

《电子商务基础》课程标准

专业代码：730701/ 630604

适用专业（群）：电子商务/连锁经营与管理

一、《会计基础》课程标准

1. 课程定位与设计思路

1. 1 课程定位

《会计基础》课程是财经类专业的必修课程之一，目标是通过教师课堂讲授、实物演示、学生自主学习等方法，使学生初步掌握会计核算的基本程序和基本方法、基本技能，培养学生熟练运用会计核算方法进行建账、填制审核会计凭证、登记会计账簿，编制会计报表，具备初步的会计核算的实操能力。

1. 2 设计思路

以培养学生的职业能力为重点，根据就业导向和高职应用人才培养规格的要求，从新的设计理念出发，将抛弃传统的以教师为主体的灌输式教学方法，体现以教师为主导，学生为主体的学生自主学习的理念，会计工作任务为导向的教学方法，使学生在做中学，注重学生方法能力、社会能力、专业能力的培养，让学生在动手实践中理解、把握重要的专业知识，给学生一种拓展能力发展的空间。

在教学中积极探索校企合作、融合，共育高技能的人才培养模式。

2. 课程目标

2. 1 知识目标

(1) 了解会计的含义，熟悉基本职能、掌握会计对象和信息质量要求；

(2) 了解会计要素含义，掌握会计要素的内容及特点；

(3) 了解会计等式的含义，理解企业经济业务四大典型，掌握会计等式的具体运用；

(4) 熟悉会计科目与账户的关系；

(5) 掌握借贷记账法的特点，熟练其在企业中的具体运用；

(6) 了解会计凭证的含义、熟悉会计凭证的种类，掌握其填制与审核方法；

(7) 了解会计账簿的种类、用途，掌握其登记方法；

(8) 熟悉对账、结账的方法；掌握错账更正的方法；

(9) 了解财产清查的含义和意义，掌握财产清查的方法及其结果的处理；

(10) 了解财务会计报表的意义、种类掌握资产负债表和利润表的编制方法；

(11) 了解账务处理程序的意义、种类，掌握记账凭证账务处理程序和科目汇总表账务处理程序的运用。

2. 2 能力目标

(1) 能够规范的开展会计工作；

(2) 能够识别、填制与审核各种类型的原始凭证；

(3) 能够根据企业发生的经济业务编制并审核各类型的记账凭证；

(4) 能够登记现金日记账、银行存款日记账、及各类型的明细账；

- (5) 能够编制科目汇总表；
- (6) 能够根据记账凭证或科目汇总表，登记总账；
- (7) 能够进行对账、结账和错账更正；
- (8) 能够对财产清查的结果做出相应的会计处理；
- (9) 能够编制简单的资产负债表和利润表；
- (10) 能够对中小型企业进行全套账务处理；
- (11) 能够终身学习以胜任变化环境下的新会计工作。

2. 3 素质目标

- (1) 爱岗敬业、诚实守信、客观公正的职业道德；
- (2) 坚持准则、廉洁自律、严谨规范的法律意识；
- (3) 分工明确、职责明晰、协同高效的岗位意识；
- (4) 勤学思辨、参与决策、服务领导的管理意识；
- (5) 团队合作，沟通协调、语言表达的工作能力；
- (6) 理论扎实、实务熟练、精益求精的职业技能。

3. 教学内容

根据该课程职业岗位（收银、出纳、记账、核算）岗位工作的分析和调查，以及当前高职高专培养目标，我们设计了该课程教学内容设计是以企业的会计工作过程为导向，以企业的典型会计工作任务为载体，按照以学生为主体，能力培养为重点，任务训练为核心的要求，对该课程进行了教学内容解构和重构。打破了原有的学科知识体系，即抛弃了沿用几十年的由产生到发展，先讲理论再做练习，教师机械地讲，学生被动学的传统的课程设计和教学设计，重构了反映企业会计工作岗位能力要求的新的课程体系，按照学习领域课程的要求，设计了建账、日常业务处理、期末业务处理和会计报告的编制四个学习情境。课程突出了以培

养学生职业能力为重点设计课程，理论必须够用，由简单到复杂为原则和基于工作过程导向的理念进行课程教学内容的设计和安排。

详见附页：

表 1 学习情境描述

序号	学习情境	技能内容与教学要求	知识内容与教学要求	素质内容与教学要求	学时
1	建 账	1. 能够运用会计等式分析企业发生的经济业务类型； 2. 能够根据企业发生的经济业务编制相应的会计分录； 3. 能够进行平行登记； 4. 能够编制试算平衡表； 5. 能够根据企业相关资料进行独立	1. 通过学习情境的学习，使学生理解和掌握会计的相关基础知识，为后续内容的学习奠定坚实的理论基础； 2. 学生通过该任务的完成，根据资料理解企业设置账簿的意义、熟悉账簿类型，掌握建	1. 扎实理论功底； 2. 团结合作精神； 3. 严谨认真工作态度； 4. 客观公正的职业意识； 5. 诚实守信的职业素质； 6. 爱岗敬业职业精神。 7. 实践动	18

		建账	立会计账簿的方法	手操作	
2	日常业务处理	1. 能够根据企业日常发生（筹集资过程、供应过程、生产过程、销售过程、利润形成分配过程）中发生的经济业务进行相应的会计处理； 2. 能够对企业日常发生的经济业务的原始凭证进行识别、填制与审核； 3. 能够根据企业日常发生的经济业务编制记账凭证；	1. 通过本学习情境的学习，使学生了解工业企业主要经济业务核算内容、理解所运用的账户，掌握相关的会计处理； 2. 了解原始凭证的含义、种类、会识别不同类型的原始凭证，并会根据经济业务进行原始凭证的填制与审核； 3. 了解记账凭证的含义、种类，掌握填制和审核记	1. 扎实理论功底； 2. 团结合作精神； 3. 严谨认真工作态度； 4. 客观公正的职业意识； 5. 诚实守信的职业素质； 6. 爱岗敬业职业精神。 7. 实践动手操作； 8. 管理财务； 9. 信息处理； 10. 不做假	36

		4. 会进行会计凭证的传递与保管； 5. 能够登记现金日记账、银行存款日记账； 6. 能够各种类型的明细账； 7. 能够根据经济业务编制科目汇总表； 8. 能够根据记账凭证和科目汇总表登记总账； 9. 会进行错账更正	账凭证； 4. 了解账务处理程序含义、种类，会进行会计账簿登记并对错账进行更正	账	
3	期末业务处理	1. 能够对一定期间的经济业务进行对账和结账； 2. 能够采用	通过本学习情境的学习，使学生理解结账和对账的含义、意	1. 总结归纳； 2. 阅读资料； 3. 团结合	6

		相应的方法 对企业的财产进行清查； 3. 能够对企业财产清查的结果，根据不同的原因进行会计处理	义，财产清查的含义、意义，掌握财产清查的清查方法，会对财产清查的结果进行相应的会计处理	作； 4. 沟通协调； 5. 财务管理； 6. 恪尽职守； 7. 遵纪守法； 8. 不做假账	
4	会计报告的编制	1. 能够根据资料编制资产负债表； 2. 能够根据资料编制利润表	通过本学习情境的学习，使学生了解财务会计报告的含义、编制的意义，报告的种类，理解资产负债表、利润表的结构，了解资产负债表和利润表的编制方法，会根据资料编制相应的	1. 廉洁奉公； 2. 爱岗敬业； 3. 实事求是； 4. 客观公正； 5. 不做假账； 6. 不畏权势	4

			资产负债表和 利润表		
--	--	--	---------------	--	--

4. 实施建议

4.1 师资队伍

实现本学习情境教学目标，应必备本科学历，从事会计专业教学，有创新意识，勇于进行教学改革、有一定实践经验的教师，教师在教学中善于采用新的教学理念，发挥学生主体，教师主导作用，驾驭课堂教学，教学中注重行动导向教学方法的运用，注重学生能力本位的理念，能采用多媒体课件进行课堂教学，指导学生实践有一定的方法。

兼职教师要求：本科及以上学历，会计师，实践经验丰富，在教学中能起到指导学生实践的作用。

4.2 教材及相关资源

教材的选用上我们尽量选择：

(1) 突出中职培养应用型人才的特点，注重培养学生实践能力的教材。

(2) 突出典型工作任务和会计工作过程的实用性教材。

(3) 体现最新会计制度和准则的前沿教材。

(4) 具有仿真性，企业真实的业务资料教材。

(5) 内容全面，涵盖建账、日常业务处理、期末业务处理、编制会计报表的全部经济业务，实验内容与会计实务相衔接的教材。

4.3 教学组织模式

由于会计核算活动主要基于一定的核算程序进行展开，所以教学中除以整班的课堂教学为主外，最好的教学组织模式宜采用

把学生分组形成学习（工作团队），并基于一定的学习情景，带有明确的工作任务来具体实施教学组织。

4.4 教学方法与手段

为使学生更好地学习本课程的教学内容，确保教学目标的实现，教师由原来的满堂讲授变为学生设计者、组织、指导、咨询者，是学生的良师益友，使学生在轻松愉快中学习。

在教学方法上，以行动导向教学法为主导，采用多媒体教学，同时对实践性强的学习情境采用实践先行教学法，任务驱动教学法、可视化教学法、案例分析教学法、情境教学法、小组讨论教学法、学生自主学习教学法等，充分发挥学生的主体地位，教师的主导作用，以培养学生能力为主，注重多方面能力的培养。

4.5 教学考核与评价

过程性考核注重学生平时学习态度、课堂纪律、基本职业素养的养成教育。包括出勤、课堂纪律、课外活动、课堂提问、平时测试、可视化成果的展示、代表发言等。

终结性考核注重学生理论知识、实际技能的掌握情况，包括应知、应会两部分。

本课程通过一学期的授课任务完成，终结性考试包括两部分：平时考核占总成绩的 40%，期末考核占总成绩的 60%。

表 2 学习情境考核评价表

评分内容	评价目标	评分标准	评价方式	评价分值
建账	能够熟练进行建账	回答问题是否正确； 作业是否认真	提问、作业、作品、测	30

		测试是否完成	试、	
日常业务处理	1. 能够经济业务进行相应的会计处理； 2. 能够根据经济业务填制和审核原始凭证； 3. 根据经济业务编制相应的通用记账凭证； 4. 登记日记账、明细账、编制科目汇总表、登记总账； 5. 进行相应的错账更正的方法。	回答问题是否正确； 作业是否认真； 测试是否完成； 可视化成果是否完成。	提问、作业、 作品、测试	45
期末业务处理	1. 对账与结账； 2. 财产清查结果的处理。	回答问题是否正确； 作业是否认真； 测试是否完成； 可视化成果是否完成。	提问、作业、 作品、测试	15
会计报告的编制	1. 资产负债表的编制； 2. 利润表的编	回答问题是否正确； 作业是否认真；	提问、作业、 作品	10

	制。	测试是否完成； 可视化成果是否完成。		
综合得分	100			

4. 6 其他说明

教案编写上：

教案设计上提倡按照学习情境来设计，按照工作任务来设计，体现学生主体，教师主导地位，注重多种教学方法的运用。同时注重教学案例的搜集，典型案例的运用，教案的编写要务实。

资源的开发与使用上：

- (1) 开发适用的电子教学课件；
- (2) 开发实训教材的编写；
- (3) 充分运用会计实训室；
- (4) 网络资源的开发和运用；
- (5) 充分利用教学实习基地。

二、《电子商务基础》课程标准

（一）课程性质与任务

本课程是电子商务专业的主干课程之一，也是本专业其它专业课程的基础课程，同时也作为物流管理、市场营销、等商贸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。本课程主要研究和介绍电子商务的基本概念、模式、基本原理、关键技术及其应用，重点突出电子商务各种模式业务

处理流程及电子商务安全的实战技能训练。使学生学习后，能够正确运用电子商务理论知识；进行网上购物、网上支付、网上消费、网上贸易、网上服务等活动，明确电子商务应用中的安全以及电子商务活动的法律法规。为今后学习各门专业课程打下良好的基础。

学习本课程要求学生熟悉计算机基本操作、计算机网络技术及市场营销学的基本原理。同时，只有在掌握了本课程的基本原理的基础上，学生才能准确地理解和把握网络营销、电子支付等其它课程的基本内容。学习电子商务基础，其重点应放在让学生理解和把握电子商务的基本概念和原理上，为学习其他专业管理课程打下良好的基础，同时，更应注重学生实际操作能力的培养和锻炼，为以后工作做好准备。

电子商务专业学生学习电子商务的基础理论课程，主要进行基础理论讲授和基础技能训练。整个教学过程要求使用内外部网络教学设施和模拟实训条件较为先进的实验室进行，部分操作项目要求进行岗位角色分工联合演练。主要使用奥派电子商务教学软件。

（二）课程教学总体目标

电子商务专业课程体系，是要培养适应中小企业互联网经济发展的需要，具有从事电子商务实际工作的基本技能和对实际工作有较强适应能力的专门人才。学生毕业后可到与电子商务有关的机构、网站、企业从事电子商务实际工作。

在课程培养目标上，树立以打造学生就业竞争力为核心目标的培养思路，确定“注重综合素质、拓展专业视野、强化核心专业技能、实现零距离就业”的指导思想，从知识目标、技能目标

和态度目标上培养学生的综合能力。

通过本课程的学习，学生应能够：

1. 系统理解电子商务的基本概念、整体框架、商业模式，了解电子商务在信息时代的重要地位、应用范围和发展前景、国内外电子商务的发展现状及趋势，以及电子商务的发展对企业经营和社会发展的影响；

2. 熟悉网上消费者的特点及购买行为，掌握网络营销相关技术、策略，了解网络广告的类型和特点，掌握网上市场调研的方法；

3. 理解电子商务发展中的技术问题、安全问题、物流配送问题、支付问题以及法律法规问题等电子商务中的相关环境；

4. 掌握电子商务案例分析方法以及电子商务商业计划书的制作规范，培养学生的分析能力和创新能力；

5. 了解国内外典型电子商务网站，熟悉它们的经营状况、业务流程、商业模式，能够对同类或不同类网站进行比较分析；

6. 熟练掌握电子商务实验室软件中各模块操作流程，并能将所学技能创造性地应用于淘宝、阿里巴巴等知名电子商务网站；

7. 能利用网络收集与分析对学习和生活有用的信息，熟练使用网上支付工具,进行应聘、订票等操作；

8. 会利用网络对企业网站进行推广，能够对给出的企业进行电子商务应用策划；

9. 会利用网络进行个人网店创业；

10. 培养学生善于整合资源、乐于团队协作的品性素质；勇于企业实践、不断开拓创新的能力素质。

（三）教学内容与要求

表 14 教学内容与要求

序号	项目名称	学习任务	学习要求
1	电子商务概述	1. 电子商务的基本概念 2. 电子商务的分类 3. 电子商务的产生和发展 4. 电子商务的特点与功能 5. 电子商务产生的影响	1. 知道电子商务的起源、发展和现状。 2. 掌握电子商务的概念与分类。 3. 理解电子商务的功能和优势以及电子商务产生的具体影响。
2	电子商务技术基础	1. 计算机网络基础知识 2. 电子数据交换技术	1. 了解 Internet 网络的产生与发展。 2. 掌握 Internet 的特点与功能。 3. 理解 IP 地址和域名的含义, 以及域名的命名规则与保护域名的方法。

			4. 正确掌握 Internet 在营销管理上的应用方法。 5. 掌握单证录入、EDI 模式的报文制作、报文生成、报文转译、发送和报文接收等流程，了解 EDI 应用系统的特点和工作原理。
3	电 子 商 务 模 式	1. 电子商务模式的基本概念 2. B2B 电子商务模式 3. B2C 电子商务模式 4. C2C 电子商务模式 5. 其他电子商务模式	1. 熟悉电子商务模式的类型，并能说出电子商务模式的实例。 2. 熟悉 B2B 电子商务的交易模式，了解其在商贸活动中的优势。 3. 了解 B2C 网上商城的结构和收益模式，掌握 B2C 模式的电子银行、商品搜索和网上购物业务流程并能进行熟练操作。 4. 深刻了解 C2C 模式电子商务的内涵和本质以及该种模式的前台业务流程及后台管理。 5. 了解其他电子商务模式，如 B2G、C2G、A2A、P2P。

4	电子商务安全	1. 计算机网络安全 2. 电子商务安全概述 3. 电子商务系统的安全技术	1. 了解计算网络安全面临的威胁，以及对商务活动的影响。 2. 能进行杀毒软件和防火墙的安装、使用、升级；能对木马、病毒进行处理；理解病毒工作原理和清除技术；理解防火墙工作原理、基本安全策略和分类。 3. 了解电子商务交易过程中出现的安全威胁；理解保证电子商务安全交易的基本需求；掌握解决电子商务安全问题的对策。 4. 了解电子商务安全技术体系；理解对称加密技术和非对称加密原理和加密过程。 5. 理解信息摘要使用过程、数字签名的使用和验证过程。 6. 理解电子商务认证中心的职能，理解数字证书的内容、发放、管理理与认证中心的建设。 7. 了解 SSL 和 SET 安全电子交易协议的内容。
---	--------	---	---

5	电子支付	1. 电子支付概述 2. 电子货币 3. 电子支付工具 4. 网上银行	1. 理解传统支付方式的优缺点；理解电子支付的概念及发展阶段；掌握网上支付的概念与特点。 2. 了解电子支付、信用卡、电子现金、电子钱包、电子支票的概念。 3. 掌握信用卡的种类、基本功能、网上信用卡支付参与对象和支付流程。 4. 了解网上支付和传统支付的区别，理解网上支付、网上银行的优越性。 5. 掌握个人网上银行申请的方法、网上支付的流程，能熟练进行网上支付的操作。
6	网络营销	1. 网络营销概述 2. 网络营销策略 3. 网络营销实例分析	1. 了解网络营销与传统营销的区别、网络营销与电子商务的关系。 2. 了解国际著名公司网络营销经验。 3. 理解网络营销的种类、特点。 4. 理解网络营销的手段（网上

			市场调研、网络广告、网络公共关系。 5. 理解网络营销策略（产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略。
7	电子商务物流	1. 电子商务物流概述 2. 电子商务物流模式 3. 电子商务物流配送 4. 物流信息技术	1. 准确掌握物流涵义；了解传统物流与现代物流的比较。 2. 正确理解电子商务与物流的关系；恰当使用电子商务的物流配送方式。 3. 了解电子商务对传统物流配送的冲击和影响。 4. 了解条码技术、无线射频技术 GIS 和 GPS 技术及其应用
8	电子商务模拟实务	实验一： 1. 亚马逊网上书店案例分析 2. 海尔电子商务发展策略分析	1. 能够认识电子商务的形成与全球发展。 2. 能够认识电子商务是一种新的商务模式。 3. 能够掌握利用电子商务的手段加快企业发展，推动社会进步的商务思维方式。
		实验二： 1. 卓越网网上购物 2. 淘宝网网上	1. 能够在卓越网按交易流程购物。 2. 体会在 B2C 网站购物的心情。

		购物	3. 能够在淘宝网按交易流程购物。 4. 体会在 C2C 网站购物的心情
		实验三： 1. 在拍拍网开网上商店 2. 申请淘宝网店铺并销售商品	1. 能够成功申请拍拍店铺。 2. 能够管理店铺销售商品。 3. 能够成功申请淘宝店铺。 4. 能够管理店铺销售商品。
		实验四： 1. 阿里巴巴采购与批发操作流程 2. 阿里旺铺设置 3. 阿里巴巴竞价排名——网销宝	1. 能够设置公司信息。 2. 能够发布供求信息。 3. 能够和客户谈生意。 4. 会申请诚信通会员。 5. 能够采购和销售。 6. 能熟练申请阿里旺铺。 7. 能熟练设置阿里旺铺。 8. 能够熟练申请使用网销宝。 9. 能够有效设置关键词。
		实验五： 1. 数字证书的安裝和使用 2. 数字签名系统的安裝和使用	1. 能够掌握电子商务安全要素。 2. 应用数字证书技术。 3. 能分析公开密钥密码体制下的文件保密传输和数字签名。 4. 能够应用数字签名技术。

			5. 能够识别计算机网络病毒的种类。 6. 能够掌握预防、检测和清除计算机病毒的方法。 7. 能够应用防火墙技术。
		实验五： 1. 网上银行的申请和使用 2. 支付宝的申请和使用 3. 财付通的申请和使用	1. 能够了解网上银行的业务流程。 2. 能够掌握网上银行的申请过程。 3. 能够利用网上银行进行财务查询、在线转账、在线缴费等业务。 4. 能够掌握支付宝的使用流程。 5. 能够掌握支付宝的申请。 6. 能够利用支付宝进行交易。 7. 能够掌握财富通的使用流程。 8. 能够掌握财富通的申请。 9. 能够利用财富通进行交易。
		实验六： 1. 网络营销与传统营销的分析 2. 网上问卷调查 3. 网络营销策略	1. 能够掌握网络营销的基本内涵和特点。 2. 能分析网络营销对传统营销的冲击。 3. 能够设计网络市场调查问

		分析 4. 网络广告设计和制作 5. 商务信息收集	卷。 4. 能够撰写简单的网上市场调研报告。 5. 能够了解网络营销产品策略。 6. 能够了解网络营销渠道策略。 7. 能够了解网络营销促销策略 8. 能够了解网络营销价格策略。 9. 能够掌握网络广告的类型和特点。 10. 能够制作网络广告。 11. 能够在网络上收集相关商务信息。 12. 能够整理收集到网络商务信息。
		实验七： 1. 企业物流活动分析 2. 物流模式的比较选择 3. 电子商务供应链设计	1. 能够了解物流及物流管理的基本概念和内涵。 2. 能够掌握物流的活动要素。 3. 能够掌握电子商务与物流的关系。 4. 能够掌握物流配送的内涵，了解物流系统的构成。

		4. 网上快递操作	5. 能帮助企业开展物流活动并根据企业实际, 选择合适的物流模式。 6. 能够了解供应链与供应链管理的相关概念。 7. 能够掌握供应链管理的内容与策略。 8. 能够了解供应链管理中的技术手段和现代物流信息技术。 9. 能够在网上进行发货。 10. 能够了解网络快递的操作步骤。
--	--	-----------	--

(四) 教学实施

1. 教学时数安排建议

本课程建议教学时数为 60 课时, 总学分为 3.5 分。

表 15 教学时数安排

序号	项目名称	课时分配		
		讲授	实训	合计
1	电子商务概述	6		6
2	电子商务技术基础	4		4
3	电子商务模式	6		6
4	电子商务安全	4		4
5	电子支付	4		4
6	网络营销	4		4

7	电子商务物流	2		2
8	电子商务模拟实务		30	30
合 计		30	30	60

2. 教学建议

(1) 建议教学中理论教学和实践教学各占 50%，理论教学为实践教学服务，围绕技能要求相关的知识和态度展开，教学组织采取分组教学方式，学生以团队的方式进行网上实践、案例讨论和问题探究。

(2) 建议采取项目教学法、模拟教学、实战演练、案例分析、小组合作学习等灵活多样的教学方法，以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，培养学生分析问题、解决问题的能力 and 实际操作能力。教学中注意创设教育情景，采取理论实践一体化教学模式。在上课的过程中，穿插着几种教学方法，达到很好的效果，学生反馈优。

(3) 建议结合电子商务发展的实际要求购置《电子商务模拟实验室软件》，提高学生实践操作水平，让学生对整个电子商务及完整业务流程有了感性认识，满足电子商务专业实践教学的需要。

表 16 电子商务实验室设备配置参考标准

	硬件配置	软件配置
电 子 商 务	1、计算机 50 台	1、国家职业资格电子商务师实验室软件

实验室	2、服务器 1 台、交换机 3 台	2、杀毒软件一套
	3、投影仪 1 台	3、教学王软件
	4、主控制台 1 台	
	机房应网络化并与 Internet 连接	

3. 教材编写建议

(1) 教材编写要体现项目课程的特色与设计思想，教材内容应体现先进性、实用性，典型案例的选取要科学，具有可操作性。教材呈现方式要图文并茂，文字表述要规范、正确、科学。

(2) 教材编写突出以下特色：突出能力本位；实践性、应用性；高层次性、职业性、可衔接性等。可从初次接触电子商务的学生视野出发，遵从学生的认知规律，以“看一看什么是电子商务”、“用一用什么是电子商务”和“做一做如何开展电子商务”逻辑进行教材编写。希望同学们通过对教材的学习，引起他们继续学习电子商务知识的浓厚兴趣。

(3) 教材的编写应结合中等职业学校的实际，以“必须、够用”为原则，降低理论难度。以学生为本，内容展现应图文并茂，重在提高学生的学习兴趣。

(4) 教材中的活动设计要具有可操作性，并为教师留下根据实际教学情况进行调整和创新的空间。

(五) 考核与评价

1. 考核方式

学习评价宜以过程评价和目标评价相结合，注重实践性引导，过程评价以鼓励为主。过程考核主要在教学过程中对学生的出勤情况、学习态度、上机操作、课堂讨论、课后作业等情况进行的

评价；目标考核是在整个课程结束时，对学生在知识和技能的整体掌握情况的评价。

2. 考核比例及要求

(1) 平时成绩占 20%。主要包括对出勤情况、课堂提问、讨论、作业等情况进行评价。

(2) 技能测试占 40%。上机实验成绩根据学生完成实验内容及出勤情况，由指导教师给出成绩。

(3) 期末考试成绩占 40%。采用闭卷形式，建试题库，从试题库随机抽取试题。生成试卷包括选择题、判断题、简答题、论述题等标准化题型，由教师审阅判分。

三、《商品拍摄与图片处理》课程标准

一、课程名称

《商品拍摄与图片处理》

二、适用专业

中职：电子商务专业

三、课程性质

中等职业院校电子商务专业核心专业课程

四、课程设计

本课程设计遵循以学生为中心，以技能为导向的理念，结合通过企业访谈、问卷调查和职业能力分析会分析商品拍摄与处理岗位的专业知识、技能和态度——商品拍摄与处理的职业能力点，按照岗位能力职业培养为主线，通过选择具有代表性的企业工作任务进行系统化的加工，构建起具有培养学生职业能力、职业素

养和知识点的学习情境。同时，学习情境遵循人才职业成长（由外围到核心，从初学者到专家）的规律进行排列，具有合理的梯度结构，学习难度由易到难，职业能力要求从低到高；贯彻以学生为主体的教学理念，采用行动导向教学，学生通过接受老师安排的工作任务，在完成工作任务的过程中使教学目标得以实现，做到教、学、做一体，最终实现做中学和学中做。强调学生的学习的自主性，培养学生自我管理能力、分析问题和解决问题的能力。

本课程构建基于商品拍摄与处理的学习情境，包括：商品画面构图和拍摄角度、调整光圈，快门速度，曝光补偿、选择三脚架，配备好灯光设备、掌握微距拍摄、做好背景，避免色干扰、拍摄服装类、数码类、首饰类等商品、裁剪与倾斜矫正商品拍摄的轻微变形、使用魔术棒和钢笔工具对图片进行抠图、调整图片图像大小、改变像素总质量以及分辨率、调整色阶，让照片更亮丽、使用曲线调整色调、水印的制作技巧等专业知识、技能等专业能力，并采用任务驱动和角色扮演的方式锻炼学生的独立解决问题、团队合作等基本素养，从而实现学生职业能力的培养。

五、课程教学目标

素质目标

- （1）培养学生的沟通能力和协作精神。
- （2）培养学生勤于思考、认真做事的良好作风。
- （3）培养学生勇于创新、敬业乐业的工作作风。
- （4）培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心。
- （5）培养学生自主学习能力和知识应用能力。
- （6）培养学生理论联系实际的工作作风、严肃认真的科学态

度以及独立工作的能力。

能力目标

(1) 培养和提高各方面综合素质，增强观察力、表现力和审美能力。

(2) 在学习过程中注意理论联系实际，注重实际技能的培养。能将艺术形式和所制作的内容达到完整统一。

(3) 了解各种常用摄影器材的性能；

(4) 掌握摄影的基本技能；懂得照片的评析。

(5) 能对服装类、数码类、首饰类等商品进行拍摄；

(6) 能对拍摄好的商品图片进行裁剪与倾斜矫正商品拍摄的轻微变形；

(7) 能对拍摄好的商品图片进行抠图；

(8) 能对拍摄好的商品图片调整图像大小，变像素总质量以及分辨率；

(9) 能对拍摄好的商品图片进行色阶，曲线和色相饱和度调整；

(10) 能制作并批量添加水印，防止图片被盗。

知识目标

(1) 对摄影有系统了解、掌握、运用。

(2) 提高学生广告摄影造型的艺术修养和创作能力。

(3) 对照片进行后期加工处理的能力和技巧。

六、参考学时与学分

教学课时：课时 90 学时 学分：5

七、课程结构

序	学	职业能力	知识、技能、态度要求	教学	课
---	---	------	------------	----	---

号	习 任 务			活 动 设 计	时
1	体 验 网 店 商 品 美 图	01	认 识 网 店 商 品 图 片 的 “ 真” 面 目	1. 熟悉网店商品图片的尺寸； 2. 掌握商品画面构图和商品拍摄角度； 3. 能在拍摄时突出商品主体。	16
		02	避 免 常 见 的 图 片 拍 摄	1. 能避免把商品拍摄模糊； 2. 能避免拍摄时颜色干扰与失真。	

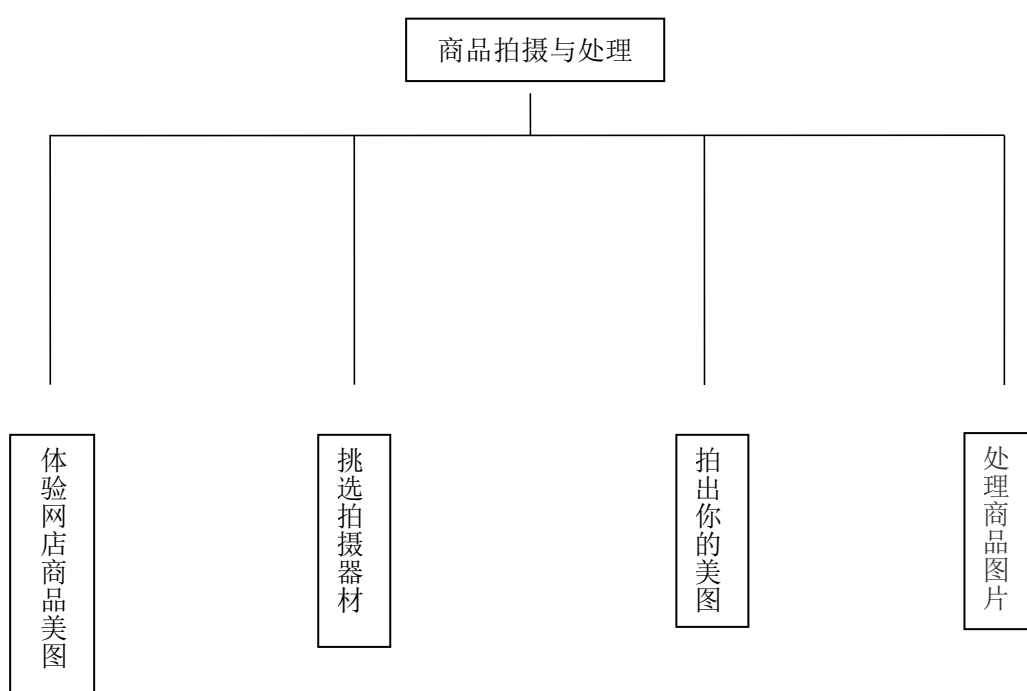
			问题		活动。	
		03	吃苦耐劳	任劳任怨、不怕辛劳。		
2	挑选拍摄器材	01	选择数码相机	1. 能述说全自动数码相机的产品型号和配置； 2. 能选择适合自己使用的带手动功能的数码相机； 3. 能认识专业数码相机的型号和配置。	设置介绍数码相机型号、使用三脚架、做好摄影棚和摄影台、配备好灯光设备、设置好数码相机	16
		02	选择辅助器材	1. 能使用三脚架进行商品拍摄； 2. 能做好摄影棚和摄影台； 3. 能配备好灯光设备。		
		03	了解你的相机	1. 能认识白平衡； 2. 能掌握对商品进行微距拍摄； 3. 能对相机进行曝光补偿； 4. 能设置好图像尺寸与		

				图像质量。	参数、对商品进行微距拍摄共六个活动。	
3	拍出你的美图	01	选好光源	1. 能认识几种不同的光源； 2. 能了解光的基本方位； 3. 能掌握几种常见布光方式。	设置介绍几种不同的光源、展示几种常见布光方式、做好背景、拍	20
		02	选好道具和背景	1. 能选择好道具； 2. 能做好背景； 3. 能避免色干扰。		

		03	掌握分类拍摄技巧	1. 能拍摄服装类商品； 2. 能拍摄数码类商品； 3. 能拍摄首饰饰品品类商品； 4. 能拍摄箱包配饰类商品； 5. 能拍摄鞋类商品； 6. 能拍摄食品类商品； 7. 能拍摄日用品类商品。	摄 服 装类， 数 码 类，手 饰 饰 品类， 箱 包 配 饰 类，鞋 类，食 品类， 日 用 品 类 商 品 共 四 个 教 学 活 动。	
4	处理商品图片	01	突出“宝贝”主体	1. 能对拍摄好的商品图片裁剪与倾斜矫正； 2. 能矫正商品拍摄的轻微变形； 3. 能进行照片中的抠像操作。	设 置 对 拍 摄 好 的 商 品 图 裁 与 剪	22

		02	给照片减肥	1. 能调整图片图像大小； 2. 改变像素总质量以及分辨率。	倾斜矫正、矫正商品拍摄的轻微变形、照片中的抠像操作、调整色阶、使用曲线调色调整色调、调整色饱和度让颜色更鲜艳、水印	
		03	让“宝贝”更亮丽清晰	1. 能调整色阶，让照片更亮丽； 2. 能使用曲线调整色调； 3. 调整色相饱和度让颜色更鲜艳； 4. 能以中性灰为依据校正偏色。		
		04	添加水印防盗版	1. 能进行水印制作； 2. 能对水印的位置进行调整； 3. 能对商品图片进行批量水印添加。		

					制 作 及 批 量 添 加 共 七 个 教 学 活动。	
--	--	--	--	--	---	--



八、资源开发与利用

（一）教材编写与使用

1. 课程适用按中等职业教育出版教材。教材贯彻“以职业能力培养为本位，以学生为主体，工作任务为导向”的理念，按照企业工作过程导向，以岗位工作任务为引领编制教学情境，商品拍摄与处理案例为导引在不同任务步骤中融入相应知识点、拍摄技巧和图片处理的方法。通过项目实施的过程的控制、注意事项

的讲解、实施方法的引导，实施教学做一体，更加注重学生技能的形成过程，以学生为主体，让学生在学中做，做中学。

2. 教材以商品拍摄的技巧和图片处理的方法为基础，教材内容的设计应该尽可能直观、明晰，多采用图表和案例分析。教材知识点的难易程度要与职业类学生学习能力相对应，实践内容要考虑实训教学环境需求。

（二）数字化资源开发与利用

1、多媒体教学

多媒体教学方式早已在教育中广泛应用。多媒体教学是指在教学过程中，根据教学目标和教学对象的特点，通过教学设计，合理选择和运用现代教学媒体，借助多种电子媒体如幻灯、投影、录音、录像等媒介，综合处理和控制符号、语言、文字、声音、图形、图像、影像等多种媒体信息。使师生共同参与教学全过程，以多种媒体信息作用于学生，形成合理的教学过程结构，达到最优化的教学效果。目前，通常所说的多媒体教学是特指运用多媒体计算机并借助于预先制作的多媒体教学软件来开展的教学活动过程。

2、网络课程

网络课程就是通过网络表现的某门学科的教学内容及实施的教学活动的总和，是信息时代条件下课程新的表现形式。它包括按一定的教学目标、教学策略组织起来的教学内容和网络教学支撑环境。其中网络教学支撑环境特指支持网络教学的软件工具、教学资源以及在网络教学平台上实施的教学活动。网络课程具有交互性、共享性、开放性、协作性和自主性等基本特征。

九、教学建议

（一）教学方法

1. 本课程理论知识点采用课堂教学结合案例分析、小组讨论教学模式和方法；操作技能采用规范操作演示教学和任务驱动的教学模式和工作过程系统化的行动导向的教学方法；

2. 为保证教学安全和实践效果，每位指导教师负责组织和指导 15-20 个学生，学生分组控制在 4-5 人/组；

3. 教师在讲授或演示教学中，应使用多媒体教学设备，配备丰富的课件，视频教学辅助设备；

4. 评价方式以学生自评为主，学生互评为辅，教师在评价过程中起引导调控作用。教师评价内容：要观察学生的学习过程，根据学生自我评价和小组评价情况，给出总体评价和改善意见。

（二）教学条件

序号	设备名称	单位	数量	备注
1	台式电脑	台	60	
2	相机	套	10	含 SD 卡
3	LED 摄影棚摄影棚	件	10	60cm*60cm*60cm
4	摄影背景板	件	10	建议黑白各 2 件
5	三脚架	件	10	
6	电源插座	件	10	
7	服装	件	10	上衣 2 件裤子 2 件
8	首饰饰品	件	10	项链，手链，耳环，手镯各 2 件
9	箱包	个	10	行李箱，男包，女包各一个

10	鞋类	双	10	高跟鞋，运动鞋，凉鞋各一双
11	日用品	件	10	牙膏，牙刷，纸巾，毛巾，水杯各一件
12	数码产品	件	10	手机，相机，手提电脑各一件
13	化妆品	瓶	10	洗面奶，爽肤水，粉底液各一瓶

十、教学评价

考核形式：包括平时考核和期末考核两部分，其中平时考核占 70%，期末考核占 30%。具体考核内容分配如下：①平时成绩（20%）：考勤（10%）、课堂提问（10%）。②实践成绩（50%）：态度认真，创作作品具有创造性及审美性，能独立按时完成。培养学生拍摄技巧、用光、构图、色彩与构思上的实践能力。③期末成绩（30%）：完成规定项目的规范操作为评价标准。在实操考核的每一个环节中，均采用小组自评+小组互评+教师评价的方式。考核中各部分所占的考核比例按照以下表格所给出的比例进行计算。

考核方式	过程考核（70%）			期末考核（实操）（30%）
	素质考核（10%）	实操考核（30%）	作品完成考核（30%）	
实施方法	教师评价+小组评价	教师评价+小组评价	教师评价	教考分离、统一组织
考核	学习态度及	态度认真，创	积极参与	按时完成，作品具

标准	考勤：态度积极，自觉遵守课堂纪律，不迟到、早退、旷课 态度积极	作作品具有创造性及审美性，能独立完成。	讨论和回答问题 积极参与讨论并准确回答问题	有创造性及审美性。能独立完成不抄袭。 作品具有创造性及审美性，能独立完成不抄袭。
----	---------------------------------	---------------------	-----------------------	--

说明：考勤：旷课 3 次及以上，或请假累计 6 次及以上，需重修本课程。

四、《经济法律法规》课程标准

一、制定课程标准的依据

本课程依据财经商贸类专业人才培养方案（综合会计电算化、市场营销、电子商务等专业的人才培养方案）及现在中等职业学校学生的特点、学校培养目标和要求而制定的课程标准。

二、课程的性质和作用

性质：该课程是商贸和财经类专业的必修课，本课程所传授的知识是学生毕业后从事经济管理和服务工作所必须具备的最基本的经济方面的法律知识。

作用：学生通过学习经济法基础课程，对经济法的基本理论、基本知识有个全面的了解，能掌握我国经济法理论及其相关的法律法规，培养学生运用经济法的原理，分析和解决实际工作中有关经济法律方面实际问题的能力。

三、课程设计理念及思路

本课程标准设计是为了适应中职教育发展的趋势，适应社会

对财经商贸类人才的多元化需求和学生对经济法律法规知识的渴望。《经济法基础》课程必须体现时代性、基础性和选择性，既要使学生的法律素养普遍获得提高，同时也要为学生的其他专业课学习打下良好的基础。

该课程设计包括理论课程和实践课程两部分，理论课程突出基础知识的掌握，实践课程突出能力培养。通过老师课程的讲授以及实践训练，学生应该具有良好的法律修养和较强的运用法律知识解决问题的能力。

四、本课程与其它课程的关系

表 1 与前期课程的关系

序号	前期课程名称	为本课程提供的能力支撑	备注
1	职业道德与法律	法律的基本概念和基本知识	
2	经济学基础	经济方面的概念知识	
3	市场营销基础	营销理论知识	

表 2 与后续课程的关系

序号	后续课程名称	本课程提供的能力支撑	备注
1	顶岗实习	经济方面的法律知识，遵纪守法，运用法律武器维护自身和用人单位的合法权益。	

五、课程的教学目标

教学中始终遵循“以服务为宗旨、以就业为导向”的原则，通过案例教学使学生理解并掌握经济法的相关理论知识，并能运用所学理论分析经济社会中一些简单的案例，使他们善于发现问题，同时提高分析问题、解决问题的能力，为毕业后在实际工作中做一个具有较强法律意识的人才，能够利用法律武器维护企业、客户及个人的合法权益奠定扎实的基础。

1、知识目标：理解经济法的基础理论知识，掌握有关经济法律法规的具体内容。

2、能力目标：以实用性为基础，培养学生理解、分析、解决法律问题的能力。

3、素质目标：培养学生法律素质，增强法律意识，并将其内化成遵纪守法、自觉自律、维护自身合法权益的强大动力。

六、教学内容和要求

序号	课题名称	教学目标	教学内容	学时建议	教学载体	教学方法、手段与资源利用	教学环境说明	备注
1	课题 1: 经济法概述	了解经济法的概念与调整对象, 经济法律关系的概念、特征和构成要素, 以及经济法律的产生、变更和终止。	1、了解经济法的产生与发展。 2、理解经济法的概念和调整对象。 3、掌握经济法律关系的概念及构成要素。 4、理解经济法律关系产生、变更和终止的含义。	4	多媒体演示、案例分析、理论讲解	理论与案例相结合讲授, 使用 ppt	多媒体教室	
2	课题 2: 公司法律制度	掌握有限责任公司、股份有限公司的设立	1、理解公司的概念、特点和种类。 2、掌握有限责任公司和股	8	多媒体演示、案	理论与案例相结合讲	多媒体教室	

		和组织机构； 了解有限责任公司和股份有限公司的相同点和不同点； 了解公司的财务会计法律规定，以及公司的设立、变更、终止与清算的相关法律责任。	份有限公司的概念和特征。 3、掌握有限责任公司和股份有限公司设立的条件。 4、了解掌握有限责任公司和股份有限公司设立的程序。 5、理解有限责任公司和股份有限公司的组织机构及其职权。 6、了解国有独资公司和一人有限公司的含义及特别规定。 7、了解公司财务、会计的基本情况。 8、理解公司合并、分立、解散和清算的基本情况。 9、了解违反《公司法》法律责任。		例分 析、理 论讲 解	授，使 用 ppt		
--	--	---	--	--	---	-------------------------	--	--

3	课题 3: 合同法律制度	掌握合同的订立、效力和履行;熟悉合同的变更、转让、权利义务的终止和违约责任;能按照《合同法》和合同示范文本拟定合同,识别无效合同,处理合同的争议。	1、理解合同的概念、特征和分类。 2、了解合同法的概念、调整范围和基本原则。 3、掌握合同的订立,包括订立的程序、形式、主要条款、成立的时间和地点。 4、掌握合同的效力,包括合同的生效、无效合同、可撤销合同。 5、了解合同的履行,包括合同的履行原则、履行规则、抗辩权的行使、合同的保全。 6、理解合同担保的五种方式。 7、了解合同变更、转让、	10	多媒体演示、案例分析、情景模拟、理论讲解	理论与案例相结合讲授,使用 ppt	多媒体教室	
---	-----------------	---	--	----	----------------------	-------------------	-------	--

			终止的有关规定。 8、理解违反合同的责任，包括承担违约责任的形式和违约责任的免除。					
4	课题 4： 工业产权法律制度	了解我国工业产权的一般原理与基本制度；重点掌握商标权和专利权的取得条件及申请程序，以及其主体、客体及内容的权利和义务的有关规定；能够运用所学的	1、了解工业产权的种类、特征和国际保护公约。 2、理解专利和商标法律关系的主体、客体和内容。 3、了解专利和商标的申请、审批的有关程序。 4、理解专利权和商标权的法律保护。	6	多媒体演示、案例分析、理论讲解	理论与案例相结合讲授，使用ppt，视频等	多媒体教室	

		知识分析、解决实践中的有关具体问题。						
5	课题 5: 市场秩序管理法律制度	了解和掌握不正当竞争的特征、类型及法律责任；熟悉产品质量法的概念，产品质量监督管理与产品生产者，销售者的义务；了解产品责任的构成及免责条件；熟悉并掌握消费	一、反不正当竞争法律制度 1、理解不正当竞争行为的概念。 2、掌握不正当竞争行为的特征和各种表现。 3、了解国家对不正当竞争行为的监督检查。 4、理解仿冒行为、侵犯商业秘密行为、虚假广告行为、商业贿赂行为和不当促销行为的具体表现及其承担的法律 二、消费者权益保护法律制度	8	多媒体演示、案例分析、理论讲解	理论与案例相结合讲授，使用ppt，视频等	多媒体教室	

		者的权利和经营者的义务； 能根据有关法规，对案例或经济生活中的实例进行分析、应用。	1、了解消费者的概念及消费者特征。 2、掌握消费者的权利与经营者的义务。 3、理解消费者权益的保护机构和保护方式。 4、了解经营者损害消费者的权益应承担的法律责任。 三、产品质量法律制度 1、了解产品质量法的概念及其基本原则。 2、掌握生产者、销售者的产品质量义务。 3、了解产品质量监督管理的体制、机构。 4、了解产品质量责任的概					
--	--	---	---	--	--	--	--	--

			念及其特点。					
6	课题 6: 税收法律制度	了解税收的特征、分类和构成要素；掌握我国有关流转税、所得税的征收范围、纳税人及税率等基本法律规定；熟悉我国税收征收管理的法律规定；能够运用基本理论。分析解决实践中的具	1、了解税收的概念和特征。 2、理解税法的调整对象和构成要素。 3、了解我国现行的五大税类及其税种。 4、理解税收征管法的主要内容。 5、掌握违反税法的行为及其承担的法律 responsibility。	4	多媒体演示、案例分析、理论讲解	理论与案例相结合讲授，使用 ppt	多媒体教室	

		体问题。						
7	课题 7: 劳动保障法律制度	掌握劳动法的概念、特征及劳动者的基本权利和义务；重点了解劳动合同的订立、解除和发生劳动纠纷的解决途径，并在此基础上学会如何订立劳动合同；了解我国社会保险的基本法律制度，	一、劳动法律制度 1、了解劳动法的概念和调整对象 2、了解劳动法律关系 3、了解劳动法的基本原则 4、掌握工作时间与休息休假 5、掌握工资的基本法律规定 6、理解劳动保护的有关规定 二、劳动合同法律制度 1、了解劳动合同的概念和调整对象	8	多媒体演示、案例分析、理论讲解	理论与案例相结合讲授，使用 ppt	多媒体教室	

		特别是对社会保险的项目及有关内容重点掌握。	2、掌握劳动合同的订立 3、理解劳动合同的效力 4、理解劳动合同的解除和终止 三、劳动争议概述 1、理解劳动争议的概念和方式 2、掌握劳动争议的调解 3、理解劳动合同的仲裁 四、社会保险法律制度 1、了解社会保险的概念和特征 2、理解我国各项社会保险制度					
8	课题 8: 经济仲	了解经济仲裁的概念、原则	1、理解经济仲裁的概念和范围。	6	多媒体演	理论与案例相	多媒体教	

	裁与经 济司法	和基本制度； 了解经济诉讼 的概念、主要 当事人、经济 诉讼的管辖等 基本理论；能 够独立起草经 济仲裁申请 书、起诉状等 简单的法律文 书。	2、掌握仲裁的原则制度。 3、了解仲裁机构的设置与 组成。 4、理解仲裁的程序。 5、理解经济司法的概念和 机构。 6、掌握我国经济审判的原 则制度。 7、了解经济审判庭的收案 范围与案件管辖。 8、掌握经济审判的程序。 9、了解经济检察机关的收 案范围和办案程序。 10、经济仲裁申请书、起诉 状等简单的法律文书的起草训 练。		示、案 例分 析、理 论讲 解	结合讲 授，使 用 ppt	室	
--	------------	---	---	--	-----------------------------	---------------------	---	--

9	其他：复习、考试、机动等			8				
---	--------------	--	--	---	--	--	--	--

七、课程实施

（一）教学重难点的突破

课前，让学生通过预习主动发现问题，提出问题。

课中，以案例分析、讨论为主，将枯燥的法律条文生动化、实践化；结合最新的相关法律动态，采用科学合理的教学方法和教学手段，提高学生的听课效率，从而帮助学生学习理论知识、解决实际问题。

课后，利用课后作业帮助学生理解消化所学法律知识，并指导其运用所学法律分析、处理日常生活问题。

（二）课程教学方法手段

1、本课程是一门应用性很强的学科，在教学中应理论联系实际，并用案例和实例来解释法律条文，让学生更易于理解与掌握。

2、尽量多采用启发式教学法、案例教学法、图表分析法、小组讨论法、卡片展示法、角色扮演法等的形式。

3、在条件许可情况制作网络课程，采用信息化教学，用翻转课堂的形式教学，培养学生分析问题和解决问题的能力。

4、充分利用教学多媒体展示课件，通过课件展示让学生更直观、形象掌握知识。

（三）教材及参考资料

建议使用华东师范大学出版的马淑芳和王靖主编的《经济法基础》，此本教材具有科学性、实践性、时代性、适宜性。另

外根据所教授学生的专业不同、学生就业特点不同，可进行模块化整合及创造性加工的处理。

参考资料：有关经济法方面的其他教材、《经济法案例分析》、《法律法规汇编》等

法律期刊：《法制与社会》、《法制与生活》、《法制与经济》等

音像资料：《今日说法》、《经济与法》、《3.15 晚会》等法律节目视频

八、考核与评价

改革传统的以笔试形式考核学生成绩的方式，根据学生任务完成、项目实施情况，采用“结果与过程结合、技能与素养结合、自评与他评结合”的方式，重点评价过程和基本职业素养。

考核项目	考核形式	内容	要求	比例
形成性考核	团队协作	以小组形式完成的任务、作业	积极参与小组讨论，撰写小结报告，积极上台发言总结小组意见。	20%
	考勤	出勤情况	不迟到早退、不旷课、有事请假	50%

	平时作业	任务、作业	及时上交作业、批改采用五级记分制。	
	课堂表现	听课态度、上课纪律	上课认真听讲，上课回答问题有独立见解，有创意适当加分。	
终结性考核	期末测试	课程规定的内容	认真学习、复习重点内容。	30%

九、其它说明

1、教学模式建设：继续探索新的教学模式、教学方法，不断地发现问题、研究问题、解决问题。

2、资源库建设：建立并不断完善案例库、习题库、课件等。

五、《电子商务客户服务》课程标准

1. 课程性质

1.1 课程定位

本课程是中等职业学校电子商务专业的一门专业方向课程，适用于中等职业学校电子商务专业，对学生的服务理念、客户服务执行技能的训练与养成起着关键作用，是满足学生从业需要的关键课程。

这是一门实践性很强的课程。通过对该课程的学习，不仅能够培养学生的服务理念，还可以帮助学生在实践活动中运用客户服务理论与技巧，去寻找问题、分析问题和解决问题，使学生真正了解企业客户服务的重要性，掌握客户服务类相关岗位所需要的基本专业知识和技能。

本课程的前导课程包括：《沟通技巧》、《网络广告设计与制作》等。

1.2 设计思路

本课程标准围绕中等职业学校培养技术应用性专门人才的根本任务和适应社会需要的目标；紧扣中职学校教学大纲，以培养技术应用能力为主线设计学生的知识、技能、素质结构，以应用为主旨和特征来构建教学内容体系，以相关知识前后的关联性并结合实际营销工作流程为线索，来构建教学内容体系。具体的教学内容体系包括：网络客服工作岗位介绍、网络客户服务平台操作应用、订单处理、打包发货、售后服务、维护客户关系等。

建议本课程总课时为 54 学时，在第三学期开设。

2. 课程目标

2.1 知识目标

- 学习网络客服的基础知识和网络客服技巧，掌握网络客服岗位的基本技能，具备网络客服的基本素养；

- 掌握客服的工作流程，做好售前知识储备，流程培训和准备；

●掌握客服沟通技巧；

●熟练应用各种客户关系管理工具及方法对客户进行管理和维护。

2.2 技能目标

●能够使用网络工具友好地与客户进行沟通；

●能够在线接待不同的客户；

●能够处理商品订单打包发送、售后服务工作；

●能够较好的维护客户关系。

2.3 情感态度目标

●培养学生爱岗敬业的精神，树立良好的学生职业形象；

●培养学生在客户接待等工作中热情、友善地与客户交流；

●养成顾客至上及诚信的服务宗旨。

3. 课程内容和要求

序号	工作任务	知识要求	技能要求	情感态度要求	参考学时
1	走近网络客服	●了解网络客服岗位的地位和作用 ●了解客服岗位对个人素质的要求	●能画出客服部门的一般组织结构图 ●能基本操作网络客服工作平台	●能为自己设定工作目标 ●具有团队合作的工作意识	4

		● 认识网络客服的工作环境 ● 掌握常见的商品知识	● 能迅速把握企业的商品特性		
2	使用网络工具	● 认识常见的即时通信工具 ● 熟练千牛工作台的设置与使用 ● 熟悉操作交易平台后台 ● 掌握网络安全知识谨防网络诈骗局	● 能运用阿里旺旺接待客户 ● 提熟练操作千牛工作平台 ● 能通过交易平台后台进行交易、商品等管理 ● 能辨别网络诈骗术确保交易安全	● 培养网络安全风险防范意识 ● 培养学生热爱专业的感情，树立学好专业的信心	8
3	提供语音客户服务	● 了解语音客服的工作内容 ● 了解语音客服与网络客服的区别 ● 掌握呼入、呼出业务的工作流程	● 能用标准的普通话应答 ● 能在沟通过程中注意自己的语调和语速 ● 会微笑服务 ● 能灵活处理呼入、呼出业务	● 培养良好的沟通、服务意识 ● 具有团队合作的工作意识	8

			● 会编写不同类型的话术模板		
4	在线接待客户	● 学会介绍促销活动 ● 学会接待客户咨询 ● 学会设置在线接待常用语 ● 掌握处理异议的技巧和方法	● 能辨别客户的诉求 ● 能自主灵活处理客户的诉求	● 激发学生对客服岗位的热爱 ● 培养学生在遇到问题时,积极面对,积极寻求解决途径的工作意识	8
5	订单处理	● 了解商品售前与售后的订单处理 ● 学习与客户交流的方式和方法 ● 熟悉订单交易流程	● 能使用软件提高订单交易量 ● 了解客户购买时的心理变化,使用合适的语言与之沟通	● 真诚礼貌待客	6

6	打包 发货	● 识记常见的物流、快递公司 ● 了解快递公司运费核算方法 ● 认识不同种类的包装材料	● 能根据快递公司运费表核算运费 ● 能根据客户基本信息填写、打印运单 ● 会选择恰当的包装材料进行商品包装 ● 能通过网络及电话等手段跟踪货物运输状态	● 培养认真细致的工作态度 ● 具有团队合作的工作意识	6
7	完成 售后服务	● 了解售后服务的工作流程 ● 掌握顾客评价的处理规范 ● 理解顾客纠纷的各种类型 ● 掌握各种纠纷的处理办法 ● 了解售后表的制作	● 会根据售后服务流程处理售后工作 ● 能根据评价处理规范进行顾客的评价管理 ● 会对顾客反映的问题辨别纠纷的类型	● 培养认真细致的工作态度 ● 具有团队合作的工作意识	8

			● 能根据纠纷的处理办法处理相应的纠纷 ● 会进行工作的交接，制作售后表		
8	维护客户关系	● 理解客户关系管理的工作内容 ● 学习如何维护店铺的老客户关系	● 能够编制客户档案提取客户有效信息归档 ● 设计客户关怀短信并运用恰当的工作发送短信 ● 熟练使用微信公众号平台发布图文信息 ● 能协助运营部策划老顾客二次营销活动	● 把每一位顾客都当成店铺的重要资源，营造店铺与客户之间的情结 ● 深切体会20%的老顾客能带来店铺80%销量的28原则	4
		机动（考核）			2
		合计			54

4. 教学组织与评价

4.1 教学组织

1. 在教学过程中，应立足于坚持学生实际操作能力的培养，采用“情景导入、任务驱动”教学方式，以工作任务、教产结合激发学生学习兴趣，增强学生的成就动机。

2. 本课程教学的关键是实践教学，在教学过程中，尽可能引领学生参与店铺的实际运营，在完成教学的过程中实现学生店铺产品销售的售后服务，教师在必要时给予指导。

3. 教学过程中，每个活动结束时及时给予评价和展示，以增强学生之间的竞争意识。

4. 在教学过程中，需要及时与企业人员联系，及时了解行业动态及电子商务行业的最新专业知识、技能、职业道德。

4.2 课程资源

1. 采用“职业导向、项目驱动”的资源开发模式，创建微课资源、课件及相关教学资料。

2. 充分运用现代信息技术，将资源上传到云端，为学生跨时空学习提供条件。

3. 教学中融入“教产结合”的人才培养理念，让学生在学习过程对店铺进行管理，完成产品销售的售后服务，为学生的就业、创业做好知识与技能储备。

4.3 教学评价

1. 改革传统的学生评价手段和方法，采用终结性评价、形

成性评价与目标评价相结合综合立体的评价模式。

2. 采用多元化评价机制，学习过程中出勤、课堂纪律、师生互助、尊师重教等方面占总成绩的30%，即学习态度。结合活动过程的提问、学生作品质量、参与活动的程度、课堂纪律作为平时成绩，占总成绩的30%，即学习过程。理论考试和实际操作作为期末成绩，占总成绩的40%，即学习结果。即按以下等式评价：

学期成绩=学习态度(30%)+学习过程(30%)+学习结果(40%)。

学习态度=出勤(20%)+课堂纪律(40%)+师生互助(20%)+尊师重教(20%)。

学习过程=活动提问参与度(20%)+模块作品质量(25%)+活动参与度(15%)+课堂纪律(20%)+店铺运营效果(20%)

学习结果=期中考试(40%)+期末考试(60%)。

3. 注重学生动手能力和实践中分析问题、解决问题能力的考核。对有创新的学生应单独考核，对参加技能大赛的学生应给予特别鼓励，如本期该科为优秀或免考，全面评价学生。

4.4 教学条件

1. 本课程要求学生具有一定的店铺运营能力，部分内容需要创建情景，开展情景教学。

2. 教学以实践为主，提炼学生在运营店铺中出现的客户交流情景，使教学更直观，更能激发学生的学习积极性。

5 教材选用

本课程标准参考重庆大学出版社出版的《电子商务网络客户服务实务》教材编写，该教材在深入分析我国电子商务的实践和企业运营实际的基础上，针对电子商务的岗位需求和能力知识需求而设计。把学生的知识和能力的培养通过系统的模块设计来实现。重视以学生为中心，鼓励学生通过动手实践来探索，实现教与学的有机统一。

六、《网络营销实务》课程标准

（一）课程性质与任务

《网络营销实务》是电子商务专业的一门主干课程。《网络营销实务》是以互联网技术为基础的高新技术与营销资源融合在一起的新的营销模式，网络营销具有营销的共同性，同时，又具有它独有的特性。网络营销作为促成商品交换的企业经营管理手段，它是企业基于互联网上的电子商务活动中最基本的重要的商业活动。

网络营销作为一种全新营销模式，对传统市场营销有着重大的影响和冲击。它影响传统营销策略、营销战略、营销组织。网络营销与传统营销是一个整合的过程。作为网络经济时代营销创新的表现形式，是任何开展营销活动的企业不可回避的课题。因此为了满足实践对网络营销知识的需要，作为电子商务专业和商贸类专业的主干课程，网络营销的基本理论，基本概念及基本程序方法掌握的扎实与否，将直接影响到学生对本专

业知识的掌握，因而在电子商务专业和其他企业经营管理，市场营销专业的学科体系中占有重要的地位。

本课程以培养学生专业核心能力之一——市场营销和网络营销能力为目标，主要学习市场营销和网络营销的基本概念和理论、分析网络环境下消费者行为、学习并进行网络营销策略的实践运用。本课程强调基本方法和基本策略的实际运用，注重从事网络营销人员必须具备的基本能力和职业素质的训练。

（二）课程教学总体目标

通过本课程的学习，能对网络营销的相关基础理论有整体的认识，掌握网络营销的操作技能，提高实际动手能力和操作能力，形成网络营销的岗位工作能力，完成企业网络营销岗位的实际工作任务，同时培养学生具有诚实、守信、善于沟通和合作的职业素养。为学生发展网络营销方面的职业能力达到《网络推销员（初级）》的职业资格标准。具体目标如下：

1. 树立网络营销理念，明确市场营销和网络营销的基本概念、网络营销的内涵；

2. 具备初步的网络商务信息采集、处理能力，即：掌握信息收集工具的运用，能够设计市场调查问卷，并能进行模拟的网上调查；

3. 具有对网络营销环境、网络消费者行为模式客观分析并准确定位网络营销目标市场的能力；

4. 具备网络营销策略运用的基本能力，即：掌握网站推广、网络广告等网络营销的策略和方法，了解企业网络营销策划的

过程，能够运用网络营销策略以小组合作的方式完成企业网络营销的基本策划；

5. 培养全局意识、团队意识和市场意识，并注意专业素养与综合素质的不断提高。

（三）教学内容与要求

表 17 教学内容与要求

序号	项目名称	学习任务	学习要求
1	网络营销概述	1. 网络营销的产生和发展的过程 2. 网络营销的概念特点和内涵 3. 网络营销的基本方法 4. 网络营销的相关理论及流程	1. 了解网络营销的产生过程。 2. 认识网络营销的含义、特征和内涵。重点掌握网络营销与电子商务的区别。 3. 掌握网络营销常用的基本方法。 4. 理解网络营销与市场营销的关系（4P 与 4C）。 5. 掌握网络营销的相关理论以及在 B2B、B2C、C2C 等形式下的交易流程。
2	网络营销环境与技	1. 网络营销支持条件 2. 网络营销环境	1. 掌握网络营销支持环境的内容。 2. 了解网络营销的宏观环境、微观环境及彼此对网络营销的影

	术应用		响。 3. 重点了解网络营销的消费者环境从而认清它的发展前景。 4. 理解在互联网环境中营销方式的变化。
3	网上市场调查与信息发布	1. 网上市场调查的概念、分类及策略 2. 网络商务信息概念 3. 网络商务信息的分类 4. 网络商务信息收集的基本要求 5. 网络商务信息的处理流程	1. 理解了解网上市场调查的含义及其分类。 2. 熟悉网络市场调查的基本步骤与样本选择。 3. 掌握网络市场调研的技术方式、方法。 4. 重点掌握网络调查问卷设计与结果分析。 5. 了解商务信息的定义以及来源。 6. 学会利用搜索引擎、E-mail 等方法在网上搜集客户以及企业等相关商务信息。 7. 掌握利用 BBS、新闻组、网络杂志、电子书等进行信息发布的方法。

4	网络营销受众分析	1. 网络营销受众概况 2. 网络营销受众行为分析	1. 熟练运用网络工具从 Internet 用户总体规模和特征、性别与年龄特征、学历与身份、收入状况、上网接入设备情况、上网时间、地点、费用、手机上网情况、兴趣爱好等方面全面了解网络受众概况。 2. 理解网络用户行为的内涵。 3. 熟悉网络用户行为的分类。 4. 掌握网络用户的需求特征。 5. 了解传统消费者购买行为过程。 6. 明确网络消费者购买行为的过程特点。
5	网络营销基本策略	1. 网络营销产品策略 2. 网络营销价格策略 3. 网络营销渠道策略 4. 网络营销促销策略	1. 掌握网络产品整体概念和产品生命周期理论。 2. 理解网络营销与传统营销产品概念的差异。 3. 熟悉网上新产品的开发策略。 4. 明确网上产品定位原则。 5. 了解网络营销产品的定价技巧，掌握定价方法和策略。 6. 学会比较网络营销渠道与传统

			营销渠道的异同。 7. 明确网络渠道的优势和分销商的类型。 8. 掌握网络渠道的实际运用。 9. 掌握网络营销的促销组合方式。 10. 掌握网站推广方法的分类以及在线推广网站的方法。 11. 初步具备运用网络营销基本策略进行企业商务活动的策划能力。
6	网络营销方法	1. 搜索引擎营销 2. 在线客服 3. 博客营销 4. 公共关系营销 5. FAQ 6. 病毒性营销 7. E-mail 营销 8. 其他营销方法	1. 熟悉搜索引擎的推广方式，掌握搜索引擎的关键词策略，能够进行网页搜索引擎优化。 2. 掌握博客营销的特点及方法。 3. 了解并掌握网络营销服务的形式，会设计简单的 FAQ。 4. 了解病毒性营销的原理与特点。 5. 能够建立邮件列表进行 E-mail 营销。 6. 了解其他网络营销方法。如：交换链接、信息发布、会员制营

			销、个性化营销、SNS 营销、互动式营销等。 7. 能够针对所处的环境合理选择网络营销方式。
7	网络广告	1. 网络广告的概念、特点 2. 网络广告的形式 3. 网络广告收费方式 4. 网络广告的发布	1. 掌握网络广告的基本含义、特点和作用。 2. 掌握网络广告的分类、形式以及它的基本策略和基本技巧。 3. 掌握广告策划的一般过程。 4. 掌握网络广告的各种发布方式和各种收费模式。 5. 学会根据一个主题用电子的手段策划一个广告。 6. 能够在网络或者软件平台上发布网络广告。
8	网络营销战略规划	1. 网络营销战略规划概述。 2. 网络营销战略规划的制定。	1. 理解网络营销战略规划的含义，熟悉网络营销战略规划的内容。 2. 了解网络营销战略规划制定的原则。 3. 掌握网络营销战略规划的过程。

9	模拟实验	实验一：国内网络营销状况分析	1. 初步的网上信息查询、收集和整理，网络营销发展状况。 2. 完成《目前我国网络营销发展状况》的小报告，字数在 800 字左右。
		实验二：网络营销环境与技术应用	1. 学生能够独立熟练完成对计算机的常规设置。 2. 了解有关网络营销环境实例，并对它进行分析。
		实验三：利用搜索引擎收集商务信息	1. 学生能够运用各类搜索引擎工具，采用不同的方法检索到商品信息。 2. 教师可以根据实际情况，要求学生在网上搜索多种信息。
		实验四：利用电子邮件收集和发布商务信息	1. 掌握建立邮件列表的方法。 2. 能够对 E-mail 进行设置，并能用它来收集和发布信息。
		实验五：网络市场调研	1. 能够设计调查问卷，主题可自选，也可统一。 2. 写出运用网上市场调研方法的体会和总结的技巧。 3. 完成一个具体的网络市场调查的策划报告。

		实验六：网络营销的策划	掌握并实施搜索引擎注册、交换连接、论坛、新闻组等网站推广手段。
		实验七：网络广告的制作与发布	1. 结合网页制作技术，根据广告内容确定广告形式，制作广告。 2. 掌握常见的网络广告的发布方法和技巧。

（四）教学实施

1. 教学时数安排建议

本课程建议教学时数为 72 课时，总学分为 4 分。

表 18 教学时数安排

序号	项目名称	课时分配		
		讲授	实训	合计
1	网络营销概述	6		6
2	网络营销环境与技术应用	6		4
3	网上市场调查与信息发布	6		4
4	网络营销受众分析	4		4
5	网络营销基本策略	8		8
6	网络营销方法	4		4
7	网络广告	4		4
8	网络营销战略规划	2		2

9	模拟实验		36	36
合 计		36	36	72

2. 教学建议

(1) 应针对学生实际职业能力的培养来进行教学，通过工作任务的仿真或全真操作，提高学生的学习兴趣，掌握各种物流相关活动操作能力和实施能力。

(2) 应以学生为本，注重 “教” 与 “学” 的互动。通过选用典型活动项目，由教师提出要求或示范，组织学生进行活动，让学生在活动中树立责任意识，增强团队的合作精神，掌握本课程的职业能力。

(3) 应注重职业情景的创设，以多媒体、录像、案例分析等方法提高学生依法解决和处理实际问题的职业能力。

(4) 教师必须重视实践，更新观念，走产学研相结合的道路，探索中国特色职业教育的新模式，为学生提供自主发展的时间和空间，积极引导學生提升职业素养，努力提高学生的创新能力。

(5) 建立能激励学生学习兴趣和自主学习能力发展的评价体系。该评价体系由形成性评价和终结性评价构成。在教学过程中应以形成性评价为主，注重培养和激发学生学习的积极性和自信心。终结性评价应着重检测学生网络营销综合掌握能力。评价要有利于促进学生综合掌握能力和健康人格的发展；促进教师不断提高教育教学水平；促进网络营销课程的不断发展与完善。

3. 教材编写建议

(1) 教材编写应以电子商务专业所涵盖的工作任务和职业能力分析为依据，体现基础性、趣味性和开拓性相统一的课程思想，激发学生对所学专业课程的热爱与追求，鼓励学生开展创造性思维活动。并应为教师留有根据实际教学情况进行调整和创新的空间。

(2) 教材应将本课程的职业活动，依据岗位工作的内容，分解设计成若干典型的工作项目模块及具体任务，以学生为中心，课程实习或单项模块训练相结合的教学模式，不断巩固强化专业技能知识，并从中培养其职业素养。

(3) 教材的编写应结合中等职业学校的实际，以“必须、够用”为原则，降低理论难度。教材的文字表述力求通俗易懂、深入浅出、版面设计活泼，内容展现尽可能图文并茂，能够吸引学生，有助于学生自学。

(4) 教学内容紧密结合实际，但高于或浓缩实际工作，便于教学，使其符合教学规律及内容衔接紧凑。配套实训操作能体现电子商务工作实际需要，再现工作情景，并具有可操作性，便于教师指导和学生学习。建议最后一章模拟实验的实训项目分配，也可在各相关章节穿插进行。

(5) 教材内容应凸显实践性、应用性和层次性的特征，不求体系的完整性，强调与岗位业务相吻合，并使学生易学、易懂、易接受。同时要具有前瞻性，应纳入本专业领域的发展趋势及网络营销的新知识、新技术和新方法。

（五）考核与评价

1. 考核方式

学习评价宜以过程评价和目标评价相结合，注重实践性引导，过程评价以鼓励为主。过程考核主要在教学过程中对学生的出勤情况、学习态度、上机操作、课堂讨论、课后作业等情况进行的评价；目标考核是在整个课程结束时，对学生在知识和技能的整体掌握情况的评价。

2. 考核比例及要求

（1）平时成绩占 20%。主要包括对出勤情况、课堂提问、讨论、作业等情况进行评价。

（2）上机实训练习占 30%。上机实验成绩根据学生完成实验内容及出勤情况，由指导教师给出成绩。

（3）期末考试成绩占 50%。采用闭卷形式，建试题库，从试题库随机抽取试题。生成试卷包括选择题、判断题、简答题、论述题等标准化题型，由教师审阅判分。

七、《电商运营》课程标准

一、课程性质与任务

《电商运营》是电子商务专业一门必修课程，是校企合作

开发的基于工作过程的课程。

该课程主要介绍网店开设、发布产品、店铺设置与装修、淘宝工具使用、无线运营和数据分析、付费推广、活动策划推广与入驻电子商务第三方平台的基础操作，重点讲述活动策划推广和多平台电商运营的实践操作，使学生了解活动相关的各种报名渠道及其它推广引流方式，掌握电商推广引流相关操作技能。通过本课程的教学，要求学生熟练地、系统地掌握电商平台活动和付费引流等方面相关方法和技能，并能理论联系实际，培养学生的分析问题、判断问题和解决问题的能力，为以后从电商运营推广相关工作打好基础。

二、课程目标

（一）总体目标

通过任务驱动型的项目活动培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握电商推广引流的方法和技巧，形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识，提高学生各专门化方面的职业能力，并通过理论、实训、实习相结合的教学方式，边讲边学，结合不同运输方式拓展情景教学的作用空间，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有物流运输管理理论和实践能力的、具有可持续发展能力的高素质高技能型电商运营推广人才，以适应市场对电子商务人才的需求。

1. 知识目标

- (1) 了解电子商务及平台。
- (2) 了解电商就业前景。
- (3) 掌握淘宝规则及开店技巧。
- (4) 能够熟悉店铺后台各模块的功能
- (5) 掌握店铺发布产品的方法。
- (6) 了解付费推广
- (7) 掌握付费推广的推广计划搭建与付费推广的ROI优化；
- (8) 掌握淘宝站内活动的报名与活动流程的把控；
- (9) 掌握通过站外活动引流技巧；
- (10) 了解淘宝达人和淘宝直播，掌握查找直播达人，并进行传播的合作方式；
- (11) 掌握无线端运营的技巧。
- (12) 掌握用官方及第三方数据分析工具进行店铺的数据分析；
- (13) 了解爆款打造的方法技巧
- (14) 天猫、京东、1688等多平台运营的技巧。

2. 技能目标

- (1) 学会淘宝开店并学会店铺前期的市场分析及定位技巧。
- (2) 熟悉淘宝后台，完成产品的上传、店铺设置及装修；
- (3) 能够熟练地使用淘宝助理和各种营销工具。
- (4) 能够熟练进行淘宝客的合作及直通车、钻展等付费推

广方式的引流推广；

（5）能够对付费推广计划的ROI进行优化调整设置；

（6）能够进行第三方活动进行店铺的辅助引流，活动报名与活动策划方案的实施；

（7）能够根据企业店铺经营产品进行特色市场的入驻及特色市场活动的报名；

（8）掌握无线端运营方法，能够无线端店铺的装修及手机微海报、微淘的发布。

（10）能够利用官方数据分析工具对店铺数据进行分析，利用第三方数据分析工具对店铺推广进行优化；

（11）能够掌握对打造爆款的选款、测款方法，学会打造爆款的操作流程；

（12）能够对企业产品进行多平台布局和实施运行；

3. 素质目标

（1）语言表达、社会交往和沟通能力；

（2）具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风；

（3）具有良好的心理素质和职业道德素质；

（4）具有高度责任心和良好的团队合作精神；

（5）具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力；

（6）养成处理问题的应变能力和人际沟通能力；

（7）培养全心全意为客户服务，让客户满意的意识。

（8）按规范办事、批评与自我批评能力。

三、课程设计

（一）课程设计思路

本课程不仅为专业培养服务，更是现代大学生非常重要的素质教育课程。通过新媒体营销实战课程的教学使学生了解企业在新媒体营销的实践中会涉及哪些专业知识，以增强学生的感性认识，再进行理论知识讲解。在学生掌握相应的理论知识后，再运用所学新媒体营销实战技能去分析企业的运用情况，以进一步巩固和提高所学知识；在此基础上进行相应微营销实践训练，以培养学生分析问题和解决问题的能力，使学生为日后成为企业新媒体营销领域的相关工作人员作好相应知识、技能方面的储备。

（二）课程内容与教学要求

1. 课时分配表

项目（或模块）名称	序号	任务内容	学时分配	备注
平台运营	1	店铺装修	10	
	2	淘宝助理	7	
	3	促销工具	5	
	4	无线基础设置	4	
搜索排名规则	5	无线端挖掘关键词渠道	9	
	6	无线端标题组合	6	
	7	无线端详情页布局优化	10	

标题优化	8	关键词选择渠道	10	
	9	建立关键词词表	12	
	10	筛选关键词	7	
总学时			80	

2. 任务设计

项目（或模块）	电子商务平台操作			
任务 1	电子商务平台操作	学时	理论	
			实践	
			一体化	6
学习目标（概括本任务的学习目标，包含知识、技能等目标）				
如何开淘宝店铺 如何优化详情页 如何运营淘宝店铺				
主要内容				

重点：

如何开淘宝店铺

如何优化详情页

如何运营淘宝店铺

难点：

如何优化详情页

项目（或模块）	标题优化			
任务 2	标题优化	学时	理论	
			实践	
			一体化	6
学习目标（概括本任务的学习目标，包含知识、技能等目标）				
如何筛选关键词； 如何建立关键词词表； 如何自己随便编写标题。				
主要内容				

重点：

如何筛选关键词

如何建立关键词词表

如何自己随便编写标题

难点：

如何建立关键词词表

四、课程实施

（一）教学方法建议

（1）应针对学生实际职业能力的培养来进行教学，通过工作任务的仿真或全真操作，提高学生的学习兴趣，掌握各种物流相关活动操作能力和实施能力。

（2）应以学生为本，注重“教”与“学”的互动。通过选用典型活动项目，由教师提出要求或示范，组织学生进行活动，让学生在活动中树立责任意识，增强团队的合作精神，掌握本课程的职业能力。

(3) 应注重职业情景的创设，以多媒体、录像、案例分析等方法提高学生依法解决和处理实际问题的职业能力。

(4) 教师必须重视实践，更新观念，走产学研相结合的道路，探索中国特色职业教育的新模式，为学生提供自主发展的时间和空间，积极引导学生提升职业素养，努力提高学生的创新能力。

(5) 教学过程参考

①突出过程与模块评价，结合课堂提问、实训操作、课后作业、模块考核等手段，加强实践性教学环节的考核，并注重平时采分。

②强调目标评价和理论与实践一体化评价，注重学生的创新能力。

③强调课程结束后综合评价，充分发挥学生的主动性和创造力，注重考核学生的职业素养及职业能力，注重考核学生所拥有的综合职业能力及水平。

④建议在教学中分任务模块评分，课程结束时进行综合模块考核。

(二) 师资条件要求

根据课程性质和课程目标，本课程的主讲教师必须具备扎实的理论知识，过硬的操作技能，了解各类新媒体营销的方法，具有丰富的实践经验。能与企业合作共同开发和建设课程，为企业提供服务，到企业去锻炼，积累工作经验。有很强的执教能力，快速反应能力，能及时、准确地解决学生遇到的各种问题。

题。具有良好的职业道德、遵纪守法意识和责任心。不仅能传授学生知识，更应该教会学生如何做人。

（三）教学条件基本要求

1. 校内实训基地条件要求：建立开放式实验实训中心，使之具备职业技能考核、实验实训、现场教学的功能，将教学与培训教材合一、教学与实训合一，满足高职学生综合职业能力培养的需求。

2. 校外实训基地条件要求：充分利用本行业典型企业的资源，加强校企合作建立校内、校外实训基地，满足学生的实习实训需求，在此过程中进行实验实训课程资源的开发，同时为学生提供就业机会，开创就业渠道。

3. 建立或开放电子阅览室，配备与本课程教学相关的电子图书资料、电子杂志等，利用文档、图表、动画、视频等各种形式展示各类图书资源，使教学内容多元化，以此拓展学生的知识和能力。

（四）教学资源基本要求

课程资源开发与利用：包括相关教辅材料、实训指导手册、信息技术应用、工学结合、网络资源、仿真软件等。

（一）校内外实训基地

为了使能够充分参与课外实训和课程设计等教学活动，在活动中更好地理解新媒体营销的方法，了解本课程前沿知识和新概念，课程所属系教研室和任课教师要充分利用并开发企业资源供学生参与实践。

（二）网络教学资源

充分利用网络资源，搭建网络课程平台，实现优质教学资源共享。

（三）图书馆资源

学校图书馆、网络机房应该基本满足学生课外阅读的需要，这对于扩大学生的知识面，激发学生学习兴趣都起着重要的作用。

（四）智力资源

充分利用行业资源，为学生提供阶段实训，让学生在真实的环境中磨练自己，提升其职业综合素质。

（五）开发适合教师与学生使用的多媒体教学素材和多媒体教学课件。

五、教学评价、考核要求

评价的目的是全面考察学生的学习状况，启发学生的学习兴趣，激励学生学习热情，促进学生的可持续发展。评价也是教师反思和改进教学的有力手段。

对学生学习的评价，既要关注学生知识与技能的理解和掌握，更要关注他们情感与态度的形成和发展；既要关注学生学习的结果，更要关注他们在学习过程中的变化和发展。评价的手段和形式应多样化，要将过程评价与结果评价相结合，定性与定量相结合，充分关注学生的个性差异，发挥评价的启发激励作用，增强学生的自信心和实践能力。教师要善于利用评价

所提供的大量信息，适时调整和改善教学过程。

（一）注重对学生学习过程的评价

对学生学习过程的评价，包括态度、自信心、实践能力、合作交流意识，以及独立思考的能力、创新思维能力等方面。

（二）重视对学生的启发

对学生进行启发式教学，各项目通过分析案例，让学生完成一定的设计任务，最终达到独立完成的任务的目的。

（三）评价手段和形式要体现多样化

采用过程性评价与目标性评价相结合的方法，满分为 100 分。过程性评价包括对学生考勤、课堂表现和作业的评价，占总分的 30%。其中学生考勤占 10%，课堂表现占 10%，作业占 10%；目标性评价主要指期末考试的卷面成绩和综合实训成绩，占总分的 70%。

八、《电子商务物流》课程标准

（一）课程性质与任务

《电子商务物流》是电子商务专业一门必修课程。它的任务是：介绍现代物流管理基础知识、基本理论，重点讲述现代物流配送的实践操作，使学生了解物流相关的各种理论知识，掌握物流配送相关操作技能。为提高学生物流方面的素质，增强物流理论与实践能力打下基础。通过本课程的教学，要求学

生熟练地、系统地掌握现代物流基础知识基本理论，掌握现代物流配送相关方法和技能，并能理论联系实际，培养学生的分析问题、判断问题和解决问题的能力，为以后从事物流相关工作打好基础。

（二）课程教学总体目标

通过工学结合的任务驱动型项目活动，培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力，使学生掌握物流运输管理的基本知识与物流运输作业与管理的基本技能。初步形成一定的学习能力和课程实践能力，并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识，及其环保、节能和安全意识，提高学生各专门化方面的职业能力，并通过理论、实训、实习相结合的教学方式，边讲边学，结合不同运输方式拓展情景教学的作用空间，把学生培养成为具有良好职业道德的、具有物流运输理论和实践能力的、具有可持续发展能力的高素质、高技能物流人才，以适应市场的需求。具体目标如下：

1. 能正确运用物流行业的技术标准、规范组织施工；
2. 能正确填写一般物流配送过程涉及到的相关资料；
3. 能合理安排、协调物流配送的进行；
4. 能正确运用物流配送中的各种知识能力进行实际操作；
5. 具有良好的职业道德和身心素质以及创新能力；
6. 具有敬业、吃苦耐劳的精神；
7. 具有团队意识及妥善处理人际关系的能力。

（三）教学内容与要求

表 21 教学内容与要求

序号	项目名称	学习任务	学习要求
1	电子商务与现代物流	1. 电子商务基础知识 2. 现代物流的基本概念 3. 电子商务与现代物流的关系	1. 了解物流对电子商务的作用。 2. 理解规划和设计电子商务物流与配送系统的因素。 3. 熟悉几种不同的电子商务配送模式
2	电子商务物流技术	1. 物流技术概述 2. 现代物流技术介绍	1. 掌握物流技术的概念和分类。 2. 掌握主要物流技术的含义。 3. 理解现代物流技术的作用和评价标准。 4. 认识现实生活中的物流技术应用。
3	电子商务物流系统	1. 电子商务物流系统 2. 电子商务物流作业系统 3. 电子商务物流信息系统	1. 掌握电子商务物流系统的定义和特点。 2. 了解电子商务物流作业系统构成。 3. 熟悉电子商务物流信息系统的体系结构。

4	电子商务生产物流计划控制	1. 生产物流概述 2. 物料需求计划 3. 准时制生产 4. 企业资源计划	1. 了解影响生产物流的主要因素与合理组织生产物流的基本要求。 2. 理解生产物流系统设计原则。 3. 掌握物料需求计划的内涵。 4. 理解 JIT 的原理。 5. 掌握 ERP 的核心管理思想。
5	电子商务环境下的物流模式	1. 电子商务环境下的物流模式概述 2. 物流一体化 3. 第三方物流	1. 熟悉电子商务环境下的基本物流模式。 2. 熟悉在电子商务环境下物流模式的应用情况。 3. 理解物流一体化管理的内涵与原理。 4. 熟悉物流一体化管理的应用。 5. 理解第三方物流的优势，能说出第三方物流与物流一体化的关系。 6. 能够掌握第三方物流模式的内涵。
6	电子商务下的供应链	1. 供应链管理概述 2. 电子商务供应链管理的策略	1. 了解供应链管理产生的背景、含义及其原则。 2. 理解基于电子商务的供应链管理的原理及模式。

	应 链 管理		3. 了解快速响应出现的背景和实 践。 4. 了解有效客户响应出现的背 景。 5. 了解电子订货系统的模式。
7	电 子 商 务 下 的 物 流 配 送 与 配 送 中 心	1. 物流配送概述 2. 物流配送模式 的选择 3. 配送中心的含 义与特征 4. 配送中心规划 设计	1. 正确理解配送在电子商务下的 作用。 2. 熟悉与理解配送路线优化的方 法。 3. 了解配送中心的分类和功能。 4. 了解配送中心的规划要素。 5. 了解配送中心的规模确定、选 址和内部设施。 6. 理解配送中心的设计原则。
8	现 代 国 际 物流	1. 现代国际物流 的概念和特点 2. 国际物流运作	1. 了解国际物流的发展状况。 2. 了解国际物流的系统网络和模 式。 3. 理解国际物流的组织管理原 则。 4. 掌握国际物流的概念和特点。
9	电 子 商 务 物 流	1. 电子商务物流 的发展环境 2. 我国电子商务	1. 了解电子商务物流的发展的机 遇和挑战。 2. 了解我国电子商务物流存在的

的发展环境、现状与趋势	物流存在的问题和改进措施 3. 电子商务物流发展趋势	问题。 3. 了解我国电子商务物流的发展趋势。
-------------	-------------------------------	----------------------------

(四) 教学实施

1. 教学时数安排建议

本课程建议教学时数为 72 课时，总学分为 4 分。

表 22 教学时数安排

序号	项目名称	课时分配		
		讲授	实训	合计
1	电子商务与现代物流	8		8
2	电子商务物流技术	8	2	10
3	电子商务物流系统	6	2	8
4	电子商务生产物流计划控制	6	2	8
5	电子商务环境下的物流模式	6	4	10
6	电子商务下的供应链管理	6	4	10
7	电子商务下的物流配送与配送中心	6	4	10
8	现代国际物流	4		4

9	电子商务物流的发展环境、 现状与趋势	4		4
合 计		60	18	72

2. 教学建议

(1) 在教学过程中，应明确以岗位实际工作能力培养为目标，以工作任务模块为教学单元，以工作岗位要求为核心内容，引领教学全过程，使学生在完成工作任务的过程中实现本课程教学目标。

(2) 本课程教学必须重视实战教学。在教学过程中，教师示范和学生分组操作训练要互动，学生提问与教师解答、指导有机结合，让学生在“教”与“学”的过程中，理解物流配送工作的特点。

(3) 在教学过程中，应加大技能操作训练的容量，增加现场教学和亲身体验环节，在实践训练过程中，使学生掌握物流配送的技能，提高学生的岗位适应能力。建议建立物流员考证平台实验室，作为学生训练的场所。

(4) 在教学过程中，要应用多媒体资料、网络信息等教学资源辅助教学，提高学生自主学习兴趣，帮助学生开拓视野。

(5) 在教学过程中，要重视本专业领域新知识、新理念、新方法的发展趋势，贴近行业，贴近岗位，为学生提供职业生涯发展的空间，努力培养学生参与社会实践的创新精神和职业能力。

（6）教学过程中教师应积极引导提升职业素养，提高职业道德。

3. 教材编写建议

（1）教材应充分体现任务引领、就业导向的课程设计思想，多设计一些结合岗位任务、有吸引力的课堂教学活动，寓教于乐，充分体现“做学一体”的理念。

（2）教材应将本专业职业项目分解成若干典型活动，按物流人员完成工作项目的要求和岗位操作规范，结合国家物流员资格考试要求组织教材内容。

（3）教材应以学生为本，内容展现应图文并茂，文字表达应简明扼要，符合中职学生的认知水平，重在提高学生的学习兴趣。

（4）教材内容应突出实用性，重视将一线物流人员最新的服务理念与方法纳入教材，使教材更贴近本行业的发展和实际需要。符合现代社会物流行业的发展趋势。

（5）教材中活动设计的内容必须突出主题，具有可操作性，注重学生的参与面和参加活动的兴趣。

（五）考核与评价

1. 改变传统的学生评价手段和方法，注重课堂评价的多元化，结合课堂提问、学生作业、平时测验、小组活动及考试情况，综合评价学生的学习情况。

2. 注重学生在模拟情境活动中分析问题、解决问题能力的考核，对在活动中有创新表现的学生应予以鼓励，综合评价学生

的能力。

九、《商务广告文案写作》课程标准

一、教学对象

电子商务专业学生

二、开设学期及学时安排

第一学年第二学期；72 学时

三、课程性质、任务和要求（应具备的前导课程以及需要的工具条件）

本课程是电子商务专业的一门职业岗位课程，是在学生具备了广告设计基本知识的基础上，了解广告文案写作基本知识和内容，以满足专业职业岗位课和职业拓展课的需求。

课程的主要任务是通过学习使学生了解广告文案本质及特征，掌握广告文案写作构成要素与广告文案写作的原则及技巧，了解广告受众心理，并能将所掌握的知识应用于广告设计案例分析中，为之后的专业课学习提供理论支撑。

四、课程类别及课程类型

《商务广告文案写作》是广告专业学生一门重要的专业核心课程，属于提高类课程。

五、培养目标和主要内容

（一）培养目标

1、知识目标

了解广告文案发展脉络、文案撰稿人的素质与思维方式；

深入理解文案写作的策略思考框架、文案如何配合创意、文案的诉求方法、文案的感性和理性手法以及广告文案各组成部分、不同媒体广告文案、不同产品广告文案的写作要求。

2、能力目标

掌握广告文案写作的创意思考框架；

掌握广告文案各组成部分的写作方法。

3、素质目标

能够运用所学知识撰写不同媒体广告文案、不同产品广告文案；

能够运用所学知识分析具体广告作品中的广告文案特征和手法。

（二）主要内容

单元1 广告文案概述

[目的要求]

了解广告文案的源流

明确广告文案写作的概念

理解广告文案写作的原则、广告文案的功能及其作用

明确广告文案人员的岗位职责和素养

了解整合营销背景下的广告文案创作趋势等

[基本内容]

第一节 广告文案的概念和源流

第二节 广告文案写作的概念和原则

第三节 广告文案的功能

第四节 广告文案人员的岗位职责和素质

[重点、难点]

重点：广告文案写作的概念和原则

难点：整合营销背景下的广告文案创作趋势

[教学条件]

课堂教授

单元2 广告文案执行广告策略

[目的要求]

明确广告战略与广告策略概念

理解产品在不同生命周期的广告文案写作策略

掌握广告定价法及其广告文案写作表达

理解广告文案如何表现广告主题

掌握不同诉求方式对于广告文案写作的影响

[基本内容]

第一节 广告战略与文案写作

第二节 广告策略与广告写作

第三节 广告定价策略与文案写作

第四节 广告诉求策略与文案写作

[重点、难点]

重点：广告定价法及其广告文案写作表达，广告文案如何表现广告主题

难点：不同诉求方式的广告文案写作

[教学条件]

课堂教授

单元3 广告文案表现广告创意

[目的要求]

理解广告创意的基本含义

明确广告创意的基本要求

明确广告文案创意的含义

掌握广告文案创意的构思方法、思路

理解广告的诉求方式

[基本内容]

第一节 广告创意概述

第二节 广告文案创意及其理论

第三节 广告文案的创意表现

第四节 广告文案创意的思维过程

[重点、难点]

重点：广告创意及广告文案创意，广告文案创意的构思方法、思路

难点：广告文案创意的思维过程

[教学条件]

课堂教授+多媒体创意展示

单元4 广告文案写作的构成要素

[目的要求]

明确广告文案的构成要素

了解广告文案标题、正文、口号、附文等的表现形式、写作技巧

理解广告标题的写作原则

明确广告正文的写作要点

掌握广告口号的功能、特征与创作类型

[基本内容]

第一节 广告标题

第二节 广告正文

第三节 广告附文

第四节 广告口号

[重点、难点]

重点：广告文案标题、正文、口号、附文等的表现形式、写作技巧

难点：广告标题的写作以及广告口号的创作

[教学条件]

课堂教授+实操训练

单元5 长文案、短文案和系列广告文案

[目的要求]

明确长文案、短文案和系列广告文案的定义

理解长、短文案与广告实施策略的联系

理解长、短文案的特殊作用

了解系列广告的优势及其特征

理解并掌握长、短文案及系列广告文案的写作要点、写作技巧

[基本内容]

第一节 短文案及其写作

第二节 长文案及其写作

第三节 系列广告文案及其写作

[重点、难点]

重点：长文案、短文案和系列广告文案的定义，长、短文案与广告实施策略的联系

难点：长、短文案及系列广告文案的写作要点、写作技巧

[教学条件]

课堂教授+多媒体教学+实操训练

单元6 报刊广告文案

[目的要求]

了解报刊的历史，认识报刊广告

理解报刊广告的优势与不足

明确报刊广告的特点，报刊广告的各种形式及相应的文案特点

理解报刊广告的写作要点、写作要求

掌握报刊广告的写作方法、写作技巧

[基本内容]

第一节 报纸广告文案及其写作

第二节 杂志广告文案及其写作

[重点、难点]

重点：报刊广告的特点，报刊广告的各种形式及相应的文案特点；报刊广告的写作要点、写作要求

难点：报刊广告的写作方法、写作技巧

[教学条件]

课堂教授+多媒体教学+实操训练

单元7 广播电视广告文案

[目的要求]

了解广播电视的历史，认识广播电视广告

理解广播电视广告的优势与不足

明确广播电视广告的特点，广播电视广告的各种形式及其相应的文案特点

理解广播电视广告的写作特点、写作要点

掌握广播电视广告的写作方法、写作技巧

[基本内容]

第一节 广播广告文案及其写作

第二节 电视广告文案及其写作

[重点、难点]

重点：广播电视的历史，广播电视广告的优势与不足，广播电视广告的写作特点、写作要点

难点：广播电视广告的写作方法、写作技巧

[教学条件]

课堂教授+多媒体教学+实操训练

单元8 其他媒体广告文案写作

[目的要求]

认识网络、直邮、软文广告

理解网络、直邮、软文广告的优势与不足

理解网络、直邮、软文广告的特点，相应的文案特点

理解网络、直邮、软文广告的写作要点、写作要求

掌握网络、直邮、软文广告的写作方法、写作技巧

[基本内容]

第一节 网络广告文案及其写作

第二节 直邮广告文案及其写作

第三节 软文广告文案及其写作

[重点、难点]

重点：网络、直邮、软文广告的优势与不，网络、直邮、软文广告的特点，相应的文案特点，网络、直邮、软文广告的写作要点、写作要求

难点：网络、直邮、软文广告的写作方法、写作技巧

[教学条件]

课堂教授+多媒体教学+实操训练

单元 9 广告文案语言与修辞

[目的要求]

理解广告文案语言概念及其作用

了解广告文案语言的基本类型

明确广告文案语言的基本要求

了解广告文案语言修辞中常见的毛病

掌握广告文案语言的修辞技巧

[基本内容]

第一节 广告文案语言

第二节 广告文案语言的修辞运用

[重点、难点]

重点：广告文案语言的基本类型，广告文案语言的基本要求，
广告文案语言修辞中常见的毛病

难点：广告文案语言的修辞技巧

[教学条件]

课堂教授+多媒体教学

单元 10 广告文案测试

[目的要求]

理解广告文案测试的重要性

明确广告文案测试的原则

了解广告文案测试的内容和程序

掌握广告测试的方法

[基本内容]

第一节 广告文案测试概念

第二节 广告文案测试的内容和程序

第三节 广告文案测试的方法

[重点、难点]

重点：广告文案测试的原则、内容和程序

难点：广告测试的方法

[教学条件]

课堂教授+多媒体教学

六、学时分配表：

周别	教学内容（章节）	课堂教学课时	实习实训课时	备注
1				教学准备周
2	课程介绍；第一章	4	0	
3	第一章 广告文案概述	4	0	
4	第二章 广告文案执行广告策略	2	2	
5	第二章 广告文案执行广告策略	2	2	
6	第三章 广告文案表现广告创意	2	2	
7	第三章 广告文案表现广告创意	2	2	
8	第四章 广告文案的构成要素	4	0	
9	第四章 广告文案的构成要素	4	0	
10	第五章 长文案短文案系列广告文案	2	2	

1 1	第五章 长文案短文案系列 广告文案	2	2	
1 2	第六章 报刊广告文案	2	2	
1 3	第六章 报刊广告文案	2	2	
1 4	第七章 广播电视广告文案	2	2	
1 5	第七章 广播电视广告文案	2	2	
1 6	第八章 其他媒体广告文案	2	2	
1 7	第八章 其他媒体广告文案	2	2	
1 8	第九章 广告文案语言与修 辞	4	0	
1 9	广告文案写作学生测试	4	0	复习周
2 0				考试周
合计课时		48	24	

七、课程成绩考核方式及评分标准

课程成绩考核方式：成果汇报

评分标准：学生课程成绩=平时成绩 40%+期末考核 60%

八、教材及参考书目

（一）教材

商务广告文案写作，广告学特色专业系列教材；黄玉波编著；中南大学出版社

（二）参考书目

1. 《广告文案创作》陈培爱；厦门大学出版社

2. 《广告文案写作教程》初广志；高等教育出版社

九、课程与考职业资格证书（职业资格证书）的关系

本课程的学习适用于广告文案职业资格证书的考取。广告文案职业资格鉴定由国家劳动和社会保障部中国就业培训指导中心负责。适合人群为从事广告策划、文案、设计等工作的专业人员，以及相关专业的大学、中专在校生和毕业生。考试分为理论知识考试和专业技能考试，内容为广告行业及广告文案概论基础知识、广告文案的定位及创作思维训练、广告文案的实战训练、文案的实际应用案例。这是我国首个针对广告文案从业人员的资格认证项目。通过考核者将获得由国家劳动和社会保障部中国就业技术培训指导中心统一颁发的《广告文案职业岗位培训合格证书》。

十、实施建议

（一）教学组织建议

1. 在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，

采用项目教学，以工作任务引领提高学生兴趣，激发学生的成就动机。

2. 教学过程中教师应积极引导提升职业素养，提高职业道德。

（二）教学评价建议

教学评价和考核中贯彻能力本位的理念。变单向教学评价为多元评价，将静态教学评价变为动态评价。

（三）课程教学环境和条件要求

营造师生互动，主题恰当的课堂教学氛围（教学环境），采用理论教学的形式。实践课程均采用实操写作课程。

（四）教学资源开发与利用

1. 学习资料资源：

注重实训指导书和实训教材的开发和应用。

2. 信息化教学资源：

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

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

同时应积极创造条件搭建远程教学平台，扩大课程资源的交互空间。

产学合作开发实训课程资源，充分利用校内外实训基地，进行产学合作，实践“工学”交替，满足学生的实习、实训，同时为学生的就业创造机会。

十、《商务活动策划与实施》课程标准

一、课程定位

《商务活动策划与实施》是电子商务专业主干与核心课程。本课程主要讲授商务活动的类型及策划与实施等基本环节。通过相关商务活动的模拟实训,使学生掌握相关工作岗位的操作技能，具备在基层企事业单位从事商务活动策划与组织的业务素质和能力。

本课程紧密结合当前市场营销、广告营销等为主的商务活动，培养学生商务活动组织与管理的能力，引导学生学会联系消费者购买心理策划各种商业活动，促进销售，提高利润，为企业赢得更大效益。课程具有鲜明的实践性、操作性。先修课程为会议运营与管理、人力资源管理、公共关系等。

二、工作任务和课程目标

（一）工作任务及职业能力

表 1-1 工作任务与职业能力分析表

工 作 领 域	工作任务	职业能力	学习项目
企 事 业 单 位 文 员、秘书 工作	商务活动概述	认识商务活动	商务活动的 概念、特征、 主要效应及 策划商务活 动的流程
	庆典类商务活 动	组办仪式类庆 典活动	庆典活动的 概念、特征； 筹备工作及 一般流程
	新闻发布会	策划组办新闻 发布会	新闻发布会 举办的时机、 筹备工作及 流程
	记者招待会	策划组办记者 招待会	记者招待会 特征、筹备工 作及流程
	商务演讲	能进行即兴商 务演讲	商务演讲要 素、类型、特 征；筹备工作

企 事 业 单 位 公 共 关 系 处 理 工作			及商务演讲的技巧
	商务谈判	能策划并组办商务谈判活动	商务谈判特征；方法、流程及筹备工作
	公益活动	能策划并组办社会公益活动	公益活动类型特征及筹备工作的方法、程序等
	商务差旅活动	能策划组办并模拟商务差旅活动	社会商务差旅活动的类型、特征；筹备差旅活动的方法及流程
	客户服务与管理	能根据实际情况开展客户服务与管理活动	客服的概念、类别；优质客服的概念、技巧、方法及处理客户投诉的步骤、程序

	危机管理	能根据实际情况策划并进行危机管理	危机管理的概念、特征、特征、原则及方法技巧
--	------	------------------	-----------------------

（二）课程目标

根据本课程面对的工作任务和职业能力要求，要教给学生商务活动策划的业务知识，通过相关的实践和课内训练，使学生掌握相关工作岗位的操作技能，不断提高实际应用能力，具备策划相关的商务活动及客服和危机管理工作的业务素质和能力。

本课程的教学目标细分为：

（1）知识目标

①理论知识：商务活动的类型、模式及各类商务活动的特征、策划方法技巧和相应的流程等；

②实践知识：

（2）技能目标

①根据相应的情境联系相关理论知识策划各种商务活动；

②并能够对策划的商务活动（新闻发布会、商务演讲等）进行仿真模拟等。

（3）态度目标

①职业意识——通过理论讲授、案例训练使学生达到知识宽厚、技能熟练、职业意识增强的目标，以适应现代秘书及公关人员素质的要求。

②团队意识——互相帮助、相互学习、共同完成任务。

③良好习惯———严谨、规范的策划组织习惯。

三、教学组织

根据对信息与档案管理工作任务与职业能力分析,为使学生适应基层企事业单位文秘及档案管理工作,本课程设计了10个学习项目,在项目的教学实施中,进一步分解成23个学习型工作任务。

表 1-2 教学组织表

学习项目 编号	学习项目 名称	学习型工作任务	学时	
项目一	商务活动 概述	商务活动的概念、特征、主要效应	2	4
		策划商务活动的流程	2	
项目二	庆典类商务活动	庆典活动的概念、特征;筹备工作及一般流程	4	10
		签字仪式、剪彩仪式及开幕式	6	
项目三	新闻发布会	新闻发布会准备工作	2	8
		新闻发布会程序会后工作	2	
		新闻发布会情景模拟	4	
项目四	记者招待会	记者招待会概述及准备工作	2	8

		记者招待会程序及会后工作	2	
		记者招待会情景模拟	4	
项目五	商务演讲	商务演讲的要素、类型、特征	4	8
		筹备工作及商务演讲的技巧	4	
项目六	商务谈判	商务谈判的概念、特征；	2	10
		商务谈判的方法、流程及筹备工作	4	
		商务谈判程序及人员素质	4	
项目七	公益活动	公益活动的类型特征	4	8
		公益活动筹备工作的方法、程序等	4	
项目八	商务差旅活动	社会商务差旅活动的类型、特征；	2	4
		筹备差旅活动的方法及流程	2	
项目九	客户服务与管理	客服的概念、类别及相关程序；	2	6
		优质客服的概念、技巧、方法及处理客户投诉的步骤、程序	4	

项目十	危机管理	危机管理的概念、特征、特征、原则	2	6
		危机管理的方法技巧	2	

四、教学内容与能力要求

各项目的教学内容与能力要求见表 1-3、表 1-4、表 1-5、表 1-6、表 1-7、表 1-8、表 1-9、表 1-10、表 1-11、表 1-12。

表 1-3 项目一教学内容与能力表

项目一：商务活动概述		参考学时： 4 学时
项目任务：为后续进行的学习项目进行知识准备。		
	知识目标： （1）掌握商务活动的概念、特征、主要效应。 （2）掌握策划商务活动的流程。	
	技能目标： （1）具备商务活动策划与组织的基本知识。 （2）能熟练掌握组办商务活动的一般流程。	
	态度目标： （1）职业意识——通过理论讲授、案例训练使学生达到知识宽厚、技能熟练、职业意识增强的目标，以适应现代秘书商务策划与组织工作的要求。 （2）严谨作风——通过对策划知识及案例的正确把	

	握，养成严谨规范的策划与组织习惯。
	(3) 团队意识——互相帮助、相互学习、共同完成任务。
教学实施：教师进行知识的讲授，由学生进行充分讨论和思考，通过课堂发言， 形成思想碰撞，加深学生对相关知识和理解和掌握，老师归纳点评。	
教学内容： (1) 掌握商务活动的概念、特征、主要效应。 (2) 掌握策划商务活动的流程。	
训练项目：给出任务要求，让学生分组进行 商务活动的流程模拟。	
工作方法：教学课件、项目教学片、案例分析、讲解示范、教材、学生分组讨论	
工作成果：完成知识模块的学习和掌握。	
考核评价：教师布置作业进行批改，按等级进行计分。	

表 1-4 项目二教学内容与能力表

项目二：庆典类商务活动	参考学时： 10 学时
项目任务：拟写周年庆典策划方案，并制定出校庆活动的具体议程。	
	知识目标： (1) 庆典活动的概念、特征；筹备工作及一般流程

	(2) 签字仪式、剪彩仪式及开幕式
	技能目标： (1) 掌握仪式庆典类商务活动的一般流程 (2) 能根据所给情境模拟仪式庆典类商务活动 (3) 能根据实际情况策划并组办仪式庆典类商务活动
	态度目标： (1) 职业意识——通过理论讲授、案例训练使学生达到知识宽厚、技能熟练、职业意识增强的目标，以适应现代秘书商务策划与组织工作的要求。 (2) 严谨作风——通过对策划知识及案例的正确把握，养成严谨规范的策划与组织习惯。 (3) 团队意识——互相帮助、相互学习、共同完成任务。
教学实施：教师进行知识的讲授，由学生进行充分讨论和思考，通过课堂发言， 形成思想碰撞，加深学生对相关知识和理解和掌握，老师归纳点评。	
教学内容： (1) 庆典活动的概念、特征；筹备工作及一般流程；(2) 签字仪式、剪彩仪式及开幕式。	
训练项目：根据教师所给出的职业情境，策划并组办开幕式及签字仪式商务活动。	
工作方法：教学课件、项目教学片、案例分析、讲解示范、学生分组讨论。	

工作成果：完成技能训练模块的学习和掌握。

考核评价：教师布置作业进行批改，按等级进行计分。

表 1-5 项目三教学内容与能力表

项目三：新闻发布会		参考学时：8 学时
项目任务：拟写新闻发布会策划方案，并组织新闻发布会。		
	知识目标： (1) 新闻发布会准备工作 (2) 新闻发布会程序会后工作	
	技能目标： (1) 能根据所给情境模拟新闻发布会 (2) 能根据实际情况策划并组办新闻发布会	
	态度目标： (1) 职业意识——通过理论讲授、案例训练使学生达到知识宽厚、技能熟练、职业意识增强的目标，以适应现代秘书商务策划与组织工作的要求。 (2) 严谨作风——通过对策划知识及案例的正确把握，养成严谨规范的策划与组织习惯。 (3) 团队意识——互相帮助、相互学习、共同完成任务。	
	教学实施：教师进行知识的讲授，由学生进行充分讨论和思	

考，教师进行辅导，对典型问题进行归纳点评。
教学内容： （1）新闻发布会准备工作；（2）新闻发布会程序会后工作
训练项目：观摩新闻发布会教学视频，根据情境组办新闻发布会。
工作方法：教学课件、项目教学片、案例分析、讲解示范、学生分组讨论。
工作成果：完成技能训练模块的学习和掌握。
考核评价：教师对学生策划书进行批改，按等级进行计分。

表 1-6 项目四教学内容与能力表

项目四：记者招待会	参考学时：8 学时
项目任务：拟写记者招待会策划方案，并协助其他人员模拟实施招待会议程。	
	知识目标： （1）记者招待会概述及准备工作 （2）记者招待会程序及会后工作
	技能目标： （1）能根据所给情境模拟记者招待会 （2）能根据实际情况策划并组办记者招待会

	态度目标： （1）职业意识——通过理论讲授、案例训练使学生达到知识宽厚、技能熟练、职业意识增强的目标，以适应现代秘书商务策划与组织工作的要求。 （2）严谨作风——通过对策划知识及案例的正确把握，养成严谨规范的策划与组织习惯。 （3）团队意识——互相帮助、相互学习、共同完成任务。
	教学实施：教师进行知识的讲授，由学生进行充分讨论和思考，教师进行辅导， 对典型问题进行归纳点评。
	教学内容： （（1）记者招待会概述及准备工作；（2）记者招待会程序及会后工作
	训练项目：观摩记者招待会教学视频，根据情境组办记者招待会。。
	工作方法：教学课件、项目教学片、案例分析、讲解示范、学生分组讨论。
	工作成果：完成技能训练模块的学习和掌握。
	考核评价：教师对学生的练习进行批改，按等级进行计分。

表 1-7 项目五教学内容与能力表

项目五：商务演讲	参考学时： 8
----------	---------

	时
项目任务：如何成功实施商务演讲是每一个商务人士的梦想。	
	知识目标： （1）商务演讲的要素、类型、特征 （2）筹备工作及商务演讲的技巧
	技能目标： （1）能根据所给情境进行商务演讲 （2）能根据实际情况进行即兴商务演讲
	态度目标： （1）职业意识——通过理论讲授、案例训练使学生达到知识宽厚、技能熟练、职业意识增强的目标，以适应现代秘书商务策划与组织工作的要求。 （2）严谨作风——通过对策划知识及案例的正确把握，养成严谨规范的策划与组织习惯。 （3）团队意识——互相帮助、相互学习、共同完成任务。
教学实施：教师进行知识的讲授，由学生进行充分讨论和思考，教师进行辅导，对典型问题进行归纳点评。	
教学内容： （1）商务演讲的要素、类型、特征；（2）筹备工作及商务演讲的技巧	
训练项目：为情境中的李小姐设计一个开场白和结尾。	
工作方法：教学课件、项目教学片、案例分析、讲解示范、	

学生分组讨论。
工作成果：完成技能训练模块的学习和掌握。
考核评价：教师对学生的作业进行批改，按等级进行计分。

表 1-8 项目七教学内容与能力表

项目六：商务谈判		参考学时：10 学时
项目任务：谈判中的策略及谈判结果的评价		
	知识目标： (1) 商务谈判的概念、特征 (2) 商务谈判的方法、流程及筹备工作 (3) 商务谈判程序及人员素质	
	技能目标： (1) 能根据所给情境模拟商务谈判 (2) 能根据实际情况策划并组办商务谈判活动	
	态度目标： (1) 职业意识——通过理论讲授、案例训练使学生达到知识宽厚、技能熟练、职业意识增强的目标，以适应现代秘书商务策划与组织工作的要求。 (2) 严谨作风——通过对策划知识及案例的正确把握，养成严谨规范的策划与组织习惯。 (3) 团队意识——互相帮助、相互学习、共同完成任务。	
	教学实施：教师进行知识的讲授，由学生进行充分讨论和思	

考，教师进行辅导， 对典型问题进行归纳点评。
教学内容： (1) 商务谈判的概念、特征 (2) 商务谈判的方法、流程及筹备工作 (3) 商务谈判程序及人员素质
训练项目：根据所给情境分小组制作谈判方案，由学生评出最佳方案，教师点评。
工作方法：教学课件、项目教学片、案例分析、讲解示范、学生分组讨论。
工作成果：完成技能训练模块的学习和掌握。
考核评价：教师对学生的策划方案进行批改，按等级进行计分。

表 1-9 项目八教学内容与能力表

项目七：社会公益活动	参考学时：8 学时
项目任务：拟写公益活动策划方案，并展示活动的主要议程	
	知识目标：

	(1) 公益活动的类型特征 (2) 公益活动的方法、程序 (3) 公益活动的一般流程及策划方案的撰写 技能目标： (1) 能根据所给情境模拟社会公益活动 (2) 能根据实际情况策划并组办社会公益活动 态度目标： (1) 职业意识——通过理论讲授、案例训练使学生达到知识宽厚、技能熟练、职业意识增强的目标，以适应现代秘书商务策划与组织工作的要求。 (2) 严谨作风——通过对策划活动及案例的正确把握，养成严谨规范的策划与组织习惯。 (3) 团队意识——互相帮助、相互学习、共同完成任务。
	教学实施：教师进行知识的讲授，由学生进行充分讨论和思考，教师进行辅导， 对典型问题进行归纳点评。
	教学内容： (1) 公益活动的类型特征 (2) 公益活动的方法、程序 (3) 公益活动的一般流程及策划方案的撰写
	训练项目：根据职业情境，模拟举办社会公益活动。
	工作方法：教学课件、项目教学片、案例分析、讲解示范、学生分组讨论

工作成果：完成技能训练模块的学习和掌握。
考核评价：教师对学生的作业进行批改，按等级进行计分。

表 1-10 项目九教学内容与能力表

项目八：商务差旅活动		参考学时：4 学时
项目任务：怎样为王总制定一份商务旅行日程计划		
	知识目标： (1) 社会商务差旅活动的类型、特征 (2) 筹备差旅活动的方法及流程	
	技能目标： (1) 能根据所给情境模拟社会商务差旅活动 (2) 能根据实际情况策划并组办社会商务差旅活动	
	态度目标： (1) 职业意识——通过理论讲授、案例训练使学生达到知识宽厚、技能熟练、职业意识增强的目标，以适应现代秘书商务策划与组织工作的要求。 (2) 严谨作风——通过对策划活动及案例的正确把握，养成严谨规范的策划与组织习惯。	

	(3) 团队意识——互相帮助、相互学习、共同完成任务。
教学实施：	教师进行知识的讲授，由学生进行充分讨论和思考，教师进行辅导， 对典型问题进行归纳点评。
教学内容：	(1) 社会商务差旅活动的类型、特征 (2) 筹备差旅活动的方法及流程
训练项目：	拟设职业情景，执行旅行计划
工作方法：	教学课件、项目教学片、案例分析、讲解示范、学生分组讨论
工作成果：	完成技能训练模块的学习和掌握。
考核评价：	教师对学生的作业进行批改，按等级进行计分。

表 1-11 项目十教学内容与能力表

项目八：客户服务与管理	参考学时：6 学时
项目任务：	面对客户的投诉，该如何应对
知识目标：	(1) 客服的概念、类别

	(2) 优质客服的概念、技巧、方法 (3) 处理客户投诉的步骤、程序
	技能目标： (1) 能根据所给情境模拟客户服务与管理活动 (2) 能根据实际情况开展客户服务与管理活动
	态度目标： (1) 职业意识——通过理论讲授、案例训练使学生达到知识宽厚、技能熟练、职业意识增强的目标，以适应现代秘书商务策划与组织工作的要求。 (2) 严谨作风——通过对策划活动及案例的正确把握，养成严谨规范的策划与组织习惯。 (3) 团队意识——互相帮助、相互学习、共同完成任务。
教学实施：教师进行知识的讲授，由学生进行充分讨论和思考，教师进行辅导， 对典型问题进行归纳点评。	
教学内容： (1) 客服的概念、类别 (2) 优质客服的概念、技巧、方法 (3) 处理客户投诉的步骤、程序	
训练项目：拟设职业情景，分析客户的需求；面对客户的投诉，如何处理	
工作方法：教学课件、项目教学片、案例分析、讲解示范、学生分组讨论	

工作成果：完成技能训练模块的学习和掌握。

考核评价：教师对学生的作业进行批改，按等级进行计分。

表 1-12 项目十一教学内容与能力表

项目八：危机管理		参考学时：6 学时
项目任务：危机发生后，应该采取什么做法应对危机		
	知识目标： (1) 危机管理的概念、特征、特征、原则 (2) 危机管理的方法技巧	
	技能目标： (1) 能根据所给情境模拟危机管理 (2) 能根据实际情况策划并进行危机管理	
	态度目标： (1) 职业意识——通过理论讲授、案例训练使学生达到知识宽厚、技能熟练、职业意识增强的目标，以适应现代秘书商务策划与组织工作的要求。 (2) 严谨作风——通过对策划活动及案例的的正确把握，养成严谨规范的策划与组织习惯。 (3) 团队意识——互相帮助、相互学习、共同完成任务。	
	教学实施：教师进行知识的讲授，由学生进行充分讨论和思考，教师进行辅导，	

对典型问题进行归纳点评。
教学内容： （1）危机管理的概念、特征、特征、原则 （2）危机管理的方法技巧
训练项目：拟设职业情景，模拟危机管理过程
工作方法：教学课件、项目教学片、案例分析、讲解示范、学生分组讨论
工作成果：完成技能训练模块的学习和掌握。
考核评价：教师对学生的危机处理方案进行批改，按等级进行计分。

五、教学方法与手段

在该课程采用的教学模式下，各个项目采用的共同的教学方法和手段是理论讲授法、模拟练习法、角色扮演法、小组讨论法；教学手段充分运用多媒体教学手段、利用相关的教学设备进行秘书情景模拟,到相应的实训室进行实训练习。

六、考核与评价

（一）理论考核

1、理论考核办法

本课程理论部分考核可以结合实际教学情况进行。期末考试采取闭卷统一考试的办法。试卷覆盖面要广，涉及到课程的各章、各节；试卷的能力层次包括识记、领会、简单应用、综

合应用，各层次应有合理的比例；试卷的难度层次包括易、较易、较难、难，各层次应有合理的比例。从考试题型来看，可选择名词解释、问答题、论述题、写作题、综合应用题等形式。

2、理论考核评分标准：

理论考核成绩，以期末考试成绩为主，适当参考平时成绩。平时成绩要有依据，主要根据作业、课堂提问、到课情况等，其中平时成绩占 30%，考试成绩占 70%。

（二）实训考核：

1、实训考核办法

实训考核要根据不同的实训要求，灵活掌握。考核试题可参考教材“思考与训练”有关题型，采取综合考核的形式。

2、实训考核评分标准

实训考核成绩主要采取技能训练考核和平时训练相结合的办法，平时注意记载学生训练成绩。成绩评定可按平时成绩占 30%，期末成绩占 70%的标准。

考核成绩见表 1- 14、表 1-15。

表 1-14 课程整体成绩表

考核类型	成绩	权重	课程整体成绩
课程考核		100 %	
职业技能认证			

表 1-15 课程考核成绩表

项目名 称	成绩		权重	项目成 绩	项目成绩 权重	课程考核 成绩
项目一 商务活 动概述	知 识		30%		5%	100
	技 能		50%			
	态 度		20%			
项目二 仪式庆 典类商 务活动	知 识		30%		10%	
	技 能		50%			
	态 度		20%			
项目三 新闻发 布会	知 识		30%		10%	
	技 能		50%			
	态 度		20%			
项目四 记者招	知 识		40%		10%	

待会	技能		40%			
	态度		20%			
项目五 商务演讲	知识		40%		10%	
	技能		40%			
	态度		20%			
项目六 商务谈判	知识		40%		15%	
	技能		40%			
	态度		20%			
项目七 社会公益活动	知识		40%		10%	
	技能		40%			
	态度		20%			
项目八	知		40%		10%	

商务差旅活动	识				
	技能		40%		
	态度		20%		
	技能		40%		
	态度		20%		
项目九 客户服务与管理	态度		20%		10%
	技能		40%		
	态度		20%		
项目十 危机管理	态度		20%		10%
	技能		40%		
	态度		20%		

七、说明与建议

该课程主要是基于工作过程进行知识内容的分类，形成了

以项目为导向的知识与技能模块，更好地培养学生相应的职业能力。教学中要倡导学生自主性学习，特别是要利用教学网站开展网络教学。

完成本课程的建议学时为 72，考虑到学期教学周数的实际变化情况，课程实际执行学时允许 6 个学时机动。

十一、《网络推广》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业网络营销方向的一门专业技能课程。旨在培养学生运用免费及付费渠道向消费者展示网站的能力，是融“教、学、做”于一体的专业必修课程，帮助学生认识并掌握各类免费、付费渠道的运用技巧，为网络营销向其他专业课程的学习奠定良好的基础

二、课程教学目标

通过本课程的学习，使学生掌握网络推广免费及付费的各类渠道以及运用这些渠道进行推广的技巧，形成网络推广的职业能力，使学生能够与他人合作，相互沟通、勇于创新、学会学习和工作方法，为学生今后自主学习和终身学习奠定良好基础。

职业能力目标

- (1) 具有良好的职业道德和敬业精神；
- (2) 具有团队意识及妥善处理人际关系的能力；

- (3) 具有较强的沟通与交流能力；
- (4) 具有一定的文字功底，能够利用文字进行网络软文的写作；
- (5) 掌握多种网络推广的方法，能够进行实际操作；
- (6) 就有较强的自学能力、理解能力和表达能力。

三、 参考学时

144 学时。

四、 课程内容与培养目标

项目名称	子项目名称	学时数	培养目标
德育教育	习惯养成教育	2	热爱劳动的生活习惯教育，遵章守纪的行为习惯教育，爱岗敬业的职业道德教育
	感恩教育	2	感恩父母，感恩国家，感恩社会，感恩他人的教育，懂得感恩
网络市场分析	淘宝网市场分析	2	确定公司所处的营销环境，经营方式，主要特点。
	外贸服饰网分析	2	网络信息收集，分析企业网络营销环境，制作不同途径搜索网络商务信息对比表。
	京东网市场分析	4	掌握市场定位，产品定位，市场细分。

	目标客户 群确定	4	消费者行为分析，网络消费者需求动机与心理动机，网络问卷调查表制作。
开店 前准 备	选择开店 网站	2	了解全国最大的中文网上交易平台—淘宝网。
	注册淘宝 账号	2	注册淘宝号并下载安装阿里旺旺与千牛卖家版软件，建立班级淘宝群。
	绑定网上 银行	4	将淘宝账号绑定网上银行，了解各网上银行的特点。
	支付宝实 名认证	4	获得开店通行证，上传本人身份证照片与手持身份证照片，手机绑定支付宝，提高支付宝安全。
网上 发布 宝贝	为产品拍 照	4	在宝贝发布前掌握简单的拍照技术与方法。
	发布一口 价宝贝	4	掌握发布一口价宝贝的方法与技巧。重点掌握不同产品在发布时的不同属性选择，标题的制定。
	发布拍卖 宝贝	4	掌握发布拍卖价宝贝的方法与技巧。
	发布二手	4	掌握如何发布二手宝贝的

	宝贝		方法。
网上 店铺 装修	网店名字 与店标设计	4	通过所学软件对网店名字 与店标进行设计。
	公告栏设计	4	通过 PS 对网店公告栏进行 设计。
	设置网店 装修风格	6	掌握店铺装修常用风格，能 根据不同产品来制定不同店铺 风格。
	设置店铺 介绍	4	让买家能第一时间了解店 铺的运营方式，包括发货时间， 快递公司，产品新旧成度等。
网店 商品 管理	宝贝的分 类	4	学习产品的类目知识，掌握 淘宝网商品的分类技巧。
	设置橱窗 推荐	4	掌握宝贝的展示方法，学会 橱窗推荐，掌握利用软件实现宝 贝分时推荐技巧。
	宝贝主图 设计	6	掌握产品主图设计方法，利 用 Photoshop 软件修改产品主 图使其更容易被点击。
	宝贝标题 设置	4	了解淘宝搜索规则，并为宝 贝设置 30 字的标题，并观察标 题设置后的流量。

	宝贝详情页设置	8	为店铺单个产品制作详情页。
	整店宝贝上下架设置	4	了解淘宝网上下架规则,掌握店铺宝贝上下架方法,合理利用上下架时间。
网店推广	QQ 推广	6	掌握利用 QQ 软件推广店铺的一般方法。
	微信推广	8	了解微信知识,掌握微信推广的方法与技巧。
	VIP 设置	4	为店铺产品设置 VIP 专享价,让客户优先找到自己的产品。
	淘宝论坛推广	4	提高店铺知名度,学会淘宝论坛发贴回贴技巧。
	淘宝客推广	4	设置淘宝客,为店铺产品引流。
	淘宝直通车推广	8	利用定制工具对宝贝进行推广。
网站推广优化	搜索引擎推广	6	淘宝网搜索规则学习,通过登录搜索引擎提交网站网址或者登录网站之家如 hao123 等提交网址等方式推广网站。
	电子邮件	4	找自己产品的潜在客户,通

	推广		过邮件的形式将自己店铺信息发送到目标客户邮箱，获得第一注意力。
	百度文库推广	6	把整理的与网站想关的软文上传到百度文库，只要看文章的访客就会无意中发现网站。
	巧用社区论坛推广	8	可在新浪网，网易，百度空间及 QQ 空间设立博客日志，在日志中添加网站的地址链接来推广宣传自己。
网店 客服 管理	阿里旺旺下载与安装	4	掌握淘宝聊天工具的下载与安装方法，创建联系人并添加同学为好友。
	及时回复买家的留言	4	掌握与买家沟通的常用语言，设置自动回复，体验沟通技巧。
	合理处理中差评及售后	6	对买家收货后不满意给出中差评的要及时联系买家并处理，学会避免中差评对店铺的不好的影响，提高售后服务质量。
	选择合适的配送方法	6	掌握淘宝发货的一般方法，了解不同快递公司运送方式及服务特点。

	制订网店客服手册	4	综合所说制作网店客服专用手册，与网店客服项目实训评价表。
网络推广实训	产品上下架	4	熟练掌握淘宝宝贝的发布与上下架设置
	标题优化	8	熟练掌握淘宝网搜索规则与标题优化技巧。
	主图设计	6	掌握 PS 产品图设计技巧。
	店铺装修	8	熟练掌握店铺装修风格设计。
合计		196 节	

五、教学建议

（一）教学方法

本课程是一门操作性、实践性比较强的课程，因此在教学方法的选择上应充分体现学生为主体、教师为主导的思想，在教学过程中注重激发学生的学习兴趣，调动学生的学习积极性，同时着重培养学生的自学能力。

1、项目教学法

通过布置项目任务，在完成项目的过程中，突出学生的主体地位，强化学生

相关知识综合运用的能力，提高学生分析问题、解决问题

的能力。

2. 启发式教学法

通过设置问题、分析问题来引导学生积极思考，培养学生的思维能力和分析问题解决问题的能力。

3. 任务驱动式教学法

该教学法主要应用于日常课堂教学中。教师的教学与学生的学习都围绕一个目标，基于工作任务，在强烈的问题动机下，通过对学习资源的积极主动运用，学生进行自主探索和互相协作学习，培养学生自主学习的能力。

4. 讨论式教学法

由教师提出问题，学生分组讨论，最后根据讨论结果进行总结归纳。在教师指导下，学生各抒己见，互相切磋，充分发挥学习的主动性和积极性，这样不仅培养了学生的组织表达能力和解决问题的能力，也大大提高了学生的综合素质。

（二）评价方法

本课程的考核采用过程考核与结果考核相结合，教师评价与学生评价相结合的考核方式，考核采用百分制，综合成绩=过程考核成绩+结果考核成绩。过程考核占总成绩的 60%，其中过程考核由各阶段学习中每项任务的完成情况取平均数得来。结果考核由最终综合考核考试得来，占总成绩的 40%。对学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核，结合课堂提问、学生项目制定、项目实施过程、技能竞赛及项目完成情况，综合评定学生的成绩。

（三）教学条件

1. 课堂教学条件

可以进行多媒体演示的教室

2. 实训条件

参照实训室设备配备标准进行配备，同时需要开通网络。

（四）教材编写

本课程采用操作性较强的教材、教学参考书与视频教程相结合的形式开展教学、在教材编写时应依据本课程标准编写，充分体现任务驱动的课程设计思想，充分考虑中职生学生的特点，体现针对性、适用性，根据社会实际需求选取教学内容、选择有代表性的案例，教材中的活动设计具有可操作性。

（五）数字化教学资源开发

（1）改变传统的教学模式和手段，充分利用现代化教学手段，采用多媒体课件、视频等形式开展课堂教学，激发学生学习兴趣，拓展学生知识面，提高课堂效率。

（2）充分利用网络资源，开展多种形式的教学活动。通过网上论坛、QQ群、MSN、电子邮件等现代化交流技术，为学生布置课外作业，进行在线答疑，学生之间互相讨论，很好地实现师生之间、学生之间多种形式的交流。

十二、《电子商务网页制作》课程标准

（一）课程性质与任务

本课程是中等职业学校电子商务专业的一门专业核心课程，是从事网页制作岗位工作的必修课程。其功能是培养学生具有网页设计与制作的基本职业能力，使学生达到相应的国家职业标准的相关要求。

（二）课程教学总体目标

通过本课程的学习，能制作网页；能创建本地站点并能对网页进行各种超链接；能制作网页动画；掌握网页设计与制作技巧；具备网页设计与制作的基本职业能力。培养学生善于沟通和合作的品质，为学生职业能力的发展奠定基础。在此基础上形成以下职业能力。

职业能力目标：

1. 能制作网页；
2. 能绘制图形与处理图像；
3. 能创建本地站点并能完成网页的各种超链接；
4. 能创意性地美化网页；
5. 能制作有创意的网页动画；
6. 能掌握网页设计与制作的相关技巧；
7. 能学习网页设计与制作的新知识和新技术；

（三）教学内容与要求

表 23 教学内容与要求

序号	项目名称	学习任务	学习要求
1	制作网	1. 网页制作软件基本	1. 能熟练使用网页制

	页	操作 2. HTML 标记 3. 表格页面布局 4. 网页内容输入 5. 插入图像	作软件。 2. 能熟练应用表格布局页面。 3. 能输入文本。 4. 能输入特殊字符。 5. 能合理插入图像。 6. 能熟练设置 HTML 标记属性。
2	创建本地站点	1. 能建立本地站点 2. 站点管理 3. 网页制作 4. 超链接设置	1. 制作网页。 2. 能设置各种超链接。
3	基本图形绘制与图像的处理	1. 图形图像处理软件基本操作 2. 位图和矢量图编辑 3. 文字特效 4. 图像热点 5. 图像切片 6. 蒙版 7. 下拉菜单 8. 按钮	1. 能熟练使用图形图像处理软件。 2. 能绘制和编辑基本图形。 3. 能制作图像热点。 4. 能制作图像切片。 5. 能制作下拉菜单。 6. 能制作按钮。

4	网页的美化	1. 网站 logo 2. banner 3. GIF 动画 4. 网站导航条、层、行为等	1. 能制作网站标志。 2. 能制作 banner。 3. 能制作 GIF 动画。 4. 能制作网站导航条。 5. 能应用层和行为。 6. 能在网页中插入音视频。
5	模板网页和 CSS 样式的使用	1. CSS 2. 模板	1. 能设置 CSS 样式属性。 2. 能使用 CSS 样式编辑器。 3. 能使用模板创建网页。
6	使用框架创建网页	框架	能制作框架网页。

7	动画影片制作	1. 动画制作软件基本操作 2. 逐帧动画、补间动画、交互动画 3. 能制作动作补间动画影片 4. 能制作路径补间动画影片	1. 能熟练使用动画制作软件。 2. 能制作逐帧动画影片。 3. 能制作形状补间动画。 4. 互动画影片。 5. 能在动画影片中插入音频。
---	--------	--	---

（四）教学实施

1. 教学时数安排建议

本课程建议教学时数为 108 课时，总学分为 6 分

表 24 教学时数安排

序号	项目名称	课 时 分 配		
		讲 授	实 训	合 计
1	制作网页	6	4	10
2	创建本地站点	4	6	10
3	基本图形绘制与图像的处理	4	12	16
4	网页的美化	4	20	24
5	模板网页和 CSS 样式的使用	4	6	10
6	使用框架创建网页	2	4	6

7	动画影片制作	12	20	32
合 计		36	72	108

2. 教学建议

(1) 建议教师进行必要的学情分析，分析学生的知识结构、心理特点、认知能力等，便于全面掌握课堂教学情况及学生的学习情况，从而对症下药，使课堂设计更加合理，教学结构更加优化。

(2) 建议教师把现代教育技术的理念应用到教学中去，把信息技术与课堂教学有效的进行整合，通过运用案例教学、情景教学、模块教学法、任务驱动法、角色体验法、小组讨论等多种教学手段和教学方法，激发学生的学习积极性，使课堂教学效果最优化。

(3) 建议教师以学生为主体，避免满堂灌，充分发挥学生的主观能动性，边讲边练，以练为主。让学生在学中做，做中学；注重教与学的互动，可培养学生做小教师辅助教学，教师与学生进行角色转换；针对学生厌学的现象，赏识教育，多鼓励，增强学生的自信和成就感。

(4) 建议教师应结合就业岗位，突出专业技能培养目标，充分利用实习基地、教学案例等多种手段，使学生尽可能了解实际业务，使得理论和实际结合更加密切，提高动手操作技能，培养学生分析问题和解决问题的能力，提升学生的岗位职业能力。注意各项技能训练活动的设计应具有实际性、可操作性。

(5) 建议教师要培养学生正确的职业道德观，积极引导学

学会诚实守信、恪守规则、认真负责、严谨踏实、沟通合作。

(6) 建议每一位教师都应是“双师”型教师。可考虑组织安排老师到企业就任相关岗位，实现老师到“电子商务人员”的角色转换，丰富教师的实际工作经验。

(7) 建议任课教师通过手机、计算机网络、作业、学生座谈等平台，及时了解学生的学习状况和课堂效果，适时作出调整。

(8) 教学时数安排是指导性的，任课教师在执行时可根据实际情况进行适当的调整。

3. 教材编写建议

(1) 本课程教材编写应打破传统的学科式内容体系，构建以任务引领和职业能力培养以及职业标准为依据的课程内容体系。以本课程标准为依据进行编写。

(2) 教材编写应以行业专家对计算机网络技术专业所涵盖的工作任务和职业能力分析为依据，体现基础性、趣味性和开拓性相统一的课程思想，激发学生对所学专业课程的热爱与追求，鼓励学生开展创造性思维活动。并应为教师留有根据实际教学情况进行调整和创新的空间。

(3) 教材内容应凸显实践性、应用性和层次性的特征，不求体系的完整性，强调与岗位业务相吻合，并使学生易学、易懂、易接受。同时要具有前瞻性，应纳入本专业领域的发展趋势及网页设计与制作中的新知识、新技术和新方法。

(4) 教材提倡图文并茂，增加直观性，随同教材配备电子教案，多媒体教学课件和多媒体素材库等，便于组织教学和有利

于初学者引发学习兴趣，提高学习的持续性。

（五）考核与评价

1. 考核方式：《电子商务网页制作》课程主要考核学生知识的掌握、实践操作能力、学习态度和基本职业素养等情况，引导学生在理解的基础上进行记忆，对所要达到的目标完成情况进行评价；体现理论与实践、操作的统一。注重学生动手能力与分析、解决问题的能力；强调过程性评价，采用过程考核和目标考核相结合的评价方法。过程考核主要在教学过程中对学生的出勤情况、学习态度、操作能力、课堂讨论、作业等情况进行的评价；目标考核是在整个课程结束时，对学生在知识和技能的整体掌握情况的评价。

2. 考核比例及要求：

（1）平时成绩占 20%。主要包括对出勤情况、课堂提问、讨论、作业等情况进行评价。

（2）课程实训练习占 40%。采用学生自评、学生互评、教师评价方式对学生进行评价，分项目视实训完成情况记成绩。

（3）期末考试成绩占 40%。采用上机操作。

