



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： 2024 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	28
《商务数据分析与应用》课程标准	42
《商品摄影技术》课程标准	56
《电商新媒体运营》课程标准	74
《农产品市场营销》课程标准	93
《美工设计与网店装修》课程标准	113
《网店运营实务》课程标准	154
《短视频策划与制作》课程标准	181
《网店客服》课程标准	212
《商务礼仪与沟通》课程标准	227

《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】24 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；

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
		11. 具有坚强的意志和一定的创新精神； 12. 懂得感恩和回馈社会； 13. 具有良好的团队协作精神和自我管理意识； 14. 具有健康的体魄； 15. 和谐的人际关系； 16. 终身学习的意识； 17 具有爱岗敬业和奉献精神。

(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；	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

		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；	4. 学习型组织理论。	
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. 组织及组织的含义、特点及影响因素。	1. 组织的结构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	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	6

		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；	的因素和提高沟通效果的方法。	
情境六	控制职能	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. 控制的各種类型；	1. 管理控制的一般过程和要求； 2. 控制的技术和方法。	4

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

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。

学习内容		教学准备	教学地点
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		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
管理理论的形成 和发展	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	理论讲授；案例教学；网上模拟实训教学。	4
总结整理	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。		

学习情境三：	计划职能	学时	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。			
学习内容		教学准备	教学地点
模块一 决策认知 模块二 计划认知		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； 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。	单元小测	20%
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	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	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		
	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。	能的重要性； 4. 现代计划的主要方法； 5. 目标管理制定过程。		
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. 组织的结构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。	单元小测	15%
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	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%

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		
	其他管理职能间的关系； 3. 控制的各种类型。			
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，拥有高等学校教师资格证、有较高的课堂组织能力、课程设计（开发）及教科研能力。课程要求实行 1:1 教学，即由一位专职教师和一位校外兼职教师共同完成教学任务。

专职教师：具有一定的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，具备较强的专业技能，熟悉工作流程，热心教育，能胜任市场营销专业一体化课程教学任务及指导学生实习实训。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室开发。
2. 执笔：郑敏榕
3. 审核：邹小焱
4. 时间：2024 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】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

《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
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》等	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
-------	-------	----------

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

(二) 职业能力目标

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

四、课程设计思路

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

情境四	电子商务开店模块	1. 网上开店基本流程； 2. 开店模式的选择； 3. 开店平台的选择； 4. 京东开店。	1. 网上开店的基本流程； 2. 网上开店需要准备的事项； 3. 绘制出网上开店的流程图。	8
情境五	电子商务页面编辑模块	1. HBuilderX 软件安装及常用操作； 2. HTML 语法及网店装修常用标签； 3. PC 端首页装修； 4. App 端首页装修。	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. 能够分析顾客的消费心理，丰富语言	4

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

五、教学设计

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

六、考核标准与方式

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

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

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

七、学习资源的选用

（一）主要参考教材

《电子商务实务》，主编：陈红、高进锋，出版社：北京理工大学出版社，

2021 年出版，版本：第 2 版。

(二) 其他参考资料

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

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

(三) 网络资源

- 1、易观国际：<http://www.analysys.com.cn>
- 2、易观智库：易观一大数据分析
- 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—营销者的信息中心数据极其丰富
- 14、艾瑞电商：<http://www.ec-china.com.cn>
- 15、益派咨询——互联网-新媒体：<http://epanel.cn/cn/hysj2...>
- 16、DCCI 互联网数据中心：DCCI 互联网数据中心 洞察网络
- 17、CNNIC：中国互联网络信息中心
- 18、comscore 数据中心：Precisely Everywhere...
- 19、风险投资：[http://chinaventure.com.cn/...](http://chinaventure.com.cn/)

八、课程资源的开发与利用

(一) 合作开发

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

（二）师资队伍

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

九、其它说明

1. 本课程标准由电商教研室与电商企业合作开发。
2. 执笔：曾航娣、王柳婷
3. 审核：邹小焱
4. 时间：2024 年 8 月 25 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】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

《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
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》等	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
-------	-------	----------

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

(二) 职业能力目标

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

四、课程设计思路

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

情境四	电子商务开店模块	5. 网上开店基本流程; 6. 开店模式的选择; 7. 开店平台的选择; 8. 京东开店。	4. 网上开店的基本流程; 5. 网上开店需要准备的事项; 6. 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	5. HBuilderX 软件安装及常用操作; 6. HTML 语法及网店装修常用标签; 7. PC 端首页装修; 8. App 端首页装修。	8. HBuilderX 软件的下载及安装; 9. HBuilderX 软件界面认知; 10. HBuilderX 软件常用操作; 11. 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	6. 认识电子支付; 7. 第三方支付平台与 3. 移动支付。	5. 电子支付的相关知识; 6. 电子支付工具; 7. 使用电子支付, 网上购物; 8. 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。 8. 掌握网店客服应具备的操作技能; 9. 能够分析顾客的消费心理, 丰富语言	4

			表达能力； 10. 具备良好的心理素质及应变能力。	
情境九	营销手段及推广	4. 电子商务营销推广概述； 5. 电子商务平台内营销推广； 6. 新媒体平台营销推广。	5. 了解电子商务营销的特点和发展趋势； 6. 能够熟练运用操作平台内活动进行营销； 7. 熟悉新媒体平台营销推广的相关知识； 8. 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	5. 领域前沿； 6. 技术前沿； 7. 模式前沿； 8. 电商时代。	4. 熟练应用分析电商领域前沿的方法； 5. 我分析电商领域前沿的思路； 6. 熟练应用电商前沿技术。	4

五、教学设计

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

六、考核标准与方式

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

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
	展新模式	技能；		
情境 3	1. 理解网络概念与网络拓扑结构 2. 理解 IP 的意义与分类 3. 理解域名的意义与分类	1. 能绘制简单的网络拓扑结构 2. IP 地址分类 3. 能为相关网站进行域名申请	单元小测	10%
情境 4	1. 理解网络营销概念 2. 掌握网络营销产品策略 3. 掌握网络营销价格策略 4. 掌握网络营销渠道策略 5. 掌握网络营销促销策略 6. 掌握搜索引擎营销 7. 掌握微信、微博营销	1. 制定网络营销产品策略 2. 制定网络营销价格策略 3. 制定网络营销渠道策略 4. 制定网络营销促销策略 5. 运用搜索引擎营销推广网店 6. 能有效运用微信推广手电 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. 理解电子商务安全交易协议。	1. 掌握电子商务安全交易操作技能； 2. 掌握数字证书的申请应用技能； 3. 掌握安全电子邮件配置操作技能。	单元小测	10%
情境 6	5. 了解电子商务安全基本概念； 6. 了解电子商务交易安全需求； 7. 熟悉电子商务，	5. 掌握防火墙设置； 6. 掌握一两种加密算法； 7. 掌握密码设置技巧； 8. 掌握电子商务交易安	单元小测	10%

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

七、学习资源的选用

(一) 主要参考教材

《电子商务实务》，主编：陈红、高进锋，出版社：北京理工大学出版社，

2021 年出版，版本：第 2 版。

（二）其他参考资料

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

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

（三）网络资源

- 1、易观国际：<http://www.analysys.com.cn>
- 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
- 尼尔森报告：<http://cn.nielsen.com/site...>
- 华瑞网标：<http://www.cr-nielsen.com/>
- 25、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
- 26、MBA 智库：MBA 智库——经管类专业学习成长平台
- 27、comscore：Precisely Everywhere
- 28、计世资讯：<http://www.ccwresearch.com.cn>
- 29、缔元信：【友盟+】全球领先的第三方全域大数据服务提供商
- 30、正望咨询：<http://www.iaskchina.cn/>
- 31、梅花网：梅花网—营销者的信息中心数据极其丰富
- 32、艾瑞电商：<http://www.ec-china.com.cn>
- 33、益派咨询—互联网-新媒体：<http://epanel.cn/cn/hysj2...>
- 34、DCCI 互联网数据中心：DCCI 互联网数据中心 洞察网络
- 35、CNNIC：中国互联网络信息中心
- 36、comscore 数据中心：Precisely Everywhere...
- 37、风险投资：[http://chinaventure.com.cn/...](http://chinaventure.com.cn/)

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

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

（二）师资队伍

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

九、其它说明

1. 本课程标准由电商教研室与电商企业合作开发。
2. 执笔：曾航娣、王柳婷
3. 审核：邹小焱
4. 时间：2024 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 2 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】2024 级电子商务专业群

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

《商务数据分析与应用》是电子商务专业的一门重要的专业技能课。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
<p>（1）理解商务数据分析的意义、作用及一般流程；</p> <p>（2）掌握商务数据分析的常用分析模型与常用分析方法；</p> <p>（3）掌握店铺信息、销售情况信息、买家购买情况、采购成本、库存数据、商品统计、对手和行书数据、市场预测分析的内容、方法、工具与流程。</p>	<p>（1）能够严格遵循业务规范，实施基本的商务数据分析，根据现有运营数据进行销售、推广、员工绩效分析，支持企业数据化运营；</p> <p>（2）能够运用多种信息渠道和工具，有针对性地收集、管理各类数据，支持企业战略目标制定与改进；</p> <p>（3）能够根据现有客户数据进行客户画像、客户细分和价值分析，开展精准营销。</p>	<p>（1）具备基本的职业道德，遵守个人隐私、数据保护等法律法规；</p> <p>（2）具备熟练的计算机与网络应用能力；</p> <p>（3）树立正确的商业价值观，坚持正确的道德观，坚持以人为本的商业思路；</p> <p>（4）具备良好的沟通能力与团队意识，养成自主学习的习惯。</p>

（二）职业能力目标

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

四、课程设计

课程名称	商务数据分析与应用	计划总学时	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	推广数据分析、销售	了解流量来源分	掌握流量来源	6

	析与可视化	数据分析	析、关键词推广分析、销售数据分析	分析、关键词推广分析、销售数据分析方法	
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	2

		进行说明。	
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
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
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

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； 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
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
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
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
总结整理	流量来源分析、关键词推广分析 流量分析、转化分析、吸引新客户能力分析 站内内容运营，站外内容运营分析		
学习情境 9:	运营数据分析与可视化 3(销售数据分析)	学时	2
学习目标： 了解交易数据分析、服务数据分析 交易数据分析、服务数据分析			
学习内容		教学准备	教学地点
了解交易数据分析、服务数据分析 交易数据分析、服务数据分析		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

1	了解交易数据分析、服务数据分析 交易数据分析、服务数据分析	(1) 由浅入深, 以案例引入理论知识, 并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示; (2) 分小点讲解理论知识, 并用大量案例进行说明。	2
总结整理		交易数据分析、服务数据分析	
学习情境 10:	运营数据分析与可视化 4 (采购、物流、库存数据分析)	学时	2
学习目标: 了解供应链的概念、采购 5R 原则、需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析 能制作需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析			
学习内容		教学准备	教学地点
了解供应链的概念、采购 5R 原则、需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析 能制作需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析		1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	了解供应链的概念、采购 5R 原则、需求预测柱形图、物流时效分析、库存数据分析	(1) 由浅入深, 以案例引入理论知识, 并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示; (2) 分小点讲解理论知识, 并用大量案例进行说明。	2
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
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

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%
情境 11	了解产品获客能力、产品结构分析、SKU	熟悉产品获客能力、产品结构分析、SKU 分析	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		
	分析			
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。校外实训基地的专家作为学校的专业建设指导委员会委员，参与专业建设、人才培养方案的制定、专业技术讲座等教学环节的工作。实训基地的技术骨干可作为学校的兼职老师，为学校的教学尤其是实践教学提供指导服务。校外实训基地承担学校教师的挂职锻炼的指导任务，培养教师的双师素质。

（二）师资队伍

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

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与京东物流合作开发。
2. 执笔：程春玲
3. 审核：邹小焱
4. 时间：2025 年 1 月 28 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
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、影响构图的因素等）	（1）专业能力 使学生知道数码相机的选购、基本操作，能正确使用数码相机进行摄影。 使学生学会室内静物拍摄、室内灯光产品拍摄、室外静物拍摄、人物肖像拍摄、风光拍摄等摄影技术。 学生通过摄影实践，掌握一些基本的摄影技巧，针对专业特点和要求，使学生能够拍摄出符合专业要求的作品。 当代摄影的新技术、新技巧，具备摄影的观察能力、思维能力、表现能力及与摄影相关岗位的摄影综合能力。 （2）社会能力 树立创意设计工作的职业观，具有良好的合作意识和协调组织能力。 了解摄影的学习方法和任务，能够正确的理解工作任务，并且克服困难去完成工作任务。 具有健全的人格修养和行为规范，培养艺术情操，养成良好的性格与兴趣爱好。	培养学生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、积极承担不同角色的能力。

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
室内棚拍（布景、布光等）	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。	

（二）职业能力目标

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

四、课程设计思路

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

		技巧	用。 2. 掌握基本的构图方法，并能运用到网店商品拍摄中。	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. 能够根据需要表现鞋子区域的不同，	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	2

			灵活调整对焦点覆盖的位置。	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,并根据需要增减反射光。	能够准确控制焦点的位置,熟练使用手动对焦	2

情境八	数码产品类商品的拍摄	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: 拍摄休闲小食	1. 掌握适合拍摄特色美食的布光方法。	在美食造型方面要有所突	2

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

五、教学设计

学习情境 1:	认识摄影	学时	4
学习目标: 1. 学会选择合适的相机与镜头,根据需要搭配镜头组合。 2. 理解自动对焦与手动对焦的区别,并能根据实际需要进行选择。 3. 学会控制光圈、快门、感光度和曝光参数。 4. 理解两种常用的曝光模式。 5. 理解并能运用曝光补偿功能。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 相机和镜头的分类。 2. 两种不同对焦模式:自动和手动对焦。 3. 光圈、快门、感光度和曝光参数。 4. 两种常用的曝光模式。 5. 曝光补偿功能。		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	商品摄影实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 复习上节课内容—— 讲解本节重点—— 教师学生互动—— 学生交流—— 小结课程内容	1. 相机和镜头的分类。 2. 两种不同对焦模式:自动和手动对焦。 3. 光圈、快门、感光度和曝光参数。 4. 两种常用的曝光模式。 5. 曝光补偿功能。	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训设备等教学手段,以期实现教学目标	4
课程思政	能够选择合适的相机与镜头满足拍摄需要,了解网店商品摄影师和商品拍摄的基本要求,清楚行业规范,坚守职业道德		

总结整理	此情境十学生第一次接触这门课程,大多数同学对于商品摄影所用设备并没有一个清晰的认识,本情境的主要目的就是使学生能掌握基本的设备操作理论。为接下来的学习和操作打好基础。		
学习情境 2:	电商摄影概述	学时	4
学习目标: 1. 了解网店商品摄影师的基本要求。 2. 掌握网店商品照片的基本要求。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 电商平台产品摄影图片的选择标准(审美) 2. 宝贝主图、Banner 图制作标准 3. 电子商务美工岗位认知和技能要求		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	商品摄影实训室
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
学习通签到—— 复习上节课内容—— 讲解本节重点—— 教师学生互动—— 学生交流—— 小结课程内容	1. 电商平台产品摄影图片的选择标准(审美) 2. 宝贝主图、Banner 图制作标准 3. 电子商务美工岗位认知和技能要求	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训设备等教学手段,以期实现教学目标	4
课程思政	能够选择合适的相机与镜头满足拍摄需要,了解网店商品摄影师和商品拍摄的基本要求,清楚行业规范,坚守职业道德		
总结整理	此情境的学习要求学生在前期已掌握了完成学习任务的基本技能的基础上,掌握电商平台不同模块图片拍摄的要点。		
学习情境 3:	商品拍摄的构图与用光技巧	学时	6
学习目标: 1. 理解取景方位的变化,并学会灵活运用。 2. 掌握基本的构图方法,并能运用到网店商品拍摄中。 3. 对人造光与自然光有基本的认识。 4. 理解两种不同的光源对画面光影的影响,并学会灵活运用。 5. 掌握拍摄不同材质商品时的用光技巧。			
学习内容		教学准备	教学地点

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

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

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

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

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

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

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

六、考核标准与方式

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

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

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

七、学习资源的选用（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://www.xitek.com/>色影无忌

<https://fotomen.cn/>摄影之友

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

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

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

（二）师资队伍

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

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、周才媛
3. 审核：邹小焱
4. 时间： 2024 年 8 月 24 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 2 学期

【学时/学分数】64 学时/4 学分

【课程类型】专业课

【授课对象】电子商务专业

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

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

（二）课程任务

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

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	电子商务实务、电商经营方法与技能（C 店）+（B 店）	培养学生对电商运营岗位工作中涉及的数据基础知识，为后期数据分析课程奠定基础
本课程	电商新媒体运营	培养学生对新媒体运营分析的能力

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

（二）职业能力目标

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

四、课程设计思路

课程名称	电商新媒体运营	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	新媒体运营 认知	子情境 1-1: 新媒体运营认知 子情境 1-2: 新媒体运营概述	了解新媒体与 新媒体的概念, 新媒体运营的 模块,理解新媒 体与传统媒体 的关系。	熟悉新媒体图 片处理技能、 图文排版技 能、H5 动画制 作技能、短视 频制作技能。	4
情境二	新媒体运营 者	子情境 2-1: 新媒体运营者的基本素养 子情境 2-2: 新媒体运营者的岗位职责和职业发展	知道如何精准地把握关键点; 熟悉新媒体运营者的岗位职责; 了解新媒体运营者的职业发展。	能够识别目标用户; 能够正确进行新媒体运营的创意策划。	4
情境三	新媒体运营 与营销	子情境 3-1: 新媒体运营与营销的基础知识 子情境 3-2: 新媒体运营与营销的方式	了解新媒体运营与营销的目标; 掌握新媒体运营与营销平台搭建的方式; 熟悉新媒体运营与营销的资源有哪些。	能够运用新媒体运营与营销的内容吸引用户; 能够运用新媒体运营与营销的方法解决具体问题。	6
情境四	新媒体运营 与大数据	子情境 4-1: 新媒体运营与大数据的基础知识 子情境 4-2: 大数据对新媒体运营的影响	了解新媒体运营与大数据的基础知识; 熟悉大数据对新媒体运营的影响。	能够运用新媒体知识与大数据分析问题和解决问题; 掌握程序化购买的实现方式与基本流程。	4
情境五	新媒体运营的常用技能	子情境 5-1: 新媒体图片与文字处理 子情境 5-2: 新媒体音频与视频的处理 子情境 5-3: 新媒体 H5 的制作技能 子情境 5-4: 二维码的生成与美化	掌握新媒体图片与文字处理技能; 掌握常用新媒体音频与视频的处理技能; 掌握新媒体 H5 的制作技能及	能够灵活运用新媒体运营的常用技能; 能够运用新媒体运营的常用技能解决实际运营中的问题。	8

			运营技巧。		
情境六	新媒体用户、内容、活动运营	子情境 6-1: 新媒体用户运营 子情境 6-2: 新媒体内容运营 子情境 6-3: 新媒体活动运营	了解新媒体用户运营、内容运营、活动运营的基础知识。	掌握用户运营基础知识、内容运营核心环节、活动运营的主要步骤。	6
情境七	微信公众号的运营与推广	子情境 7-1: 微信公众号的账号管理 子情境 7-2: 微信公众号的用户运营 子情境 7-3: 微信公众号的内容运营 子情境 7-4: 微信公众号的活动运营	了解并熟悉微信公众号运营与管理基本方法。	掌握微信公众号内容的创作和误区, 微信公众号活动的类型、策划和运营策略。	8
情境八	微博的运营与推广	子情境 8-1: 微博账号的管理 子情境 8-2: 微博用户的运营 子情境 8-3: 微博内容的运营 子情境 8-4: 微博活动的运营	熟悉微博运营与推广的基本知识和方法。	掌握微博用户群体的定位、微博“粉丝”, 微博内容的定位、创作和传播, 微博活动的常见形式、策划和运营策略。	8
情境九	短视频的运营与推广	子情境 9-1: 短视频的基础知识 子情境 9-2: 短视频的创作 子情境 9-3: 短视频的推广	了解短视频的概念、分类和盈利模式。	熟悉并掌握短视频的创作和推广。	6
情境十	H5 的运营与推广	子情境 10-1: H5 的基础知识 子情境 10-2: H5 的制作 子情境 10-3: H5 的内容创作和推广	了解 H5 的概念、特性、优势。	掌握 H5 的制作, H5 内容创作的关键点、技巧, H5 的推广。	6
情境十一	二维码的生	子情境 11-1: PC 端二	了解二维码的	熟悉并掌握用	4

	成与美化	维码生成与美化 子情境 11-2: 移动端 二维码生成与美化子 情境 11-3: 活码的创 建和美化	生成、美化	草料生成和美 化二维码, 活 码的创建和美 化	
--	------	--	-------	----------------------------------	--

五、教学设计

学习情境 1:	新媒体运营认知	学时	4
学习目标:			
1. 了解新媒体的基础知识。			
2. 理解新媒体与传统媒体的关系。			
3. 了解新媒体运营的发展。			
4. 能够运用新媒体的概念分析问题。			
5. 能够正确运用新媒体运营的知识分析问题、解决问题。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 了解新媒体与新媒体的概念, 新媒体运营的模块;		1. 教学分组;	多媒体教室+机房
2. 理解新媒体与传统媒体的关系;			
3. 熟悉新媒体图片处理技能、图文排版技能、H5 动画制作技能、短视频制作技能。			
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 介绍新媒体运营的基本概念、产生背景以及功能特点, 使学生对新媒体运营有一个初步的认识;(2) 介绍新媒体运营人员的必备素质, 新媒体运营与推广的常用思维和策略;	(1) 由浅入深, 以案例引入理论知识, 并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示;(2) 分小点讲解理论知识, 并用大量案例进行说明。	2
2	(3) 讲解新媒体图片处理技能、图文排版技能、H5 动画制作技能、短视频制作技能		2
课程思政			新媒体的影响力非常大, 学生需要意识到自己在操作和管理平台时, 肩负着传播信息的责任。课程中可以通过案例分析、道德讨论等方式, 帮助学生认识到虚假信息、网络暴力等不良行为的危害, 并引导他们做到传播真实、正义的信息。

总结整理	1、了解新媒体运营与推广的基础知识。 2、学会正确运用新媒体运营的知识分析问题、解决问题
------	---

学习情境 2:	新媒体运营者	学时	4
学习目标： 1. 知道如何精准地把我关键点。 2. 熟悉新媒体运营者的岗位职责。 3. 了解新媒体运营者的职业发展。 4. 能够识别目标用户。 5. 能够正确进行新媒体运营的创意策划。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 知道如何精准地把我关键点。 2. 熟悉新媒体运营者的岗位职责。 3. 了解新媒体运营者的职业发展。		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	多媒体教室+机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 介绍新媒体运营者的基本素养，包括精准把握关键点的能力、准确识别、定位目标用户的能力、较强的数据分析能力、策划和创意能力；	(1) 通过案例导入本章学习；(2) 在讲解理论基础的同时大量图例进行说明。	2
2	(2) 讲解新媒体运营者的岗位职责和职业发展。		2
课程思政	新媒体运营者不仅仅是内容的传播者，更是社会价值的传递者和塑造者。课程思政要帮助学生认识到，新媒体不仅是商业工具，更是影响舆论、塑造社会观念的重要渠道。作为未来的运营者，他们的言行会直接影响社会风气、网络环境和公众认知。因此，思政教育要强化学生的责任感，鼓励他们在新媒体平台上传播健康、积极、真实的信息，避免传播虚假消息或低俗内容。		
总结整理	1、了解新媒体运营者的基本素养。 2、掌握新媒体运营者的岗位职责和职业发展。		

学习情境 3:	新媒体运营与营销	学时	6
学习目标: 1. 了解新媒体运营与营销的目标。 2. 掌握新媒体运营与营销平台搭建的方式。 3. 熟悉新媒体运营与营销的资源有哪些。			
学习内容		教学准备	教学地点
熟悉新媒体运营与营销的平台搭建, 新媒体运营与营销的内容, 新媒体运营与营销的用户		1. 教学分组; 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 录制微课; 5. 明确任务。	多媒体教室+机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	介绍新媒体运营与营销的基础知识, 包括新媒体运营与营销的目标、平台搭建、内容、用户、资源;	(1) 通过案例导入本章学习内容;(2) 通过案例来讲解理论知识, 让学员能对所学理论知识学以致用。	3
2	讲解不同的新媒体运营与营销的方式, 企业媒体营销、内容营销、微博营销、APP 运营、多元运营、植入营销、病毒营销;		3
课程思政	新媒体的快速发展意味着运营者面临着众多挑战和机遇。课程思政要帮助学生树立创新意识和批判性思维, 使他们能够在新媒体环境下审时度势, 推动社会进步和公共讨论。例如, 可以通过思政课程引导学生关注社会热点问题, 分析社会矛盾, 提出建设性的意见和解决方案。		
总结整理	1、学会媒体运营与营销的基础知识。 2、学会运用新媒体运营与营销的方法解决具体问题。		

学习情境 4:	新媒体运营与大数据	学时	4
----------------	-----------	-----------	---

学习目标：

1. 掌握新媒体运营与大数据的基础知识。
2. 熟悉大数据对新媒体运营的影响。
3. 了解程序化广告的新方向。

学习内容		教学准备	教学地点
新媒体运营与大数据的关系，新媒体运营的数据处理体系，大数据与新媒体的内容运营，程序化广告。		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	多媒体教室+机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 介绍新媒体运营与大数据的关系；(2) 讲解新媒体运营的数据处理体系；大数据与新媒体的内容运营；	(1) 通过案例导入本章所学知识；(2) 内容由浅及深，从如何界定竞争对手到如何对竞争对手进行分析。	2
2	(3) 讲解大数据对新媒体运营的影响；(4) 介绍数据与消费者的模式、大数据与新媒体的传播、大数据与新媒体的产品。		2
课程思政	在新媒体运营中，大数据的使用不仅能够提升运营效率和用户体验，还可能涉及到隐私保护、数据安全等伦理问题。课程思政应帮助学生认识到，在使用大数据的过程中，不仅要关注数据的商业价值，更要遵守伦理底线，尊重用户隐私，避免滥用数据。学生应了解个人数据保护法律法规，思考如何平衡数据利用与隐私保护之间的关系，遵守行业规范，传播正能量，避免数据被用来制造误导或伤害。		
总结整理	1、掌握掌握新媒体运营与大数据的基础知识。 2、学会运用新媒体知识与大数据分析问题和解决问题。		

学习情境 5:	新媒体运营的常用技能	学时	8
---------	------------	----	---

学习目标：			
1. 掌握新媒体图片与文字处理技能。			
2. 掌握常用新媒体音频与视频的处理技能。			
3. 掌握新媒体 H5 的制作技能及运营技巧。			
学习内容		教学准备	教学地点
新媒体图片与文字处理，新媒体音频与视频的处理，新媒体 H5 的制作技能，二维码的生成与美化。		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	介绍新媒体图片与文字处；新媒体音频与视频的处理；	由浅入深，以案例引入理论知识，并在讲解过程中配合实际操作方法及界面演示；	4
2	介绍 H5 的页面设计；二维码的生成与美化。		4
课程思政	新媒体运营中的营销策略主要涉及内容的推广、品牌传播和用户转化等。课程思政可以通过讨论如何在商业运营中实现社会效益，避免单纯的盈利驱动，帮助学生树立正确的价值观。 <ul style="list-style-type: none">营销与社会责任：在进行营销活动时，强调以社会效益为导向，而不是单纯追求短期经济利益。例如，推崇绿色营销、公益广告等方式，引导学生如何通过营销活动推动社会可持续发展。倡导企业社会责任：通过教学，引导学生认识到企业在做新媒体运营时，不仅要关注自身利益，还要履行社会责任，为社会创造更多的积极价值。		
总结整理	1、能够灵活运用新媒体运营的常用技能。 2、掌握运用新媒体运营的常用技能解决实际运营中的问题。		

学习情境 6:	新媒体用户、内容、活动运营	学时	6
---------	---------------	----	---

学习目标：			
1. 了解并熟悉用户运营、内容运营、活动运营基础知识；			
2. 掌握用户“拉新”的常用方法和技巧；			
3. 熟悉内容运营的核心环节；			
4. 熟悉活动运营的主要步骤。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 用户运营的工作内容，用户的定位，用户的拉新、留存和促活； 2. 内容的定位，内容的搜集和整理，内容的创作，内容的发布与传播； 3. 活动的准备，活动的策划，活动的执行，活动的总结		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	介绍用户运营的工作内容，用户的定位，用户的拉新、留存和促活；	(1) 通过案例引出本章所介绍的相关知识；(2) 具体讲解用户运营、活动运营、内容运营的概念、工作内容，让学生掌握基础知识；	2
2	讲解内容的定位，内容的搜集和整理，内容的创作，内容的发布与传播；		2
3	讲解活动的准备，活动的策划，活动的执行，活动的总结。		2
课程思政	新媒体运营的核心之一是内容创作。课程思政可以引导学生树立正确的内容创作理念，强调内容创作不仅要具备创意和吸引力，更要遵循社会伦理和道德标准，传递正能量，弘扬社会主义核心价值观。 <ul style="list-style-type: none">• 技术融合：学生可以学习如何利用大数据、用户分析工具，了解受众需求，同时关注创作内容的社会影响，避免制造低俗、暴力、虚假内容。• 案例教学：通过分析一些成功的正能量内容创作案例，如公益传播、环保倡导、社会责任等，引导学生认识到内容创作背后的社会责任。		
总结整理	1、掌握用户“拉新”的常用方法和技巧； 2、熟悉内容运营的核心环节； 3、熟悉活动运营的主要步骤。		

学习情境 7:	微信公众号的运营与推广	学时	8
学习目标： 1. 熟悉微信公众号的账号管理； 2. 掌握微信公众号的用户运营； 3. 掌握微信公众号的内容运营； 4. 掌握微信公众号的活动运营。			
学习内容		教学准备	教学地点
微信公众号的账号管理，微信公众号的用户运营，微信公众号的内容运营，微信公众号的活动运营。		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 介绍微信公众号类型的选择、名称、头像、二维码的设置； (2) 讲解微信公众号的用户群体定位、构建微信公众号的用户画像、“增粉”的技巧、“粉丝”运营的误区等；	(1) 采用理论加案例的方法进行讲解，引导学生快速熟悉并掌握相关知识；(2) 通过课堂讨论提出问题，活跃课堂气氛并激发学员的学习兴趣； (3) 对于重点内容进行着重讲解	4
2	(3) 介绍微信公众号内容运营概述、内容的创作、内容运营的误区；(4) 讲解微信公众号活动的类型、活动的策划、活动运营的策略。		4
课程思政	社交媒体平台管理包括账号运营、互动管理、粉丝维护等内容。课程思政可以帮助学生理解新媒体平台在社会舆论中的作用，培养学生引导舆论、维护网络秩序的能力。 <ul style="list-style-type: none">网络舆论引导：通过新媒体平台的运营，引导学生如何正确处理负面舆论、抵制网络暴力和谣言，营造健康、和谐的网络空间，避免社会情绪的过度煽动和误导。批判性思维：通过对不良舆论的分析，引导学生形成批判性思维，增强其辨别信息真伪的能力，抵制有害信息的传播。		

总结整理	1、学会微信公众号的账号管理。 2、学会微信公众号内容的创作、活动运营。
------	---

学习情境 8：	微博的运营与推		学时	8
学习目标： 1. 熟悉微博账号的管理； 2. 掌握微博用户的运营； 3. 掌握微博内容的运营； 4. 掌握微博活动的运营。				
学习内容		教学准备		教学地点
微博账号的管理，微博用户的运营，掌握微博内容的运营，掌握微博活动的运营		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。		机房
教学组织 步骤	教学内容		教学方法建议	学时分配
1	(1) 介绍微博昵称的设置、微博头像的设置、微博简介的设置、微博标签的添加、微博认证的申请；(2) 介绍微博用户群体的定位、微博“粉丝”的增加、微博“粉丝”的互动与维护；		(1) 理论配合案例讲解基础知识；(2) 重点内容需要结合案例图片来具体讲解。	4
2	(3) 介绍微博内容的定位、微博内容的创作、微博内容的传播； (4) 介绍微博活动的常见形式、微博活动的策划、微博活动运营策略。			4
课程思政		新媒体运营中的营销策略主要涉及内容的推广、品牌传播和用户转化等。课程思政可以通过讨论如何在商业运营中实现社会效益，避免单纯的盈利驱动，帮助学生树立正确的价值观。 ● 营销与社会责任：在进行营销活动时，强调以社会效益为导向，而不是单纯追求短期经济利益。例如，推崇绿色营销、公益广告等方式，引导学生如何通过营销活动推动社会可持续发展。		

	<ul style="list-style-type: none"> 倡导企业社会责任：通过教学，引导学生认识到企业在新媒体运营时，不仅要关注自身利益，还要履行社会责任，为社会创造更多的积极价值。
总结整理	1、掌握微博账号的管理。 2、掌握微博活动的常见形式和策划。

学习情境 9:	短视频的运营与推广	学时	6
学习目标： 1. 了解短视频的基础知识； 2. 了解短视频的分类； 3. 熟悉短视频的盈利模式； 4. 掌握短视频的创作； 5. 掌握短视频的推广。			
学习内容		教学准备	教学地点
短视频的基础知识，短视频的创作，短视频的推广		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 短视频的概念、分类和盈利模式，让学生了解短视频的基础知识。	(1) 理论配合案例讲解基础知识；(2) 对于重点内容，可着重进行讲解。	1
2	(2) 讲解短视频的用户、内容定位、短视频内容的策划、短视频的拍摄和制作，让学生掌握短视频的创作；		4
3	(3) 通过讲解运营平台的选择、短视频的吸粉、“涨粉”技巧、短视频的推广策略、短视频矩阵的打造短视频运营的数据，让学生掌握短视频的推广。		1

课程思政	<p>随着短视频和直播的快速发展，这成为新媒体运营的重要内容之一。课程思政可以通过短视频和直播的运营，帮助学生理解如何利用这些新兴平台传递正能量，促进社会和谐与文化自信。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 传播正确价值观：通过短视频或直播平台，引导学生创作符合社会主义核心价值观的内容，传递正面的社会信息，如科学知识、公益事业、历史文化等。 • 提高媒体素养：教授学生如何正确使用短视频和直播工具，在信息快速传播的时代保持理性思维，避免片面和误导信息的扩散。
总结整理	<p>1、学会短视频的拍摄和制作。</p> <p>2、学会短视频的推广策略、运营数据分析。</p>

学习情境 10:	H5 的运营与推广	学时	6
学习目标： <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解 H5 的概念、特性与优势； 2. 了解 H5 页面的设计风格； 3. 熟悉 H5 的制作工具； 4. 掌握 H5 的制作； 5. 掌握 H5 的内容创作和推广。 			
学习内容		教学准备	教学地点
使用 MAKKA 制作 H5、使用人人秀制作 H5、H5 内容创作的关键点、H5 内容创作的技巧、H5 的推广		1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 介绍 H5 的概念、特性与优势，H5 页面的设计风格；(2) 从 H5 的制作工具、使用 MAKKA 制作 H5、使用人人秀制作 H5 3 个方面对 H5 的制作进行讲解；	(1) 理论配合案例讲解基础知识；(2) 对于重点内容，可着重进行讲解。	3
2	(3) 介绍 H5 内容创作的关键点、H5 内容创作的技巧、H5 的推广；		3

	(4) 安排课堂实训和课后练习。		
课程思政	<p>新媒体运营中的营销策略主要涉及内容的推广、品牌传播和用户转化等。课程思政可以通过讨论如何在商业运营中实现社会效益，避免单纯的盈利驱动，帮助学生树立正确的价值观。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 营销与社会责任：在进行营销活动时，强调以社会效益为导向，而不是单纯追求短期经济利益。例如，推崇绿色营销、公益广告等方式，引导学生如何通过营销活动推动社会可持续发展。 • 倡导企业社会责任：通过教学，引导学生认识到企业在做新媒体运营时，不仅要关注自身利益，还要履行社会责任，为社会创造更多的积极价值。 		
总结整理	<p>1、学会 H5 的制作。</p> <p>2、学会 H5 的内容创作和推广。</p>		

学习情境 11:	二维码的生成与美化	学时	4
<p>学习目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解二维码的概念； 2. 了解草料二维码能解决的问题； 3. 掌握二维码的生成和美化； 4. 掌握活码的创建和美化； 			
学习内容		教学准备	教学地点
二维码的基础知识，二维码的生成，二维码的美化		<ol style="list-style-type: none"> 1. 教学分组； 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 录制微课； 5. 明确任务。 	机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	(1) 二维码的概念、作用，让学生了解二维码的基础知识。	(1) 理论配合案例讲解基础知识；(2) 对于重点内容，可着重进行讲解。	2
2	(2) 讲解 PC 端和移动端二维码的生成和美化；演示活码的创建和美化，让学生掌握二维码的制		2

	作;		
课程思政	<p>二维码的普及和应用已经渗透到生活的各个方面，包括支付、营销、教育、医疗等。通过课程思政的引导，可以帮助学生理解二维码技术如何服务社会，促进社会进步，同时也要关注它可能带来的负面影响，如信息泄露、隐私问题等。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 社会效益：二维码技术可以广泛应用于公益项目中，如公益募捐、环保倡导、社会公益活动的宣传等。学生可以通过案例分析，学习如何通过二维码链接宣传环保、健康、公益等正能量内容。 • 隐私与安全：随着二维码的广泛应用，个人信息的安全问题日益凸显。课程思政可以引导学生思考二维码技术带来的隐私泄露风险，强调在二维码设计与应用中必须遵守道德和法律规范，保护用户隐私，避免信息滥用。 		
总结整理	<p>1、学会二维码的生成和美化。</p> <p>2、学会活码的创建和美化。</p>		

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重 (%)
	知识目标	能力目标		
情境 1	了解新媒体与新媒体的概念，新媒体运营的模式，理解新媒体与传统媒体的关系。	熟悉新媒体图片处理技能、图文排版技能、H5 动画制作技能、短视频制作技能。	大作业	6%
情境 2	知道如何精准地把握关键点； 熟悉新媒体运营者的岗位职责； 了解新媒体运营者的职业发展。	能够识别目标用户； 能够正确进行新媒体运营的创意策划。	大作业	6%
情境 3	了解新媒体运营与营销的目标； 掌握新媒体运营与营销平台搭建的方式； 熟悉新媒体运营与营	能够运用新媒体运营与营销的内容吸引用户； 能够运用新媒体运营与营销的方法解决具体问题。	大作业	6%

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		
	销的资源有哪些。			
情境 4	了解新媒体运营与大数据的基础知识； 熟悉大数据对新媒体运营的影响。	能够运用新媒体知识与大数据分析问题和解决问题； 掌握程序化购买的实现方式与基本流程。	实操演练	6%
情境 5	掌握新媒体图片与文字处理技能； 掌握常用新媒体音频与视频的处理技能； 掌握新媒体 H5 的制作技能及运营技巧。	能够灵活运用新媒体运营的常用技能； 能够运用新媒体运营的常用技能解决实际运营中的问题。	实操演练	12%
情境 6	了解新媒体用户运营、内容运营、活动运营的基础知识。	掌握用户运营基础知识、内容运营核心环节、活动运营的主要步骤。	实操演练	10%
情境 7	了解并熟悉微信公众号运营与管理基本方法。	掌握微信公众号内容的创作和误区，微信公众号活动的类型、策划和运营策略。	实操演练	10%
情境 8	熟悉微博运营与推广的基本知识和方法。	掌握微博用户群体的定位、微博“粉丝”，微博内容的定位、创作和传播，微博活动的常见形式、策划和运营策略。	实操演练	12%
情境 9	了解短视频的概念、分类和盈利模式。	熟悉并掌握短视频的创作和推广。	实操演练	10%
情境 10	了解 H5 的概念、特性、优势。	掌握 H5 的制作，H5 内容创作的关键点、技巧，H5 的推广。	实操演练	12%
情境 11	了解二维码的生成、美化。	熟悉并掌握用草料生成和美化二维码，活码的创建和美化。	实操演练	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，2020.6。

（二）其他参考资料

《新媒体运营与推广》，高功步主编，人民邮电出版社，2021 年出版。

《新媒体营销》，李凌宇、李丛伟主编，中国人民大学出版社，2021 年出版。

《短视频运营与案例分析》，侯德林主编，人民邮电出版社，2021 年出版。

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

（三）网络资源

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

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

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

八、课程资源的开发与利用

（一）合作开发

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

（二）师资队伍

建议配备的专职教师应具备双师素质，中级以上职称，有三年以上高职教学

经历和多年企业工作经历，掌握高职教育规律，了解高职学生特点，精通移动商务实务等知识和技能，最好是有实践操作教学经验的教师执教。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室开发。
2. 执笔：巢秋菊、胡兹
3. 审核：高进锋
4. 时间：2025 年 2 月 20 日

《农产品市场营销》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】农产品市场营销

【开课时间】第 4 学期

【学时/学分数】34 学时/2 学分

【课程类型】专业选修课

【授课对象】2022 级电子商务专业（新农人方向）

【授课学院】经济管理学院

二、课程定位

（一）课程性质

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

（二）课程任务

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

（三）课程衔接

	课程名称	作用
--	------	----

	课程名称	作用
前导课程	电子商务实务、农产品网络营销	使学生明确管理的各项职能、管理的任务、程序和方法，树立科学的管理思想，培育工匠精神。掌握管理的基本理论，科学的管理程序和方法，从而提高分析问题与解决问题的能力，形成基层管理岗位所需要的综合管理技能与素质。
本课程	农产品市场营销	以电子商务专业学生将可能进入的相关工作岗位——销售管理岗位、企业企划部专员岗位为基点，以该类岗位的工作任务和职业能力分析为依据设计本课程。学生以模拟角色和公司的形式，采用项目导向、任务驱动，“教、学、做”三者结合、以“做”为主的教学方式。培养吃苦耐劳的精神，使学生掌握个人与团队管理的基本思路和基本方法与技巧，并能按要求进行实训。
后续课程	岗位实习	通过组织学生到企业参加工作实践，使不具有独立操作能力、不能完全适应实习岗位要求的学生在专业人员指导下部分参与实际辅助工作的实践教学活活动，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	34 学时		
情境名称	情境描述	子情境	知识点	能力点	参考学时
情境一	组织营销团队	子情境 1-1： 揭开市场营销的面纱	1. 营销要素及流程； 2. 营销与推销。	1. 掌握营销要素及流程。以一项真实任务引导进行情境模拟，以成功案例进行对比，填写营销的相关要素及流程表； 2. 区别营销与推销。收集日常生活中的企业营销案例，判断哪些属于推销行为，哪些是营销活动。	2
		子情境 1-2： 确立团队的营销理念	1. 企业营销理念。	1. 说出 5 种企业营销理念。 2. 分析不同理念指导下的企业营销案例。	2

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

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

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

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

五、教学设计

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

六、考核标准与方式

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

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

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

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

七、学习资源的选用

(一) 主要参考教材

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

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

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

(三) 网络资源

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

(2) 中国营销网 <http://www.hizcn.com/>

(3) 中国营销传播网 <http://www.emkt.com.cn/>

(4) 销售网 <http://www.xiaoshou.cn/>

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

(6) <http://淘宝大学.com/>

八、课程资源的开发与利用

(一) 合作开发

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

(二) 师资队伍

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

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

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

九、其它说明

1. 本课程标准由人力资源管理专业教研室与企业合作开发。
2. 执笔：周倩
3. 审核：卜忠群
4. 时间：2025 年 8 月 20 日

《美工设计与网店装修》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】美工设计与网店装修

【开课时间】第 2 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

《美工设计与网店装修》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，也是我院重点建设的精品课程。通过课程学习，让学生了解美工设计与网店装修岗位职责、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。同时，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课程。课程设计以鼠标产品、棉麻女装、母婴产品等为项目载体，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，共 128 学时，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《新媒体运营》、《网络营销》、《网店推广》等后续课程的基础，使学生系统掌握网上店铺的装修与设计。

（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，以美工设计与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 18 个教学项目。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 128。

（三）课程衔接

	课程名称	作用
前导课程	电子商务概论、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	美工设计与网店装修	通过美工设计与网店装修基础、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美工设计与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	网店运营推广、商务数据分析、电商新媒体运营	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）能够使用 PhotoShop 工具箱中的工具进行简单的图像绘制； （2）能够完成简单的图像创意合成，以及特效的制作，具	（1）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； （2）能进行活动促销、店铺	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

知识与技能	过程与方法	情感态度与价值观
<p>有一定的平面设计能力；</p> <p>(3) 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；</p> <p>(4) 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；</p> <p>(5) 了解各电子商务平台入驻规则、网店开设流程,完成网店注册及装修。</p> <p>(6) 了解商品信息发布的相关知识,如商品信息的内容及作用,商品信息发布的流程等相关知识。</p> <p>(7) 熟悉物流配送相关知识,如仓储管理流程,产品包装选择方法,运费计算等相关知识。</p> <p>(8) 具备网络销售与推广相关知识,如网店活动营销,淘宝站内外推广方法等相关知识。</p>	<p>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；</p> <p>(3) 能进行产品片处理、修复、合成和美化处理,具备创新能力。</p> <p>(4) 能够熟练使用产品发布时所用的各类软件；</p> <p>(5) 能够在 C2C 环境下熟练进行产品的发布和管理；</p> <p>(6) 具备商品选品、信息发布、商品优化等店铺日常运营的能力。</p> <p>(7) 具备网络营销与推广的能力。</p> <p>(8) 具备网络客户服务及财务管理的能力。</p>	<p>的精神。</p> <p>(1) 具有热爱科学、实事求是的学风,具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的能力。</p> <p>(2) 加强职业道德意识,具有诚信经营,遵守法纪、爱岗敬业、勇于奉献的精神。</p> <p>(3) 培养学生网店运营的职业素质,精益求精的学习态度,良好的抗压心理素质。</p> <p>(4) 具备团队合作意识和沟通能力以及领导管理能力。</p> <p>(5) 具备全局分析问题、解决问题的能力 and 信息管理处理能力。</p>

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
<p>能够熟练掌握软件选区创建与编辑技术；</p> <p>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；</p> <p>能够掌握特效文本创作与编辑技术；</p> <p>能够策划设计实施钻</p>	<p>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；</p> <p>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、</p>	<p>培养学生正确的版权意识；培养学生系统化思维模式；</p> <p>培养学生信息系统设计思想与能力；</p> <p>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</p>

专业能力	方法能力	社会能力
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。	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。	力；培养学生创新意识与创新精神；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、精益求精、专注、创新的工作态度与精神。

四、课程设计思路

通过美工设计与网店装修基础、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美工设计与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。

课程通过美工设计与网店装修共 18 个教学项目，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	美工设计与网店装修	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	Photoshop 基础	子情境 1-1： Photoshop CC 简介及计算机图形知识	介绍 photoshop 软件基础知识；熟悉图形元素的应用办法	掌握 photoshop 基础知识；掌握图形设计的基本原理	2
		子情境 1-2： Photoshop CC 的基本操作	掌握软件工作界面、图像文件的基本操作	掌握 Photoshop CC 的基本操作	2

情境二	图像编辑与选区	子情境 2-1: 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
		子情境 2-2: 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
		子情境 2-3: 选区应用案例	掌握选择工具的使用方法。	熟练掌握绘制和编辑选区的方法。	2
情境三	图层的使用	子情境 3-1: 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
		子情境 3-2: 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
		子情境 3-3: 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
		子情境 3-4: 图层效果设计案例	选区、文字、形状工具以及渐变工具、图层样式	能够制作分众传媒公众号首页次图	2
情境四	绘画与修饰	子情境 4-1: 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
		子情境 4-2: 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
		子情境 4-3: 仿制图章与橡皮擦工具	仿制图章工具、画笔工具、形状工具	学生能够使用仿制图章工具绘制图	2

			以及渐变工具	像	
		子情境 4-4: 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
		子情境 4-5: 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	子情境 5-1: 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
		子情境 5-2: 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
		子情境 5-3: 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
		子情境 5-4: 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	子情境 6-1: 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
		子情境 6-2: 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	子情境 7-1: 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
		子情境 7-2: 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
		子情境 7-3: 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	子情境 8-1: 路径和绘图	了解路径相关知识	掌握路径的用法	4
		子情境 8-2: 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
		子情境 8-3: 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	子情境 9-1: 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
		子情境 9-2: 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
		子情境 9-3: 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
		子情境 9-4: 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
情境十	认识网店装修	子情境 10-1: 装修的工作内容	熟知装修的工作内容;	能够根据实际项目,选择	2

			了解装修的工作内容	装修的工作内容分析	
		子情境 10-2: 装修的审美能力与常见误区	掌握装修的审美能力	能够规划店铺商品数量, 并挑选款式	2
		子情境 10-3: 开设淘宝店铺	认知开设淘宝店铺	能够选择合适的电商平台开设店铺	2
		子情境 10-4: 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
情境十一	做好网店装修前的准备工作	子情境 11-1: 收集装修图片素材与存储	了解装修图片素材, 掌握装修图片素材	能够收集装修图片素材与存储	2
		子情境 11-2: 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
情境十二	拍摄网店商品图片与视频	子情境 12-1: 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 12-2: 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
情境十三	确定网店装修风格	子情境 13-1: 网店定位及方法	掌握如何对网店的目標客户进行定位分析	学会网店定位及方法	2
		子情境 13-2: 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
情境十四	设计与发布店标	子情境 14-1: 店标的营销价值	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 14-2: AI 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 14-3: 自主设计与发布店标	能熟练运用生店标的设计与制作	学会店标的设计与发布	4
情境十五	商品详情页的装修设计	子情境 15-1: 主图及营销设计	掌握主图及营销设计	熟练主图营销设计	4
		子情境 15-2: 设计制作商品焦点及卖点图	掌握商品焦点及卖点图	熟练商品焦点及卖点图	2
		子情境 15-3: 设计制作商品信息展示图及细节图	掌握商品展示图及细节图	熟练商品展示图及细节图	2
		子情境 15-4: 设计制作商品售后图	掌握商品售后图	熟练商品售后图	2
情境十六	商品详情页的装修实现	子情境 16-1: 长图切片的使用及网店图片管理	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 16-2: 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 16-3: 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
情境十七	网店全屏首页的设计与装修实现	子情境 17-1: 店铺首页布局规划	掌握店铺首页的构成模块	熟练店铺首页的设计要点及营销设计	2
		子情境 17-2: 店招的设计与装修实现	掌握店招的布局方法与营销设计	熟练常规店招与全屏店招的设计与效果实现	4
		子情境 17-3: 海报的设计与装修实现	掌握海报的设计要点与布局技巧	熟练常规海报与全屏海报的设计与	4

				实现	
		子情境 17-4: 店铺促销活动区的设计与装修实现	掌握优惠券与热销商品的设计与装修实现	熟练优惠券与热销商品的设计与装修实现	4
情境十八	移动端店铺的装修实现	子情境 10-1: 移动端店铺首页设计	掌握移动端的首页布局与设计	熟练移动端的首页布局与设计	2
		子情境 10-2: 移动端店铺首页的装修实现	掌握移动端店招、海报、优惠券的装修与实现	熟练移动端店招、海报、优惠券的装修与实现	2
		子情境 10-3: 网店商品信息管理 与发布(综合实训 2)	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

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	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——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	职业素养：在课程中穿插职业道德教育，强调设计师应具备的职业素养和道德标准。通过案例分析，展示优秀设计师的职业操守和社会责任感。		
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——制作食品饮料类电商 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	法律法规：在讲解图像编辑技术时，介绍相关的法律法规，如知识产权法、广告法等。让学生了解在设计工作中如何遵守法律法规，避免侵权行为。		
总结整理	1、熟练掌握绘制选区的多种工具：选框工具组（包括矩形选框工具、椭圆选框工具、单行选框工具、单列选框工具）和套索工具组（包括套索工具、多边形套索工具、磁性套索工具）、魔棒工具。		

	2、熟练掌握选区的移动、调整和羽化等各项操作。		
学习情境 3:	图层的使用	学时	8
学习目标: 1. 熟练掌握使用图层混合模式和特殊效果的方法。 2. 熟练掌握图层的编辑方法。 3. 掌握建立、使用图层蒙版的方法。 4. 掌握新建填充和调整图层的方法。 5. 掌握图层样式的使用方法。			
学习内容		教学准备	教学地点
1 图层的混合模式 2 图层特殊效果 2.1 使用图层特殊效果的方法 2.2 图层特殊效果介绍 2.3 课堂案例——制作家电类网站首页 Banner 2.4 课堂案例——制作光亮环电子数码公众号首页次图 3 图层的编辑 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		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

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	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

	6.5 删除样式 6.6 清除样式		
课程思政	文化传承：通过案例教学，展示如何将现代设计与传统文化相结合，鼓励学生在创作中融入中国传统文化元素，推动文化创新和传承。		
总结整理	1、了解图层的特殊效果和图层的编辑方法。 2、熟练掌握图层蒙版、新建图层、调整图层和图层样式的使用。		
学习情境 4:	绘画与修饰	学时	10
学习目标： 1. 掌握绘图工具：画笔工具和橡皮擦工具的使用。 2. 熟练掌握修图工具的运用方法。 3. 掌握填充工具和描边命令使用方法。			
学习内容		教学准备	教学地点
1 绘图工具的使用 1.1 画笔工具的使用 1.2 课堂案例——制作娱乐媒体类公众号封面次图 1.3 橡皮擦工具的使用 2 修图工具的使用 2.1 图章工具的使用 2.2 课堂案例——制作美妆公众号运营海报 2.3 污点修复画笔工具与修复画笔工具 2.4 课堂案例——制作体育世界公众号封面次图 2.5 修补工具与红眼工具的使用 2.6 模糊工具、锐化工具和涂抹工具的使用 2.7 减淡工具、加深工具和海绵工具的使用 3 填充工具的使用 3.1 渐变工具和油漆桶工具的使用 3.2 填充命令的使用 3.3 课堂案例——制作应用商店类 UI 图标 3.4 描边命令的使用 3.5 课堂案例——制作女装活动页 H5 首页		教材、课件 PPT、教案、授课计划、手机或平板、学习通资料的准备等	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配

学习通签到——复习上节课内容——讲解本节重点——教师学生互动——学生交流——小结课程内容	1 绘图工具的使用 1.1 画笔工具的使用 1.2 课堂案例——制作娱乐媒体类公众号封面次图 1.3 橡皮擦工具的使用 2 修图工具的使用 2.1 图章工具的使用 2.2 课堂案例——制作美妆公众号运营海报 2.3 污点修复画笔工具与修复画笔工具 2.4 课堂案例——制作体育世界公众号封面次图 2.5 修补工具与红眼工具的使用 2.6 模糊工具、锐化工具和涂抹工具的使用 2.7 减淡工具、加深工具和海绵工具的使用 3 填充工具的使用 3.1 渐变工具和油漆桶工具的使用 3.2 填充命令的使用 3.3 课堂案例——制作应用商店类 UI 图标 3.4 描边命令的使用 3.5 课堂案例——制作女装活动页 H5 首页	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软件等教学手段，以期实现教学目	10
课程思政	创新意识：在讲解 Photoshop 的绘画工具时，强调创新设计和原创精神。通过案例分析，展示优秀设计师如何通过 Photoshop 创造出具有社会价值的作品，鼓励学生在学习过程中培养创新思维。		
总结整理	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——	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	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	6

学生交流——小结 课程内容	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	实现教学目	
课程思政	责任意识：在教授图像编辑和设计技巧时，强调对图片真实性和版权保护的重要性。通过讨论虚假图片对社会的负面影响，引导学生树立正确的版权意识和职业道德。		
总结整理	1、了解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	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

	爱宝课堂公众号封面首图 5.3 段落控制面板		
课程思政	文化自信：在设计课程中加入中国传统文化元素，通过案例制作具有中国特色的海报、宣传画等。让学生在掌握技术的同时，增强对中华文化的认同感和自豪感。		
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	合作精神：在课程中设计团队项目，让学生共同完成一个综合设计任务。通过团队合作，学生可以学习如何分工协作，提升沟通能力和团队精神。		
总结整理	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		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

<div>1.7 课堂案例——制作家电类 App 引导页插画</div> <div>2 绘制和选取路径</div> <div>2.1 了解路径的含义</div> <div>2.2 钢笔工具的使用</div> <div>2.3 自由钢笔工具的使用</div> <div>2.4 添加锚点工具的使用</div> <div>2.5 删除锚点工具的使用</div> <div>2.6 转换点工具的使用</div> <div>2.7 路径选择工具的使用</div> <div>2.8 直接选择工具的使用</div> <div>3 路径控制面板</div> <div>3.1 认识路径控制面板</div> <div>3.2 新建路径</div> <div>3.3 保存路径</div> <div>3.4 复制、删除、重命名路径</div> <div>3.5 选区和路径的转换</div> <div>3.6 用前景色填充路径</div> <div>3.7 用画笔描边路径</div> <div>3.8 课堂案例——制作艺人舞者公众号封面首图</div> <div>3.9 剪贴路径</div> <div>3.10 路径面板选项</div>			
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	<div>1 绘制图形</div> <div>1.1 矩形工具的使用</div> <div>1.2 圆角矩形工具的使用</div> <div>1.3 椭圆工具的使用</div> <div>1.4 多边形工具的使用</div> <div>1.5 直线工具的使用</div> <div>1.6 自定形状工具的使用</div> <div>1.7 课堂案例——制作家电类 App 引导页插画</div> <div>2 绘制和选取路径</div> <div>2.1 了解路径的含义</div> <div>2.2 钢笔工具的使用</div> <div>2.3 自由钢笔工具的使用</div> <div>2.4 添加锚点工具的使用</div>	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

	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		
课程思政	文化传承：通过案例教学，展示如何将现代设计与传统文化相结合，鼓励学生在创作中融入中国传统文化元素，推动文化创新和传承。		
总结整理	1、熟练掌握绘制路径的工具：包括矩形工具、圆角矩形工具、椭圆工具、多边形工具、直线工具、自定形状工具。 2、了解路径的含义，并熟练掌握钢笔工具、自由钢笔工具、添加锚点工具、删除锚点工具、转换点工具的应用，及路径选择工具与直接选择工具的使用方法。 3、了解路径控制面板，掌握新建、保存、复制、删除、重命名、转换、填充、描边和剪贴路径的方法。		
学习情境 9:	滤镜与特效设计	学时	8
学习目标： 1. 了解各种滤镜并掌握部分常用的滤镜 2. 掌握滤镜的应用方法 3. 掌握滤镜的使用技巧。			
学习内容		教学准备	教学地点

1 滤镜菜单介绍 2 滤镜与图像模式 3 滤镜效果介绍 3.1 滤镜库 3.2 课堂案例——制作中信达娱乐 H5 首页 3.3 课堂案例——制作金珠旺理财公众号首页次图 3.4 “自适应广角”滤镜 3.5 “Camera Raw”滤镜 3.6 “镜头校正”滤镜 3.7 “液化”滤镜 3.8 课堂案例——制作美妆护肤类公众号封面首图 3.9 “消失点”滤镜 3.10 “3D”滤镜组 3.11 “风格化”滤镜组 3.12 “模糊”滤镜组 3.13 课堂案例——制作艾善汽车公众号首页次图 3.14 “模糊画廊”滤镜组 3.15 “扭曲”滤镜组 3.16 “锐化”滤镜组 3.17 课堂案例——制作每日早餐公众号封面首图 3.18 “视频”滤镜组 3.19 “像素化”滤镜组 3.20 课堂案例——制作疆和文化传媒公众号封面首图 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		
学习通签到——复习上节课内容——讲解本节重点——	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	采用讲授法、演示法、任务式教学法、综合运用多媒体、实训软	8

<p>教师学生互动—— 学生交流——小结 课程内容</p>	<p>3.2 课堂案例——制作 中信达娱乐 H5 首页</p> <p>3.3 课堂案例——制作 金珠旺理财公众号首页次 图</p> <p>3.4 “自适应广角”滤 镜</p> <p>3.5 “Camera Raw”滤 镜</p> <p>3.6 “镜头校正”滤镜</p> <p>3.7 “液化”滤镜</p> <p>3.8 课堂案例——制作 美妆护肤类公众号封面首 图</p> <p>3.9 “消失点”滤镜</p> <p>3.10 “3D”滤镜组</p> <p>3.11 “风格化”滤镜组</p> <p>3.12 “模糊”滤镜组</p> <p>3.13 课堂案例——制 作艾善汽车公众号首页次 图</p> <p>3.14 “模糊画廊”滤镜 组</p> <p>3.15 “扭曲”滤镜组</p> <p>3.16 “锐化”滤镜组</p> <p>3.17 课堂案例——制 作每日早餐公众号封面首 图</p> <p>3.18 “视频”滤镜组</p> <p>3.19 “像素化”滤镜组</p> <p>3.20 课堂案例——制 作疆和文化传媒公众号封 面首图</p> <p>3.21 “渲染”滤镜组</p> <p>3.22 “杂色”滤镜组</p> <p>3.23 “其他”滤镜组</p> <p>4 滤镜使用技巧</p> <p>4.1 重复使用滤镜</p> <p>4.2 对通道使用滤镜</p> <p>4.3 对图像局部使用滤 镜</p> <p>4.4 对滤镜效果进行调 整</p> <p>4.5 转换为智能滤镜</p>	<p>件等教学手段，以期 实现教学目</p>	
---------------------------------------	--	----------------------------	--

课程思政	实践能力：通过丰富的实践环节，让学生在实操中掌握 Photoshop 的各种技巧。鼓励学生在实践中发现问题、解决问题，提升实践能力和创新能力。
总结整理	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。

学习情境 10:	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 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
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	网店装修的工作内容 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。	2
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	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		2

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	开设淘宝店铺： 淘宝店铺开设前的准备工作 开设店铺的类型 店铺名称的确定		2
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	完善个人淘宝店铺基本信息： 网店的基本管理 商品分类管理 子账号管理		2
课程思政	民族自豪感：通过讲述我国电商行业的发展历程和取得的巨大成就，激发学生的民族自豪感和对电商行业的热爱，培养学生的行业认同感和使命感。		
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。		

学习情境 11:	做好网店装修前的准备工作	学时	4
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) 明确网络存储素材的重要性。 (3) 掌握网店装修中常用的软件的功能。 (4) 认识文案设计在网店装修工作中的作用。			
学习内容		教学准备	教学地点
(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。		1. 教学思路：运营团队管理 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

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	收集下载网店装修需要的图片素材： 了解常用的图片素材网站 素材的分类 图片素材的网络存储百度网盘存储方法	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
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	文案策划： 网店装修文案的价值 文案的适用性 文案的撰写要素 文案的写作技巧		2
课程思政	创新教育：在课程设计中加入创新教育元素，如设计竞赛、创意工作坊等。激发学生的创新潜能，培养他们的设计思维 and 创新能力。		
总结整理	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。		

学习情境 12:	拍摄网店商品图片与视频	学时	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。			
学习内容		教学准备	教学地点
(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。		1. 教学思路：运营团队管理 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

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	拍摄商品图片： 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 网店商品的构图方式	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
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	拍摄商品视频： 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 构建拍摄环境与布光 商品拍摄的环境选择 拍摄商品视频及后期处理		2
课程思政	创新精神：强调知识产权保护的重要性，培养学生的法律意识和诚信意识；鼓励学生自主创作素材，培养学生的创新精神和独立思考能力。		
总结整理	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。		

学习情境 13:	确定网店装修风格	学时	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。			
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

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	网店定位及方法： 如何对网店的潜在客户进行定位分析并画像 网店商品优势分析	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
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	确定网店的整体装修风格并配色： 网店整体装修风格配色原则 网店页面色调合理布局		2
课程思政	文化传承：引入中国传统色彩文化，如红色在中国文化中的吉祥寓意，引导学生在设计中合理运用传统色彩，传承和弘扬中国传统文化；强调布局设计要以用户为中心，培养学生的服务意识和责任意识。		
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 14:	设计与发布店标	学时	8
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 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

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	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	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
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	AI 生成店标： 常用 AI 网站介绍 标小智生成店标		2
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	自主设计与发布店标： 店标的设计技巧 店标的发布流程		4
课程思政	法律法规：在讲解设计店标时，介绍相关的法律法规，如知识产权法、广告法等。让学生了解在设计工作中如何遵守法律法规，避免侵权行为。		
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 15:	商品详情页的装修设计	学时	10
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。		1. 教学思路：运营团队管理 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	实训室

(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。		网站查看和学习,加深理解。	
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
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	主图及营销设计： 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
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	设计制作商品焦点及卖点图： 设计商品详情描述应遵循的原则 详情页视觉营销体现 详情页面规格与页面构成 商品详情描述模块的内容 商品卖点的特征 挖掘卖点的方法 卖点图的设计与制作 焦点图的设计要点 焦点图的设计与制作		2
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	设计制作商品信息展示图及细节图： 商品参数的常用表达方式 商品信息展示图的设计与制作 细节图的展现方法 展示图与细节图的设计与制作		2
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	设计制作商品售后图： 快递与售后图的设计要点 快递与售后图的设计与制作		2
课程思政	社会责任感：通过分析成功的促销活动案例，让学生明白诚信经营和社会责任的重要性，如企业在促销活动中积极参与公益事业，培养学生的		

	社会责任感和担当精神。
总结整理	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 16:	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
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	长图切片的使用及网店图片管理: 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
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	发布商品及生成详情图: 商品发布流程 使用图片空间 管理图片空间		2
学习通签到—— 复习上节课内容—— 讲解本节重	网店运营管理: 物流的设置 一件代发数据对接		2

点——教师学生 互动——学生交流——小结			
课程思政	价值观：讲授选品时，优先考虑符合社会主义核心价值观的商品。比如，选择环保材质的产品，体现对绿色发展理念的践行；挑选具有文化传承价值的手工艺品，助力文化自信的传播。通过这样的选品策略，引导消费者关注积极向上的生活方式，为社会传递正能量。		
总结整理	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 17:	网店全屏首页的装修设计与实现	学时	14
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
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	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 首页的布局类型与方法	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

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	店招的设计与装修实现： 店招的布局方法与营销设计 常规店招与全屏店招的设计与效果实现		4
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	海报的设计与装修实现： 常规海报的设计与装修实现 全屏轮播海报的设计与装修实现		4
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	店铺促销活动区的设计与装修实现： 优惠券的设计要点 优惠券的装修实现 热销商品图的设计与装修实现 网店首页页尾区装修		4
课程思政	社会责任：讲授优惠券设置时，鼓励积极参与公益活动，如开展“买一捐一”活动，每销售一件商品，就向贫困地区捐赠一份物资。通过这些行动，展现企业的社会担当，提升品牌形象，同时也为社会做出贡献。		
总结整理	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 18:	移动端店铺的装修实现	学时	6
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
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	移动端店铺首页设计： 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
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	移动端店铺首页的装修实现： 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		2
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	网店商品信息管理与发布： 网店商品信息管理与发布流程 PC 端与移动端的发布区别		2
课程思政	沟通技巧：在项目汇报环节，要求学生展示并解释自己的设计理念和创作过程。这不仅锻炼了学生的表达能力，也培养了他们的自信心和批判性思维。		
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		

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	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%）	5%
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%）	5%
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%）	5%
情境 4	掌握绘图工具：画笔工具和橡皮擦工具的使用。 熟练掌握修图工具的运用方法。 掌握填充工具和描边命令使用方法。	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%）	5%
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%）	5%
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%）	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 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%)	5%
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%)	5%
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%)	5%
情境 10	了解网店装修的概念、工作内容及网店装修的流程。 认识网店装修的重要作用。 明确网店装修与转化率的关系。 了解网店装修中的常见误区。	能够形成网店装修的审美能力。能够避免网店装修的常见误区。	平时学习过程评价 (40%)、机试评价 (60%)	5%
情境 11	了解网店装修使用到的图片素材的下载网站及下载方法。 明确网络存储素材的重要性。 掌握网店装修中常用的软件的功能。 认识文案设计在网店装修工作中的作用。。	能够通过网络资源下载装修素材，能够根据网店装修及运营需要撰写相关文案。	平时学习过程评价 (40%)、机试评价 (60%)	5%
情境 12	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	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	平时学习过程评价 (40%)、机试评价	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		
	材。能根据拍摄商品的需要进行相机的合理设置。	要的商品图片。能拍摄出满足网店装修需要的商品视频。	(60%)	
情境 13	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。	能够对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格。	平时学习过程评价 (40%)、机 试 评 价 (60%)	5%
情境 14	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。	平时学习过程评价 (40%)、机 试 评 价 (60%)	5%
情境 15	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。	平时学习过程评价 (40%)、机 试 评 价 (60%)	10%
情境 16	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。	平时学习过程评价 (40%)、机 试 评 价 (60%)	5%
情境 17	能对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。	平时学习过程评价 (40%)、机 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 18	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。	平时学习过程评价 (40%)、机试评价 (60%)	5%
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，2023 年 2 月。

(二) 其他参考资料

《Photoshop CC 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，2023 年出版。

《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。

《网店美工项目实战教程》，徐赛华主编，机械工业出版社，2022 年出版。

《网店美工》，赵爱香主编，人民邮电出版社，2023 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】红动中国：<http://www.redocn.com/>

【2】设计在线：<http://www.dolcn.com/>

【3】我爱 PhotoShop：<http://www.52PhotoShop.cn/>

【4】中国设计网：<http://www.cndesign.com/>

【5】韩国设计网：<http://www.krwz.com/>

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

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

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

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

【10】中国电子商务研究中心 <http://www.100ec.cn/>

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

【12】淘宝大学 <http://kwdian.lzkkwl.cn/>

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。

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；选聘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6-7个教学班的规模，配备专兼职教师8-10人，其中专职教师6人，兼职教师2-4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、黄姣、顾金微、陆惠欣、郑敏榕、曾航娣

3. 审核：邹小焱

4. 时间：2025年2月20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
<p>驻规则、网店开设流程,完成网店注册及装修。</p> <p>(3) 了解商品信息发布的相关知识,如商品信息的内容及作用,商品信息发布的流程等相关知识。</p> <p>(4) 了解网络客户服务与管理相关知识,如客户服务的基本工作流程、方法、技巧等相关知识。</p> <p>(5)熟悉物流配送相关知识,如仓储管理流程,产品包装选择方法,运费计算等相关知识。</p> <p>(6)掌握数据分析相关知识,如店铺运营数据的主要类型,常用的数据分析工具等相关知识。</p> <p>(7) 具备网络销售与推广相关知识,如网店活动营销,淘宝站内外推广方法等相关知识。</p> <p>(8) 熟悉网店财务管理相关知识,如财务管理的内部内容及方法等相关知识。</p>	<p>时所用的各类软件;</p> <p>(3) 能够在 C2C 环境下熟练进行产品的发布和管理;</p> <p>(4) 能够进行初期策划;</p> <p>(5) 具备网络市场调研与数据分析的能力。</p> <p>(6) 具备商品选品、信息发布、商品优化等店铺日常运营的能力。</p> <p>(7) 具备网络营销与推广的能力。</p> <p>(8) 具备网络客户服务及财务管理的能力。</p>	<p>团结协作意识以及吃苦耐劳的精神。</p> <p>(1) 具有热爱科学、实事求是的学风,具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的能力。</p> <p>(2) 加强职业道德意识,具有诚信经营,遵守法纪、爱岗敬业、勇于奉献的精神。</p> <p>(3) 培养学生网店运营的职业素质,精益求精的学习态度,良好的抗压心理素质。</p> <p>(4) 具备团队合作意识和沟通能力以及领导管理能力。</p> <p>(5) 具备全局分析问题、解决问题的能力 and 信息管理处理能力。</p>

(二) 职业能力目标

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

四、课程思路

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

（一）以实际工作流程为导向重构课程内容

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

（二）“以就业为导向”的技能型教学模式，熟悉各岗位的工作职责。

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

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

（三）以校企合作、工学结合为原则开发教学内容及环节

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

课程名称	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新数量,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
-------------	------------	----	---

学习目标： 1. 了解电商运营团队的配置。 2. 熟悉各岗位的工作职责。 3. 了解店铺费用分类。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 熟悉各岗位的工作职责 2. 掌握店铺费用的计算方法		1. 教学思路：运营团队管理 → 网点费用预算 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 运营团队管理	(1) 常规电商运营的主要流程 (2) 开店初期人员的配置 (3) 体系化规范团队的建立	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 2. 对于重点知识可进行举例说明。	4
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) 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；	理论讲授；案例演示教学	
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	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。			
学习内容		教学准备	教学地点

1. 熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程。 2. 掌握淘宝网开店规则		1. 教学思路：淘宝网点开设与装修应体现教学做一体化教学 2. 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，学员可以自己打开相关网站查看和学习，加深理解。	实训室
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 淘宝网店的申请	(1) 淘宝平台的入驻要求 (2) 其他电商平台入驻要求 (3) 淘宝网个人店铺开设流程	1. 通过演示讲解基础知识，讲解结束后进行疑难提问； 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和丰富的实训课授课经验 3、具有较强的课堂组织能力 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	6
子情境 6-2	数据分析工具——生意参谋	信息化教学法 自主学习法	6
课程思政	(1) 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
	1. 制订活动销售目标 2. 开展营销工作并预估活动费用 3. 制订网店销售计划	1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	制订活动销售目标，开展营销工作并预估活动费用	1 讲授教学法； 2 项目教学法；	2
2	制订网店销售计划	3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法；	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: 1. 了解“直通车”“钻展”“淘宝客”等推广方式 能精准选择适合店铺的推广方式。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 付费推广渠道: 直通车、钻展、淘宝客 2. 活动推广渠道: 淘抢购、聚划算、天天特价 3. 免费渠道: 优化关键词		1. 电脑网络 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	直通车、钻展、淘宝客推广方式	1 讲授教学法;	2
2	选择适合店铺的推广方式	2 项目教学法; 3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	2
课程思政	(1) 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
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;	3
2	软文营销方法与技巧	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	
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
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
2	如何打造店铺爆款, 为店铺带来销量	2 项目教学法; 3 任务驱动教学法; 4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	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。		

学习情境 8-1:	店铺日常优化管理	学时	4
学习目标: 1、熟练掌握店铺前后端页面检查的内容及方法; 2、掌握用数据诊断店铺经营情况的基本方法			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 对店铺页面进行管理 2. 用数据诊断店铺经营情况		1. 电脑网络 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	检查店铺前后端页面	1 讲授教学法; 2 项目教学法; 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	对店铺运营情况进行数据分析		1
课程思政	(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。	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 8-2:	商品优化管理	学时	2
学习目标: 1. 了解店铺产品优化的内容 2. 掌握橱窗推荐、商品上下架的设置方法。			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 产品内页优化 2. 产品价格定位 3. 产品店铺基础销量 4. 产品标题优化 5. 橱窗推荐、商品上下架的设置方法		1. 电脑网络 2. 学情分析, 选择教法; 3. 课前线上预习; 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	1. 产品内页优化 2. 产品价格定位 3. 产品店铺基础销量 4. 产品标题优化	1 讲授教学法; 2 项目教学法; 3 任务驱动教学法;	1
2	橱窗推荐、商品上下架的设置方法	4 翻转课堂教学法; 5 线上线下教学法	1
课程思政	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。	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 9-1:	网店财务构成	学时	2
-----------	--------	----	---

学习目标： 掌握网店财务的相关基本概念及工作内容；			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 网店财务运作流程 2. 网店财务收入管控 3. 网店财务支出管控		1. 电脑网络 2. 学情分析，选择教法； 3. 课前线上预习； 4. 明确任务。	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1	网店财务的基本概念以及工作内容	1 讲授教学法；	1
2	网店财务运作流程、收入管控、支出管控	2 项目教学法； 3 任务驱动教学法； 4 翻转课堂教学法； 5 线上线下教学法	1
课程思政	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。	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 9-2:	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	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	
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；	1
2	编制财务报表	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	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、规划商品的新上数量及款式的方法； 2、熟悉各岗位的工作职责、店铺费用的计算方法	能够根据网络市场调研完成网店筹备各项工作	调研报告、大作业	10
情境 2	1、掌握淘宝网开店规则； 2、熟悉申请、开设淘宝个人店铺的流程； 3、具备淘宝网店的装修能力；	能够依据网店运营计划及目标，开设网店并进行装修	实操演练	12
情境 3	1、了解商品基本信息的内容及作用 2、掌握商品的定价方	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	1、掌握直通车、钻展、淘宝客等推广方式； 2、能够选择适合的推广方式。	能够合理选择推广方式对网店及产品进行营销推广	实训演示	14
情境 8	能够对商品进行优化	设置橱窗推荐、进行商品上下架	实训演示	10
情境 9	掌握网店财务的构成	能够进行网店运营各项的合理预算，编制网店财务报表	实训演示	10

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.5lcto.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

《短视频策划与制作》课程标准

一、课程基本信息

【课程名称】短视频策划与制作

【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

《短视频策划与制作》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；另一方面掌握短视频编辑设计技能，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、剪映工具、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、短视频设计岗位、短视频运营岗位等。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	《短视频策划与制作》	平面设计和视频编辑技能、AI 视频等支撑网络编辑、网络推广、短视频运营等岗位，前导课程是基础

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

（二）职业能力目标

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

四、课程设计思路

课程名称	短视频策划与制作	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	PhotoShop 数字图像处理	1-1 PS 基本操作提升	合成技巧 路径应用	能有效合成图像、巧用路径工具	2
		1-2 PS 作品设计	广告设计	能有效设计广告作品	2
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	14
情境五	Adobe After Effects 特效设计	5-1 AE 基本工具和基本操作	基本工具、蒙板与遮罩	软件基本操作、工具基本应用	6
		5-2 AE 文字特效	文字特效	文字特效应用	4
		5-3 AE 常见自然特效表现	自然特效	自然特效应用	2
		5-4 AE 粒子和光线特效	特效	粒子、光线特效制作	4
		5-5 AE 摄像机应用	摄像机	应用摄像机	2

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	12
情境七	剪映工具应用	7-1 剪映工具基本操作	剪映基本操作 文字与字幕 转场与特效	掌握剪映工具基本操作、字幕、转场与特效	6
		7-2 剪映进阶应用	蒙版、抠图	应用剪映蒙版、抠图设计作品	4
		7-3 剪映综合设计	整体设计	综合应用	6
情境八	AI 工具应用	8-1 常用 AI 工具基本操作	数字人播报 文转图 文图转视	应用 AI 设计	6
		8-2 AI 工具应用	AI 工具综合应用	应用 AI 综合设计	6
情境九	短视频策划	9-1 基于商品的短视频策划	商品短视频策划与脚本制作	短视频创作	4
		9-2 基于某主题短视频策划	主题短视频策划与脚本制作	短视频创作	8
情境十	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	2
学习目标： 1. 熟悉应用 PhotoShop 图像合成技术 2. 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	任务驱动 案例演示	1
2. 路径应用	1. 制作路径特效 2. 制作 Love 特效		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。		
总结整理	1. 能快速合成图像 2. 能应用路径设计作品		

学习情境 1-2	PS 作品设计	学时	2
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. 设计房地产广告		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
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
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 能设计房产广告		

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 动感模糊处理		1
4. 利用素材制作 文字动画效果	文字工具 图层样式应用 制作文字不同状态图层		1
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生发挥创意，尝试不同的设计。 2. 工匠精神：强调在图像处理过程中的精细和专注。 3. 文字动画使用校训或正能量文字		
总结整理	1. 理解 PhtoShop 动画制作原理、熟练应用 PS 时间轴帧设计技巧 2. 能快速利用 PS 制作简单的动画		

学习情境 3-1	PR 基本工具和基本操作	学时	6
学习目标： 1. 熟悉 Premiere 软件界面及操作特点 2. 熟悉 Premiere 基本工具 3. 能设置应用遮罩			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 制作舞台背景 2. 制作电梯广告 3. 制作画轴展开 4. 应用 PR 制作放大镜放大效果 5. 对图片作圆形遮罩效果，并径向擦除展示		素材准备 PR 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 制作舞台背景	认识 Adobe Premiere 导入素材、保存项目、输出视频	任务驱动 案例演示	1
2. 制作电梯广告	首选项设置 认识时间轴		1
3. 制作画轴展开	“运动”、“线性擦除” 基本工具		2
4. 应用 PR 制作放 大镜放大效果	“放大”效果 基本工具		1
5. 对图片作圆形 遮罩效果，并径向 擦除展示	“径向擦除”、“遮罩” 基本工具		1
课程思政	1. 创新精神：鼓励学生尝试新的创意和表现手法。 2. 爱国主义：画轴可展现祖国壮丽山河，培养学生对祖国的热爱和自豪之情。		
总结整理	1. 熟悉 Premiere 软件界面及操作特点、熟悉 PR 基本工具 2. 能设计舞台背景、电梯广告、画轴展示、放大镜效果等		

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

学习情境 4-1	PR 淘宝网店视频制作	学时	4
学习目标： 1. 能综合应用各种工具 2. 应用 PR “文字工具”、“运动”、“波形变形” 效果等制作淘宝主图视频 3. 应用 PR “文字工具”、“运动”、“RGB 曲线” 效果等制作网店商品详情视频			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 利用图片素材制作淘宝主图视频 2. 利用视频制作淘宝主图视频 3. 应用 PR 工具和效果制作淘宝详情页视频		素材准备 PR 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 利用图片制作 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	14
<p>学习目标：</p> <p>1. 能综合应用 PR 中的各种工具</p> <p>2. 应用 PR “运动”、“定位点工具”等制作炫酷画中画效果</p> <p>3. 应用 PR “运动”、“色彩”、“轨道遮罩键”等效果制作企业展示视频</p>			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 制作炫酷画中画效果 2. 制作企业展示视频 3. 制作婚照视频作品		素材准备 PR 安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 制作炫酷画中画效果	运动属性/锚点调整 RGB 曲线	任务驱动 案例演示	2
2. 制作企业展示视频	运动属性 运动、色彩、轨道遮罩键		4
3. 制作婚照视频作品	综合利用所学工具		2
4. 完成自选作品设计	综合利用所学工具		6
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		

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

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

学习情境 6-3	AE 综合设计实例	学时	12
<p>学习目标：</p> <p>1. 熟悉 AE 界面、图层及基本操作</p> <p>2. 熟悉 AE 色阶、曲线、复合模糊、填充、置换映射、发光等应用</p> <p>3. 安装应用外挂插件 particular</p>			
学习内容		教学准备	教学地点
<p>1. 利用 AE 软件制作 adobe 创意广告</p> <p>2. 制作粒子光线穿越城市特效</p>		<p>素材准备</p> <p>AE 安装</p>	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 利用 AE 软件制作 adobe 创意广告	AE 色阶、曲线、复合模糊、填充、置换映射	任务驱动 案例演示	2
2. 制作粒子光线穿越城市特效	安装应用外挂插件 particular 发光效果		2
3. 完成指定作品设计	综合应用 AE 工具设计		8
4. 完成自选作品设计	综合应用 AE 工具设计		4
课程思政	<p>1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。</p> <p>2. 团队合作精神：让学生共同完成一个复杂的特效项目，培养学生的团队协作能力。</p>		
总结整理	能利用 AE 各种工具，制作 adobe 创意广告、制作粒子光线穿越城市特效。		

学习情境 7-1	剪映工具基本操作	学时	6
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. 应用剪映工具制作作品			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 应用“剪映”工具制作作品 2. 掌握“剪映”工具基本操作 3. 掌握“剪映”文字与字幕制作 4. 掌握“剪映”转场与特效设计		素材准备 剪映工具安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 掌握“剪映” 工具基本操作	熟悉“剪映”工具 了解界面和基本操作	任务驱动 案例演示	2
2. 掌握“剪映” 文字与字幕制作	熟悉“文字”、“字幕”工具 利用其制作简单作品		2
3. 掌握“剪映” 转场与特效设计	熟悉“转场”、“特效”工具 利用其制作简单作品		2
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 社会责任感：制作具有教育意义和社会影响力的特效视频。		
总结整理	了解当前主流新媒体平台视频剪辑工具，熟悉剪映工具基本操作。		

学习情境 7-2	剪映进阶应用	学时	4
学习目标： 1. 应用剪映工具制作作品 2. 熟悉剪映蒙版、抠图功能			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 应用“剪映”工具制作作品 2. 掌握“剪映”蒙版功能 3. 掌握“剪映”抠图功能		素材准备 剪映工具安装	机房
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
1. 掌握“剪映”蒙版功能	熟悉蒙版工具 利用其制作简单作品		2
2. 掌握“剪映”抠图功能	熟悉抠图工具 利用其制作简单作品		2
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 社会责任感：制作具有教育意义和社会影响力的视频。		
总结整理	了解当前主流新媒体平台视频剪辑工具，熟悉剪映工具进阶功能作。		

学习情境 7-3	剪映综合设计		学时	6
学习目标： 1. 应用剪映工具制作作品 2. 熟悉剪映各种 AI 功能				
学习内容		教学准备		教学地点
1. 应用“剪映”工具制作作品 2. 熟悉剪映各种 AI 功能		素材准备 剪映工具安装		机房
教学组织 步骤	教学内容		教学方法建议	学时分配
1. 应用“剪映” 工具制作作品	利用剪映工具制作作品			3
2. 侧重 AI 功能应用	利用剪映工具及 AI 制作作品			3
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视频。			
总结整理	了解当前主流新媒体平台视频剪辑工具，熟悉剪映工具及 AI 功能制作作品。			

学习情境 8-1	常用 AI 工具基本操作	学时	6
学习目标： 1. 了解当前主流 AI 工具 2. 熟悉并应用 AI 工具，包括文案生成、图片生成、声音生成、视频生成等 AI 工具			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 利用 AI 工具自动生成文案、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		

学习情境 8-2	AI 工具应用	学时	6
学习目标： 1. 了解当前主流 AI 工具 2. 熟悉并应用 AI 工具，综合设计作品			
学习内容		教学准备	教学地点
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 工具制作指定作品	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	4
2. 利用 AI 工具制作自选作品	熟悉 AI 工具（如智影等）自动生成声音		2
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 社会责任感：制作具有教育意义和社会影响力的特效视频。		
总结整理	了解当前能自动生成文案、图片、声音和视频的热门 AI 工具 应用 AI 工具生成各种作品		

学习情境 9-1	基于商品的短视频策划	学时	4
学习目标： 1. 能策划商品营销短视频 2. 能设计短视频脚本 3. 能利用脚本创作短视频			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 策划商品营销短视频 2. 收集整理素材 3. 设计短视频脚本 4. 根据脚本创作短视频		素材准备 PR、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. 策划制作商品 （如家乡特产）营 销短视频	脚本与短视频创作	任务驱动 案例演示	2
2. 策划制作商品 （如某个服务）营 销短视频	脚本与短视频创作		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。		
总结整理	要引导学生大胆创作 能综合应用各种工具设计作品		

学习情境 9-2	基于主题的短视频策划	学时	8
学习目标： 1. 策划主题短视频 2. 能设计短视频脚本 3. 能利用脚本创作短视频			
学习内容		教学准备	教学地点
1. 策划主题短视频 2. 收集整理素材 3. 设计短视频脚本 4. 根据脚本创作短视频		素材准备 PR、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. 策划制作指定主题（如书法等传 统艺术）短视频	脚本与短视频创作	任务驱动 案例演示	6
2. 策划制作自选主题（如家乡某种 手艺）短视频	脚本与短视频创作		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。		
总结整理	要引导学生大胆创作 能综合应用各种工具设计作品		

学习情境 10-1	多媒体作品综合设计		学时	8
学习目标： 1. 综合应用 PS、PR、AE 和 AI 工具设计作品 2. 能独立完成指定作品和自选作品的设计				
学习内容		教学准备		教学地点
1. MV 红歌制作 2. 综合应用各种工具完成指定作品设计		素材准备 PR、AE 安装		机房
教学组织 步骤	教学内容		教学方法建议	学时分配
1. MV 红歌制作	综合应用各种软件和工具		任务驱动 案例演示	6
2. 综合应用各种工具完成指定作品设计	综合应用各种软件和工具			2
课程思政	1. 创新思维：鼓励学生在特效创作中打破常规，大胆创新。 2. 国主义情怀：制作红歌 MV,激发学生的爱国主义情感。			
总结整理	能综合应用 PS、PR、AE 和 AI 工具设计作品 能独立完成指定作品和自选作品的设计			

六、考核标准与方式

学习情境	考核点		建议考核评价方式	权重（%）
	知识目标	能力目标		
情境 1	数字图像处理知识	PS 数字图像处理技巧	结果+过程	3.1%
情境 2	PS 动画原理	PS 动画制作技能	结果+过程	3.1%
情境 3	PR 软件及功能	PR 基本工具和操作	结果+过程	12.5%
情境 4	PR 功能及操作特点	PR 综合应用	结果+过程	14.1%
情境 5	AE 软件及功能	AE 基本工具及操作	结果+过程	14.1%
情境 6	AE 功能及操作特点	AE 综合应用	结果+过程	15.6%
情境 7	剪映工具应用	应用剪映工具设计作品	结果+过程	12.5%
情境 8	AI 工具应用	应用 AI 工具设计作品	结果+过程	9.4%
情境 9	短视频策划案例	短视频策划与创作	结果+过程	9.4%
情境 10	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	6.2%
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

《短视频制作与运营》，张健主编，北京理工大学出版社，2023 年出版，第 1 版

《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

（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>

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、微信公众号、抖音等网络应用，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、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、林居
3. 审核：高进锋
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】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

《网店客服》涵盖了网店客服所要了解的重点知识，主要包括走进网店客服、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
<p>知识目标：</p> <p>1、掌握的网店客服基本原理、理论知识、方法和技巧。</p> <p>2、理解网店客服的内涵、和流程。</p> <p>技能目标：</p> <p>1、培养对客户观察力与分析力。</p> <p>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。</p> <p>3、培养系统思维、逻辑思维和权变思维的能力。</p> <p>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。</p> <p>5、培养初步开发客户能力。</p> <p>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。</p>	<p>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店客服工作。</p> <p>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任务。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>3、培养学生的效率意识和合作精神。</p> <p>4、培养学生的效益意识,团队工作以提高经济效益为中心。</p> <p>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。。</p> <p>6、培养学生客户管理的意识,能运用网络手段与客户沟通。</p> <p>7、培养学生的服务意识,标准跟进客户服务。</p> <p>8、培养学生与时俱进的进取精神。</p>

(二) 职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
<p>1、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。</p> <p>2、理解并掌握的客户管理的流程,掌握客服人员需要具备</p>	<p>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。</p>	<p>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。</p>

专业能力	方法能力	社会能力
<p>的知识与技能。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p> <p>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</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>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。</p> <p>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，例如与客户对接和沟通。</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p>

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、能根据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、能说出客户满意的含义 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
--------	----------	----	---

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			
学习内容		教学准备	教学地点
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		案例、PPT、教案、线上资源、接入互联网的电脑	多媒体
教学组织 步骤	教学内容	教学方法建议	学时分配
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。	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	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	4
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。	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		4

课程思政	<p>1、敬业精神与职业素养</p> <p>结合点：网店客服人员需要具备良好的知识、技能与素质。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>2、诚信意识</p> <p>结合点：商家利用促销策略的意义。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>3、团队合作精神</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
总结整理	<p>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。</p>

学习情境二：	客服售前、售中、售后技能	学时	16
<p>学习目标</p> <ol style="list-style-type: none"> 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。 			

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			
学习内容		教学准备	教学地点
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		案例、PPT、教案、线上资源、接入互联网的电脑	多媒体
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、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。	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	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	6
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	网店客服 FABE 法则、富兰克林说服法及独特卖点等知识		6
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	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		4

策略”说明书 5、成果展示：分别展示并讲解			
课程思政	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>		
总结整理	<p>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。</p>		

学习情境三：	客户关系管理	学时	8
--------	--------	----	---

学习目标 1、了解客户满意的观念、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			
学习内容		教学准备	教学地点
1、客户满意的观念、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		案例、PPT、教案、线上资源、接入互联网的电脑	多媒体
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、学习客户管理基本知识 3、分组讨论：客户满意的观念、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。	1、客户满意的观念、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	结合客户管理案例引入，以学生为中心的任任务驱动时，通过小组合作、案例分析	4
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	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	分析和运用线上互动资源完成项目任务	4
课程思政	1、客户至上理念与社会主义核心价值观 结合点：客户满意的观念、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。		

	<p>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。</p> <p>2、质量意识与工匠精神</p> <p>结合点：客户满意度的衡量指标及影响因素。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>3、可持续发展理念</p> <p>结合点：客户体验的设计方法。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
总结整理	<p>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。</p>

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

（二）师资队伍

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，其中专任教师3-5人，兼职教师3-5人，职称和年龄结构合理。

（2）课程负责人

熟悉本专业技术和高职教育规律，实践经验丰富，教育效果好。

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

（4）教师配置建议

有一定的企业从业经验及境外留学背景，研究生学历，讲师或以上职称具备

双师素质，经常参与展会实践，能开拓校企合作资源。

九、其它说明

1. 本课程标准由电子商务教研室与京东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：2025 年 2 月 20 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】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

《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
<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>	<p>通过操作式教学、案例式教学、讨论式教学、多媒体式教学、提问式教学等多种教学手段和方法，实现商务礼仪理论知识与商务礼仪技能实践能力相结合。</p> <p>主要采用的教学手段和方法：</p> <p>(1) 课堂讲授与动手操作相结合，理论知识与礼仪技能操作相结合。</p> <p>(2) 课堂讲授与丰富案例相结合，知识要点与案例分析相结合。</p> <p>(3) 课堂讲授与思考讨论相结合，知识难点与专题讨论相结合。</p> <p>(4) 课堂讲授与多媒体相结合，知识讲授与多媒体、PPT课件相结合。</p>	<p>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的能力，真正达到学以致用，知行合一。</p> <p>(1) 具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风。</p> <p>(2) 具有良好的心理素质和职业道德素质。</p> <p>(3) 具有高度责任心和良好的团队合作精神。</p> <p>(4) 具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力。</p>

（二）职业能力目标

专业能力	方法能力	社会能力
<p>（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;</p> <p>（2）能够应用仪容仪表仪态及服饰塑造个人商务形象;</p> <p>（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;</p> <p>（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;</p> <p>（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;</p> <p>（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。</p>	<p>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;能提高学生的电商网店装修、美工设计、运营推广的审美及创新能力。</p>	<p>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。</p>

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,给人留下良好印象	
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; 涉外商务礼仪之道	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	

总结整理	教学内容与生活实际相联系，学以致用得以有效实现，在进行教学时，用贴近生活的案例吸引学生。		
学习情境二：	商务人士形象塑造	学时	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			
学习内容		教学准备	教学地点
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		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. 仪容与仪态礼仪	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）	理论讲授；案例演示教学	2
2. 服饰礼仪	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		2
课程思政	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。	理论讲授；案例演示教学	
总结整理	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。		

学习情境三：	日常事务礼仪	学时	4
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			
学习内容		教学准备	教学地点
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		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. 商务接待与商务拜访礼仪	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”	理论讲授；案例演示教学	2
2. 电子通信与礼物馈赠礼仪	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		2
课程思政	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。	理论讲授；案例演示教学	
总结整理	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。		
学习情境四：	职场沟通礼仪	学时	4

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

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			
学习内容		教学准备	教学地点
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		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. 中餐礼仪	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	理论讲授；案例演示教学	2
2. 西餐礼仪	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		2
课程思政	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。	理论讲授；案例演示教学	
总结整理	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		
学习情境十：	涉外商务礼仪	学时	2
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			
学习内容		教学准备	教学地点

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，给人留下良好印象	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（以下项目可增减）

（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：胡兹
3. 审核：肖洁
4. 时间：2025 年 8 月 20 日