位和市场策略；通过租赁办公场所，建立配送中心，装修网店，采购商品设立网上商店;根据运营数据进行搜索引擎优化（SEO）操作、获取尽可能多的自然流量,进行关键词竞价（SEM）推广、获取尽可能多的付费流量;针对消费人群开展促销活动，制定商品价格，提升转化率；处理订单，配送商品，结算资金；规划资金需求,控制成本,分析财务指标，调整经营策略，创造最大利润。	(1) 激发学生学习和使用模拟软件运营网店的兴趣,能够对网店的运营充满激情；(2)培养学生爱岗敬业、吃苦耐劳、求真务实、严谨规范的工作作风，能够锲而不舍地、不厌其烦地追求网店运营技巧；(3)培养学生的团队协作精神,使学生在该课程实训过程中学会与人沟通和协作的方法,并让学生能够深刻认识到一个项目的成功非一己之力，非一日之功就能实现,提高学生的职业素养,提高社会适应能力，发掘学生自主学习、创造性劳动、责任感、效率观念、自我拓展的品质。

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
（1）掌握网店运营策略的制定方法与技巧;（2）掌握网店运营基本原理、网店岗位分析和网店市场分析知识;（3）掌握网店开设与网店选址、配送中心选址与人员雇佣的规则;（4）掌握品类管理的相关策略和流量引入的规则与技巧;（5）掌握财务管理的基本知识。	1.能进行市场调研以及店铺定位 2.能开设网上店铺能进行店铺装修 3.能对网上店铺进行日常管理 4.能进行店铺推广	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。

六、课程设计思路

本课程根据电子商务店铺运营人员所必须具备的运营技能，以培养学生的店铺运营能力培养为目标，以工作过程系统化理念为指导，以教学做一体化为典型特征。本课程的设计链路是：社会需求分析→确定专业→职业分析→典型工作任务→学习领域→学习情境→教学场景设计→教学组织→效果测试。针对市场需求，以大数据为基础，利用电子商务综合实训软件模拟现实中的网店的运营来设计学习情境，以培养电子商务运营能力为核心，进行项目式教学。学生在项目式的学习当中，逐步完成由易至难、渐进复杂的任务，不仅强化了电子商务运营的专业能力，而且学生的团队合作、沟通协调、创业等社会能力得到不断增强，获取数据、分析问题、解决问题的方法能力得以提升。

课程名称	电商运营推广实训（B店）	40 学时		
情境名称	情境描述	**知识点**	**能力点**	**参考学时**
情境一	ITMB 电子商务沙盘概述	了解电子商务沙盘的含义；	利用虚拟启动资金进行店铺开设的相关操作。	4
情境二	数据魔方——商品及关键词数据分析	根据数据魔方的市场数据，制定营销采购经营计划	数据分析与应用的能力	4
情境三	经营流程——开店篇	利用虚拟启动资金进行店铺开设的相关操作。	开店操作的能力，决策是否需要筹备运营 B 店	4

情境四	经营流程——采购篇	分析市场需求数据和供给数据，制定和实施网店采购计划。	能够根据数据魔方数据制定最佳的采购方案	4
情境五	经营流程——推广篇	发布商品，并采用各种推广策略进行网店推广。	熟练运用 SEM 工具提升销量	6
情境六	经营流程——运营篇	进行订单管理，如物流选择、货物出库顺序等。	熟悉订单处理、发货等流程	6
情境七	经营流程——财务篇	制定融资策略，并进行各项财务活动的操作与管理。	学会融资借贷做好资金周转	4
情境八	辅助工具介绍	在店铺运营时需要借助的分析工具。	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
情境九	经营分析	分析市场数据，进行网店运营分析。	复盘总结争取下一次经营的更好	4

五、教学设计

学习情境 1：	ITMB 电子商务沙盘概述	**学时**	4
学习目标： 1.了解电子商务沙盘的含义； 2.理解电子 商务沙盘 的主要任务； 3.初步认识 ITMB 电子商务沙盘。			

学习内容	**教学准备**	**教学地点**
1.企业沙盘模拟训练的发展历史 2.电子商务沙盘的含义 3.学习电子商务沙盘的意义 4.ITMB 电子商务沙盘	1.教学思路：发展历史→沙盘含义→学习意义→沙盘介绍 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.企业沙盘模拟训练的发展历史	介绍沙盘相关历史	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.电子商务沙盘的含义	电子商务沙盘是指能够模拟电子商务企业运营过程的一种工具。		1
3.学习电子商务沙盘的意义	1.3.1 电子商务专业教育随需应变 1.3.2 为什么要学习电子商务沙盘		1
4.ITMB 电子商务沙盘	1.4.1 ITMB 电子商务沙盘介绍 1.4.2 ITMB 电子商务沙盘企业的组织结构 1.4.3 ITMB 电子商务沙盘的学习路径 1.4.4 ITMB 电子商务沙盘得分规则和破产规则		1
课程思政	充分了解电子商务沙盘的含义和特点，明确学习沙盘的目标，具有客观辩证的思维。		
总结整理	1、掌握 ITMB 平台的特点。 2、了解沙盘的历史发展情况。		

学习情境 2：	数据魔方——商品及关键词数据分析	**学时**	4
学习目标： 1.能够对每一期的市场需求数据进行分析，制订营销计划； 2.能够对每一期的市场供给数据进行分析，制订采购计划； 3.通过分析市场需求数据和市场供给数据，制订经营计划			
学习内容	**教学准备**	**教学地点**	

1.产品数据分析 2.市场供给数据分析 3.经营分析	1.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.产品数据分析	（1）第一轮市场需求数据 （2）第二轮市场需求数据 （3）第三轮市场需求数据 （4）第四轮市场需求数据	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.市场供给数据分析	（1）第一轮市场供给数据 （2）第二轮市场供给数据 （3）第三轮市场供给数据 （4）第四轮市场供给数据		1
3.经营分析	（1）第一轮经营分析 （2）第二轮经营分析 （3）第三轮经营分析 （4）第四轮经营分析		1
4.关键词参考指标分析	展现量、点击量、点击率、转化量、转化率、点击花费、平均点击单价、搜索相关性		1
课程思政	掌握数据分析的方法，实事求是，客观		
总结整理	**掌握数据分析的方法，明白各个数据的含义，掌握各项数据如何应用于生产实践**		

学习情境3：	经营流程——开店篇	**学时**	4

学习目标：
1.掌握办公场所设立的操作步骤及应遵循的规则；
2.掌握配送中心设立的操作步骤及应遵循的规则；
3.掌握店铺开设的操作步骤及应遵循的规则；
4.掌握店铺装修的操作步骤及应遵循的规则。

学习内容	教学准备	教学地点
1.办公场所设立 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：办公场所设立→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.办公场所设立的操作步骤及应遵循的规则；	（1）选择办公场所类型 （2）招贤纳士 （3）办公场选择规则	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.配送中心设立的操作步骤及应遵循的规则；	（1）配送中心设立 （2）租赁 （3）改建		1
3.店铺开设及装修的操作步骤及应遵循的规则	1.开设B店 2.筹备B店 3.网店装修		2
课程思政	合理选择店铺开设类型，装修风格符合大众审美		
总结整理	1.掌握办公场所设立的操作步骤及应遵循的规则； 2.掌握配送中心设立的操作步骤及应遵循的规则； 3.掌握店铺开设及装修的操作步骤及应遵循的规则		

学习情境4：	经营流程——采购篇	**学时**	4

<table>
<tr><td colspan="4">学习目标：
1.掌握采购投标的操作步骤及应遵循的规则；
2.掌握商品入库的操作步骤及应遵循的规则。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
<tr><td colspan="2">1、采购投标
2、商品入库</td><td>1.教学思路：采购投标→商品入库
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。</td><td>实训室</td></tr>
<tr><td>教学组织步骤</td><td>教学内容</td><td>教学方法建议</td><td>学时分配</td></tr>
<tr><td>1.采购投标</td><td>（1）供应信息
（2）添加信息
（3）修改/删除信息
（4）投标
（5）商品定位</td><td rowspan="2">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。</td><td>2</td></tr>
<tr><td>2.商品入库</td><td>（1）商品入库
（2）跳过入库
（3）配送中心扩建</td><td>2</td></tr>
<tr><td>课程思政</td><td colspan="3">诚信经营，不卖假冒伪劣产品，定价合理。</td></tr>
<tr><td>总结整理</td><td colspan="3">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。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>学习情境5：</td><td>经营流程——推广篇</td><td>学时</td><td>6</td></tr>
<tr><td colspan="4">学习目标：
1.掌握发布商品的相关操作步骤及应遵循的规则；
2.掌握SEO优化、SEM推广、SEM管理的操作步骤及应遵循的规则；
3.掌握团购、秒杀、套餐、促销的相关操作步骤及应遵循的规则；
4.掌握站外推广的相关操作步骤及应遵循的规则。</td></tr>
<tr><td colspan="2">学习内容</td><td>教学准备</td><td>教学地点</td></tr>
</table>

1、发布商品 2.SEO 优化 3.SEM 推广 4.SEM 管理 5.团购 6.秒杀 7.套餐 8.促销	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
1.发布商品	（1）发布新商品步骤 （2）发布商品规则	任务驱动法 情景教学法	2
2.SEO 优化推广	（1）SEO 的含义 （2）SEO 规则 （3）SEO 优化步骤		2
3.团购、秒杀、套餐、促销	（1）团购设置 （2）秒杀设置 （3）套餐设置 （4）促销设置		2
课程思政	做推广要记住不能夸大产品功能，实事求是进行宣传。		
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：	经营流程——运营篇	**学时**	6
学习目标： 1.掌握订单分发的相关操作步骤及应遵循的规则； 2.掌握物流选择的相关操作步骤及应遵循的规则； 3.掌握货物出库的相关操作步骤及应遵循的规则；			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**

1、订单分发 2、物流选择 3、货物出库	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
订单分发	（1）订单分发的含义 （2）订单分发的规则	案例演示法 信息化教学法 自主学习法	2
物流选择	（1）物流选择的含义 （2）物流选择的规则		2
货物出库	（1）货物出库的含义 （2）货物出库的规则		2
课程思政	订单处理要求具有严谨的态度,要真实发货不可发空包,不可延迟发货。		
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：	经营流程——财务篇	**学时**	4
学习目标： 1.理解各个财务专用名词的含义； 2.掌握各项财务项目的支付规则和流程。			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**

1 应收账款/应付账款 6. 短贷/还本付息 7. 支付工资 4. 支付相关费用		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. 理解各个专有名词的含义	1 应收账款/应付账款 2. 短贷/还本付息 3.支付工资 4. 支付相关费用	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	**2**
2.掌握各项财务项目的支付规则和流程。	（1）短贷的规则 （2）支付工资的规则 （3）支付相关费用的规则		**2**
课程思政	借贷金融应小心使用，不可超额借贷，小心资金链断裂		
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：	辅助工具介绍	**学时**	4
学习目标： 1. 理解各类辅助工具的作用； 2. 掌握各类辅助工具的使用方法。			
学习内容		**教学准备**	**教学地点**
1. 对店铺进行管理 2. 员工管理 3. 库存管理		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. 对店铺进行管理	检查店铺前后端页面	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	2
2.员工管理和库存管理	对店铺运营情况、员工产出及库存情况分析		2
课程思政	店铺日常管理要有不厌其烦的态度，对店铺里的所有事项一一进行细致的管理。		
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：	**经营分析**	**学时**	4
学习目标： 1. 理解各类经营分析工具的作用； 2. 掌握各类经营分析工具的使用方法。			
学习内容	**教学准备**		**教学地点**
1. 现金流量表 2. 财务报表 3. 市场占有率	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。		实训室
教学组织步骤	**教学内容**	**教学方法建议**	**学时分配**
1.现金流量表和财务报表	网店财务状况分析	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	2
2.市场占有率分析	网店市场占有率分析		2

课程思政	做经营分析要具有严谨的态度，对数据力求准确，不弄虚作假。
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.了解电子商务沙盘的含义； 2.理解电子 商务沙盘 的主要任务； 3.初步认识ITMB电子商务沙盘。	能够根据网络市场调研完成网店筹备各项工作	项目任务考核	10
情境 2	1.能够对每一期的市场需求数据进行分析，制订营销计划； 2.能够对每一期的市场供给数据进行分析，制订采购计划； 3.通过分析市场需求数据和市场供给数据，制订经营计划	能够依据网店运营计划及目标，开设网店并进行装修	项目任务考核	12
情境 3	1.掌握办公场所设立的操作步骤及应遵循的规则； 2.掌握配送中心设立的操作步骤及应遵循的规则； 3.掌握店铺开设的操作步骤及应遵循的规则； 4.掌握店铺装修的操	能够完成办公场所的设立及人员招聘	项目任务考核	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		
	作步骤及应遵循的规则。			
情境 4	1.掌握采购投标的操作步骤及应遵循的规则； 2.掌握商品入库的操作步骤及应遵循的规则。	能够有效投标并采购成功商品并入库	项目任务考核	12
情境 5	1.掌握发布商品的相关操作步骤及应遵循的规则； 2.掌握 SEO 优化、SEM 推广、SEM 管理的操作步骤及应遵循的规则； 3.掌握团购、秒杀、套餐、促销的相关操作步骤及应遵循的规则； 4.掌握站外推广的相关操作步骤及应遵循的规则。	能够设置多种多样的促销方式，做好 SEO 关键词优化和 SEM 推广	项目任务考核	14
情境 6	1.掌握订单分发的相关操作步骤及应遵循的规则； 2.掌握物流选择的相关操作步骤及应遵循的规则； 3.掌握货物出库的相关操作步骤及应遵循的规则；	能够掌握订单分发规则，掌握物流方式选择，做好货物出库	项目任务考核	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		
情境7	1.理解各个财务专用名词的含义； 2.掌握各项财务项目的支付规则和流程。	能够理解各个财务词汇的含义，掌握各个财务流程	项目任务考核	12
情境8	1.理解各类辅助工具的作用； 2.掌握各类辅助工具的使用方法。	熟悉各类辅助工具的使用	项目任务考核	8
情境9	1.理解各类经营分析工具的作用； 2.掌握各类经营分析工具的使用方法。	能够进行网店运营各项目的合理预算，编制网店财务报表	项目任务考核	8
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

《网店运营实务》，白东蕊主编，人民邮电出版社，2024 年 01 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.Bhinaz.Bom/站长之家

【2】http://www.newhua.Bom/牛华网

【3】http://www.teBhweb.Bom.Bn/技术网页

【4】http://www.51Bto.Bom/ 51BTO

【5】http://www.ebrun.Bom/ 亿邦动力

【6】http://www.iheima.Bom/ I 黑马

【7】http://www.enet.Bom.Bn/enews/ 硅谷动力

【8】http://www.it168.Bom/ IT168

【9】http://www.iresearBh.Bn/ 艾瑞网

【10】http://www.100eB.Bn/ 中国电子商务研究中心

【11】http://www.BnniB.net.Bn/ 中国互联网信息中心

【12】 http://京东大学.Bom/

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：周才媛、巢秋菊、倪国章、陆惠欣、王柳婷、郑敏榕、李晓君

3.审核：高进锋

4.时间：2025 年 2 月 20 日