



福建水利电力职业技术学院

Fujian College of Water Conservancy and Electric Power

# 人才培养方案

## 电子商务专业

二〇一九年六月

# 电子商务专业人才培养方案

专业代码：630801

适用年级：标准制三年级

专业负责人：李洁

制订时间：2019 年 6 月 10 日

系专业（群）建设指导委员会审定：\_\_\_\_\_

系主任审批：\_\_\_\_\_

学院教学指导委员会：\_\_\_\_\_

学院院长审批：\_\_\_\_\_

审批时间：×年×月×日

# 目 录

第一部分 专业人才标准与要求.....	1
一、专业基本信息.....	1
二、人才培养目标及规格.....	1
三、职业面向及就业岗位.....	2
四、培养模式.....	3
五、专业课程体系设计.....	5
六、课程描述.....	6
七、毕业资格与要求.....	10
八、培养进程.....	11
第二部分 人才培养实施与保障.....	20
一、专业建设委员会.....	20
二、师资队伍.....	21
三、教学条件.....	22
四、教学运行.....	23
五、制度保障.....	24
第三部分 专业调研报告.....	26
一、基本情况.....	26
二、主要内容.....	27
（一）国内外行业现状及发展趋势分析.....	27
（二）企业对电子商务专业人才需求情况.....	29
（三）典型企业岗位设置情况分析.....	31
（四）电子商务专业毕业生在企业所从事的主要工作任务分析.....	33
（五）电子商务专业毕业生具体工作岗位工作任务分析.....	33
（六）电子商务专业所对应职业岗位分析.....	34
三、调研结论.....	35

四、文献和资料来源: .....	38
第四部分 专业课程标准.....	39
《Photoshop CS》课程标准.....	39
《电子商务基础与应用》课程标准.....	52
《市场营销学》课程标准.....	63
《财务基础》课程标准.....	75
《办公软件应用技术实训》课程标准.....	84
《现代摄影与后期制作》课程标准.....	92
《数据分析》课程标准.....	99
《直播与视频编辑》课程标准.....	111
《电子商务营销软文推广》课程标准.....	120
《渠道管理》课程标准.....	133
《国际贸易与实务》课程标准.....	141
《电子商务法律法规》课程标准.....	148
《跨境电商》课程标准.....	154
《电子商务物流管理》课程标准.....	166
《淘宝美工》课程标准.....	179
《新媒体与网络营销》课程标准.....	192
《电子商务项目策划与管理》课程标准.....	200
《电子商务与互联网创新创业》课程标准.....	209
《商务礼仪与沟通技巧》课程标准.....	219
《客户关系管理》课程标准.....	224

# 第一部分 专业人才标准与要求

## 一、专业基本信息

专业代码：630801

专业名称：电子商务

教育类型：高等职业教育

学历层次：大专

基本学制：标准学制三年，学习年限 3 年

招生对象：高中毕业生/三校生（职高毕业生、中专毕业生、技校毕业生）

## 二、人才培养目标及规格

### （一）教育目标

根据前期调研、分析与论证情况，紧密结合就业，高职电子商务专业教育的目标定位在培养中小企业电子商务应用技能型人才，其毕业生要成为企业生产、运营、管理、服务第一线需要的“下得去、留得住、用得上”且实践能力强、具有良好职业道德的高级应用型、复合型技能型人才。而良好的职业道德是电子商务工作人员职业生涯能否成功的关键，因此职业道德教育必须培养学生具有爱岗敬业，踏实肯干、谦虚好学、与人合作的精神。

同时加强对学生专业技术应用能力、创新发展能力的培养，强调以实战能力为主，通过“创业课程—真实创业实践”模式，为学生提供一个创业平台，以提高学生的职业实践能力和职业素养为宗旨，通过校企合作方式帮助学生积累实际创业经验。在课程设置和教学管理上，根据电商精英的岗位需求设置课程，制定电子商务（创业方向）专业教学计划，课程设置以电商实际运营息息相关的知识为主。根据学生层次和兴趣分组教学，采用“因材施教，因人而异”的创业教育理念，结合校企双方优势资源着重培养与区域经济发展要求相适应的，具备良好职业素养与心态，根据学生层次和兴趣分组教学，采用“因材施教，因人而异”的创业教育理念，培养能够胜任并从事电子商务平台或企业的运营管理、美工设计、客户服务、营销策划、社交电商运营等岗位工作的相关人才。

### （二）学生核心能力

根据电子商务专业人才培养目标,电子商务专业结合市场发展情况,将专业方向定位于平台运营、美工设计、营销策划部分。本专业学生应具备的核心能力包括:

1. 掌握并熟练运用电子商务运营和美工设计领域所需的专业知识、技术及工具等技术能力。
2. 掌握电子商务平台的操作能力,能够收集、分析与挖掘相关数据,具备整体营销策划与执行的能力。
3. 能够利用各类工具进行商品图片、影像处理,并进行商品网络销售的美工视觉设计。
4. 能够认识时事议题,正确分析电子商务领域的前沿技术与发展趋势对环境、社会以及行业的影响,养成持续学习的习惯与能力。
5. 具备有效沟通和团队合作的能力。
6. 理解并遵守电子商务领域的职业伦理,具备国际视野和服务社会的信念与态度,能够认知社会责任并尊重多元观念。

表 1 电子商务专业教育目标与核心能力对应表

教育目标		核心能力	
目标一	掌握并熟练运用电子商务运营领域所需的专业知识、技术及工具等技术能力	电子商务平台操作	(1) 了解电子商务知识和市场营销知识; (2) 掌握淘宝和速卖通的相关知识; (3) 掌握网络销售技巧; (4) 掌握电子商务创业策划与执行能力; (5) 掌握商品的配送与存储知识、成本管理知识; (6) 掌握电子商务平台操作能力,适当的电子商务实现能力。
		网络营销	
目标二	掌握电子商务平台的操作能力,能够收集、分析与挖掘相关数据,具备整体营销策划与执行的能力	数据分析	(1) 掌握数据分析和数据挖掘技术,具有进行客户价值判断、客户行为分析的能力; (2) 掌握产品选择与推广、客户心理分析与网络推广技巧; (3) 掌握网络客户服务。
		客户服务	
目标三	能够利用各类工具进行商品图片、影像处理,并进行商品网络销售的美工视觉设计	视觉设计	(1) 掌握利用现代摄影技术和 PhotoShop 等各类工具进行商品拍摄及商品图片处理; (2) 掌握商品网络销售的各类视觉设计能力; (3) 能够利用直播等新媒体手段进行网络商品销售的开发和引流。
		新媒体运用	

### 三、职业面向及就业岗位

本专业毕业生主要就业面向电商运营、数据分析、美工设计、营销策划和电商客服等岗位。

主要就业岗位: 电子商务运营主管、营销策划、数据分析师、网站美工人员、

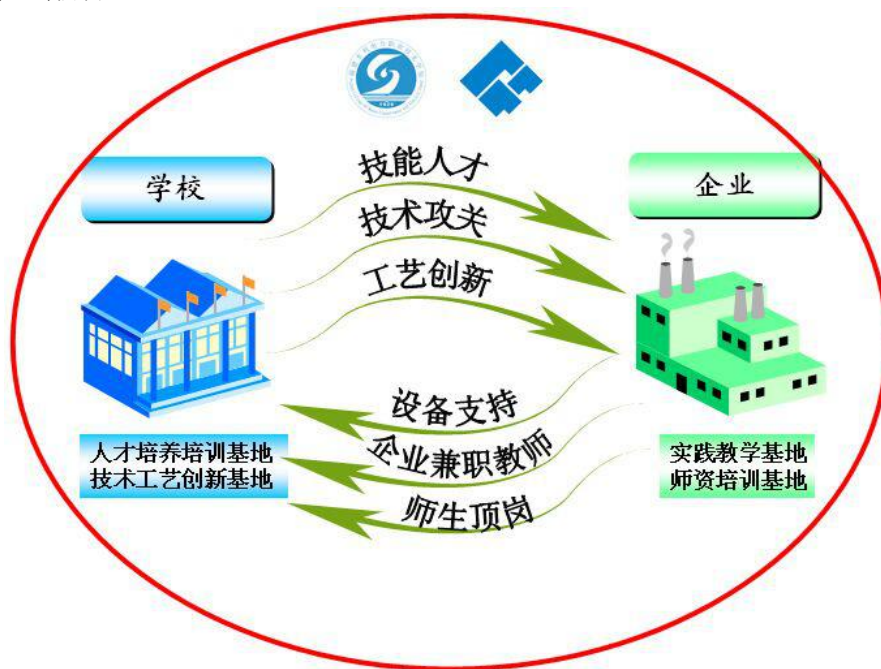
网络营销员和电商客服员等。

## 四、培养模式

人才培养模式是为完成人才培养目标的资源配置方式，涵盖教学组织、培养途径等内容。根据电子商务专业人才培养目标，依托学院实践教学平台，结合职业标准和企业岗位能力需求及专业实际情况，依托众事达（福建）信息技术股份有限公司、福建闽域电子商务有限公司等企业，积极探索和实践“基地融合、实境交替、项目化教学”的人才培养模式。为学生打造一个“工作室+顶岗实习基地”工学结合的运作平台，引入企业和当地实际项目，学生通过不断完成工作项目来提高专业技能、增强岗位适应与迁移能力。

### （1）基地融合

“基地融合”指校内实训基地和顶岗实习基地融合；在校内实训基地中，实训场与工作室融合。



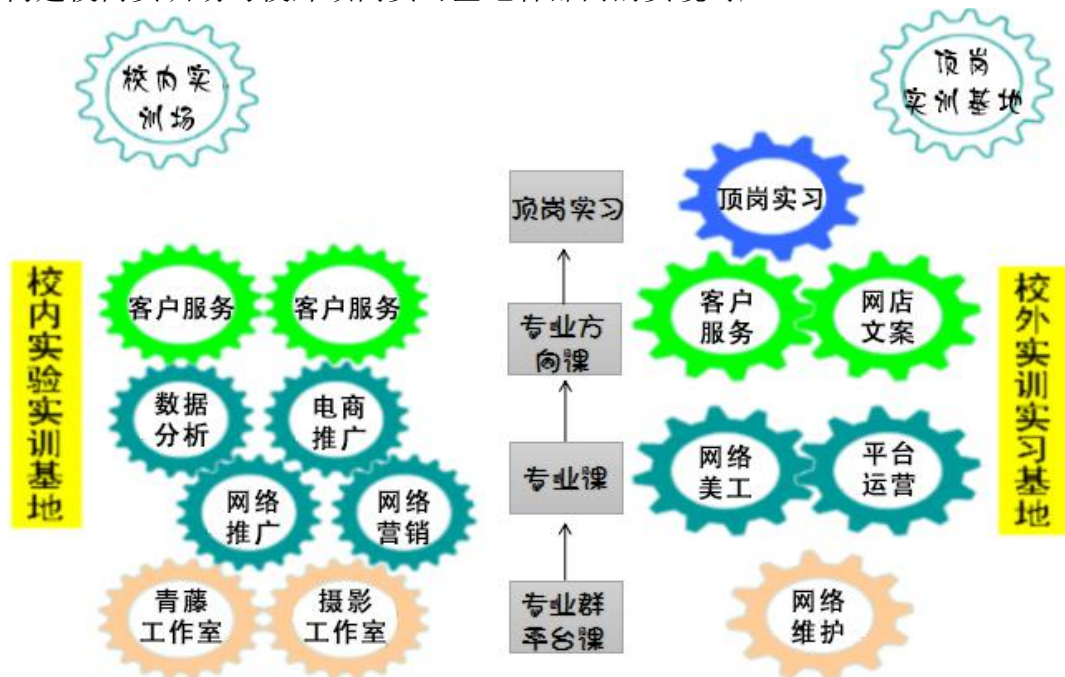
合作模式，企业做学校的教学实践基地、师资培训基地；学校做企业的人才培养培训基地、技术工艺创新基地；构建校企合作长效运行机制；使校内老师承担企业角色，企业人员肩负培养任务。

在校企“双赢”原则指导下，企业全方位参与学校的专业建设和实训基地建设，学校为企业提供电商平台企业运营、员工技能培训等服务项目，形成“校中企、企中校”交融的格局，学校和企业融为一体。

根据职业能力培养需要，计划重点建设技能和理实一体工作室，将理论与实践相互融合, 知识与技能有机结合，为学生的可持续发展提供更好的平台。

## （2）实境交替

构建校内实训场与校外顶岗实习基地各部门的实境对应。



## （3）项目化教学



电子商务专业课的教学采用项目教学的模式，通过做项目的方式完成一个完整的工作过程，让学生在实践行动过程中学习。按照资讯→计划→决策→实施→检查→评估的结构相对固定的工作步骤完成电子商务经营工作流程，在这六步法

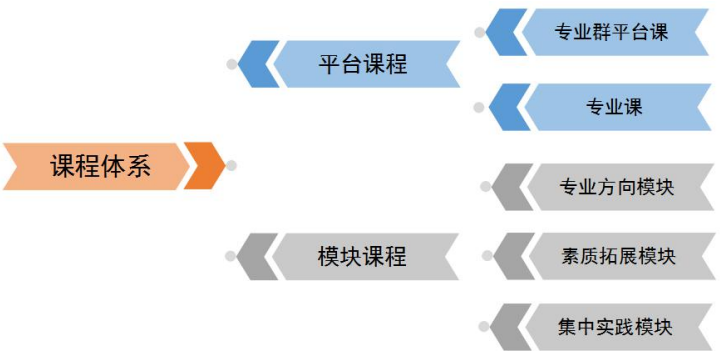


的每个工作步骤中加入反思的环节。

## 五、专业课程体系建设

依据工学结合一体化开发课程的原则，构建“两平台、三模块”的课程体系；开发注重核心岗位要求、培养核心职业能力的核心课程，将“双需求”、“双训练”、“双评价”、“双考核”、“双基地”、“双大赛”和“双功能”融入专业课程体系之中，校企合作开发课程标准，大力推进课程的项目化改造。

“两平台、三模块”课程体系结构图



设置专业群平台课、专业课两个平台课程，专业方向模块、素质拓展模块和集中实践模块三个模块课程。突出了“重能力、强素质、细方向”的特色。

**1. 重能力——构建电商流程课程体系：**按照从简单到复杂、从低级到高级的能力进阶规律，形成网络客服、网络美工、数据分析、网络营销、电商运营等电子商务流程课程体系，在课程体系中，我们突出了“创新”和“互联网+”功能，开设了《现代摄影技巧》、《Photoshop CS》、《市场营销》、《直播与视频编辑》等课程。为了突出学生今后的岗位晋升的技术能力，我们开设了《淘宝美工》、《数据分析》、《新媒体与网络营销》、《电子商务物流管理》课程。

**2. 强素质——加强职业素质教育：**在网络快速发展的年代，注重学生利用“互联网+”“物联网+”和“大数据”自主学习，主动获取资源、信息，结合所学专业，增强创新创业意识。采用“双训练”，重构实践教学内容时要同时进行技能训练和技术训练。为了让学生具有“双大赛”能力，重构学生的能力架构时要将技能大赛和创新创业大赛同时纳入比赛内容。既能重点考察学生的操作技能水平，又能重点考察学生的创新创业能力，我们创办了青藤工作室。

表 2 本专业 2019 级课程与核心能力的关联表

核心能力 1：掌握并熟练运用电子商务运营和美工设计领域所需的专业知识、技术及工具等技术能力。
核心能力 2：掌握电子商务平台的操作能力，能够收集、分析与挖掘相关数据，具备整体营销策划与执行的能力。

核心能力 3：能够利用各类工具进行商品图片、影像处理，并进行商品网络销售的美工视觉设计。  
 核心能力 4：能够认识时事议题，正确分析电子商务领域的前沿技术与发展趋势对环境、社会以及行业的影响，养成持续学习的习惯与能力。  
 核心能力 5：具备有效沟通和团队合作的能力。  
 核心能力 6：理解并遵守电子商务领域的职业伦理，具备国际视野和服务社会的信念与态度，能够认知社会责任并尊重多元观念。

课程代码	课程名称	核心能力 1	核心能力 2	核心能力 3	核心能力 4	核心能力 5	核心能力 6
1	电子商务基础	1	1	0	1	1	1
2	Photoshop 基础与应用	1	0	1	0	1	1
3	市场营销基础	1	1	0	0	1	1
4	数据分析	1	1	0	1	1	1
5	现代摄影与后期制作	1	0	1	0	1	1
6	直播与视频编辑	1	0	0	1	1	1
7	电子商务营销软文推广	1	1	0	1	1	1
8	电子商务法律法规	1	1	0	1	1	1
9	淘宝美工	1	0	1	0	1	1
10	新媒体与网络营销	1	0	0	1	1	1
11	客户关系管理	0	1	0	0	1	1

（注：表格矩阵中填入关联性：1 表示相关，0 表示不相关。）

本专业各门课程内涵与学生核心能力关联统计图，如图 1 所示：

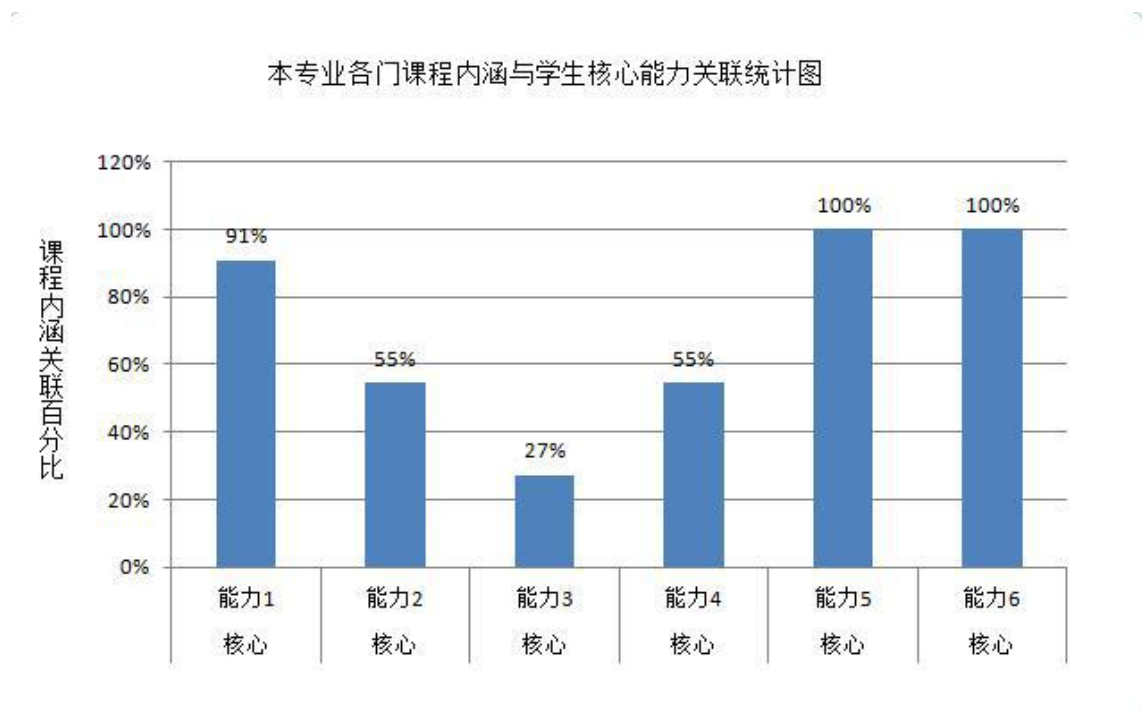


图 1 课程内涵与学生核心能力关联统计图

## 六、课程描述

### （一）基本素质课程

基本素质课程在高素质技术技能人才的培养过程中具有重要的基础和奠基作用。基本素质课程不仅承担着学生思想道德教育、基础知识、基本技能的培养，还承担着打造学生人文科学素养、身心素质等可持续发展性能力的任务，同学生

职业技能的形成、就业竞争力的提高密切相关，是高职课程体系的重要组成部分。

1. 《思想道德修养与法律基础》（必修课，2.5 学分）

本课程是面向大一学生开设的公共必修课程。课程目标为在世界观、人生观、价值观、道德修养和法律知识方面对学生进行引导，使学生具备正确的理想信念、高尚的道德情操和一定的法律素质。

2. 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》（必修课，3 学分）

本课程是面向大一学生开设的公共必修课程。课程目标为提升学生马克思主义理论素养，坚定信仰、信念、信心和对党的信任，认同主流意识形态，运用马克思主义的立场、观点、方法分析问题。

3. 《形势与政策》（必修课，1 学分）

本课程是面向大一和大二学生开设的公共必修课程。通过全面、理性地分析时事热点，培养学生应对时政问题的理性思维，使其在面对错误思潮和宣传时能够保持理智，与党中央保持一致。

4. 《商务英语》（必修课，3 学分）

本课程是面向大一学生开设的公共必修课程，学生通过一学年的学习，掌握2400个基本英语词汇及其用法。从听、说、读、写、译五个方面培养学生英语语言运用能力和自主学习能力，提高学生跨文化素养和表达能力。

5. 《军事理论》（必修课，2 学分）

本课程是面向大一学生开设的课程。课程内容主要是进行国防知识、军事基础知识和革命传统教育，强化学生的组织纪律性、集体主义观念和爱国主义观念。

6. 《体育与健康》（必修课，5 学分）

本课程是面向大一学生开设的公共必修课程。以身体练习为基本手段，通过合理的体育与健康保健教育和科学的体育锻炼过程，达到增强学生体质，增进保健知识和提高体育素养，促进学生全面发展为主要目标的公共课程。

7. 《大学生创业基础》（必修课，1.5 学分）

本课程是面向大一和大二学生开设的公共必修课程。旨在指导学生认识自己、了解职业世界、职业定位及职业规划，帮助学生树立正确的职业观，掌握简历制作及面试技巧。同时使学生掌握创业基础知识、基本流程和基本方法，激发学生的创新创业意识，使学生收获终身受用的创新精神和创业意识。课程注重理论的

实操性，促进学生顺利就业、创业。

## （二）基本技能课程

基本技能课程在课程体系中学生掌握基本的专业知识技能起重要作用，并为职业技能课程学习奠定基础。

1、《电子商务基础》是电子商务专业的基本技能课程，在课程体系中处于基础地位，为以后的学习打基础。主要内容是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，使得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。

2、《Photoshop 基础与应用》课程是电子商务专业的核心基础课，主要内容是学习 photoshop 的图象色彩原理、以及色调和色彩调整的技巧和操作。掌握软件的命令、工具、基本功能和方法，图层、通道、路径等的概念和使用；掌握滤镜的功能和使用滤镜制作各种特效的技巧。培养学生图像处理、网页设计、包装设计、广告制作等技能，达到广告设计、包装设计、淘宝美工等岗位能力要求。培养学生创新思维能力和健康的审美意识，培养学生按时交作业的时间观念和团队合作精神，为其成长为一名合格的广告设计与制作人员奠定良好的基础。

3、《市场营销基础》是电子商务专业基础课程，主要讲授市场营销学的基本原理和实践知识。目的是让电子商务专业的学生能认识市场营销学主要内容和理论框架，学会运用市场营销学的理论去观察和分析市场交换活动和企业经营活动，掌握市场营销的主要实践技能，并具有初步的营销创新能力。

4、《财务基础》作为基本技能课程，通过学习系统地掌握财务管理的基本理论、方法、技术等核心知识。在了解财务管理理论发展的基础上，对财务理论与当代社会、政治、经济发展的关系及财务管理理论发展的动向进行思考。其次，能运用财务管理的核心知识解释现实生活中的一般财务问题。在学习完该课程后，既能对财务管理理论的发展及其基本内容本身有一个系统性的认识，同时又能结合所学理论知识解释和解决电子商务企业经营中出现的问题，作到学以致用，争取为其他相关课程的学习奠定一个良好的基础。

## （三）职业技能课程

1、《现代摄影与后期制作》作为电子商务专业的职业技能课程，通过教学使学生了解摄影的特性，懂得摄影的规则，具备摄影师的职业素质与修养。学会摄影的构思、设计，掌握拍摄制作等技巧。根据不同客户要求，拍摄并制作不同题材、不同主题的商品销售信息设计。

2、《数据分析》课程是电子商务专业核心课程，课程的主要内容培养学生了解数据的来源，理解业务中产生的数据，掌握多种数据分析工具，掌握挖掘数据的方法，掌握对收集来的数据进行整理，统计和分析的方法，培养学生运用所学的理论知识解决实际问题的能力，同时课程的学习将为学生在顶岗实习及毕业后能胜任岗位工作奠定基础。

3、《直播与视频编辑》课程是电子商务专业营销引流的一门专业技能课程，根据学习 Adobe Premiere pro 的使用方法、应用技巧，使学生熟悉软件的基本操作方法，影片的装配与编辑，切换、抠像与调色，运动设置与其他特效，字幕的制作，音频的处理，以及输出技术等内容，同时学会如何运用直播更好地进行商品的网络销售引流方式。

4、《电子商务营销软文推广》主要在简单讲授商务策划的起源、发展沿革、中国的策划智慧基础上，通过经典案例的学习和分析，通过商务活动的讨论、策划，使学生掌握商务策划的主要概念、原则和基本方法、基本原理，掌握商务策划思维和创意方法、商务策划策略与技巧、策划运作程序、市场经营策划与创业策划以及策划书的写作等内容。

5、《电子商务法律法规》课程是电子商务专业的技能课程，该课程通过学习电子商务法律基础课程，对经济法、广告法、食品安全法等的基本理论、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，培养学生运用法律的基本原理，分析和解决实际工作中有关电子商务运营方面实际问题的能力。

6、《跨境电商》是高等职业院校电子商务专业的基本技能课。本课程主要培养具有较强职业能力、专业知识和良好职业素质的跨境电商专员。通过本课程的学习，学生能理解跨境贸易电子商务的基本概念、基本政策，熟悉跨境第三方操作平台规则，掌握跨境电商操作基本工作流程，具备跨境店铺运营管理、客服服务和电商操作技术等业务能力。

6、《电子商务物流管理》是电子商务专业技能课程，课程内容主要包括主要

内容包括物流的概念、物流的功能与目标、物流与生产及其他流通活动的关系、物流合理化方法、影响电子商务物流系统的因素、电子商务物流系统的建立模式；配送的概念与分类、配送作业方法、配送管理与配送技术；运输方式和运输工具、合理运输方法、运输的组织与管理；库存控制与仓储管理；商品分类与条形码、商品包装、商品检验；物流设施与设备规划；物流与配送系统的作业流程分析与设计、不同类型企业建立电子商务物流与配送系统的方案分析与设计、物流与配送成本管理等。

#### （四）职业拓展课程

职业拓展课程在课程体系中专注对学生核心知识的掌握，核心能力的培养，核心竞争力的提高起决定性作用

1、《淘宝美工》课程是电子商务专业核心课程，本课程培养学生掌握 photoshop 软件的相关操作、应用软件处理图片，掌握色彩设计理论、平面设计理论的灵活应用，网店风格与色彩搭配，网店促销广告设计等。训练和培养学生综合的思维方法及分析问题和解决问题的能力。

2、《新媒体与网络营销》课程是电子商务专业的一门主干专业课。随着网络时代的到来，企业开始改变自己的生产和经营方针，通过网络营销活动，在网上寻找新的商机。网络营销课程，对学生从事电子商务工作起着重要作用。通过本课程学习，使学生系统掌握网络营销的基本理论、基本知识，学会利用网络进行市场信息收集和企业形象宣传，可以成功开展网络营销，培养学生的动手能力。

## 七、毕业资格与要求

#### （一）学分要求

最低毕业总学分 130 学分，其中职业基础类课程 27.5 学分，基本技能类课程 15 学分，职业技能类课程 29.5 学分，职业拓展类课程 31.5 学分，专业选修类课程 8.5 学分，顶岗实习 18 学分。

#### （二）职业资格证书要求

根据教育部高职人才培养“双证书制度”要求，本专业毕业生在修完相关学分后，还应取得与专业相关的职业资格证书方能毕业，电子商务专业应取得的职业资格证书要求详见下表：

表 3 电子商务专业职业资格证书要求

序号	证书名称	颁证单位	等级	性质	要求
1	全国计算机等级考试	教育部考试中心	一级 B	通用证书	必取
2	阿里巴巴电子商务认证证书	福建省人力资源和社会保障	中级	职业资格证书	选取，至少取得 1 项职业资格证书
3	电子商务师职业资格认证证书	福建省人力资源和社会保障	高级	职业资格证书	
4	电子商务运营推广	福建省人力资源和社会保障	高级	职业资格证书	
5	数据分析师	福建省人力资源和社会保障	中级	职业资格证书	
6	高新技术PhotoShop 高级操作员	福建省人力资源和社会保障	高级	职业资格证书	
7	全国外销员从业资格证书	福建省人力资源和社会保障	中级	职业资格证书	

## 八、培养进程

### (一) 课程地图

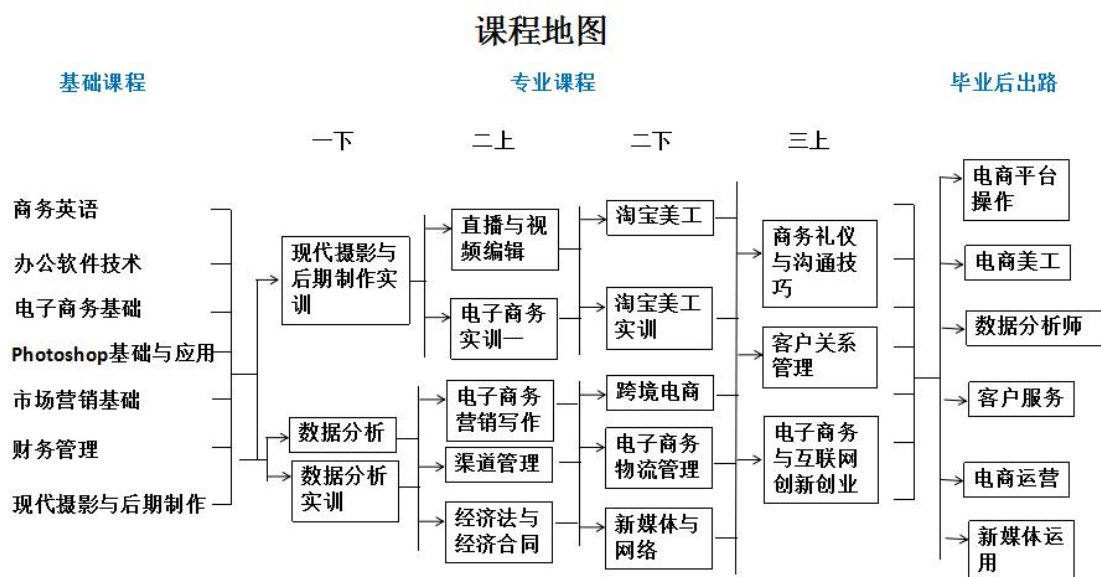


图 2 课程地图

### (二) 课程设置及教学安排表

表 4 课程设置及教学安排表（电子商务专业） 专业代码：630801

序号	课程名称	学分	教学时数			按学年及学期分配（周数）					
			内容			I 学年		II 学年		III 学年	
			讲授	实验	总计	13 (20)	15 (20)	13.5 (20)	14 (20)	7 (20)	(20)
一	职业基础课	29	436	140	536	I	II	III	IV	V	VI
1	思想道德修养与法律基础	2.5	50		50	4					
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	3	60		60		4				
3	形势与政策	1	16		16	8	8	8 学时讲	8 学时讲	8 学时讲	

								座	座	座	
4	思政实践课	1.5		30	30				1 周		
5	应用文写作	2	30	10	40				3		
6	军事理论	1.5	18	18	36		2				
7	体育与健康	4.5	60	48	108	2	2	2			
8	军训	2				2 周					
9	商务英语	3	60		60	5					
10	大学生心理健康教育	1.5	16	16	32		2		16 学时		
11	就业指导	1.5	20	18	38					3	
12	大学生创业基础	1.5	30		30			2			
13	安全教育	1	36		36	12 学时		12 学时		12 学时	
14	素质拓展活动	1	20			20					
15	社团与社会实践	1	20					20			
	实践教学统计	实践教学学时 140 学时（其中实训 1 周）									
二	基本技能课程	26	200	358	558						
16	信息技术及素养	2	20	20	40	3					
17	电子商务基础	3	30	30	60	5					
18	Photoshop 基础与应用	3	30	30	60	5					
19	市场营销基础	3	40	20	60		4				
20	财务管理	3	40	20	60		4				
21	现代摄影与后期制作	3	20	40	60		4				
22	数据分析	2.5	20	30	50		4				
23	信息技术及素养实训	1		28	28	1 周					
24	Photoshop 基础与应用实训	1		28	28	1 周					
25	数据分析实训	1		28	28		1 周				
26	现代摄影与后期制作实训	3		84	84		3 周				
	实践教学统计	实践教学学时 358 学时（其中实训 6 周）									
三	职业技能课程	32	270	434	704						
27	电子商务物流管理	3	40	20	60			5			
28	直播与视频编辑★	3.5	30	40	70			5			
29	电子商务营销软文推广★	3	30	30	60			5			
30	国际贸易与实务	2	20	20	40			3			
31	电子商务法律法规★	3	60		60				4		
32	跨境电商	3	30	30	60				4		
33	淘宝美工★（Capstone 课程）	3.5	30	40	70				5		
34	新媒体与网络营销★（Capstone 课程）	3	30	30	60				4		
35	企业认知实习	1		28	28			1 周			
36	电子商务营销软文推广实训	1		28	28			1 周			
37	直播与视频编辑实训	2		56	56			2 周			
38	淘宝美工实训	2		56	56				2 周		
39	新媒体与网络营销实训	2		56	56				2 周		
	实践教学统计	实践教学学时 434 学时（其中实训 8 周）									
四	职业拓展课程	26	230	396	626						
40	商务礼仪与沟通技巧	2	30	10	40				3		



41	电子商务项目策划与管理	2	20	20	40					6	
42	客户关系管理	2	30	10	40					6	
43	电子商务与互联网创新创业（专业创新创业课程）	2	20	20	40					6	
44	电子商务综合实训	5		140	140					5 周	
45	毕业设计答辩	7		196	196					7 周	
46	学院选修课一	1.5	30		30		2				
47	现代征信学	1.5	40		40			2			
48	学院选修课三	1.5	30		30				2		
49	学院选修课四	1.5	30		30					2	
五	顶岗实习及鉴定	18	0	504	504	I	II	III	IV	V	VI
50	顶岗实习	18		504	504						18 周
	实践教学	实践教学学时 900 学时（其中实训 30 周）									
	实践教学统计	(1+2)+6+8+12+18=45+2									
总学分、学时、周学时		130	1136	1832	2928	24	26	24	23	21	
实践教学学分		45				2	4	4	5	12	18
实践教学周数		45+2 周 (45×28=1260 学时+课程实验 600 学时=1860 学时)									

说明：

- (1) ★表示专业核心课程（Capstone 课程必须为专业核心课程）。
- (2) “军事理论”中的 18 个实践学时在军训中进行。
- (3) 实践每周按 28 学时计算。
- (4) 军训、劳动实践、社团活动只计学分，不计实践周数和学时。
- (5) 体育课第三、第五学期安排在课外活动时间进行，周学时不体现；第四学期安排选修课。

### （三）素质拓展模块

#### 1. 课程思政教育及思政课程实践教学安排

(1) “课程思政”教育。以课程为载体，以立德树人为根本，充分挖掘蕴含在专业知识中的德育元素，实现通识课、公共基础课、专业教育课与德育的有机融合。“课程思政”不是增开一门课，也不是增设一项活动，而是将高校思想政治教育融入课程教学和改革的各环节、各方面，实现立德树人润物无声。围绕“知识传授与价值引领相结合”的课程目标，强化显性思政，细化隐性思政，构建全员、全课程育人格局。

“课程思政”任务目标要求：除思政类课程之外的所有课程，包括基础课、专业课、专业实训课等，要做到“课程门门有德育，教师人人讲育人”，要求每一位任课教师充分挖掘所授课程背后的思政教学资源，如本门课程形成的历史背

景、知名专业人士的贡献、课程所蕴含的职业精神等思政教育元素有机融入教案、课件和授课内容，突出社会主义核心价值观教育、爱国主义教育、传统文化教育等方面的育人价值，让立德树人“润物无声”。

（2）思政课程实践。总学分为 1.5 个学分，总学时为 30 学时（1 周），安排在第三学期开展。“思政课程实践”教学内容由校内实践和校外实践两部分构成：

第一，校内实践教学部分：12 学时，主要活动形式包括研读中国革命史、阅读经典著作、聆听学术讲座、观看红色影视、讨论等；

第二，校外实践教学部分：18 学时，主要活动形式为参观学习学院周边的革命传统基地、爱国主义教育基地等。

表 5 学院思政课程校外实践教学基地统计表

序号	实训基地名称	实训项目	备注
1	永安文庙思想政治教育实践基地	永安抗战文化学习、永安全境抗战革命遗址通览	
2	江西宁都思想政治教育实践教育基地	参观中央苏区反“围剿”战争纪念馆、小布镇红色革命遗址	
3	中央红军标语博物馆思想政治教育实践教育基地	学习少共国际师抗战精神、学习全国林改第一村蜕变之路	
4	槐南思想政治教育实践教育基地	古文化学习——安贞堡；省级非物质文化遗产——“安贞旗鼓”	
5	安砂思想政治教育实践教育基地	参观安砂区、乡苏维埃政府遗址群，安砂革命烈士陵园	
6	宁化思想政治教育实践教育基地	学习谷文昌精神、重走红军路、参观宁化县革命纪念馆	

思政课程校外实践教学安排在第三学期执行，由马克思主义学院统一安排实践进行时间并评定校外实践成绩；“思政课程实践”课程总成绩在第三学期期末由马克思主义学院统一评定并录入教务成绩管理系统。

## 2. 公共选修课

为满足学生跨学科选修课程的需要，本专业组织开设自然科学、工程技术、人文学科、社会学科、艺术美育、经济管理等公共选修课程，在第二至第五学期开设 4 门，6 学分。主要课程有：

表 6 公共选修课一览表

课程类别	序号	课程名称	开设学期	学分	学时	备注
思想政治类	1	中共党史	2-5 学期	1.5	30	任选
	2	图说国史	2-5 学期	1.5	30	任选
传统文化类	3	中国茶艺	2-5 学期	1.5	30	任选
	4	《孟子》导读	2-5 学期	1.5	30	任选
	5	修身九讲	2-5 学期	1.5	30	任选

	6	经典诗文诵读	2-5 学期	1.5	30	任选
文学艺术修养类	7	音乐欣赏	2-5 学期	1.5	30	任选
	8	电影欣赏	2-5 学期	1.5	30	任选
	9	阅读	2-5 学期	1.5	30	任选
	10	数学与诗歌	2-5 学期	1.5	30	任选
	11	光影人生	2-5 学期	1.5	30	任选
	12	普通话	2-5 学期	1.5	30	任选
	13	合唱艺术欣赏与实践	2-5 学期	1.5	30	任选
社会科学类	14	生活与法	2-5 学期	1.5	30	任选
	15	经济学思维方式	2-5 学期	1.5	30	任选
	16	项目管理	2-5 学期	1.5	30	任选
	17	管理中的科学与艺术	2-5 学期	1.5	30	任选
应用科学类	18	中国智造	2-5 学期	1.5	30	任选
	19	设计与生活	2-5 学期	1.5	30	任选
	20	数学建模	2-5 学期	1.5	30	任选
生命与健康类	21	大学生心理健康教育	2-5 学期	1.5	30	任选
	22	安全导航人生 (大学生安全教育)	2-5 学期	1.5	30	任选
	23	心理免疫	2-5 学期	1.5	30	任选
	24	大学生常见病的防治 及急救知识	2-5 学期	1.5	30	任选
	25	护理风险案例分析与 预防	2-5 学期	1.5	30	任选
职业职场类	26	职业核心能力培训	2-5 学期	1.5	30	任选
	27	现代礼仪	2-5 学期	1.5	30	任选
	28	职业探索	2-5 学期	1.5	30	任选

#### 说明:

(1) 公共选修课会因使用平台和学期实际情况进行微调,每学期的选修课应以教务处发布的公共选修课清单为准。

#### 3 安全教育课程安排

安全教育课程,每学年 12 学时,1.0 学分,在素质教育活动中安排,由保卫处负责组织“十段五个一”等活动实施。每月开展一安全主题宣传教育活动,每学年分“十段”,即 3 月安全警示月、4 月反恐防暴月、5 月防灾减灾月、6 月毒品安全月、7 月假期安全月、9 月法制宣传月,10 月诈骗防范月、11 月消防安全月、12 月交通安全月、1 月食品安全月等十个安全教育时段。每个时段分别开展“五个一”安全主题宣传教育,即召开一堂学习班会、设计一档电子海报、绘制一期手绘展板、举办一次知识讲座、组织一场实践体验(或演练)。

#### 4. 创新创业教育课程安排

为落实大众创业万众创新和创新型国家建设,切实培养高职生的创业意识、创新精神和创造能力,以必修课、选修课、讲座、创新创业大赛、创新创业孵化

项目等多种形式打造面向全体学生的依次递进、有机衔接、科学合理的创新创业能力培养体系。

表 7 创新创业教育课程安排表

开展方式	课程名称	课程性质	学分	学时	参与人员	责任部门
课程教育	大学生创业基础	必修课	1.5	30	全院学生	教务处
	就业指导课	必修课	1.5	38	全院学生	教务处
	选修课 1	任选课	1	16	全院学生	教务处
	选修课 2	任选课	1	16	全院学生	教务处
	选修课 3	任选课	1	16	全院学生	教务处
	选修课 4	任选课	1	16	全院学生	教务处
知识讲座	创新知识讲座	每学年开展各类知识讲座不少于 12 场			全院师生任选参加	就业与创业指导中心
	创业知识讲座					就业与创业指导中心
	企业家进校园讲座					就业与创业指导中心
	技能专家进校园讲座					各系部
	校友进校园讲座					校友办
	教授讲坛					科研处
创新创业大赛	创新创业大赛系部初赛	每学年第一学期			学生自愿参加	各系部
	创新创业大赛学院决赛	每学年第二学期			学生自愿参加	就业与创业指导中心
	省级创新创业竞赛	按照竞赛文件规定，学院统一组队参加				就业与创业指导中心
	国家级创新创业竞赛					
创新创业孵化项目	创新创业实践	创业项目可入驻学院孵化基地，参与学生的学习成绩认定按学院相关规定执行				就业与创业指导中心

说明：

(1) 创新创业选修课会根据每学期的实际情况进行微调，以教务处发布的创新创业选修课清单为准。

#### 5. 心理健康教育课程安排

心理健康教育课程，32 学时，1.5 学分，要求“学生全覆盖、过程全贯穿”，其中课堂授课 16 学时安排在大一完成，主题心理健康活动 16 学时安排在大二，可安排在素质课时间或课外活动时间，由学工处负责组织实施；成绩只计一门课，在第四学期合并录入。体验实践选修安排在大三完成。具体内容如表 8 示：

表 8 心理健康教育课程课时安排

授课形式	内容	性质	学时	开展时间	参与人员	成绩评定
课堂授课	专题一：心理健康导论	必修	2	第一学年（根据各系实际班级数分别安排上、下学期完成）	全院学生	占总成绩的 60%，采用过程性考核和终结性考核相结合的方式。
	专题二：心理适应/人际交往		2			
	专题三：认识自我		3			
	专题四：情绪管理		3			
	专题五：大学生恋爱与性		2			
	专题六：生命教育与心理危机应对		2			
	专题七：职业生涯心理调适		2			
	总结考核					
心理测评	新生心理测评	必修	2	第二学年（根据各系实际班级数分别安排上、	全院学生	占总成绩的 40%，四个学期各占 10%，采用五级评分制：不合格、合格、中、良，优。在每个学期的期末进行评定。（注：心理测评由心
主题团日活动	学习心理调试		3			
	时间管理（网络心理健康教育）		2			
	感恩教育		2			
	压力管理与挫折应对		2			

主题团日 /测评	就业创业心理调试		3	下学期完成)		理发展服务中心认定)
	做一个幸福的人		2			
	职业心理测试					
体验实践	院系心理健康咨询及体验活动	选修	6		全院学生	由学生填写学时认定申请表及提供相关佐证材料,组织开展的教师确认、授课教师复核认定

## 6. 其它素质拓展活动、社团与社会实践类活动

表 9 实践教学其它素质拓展活动、社团与社会实践类活动安排表

序号	项 目	时间安排	负责部门
1	军训	第一学期, 2 周	学工处
2	文艺活动	每周 1 学时	院团委
3	社团活动	每周 1 学时	系部团总支
4	课外计算机上机实践	在校期间不断线	图书馆电子阅览室
5	假期社会实践	第 1~2 学年每学年 2 周	系部党支部、团总支
6	国内外专业发展现状报告	第 1~4 学期, 4 学时	专业教研室
7	人才需求动态报告	每年一次	系部、学工处
8	卫生与健康讲座	第一学期	学院卫生室
9	学风、校风建设讨论	每学期 1 次	系部、教务处
10	形势与政策	第 1 学期, 16 学时	系部、院团委
11	心理咨询	随时进行	心理咨询室
12	学院业余党校培训	每学年 14 学时	党工部
13	学院运动会	每年 10 月份 3 天	学院体委
14	校园艺术节	每年 12 月份	院团委
15	就业指导	第 4 或 5 学期, 30 学时	学工处、系部
16	演讲比赛	每年 1~2 次	院团委、团总支
17	校园卡拉 OK 大赛	每年一次	院团委、团总支
18	团班会活动	每 2 周 1 次	系部党支部
19	技能比武月	每年 10 月份	教务处、系部
20	人文地理	每学期 2 次	学工处
21	社区活动	每学期 2 次	系部团总支
22	历史与人生	每学期 1 次	院团委
23	生活通识	每学期 1 次	学工处
24	安全教育	每学期 2 学时	保卫处

## (四) 集中实践教学模块

表 10 实践教学与理论教学比例表

项    目	实践教学		理论教学	备    注
	实践训练课	实验实训		
学时数	1260	600	1136	1. 实践训练课学时按总周数乘以 28 计算； 2. 理论教学学时不含课内实验与技能训练； 3. 军训及暑期社会实践不计实践比例学时。
	1860			
总学时数	2996			
所占比例（%）	62.08%		37.91%	
专业实践学时占 职业技术课总课时 比例	专业实践学时 1232	专业理论学时 622		
	66.45%	33.55%		
校内实践教学占专业 实践比例	56.52%			

### 1. 社会认识实践（校外）

学生在课堂教学之外，深入社会、了解社会、适应社会和服务社会的各项实践活动，学生社会实践活动可在学期内课余时间或周末分散开展，也可在第二、三、四学期寒暑期集中开展。该课程主要是培养学生交流、动手、创新和社会适应能力。社会认知实践为 2 学分。

### 2. 专业认识实习（校外）

通过讲座的方式介绍各专业发展现状、发展前景和就业情况、专业特色、人才培养目标、课程安排、专业认知、就业指导等，引导大学生了解专业，激发他们的学习兴趣和热情。通过开展新老生介绍经验、专业讲座、邀请知名校友和成功人士回母校做报告、指导新生职业生涯规划等形式，形成系列专业教育，培养大学生专业意识和专业素质。还可以通过带领学生参观“高大上”的企业、公司，让学生爱上这个专业，并形成创新的认识。专业认知实践为 1 学分。

### 3. 专业综合实训（校内）

将电子商务专业毕业生在典型工作岗位上的典型工作任务进行整合，形成综合实训项目，由行业专家和校内专任教师共同指导，在电子商务实训场完成，主要培养学生的综合操作能力及解决问题的能力。

### 4. 顶岗实习（校外）

项目名称	顶岗实习	时间安排：第六学期
职业行动领域描述	在校内外实训基地顶岗实习；直接从事专业或与专业相近的服务第一线工作；接受企业技术人员和顶岗实习指导教师的现场指导；结合毕业设计课题搜集有关资料	

工作学习目标	1. 能掌握在实际工作中分析问题和解决问题的方法和经验；2. 能对所学知识进行系统总结和应用；3. 能及时了解电子商务运营、平台操作和视觉设计的实际应用；4. 能亲身感受专业化生产的先进技术与生产管理；5. 能深入、直接感触企业文化，增加实践经验，顺利融入社会。		
	方法能力	能合理自我学习、信息处理、数据分析等	
	社会能力	能正确与人交流、与人合作、解决问题、革新创新、外语应用等	
工作学习内容	工作对象	从事专业或与专业相近的服务第一线工作。	
	工具、方法	工具	各类电商平台操作流程等
		工作方法	学生遵照校内外实训基地（企业）的规章制度及学院有关顶岗实习规定，自觉接受企业工程技术人员和顶岗实习指导教师的指导，完成顶岗实习任务
	学习内容 及 工作要求	在校内外实训基地顶岗实习；直接从事专业或与专业相近的服务第一线工作；接受企业技术人员和顶岗实习指导教师的现场指导；结合毕业设计课题搜集有关资料	

### （五）学时、学分分类统计

表 11 周学时数统计

学期	I	II	III	IV	V	VI	总计
总周数	20	20	20	20	20	20	
理论教学	266	326	198	230	106		
理论教学周学时	24	26	24	23	21		
考试	1 周	1 周	1 周	1 周			
实践教学	228	240	240	270	394	18 周	
入学及毕业教育	1 周						
军训	2 周						
校运会	0.5 周		0.5 周		0.5 周		
毕业鉴定						1 周	

+号为暑期实践教学。

## 第二部分 人才培养实施与保障

### 一、专业建设委员会

#### （一）专业建设委员会工作任务与要求

专业建设委员会是确定专业教育目标、专业培养方向和毕业生核心能力，确定专业知识结构和能力结构，审议专业教学计划，搞好课程建设和课程建设，提高科研能力和教学水平，专业建设咨询和指导机构。专业建设指导委员会的宗旨是集中专家的智慧和经验，为专业建设和发展做出贡献。

##### 1. 专业建设委员会要求

专业建设委员会人员组成：专业建设委员会是由业界代表、校友代表和其他校专家学者等组成（业界代表不得少于 40%），人数应为 10 人以上、20 人以下单数人数，每年至少召开一次专业建设委员会，出席的专业建设委员会成员不得少于总人数的三分之二。

专业建设委员会主任（主持人）：熟练掌握工作任务分析技术，善于引导实践专家小组按照学习领域课程开发要求进行工作任务分析，并善于归纳、整合、提炼专家的意见。

专业建设委员会成员：职务要求——具有丰富经验的一线工作人员，校外高校教师需要副教授以上，从事的工作任务与被分析的职业相符；工龄要求——有 5 年或 5 年以上的工作经历；企业要求——来自专业面向区域内包括不同所有制、规模、发展阶段的企业；能力要求——具备良好的表达能力和与人合作的能力；其他要求——专家之间没有利害关系或相互影响（如上下级关系）。

##### 2. 专业建设委员会工作任务要求：

- （1）根据社会经济发展动向和行业企业岗位人才的需求，确定相关专业的教育目标、专业培养方向、毕业生核心能力和知识结构；
- （2）审议专业人才培养方案、课程体系、专业教学计划；
- （3）审议专业课程教学大纲和实习大纲；
- （4）指导校内实验场（室）建设，协助组建和管理校外科研实习基地；
- （5）研究专业人才培养中出现的重大问题，及时探讨解决方案；



(6) 专业建设指导委员会于每年举行 1~2 次全会，审议当年的专业建设计划执行和完成情况；

(7) 对于在专业建设中遇到的难题或特大问题，不定期召开临时会议讨论；

(8) 研讨专业发展和岗位人才变化的的新动向。

## (二) 专业建设委员会人员组成

表 12 专业建设指导委员会名单

序号	姓名	职称	委员会职务	所在单位	职务
1	郑志勇	副教授	主任	福建水利电力职业技术学院	系主任
2	翁祖乐	讲师	副主任	福建水利电力职业技术学院	系部副主任
3	朱庆喜	副教授	委员	福建水利电力职业技术学院	系书记
4	林春树	教授	委员	福建水利电力职业技术学院	计财处处长
5	陈贤章	讲师	委员	福建水利电力职业技术学院	教研室主任
6	肖祥	讲师	委员	福建水利电力职业技术学院	教研室主任
7	周国福	副教授	委员	福建水利电力职业技术学院	教研室主任
8	吴超彬	副教授	委员	福建水利电力职业技术学院	教师
9	丁国建	高级工程师	委员	福建永高网络技术有限公司	总经理
10	范永斌	高级工程师	委员	福建众事达信息技术股份有限公司	总经理
11	李 龙	高级工程师	委员	北京新大陆时代教育科技有限公司	总经理
12	韩海峰	高级工程师	委员	福州安博榕信息科技有限公司	总经理
13	黄莲花	高级工程师	委员	厦门奇达电子有限公司	总经理

## 二、师资队伍

### (一) 专任教师

表 13 电子商务专业专任教师统计表

序号	姓名	职称	专业方向	学位	是否双师	备注
1	林春树	教授	会计	博士	双师	
2	翁祖乐	讲师	会计	硕士	双师	
3	何源	副教授	管理	硕士	双师	
4	周国福	副教授	管理	硕士	双师	
5	李洁	讲师	电子商务	硕士	双师	
6	徐立立	讲师	国际贸易	学士	双师	
7	柯苗	实验师	电子商务	硕士	双师	
8	黄文州	实验师	计算机科学与技术	硕士	双师	

9	陈旭林	讲师	UI 设计师	硕士	双师	
10	颜颖	实验师	电子商务	硕士	双师	

专业带头人：（简介）

郑志勇，1971 年 6 月，信息工程系主任，福建省 VR/AR 行业职业教育指导委员会委员，福建省永安市计算机学会理事长，长期从事跟电子商务有关的企业管理及专业建设，2014 年至今参加各级各类淘宝大学电商研修班，多次参与福建省教育厅及各级各类科研课题的研究，并指导学生参加省级电子商务创新创业大赛，获得金奖。

## （二）兼职教师

表 14 电子商务专业兼职教师统计表

序号	姓名	工作单位	职务	职称	专业方向	备注
1	肖 铿	众事达（福建）信息技术股份有限公司	总监		电商推广	
2	林 仕	众事达（福建）信息技术股份有限公司	副院长		电商资讯	
3	朱春芳	众事达（福建）信息技术股份有限公司	人资经理		职业生涯规划	
4	魏海燕	众事达（福建）信息技术股份有限公司	副总监		电商增值服务	
5	谢 键	众事达（福建）信息技术股份有限公司	客服经理		互联网发展	
6	杨健健	众事达（福建）信息技术股份有限公司	运营主管		店铺运营	

## （三）师资结构分析表

表 15 电子商务专业专兼职教师结构分析表

专兼职教师比例：1:1		专任教师双师素质比例：96%
学缘结构	专任教师 15 人毕业于不同地区的院校，可取各地院校优势，取长补短	
双师结构	专任教师中获得职业资格证书或工程系列专业职称证书达到 96%，专任教师每年实践锻炼时间不少于 1 个月	
职称结构	高级/中级/初级：25% / 45% / 30%	

# 三、教学条件

## （一）校内实践教学条件

表 16 电子商务专业校内实践教学情况统计表

序号	实践教学场所名称	面积 (m <sup>2</sup> )	设备台件	价值 (万元)	主要实验实训仪器设备	备注
1	电子商务实训场一	100	80	74	电脑，电脑桌及 ITMC 电子商务技能软件	
2	电子商务实训场二	100	80	54	电脑，电脑桌及 ITMC 网络营销软件	
3	电子商务实训场三	60	20	85	10 台相机及 6 组牛神摄影棚及闪光灯	

	合计	260	180	213		
--	----	-----	-----	-----	--	--

## （二）校外实践教学条件

表 17 电子商务专业校外实践教学情况统计表

序号	实训基地名称	实训项目	备注
1	电子商务大厦（校外电子商务实训场）	进行数据分析、淘宝美工、客户服务、网络营销综合实训	
2	众事达（福建）信息技术股份有限公司	店铺运营、客服服务，帮助店铺进行美工设计，店铺活动引流方法，例如：店销装修、标题优化、网销宝操作等	
3	美宁电商（福建）企业管理有限公司	与客户良好沟通，做好客户维护，用商务礼仪、与客户打电话、上门拜访客户等客户维护方式	
4	福建闽域电子商务有限公司	进行农产品包装、商品销售信息设计，农产品营销等	
5	厦门郅晟贸易有限公司	进行产品的海报、主图、详情页、首页、店招、直通车等商品信息设计	
6	厦门合亚家贸易有限公司	进行海外产品销售，包括营销活动设计，地推活动执行等	
7	石狮电子商务人才孵化基地	进行产品物流打包，客服服务，美工基础设计等	

## （三）信息化教学资源

### 1. 校企合作开发校本教材建设情况

邀请专业建设指导委员会成员和企业技术人员，结合现有实训设备，按照以电商工作过程为主线、以能力培养为核心、以项目为结构、以单元为形式编写校本教材，使校本教材更加贴近电商平台操作实际，在内容上体现综合性、应用性、实用性及先进性，在形式上适合学生自主学习的特点。

### 2. 核心课程教学资源包建设

核心课程专业教学资源库建设，以突出培养学习自主性、资源共享性为原则，以计算机网络为载体，实现核心课程教学资源共享。对电子商务专业核心课程的理论学习、技能训练等内容进行建设。目前建设了部分工学结合教材、项目驱动案例集；正在实现工学结合教材、项目驱动案例集、教学录像、精品资源共享课等建设内容。

## 四、教学运行

### （一）教学方法与手段

在专业核心课教学中全面推行项目化教学。在教学中注重工作过程和学生的主体性，要求学生针对某一工作岗位的某一电商流程中的实际问题提出解决方案，并付诸实施。教学组织形式以项目小组为单位，每 2~5 人组成一个项目小组，小

组内部成员既团结协作，又分工负责，即每人负责一项具体内容，由小组长负责整体工作，最终提出解决方案并付诸实施。从教学组织过程来看，项目教学法分为六个步骤：明确工作任务→制定工作计划→方案决策→工作实施→检查细节→评价反馈。教师对每个阶段都设计完整的考核评价实施办法，并把工作的条理性、安全性和经济性、职业素质的培养列入评价内容，实行职业技能和职业素质培养并重。

## （二）教学考核与评价

### 1. 知识考核

依据学院规定，进行考试或考查并评定成绩。提倡考试模式创新和改革，采用多种考试方式，如笔试、一张纸考试、大型作业、探究式考试、电子成果等方式，充分反映学生的知识掌握程度。

### 2. 实践教学过程考核

发挥考核方式的导向、激励和指挥教育教学的功能，实现实践教学考核方式多样化，比如现场小组测试、以赛代考、阶段性达标、考证等。职业技能课程考核与国家职业技能鉴定相接轨。

### 3. 实训实习考核

实训实习是指时间在一周以上的课程实习、课程设计、专业实习、顶岗实习。实行课程化管理，实习不合格者不具备毕业资格。根据电子商务专业学生在企业顶岗实习的工作性质和特点，由企业和学院共同负责对学生的过程性考核。在实行过程性考核中，主要从学生遵守企业的规章制度，在工作中的严谨态度、安全意识、质量意识、平台运营的认真程度、与他人合作、沟通等方面进行考核。

### 4. 毕业论文（设计）考核

毕业论文(设计)是实践教学的重要组成部分，依据学院规定，毕业论文（设计）平时成绩（30%）、审阅成绩（30%）和答辩成绩（40%）折算后按优（90—100），良（75—89），及格（60—74），不及格（59分以下）评定等级。

## 五、制度保障

结合本专业“基地融合、实境交替、项目化教学”的人才培养模式，设立了专业建设指导委员会、专业课程组，由行业专家、校内及校外专业带头人、骨干教师等组成，主要负责制定相关的制度、修订人才培养方案、课程体系的构建、

课程内容的整合及教学模式方法的探索。在学院相关制度基础上，制定《实训中心管理规程》、《实训中心工作人员职责条例》、《兼职教师聘用制度》等有利于校企协同的管理制度，使企业深度参与学校教学，构筑有利于高素质技术技能型人才培养的制度环境。

1. 《电子商务专业建设指导委员会章程》，明确了人员构成及专业建设指导委员会的任务要求；

2. 学院教学管理制度包括《课堂教学效果监督与反馈制度》、《教师业务实践制度》、《教学质量评价办法》、《实践教学管理办法》等，对教学的各个环节进行了规范及规定，确保了正常教学的顺利进行；

3. 实训室管理规定包括《实训室管理人员岗位职责》、《校内实训基地指导教师管理制度》、《仪器设备管理制度》、《开放实训室规定》，《实训中心日常管理制度》、《学生实训课堂纪律规定》明确了实训室管理人员的职责，规定了仪器设备的使用、保养和借用办法，明确了开放实训室的使用及管理规定；

4. 《顶岗实习管理制度》、《顶岗实习手册》等制度，明确了实习组织、安排与管理等。

## 第三部分 专业调研报告

### 一、基本情况

调研时间：2018 年 3 月 10 日-4 月 30 日

调研对象：

1. 企业：电商行业中的国有企业 5 家、三资企业 2 家、民营企业 6 家、个企 2 家。

2. 毕业生：近三年电子商务专业毕业生为 18 名，为保证调研数据准确抽取 18 名毕业生作为样本进行分析。

3. 职业院校：福建省电子商务专业的职业院校有 30 多所，其中选取特色鲜明和与我校办学条件类似的高职院校 6 家。

4. 行业调查：三明市工信委、三明市统计局。

调研目的：为了更好地贯彻“以服务为宗旨，以就业为导向，以岗位能力培养为重点”的职业教育理念，加强专业建设，促进专业改革，我们对电子商务专业人才需求进行了调研。本次调研的目的是为全面了解本专业的市场需求的趋势、岗位指向、专业人才的知识、技能、素质要求的针对性等方面的问题，探索专业。

调研方法：

1. 现场访谈法。

根据访谈对象编制访谈提纲，深入企业一线，与企业的专家、技术骨干、人事部门、毕业生座谈交流，掌握用人单位的人才需求、用人规格等的一种调研形式。

我们调研组在以近三年来电子商务专业的毕业生相对集中地区的 30 余家企业中选取 15 家典型样本企业进行实地走访和专家访谈。访谈对象为企业副总、人事资源部负责人、电子商务专业员、我校本专业毕业生计 40 余人次。

2. 调查问卷法

通过设计并发放《电子商务专业人才需求调研问卷》、《电子商务专业岗位调研问卷》、《电子商务专业毕业生跟踪调查问卷》等问卷，对回收问卷进行数据分析。

实际走访企业 15 家，发放问卷 30 份，回收 30 份，有效问卷 30 份。本问卷

共 10 大题，问卷见附录表 1 和表 2。《电子商务专业毕业生跟踪调查表》的发放对象主要是电子商务专业毕业生，发放途径主要是电子邮件和实地走访相结合。实际发放问卷 18 份，回收 15 份，有效问卷 15 份，问卷见附录表 3。

### 3. 文献分析法

通过分析中国期刊网全文数据库（2000-2017）的文献；分析了福建省、三明市 2015 年、2016 年、2017 年统计年鉴，了解电子商务行业发展现状与趋势。

调研参与人员：

调研组组长：郑志勇

调研组成员：朱庆喜、翁祖乐、谢延凯、张瑜芬、郑国鉴、李洁、周国福、黄文州、何源

## 二、主要内容

### （一）国内外行业现状及发展趋势分析

#### 1. 国内外行业发展状况

电子商务作为一个传统的领域已经发展了很多年，积累了不少理论和实践经验，但随着社会的发展，人们的生活水平日益提高，各个方面的个性化需求越加强烈。作为已经深入到各行各业并已成为基础行业的服务业面临着严峻的挑战。

该专业培养掌握计算机信息技术、市场营销、国际贸易、管理、法律和现代物流的基本理论及基础知识，具有利用网络开展商务活动的能力和利用计算机信息技术、现代物流方法改善企业管理方法，提高企业管理水平能力的创新型复合型电子商务高级专门人才。适合 21 世纪的要求的对口企业的培养目标。它具有以下 5 个特点：

1、将传统的商务流程电子化、数字化，一方面以电子流代替了实物流，可以大量减少人力、物力，降低了成本；另一方面突破了时间和空间的限制，使得交易活动可以在任何时间、任何地点进行，从而大大提高了效率。

2、具有的开放性和全球性的特点，为企业创造了更多的贸易机会。

3、使企业可以以相近的成本进入全球电子化市场，使得中小企业有可能拥有和大企业一样的信息资源，提高了中小企业的竞争能力。

4、重新定义了传统的流通模式，减少了中间环节，使得生产者和消费者的直接交易成为可能，从而在一定程度上改变了整个社会经济运行的方式。

5、一方面破除了时空的壁垒，另一方面又提供了丰富的信息资源，为各种社会经济要素的重新组合提供了更多的可能，这将影响到社会的经济布局 and 结构。

改革开放以来，中国服务业有了显著的发展，无论服务业总量还是服务业水平都有很大的提高。按同口径推算，2016 年中国服务业的增加值为 31880 亿元，占当年 GDP 的 35.6 %。同时，国家财政收入的 70% 来自服务业，800 多万个服务业企业安置了 18639 万人就业。

## 2. 行业人才需求的趋势

福建人才网数据统计显示，福建省服务业发展非常迅速，企业已经开始注重技术工人队伍正在逐步年轻化、知识化、专业化。未来三年福建省服务业用人需求近 35 万人。

三明市服务产业背景的变化呈现以下特点：产品结构提升、产品特征变化、技术领域转移、企业需求细分。据三明市人社局统计数据表明：随着区域经济的不断发展，在未来三年内，三明市对电子商务高技能人才的年需求量在 1-1.35 万人左右。

表 10 调查企业基本情况

调查企业名称	企业体制背景（打√）				调查企业所属行业	调查企业访谈对象	备注
	国有	民营	外资	其它			
美宁电商（福建）企业管理有限公司		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
中经汇通电子商务有限责任公司(福建分公司)		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
百事易（福建）电子商务有限公司		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
福建片仔癀电子商务有限公司		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
远洋企业电子商务		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
厦门郅晟贸易有限公司		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
厦门频川贸易有限公司		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人	



						电子商务专业员	
厦门钦天品牌策划有限公司		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
厦门合亚家贸易有限公司		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
众事达（福建）信息技术股份有限公司		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
福建闽域电子商务有限公司		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
福建莆田电商投资管理股份有限公司		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
石狮电子商务人才孵化基地		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
福建慧成电子商务有限公司		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	
福建莆田电商投资管理股份有限公司		√			服务类	企业副总、 人事资源部负责人 电子商务专业员	

## （二）企业对电子商务专业人才需求情况

### 1. 人才需求量分析

在收回的用人单位调查问卷当中，55%的企业对高职电子商务专业人才需求量大，工作岗位一是生产一线的技术岗位，从事电子商务经营与管理、电子商务规划师工作，这类人员占 47.3%；二是操作与维护岗位，从事数据分析师、网络营销员，这类人员占 27.2%；三是网站建设，从事美工人员、淘宝客服员工作，这类人员占 13.8%；四是从事产品营销、售后技术服务、行政管理等工作，这类人员占 11.7%。见图 1。

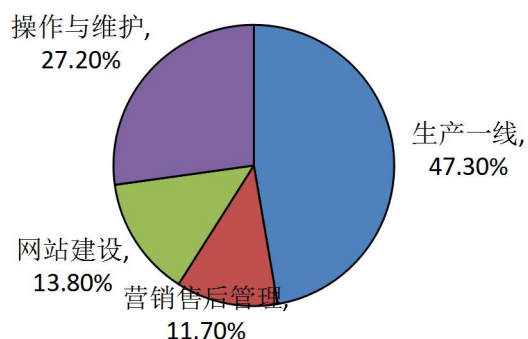


图 1 企业对高职机制专业人才岗位需求情况调查

2. 学历需求分析

企业聘用一线技术人才的主要渠道与来源中，61%的企业从职业学校毕业生中招聘，28%从劳动力市场招聘，其他主要是从企业中培养和熟人推荐以及网络招聘。见图 2。

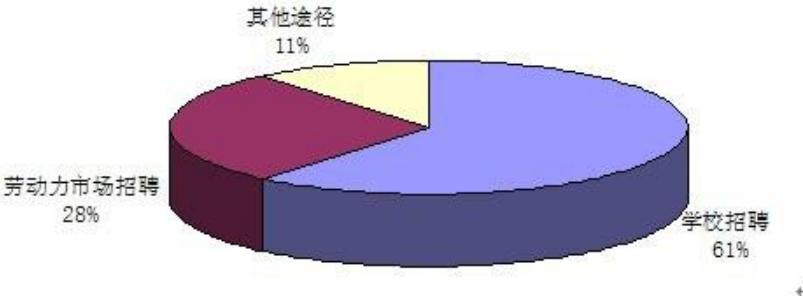


图 2 企业聘用一线技术人才主要渠道

企业聘用人才最看重的几个因素中，约 92%的企业看重爱岗敬业的工作态度、职业道德，安全文明生产能力，思考和解决技术问题的意识，交流沟通与团队协作能力，自学能力，质量、安全、效率及环保意识非常需要，只有 8%的认为这些素质不太需要。见图 3。



图 3 企业聘用人才对综合素质要求

经过走访企业人力资源部，得知企业的一线员工大部分都是高职、中职及无学历的务工人员，而管理部门本科以上学历居多。但是，我们的高职学生在经过 3-6 年的锻炼，几乎都能到达管理岗位。说明我们的学生还是很有潜力的。大部分企业看重的还是爱岗敬业等综合素质。

3. 岗位需求量分析

表 11 企业人才需求情况一览表

调查企业名称	近三年服务类技术人才来源（人数百分比）	学历分布状况（百分比）	岗位人才需求情况	职业资格证书类型（百分比）
--------	---------------------	-------------	----------	---------------

	从学校 招收应 届生	从社会 招聘	自行 培养	本科 以上	本科	专科	中专及 以下	招聘 岗位 职位	需求人 数	所占 比例	高级	中级	初级
美宁电商(福建)企业管理有限公司	36.5%	46.2%	17.3%	2%	42.4%	47.6%	8				32%	21%	47%
中经汇通电子商务有限责任公司(福建分公司)	32.6%	50.5%	16.9%	0	53%	40.1%	6.9				13%	51%	36%
百事易(福建)电子商务有限公司	46%	40.2%	13.8%	1%	60%	30.3%	8.7				21%	43%	36%
福建片仔癀电子商务有限公司	52%	32%	16%	8%	64%	28%	0				76%	25%	9%
远洋企业电子商务	36%	44%	20%	1%	34%	65%	0				56%	34%	10%
厦门郅晟贸易有限公司	30%	54%	16%	0	30%	70%	0				45%	38%	17%
厦门频川贸易有限公司	23%	50%	27%	8%	35%	55%	2				50%	34%	16%
厦门钦天品牌策划有限公司	46%	54%	0	1%	34%	61%	4				34%	33%	33%
厦门合亚家贸易有限公司	50%	45%	5%	3%	46%	47%	4				65%	30%	5%
众事达(福建)信息技术股份有限公司	38%	62%	0	2%	50%	43%	5				45%	40%	5%
福建闽域电子商务有限公司	43%	46%	11%	3%	50%	42%	5				56%	40%	4%
福建莆田电商投资管理股份有限公司	56%	33%	11%	3%	60%	47%	0				40%	46%	14%
石狮电子商务人才孵化基地	61%	32%	7%	7%	63%	30%	0				55%	30%	15%
福建慧成电子商务有限公司	56%	33%	11%	3%	60%	45%	2				40%	46%	14%
福建莆田电商投资管理股份有限公司	61%	32%	7%	7%	60%	30%	3				55%	30%	15%

### (三) 典型企业岗位设置情况分析

#### 1. 大致介绍此次调研企业的数量、背景以及相关行业的基本情况。

对电子商务专业毕业生就业集中和不同性质规模的福建及周边地区 15 家企业进行走访, 电子商务专业毕业生的单位体制分布为民营 100%。从调研表统计数据来看, 目前本专业毕业生的工作单位主要集中在中小型的民营企业或私营企业中, 共占调研毕业生的 64.8%, 这也比较符合我国经济的特点及学院人才培养的方向。调查表明: 电商专业 75% 以上的学生基本上专业对口, 能够较快的适应目前的工作占 73%, 能较好的胜任所从事的岗位占 88%, 具有相应岗位所应具备的各项能力, 并且对目前的工作较为满意。见图 4。

民营, 100%

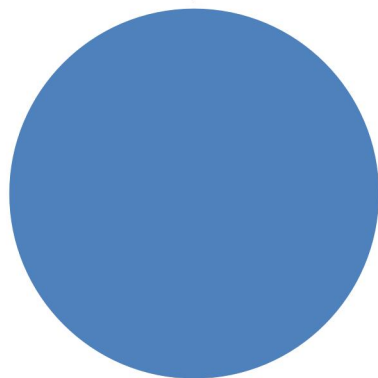


图 4 电商专业毕业生单位体制分布

## 2. 典型企业岗位设置情况分析

表 12 典型企业岗位设置情况一览表

调查企业名称	岗位名称					
	电子商务经营与管理	电子商务运营	数据分析师	网站美工人员	网络营销员	电商客服人员
美宁电商（福建）企业管理有限公司	1	1	3	2	3	3
中经汇通电子商务有限责任公司（福建分公司）	3	2	4	1	5	6
百事易（福建）电子商务有限公司	2	2	3	1	4	5
福建片仔癀电子商务有限公司	1	1	2	2	3	4
远洋企业电子商务	3	4	2	2	4	2
厦门郅晟贸易有限公司	2	1	3	1	3	4
厦门频川贸易有限公司	1	1	2	2	3	3
厦门钦天品牌策划有限公司	2	2	5	1	3	4
厦门合亚家贸易有限公司	2	2	3	1	4	5
众事达（福建）信息技术股份有限公司	2	2	3	1	4	4
福建闽域电子商务有限公司	1	1	2	2	3	4
福建莆田电商投资管理股份有限公司	3	4	2	2	4	2
石狮电子商务人才孵化基地	2	3	3	1	3	4
福建慧成电子商务有限公司	1	1	2	2	3	3
福建莆田电商投资管理股份有限公司	2	2	5	1	3	4

#### （四）电子商务专业毕业生在企业所从事的主要工作任务分析

为了确定电子商务专业学生的主要工作任务面向问题，我们对在典型企业样本工作岗位的技术骨干、生产一线的管理及操作人员（含毕业生）进行了岗位工作任务问卷调查，调研结果归纳整理如下所示。

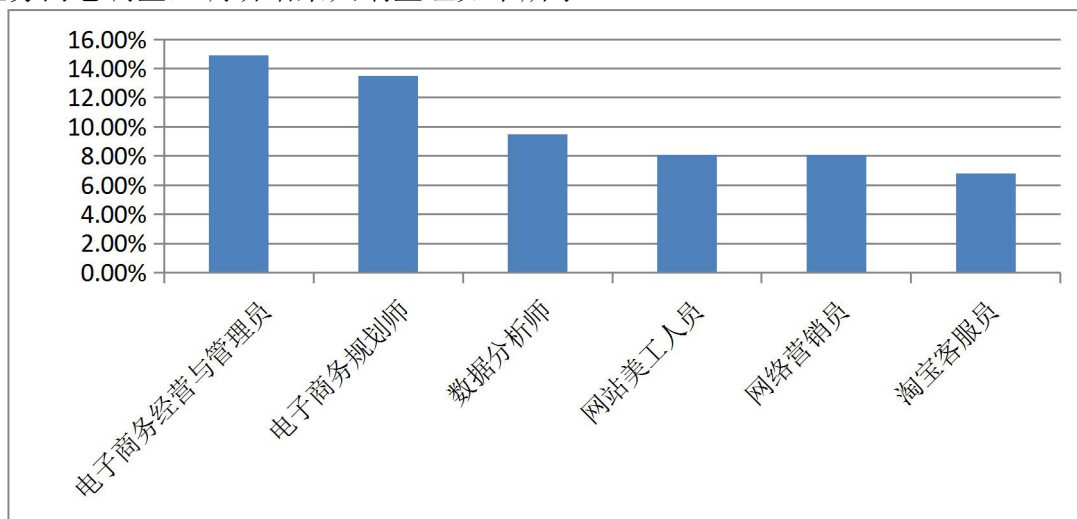


表 13 毕业生在企业所从事主要工作任务一览表

工作任务	电子商务经营与管理	电子商务运营	数据分析师	网站美工人员	网络营销员	电商客服员
比例	14.9%	13.5%	9.5%	8.1%	8.1%	6.8%
需求重要性	1	2	3	4	4	4

从上图的分析结果可以看出，企业对电子商务经营与管理需求 14.9%，电子商务规划师需求 13.5%；其次是数据分析师需求 9.5%，网站美工人员、网络营销员需求均为 8.1%；再次是淘宝客服员需求 6.8%。所以学校应设置能尽量覆盖以上各方面的综合工作任务的相关课程或实践教学项目。

#### （五）电子商务专业毕业生具体工作岗位工作任务分析

表 14 毕业生在企业具体工作岗位工作任务一览表

主要工作岗位	典型工作任务	备注
电子商务平台规划	接受任务→结合需求制定开发方案→制定方案实施的项目进度表及资源分配计划。	毕业生需在熟悉企业实际操作情况，具备实际的运营实践经验后才能胜任的岗位

电子商务平台运营管理	分析顾客需求→了解产品→制定营销策略、引流方案→实际操作→调整方案。	
网络营销	网络营销调研→网络营销战略的选定→网络营销策略的选定；→网络营销方法的实施；	
淘宝美工	接受任务→商品拍摄→图片处理→图文编排。	
开拓网上业务	接受任务→产品包装→产品推广→选择合适的营销方式。	
网络商品管理	接受任务→了解品牌→根据公司的战略以及预算制定相应的策略。	
网络客户服务	接受任务→引导客户购物→解答客户问题→提供技术支持→消除客户不满情绪。	

## （六）电子商务专业所对应职业岗位分析

表 15 电子商务专业职业资格标准一览表

电子商务经营与管理员	电子商务运营	数据分析师	网站美工人员	网络营销员	电商客服人员
12.4%	22.5%	10.5%	23.5%	15.6%	5.2%

16 电子商务专业对应职业岗位分析一览表

理论知识及技能方面					
电子商务经营与管理员	电子商务运营	数据分析师	网站美工人员	网络营销员	电商客服人员
8.3%	16.5%	9.2%	7.2%	9.5%	1.8%

表 17 高职院校电子商务专业职业岗位分析一览表

电子商务经营与管理员	电子商务运营	数据分析师	网站美工人员	网络营销员	电商客服人员
24.6%	30.2%	56.4%	31.8%	48.5%	45.7%

### 三、调研结论

#### （一）行业企业对电子商务专业人才需求的现状与趋势

电子商务专业毕业生需求量大。目前全国开设服务类相关专业的高职院校年毕业生大约为 60 万，由于服务行业的重要性和庞大规模，需要一支庞大的专业队伍，全国年服务类应用型人才的市场需求量在 500 万人左右，今后一段时间内，服务类人才仍会有较大需求。据福建省 2015 年各类人才需求调查，电子商务专业专科层次人才在所有专科层次人才需求中排在前两位。因此，培养高素质电子商务应用型实用性技能人才的任务非常紧迫，意义重大。

#### （二）电子商务专业对应岗位的工作任务

本专业定位准确。企业对服务业高技能人才的技术应用能力要求主要体现在从业人员既掌握计算机及网络在商务方面应用的相关技术，又应具有鲜明的商务理念，毕业生在希望加强自身专业知识和专业技能的同时，充分意识到了提高自身综合素质的重要性。

#### （三）电子商务专业对应的职业资格证书和行业企业对电子商务专业的要求

本专业教改符合企业对人才的需求。为适应服务业企业对高技能人才的需求，我院电子商务专业以企业生产一线技术人才培养为目标，现场运营实施能力培养为主线，“对接实际运营、对接关键技术”；与行业企业合作，设计工学结合、任务驱动、项目导向的教学模式，构建基于工艺实施工作过程的实践主导型课程体系，强化技能；创新人才培养模式，实现“扎实的首岗胜任能力——网络营销操作能力、突出的岗位适应能力——网站美工应用能力、较强的可持续发展能力——电子商务规划能力”的培养目标。

#### （四）需要设置的专业群结构和专业方向

建议对专业核心课程进行改革，采取基于工作岗位模块化的教学方式，教学方法采用项目教学、案例法等，教学组织实施基于工作过程，课程项目最好源自企业生产一线。

#### （五）电子商务专业学生就业情况及本校该专业学生在主要企业就业情况

我们 2017 届的学生就业情况。经调查结果统计 17 届学生就业率达 94%，85% 的学生就业岗位位于福建省，部分位于外省。其中 80% 的学生从事电商公司，主

要分布在厦门郅晟商贸有限公司，建宁电子商务产业园，美宁电商企业管理有限公司等。主要岗位职业有电商平台运营，美工产品设计，产品营销策划，产品销售等。工资待遇均在 3000-4000 左右，有五险一金，住房补贴等。多数学生对就业素质的评价都有比较明确的认识，明确自身的优势与劣势。

（六）电子商务专业行业企业在高职层次专业人才使用中发现问题、不足以及有关建议

企业普遍提出，从我院和其他高职院校招收的毕业生期望值高，对在企业中从事一线操作不安心，工作稳定度不高，对企业的正常生产造成影响，同时对企业和毕业生个人的发展都产生不利影响；部分学生基础知识掌握较弱，能力不强，缺乏通过查找资料解决实际问题的能力；缺乏吃苦耐劳精神。

建议加强学生职业认知和企业文化教育；训练学生学会掌握问题的多种方法；加强军训、劳动课管理，培养学生吃苦耐劳精神。

（七）电子商务专业现行课程存在的问题

1. 总体要求毕业生具有宽广的基础知识，能从事生产一线网站美工、网络营销、数据分析等岗位；

2. 应进一步加强校内外实训基地建设，深化与企业的合作，引进企业先进文化，构建全新的面向工学结合高职人才培养模式的课程体系，研究确定并完善基于电子商务工作过程的实践主导型课程体系的主体架构；

3. 引入企业高技能人才作为兼职教师。进一步加强对平台运营技术方面内容的教学，如电子商务应用技术、PhotoShop 软件应用等。

4. 提高毕业生的外语、计算机水平，以便更好掌握网站建设，熟练操作，适应外资企业要求；

5. 开设相应企业管理、质量管理类课程，进行 ISO9000 质量体系认证培训，使学生具备一定的运营管理能力。

（八）电子商务专业人才培养方案开发的思路与对策

1. 网店运营方向

在教学模式方面，在网店运营初期的实践阶段，教师着重于帮助学生解决初期遇到的具体问题，我们采用“场外指导”、“小组讨论”、“现场教学”以及“个别指导”等教学方式进行。而对于网店运营中后期的实践阶段，除了传统的



教授方法外，我们尽量让学生与社会上的创业成功人士进行经验的分享与交流，帮助他们化解网店运营过程中的困惑，改进网店运营的认知模式，充分认识并挖掘自身的潜力，客观评价自身能力，培养自信的创业人格，为创业能力的提升奠定基础。而对于教学场所而言，从创业初期的教室、电子商务孵化基地，到创业中后期在校内校外举办一些创业性活动，已经不再是传统的课堂教学。

## 2. 网店美工方向

我们对网店美工人才培养的过程，首先，通过授课的方式，使学生熟练掌握摄影的技巧，PS等修图软件的运用，在具备了基本的技能基础上，运用模仿的方式，对淘宝上的热卖宝贝详情图进行模仿式训练，能尽快的熟悉并找到产品的卖点，经过一段时间的基础训练，我们利用假期时间，将网店美工方向成长较快，表现更为突出的学生，送到校企合作电商企业进行企业正规化训练。在学生的网店美工专业技能水平得到企业的认可后，我们与厦门鄧晟贸易有限公司、晋江万安玩具有限公司、锦还乡电子商务有限公司等签订长期的合作协议，为合作电商企业提供网店店铺装修、产品拍摄、图片处理等美工服务。在长期的合作过程中，学生不仅有稳定的收入，提高学生的学习积极性，也为其将来走上社会能直接胜任工作岗位的要求打下了良好的基础。

在教学模式方面，除了专业老师的课堂授课和现场指导外，我们还采用学生之间“新老结对”的方式，以带动更多的学生加入网店美工团队，使团队的综合实力能得到更快的提升与成长。

## 3. 网店客服方向

网店客服人才除了基本的技能培养外，很多时候需要的是实战性锻炼，通过实战才能遇到不同的客户，出现不同的问题需要解决，因此，我们对网店客服人才培养一部分通过学生与学生之间的长期合作，加入他们网店的客服人员进行锻炼，另一部分，我们与永安当地的美宁电商，签订一些短期的合作协议，比如在天猫平台的“双十一”促销期间，企业通过提前对学生进行产品介绍，客服沟通技巧，紧急情况应对措施等培训，培训结束后，学生直接在“双十一”促销活动当天，为电商企业完成客服及物流等工作，使学生的实践能力得了短期的锻炼和提升。

#### 四、文献和资料来源：

1. 国内外行业现状及发展趋势分析报告，来源于 2012-2016 年中国服务行业现状及未来发展趋势分析报告；
2. 行业人才需求调查分析报告调查分析报告，来源于中国产业信息网
3. 服务行业的人员素质数据，来源于企业对电子商务专业人才素质要求调查问卷
4. 国内高职高专院校开设本专业情况及推荐指数，来源于全国高等学校学生信息咨询与就业指导中心。

## 第四部分 专业课程标准

### 《Photoshop CS》课程标准

#### 1 课程定位

《Photoshop CS》课程是计算机应用技术专业、环境艺术设计专业、三维动画设计、电子商务的一门专业课程，是一门实践性很强的课程。本课程培养学生图像处理、网页设计、包装设计、广告制作等技能，达到广告设计、包装设计、淘宝美工等岗位能力要求。培养学生创新思维能力和健康的审美意识，培养学生按时交作业的时间观念和团队合作精神，为其成长为一名合格的广告设计与制作人员奠定良好的基础。

#### 2 工作任务和课程目标

##### 2.1 工作任务及职业能力

工作任务及职业能力见表 1-1。

##### 2.2 课程目标

学习本课程，目的是让学生理解图象色彩原理，以及利用 photoshop 进行图象处理的技巧，掌握各种工具和滤镜的使用，因此不能当成一门纯理论的的课程来学习，而应当突出技能和应用。

##### (1) 知识目标

- 1) 学习 photoshop 的图象色彩原理、以及色调和色彩调整的技巧和操作。
- 2) 掌握软件的命令、工具、基本功能和方法，图层、通道、路径等的概念和使用。；
- 3) 掌握滤镜的功能和使用滤镜制作各种特效的技巧。
- 4) 利用所学习的知识进行图象处理，完成一定数量的上机实践任务。
- 5) 能独立设计制作完成不同类型的图片作品。

表 1-1 工作任务与职业能力分析表

工作领域	职业能力	学习项目
平面广告设计	具有色彩搭配的运用的能力	平面构图原则与色彩搭配

	具有图文排版的能力	图文排版
	具有各类滤镜使用的能力	滤镜的使用
	具有通道、蒙板运用的能力	通道、蒙板的使用
	具有企业 VI 设计制作的能力	某企业的 VI 设计
	具有网页设计制作的能力	某公司的网站设计
	具有包装设计制作的能力	茶叶包装设计

## （2）技能目标

- 1) 熟悉软件常用工具的使用；
- 2) 熟悉图层、通道、蒙板、滤镜；
- 3) 具备独立设计平面作品的能力。

## （3）态度目标

- ① 刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极，实验独立完成。
- ② 良好设计理念——设计有个性化、有创意、构图精美。
- ③ 团结协作精神——互相帮助、共同学习、共同达成目标。
- ④ 诚实守信品格——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。

## 3 教学组织

根据本课程的工作任务与职业能力分析，本课程设计了 7 个学习项目，其包含 38 个学习型工作任务，具体见表 1-2。

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	基础图形绘制	利用套索工具绘制图形	1	2
		利用选框工具绘制图形	1	
项目二	复杂图形绘制	钢笔工具的使用	1	2
		形状工具的使用	1	
项目三	简报制作	图文素材排版	1	2
		报纸输出	1	
项目四	海报制作	文件创建的规范	1	2
		海报素材加工		
		海报构图、配色、设计	1	
		海报输出		
项目五	图像素材合成	钢笔抠图	1	2
		通道抠图		
		图层蒙板合成图片	1	
		管理图层并输出图像		
项目六	质感合成	钢笔工具的使用	1	2
		效果的制作	1	
项目七	名片设计	标志设计	1	4
		名片效果制作	1	
		名片效果制作二	2	
项目八	网页设计	网页功能划分与布局	1	6
		网页菜单制作	2	
		网页模块制作	1	
		效果制作和最后输出	2	
项目九	产品包装设计	包装平面效果的制作	2	6
		包装立体效果的制作	2	
		包装组合效果的制作与输出	2	

#### 4 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 1-9。

表 1-3 项目一 教学内容与能力要求表

项目一：基础图形绘制		参考学时：2 学时
项目的任务：掌握移动工具、矩形选框工具、自由选择工具的使用		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b> （1）掌握移动工具的使用； （2）掌握矩形选框工具组和套索工具组。 （3）掌握填充等操作	
	<b>技能目标：</b> （1）掌握移动工具的使用方法； （2）掌握矩形选框工具组和套索工具组使用方法。 （3）会使用取消选区等快捷键	
	<b>态度目标：</b> (1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
<b>学习内容：</b> （1）色彩的基本知识； （2）效果图中色彩的运用艺术； （3）效果图构图的原则与技巧。		
<b>训练项目：</b> （1）绘制易碎标签； （2）绘制中国工商银行标志； （3）绘制运动跑到图。		
<b>媒介：</b> 教学课件、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
<b>教师需要的能力：</b> 具备矩形选框工具组和套索工具组的使用方法并能利用这些工具绘制一些基本的图形图案。		

表 1-4 项目二 教学内容与能力要求表

项目二：复杂图形绘制		参考学时：2 学时
项目的任务：熟悉钢笔工具和形状工具的使用		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握钢笔工具的使用； （2）学习形状工具的使用。	
	技能目标：（1）掌握钢笔工具的使用； （2）学习形状工具的使用； （3）会使用相关快捷键。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）使用钢笔工具绘制路径； （2）钢笔工具转选区； （3）利用钢笔工具绘制卡通人物。		
训练项目： （1）卡通人物绘制； （2）交通路牌绘制；		
媒介： 教学课件、三维模型、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 熟练掌握钢笔工具和形状工具绘制复杂图案。		

表 1-5 项目三 教学内容与能力要求表

项目三：简报制作		参考学时：2 学时
项目的任务：培养学生文字编排和图文编排的能力		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b> （1）文字工具的使用； （2）文字工具与其他工具的配合使用 （3）排版与配色的知识与应用。	
	<b>技能目标：</b> （1）文字工具的使用； （2）文字图层转普通图层。	
	<b>态度目标：</b> （1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直公道。	
<b>学习内容：</b> （1）文字段落的设置； （2）特殊文字效果的制作； （3）图文排版的技巧；		
<b>训练项目：</b> 制作一张简易的校报		
<b>媒介：</b> 教学课件、三维模型、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
<b>教师需要的能力：</b> 具备文字工具的使用能力，能够通过文字工具进行简单的排版操作。		



表 1-6 项目四 教学内容与能力要求表

项目四：海报制作		参考学时：2 学时
项目的任务：培养学生工具栏工具的配合使用		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b> （1）掌握海报文件的设置； （2）收集、整理素材的能力； （3）加工素材并设计海报。	
	<b>技能目标：</b> （1）掌握工具栏的工具； （2）熟练各工具的快捷键。	
	<b>态度目标：</b> (1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
<b>学习内容：</b> （1）收集素材； （2）对素材进行加工处理； （3）利用素材进行海报设计；		
<b>训练项目：</b> 校园篮球海报设计		
<b>媒介：</b> 教学课件、三维模型、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
<b>教师需要的能力：</b> 独立设计海报的能力。		

表 1-6 项目五 教学内容与能力要求表

项目五：图像素材合成		参考学时：2 学时
项目的任务：学会利用通道抠图、使用图层蒙板		
教 学 目 标	知识目标：（1）使用不同方法抠图； （2）使用不同的方法对素材进行磨皮； （3）利用图层蒙板合成素材。	
	技能目标：（1）利用不同的工具合成素材。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）利用钢笔、套索工具、魔术棒工具、通道等抠图； （2）灵活运用图层蒙板； （3）混合模式的使用；		
训练项目： 拼贴素材合成图像 利用火焰表现燃烧效果		
媒介： 教学课件、三维模型、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
教师需要的能力： 具备图像合成的能力。		

表 1-7 项目六 教学内容与能力要求表

项目六：质感合成		参考学时：2 学时
项目的任务：培养学生使用滤镜功能		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握各滤镜的使用效果； （2）学会下载、安装外部滤镜； （3）通过滤镜制作一些效果。	
	技能目标：（1）掌握各种滤镜的使用技巧。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）各种滤镜的使用； （2）安装外部滤镜； （3）滤镜参数的设置；		
训练项目： 废旧汽车效果的制作 科幻女机器人的制作		
媒介： 教学课件、三维模型、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备利用滤镜制作一些效果。		

表 1-7 项目七 教学内容与能力要求表

项目七：个人名片设计		4
项目的任务：培养学生制作景观效果图		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b> （1）收集素材； （2）设计标志； （3）设计名片； （4）输出名片。	
	<b>技能目标：</b> （1）完成一张名片的制作。	
	<b>态度目标：</b> （1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
<b>学习内容：</b> （1）收集相关素材，确定设计风格； （2）选定配色方案； （3）设计名片； （4）输出名片并打印		
<b>训练项目：</b> 个人名片的制作		
<b>媒介：</b> 教学课件、三维模型、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
<b>教师需要的能力：</b> 具备 VI 设计的能力。		

项目七：网页设计		参考学时：6 学时
项目的任务：培养学生设计制作网页的能力		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b> （1）收集素材； （2）确定设计的风格并规划网页模块； （3）设计菜单栏； （4）设计网页并输出。	
	<b>技能目标：</b> （1）制作网站的技能。	
	<b>态度目标：</b> （1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
<b>学习内容：</b> （1）收集素材； （2）确定设计的风格并规划网页模块； （3）设计菜单栏； （4）设计网页并输出。		
<b>训练项目：</b> 学院网站设计 个人网站设计		
<b>媒介：</b> 教学课件、三维模型、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
<b>教师需要的能力：</b> 具备网站设计制作能力。		

项目七：产品包装设计		参考学时：6 学时
项目的任务：培养学生设计包装		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b> （1）包装的相关知识； （2）包装的风格选定； （3）包装的配色； （4）包装的平面、立体效果制作。	
	<b>技能目标：</b> （1）设计产品包装。	
	<b>态度目标：</b> （1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	

<b>学习内容：</b> (1) 包装的相关知识； (2) 包装的风格选定； (3) 包装的配色； (4) 包装的平面效果的制作； (5) 包装的立体效果制作； (6) 包装的组合效果制作；
<b>训练项目：</b> 某产品包装设计
<b>媒介：</b> 教学课件、三维模型、黑板、案例、教材。
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）
<b>教师需要的能力：</b> 具备产品包装设计制作的能力。

## 5 教学方法与手段

(1) 本项目采用精讲多练、边讲边练的教学模式。应注重“教”与“学”的互动，让学生在互动中获得扎实的基础知识、掌握技能。

(2) 应用教学课件、实例引入，项目导向、任务驱动、案例分析进行教学。

(3) 围绕“校企合作、工学结合”的人才培养模式，建设并利用好校内外实习实训基地。

## 6 考核与评价

成绩主要由平时考核（10%）、实验能力（30%）、阶段考核（25%），期末考核（35%）四部分组成。

为促进教学改革，及时了解教学效果并进行改进，建立多途径、多级别的反馈系统。

(1) 不同对象：学生直接反馈、小组反馈、班级反馈，强调学生直接反馈。

(2) 不同途径：对话、问卷、网络媒体等。

## 7 说明与建议

### 7.1 课程标准的设计思路

课程教学目标和组织在“定向对接，工学一体”人才培养模式的理念和方法指导下，以典型工作任务教学贯穿课程始终，突出实践教学过程，强化实践教学环节管理，增强实践教学效果。

针对市场需求，以学生为本，选取循序渐进的典型工作项目“学习包”为载体构建学习情境，营造“易学乐学”的学习氛围，培养学生的专业能力、方法能力和社会能力。以学生为中心、工作过程为导向，采用小组化教学，融“教、学、做”为一体，培养学生的职业工作能力、团队协作能力和创新能力。保持课程的开放性，培养学生的可持续发展能力。

### 7.2 关于教材

教材应依据本课程标准来选取，教材应充分体现以培养预期的职业能力为中心组织课程内容和设计课程教学。

教学资源要丰富，只有在教学中充分利用现代化教学手段和资源，才能在有限的学时内实现课程目标。

推荐教材：

(1) 《Photoshop CS5 基础教程》. 谈飞主编. 西安电子科技大学出版社. 2013. 2

(2) 《Photoshop CS6 中文版基础教程(配光盘)(高等院校电脑美术教材)》. 张云杰, 尚蕾编著. 清华大学出版社. 2013. 7

(3) 《Photoshop CS6 技能实训教程》. 吴兆奇, 胡安林, 朱华等. 华中科技大学出版社. 2013. 8

# 《电子商务基础与应用》课程标准

## 1 课程定位

《电子商务基础与应用》课程是电子商务的一门基本技能课程，也是市场营销、物流管理等经管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务活动。

《电子商务基础与应用》是电子商务专业职业启蒙及导入性课程。该课程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，使得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。同时课程的学习将为学生在顶岗实习及毕业后能胜任岗位工作奠定基础。

## 2 课程设计思路和课程目标

### 2.1 课程设计思路

本课程的设计思路，主要有以下几点：

#### 1、按照专业培养目标的要求和职业岗位技能标准确定课程教学目标

本课程的设计体现在以能力为本，以基础知识为主线，以任务实践为主，打破了传统的教学体系模式，将电子商务职业岗位能力中用到的知识点融合在项目中。学生通过对电子商务相关基础知识的学习，掌握岗位所需知识，并不断加强实践动手能力和解决问题能力的培养。它体现了职业教育“以就业为导向，以能力为本位”的职业教育理念。

#### 2、以学生职业能力发展为核心，以学生职业生涯发展为目标，以职业标准为依据整合课程内容

通过与校内外行业专家充分研讨，按照行业相关职业岗位和职业能力培养的要求，以职业标准为依据整合教学内容，突出学生职业能力的培养。同时将网上开店、网络营销等新知识融入教学内容，并根据行业发展趋势不断进行补充和完善，形成动态更新，以加强学生可持续发展能力的培养。

#### 3、以任务为载体进行学习情境设计



以网上开店、网络工具营销等任务为载体，按照职业能力培养的规律，遵循人的认知规律，按照由易至难、由封闭到开放到创新的原则设计九个学习情境：电子商务概述、电子商务技术基础、电子商务支付结算、电子商务安全管理、物流与供应链、网络营销实务、网上开店、企业电子商务、移动电子商务。

4、充分利用校内外实训场所，采用任务驱动、项目导向的教学模式，融教、学、做为一体。

## 2.2 课程目标

电子商务专业课程体系是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，或者自己开网店创业在课程培养目标上，以打造学生就业竞争力为培养思路，以“有专业水准的电子商务职业人士、有思想的网络业务开拓者、有使命的网络创业青年”为核心目标，从知识目标、能力目标、素质目标上培养学生的综合能力。

知识目标：知道电子商务的基本模式：B2C 电子商务、C2C 电子商务、B2B 电子商务以及这几种模式的代表性网络平台；懂得电子商务的标准、电子商务相关法律法规、电子商务支付、电子商务物流等基础知识；明白电子商务的安全及风险；了解网络创业相关知识。

能力目标：能熟练使用互联网及一些常用工具；会熟练使用网上银行、第三方支付工具等电子支付工具；能使用目前流行的各种平台进行网上开店并进行网店管理运营；能熟练使用博客、论坛、即时聊天工具、搜索引擎等开展网络营销。

素质目标：学生应具有较高的信息技术素质、对网络环境能敏锐体察；能用心尊重他人、不断激励自己；乐于团队合作、善于整合资源；善于表达沟通、用于企业实践、注重学以致用；及时适应环境变化、不断开拓创新。

## 3 教学组织

根据本课程的工作任务与职业能力分析，本课程设计了 5 个学习项目，其包含 25 个学习型工作任务, 7 个技能训练任务，具体见表 1-1。

表 1-1 教学组织表

工作任务	学习情境	学习任务	参考课时
理解传统商务和电子商务,了解各种电子商务模式,了解电子商务标准,了解电子商务法律法规	学习情境一 电子商务概述	任务 1: 理解传统商务与电子商务	1
		任务 2: 案例讨论: 易购 365 是如何从传统商务走向电子商务的	2
		任务 3: 了解各种电子商务模式	2
		任务 4: 了解电子商务的标准	1
		任务 5: 了解电子商务相关法律法规	1
		任务 6: 分析淘宝、阿里巴巴、慧聪、敦煌网、京东各属于那种模式的电子商务	2
		技能训练任务一: 利用搜索引擎等工具收集国内外关于电子商务的法律法规,并阅读	2
掌握 internet 基础知识,了解域名、ip 等知识,了解 www 的基本服务,掌握电子邮件、及时聊天工具等网络工具的应用	学习情境二 电子商务技术基础	任务 7: 掌握 internet 基本知识	1
		任务 8: 了解 ip、域名、www	1
		任务 9: 上网申请域名	1
		技能训练任务二: 对电脑 IP 地址进行配置,建立一个局域网络。	2
		任务 10: 掌握网络工具的应用	1
		技能训练任务三: 申请邮箱、注册 QQ、博客并熟练使用这些工具	2
了解网络营销的特点,掌握网上市场调查的基本方法,掌握网络营销的工具,会对网络广告进行分析	学习情境三 网络营销实务	任务 11: 了解网络营销的特点	2
		任务 12: 案例讨论: 两位美国律师为何疯狂发出电子邮件	2
		任务 13: 掌握网上市场调查的基本方法	2
		技能训练任务四: 设计一个大学生数码消费状况的网络调查,利用中调网、百度、新浪博客等发布并开展调查	2
		任务 14: 掌握网络营销的工具的使用	2
		任务 15: 练习使用博客、空间、论坛、邮件进行网络营销	2
		任务 16: 掌握网络广告的分析方法	2
		任务 17: 分析搜狐、新浪等网站的各种网络广告,总结网络广告的类型、收费方式、广告效果	2
了解网上开店的基本知识,掌握开通网上商店的方法和店铺装修,掌握网上交易的方法及网店管理的方法	学习情境四 建立个人网上商店	任务 18: 了解网上开店的基本知识	2
		任务 19: 案例讨论: 柠檬清茶是怎样从夫妻网店成为员工上百人的网购公司	2
		任务 20: 掌握开通网店方法和店铺装修	2
		技能训练任务五: 在淘宝、有啊、拍拍等平台开通网店并对网店进行装修	2
		任务 21: 掌握网上交易和网店管理的方法	2
		技能训练任务六: 在淘宝网开展一次网上购买和销售,对自己的网店商品进行上架、下架、价格修改、商品描述修改等操作	2
了解移动商务基础知识,了解移动银行及移动办公,掌握移动网络银行的用法	学习情境五 移动电子商务	任务 22: 了解移动电子商务基础知识	1
		任务 23: 了解移动银行和移动办公	1
		任务 24: 案例分析: 韩国 SK 电讯的移动银行业务	2
		任务 25: 掌握移动网络银行的用法	1
		技能训练任务七: 开通手机银行,并使用手机银行查询账户、转账、充值	2
总学时			54

## 4 教学内容与能力要求

各项目的教学内容与能力要求见表 1-2——表 1-8

表 1-2 项目一 教学内容与能力要求表

项目一：利用搜索引擎等工具		参考学时：2 学时
项目的任务：利用搜索引擎等工具收集国内外关于电子商务的法律法规，并阅读		
教 学 目 标	知识目标：搜索引擎工具的使用	
	技能目标：熟悉使用搜索引擎工具，掌握国内外关于电子商务的法律法规。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： (1) 搜索引擎工具使用； (2) 掌握国内外关于电子商务的法律法规。		
训练项目：		
媒介： 搜索引擎工具，如百度，搜狐等。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
教师需要的能力： 掌握国内外关于电子商务的法律法规。		

表 1-3 项目二 教学内容与能力要求表

项目二：IP 地址配置及局域网络建立		参考学时：2 学时
项目的任务：对电脑 IP 地址进行配置，建立一个局域网络。		
教 学 目 标	知识目标：掌握电脑 IP 地址配置方法及局域网建立方法。	
	技能目标：对电脑 IP 地址进行配置，建立一个局域网络。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）IP 地址配置； （2）局域网建立；		
训练项目：		
媒介：		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备对电脑 IP 地址的配置及建立一个局域网络的能力。		

表 1-4 项目三 教学内容与能力要求表

项目三：营销工具注册使用		参考学时：2 学时
项目的任务：申请邮箱、注册 QQ、博客并熟练使用这些工具。		
教 学 目 标	知识目标：了解邮箱、注册 QQ、博客等工具在电商中的作用。	
	技能目标：申请邮箱、注册 QQ、博客并熟练使用这些工具。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： (1) 邮箱的申请及使用； (2) QQ 的申请及使用； (3) 博客的申请及使用。		
训练项目： 申请邮箱、注册 QQ、博客并熟练使用这些工具在电商推广中的应用。		
媒介： 邮箱，QQ，博客。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
教师需要的能力： 具备邮箱、QQ 及博客在电商推广中的应用。		

表 1-5 项目四 教学内容与能力要求表

项目四：网络调查		参考学时：2 学时
项目的任务：设计一个大学生数码消费状况的网络调查，利用中调网、百度、新浪博客等发布并开展调查		
教 学 目 标	知识目标：如何设计一个网络调查问卷并展开调查。	
	技能目标：设计一个网络调查问卷并利用网络渠道展开调查。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： (1) 设计网络调查问卷； (2) 利用网络渠道发布并开展调查； (3) 统计问卷结果。		
训练项目：		
媒介： 中调网，百度，新浪博客等网络媒介。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备网络调查问卷设计、发布及分析能力。		

表 1-6 项目五 教学内容与能力要求表

项目五：网店开设及装修		参考学时：2 学时
项目的任务：在淘宝、有啊、拍拍等平台开通网店并对网店进行装修		
教 学 目 标	知识目标：开通网店并装修网店	
	技能目标：利用淘宝、有啊、拍拍等购物平台开通网店并对网店进行装修	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）网店开设； （2）网店装修。		
训练项目： 利用淘宝、有啊、拍拍等平台开通网店并对网店进行装修。		
媒介： 淘宝、有啊、拍拍等购物平台。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备开设网店能力及网店装修能力。		

表 1-7 项目六 教学内容与能力要求表

项目六：网店实战		参考学时：2 学时
项目的任务：网店实战操作		
教 学 目 标	知识目标：网店购买及销售，上下架产品等操作能力。	
	技能目标：在淘宝网店开展一次网上购买和销售，对自己的网店商品进行上架、下架、价格修改、商品描述修改等操作	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： (1) 淘宝网购买及销售产品； (2) 上下架产品； (3) 价格修改； (4) 商品属性描述等。		
训练项目： 网店实操。		
媒介： 淘宝网。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备网店的实战能力。		

表 1-8 项目七 教学内容与能力要求表

项目七：手机银行的使用		参考学时：2 学时
项目的任务：手机银行的开通及使用		
教 学	<b>知识目标：</b> 开通手机银行，并使用手机银行查询账户、转账、充值。	



目标	<b>技能目标：</b> 熟悉手机银行的开通及一般使用。
	<b>态度目标：</b> (1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。
<b>学习内容：</b> (1) 开通手机银行； (2) 使用手机银行查询账户； (3) 使用手机银行转账； (4) 使用手机银行充值等。	
<b>训练项目：</b>          	
<b>媒介：</b> 手机银行。	
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）	
<b>教师需要的能力：</b> 具备手机银行的操作能力。	

## 5 教学方法与手段

从电子商务基础与应用的实际问题出发，精心准备各种典型案例，构建课程的整体教学设计。以二十多个任务和技能训练任务为载体，形成循序渐进，种类多样的项目群，构建完整的教学设计布局。教学采用“四阶段教学法”，将“教、学、练、做”融为一体。教学体现“教师为主导，学生为主体，训练为主线”的原则，课堂上可以采用“四阶段教学法”，即第一阶段为案例引入，提出问题，第二阶段为学生自主学习，尝试解决问题，第三阶段为归纳总结，引申提高，第四阶段为举一反三，学以致用。教学设计方便要充分利用现代化教学手段，提高教学效果，教学中根据实际需要可以采用电子演示文稿，大屏幕多媒体联机演示、网络教学等各种先进的教学手段、使课堂教学生动活泼，引人入胜，提高教学效果，同时提高教学效率。

## 6 考核与评价

成绩主要由平时过程考核（50%）、阶段考核（20%），期末考核（30%）三部分组成。

为促进教学改革，及时了解教学效果并进行改进，建立多途径、多级别的反馈系统。

（1）不同对象：学生直接反馈、小组反馈、班级反馈，强调学生直接反馈。

（2）不同途径：对话、问卷、网络媒体等。

## 7 说明与建议

### 7.1 课程标准的设计思路

《电子商务基础与应用》是高职高专电子商务专业毕业后从事网店经营必须掌握的基本技能。因此，本课程在电子商务专业处于非常重要的地位，是专业必修课程。

本课程立足于职业能力的培养，打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以预期的职业能力为中心组织课程内容和课程教学，让学生在实战过程中来发展职业能力。经过教师与行业、企业专家深入、细致、系统的分析，本课程最终确定了7个教学项目。这些项目循序渐进的对学生进行职业能力的培养，其理论知识的选取紧紧围绕培养相应的职业能力的需求来进行，并融合了相关职业资格证书对知识、技能和素质的要求。通过课程内容的学习及实战训练和证书考试，以工作任务为中心，将不同类型的知识综合起来，实现理论与实践的一体化，有利于培养学生的综合应用技能，以便有效地完成网店运营岗位上相应的工作任务。

按照情境学习理论的观点，只有在实战中学生才可能获得真正的职业能力，并获得理论认知水平的发展，因此本课程通过电商在实际中的应用，以拟定的实操项目为任务，进行技能训练。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，重点评价学生的工作态度和技能水平。

### 7.2 关于教材

1. 教材：《电商运营》，电子工业出版社. 2012. 09

2. 参考书：

《淘宝开店一点通》. 张易轩主编, 中国商业出版社. 2014. 06

### 3. 网络资源

淘宝网: <http://www.taobao.com>

中国互联网信息中心: <http://www.cnnic.cn>

阿里巴巴: <http://www.alibaba.com.cn>

电子商务学习网: <http://www.ecxuexi.com>

### 4. 课件要求。

与《电子商务基础与应用》课程教学内容配套的课件, 根据电子商务行业发展情况, 即时更新。

### 5. 教案要求。

与《电子商务基础与应用》课程教学内容配套的教案, 根据电子商务行业发展情况, 即时更新。

## 《市场营销学》课程标准

### 1 课程定位

《市场营销学》课程是电子商务专业(创业方向)的一门职业岗位能力核心课程专业课。本课程以淘宝网店为依托, 解答电商商家该走一条什么样的电商之路, 为今后商家的网络交易奠定基础。

通过本课程的学习, 让电商运营者从电子商务的宏观趋势、互联网思维建立的企业战略构架和人货场运营模型三个方面, 将电商的运营上升到战略、布局的高度, 深刻体会网店运营和客户关系管理存在的问题, 从而发现问题, 实现突破和发展, 培养学生发现问题, 从而解决问题的能力。

### 2 工作任务和课程目标

#### 2.1 工作任务及职业能力

工作任务及职业能力见表 1-1。

表 1-1 工作任务与职业能力分析表

工作领域	职业能力	学习项目
网店运营	初步领会网络营销岗位职责	网络营销及职业认知
	具有分析消费者行为的能力	网络市场调研
	具有网络营销活动文案书写的能力	网络文案的书写
	具有社交媒介推广的能力	社交媒介推广
	具有典型网络营销方式推广的能力	网络营销方法
	具有新型动态营销推广的能力	网络营销发展动态
	具有网络营销推广评估的能力	网络推广效果评估

## 2.2 课程目标

根据《市场营销学》课程所面对的工作任务和职业能力要求，本课程的教学目标为：

通过本课程的学习，使学生具备电子商务专业人员所必需的网络营销和网店运营知识和技能，培养学生严谨的工作作风，提高学生的职业素质，具体如下：

### （1）知识目标

- 1) 熟悉客户管理模型、互联网思维及五角效应模型；
- 2) 熟悉淘宝内外流量端口的战略布局；
- 3) 熟悉人货场日销模型和活动模型的区别；
- 4) 理解传统企业和电商企业的根本差距、冲突和核心问题；
- 5) 掌握网店运营过程中不同网络营销的方法和技巧等。

### （2）技能目标

- 1) 对网店运营中目标消费者群体进行分析和定位，通过网络调研的方式进行数据收集和分析；
- 2) 具备网店运营决策的基本判断能力，并具备对各种网络营销手段组合应用的能力。

### （3）态度目标

- ① 刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极，作业独立完成并正确率高。
- ② 规范应用习惯——正确应用国家和网络的相关标准，作风严谨。
- ③ 团结协作精神——互相帮助、共同学习、共同达成目标。

④ 诚实守信品格——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。

### 3 教学组织

根据本课程的工作任务与职业能力分析，本课程设计了 7 个学习项目，其包含 21 个学习型工作任务，具体见表 1-2。

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	网络营销及职业认知	电子商务的宏观趋势分析	2	4
		网络营销及其岗位、职业素养认知	2	
项目二	网络市场调研	网购消费者的行为变化及客户数据模型的建立与应用	2	4
		网络市场调研及消费者行为分析	2	
项目三	网络文案的书写	网络商务信息处理	1	2
		软文的写作和投放	1	
项目四	社交媒介推广	互联网思维建立的产品模型搭建	2	6
		网络目标市场细分	1	
		QQ、友情链接、微信和二维码推广	1	
		微博和论坛推广	2	
项目五	网络营销基础渠道推广	淘宝内外流量端口的战略布局	2	12
		利用不同工具截取不同流量	2	
		品牌永恒	2	
		邮件推广和淘宝商品标题优化	2	
		网络广告策划和数据化营销	2	
		视频推广及病毒式营销	2	
项目六	网络营销发展动态	人货场运营模型	2	6
		人货场运营模型的应用模式	2	
		O2O 推广、短信营销和移动营销	2	
项目七	网络推广效果评估	C2B 营销之团购营销	1	2
		网络推广效果评估	1	
总 计			36	

### 4 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 1-9。

表 1-3 项目一教学内容与能力要求表

项目一：网络营销及职业认知		参考学时：4 学时
项目的任务：初步领会网络营销岗位职责		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握传统企业和电商企业的区别； （2）掌握网络营销各岗位的具体工作职责及任职标准； （3）理解网络营销职业道德素质要求。	
	技能目标：（1）具有一定的网络营销岗位认知的能力； （2）具有区分电商企业与传统企业的能力； （3）能设计一份以网络营销为主的招聘广告牌的能力。	
	态度目标：（1）具有诚信的职业道德； （2）具有创新意识和团队协作意识。	
	学习内容： （1）淘宝的发展现状对电子商务发展的深刻影响； （2）传统企业与电商企业的根本差距； （3）传统企业进入电子商务的核心问题和解决思路； （4）网络营销及其岗位、职业素养的认知	
训练项目： （1）淘工作网上招聘中网络营销岗位的筛选和认识； （2）某一企业进入电子商务后发展的前后对比。		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材与淘宝网等网络实际操作演示。	考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）； 实施操作测试，统考，按百分制评定。	教师需要的能力： 具备胜任网络营销岗位的能力。

表 1-4 项目二教学内容与能力要求表

项目二：网络市场调研		参考学时：4 学时
项目的任务：具有分析消费者行为的能力。		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握网络市场调研的方法和步骤； （2）熟悉互联网的数据收集方式，并用其分析网购人群需求； （3）掌握客户管理模型的建立与应用，五角效应模型的应用。	
	技能目标：（1）具有设计网络调查问卷的能力； （2）具有进行网络调研并收集数据进行分析的能力； （3）具有撰写调研报告的能力。	
	态度目标：（1）具有网络安全意识、客户隐私保密的职业道德； （2）具有良好的沟通能力和团队协作精神； （3）良好的逻辑思维能力、数据分析能力。	
	学习内容： （1）网络调查问卷设计的注意事项； （2）利用互联网数据分析网购人群需求； （3）互联网思维下客户管理模型的建立与应用。	
训练项目： （1）对淘宝网服饰类消费者的购买动机进行调查分析； （2）根据调查结果书写建议书。		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材与淘宝网等网络实际操作演示。	考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）； 实施操作测试，统考，按百分制评定。	教师需要的能力： 具备进行网络市场调研的能力。

表 1-5 项目三教学内容与能力要求表

项目三：网络文案的书写		参考学时：2 学时
项目的任务：培养学生具备网络营销活动文案书写的能力		
教 学 目 标	知识目标：（1）了解网络软文与传统软文的区别； （2）掌握软文的写作方法和技巧； （3）掌握软文推广、优化、传播及投放的最优方法。	
	技能目标：（1）具有根据营销环境及营销目的书写软文的能力； （2）具有运用常见网络软文进行营销推广的能力； （3）具有软文的优化及传播实现营销目的的能力。	
	态度目标：（1）良好的逻辑思维能力，规范的写作习惯，细致、严谨的工作态度； （2）为人诚恳，做一个具有社会责任感的软文写手。	
	学习内容： （1）网络商务信息的收集； （2）网络商务信息的处理和加工； （3）软文的写作方法； （4）软文的投放方法和技巧。	
训练项目： 对淘宝天猫某牛仔裤的网店针对“双十一”的活动设计好相应的软文并进行投放，统计效果。		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材与淘宝网等网络实际操作演示。	考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）； 实施操作测试，统考，按百分制评定。	教师需要的能力： 具备书写软文并进行精准投放的能力。

表 1-6 项目四教学内容与能力要求表

项目四：社交媒体推广		参考学时：6 学时
<b>项目的任务：</b> 培养学生利用社交媒体进行网络营销的能力		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b> （1）掌握互联网思维建立的产品模型搭建； （2）了解网络市场细分的标准和方法； （3）掌握各种社交媒体的网络营销技巧。	
	<b>技能目标：</b> （1）具有对消费者进行市场细分的能力； （2）具有使用各种社交媒体进行网络推广的能力。	
	<b>态度目标：</b> （1）具有敏锐的市场分析判断能力； （2）良好的与网络客户沟通的礼仪意识； （3）良好的团队协作和创新意识。	



<b>学习内容：</b> （1）互联网产品定位之道；（2）市场细分的原则和标准；（3）微博零距离沟通；（4）微信交友法则及终极玩法；（5）锻造论坛最强贴。		
<b>训练项目：</b> （1）围绕自己的生活范围，建立一个 200 人的高级群，在 30 天内，通过各种宣传手段，将 QQ 群内的人员圆满，并维护好这个群的活跃度； （2）根据自己网店的实际情况，制定友情链接交换标准，然后根据标准，在一星期内交换 10 个优质的友情链接； （3）利用微信朋友圈发布一则网店爆款商品的营销活动； （4）注册新浪、搜狐、腾讯等 3 个博客及微博，设计营销活动策划主题：“五一”出游生活“包”夺目。		
<b>媒介：</b> 教学课件、黑板、案例、教材与淘宝网等网络实际操作演示。	<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）； 实施操作测试，统考，按百分制评定。	<b>教师需要的能力：</b> 具备使用社交媒介进行网络推广的能力。

表 1-7 项目五教学内容与能力要求表

项目五：网络营销基础渠道推广		参考学时：12 学时
项目的任务：培养学生具有典型的基础渠道网络营销方式推广的能力。		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b> （1）了解搜索引擎的基本工作原理； （2）掌握外链推广的原理和方法； （3）掌握设置和调整优化关键词的方法； （4）掌握影响客单价和二次购买率的因素和提升方法； （5）掌握视频营销推广的方法和效果分析。	
	<b>技能目标：</b> （1）具有优化分析网站并设置关键词的能力； （2）具有撰写广告创意和查看广告效果的能力； （3）具有计算机运用、数据分析的能力； （4）具有多种网络推广方式运用的能力。	
	<b>态度目标：</b> （1）良好的网络优化意识和细致、认真的工作态度； （2）良好的网络职业道德和团队协作精神。	
	<b>学习内容：</b> （1）淘宝内外流量端口的战略布局；（2）以品牌为核心的电子商务营销战略；（3）影响搜索引擎排名的因素和关键词优化技巧；（4）二次购买率、转化率和客单价的影响因素；（5）视频营销和病毒式营销的技巧和方法。	
<b>训练项目：</b> （1）对淘宝网某一产品的标题进行关键词优化；（2）对网店某一产品进行商品详情页的调整和优化； （3）选取一件最适合校园推广的商品，做营销小视频，并通过微博、微信平台等发布活动话题，开展关注微博、微信并转发活动资讯有奖活动。		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材与淘宝网等网络实际操作演示。	考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）； 实施操作测试，统考，按百分制评定。	教师需要的能力： 具备各种网络营销方法推广网店的能力。

表 1-8 项目六教学内容与能力要求表

项目六：网络营销发展动态		参考学时：6 学时
项目的任务：培养学生具有新型动态营销推广的能力		
教学目标	知识目标：（1）掌握开展 O2O 的方法； （2）了解移动营销的利弊、分类、工具及应用领域； （3）熟悉人货场日销和活动运营模型的区别和应用领域。	
	技能目标：（1）具有辨别不同人货场运营方式的能力； （2）具有 O2O、移动营销的网络推广应用的能力。	
	态度目标：（1）良好的逻辑思维素养，紧致严谨的工作态度； （2）良好的沟通能力和团队协作精神。	
	学习内容： （1）人货场运营模型； （2）人货场日销模型和活动模型的应用； （3）O2O 的开展方式及计划书的书写； （4）移动营销的利弊、分类、工具及应用领域。	
训练项目： （1）选取网店的某一产品进行线上线下的营销整合工作，并书写计划书； （2）结合淘宝某一个大促活动，编写一条相关的活动促销短信进行发送，并简单统计短信发送、转发次数。		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材与淘宝网等网络实际操作演示。	考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）； 实施操作测试，统考，按百分制评定。	教师需要的能力： 具备使用移动营销、线上线下整合营销的能力。

表 1-9 项目七教学内容与能力要求表

项目七：网络推广效果评估		参考学时：2 学时
项目的任务：培养学生具有数据分析和结果分析的能力		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握 C2B 营销的特点和模式； （2）了解网络推广效果评估的一般标准； （3）掌握网络推广流量评估的方法。	
	技能目标：（1）具有协助团队实施 C2B 营销的能力； （2）具有网络推广评估的能力。	
	态度目标：（1）良好的网络推广效果监测评估意识和搜索引擎优化的职业道德； （2）快速的执行能力和沟通能力； （3）严谨的工作态度，和良好的团队协作意识。	
学习内容： （1）C2B 营销的特点、模式、方法和步骤； （2）网络推广效果评估的标准和方法； （3）网络推广效果评估的评价指标。		
训练项目： 运用网店量子恒道工具对比查看 PV、UV 托各项流量指标（按时段对比），从访客停留时间、跳转率等数据分析客户的行为。		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材与淘宝网等网络实际操作演示。	考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）； 实施操作测试，统考，按百分制评定。	教师需要的能力： 具备团队协作和网络推广效果评估的能力。

## 5 教学方法与手段

(1) 本项目强调以实战能力为主,通过“创业课程—创业辅导—真实创业实践”模式,突出高职教育“做中学,学中做”的本质要求和创业教育“创中学、学中创”的内在要求。

(2) 实际网店操作作为平台,项目导向、任务驱动、案例分析、实际操作进行教学。

(3) 应用教学课件,并结合成功案例、淘宝网店卖家平台进行教学。

(4) 利用学院在市中心电子商务大楼建设有的800 m<sup>2</sup>电子商务人才孵化中心,场所按照电商企业的配置和装修,提供安踏、特步、乔丹、七匹郎、格男仕、木林森、鸿星尔克、九牧、花花公子等一线品牌产品供学生实战学习。

(5) 在教学模式上,采用项目导向、任务驱动、案例分析、实际操作进行教学。

(6) 在教学方法上,以淘宝网店卖家平台进行实际电商教学。学生在经营网店的过程中,遇到瓶颈提出问题,教师帮助其解决问题,最后教师对统一的问题进行说明和讲解。

## 6 考核与评价

成绩主要由平时考核(10%)、实验成果(30%)、阶段性考核(20%)、期末综合考核(40%)四部分组成。

为促进教学改革,及时了解教学效果并进行改进,建立多途径、多级别的反馈系统。

(1) 不同对象:学生直接反馈、小组反馈、班级反馈,强调学生直接反馈。

(2) 不同途径:对话、问卷、网络媒体等。

## 7 说明与建议

### 7.1 课程标准的设计思路

市场营销学是以淘宝网店为依托,解答电商商家该走一条什么样的电商之路,为今后商家的网络交易奠定基础,是网店运营必备的技能之一。因此,该课程是

电子商务专业（创业方向）的一门职业岗位能力核心课程专业课。

本课程突出高职教育“做中学，学中做”的本质要求和创业教育“创中学、学中创”的内在要求，经过教师与行业、企业专家深入、细致、系统的分析，本课程最终确定了7个教学项目。这些项目循序渐进的对学生进行创业能力的培养，其理论知识的选取紧紧围绕培养相应的创业能力的需求来进行，并融合了实战教学对知识、技能和素质的要求。通过本课程的学习，让电商运营者从电子商务的宏观趋势、互联网思维建立的企业战略构架和人货场运营模型三个方面，将电商的运营上升到战略、布局的高度，深刻体会网店运营和客户关系管理存在的问题，从而发现问题，实现突破和发展。。

按照实战教学的观点，只有在实际操作中学生才可能获得真正的职业能力，并获得理论认知水平的发展，因此本课程在网络营销的手段运用过程中要充分利用电商交易平台实际操作的教学手段，实施“创业课程—创业辅导—真实创业实践”的模式，以实际电商交易中典型的成功网店为案例，模仿和参照进行实际的网店运营。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，重点评价学生的工作态度和技能水平。

## 7.2 关于教材

教材应依据本课程标准编写，教材应充分体现以培养预期的职业能力为中心组织课程内容和设计课程教学。

教学资源要丰富，只有在教学中充分利用现代化教学手段和资源，才能在有限的学时内实现课程目标。

推荐教材：

（1）《运营不累：弹指神通，布局规划思路通》．淘宝大学 编著．电子工业出版社. 2014. 8

（2）《网络营销推广实战宝典》．江礼坤 编著．电子工业出版社. 2012. 1

（3）《实战网络营销》．张书乐 编著．电子工业出版社. 2015. 1

# 《财务基础》课程标准

## 1. 课程定位和课程设计

### 1.1 课程性质与作用

《财务基础》课程是校企合作开发的基于会计工作过程的一门必修课程，在人才培养目标中处于核心地位，是人才培养方案中的职业核心技术课程，是学生参加国家会计从业资格和会计技术资格考试的必修课程，是培养学生会计职业岗位能力和职业素养的关键课程。

《财务基础》课程的先修课程是《基础会计》、《会计基本技能》等，后续专业核心课程主要有《会计综合实训》、《成本会计》、《税务》、《会计电算化》、《财务管理》、《审计》等。通过本课程的教学，使学生能够基本掌握财务会计的基本理论、基本知识和基本方法，并初步掌握会计实际操作的技能，为以后从事财务会计岗位工作奠定基础。

### 1.2 课程基本理念

本课程将探究性学习、协作学习等现代教育理念应用于课堂教学中；以就业为导向，以知识应用为基础，以职业能力培养为核心，突出职业素养的养成；推行任务驱动、项目导向等符合职业教育特色的教学模式；培养学生未来的学习能力和发展潜力，使学生在“教与学”的互动中，乐学、善学、学有成效。

### 1.3 课程思路

从岗位能力培养出发，根据会计电算化专业的人才培养目标，通过校企合作，与来自企业一线资深会计人员和专家共同讨论，针对本课程的定位，确立了出纳岗位、往来结算岗位、存货岗位、对外投资岗位、固定资产岗位、无形资产及其他资产岗位、薪酬岗位、筹资岗位、财务成果岗位、总账报表岗位等十个职业岗位。按职业能力和职业标准的要求，确定各岗位应具备的职业知识和技能，构建以职业能力培养为重点的课程内容体系。

## 2. 课程目标

本课程的总体目标是通过本门课程的学习，提升学生的会计职业能力，将教学内容按实际业务流程重组，以学生为主体，围绕会计要素确认、计量和报告的

典型工作任务进行课程整体教学设计，使学历证书与会计从业资格证书相结合，从中提炼出本课程的核心能力。

## 2.1 工作任务目标

- (1) 了解财务会计核算体系的组成；
- (2) 理解企业会计准则和现行会计制度；
- (3) 能识记企业日常会计实务中涉及的会计基础理论知识；
- (4) 以助理会计师专业技术资格证书为标志，为职业生涯的可持续发展作准备。

## 2.2 职业能力目标

- (1) 以职业岗位能力为导向，初步具有会计职业判断意识及能力；
- (2) 能熟悉企业会计核算主要岗位职责，具有进行各岗位一般日常经济业务的会计处理的能力；
- (3) 具有严格按照《企业会计准则》等政策法规要求进行规范操作的能力；
- (4) 具有良好的人际沟通与协作能力。

## 3. 课程内容与要求

### 3.1 课程内容

学习情境		子情境	参考学时
情境名称	情境描述		
1. 会计总论	会计概念、方法、国家会计法规	(1) 财务会计的概念、分类、特点 (2) 会计核算基本方法	4
2. 货币资金的使用及会计处理	常用票据的填写方法和货币核算方法	(1) 库存现金核算 (2) 银行存款结算 (3) 其他货币资金核算	8
3. 金融资产的核算方法	金融资产的概念、核算和计量方法	(1) 交易性金融资产的核算 (2) 持有至到期投资的核算 (3) 应收账款的核算	16
4. 存货的账务处理过程	存货的各种计价方法，相应账簿的登记	(1) 实际成本法和计划成本法的核算 (2) 周转材料的核算 (3) 存货减值的处理	20
5. 固定资产的账务处理过程	固定资产购入、折旧、处置等业务	(1) 固定资产初始计量 (2) 固定资产后续计量 (3) 固定资产的处置	16
6. 无形资产的账务处理过程	无形资产取得、计价、摊销等业务	(1) 无形资产初始计量 (2) 无形资产后续计量 (3) 无形资产的处置	6
7. 负债的账务处理过程	负债的特点、计价、会计核算方法	(1) 流动负债的核算 (2) 非流动负债的核算	16
8. 所有者权益的账务处理过程	所有者权益的概念、计价、会计核算方法	(1) 实收资本的核算 (2) 资本公积的核算	8



		(3) 留存收益的核算	
9. 收入、费用和利润的账务处理	费用的归集、收入的确认、利润的计算	(1) 收入的核算 (2) 费用的核算 (3) 利润的核算	12
10. 财务报表的编制	根据企业经济业务编制财务会计报告	(1) 资产负债表的编制 (2) 利润表的编制 (3) 现金流量表的编制	12
11. 会计调整的账务处理	会计调整的概念、账务处理方法	(1) 会计政策变更 (2) 会计估计变更 (3) 前期差错更正	10

### 3.2 学习情境规划和学习情境设计

学习情境名称		情景 1. 会计总论	学时数	4
学习目标	知识目标：会计的基本假设、会计原则和会计要素、会计法规体系。 能力目标：能够运用所学的知识判断某一业务事项所遵循的原则及符合的前提条件。判断会计要素的类型。			
学习内容		教学方法和建议		
1. 企业财务会计的分类 2. 企业财务会计的概念 3. 企业财务会计的特点 4. 企业财务会计的对象 5. 企业财务会计核算的基本方法		1. 引导文法 2. 讲述法 3. 案例教学法 4. 小组讨论法		
工具与媒体		学生已有基础	教师所需要的执教能力	
1. 互联网络 2. 多媒体		1. 会计基础中关于会计的相关概念 2. 具有良好的分析问题的能力 3. 会计科目的正确使用能力	1. 能熟练掌握国家会计方面的宏观政策。 2. 能将会计抽象的事物讲得更具体化，有利于学生理解。	

学习情境名称		情景 2. 货币资金的使用及会计处理	学时数	8
学习目标	知识目标：掌握库存现金的管理、银行转账结算方式和银行存款的管理，掌握银行存款的核对，掌握货币资金的核算方法。 能力目标：能够判断违反现金资金使用规定的情形；能够进行现金资金的账务处理；掌握不同结算方式下的账务处理及银行存款账余额调节表的编制方法。			
学习内容		教学方法和建议		
1. 库存现金的使用范围、库存现金限额、收支管理、清查方法及会计处理。 2. 银行存款开户、结算管理及银行存款余额调节表的编制； 3. 其他货币资金含义、核算		1. 讲述法 2. 任务教学法 3. 案例教学法 4. 小组讨论法 5. 实践操作法		
工具与媒体		学生已有基础	教师所需要的执教能力	
1. 计算器 2. 财务专用章 3. 小印鉴		1. 会计小写数字书写能力； 2. 日期书写能力；3. 会计科目的正确使用能力	货币资金相关的原始凭证、记账凭证、账簿的填制和登记能力。	
学习情境名称		情景 3. 金融资产的核算方法	学时数	16

<b>学习目标</b>	知识目标：掌握金融资产初始计量、后续计量及金融资产减值的核算。 能力目标：掌握交易性金融资产相关业务的账务处理技能。		
<b>学习内容</b>		<b>教学方法和建议</b>	
1. 交易性金融资产的概述、核算和处置 2. 持有至到期投资的概述、核算和处置 3. 应收账款的概述、核算和处置 4. 可供出售金融资产的概述、核算和处置		1. 引导文法 2. 讲述法 3. 案例教学法 4. 小组讨论法	
<b>工具与媒体</b>		<b>学生已有基础</b>	<b>教师所需要的执教能力</b>
1. 计算器 2. 财务专用章 3. 小印鉴		1. 票据使用方法 2. 票据计息方法 3. 会计科目的正确使用能力	金融资产相关的原始凭证、记账凭证、账簿的填制和登记能力。

<b>学习情境名称</b>		情景 4. 存货的账务处理过程	<b>学时数</b>	20
<b>学习目标</b>	知识目标：掌握各种存货的价格构成、各种计价方法及存货收发的核算，掌握原材料等存货的有关账务处理。 能力目标：掌握取得存货的账务处理能力，存货在不同计价方法的账务处理能力，材料存货期末计量的不同情形的处理和成本与可变现净值孰低法的账务处理技能。			
<b>学习内容</b>		<b>教学方法和建议</b>		
1. 存货的概念、分类和计价 2. 实际成本法 3. 计划成本法 4. 库存商品的核算 5. 周转材料的核算 6. 期末计价		1. 引导文法 2. 讲述法 3. 案例教学法 4. 小组讨论法		
<b>工具与媒体</b>		<b>学生已有基础</b>	<b>教师所需要的执教能力</b>	
1. 计算器 2. 财务专用章 3. 小印鉴 4. 多媒体		1. 成本计算能力； 2. 会计核算能力。 3. 账务处理能力。	存货相关的原始凭证、记账凭证、账簿的填写和登记能力。	

<b>学习情境名称</b>		情景 5. 固定资产的账务处理过程	<b>学时数</b>	16
<b>学习目标</b>	知识目标：掌握固定资产的初始计量、后续计量、处置等相关的会计处理理解固定的概念及确认标准。 能力目标：掌握不同来源固定资产的账务处理技能，掌握不同方法下固定资产折旧额的计算及计提折旧与后续支出的账务处理技能，掌握固定资产减少及减值的账务处理技能			
<b>学习内容</b>		<b>教学方法和建议</b>		

1. 固定资产的概念、确认、分类 2. 固定资产增加、折旧、后续支出、减少、减值的核算	1. 引导文法 2. 讲述法 3. 案例教学法 4. 小组讨论法	
工具与媒体	学生已有基础	教师所需要的执教能力
1. 计算器 2. 财务专用章 3. 小印鉴 4. 多媒体	1. 基本票据的填写方法 2. 会计科目的使用 3. 账务处理能力 4. 固定资产相关账簿的登记能力	固定资产相关的原始凭证、记账凭证的填制、账簿的登记能力。

<b>学习情境名称</b>	情景 6. 无形资产的账务处理过程	<b>学时数</b>	6
<b>学习目标</b>	知识目标：掌握无形资产的概念、特征、内容，掌握无形资产的计价和核算方法，了解其他资产的核算方法。 能力目标：掌握无形资产的账务处理能力。		
<b>学习内容</b>	<b>教学方法和建议</b>		
1. 无形资产的概念、确认和构成。 2. 无形资产的取得、无形资产的摊销、无形资产处置及减值的核算	1. 引导文法 2. 讲述法 3. 案例教学法 4. 小组讨论法		
<b>工具与媒体</b>	<b>学生已有基础</b>	<b>教师所需要的执教能力</b>	
1. 计算器 2. 财务专用章 3. 小印鉴 4. 多媒体	1. 基本票据的填写方法 2. 会计科目和账户的使用 3. 无形资产相关账簿的登记能力。	无形资产相关的原始凭证、记账凭证的填制、账簿的登记能力。	

<b>学习情境名称</b>	情景 7. 负债的账务处理过程	<b>学时数</b>	16
<b>学习目标</b>	知识目标：掌握流动负债及非流动负债的特点、计价、会计核算方法。 能力目标：掌握流动负债及非流动负债的会计核算能力		
<b>学习内容</b>	<b>教学方法和建议</b>		
1. 流动负债：短期借款、应付票据、应付账款、预收账款、应交税费包括应交增值税（一般纳税人和小规模纳税人）、应交消费税、应交营业税、应交城市维护建设税、应交的其他税、应付股利、应付职工薪酬。 2. 非流动负债 长期借款、应付债券、长期应付款。	1. 引导文法 2. 讲述法 3. 案例教学法 4. 小组讨论法		
<b>工具与媒体</b>	<b>学生已有基础</b>	<b>教师所需要的执教能力</b>	

1. 计算器 2. 财务专用章 3. 小印鉴 4. 多媒体	1. 会计小写数字的书写能力; 2. 票据填写能力; 3. 会计科目的使用 4. 税费计算能力;	负债相关的原始凭证、记账凭证、账簿的填制和登记能力。
----------------------------------------	-----------------------------------------------------------	----------------------------

学习情境名称		情景 8. 所有者权益的账务处理过程	学时数	8
学习目标	知识目标: 掌握实收资本的含义和收到不同形式资本的计价原则, 掌握资本公积的含义与来源、留存收益的内容及盈余公积的用途和计提原则。 能力目标: 掌握不同类型企业接受投入资本的技能方法, 掌握资本公积、盈余公积和未分配利润的技能。			
学习内容		教学方法和建议		
1. 所有制权益的概念和构成。 2. 实收资本、资本公积、盈余公积、未分配利润的核算		1. 引导文法 2. 讲述法 3. 案例教学法 4. 小组讨论法		
工具与媒体		学生已有基础	教师所需要的执教能力	
1. 计算器 2. 财务专用章 3. 小印鉴 4. 多媒体		1. 会计数字的书写能力; 2. 资产评估知识; 3. 审计验资知识; 4. 留存收益计提方法。	所有者权益相关的原始凭证、记账凭证、账簿的填制和登记能力。	

学习情境名称		情景 9. 收入、费用和利润的账务处理	学时数	12
学习目标	知识目标: 掌握费用的概念和期间费用的内容、收入的概念和确认条件及提供劳务收入确认的情况和让渡资产使用权收入的来源, 掌握利润分配的顺序 能力目标: 掌握一般商品销售、提供劳务收入和让渡资产使用权收入的会计核算能力, 握利润形成和利润分配的技能			
学习内容		教学方法和建议		
1. 收入的概念、确认条件、收入的核算。 2. 费用的概念、分类和费用的核算。 3. 利润的形成及分配。		1. 引导文法 2. 讲述法 3. 案例教学法 4. 任务教学法		
工具与媒体		学生已有基础	教师所需要的执教能力	
1. 计算器 2. 财务专用章 3. 小印鉴 4. 多媒体		1. 会计科目的正确使用能力; 2. 成本、费用的计算能力; 3. 利润结转能力; 4. 账务处理能力。	收入、费用及利润相关的原始凭证、记账凭证、账簿的填制和登记能力。	
学习情境名称		情景 10. 财务报告的编制	学时数	12

<b>学习 目 标</b>	知识目标：掌握财务报表的概念、构成，掌握资产负债表、利润表、所有者权益变动表、现金流量表的概念、会计报表附注等的结构格式及编制方法。 能力目标：掌握资产负债表、利润表、所有者权益变动表、现金流量表的编制技能。		
<b>学习内容</b>		<b>教学方法和建议</b>	
1. 财务报表的概念及构成、财务报表列报的基本要求。 2. 资产负债表的内容及结构、填列方法。 3. 利润表的内容及结构、填列方法。 4. 现金流量表的内容及结构、填列方法。		1. 引导文法 2. 角色扮演法 3. 案例教学法 4. 任务教学法	
<b>工具与媒体</b>		<b>学生已有基础</b>	<b>教师所需要的执教能力</b>
1. 计算器 2. 财务专用章 3. 小印鉴 4. 多媒体		1. 会计科目的正确使用能力； 2. 对账簿的理解及分析能力 3. 账务处理能力。	对各类企业的会计报表编制及分析能力。

<b>学习情境名称</b>		情景 11. 会计调整的账务处理	<b>学时数</b>	10
<b>学习 目 标</b>	知识目标：掌握会计政策、会计估计及其变更、前期差错、资产负债表日后事项概念及相关内容，掌握追溯调整法与未来适用法的适用范围。 能力目标：掌握会计政策变更的账务处理，掌握会计估计变更的账务处理技能，掌握前期差错和资产负债表日后调整事项的账务处理技能。			
<b>学习内容</b>		<b>教学方法和建议</b>		
1. 会计政策及会计政策变更的概念、前提和会计处理。 2. 会计估计及会计估计变更的概念、前提和会计处理。 3. 前期差错的概念、形成原因和前期差错更正的会计处理。		1. 引导文法 2. 角色扮演法 3. 案例教学法 4. 任务教学法		
<b>工具与媒体</b>		<b>学生已有基础</b>	<b>教师所需要的执教能力</b>	
1. 计算器 2. 财务专用章 3. 小印鉴 4. 多媒体		1. 国家会计法律法规的理解能力； 2. 基本票据的填写能力； 3. 会计科目的正确使用能力； 4. 账务处理能力。	会计调整相关政策及原始凭证、记账凭证、账簿的填制和登记能力	

## 4. 课程实施

### 4.1 教材选用或编写

1. 推荐教材：张庆考.《新编财务会计》.大连理工大学出版社.2013年.
2. 教材编写体例建议：（1）教学目标，（2）工作任务，（3）实践操作（相关实践知识），（4）问题探究（相关理论知识），（5）知识拓展（选学内容），（6）练习。

## 4.2 教学方法建议

### 1. 任务驱动教学法

以工业企业资金实际运动过程为导向来组织教学，从获取信息→制定步骤→决策→付于行动→检查过程→反思与评估这一完整的思维过程完成整个工作过程，教师只是扮演一个“咨询者”、“协调者”和“观察员”的角色，引导学生行动过程，提供资源、给予建议和记录过程。教师也是根据工作过程给学生提供相应的操作指导，并根据实际工作过程产生的知识需求引入必需、够用的理论知识，教、学、做相结合，有效解决了理论教学的抽象、枯燥，提高了学生的学习兴趣。在讲解会计基本理论的同时，结合案例，注重对学生实践技能的训练，使学生既具备扎实的理论功底，又具有较强的会计操作能力。

### 2. 现场教学法

给予高职会计学生“先期介入式”会计现场教学。把课堂从学校搬到工业企业、商品流通企业、税务局、银行，带领学生真实环境中锻炼、学习与实践，把高等职业技术教育的教和学过程，从传统的、封闭的教育情境中解脱出来，置于全真职业情境的学习环境，理论联系实际地让学生了解工业企业生产经营过程、商品流通企业商品流转过程、财务会计中工作岗位的设置和职责、如何成为称职的会计人员、企业如何建帐、凭证传递过程、如何进行纳税申报、如何与银行打交道等，启发学生对专业理论的认知兴趣，并亲身感受企业管理理念和模式，打破了以往在教室里理论和模拟操作的状况。

### 3. 情境教学法

充分使用虚拟工厂、虚拟实验等现代技术手段，将教学内容以动漫方式展示，提高了学习的趣味性，学习、娱乐相结合，促进教学活动开展，开拓课堂教改新思路，使学生能够尽快适应、了解和掌握将来所从事的会计工作，直至熟悉会计工作的全过程，有效调动学生学习的主动性、积极性，培养学生各方面的能力。

### 4. 角色扮演法

角色体验法是一种不完全局限于课堂教学的全新的教学方法，通过让学生扮演不同的角色来体验、掌握相关的知识和操作方法。形式上是让学生担任财务部门中的某一“职位”，模拟开展一些会计工作，进行实践操作。如在会计凭证传递、日常业务处理流程等教学中让学生扮演业务经办人员、制单会计、审核会计、

出纳、记账会计等角色，通过相互间的业务往来模拟，让学生掌握各会计岗位在实务工作中的分工及衔接，会计部门和相关业务部门的业务关系，以及如何在会计工作中发挥监督职能。角色扮演将枯燥的程序描述转变为生动的课堂游戏，既激发了学生浓厚的兴趣，又让学生通过角色体验加深了对知识的印象，从而锻炼学生的实践能力，提高学生的综合素质，使学生在将来的工作实践中能轻松自如地进入“角色”。

#### 5. 案例教学法

案例教学法，作为应用型学科，只有将理论性和实践性有机结合起来，才能真正学好，案例教学无疑是理论和实践的契合点。本课程案例教学可分为下列三类，教师可依据每一次案例教学的具体目的加以选用。如讲解型案例，将案例教学融入传统的讲授教学法之中的一种方法。教学中使用的案例通常是针对课程知识体系中的重点、难点问题设计的，也称“知识点案例”；又如讨论型案例教学。形式上是以学生课堂讨论为主，案例是学生讨论的主题，学生通过对案例的剖析，提出各自的解决方案，并予以充分讨论。本课程案例内容主要包括：会计诚信案例、票据结算业务案例、存货按实际成本计价核算业务案例、存货按计划成本计价核算业务案例、无形资产核算业务案例、销售商品收入核算业务案例、所得税会计处理案例、利润分配核算业务案例以及综合核算业务报表编制案例等。

#### 6. 引导文教学法

在教学中特别注重贯彻引导文教学原则，引导学生养成勤于思考、独立思考的习惯。引导式教学不是简单的“提问式”、“讨论式”，而是在教学的每一个环节充分展示会计思维过程，这是引导文教学的核心。将设问答疑贯穿于课堂，活跃学生的思维，提高学生学习的主动性。例如，期末损益结转向来是初学者期末处理的一个棘手环节，在讲述此部分内容时，不应简单地教给学生相关的结转分录，而是从收入及费用账户的结构特点入手，引导学生分析期末结转所要达到的数据处理目标，以及为达到这一目标而精心设计的帐户结构、日常资料归类整理方法、期末数据加工思路，学生自己就可以推出结转分录的内容，轻松地逾越这一知识难点。

#### 4.3 教学评价、考核要求

以综合运用能力为考核标准，按照动、静结合，过程重于结果的原则，强化日常考核，改一次考试定终身为分块确定课程成绩，构建考核评价体系。在考核内容上，以基本理论、基本方法、基本技能的综合运用能力为主，在考核方式上，开卷、闭卷相结合，笔试、口试相结合，理论、实务相结合的考试形式。解决了过去学生期末突击、花大量精力死记硬背相关内容，忽视了高职考试重在考察学生的理解、应用及创新能力的特点，提高学生学会运用所学知识分析解决实际问题的能力。

本课程采用过程考核和期末考核相结合的方式评定学生课程学习成绩：

学期教学评价=过程评价 70%+知识评价 30%

过程考核包括素质考核、工单考核和实操考核，占总成绩 70%，期末考核占总成绩 30%。若过程考核成绩不合格者，取消其参加本次期末考试资格。期末考核实行题库抽题考试，严格阅卷规程，实行流水线阅卷。具体考核方式构成见下表。

考核方式	过程考核（项目考核）70%			期末考核 30% （卷面考核）
	素质考核 （根据课程情况调整）	工单考核 （根据课程情况调整）	实操考核 （根据课程情况调整）	
	10 分	20 分	40 分	
考核实施	由指导教师、组长共同根据学生表现集中考核	主讲教师根据学生完成工单情况考核	由主讲教师、实训指导教师对学生进行项目操作考核	教务处组织实施
考核标准	根据学生学习态度、积极性和纪律性等作出评定。	以工单完成情况的规范性、正确性、及时性进行评定	以实作的有关会计凭证、账簿和报表的填制和登记的正确性并结合实训态度进行评定。	在期末以闭卷笔试的方式对学生的知识和技能掌握情况进行评价。

#### 4.4. 课程资源开发与利用

学习资料资源：《新编财务会计》 大连理工大学出版社

《会计综合模拟实训手册》 会计电算化教研室

《初级会计实务》 中国财政经济出版社

信息化教学资源：授课教案、多媒体课件、同步练习、模拟试题、扩充性学习资源等。

## 《办公软件应用技术实训》课程标准



## 一、课程定位：

《办公软件应用技术实训》课程是高职高专院校各专业的必修课程，是普及计算机文化教育的一门公共基础课，是一门实践性和实用性很强的课程。该课程要教会学生具有计算机文化、计算机应用的基础知识，能够熟练使用计算机进行搜集信息，能熟练地进行文件管理、字表处理等，为将来运用计算机从事文字、表格处理和常规的信息检索、办公信息处理奠定基础。该课程涵盖了全国计算机等级考试（一级）、劳动部国家职业技能鉴定中心“职业核心能力培训认证体系”中信息处理能力的内容，并兼顾当前各行业对员工计算机应用基本能力的要求，以及计算机应用领域的前沿知识，属于技能操作类课程。

## 二、工作任务和课程目标

### （一）工作任务及职业能力

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
办公软件应用技术实训	认识微机部件	熟悉计算机主要部件及基本操作。	计算机基础知识
	键盘操作	会快速录入英文。	
	汉字输入	会快速录入汉字。	
	文件资源管理	能够合理地管理磁盘中的文件。	Windows 系统操作
	计算机管理	能操作 Windows 系统管理计算机	
	病毒防治	能进行病毒预防和查杀病毒	
	撰写招聘启事	会建立、保存、录入、编辑文件。	Word 字表处理
	制作电子报刊	能熟练运用排版技术进行图文混排。	
	设计求职简历	能熟练在 Word 中进行表格处理。	
	群发通知	会快速给多个对象群发邮件。	
	编排毕业论文	会进行长文档的编排。	
	制作学生档案管理表	会正确输入和编辑数据	Excel 电子表格制作
	学生成绩处理	会简单分析数据	
	职工业绩统计	会使用电子表格进行数据的统计。	
	职工业绩分析	会对数据进行分析。	
	制作电子贺卡	会制作不同背景和版式的幻灯片。	PowerPoint 演示文稿制作
	制作“我爱我家”展示文稿	会熟练使用模板和母版快速设计演示文稿。	
	认识计算机网络	能认识互联网上计算机的网络连接	Internet 应用
	上网搜索信息	能够快速准确地搜索到有用的信息。	
	收发电子邮件	会收发电子邮件。	

## （二）课程目标

用列表形式分别从知识目标、能力目标和态度目标三方面来描述。

表 1 《办公软件应用技术实训》教学目标

知识目标	能力目标	素质目标
1. 了解计算机的特点、用途及发展趋势，了解计算机系统中硬、软件系统的基本知识和各部分基本功能，了解多媒体相关概念，了解计算机病毒的基本知识。 2. 了解操作系统的作用，理解文件和文件夹的概念。 3. 了解计算机网络的基本概念，了解互联网发展、特点和功能，了解 TCP/IP 协议，了解 IP 和域名的使用。 4. 了解 Word 的特点和功能，理解样式的概念。 5. 理解工作簿、工作表、单元格的概念及其关系。 6. 理解 PowerPoint 演示文稿、幻灯片的常用概念，理解母板的概念。	1. 能快速进行汉字录入 2. 会熟练使用 Windows 操作系统对计算机资源进行管理。 3. 能熟练完成汉字录入、编辑、排版等工作任务。 4. 能熟练制作出工作中需要的电子表格、图表，并进行数据处理和格式设置。 5. 能按工作需要制作出精美的演示文稿。 通过本课程学习，要求能通过全国计算机等级考试的一级考试。	1. 具有吃苦耐劳的精神。 2. 能够与老师和学生建立融洽的关系，做到尊重老师、团结同学。 3. 具有良好的人际沟通能力和团队协作精神。 4. 具有较强的自学和获取新知识及可持续发展的能力。 5. 具有良好的思想品德和敬业的职业道德。

## 三、整体教学设计

用列表形式，明确本课程设计了 6 个学习项目。项目又分解成若干个学习型工作任务。

表 2 《办公软件应用技术实训》整体教学设计

项目编号	项目名称	学习型工作任务	学时
项目一	计算机基础知识	任务 1 认识计算机	2
		任务 2 键盘操作	2
		任务 3 汉字录入	6
项目二	Windows 操作系统	任务 4 文件资源管理	4
		任务 5 计算机管理	4
		任务 6 病毒防治	2
项目三	Word 字表处理	任务 7 制作一份简单通知	2
		任务 8 设计个人求职简历	4
		任务 9 制作电子报刊	4
		任务 10 制作一份试卷	2
		任务 11 群发通知	2
		任务 12 论文排版	6
项目四	Excel 电子表格	任务 13 制作学生档案管理表	4
		任务 14 学生成绩处理	4
		任务 15 职工业绩统计	4
		任务 16 职工业绩分析	4
项目五	PowerPoint 演示文稿制作	任务 17 制作电子贺卡	4
		任务 18 制作“我爱我家乡”展示文稿	6
项目六	互联网应用	任务 19 认识计算机网络	2
		任务 20 上网搜集信息	2
		任务 21 收发电子邮件	2
总计			72

## 四、教学内容与要求

用列表形式以每个学习项目为单元分别来描述。

表 3 项目 1 教学容与要求

学习项目		计算机基础知识	参考学时	10
学习型 工作任务		任务 1 认识计算机		2
		任务 2 键盘操作		2
		任务 3 汉字录入		6
教学目 标	知 识	(1) 了解计算机的发展、特点及用途。 (2) 理解计算机中数据的表示 (3) 了解计算机的硬、软组成及功能		
	能 力	(1) 根据需求选择计算机配置 (2) 快速录入汉字 (3) 使用防病毒软件查杀病毒		
	素 质	(1) 具有吃苦耐劳的精神。 (2) 具有良好的人际沟通能力和团队协作精神。 (3) 具有较强的自学和获取新知识及可持续发展的能力。		
教学内容		(1) 计算机的发展 (2) 数据在计算机中的表示 (3) 计算机硬件组成 (4) 微型计算机的组成 (5) 软件系统 (6) 多媒体简介 (7) 计算机病毒及防治		
教学方法与建议		使用多媒体课件，以形象化的幻灯片组成课堂教学		
技术规范				
考核与评价		根据学生指法指法是否正确及英文、汉字录入速度进行评价		

表 4 项目 2 教学内容与要求

学习项目		Windows 操作系统	参考学时	10
学习型 工作任务		任务 4 文件资源管理		4
		任务 5 计算机管理		4
		任务 6 病毒防治		2
教学目 标	知 识	(1) 了解操作系统基本概念及作用。 (2) 理解文件和文件夹概念。		
	能 力	(1) 使用资源管理器管理文件和文件夹 (2) 根据需要设置计算机硬件环境 (3) 使用 Windows 附件程序制作简单图文版面。		
	素 质	(1) 具有吃苦耐劳的精神。 (2) 具有良好的人际沟通能力和团队协作精神。 (3) 具有较强的自学和获取新知识及可持续发展的能力。		
教学内容		(1) 操作系统简介及界面操作 (2) 文件和文件夹管理 (3) 个性化工作环境设置 (4) 实用程序		

<b>教学方法与建议</b>	以多媒体机房为依托，使用任务驱动进行教学
<b>技术规范</b>	
<b>考核与评价</b>	根据每个任务完成情况进行过程性评价

**表 5 项目 3 教学内容与要求**

学习项目		Word 字表处理	参考学时	20
学习型 工作任务		任务 7 制作一份简单通知		2
		任务 8 设计个人简历		4
		任务 9 制作电子报刊		4
		任务 10 制作一份试卷		2
		任务 11 群发通知		2
		任务 12 论文排版		6
教学目标	知识	(1) 理解 Word 基本功能。 (2) 理解 Word 处理文档的流程 (3) 理解样式的概念		
	能力	(1) 正确快速编辑文档内容 (2) 能根据需要进行文档格式编排 (3) 能制作图文混排版面		
	素质	(1) 具有吃苦耐劳的精神。 (2) 具有良好的人际沟通能力和团队协作精神。 (3) 具有较强的自学和获取新知识及可持续发展的能力。		
教学内容		(1) Word 基本操作 (2) 基本排版技术 (3) 制作表格 (4) 实现图文混排		
教学方法与建议		以多媒体机房为依托，使用任务驱动进行教学		
技术规范				
考核与评价		根据每个任务完成情况进行过程性评价		

**表 6 项目 4 教学内容与要求**

学习项目		Excel 电子表格	参考学时	16
学习型 工作任务		任务 13 制作学生档案管理表		4
		任务 14 学生成绩处理		4
		任务 15 职工业绩统计		4
		任务 16 职工业绩分析		4
教学目标	知识	(1) 理解工作簿、工作表、单元格的概念及其关系 (2) 理解公式和函数的概念 (3) 理解图表的概念		

	能力	(1) 正确进行单元格数据输入和编辑 (2) 熟练对数据进行处理 (3) 根据需求对数据进行合理分析
	素质	(1) 具有吃苦耐劳的精神。 (2) 具有良好的人际沟通能力和团队协作精神。 (3) 具有较强的自学和获取新知识及可持续发展的能力。
教学内容		(1) Excel 基本操作 (2) 格式化工作表 (3) 公式与函数 (4) 图表 (5) 数据库操作
教学方法与建议		以多媒体机房为依托，使用任务驱动进行教学
技术规范		
考核与评价		根据每个任务完成情况进行过程性评价

表 7 项目 5 教学内容与要求

学习项目		PowerPoint 演示文稿制作	参考学时	10
学习型工作任务	任务 17 制作电子贺卡			4
	任务 18 制作“我爱我家乡”展示文稿			6
教学目标	知识	(1) 理解演示文稿和幻灯片的概念 (2) 理解超级链接 (3) 理解母板的概念		
	能力	(1) 熟练对各类幻灯片进行编辑 (2) 根据需求设置幻灯片对象格式 (3) 有效将各幻灯片组织成有机整体，实现方便跳转		
	素质	(1) 具有吃苦耐劳的精神。 (2) 具有良好的人际沟通能力和团队协作精神。 (3) 具有较强的自学和获取新知识及可持续发展的能力。		
教学内容		(1) 制作简单演示文稿 (2) 演示文稿显示视图和修饰外观 (3) 添加各种对象 (4) 放映设置及打包		
教学方法与建议		以多媒体机房为依托，使用任务驱动进行教学		
技术规范				
考核与评价		根据每个任务完成情况进行过程性评价		

表 8 项目 6 教学内容与要求

学习项目		互联网应用	参考学时	12
学习型工作任务	任务 19 认识计算机网络			2
	任务 20 上网搜集信息			4

		任务 21 收发电子邮件	2
教学目标	知识	(1) 了解计算机网络基本知识 (2) 了解互联网基本概念 (3) 了解互联网用途	
	能力	(1) 合理设置网络环境 (2) 能使用互联网搜索信息 (3) 能使用互联网收发电子邮件	
	素质	(1) 具有吃苦耐劳的精神。 (2) 具有良好的人际沟通能力和团队协作精神。 (3) 具有较强的自学和获取新知识及可持续发展的能力。	
教学内容		(1) 计算机网络基本概念 (2) 因特网基础 (3) 简单互网应用	
教学方法与建议		相关理论使用多媒体课件形象教学； 互联网操作以多媒体机房为依托，使用任务驱动进行教学	
技术规范			
考核与评价		根据每个任务完成情况进行过程性评价	

## 五、考核与评价

以培养学生计算机能力作为指导思想，本课程考核与评价从两个方面进行考核，汇总得出课程整体成绩（满分 100 分）。

表 9 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		0.5	
职业技能认证		0.5	

### （一）课程考核

1. 课程考核过程时，按照每个学习项目分别考核，课程考核成绩是每个学习项目考核成绩的累计。

2. 本课程中，每个学习项目均根据提交的成果、作业、平常表现及小组互评结果评定成绩。考核方式可采用计算机实操。

表 10 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	知识	100	30%	100	10	100
	能力	100	50%			
	素质	100	20%			
项目二	知识	100	30%	100	15	

	能力	100	50%			
	素质	100	20%			
项目三	知识	100	20%	100	25	
	能力	100	60%			
	素质	100	20%			
项目四	知识	100	20%	100	25	
	能力	100	60%			
	素质	100	20%			
项目五	知识	100	20%	100	20	
	能力	100	60%			
	素质	100	20%			
项目六	知识	100	30%	100	5	
	能力	100	50%			
	素质	100	20%			

## （二）职业技能认证

经过学习后，组织学生参加全国计算机等级考试（一级），以获得证书的成绩作为职业技能认证成绩。

## 六、参考文献与规范

介绍本课程采用的职业规范、标准、教学参考书、相关网站、学术杂志等。

- （1）《全国计算机等级考试一级教程》
- （2）《计算机应用技术》范敏等编，电子科技大学出版社
- （3）《办公软件应用技术实训》高等教育出版社 孔令德 编著
- （4）《办公软件应用技术实训》高等教育出版社 武马群主编
- （5）《办公软件应用技术实训综合技能训练》高等教育出版社 武马群主编
- （6）《办公软件应用技术实训》高等教育出版社 宋清龙 编著
- （7）远望资讯网（<http://www.cniti.com>）
- （8）计算机学报网（<http://cjc.ict.ac.cn/>）
- （9）互联网世界（<http://www.ciworld.com.cn>）
- （10）《计算机应用》杂志 中国科学院成都计算机应用研究所主办
- （11）《电脑爱好者》杂志 中国科学院计算机技术研究所主办
- （12）《计算机学报》杂志 中国科学院计算技术研究所主办
- （13）《计算机科学》杂志 国家科技部西南信息中心主办
- （14）《电脑报》成都电脑报社
- （15）《中国电脑教育报》中国电子信息产业发展研究院主办
- （16）《中国计算机报》中国计算机学会主办

# 《现代摄影与后期制作》课程标准

## 一、课程概述

### （一）制定依据

本标准依据《艺术设计专业（新媒体策划与设计方向）人才培养方案》中的人才培养规格要求和对《现代摄影与后期制作》课程教学目标要求而制定。用于指导其课程教学与课程建设。

### （二）课程的性质与地位

本课程是高等职业技术学院艺术设计专业的专业技术课程。本课程的任务是使学生通过通过本课程的学习使学生掌握使用摄影机、摄像机，实现拍摄照片、影片，毕业后可从事摄影摄像制作、企事业单位的宣传部门从事策划师、编辑师等多个工作岗位等工作。

序号	后续课程名称	需要本课程支撑的主要能力
1	影视特效制作	需要本课程提供的设计与制作的流程与方法方面做支撑。
2	非线性编辑	需要本课程提供的设计与制作的流程与方法方面做支撑。
3	栏目包装实训	需要本课程提供的设计与制作的流程与方法方面做支撑。
4	新媒体策划与创意	需要本课程提供的设计与制作的流程与方法方面做支撑。
5	数字互动媒体项目实训	需要本本课程提供设计技术基础方面的能力。

### （三）课程设计思路

《现代摄影与后期制作》是一门理论与实践相结合的专业核心课程，兼顾技术与艺术的课程，目的是使学生了解和掌握影视的理论与实践知识的基础，掌握摄影摄像这一重要环节中的取景、透视、色彩、灯光运用方式的技术原理、艺术原则及实际操作的方法与技巧，并能够利用摄影摄像拍摄各种人物照片、场景、视频等；目标在于培养学生具备从事专业影视拍摄、照片拍摄、场景灯光等方面工作的基本职业能力。

### （四）课程内容选取的依据

一是以就业为导向，瞄准影视后期制作人才市场需；二是为“影视特效制作”等后续职业能力课奠定理论基础；三是按照项目选取课程内容和组织教学，



不求学科体系的完整，强调课程内容的应用性和需求性。将课程划分为六个学习情境。把影视后期中精彩的场景、广告公司的视频广告作为课堂教学项目引入课程，加强岗位综合技能和技巧的训练，使学生能够操作熟练、举一反三。

### **1. 学习情境中的知识点与现实密切相关**

学习情境中的知识点必须与学生现实生活密切相关，以激发他们的学习兴趣。

### **2. 学习领域课程设计基于认知规律，从简单到复杂**

学习型的知识点，基于认知规律，从简单到复杂。学习任务在包含前一个任务的基础上增加知识点，难度层层推进，有序实现教学目标。

### **3. 注重学生的可持续发展能力**

### **4. 课程结构是静态的，教学载体是动态的、开放的**

在确定课程内容时，各个载体包含的知识点是静态的，老师或学校可根据自己的情况选择合适的载体。

## **二、课程目标**

### **（一）总目标**

能够利用摄影摄像提供的拍摄技术对人物或风景进行拍摄处理，制作静态拍摄、动态拍摄等有动感的适合在光盘/网络传播、展示的各类图片和视频作品。

### **（二）分目标**

#### **1. 知识目标**

- （1）了解摄影摄像的概念、特点、发展历程及一般工作流程；
- （2）了解摄像机的用途、特点及安装要求；
- （3）了解摄像机的常用术语；
- （4）了解摄像机的艺术指导原则；
- （5）了解摄影机中可以编辑的素材格式及特点；
- （6）掌握材质贴图的方法；
- （7）掌握摄影机的工作界面、菜单、工具面板以及各种控制面板的布局方式和使用方法；
- （8）掌握在电脑中导入拍摄素材的方法；
- （9）掌握摄影摄像机的基本使用方法；

## 2. 学生专业能力目标

- (1) 领会客户意图，拍摄照片、视频；
- (2) 熟练进行素材采集，并对素材进行处理；
- (3) 根据作品的使用要求图片处理；
- (5) 能够根据要求制作出用户满意的各类作品。

## 3. 方法能力和社会能力目标

- (1) 热爱影视后期制作艺术，对待工作精益求精，具有吃苦耐劳的精神；
- (2) 具有较好的团队合作精神，严于律己，宽以待人，善于交流沟通；
- (3) 自学能力强，紧跟技术发展的最新动态，对工作中遇到的挫折和困难不畏惧，能够主动寻求解决总是的方法；
- (4) 社会责任心和环境保护；
- (5) 语言及文字表达能力；
- (6) 具有决策能力和执行能力；
- (7) 利用网络、文献等获取信息的能力；
- (8) 自我控制与管理能力；
- (9) 制定工作计划的能力；
- (10) 评估工作结果（自我、他人）的能力。

## 三、课程教学内容与学时安排

序号	工作任务	知识点	技能要求	学时
1	1、摄影摄像前景展望 2、摄影摄像入门	1、传统摄影与数码摄影 2、摄像与摄影区别 3、传统摄像与数码摄像 4、DV 带存储、DVD 存储、闪存卡存储、微型硬盘存储	掌握摄影摄像中的一些理论概念	8
2	摄影摄像基本操作	1、DC、DV 取景系统、控制系统、成像系统； 2、DC、DV 的性能、功能； 3、DC、DV 与计算机的数据传送的方法	掌握 DC、DV 的基本结构；掌握光圈、快门速度、分辨率、感光度、白平衡等基本参数的设置操作；掌握变焦的基本操作；掌握将 DC、DV 中的照片和视频传送的计算机中的方法。	4
3	器材的使用	1、存储器、镜头、镜头附加镜 2、闪光灯、三脚架、遮光罩、读卡器和数码伴侣、电池	掌握照相机各种存储设备、闪光灯、可更换镜头、各种附加镜、读卡器、数码伴侣等配件的使用方法。	4
4	影像曝光	1、曝光、曝光量 2、正确曝光、等量曝光、选择曝光； 3、快速度、小光圈、慢速度、大光圈； 4、自动曝光和曝光补偿；	掌握各种环境下的曝光估计和曝光的基本方法。掌握利用照相机自带测光系统进行测光的方法。掌握曝光补偿的操作方法。掌握摄影和摄像各种曝光模式的设定和使用方法。	4

5	影像曝光	1、摄影摄像光源种类； 2、光的特性； 3、影调和质感； 4、影调的控制和处理手段。	掌握各种光线环境下用光的基本方法。能够正确运用影调，能够通过用光表现被摄物的 质感。	8
6	取景构图	1、拍摄角度 2、环境和透视 3、摄影构图法则	掌握如何根据具体的拍摄对象选择拍摄角度和拍摄方位。掌握根据横竖画面确定的三个原则进行画面的取舍。掌握前景和背景的作用和透视的特点。掌握如何运用多样和统一、什么是 什么照应、均衡和对比的构图法则进行构图。	4
7	摄影摄像艺术作品	1、静态构图与动态构图的区别； 2、动态构图的拍摄手法； 摄像构图的原则； 3、照相机的平衡方法、	掌握如何对静态物体和动物体进行拍摄；掌握动态构图的各种拍摄方法；掌握根据具体拍摄对象综合运用各种拍摄方法，全方位地表现主体；掌握多主体画面的构图原则，进而拍摄出比较满意的视频。	4
8	摄影摄像实践	1、风光拍摄的取景和构图技巧； 2、风光拍摄的用光； 3、特殊天气的拍摄时机和拍摄技巧； 4、夜景拍摄的技巧； 5、人物拍摄的手法； 6、体育摄影拍“静”的快门速度和拍“动”的快门速度，以及拍“动”的方法； 7、体育摄像中摄像机的高速快门设置	掌握风光、夜景、花卉、人物、旅游、体育等各种专题拍摄的特点，掌握它们的构图、用光和拍摄技巧，拍摄出满意的摄影摄像作品。	4
9	综合应用	1、滤镜抠图 2、橡皮擦抠图 3、图像特技 4、镜头组接 5、视频捕获 6、视频剪切 7、视频合成	使用 Photoshop 图像编辑软件进行抠图和图像特技处理的方法。熟练掌握利用 premiere 软件创建影片的方法。	8
合计				48

## 四、教学实施

### （一）师资要求

#### 1. 从事本课程教学的专任教师，应具备以下相关知识、能力和资质：

- 1）具备艺术设计类专业大学本科以上学历（含本科），并接受过职业教育教学方法论的培训，具备高校教师资格。
- 2）从事实践教学的主讲教师要具备在影视企业实际参与开发产品的经历。
- 3）具备图片处理软件和视频后期处理制作与脚本写作能力方面的相关知识。
- 4）具备教学组织、管理及协调能力。

#### 2. 从事本课程教学的兼职教师，应具备以下资质：

- 1）应具有一定的普通话基础，并掌握一定的教学、教育相关知识，在进行示范性教学时，能充分表达所教学的内容。
- 2）在影视企业从事 3 年以上产品开发与设计的实践工作。

### （二）教材及参考资料

教材的编写要体现课程的性质、价值、基本理念、课程目标以及内容标准。

1. 打破传统的学科教材模式，以本课程标准为依据进行教材编写。

2. 校企联合编写教材，教材编写以校企合作、理实一体化培养高技能人才的要求为目标，注重能力本位的原则，力求突出“理论够用、重在实操”和“简单明了、方便实用”的特色，内容应具有较强的应用性和针对性，编写的目的主要是为了培养具有良好职业道德、具有一定理论知识、具有较强操作和实践能力、具有可持续发展能力的、为用人影视企业所欢迎的高技能非线性编辑人才。

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

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

5. 建议为教材配置专门的多媒体光盘，以满足教学的需要和学生的自学。

序号	教材名称	主编	出版社
1	摄影摄像	刘宏江	上海交通大学出版社
参考资料			
1	1. 摄影技术教程	徐国兴	中国人民大学出版社
2	2. 摄影技艺教程	颜志刚	复旦大学出版社

#### （四）教学方法

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

#### （五）教学评价

为适应我院确立的培养创新性专业人才的目标需要，通过教学，使学生明白作为一名影视后期制作员应该具备的基本文化知识和素养，全面系统地了解 and 掌握视频非线性的一般概念、视频编辑的基本方法和高级应用和视频输出和压缩等

方面的知识，为日后从事广告与影视后期制作工作打下扎实的专业基础。在教学过程中，要非常重视理论与实践的结合，注重培养学生运用相关的非线性编辑技术知识，理论联系实际，灵活地把知识运用到实地的视频制作与处理过程中去。

考核方式：综合考核=形成性评价×20%+项目评价×50%+综合评价×30%

### 5.1 形成性评价（20%）

主要包括：课堂到课、参与课堂教学情况（包括现场演示、课堂发言等）。

项 目	评 分 标 准	分 数	说 明
考勤	旷课一次扣 2 分，无故迟到一次扣 1 分，直到全部扣完。	10 分	考勤计入个人成绩。
提问	优(8~10 分)：主动起来回答且回答正确。 良(5~8 分)：主动起来回答且回答一般，被点名起来回答且回答正确。 中下(0~5 分)：被点名起来回答且回答一般或不正确。	10 分	提问成绩计入整个小组成员的成绩。

### 5.2 项目评价（50%）

#### 学习情境 1——摄影摄像基本操作

序号	考核内容	考核标准	得分
1	摄影摄像基本操作	DC、DV 取景系统、控制系统、成像系统；	3
2	基本操作	DC、DV 的性能、功能；	4
3	导入素材	DC、DV 与计算机的数据传送的方法	3
合计			10

#### 学习情境 2——摄影摄像器材

序号	考核内容	考核标准	得分
1	器材的使用	存储器、镜头、镜头附加镜	5
2	器材使用	闪光灯、三脚架、遮光罩、读卡器和数码伴侣、电池	5
合计			10

#### 学习情境 3——影像曝光

序号	考核内容	考核标准	得分
1	正确曝光	曝光、曝光量	3
2	曝光模式的选择	正确曝光、等量曝光、选择曝光；	3
3	影像曝光	快速度、小光圈、慢速度、大光圈； 自动曝光和曝光补偿；	4
合计			10

#### 学习情境 4——取景构图

序号	考核内容	考核标准	得分
1	画面的景别	拍摄角度	2
2	拍摄的角度和方向	环境和透视	3
3	画面的构图	摄影构图法则	4
4	取景构图	前景和背景的作用和透视的特点。	1
合计			10

### （六）课程资源开发与利用

根据课程目标、学生实际以及本课程的理论性和实践等特点，本课程的教学应该建设由文字教材、多媒体课件等多种媒体教学资源为一体的配套教材，全套教材各司其职，以文字教材为中心，多媒体教学课件为副，共同完成教学任务，达成教学目标。

1. 常用课程资源的开发和利用幻灯片、投影仪、电子教案等，充分利用这些资源创设形象生动的工作情境，激发学生的学习，促进学生对知识的理解和掌握。建议加强常用课程资源的开发，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，以提高资源利用效率。

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

# 《数据分析》课程标准

## 1 课程定位

《数据分析》课程是电子商务的一门专业课程，电子商务是目前各类企业重点发展的方向，如何在众多的电子商务网站中脱颖而出，就要通过数据分析对电商大环境及客户的各种行为进行分析，因此该门课程是一门专业性、综合性、实践性很强的职业岗位能力课程。

通过本课程的学习，培养学生了解数据的来源，理解业务中产生的数据，掌握多种数据分析工具，掌握挖掘数据的方法，掌握对收集来的数据进行整理，统计和分析的方法，培养学生运用所学的理论知识解决实际问题的能力，同时课程的学习将为学生在顶岗实习及毕业后能胜任岗位工作奠定基础。

## 2 工作任务和课程目标

### 2.1 工作任务及职业能力

工作任务及职业能力见表 1-1。

### 2.2 课程目标

根据《数据分析》课程所面对的工作任务和职业能力要求，本课程的教学目标为：

通过学习应用淘宝的常用数据分析工具对网店的运营情况进行多方位的分析问题、发现问题，以提高流量和转化率为目标制定网店的运营策略。培养学生严谨的工作作风，提高学生的职业素质，具体如下：

#### （1）知识目标

- 1) 经营现状分析；
- 2) 订单分析；
- 3) 商品分析；
- 4) 营销推广分析；
- 5) 客户关系分析；
- 6) 供应链分析。

表 1-1 工作任务与职业能力分析表

工作领域	职业能力	学习项目
数据分析师	熟悉生意参谋及数据魔方工具，掌握经营现状，发现问题，制定网店的运营策略。	经营现状分析
	熟练应用生意参谋及数据魔方工具，进行订单分析。	订单分析
	结合学生自己的应用生意参谋及数据魔方进行商品分析，提高网店的流量和转化率。	商品分析
	熟悉淘宝营销推广方案的特点，结合自己的情况选择多种推广方法进行有效的营销。	营销推广分析
	应用生意参谋及数据魔方相关模块对客户进行分析，改进客户价值、满意度、盈利能力以及客户的忠诚度，从而保持和获得竞争优势，留住和吸引更多的客户，实现利润的最大化。	客户关系分析
	掌握分析供应链方法，学会画企业供应链价值流程图，分析各个环节的效率，找出不规范的地方，并加以改进，固化流程，检查改进效果。	供应链分析

## （2）技能目标

1) 掌握利用生意参谋及数据魔方对网店进行经营现状分析。熟练对网店流量统计、销量统计、店铺装修效果进行分析并解决存在的问题；

2) 掌握利用生意参谋及数据魔方对网店的订单进行分析。熟悉订单来源、导购转化进行分析；

3) 掌握利用生意参谋及数据魔方对网店的商品进行分析。熟悉宝贝定价 选品分析、关联分析、单品流量分析、站内单品流量分析、宝贝详情描述效果分析、宝贝全分析；

4) 掌握利用生意参谋及数据魔方对网店营销推广分析进行分析。熟悉店内营销分析、直通车效果分析、硬广效果分析、钻展效果分析、淘客分析、站内大型活动、站内其他营销渠道效果分析、站外广告、站外搜索 SEO；

5) 掌握利用生意参谋及数据魔方对网店的客户关系分析。熟悉客户调研 、买家行为、买家特征分析、评价分析、聊天分析、买家智能接待定位、老客户分析；

6) 掌握网店的供应链分析进行分析。熟悉供应商分析 分销商分析 物流分析；（3）（3）态度目标

1) 能树立正确的从业心态，具有良好的职业道德；

2) 能树立良好的团队精神和协作精神，与小组成员友好合作；

3) 能按时出勤，认真听课，积极发言；



4) 能认真做好课前准备,认真按时完成实训任务;

5) 实训报告整洁,字迹工整,有独特见解。

### 3 教学组织

根据本课程的工作任务与职业能力分析,本课程设计了6个学习项目,其包含31个学习型工作任务,具体见表1-2。

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	经营现状分析	网店流量统计	1	4
		销量统计	1	
		店铺装修效果	2	
项目二	订单分析	订单来源	2	4
		导购转化	2	
项目三	商品分析	宝贝定价	1	12
		选品分析	1	
		关联分析	2	
		单品流量分析	2	
		站内单品流量分析	2	
		宝贝详情描述效果分析	2	
		宝贝全分析	2	
项目四	营销推广分析	店内营销分析	1	12
		直通车效果分析	1	
		硬广效果分析	1	
		钻展效果分析	1	
		淘客分析	1	
		站内大型活动	2	
		站内其他营销渠道效果分析	2	
		站外广告	1	
		站外搜索 SEO	2	
项目五	客户关系分析	客户关系分析	2	14
		买家行为	2	
		买家特征分析	2	
		评价分析	2	
		聊天分析	2	
		买家智能接待定位	2	
		老客户分析	2	
项目六	供应链分析	供应商分析	2	6

		分销商分析	2	
		物流分析	2	

#### 4 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 1-7。

表 1-3 项目一 教学内容与能力要求表

项目一：经营现状分析		参考学时：4 学时
项目的任务：掌握经营现状分析能力		
教 学 目 标	知识目标：经营现状分析工具的使用	
	技能目标：熟悉生意参谋及数据魔方工具，掌握经营现状，发现问题，制定网店的运营策略。	
	态度目标：(1) 刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 (2) 良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： (1) 网店流量统计； (2) 销量统计； (3) 店铺装修效果。		
训练项目：		
媒介： 教学课件、生意参谋、数据魔方、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备经营现状分析的能力。		

表 1-4 项目二 教学内容与能力要求表

项目二：订单分析		参考学时：4 学时
项目的任务：熟悉如何通过分析工具进行订单分析		
教 学 目 标	知识目标：订单分析工具的使用	
	技能目标：熟练应用生意参谋及数据魔方工具，进行订单分析。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： (1) 订单来源； (2) 导购转化；		
训练项目：		
媒介： 教学课件、生意参谋、数据魔方、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备订单分析的能力。		

表 1-5 项目三 教学内容与能力要求表

项目三：商品分析		参考学时：12 学时
项目的任务：培养学生对其网店所售商品进行分析的能力		
教 学 目 标	知识目标：如何提取生意参谋及数据魔方的商品分析数据及提取数据的作用	
	技能目标：结合学生自己的生意参谋及数据魔方进行商品分析，提高网店的流量和转化率。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）宝贝定价； （2）选品分析； （3）关联分析； （4）单品流量分析； （5）站内单品流量分析； （6）宝贝详情描述效果分析； （7）宝贝全分析。		
训练项目： 通过学生自己网店的生意参谋及数据魔方提取的商品分析数据，提高流量及转化率		
媒介： 教学课件、生意参谋、数据魔方、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备商品分析的能力。		

表 1-6 项目四 教学内容与能力要求表

项目四：营销推广分析		参考学时：12 学时
项目的任务：学会如何进行有效的营销推广		
教 学 目 标	知识目标：各类营销推广的方式及根据自身网店数据分析结果对营销推广方式的选择。	
	技能目标：熟悉淘宝营销推广方案的特点，结合自己的情况选择多种推广方法进行有效的营销。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： (1) 店内营销分析； (2) 直通车效果分析； (3) 硬广效果分析； (4) 钻展效果分析； (5) 淘客分析； (6) 站内大型活动； (7) 站内其他营销渠道效果分析； (8) 站外广告； (9) 站外搜索 SEO。		
训练项目： 营销推广方案的选择及有效性分析。		
媒介： 教学课件、生意参谋、数据魔方、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
教师需要的能力： 具备营销推广分析的能力。		

表 1-6 项目五 教学内容与能力要求表

项目五：客户关系分析		参考学时：14 学时
项目的任务：培养学生的客户关系分析能力		
教 学 目 标	知识目标：如何进行客户关系、买家行为特征、评价、聊天等分析	
	技能目标：应用生意参谋及数据魔方相关模块对客户进行分析，改进客户价值、满意度、盈利能力以及客户的忠诚度,从而保持和获得竞争优势,留住和吸引更多的客户,实现利润的最大化。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： (1) 客户关系分析； (2) 买家行为； (3) 买家特征分析； (4) 评价分析； (5) 聊天分析； (6) 买家只能接待定位 (7) 老客户分析。		
训练项目： 通过数据分析改进客户价值满意度，实现短期内客户数增长及老客户回头率上升。		
媒介： 教学课件、生意参谋、数据魔方、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
教师需要的能力： 具备客户关系分析的能力。		

表 1-7 项目六 教学内容与能力要求表

项目六：供应链分析		参考学时：6 学时
项目的任务：培养学生供应链分析能力		
教 学 目 标	知识目标：掌握分析供应链方法，学会画企业供应链价值流程图。	
	技能目标：掌握分析供应链方法，学会画企业供应链价值流程图，分析各个环节的效率，找出不规范的地方，并加以改进，固化流程，检查改进效果。	
	态度目标：(1) 刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2) 良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）供应商分析； （2）分销商分析； （3）物流分析；		
训练项目： 企业供应链价值流程图制作。		
媒介： 教学课件、生意参谋、数据魔方、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
教师需要的能力： 具备供应链分析的能力。		

## 5 教学方法与手段

(1) 本项目着重加强对学生专业技术应用能力、创新发展能力的培养，强调以实战能力为主，通过“创业课程—创业辅导—真实创业实践”模式，为学生提供一个创业平台。突出了高职教育“做中学，学中做”的本质要求和创业教育“创中学、学中创”的内在要求。

(2) 应用教学课件、实例引入，项目导向、任务驱动、案例分析进行教学。

(3) 围绕“校企合作、工学结合”的人才培养模式，建设并利用好校内外实习实训基地。



(4) 应用淘宝大学《数据分析》相关精品课程进行搜课。

## 6 考核与评价

成绩主要由平时过程考核（50%）、阶段考核（20%），期末考核（30%）三部分组成。

为促进教学改革，及时了解教学效果并进行改进，建立多途径、多级别的反馈系统。

(1) 不同对象：学生直接反馈、小组反馈、班级反馈，强调学生直接反馈。

(2) 不同途径：对话、问卷、网络媒体等。

## 7 说明与建议

### 7.1 课程标准的设计思路

《数据分析》是高职高专电子商务专业毕业后从事网店经营必须掌握的技能。因此，本课程在电子商务专业处于非常重要的地位，是专业技能核心课程和必修课程。

本课程立足于职业能力的培养，打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以预期的职业能力为中心组织课程内容和课程教学，让学生在实战过程中来发展职业能力。经过教师与行业、企业专家深入、细致、系统的分析，本课程最终确定了6个教学项目。这些项目循序渐进的对学生进行职业能力的培养，其理论知识的选取紧紧围绕培养相应的职业能力的需求来进行，并融合了相关职业资格证书对知识、技能和素质的要求。通过课程内容的学习及实战训练和证书考试，以工作任务为中心，将不同类型的知识综合起来，实现理论与实践的一体化，有利于培养学生的综合应用技能，以便有效地完成网店运营岗位上相应的工作任务。

按照情境学习理论的观点，只有在实战中学生才可能获得真正的职业能力，并获得理论认知水平的发展，因此本课程围绕学生自身的淘宝店铺，通过生意参谋及数据魔方等分析软件的实际应用，以拟定的实操项目为任务，进行技能训练。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，重点评价学生的工作态度和技能水平。

## 7.2 关于教材

教材应依据本课程标准来选取，教材应充分体现以培养预期的职业能力为中心组织课程内容和设计课程教学。

教学资源要丰富，只有在教学中充分利用现代化教学手段和资源，才能在有限的学时内实现课程目标。

推荐教材：

（1）《数据化营销》. 电子工业出版社. 2012. 01

（2）《数据化管理》. 电子工业出版社. 2014. 07

（3）《网站分析实战（如何以数据驱动决策提升网站价值）》. 吴彦平，吴盛峰主编. 电子工业出版社. 2013. 01

# 《直播与视频编辑》课程标准

## 一、课程基本情况

课程编号		开课系别	信息工程系	授课学期	4
课程名称	《premiere pro cs3》	授课层次	专科	课程性质	专业必修课
课程类别	专业技能	考核方式	考试	课程学分	4
总学时	70	理论学时	38	实验学时	32
前导课程	计算机应用基础, Photoshop 等				
后续课程	After effects				
适用专业	电脑艺术设计, 计算机应用				

注：课程类别：公共基础 专业基础 专业技能 专业拓展 素质养成

## 二、课程定位

《Premiere Pro CS3 中文版影视制作》是一本关于如何使用 Premiere Pro CS3 进行视频处理和各种节目制作的教材。《Premiere Pro CS3 中文版影视制作》的特点是以软件自身体系为线索，将实际工作中的设计项目作为案例，循序渐进地讲解 Premiere Pro CS3 的使用方法和技巧，内容涉及编辑合成、字幕制作、片头制作、电子相册及专题片制作等方面。

《Premiere Pro CS3 中文版影视制作》既可作为高职高专计算机影视类、计算机多媒体及相关专业的影视制作课程教材，也可供从事影视制作及相关工作的技术人员参考。

通过学习 premiere pro cs3 学生应具备制作简单音视频的基本方法与能力，包括音频剪辑、视频剪辑，音频转场，视频转场，音频特效，视频特效等。学习完成之后可完成电影电视节目剪切与编辑，亦可在影视广告公司从事广告设计。

## 三、课程设计思路（以能力目标指导下，基于职业教育的校企合作、工

学结合、基于生产过程等课程标准整体设计思路，以及课程框架结构、学分和学时分配）

## 四、课程目标

- （一）知识目标
- （二）职业技能目标
- （三）职业素质养成目标（或态度目标）
- （四）职业技能证书考核要求（有证的）

## 五、教学的组织（教学内容与学时分配）

影视制作课程教学强调理论与实践并重，既要培养学生的理论思考能力，又要培养学生的实际动手能力。根据生产一线对影视制作专业应用型高技能岗位人才的基本技能和知识能力的要求，结合职业岗位群的特征，将传统的以知识为主线构建的学科型课程模式，转变为以能力为主线、以任务引领知识、以生产过程组织教学的职业课程模式。按工作过程组织教学，将工作任务设计成“学习项目”，采用项目化教学，按项目的不同采用任务驱动、项目导向等教学模式。

教学组织表

学习项目 序号	项目名称	学习型工作任务	学时
1	教学项目 1 Premiere Pro CS3 概述	任务 1-1 Premiere Pro CS3 的新功能	4
		任务 1-2 安装 Adobe Production Studio 及 Premiere Pro CS3	
		任务 1-3 工作空间	
		任务 1-4 基本工作流程	
2	教学项目 2 素材的采集、导入与管理	任务 2-1 项目概述	4
		任务 2-2 视频采集与录音	
		任务 2-3 导入素材	
		任务 2-4 管理素材	
3	教学项目 3 创建与编辑	任务 3-1 使用监视器窗口	8
		任务 3-2 使用时间线窗口	
		任务 3-3 轨道控制编辑片段	
		任务 3-4 编辑片段	
		任务 3-5 在时间线中编辑素材	
		任务 3-6 高级编辑技巧	
		任务 3-7 实例 分屏效果的制作	
4	教学项目 4 使用转场	任务 4-1 镜头的切换与转场概述	4
		任务 4-2 添加转场的基本流程及方法	
		任务 4-3 默认转场	
		任务 4-4 转场控制	
		任务 4-5 转场分类讲解	
		任务 4-6 使用转场实例	
5	教学项目 5 创建字幕	任务 5-1 创建字幕的基本流程	4
		任务 5-2 编辑字幕的方法	
		任务 5-3 字幕创建实例	
6	教学项目 6	任务 6-1 关键帧动画	4

	动画与效果	任务 6-2 效果分类讲解	
		任务 6-3 色彩校正	
7	教学项目 7 视频合成	任务 3-1 合成概述	6
		任务 3-2 使用抠像	
		任务 3-3 使用蒙版	
8	教学项目 8 音频混合	任务 4-1 音频混合	4
		任务 4-2 音频处理转换	
9	教学项目 9 影片输出	任务 3-1 影片输出	4
		任务 3-2 使用 Adobe media endcoder	
		任务 3-3 婚恋片头	
10	教学项目 10 综合实例	任务 4-1 海底世界实例	4
		任务 4-2 旅游记录	

## 六、教学内容与能力要求

该课程依据 premiere pro cs3 课程的工作任务和作用流程组织学习项目，学习项目的组织与划分与学习型工作任务一致，根据学习项目组织课程教学。学习项目内容与教学要求：

### （一）项目一名称

#### 项目一：Premiere Pro CS3 概述

教学项目 1：Premiere Pro CS3 概述	总学时：4
总体描述： 本教学项目总学时 4，由 4 个学习任务组成。通过本项目的教学，学生应具备的什么能力	
学习任务 1-1：新功能	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1、了解 Premiere Pro CS3 的新功能 二、教学内容 1、时间重置 2、素材替换 3、on location 捕捉工具	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 软件的准备 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 1-2：cs3 的安装	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 安装 Adobe Production Studio 及 Premiere Pro CS3 二、教学内容 1、Premiere pro cs3 的系统需求 2、安装 3、激活与注册	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 软件的准备 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 1-3：工作空间	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1、了解 premiere pro cs3 的工作空间 二、教学内容 1、premiere pro cs3 鸟瞰 2、自定义工作空间 3、预置工作空间与管理工作空间	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 软件的准备 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 1-4：基本工作流程	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1、掌握 premiere pro cs3 的基本工作流程 二、教学内容 1、新建或打开项目 2、采集或导入素材 3、整合并剪辑素材 4、添加字幕与转场	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 软件的准备 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课

## （二）项目二名称：素材的采集、导入与管理

## （三）项目三名称：创建与编辑

教学项目 2：素材的采集、导入与管理	总学时：4
<b>总体描述：</b> 本教学项目总学时 4，由 4 个学习任务组成。通过本项目的教学，学生应具备的什么能力	
学习任务 2-1：项目概述	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1、掌握创建与使用项目 2、项目设置 二、教学内容 1、“新建项目”或“打开项目”按钮可以分别进行新建或打开项目 2、在新建一个项目之前，必须进行项目的相关设置。	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 视频素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
二、学习任务 2-2：视频采集与录音	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1、掌握手动采集的基本方法 2、自动采集的基本方法 3、批量采集 4、使用离线文件 二、教学内容 1、项目建立后，需要将拍摄的影片素材采集到计算机中进行编辑。 2、利用 Premiere Pro CS3 内置的设备控制功能进行自动采集。 3、使用批量采集的方式	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） DV 机或摄像机 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 2-3：导入素材	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1、掌握素材的导入 二、教学内容 1、Premiere Pro CS3 支持导入的文件格式 2、导入音频 3、导入静止图片 4、导入分层的 Photoshop 和 Illustrator 文件	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 2-4：管理素材	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1、掌握素材的管理方式 二、教学内容 1、自定义项目窗口 2、管理素材的基本方法 3、分析并定义影片 4、设定故事板	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
教学项目 3：创建与编辑	总学时：4
<b>总体描述：</b> 本教学项目总学时 8，由 7 个学习任务组成。通过本项目的教学，学生应具备的什么能力	
学习任务 3-1：使用时间线窗口	学时：0.5
教学目标（知识、技能） 1、掌握监视器窗口 二、教学内容 1、素材源窗口与节目窗口概览 2、监视器窗口的时间控制 3、在监视器窗口中显示安全区域 4、选择显示模式	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 视频素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 3-2：时间线窗口	学时：0.5
一、教学目标（知识、技能） 1. 掌握时间线窗口 二、教学内容 1、时间线窗口基本控制	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 素材 2. 教学方法 操作演示

	3. 教学组织 班级授课
学习任务 3-3: 轨道控制	学时: 0.5
一、教学目标 (知识、技能) 1、轨道的基本管理方法 2、设置轨道的显示风格 二、教学内容 1、隐藏与锁定轨道 2、素材片段被添加到时间线窗口中的轨道上。 3、以不同的方式显示每条轨道及其中的每个素材片段。	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 3-4: 编辑片段	学时: 0.5
一、教学目标 (知识、技能) 1、在素材源监视器中剪辑素材 2、插入编辑和叠加编辑 二、教学内容 1、设置素材源和目标轨道 2、手动拖曳添加素材片段 3、三点编辑和四点编辑	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 3-5: 在时间线中编辑素材	学时: 0.5
一、教学目标 (知识、技能) 1、选择素材片段 2、在时间线窗口中编辑素材片段 二、教学内容 1、素材片段的分割与伸展 2、素材片段的链接与编组 3、波纹编辑与旋转编辑	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 3-6: 高级编辑技巧	学时: 0.5
一、教学目标 (知识、技能) 1、使用标记 2、序列嵌套 二、教学内容 1、附加素材 2、编辑多摄像机序列 3、素材替换	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 3-7: 分屏效果的制作	学时: 1
一、教学目标 (知识、技能) 1、掌握分屏的技巧 二、教学内容 1、素材采集 2、素材编辑 3、素材素材的转场添加	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课

#### (四) 项目四名称: 使用转场

教学项目 4: 使用转场	总学时: 4
总体描述: 本教学项目总学时 4, 由 6 个学习任务组成。通过本项目的教学, 学生应具备的什么能力	
学习任务 4-1: 镜头的切换与转场概述	学时: 0.5
三、教学目标 (知识、技能) 1、转场的基本原理 2、单边转场与双边转场 二、教学内容 1、素材之间有交叠的部分, 使用其间的额外帧作为转场的过渡帧。 2、临近编辑点的两个视频或音频素材的端点合并。	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 视频素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 4-2: 添加转场的基本流程及方法	学时: 0.5
一、教学目标 (知识、技能)	三、教学过程设计

1. 添加转场的基本流程 二、教学内容 1、添加转场 2、改变转场设置 3、预览转场效果	1. 教师准备（或学生准备） 素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 4-3：默认转场	学时：0.5
一、教学目标（知识、技能） 1、默认转场 2、添加转场 二、教学内容 1、施加默认转场 2、设置默认转场 3、设置默认转场长度	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 4-4：在效果控制窗口中显示转场	学时：0.5
一、教学目标（知识、技能） 1、设置转场对齐 2、移动切线和转场 二、教学内容 1、改变转场长度 2、设置选项 3、同时移动切线和转场	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 4-5：转场分类讲解	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1、掌握各个转的作用与使用方法 2、添加转场效果 二、教学内容 1、3D 运动转场 2、叠化转场 3、划像转场	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 4-6：使用转场实例	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1、掌握各个转场的制作 二、教学内容 1、使用渐变擦除转场 2、跟踪缩放转场 3、画轴卷动效果 4、画中画效果	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课

#### （五）项目五名称：创建字幕

教学项目 5：创建字幕	总学时：4
总体描述： 本教学项目总学时 4，由 3 个学习任务组成。通过本项目的教学，学生应具备的什么能力	
学习任务 5-1：创建字幕的基本流程	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1. 掌握字幕的创建 二、教学内容 1、创建新字幕 2、使用字幕模板	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 视频素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 5-2：编辑字幕的基本方法	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1. 掌握字幕的创建方法 二、教学内容 1、显示字幕背景画面 2、字幕安全区域与动作安全区域 3、输入文本 4、格式化文本	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 视频素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课



5、处理段落文本	
学习任务 5-3: 创建动态字幕	学时: 1
一、教学目标 (知识、技能) 1. 掌握动态字幕的方法 二、教学内容 1. 动态字幕的设置	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 5-4: 实例 燃烧字幕的效果	学时: 1
一、教学目标 (知识、技能) 1. 掌握静态字幕的设置 2. 掌握动态字幕的设置 二、教学内容 1. 燃烧字幕的设置方法	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课

#### (六) 项目七名称: 动画与效果

教学项目 6: 动画与效果	总学时: 4
总体描述: 本教学项目总学时 4, 由 3 个学习任务组成。通过本项目的教学, 学生应具备的什么能力	
学习任务 6-1: 使用关键帧动画	学时: 1
四、 教学目标 (知识、技能) 1. 掌握关键帧动画 二、教学内容 1. 关键帧动画概述 2. 操作关键帧的基本方法 3. 创建运动动画实践	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 视频素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 6-2: 施加效果	学时: 1
一、教学目标 (知识、技能) 1. 掌握效果的分类与设置 二、教学内容 1. 效果的基本分类与施加方法 2. 使用效果窗口进行效果管理 3. 使用效果控制窗口设置效果 4. 创建效果动画实践	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 6-3: 色彩校正	学时: 2
一、教学目标 (知识、技能) 1. 掌握色彩的应用 二、教学内容 1. 色彩校正概述 2. 设置色彩校正工作空间 3. 快速色彩校正	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课

#### (七) 项目七名称: 视频合成

教学项目 7: 视频合成	总学时: 6
总体描述: 本教学项目总学时 4, 由 3 个学习任务组成。通过本项目的教学, 学生应具备的什么能力	
学习任务 7-1: 合成概述	学时: 1
五、 教学目标 (知识、技能) 1. 掌握合成的应用 二、教学内容 1. 合成的方法	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 视频素材 2. 教学方法

2、透明的基本原理 3、视频合成的基本原理 4、调节素材的不透明度	操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 7-2: 抠像	学时: 2
一、教学目标 (知识、技能) 1. 掌握抠像的方法 二、教学内容 1、抠像基本流程实践 2、使用颜色键 3、使用 RGB 差异键 4、使用蓝屏键 5、使用无红色键	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 7-3: 实例 画中画效果	学时: 3
一、教学目标 (知识、技能) 1. 掌握蓝屏抠像 二、教学内容 1. 蓝屏抠像的设置	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课

#### (八) 项目八名称: 音频混合

教学项目 8: 音频混合	总学时: 4
总体描述: 本教学项目总学时 4, 由 3 个学习任务组成。通过本项目的教学, 学生应具备的什么能力	
学习任务 8-1: 音频处理与转换	学时: 1
六、 教学目标 (知识、技能) 1. 掌握音频处理的方法 二、教学内容 1. 音频处理的设置	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 视频素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 8-2: 高级混音技巧	学时: 1
一、教学目标 (知识、技能) 1. 掌握混合音频的方法 二、教学内容 1、混合音频的设置 2、Premiere Pro CS3 与音频混合基础	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 8-3: 实例 制作双语配音效果	学时: 2
一、教学目标 (知识、技能) 1. 掌握声道的方法 二、教学内容 1. 声道的设置 2、声道映射 3、声道转换	三、教学过程设计 1. 教师准备 (或学生准备) 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课

#### (九) 项目九名称: 影片输出

教学项目 9: 影片输出	总学时: 4
总体描述: 本教学项目总学时 4, 由 3 个学习任务组成。通过本项目的教学, 学生应具备的什么能力	
学习任务 9-1: 输出	学时: 1
七、 教学目标 (知识、技能)	三、教学过程设计

1. 掌握输出的方法 二、教学内容 1. 输出的设置	1. 教师准备（或学生准备） 视频素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 9-2：使用 adobe media encoder	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1. 掌握输出的方法 二、教学内容 1. 输出的格式	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 9-3：实例 婚恋片头	学时：2
一、教学目标（知识、技能） 1. 掌握动画与字幕的设置 二、教学内容 1. 动画与字幕的设置	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课

#### （十）项目十名称：综合实例

教学项目 10：综合实例	总学时：4
总体描述： 本教学项目总学时 4，由 3 个学习任务组成。通过本项目的教学，学生应具备的什么能力	
学习任务 10-1：各种视频的剪辑	学时：1
八、教学目标（知识、技能） 1. 掌握视频与音频的剪辑 二、教学内容 1. 各种剪辑的方法与设置	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 视频素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 10-2：视频的最终合成	学时：1
一、教学目标（知识、技能） 1. 掌握合成的方法 二、教学内容 1. 合成的效果设置	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课
学习任务 10-3：实例 海底世界	学时：2
一、教学目标（知识、技能） 1. 掌握视频与音频的剪辑 二、教学内容 1. 视频与音频的合成	三、教学过程设计 1. 教师准备（或学生准备） 准备素材 2. 教学方法 操作演示 3. 教学组织 班级授课

## 七、教学方法与手段

### （一）教学方法

- 1、项目导向
- 2、任务驱动
- 3、案例分析
- 4、启发式、交互式教学
- 5、现场教学

#### （二）教学手段

- 1、多媒体教学
- 2、网络教学
- 3、仿真实训

## 八、说明与建议

#### （一）、教学重点与难点

- 1、视频与音频的剪辑与合成
- 2、动画的制作
- 3、抠像

#### （二）教材和参考资料

##### 1、推荐教材

- （1）premiere pro cs3 中文版影视制作

（2）

##### 2、参考书

- （1）premiere pro cs3 实例教程

（2）

##### 3、相关网站

[http://www.youku.com/playlist\\_show/id\\_4004690.html](http://www.youku.com/playlist_show/id_4004690.html)

## 《电子商务营销软文推广》课程标准

### 1 课程定位

本课程是电子商务专业的核心课程之一，在整个课程体系中属于市场营销学生核心职业技能模块中商务活动与管理类课程。

本课程在简单讲授商务策划的起源、发展沿革、中国的策划智慧基础上，通过经典案例的学习和分析，通过商务活动的讨论、策划，使学生掌握商务策划的主要概念、原则和基本方法、基本原理，掌握商务策划思维和创意方法、商务策划策略与技巧、策划运作程序、市场经营策划与创业策划以及策划书的写作等内容。

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。

## 2 工作任务和课程目标

### 2.1 工作任务及职业能力

工作任务及职业能力见表 1-1。

### 2.2 课程目标

根据《电子商务营销软文推广》课程所面对的工作任务和职业能力要求，本课程的教学目标为：

通过本课程的学习，使学生具备策划思维和创意方法，培养学生严谨的工作作风，提高学生的职业素质，具体如下：

#### （1）知识目标

- 1) 了解什么是互联网文案。
- 2) 了解什么是用户思维，以及如何将文案与用户建立关系；
- 3) 掌握文案的基本创意方法；
- 4) 掌握文案写作的切入点；
- 5) 掌握广告策划案的特点和写作程序。

表 1-1 工作任务与职业能力分析表

工作领域	职业能力	学习项目
淘宝美工	具有了解文案写作能力	文案写作的含义

	具有了解文案写作原理的能力	文案写作的原则、原理、策略
	具有了解消费者心理的能力	文案写作中消费者心理
	具有创新能力	文案写作的创新训练
	具有根据实际写作的能力	主要文案讲解与训练
	具有辨别文案好坏的能力	区分文案好坏
	具有独特创新的能力	创意文案
	具有创造优秀文案的能力	提升文案内涵

## （2）技能目标

- 1) 通过分析成功地商务活动策划案例，掌握商务活动策划的利益主导原则、创意创新原则、整体策划原则，并能够运用这些原则进行策划训练；
- 2) 通过案例分析和学习，掌握策划的奇正、系统、博弈、裂变、整合和简易六种基本原理，并能够运用这些原理完成相应的商务策划工作任务；
- 3) 通过图形训练、头脑风暴、辩论等方式，进行集中的商务活动策划创意思维训练，掌握创新思维的几个典型地方法和创意规律，提高策划的创新能力；
- 4) 通过消费心理学的学习与强化，掌握消费者的购买心理，能够将这些原理运用于市场营销、广告营销等活动的策划中；
- 5) 通过学习典型文案，能结合商务活动的策划要求、内容，完成商务活动策划方案的撰写。

## （3）态度目标

- ① 刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极，实验独立完成。
- ② 良好设计理念——设计有个性化、有创意、构图精美。
- ③ 团结协作精神——互相帮助、共同学习、共同达成目标。
- ④ 诚实守信品格——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。

## 3 教学组织

根据本课程的工作任务与职业能力分析，本课程设计了 8 个学习项目，其包含 38 个学习型工作任务，具体见表 1-2。

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	文案写作的含义	文案的意义	2	4

		文案的类别对比	2	
项目二	文案写作的原则、原理、策略	掌握文案基本原则	2	4
		通过文案基本原则进行策划	2	
项目三	文案写作中消费者心理	了解消费市场和消费人群	4	6
		通过消费市场人群进行写作	2	
项目四	文案写作的创新训练	训练创新意识	4	10
		训练不同题材的文案写作	4	
		进行头脑风暴	2	
项目五	主要文案讲解与训练	欣赏优秀文案	2	10
		解析优秀文案	2	
		模仿优秀案例进行学习	2	
		进行文案创造	2	
		解析自己文案作品	2	
项目六	区分文案好坏	欣赏好坏文案	4	10
		对比好坏文案	2	
		培养自身鉴赏能力	2	
		了解文案的误区	2	
项目七	创意文案	培养学生思维创意	4	8
		突破传统思维	4	
项目八	提升文案内涵	提神自身文案的内容	4	8
		加深文案底蕴	4	

## 4 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 1-9。

表 1-3 项目一 教学内容与能力要求表

项目一：文案写作的含义		参考学时：4 学时
项目的任务：了解文案写作的含义		
教 学 目 标	知识目标：（1）了解文案的意义； （2）对比文案的类别。	
	技能目标：	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）了解文案基本知识； （2）赏析文案不同类别；		

**训练项目：**

**媒介：**

教学课件、案例、教材。

**考核与评价：**

**教师需要的能力：**

具备文案基本知识。



表 1-4 项目二 教学内容与能力要求表

项目二：文案写作的原则、原理、策略		参考学时：4 学时
项目的任务：掌握文案基本规律原则。		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握文案基本原则； （2）通过文案基本原则进行策划。	
	技能目标：（1）熟悉文案创作规律； （2）文案的策划。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）探究文案创造规律； （2）尝试进行写作；		
训练项目：		
媒介： 教学课件、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备文案基本知识。		

表 1-5 项目三 教学内容与能力要求表

项目三：文案写作中中消费者心理		参考学时：6 学时
项目的任务：了解消费者心理		
教 学 目 标	知识目标：（1）了解消费市场和消费人群； （2）通过消费市场人群进行写作。	
	技能目标：（1）掌握消费市场和消费人群的需求； （2）通过了解市场需求尝试写作。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）消费者心理学； （2）分析市场走向； （3）尝试运用当下流行的进行写作；		
训练项目： 尝试给产品写文案		
媒介： 教学课件、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备消费者心理学基础知识。		

表 1-6 项目四 教学内容与能力要求表

项目四：文案写作的创新训练		参考学时：10 学时
项目的任务：培养学生创新意识		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握写作的基本技巧； （2）培养学生创新思想；	
	技能目标：（1）熟悉写作技巧； （2）熟练练习商品写作。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）写作的基本技巧； （2）突破思维束缚；		
训练项目： 找不同类目的商品训练写作		
媒介： 教学课件、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
教师需要的能力： 具备文案写作基本能力。		

表 1-6 项目五 教学内容与能力要求表

项目五：主要文案讲解与训练		参考学时：10 学时
项目的任务：培养学生文案写作基本技能		
教 学 目 标	知识目标：（1）文案欣赏； （2）文案解析； （3）文案训练。	
	技能目标：（1）解析好的文案。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）欣赏优秀文案； （2）解析成功品牌文案；		
训练项目： 通过解析优秀文案积累好创意		
媒介： 教学课件、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备文案写作的能力。		

表 1-7 项目六 教学内容与能力要求表

项目六：区分文案好坏		参考学时：10 学时
项目的任务：培养学生辨别能力		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b> （1）欣赏好坏文案； （2）对比好坏文案； （3）取其精华去其糟粕。	
	<b>技能目标：</b> （1）会区分好坏文案。	
	<b>态度目标：</b> (1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
<b>学习内容：</b> （1）赏析不同类型文案； （2）区分文案好坏；		
<b>训练项目：</b> 对不同文案进行归类区分。		
<b>媒介：</b> 教学课件、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
<b>教师需要的能力：</b> 具备文案写作的能力。		

表 1-7 项目七 教学内容与能力要求表

项目七：创意文案		参考学时：8 学时
项目的任务：培养学生文案创意		
教 学 目 标	知识目标：（1）提升学生思维想法。 （2）观赏创意设计，打开思路。	
	技能目标：（1）激发创意灵感。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）头脑风暴训练； （2）提升学生创意思维；		
训练项目： 思维开发		
媒介： 教学课件、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备文案写作的能力。		

表 1-8 项目八 教学内容与能力要求表

项目七：提升文案内涵		参考学时：8 学时
项目的任务：提升学生创作文案内涵		
教 学 目 标	知识目标：（1）提升文案内涵。 （2）为文案添加情感。	
	技能目标：（1）提升自我内涵。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）为文案添加自我想法； （2）提升学生思维内容；		

<b>训练项目：</b> 为文案添加情感内容
<b>媒介：</b> 教学课件、案例、教材。
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）
<b>教师需要的能力：</b> 具备文案写作的能力。

## 5 教学方法与手段

（1）本项目采用精讲多练、边讲边练的教学模式。应注重“教”与“学”的互动，让学生在互动中获得扎实的基础知识、掌握技能。

（2）应用教学课件、实例引入，项目导向、任务驱动、案例分析进行教学。

（3）围绕“校企合作、工学结合”的人才培养模式，建设并利用好校内外实习实训基地。

## 6 考核与评价

成绩主要由平时考核（10%）、实验能力（30%）、阶段考核（25%），期末考核（35%）四部分组成。

为促进教学改革，及时了解教学效果并进行改进，建立多途径、多级别的反馈系统。

（1）不同对象：学生直接反馈、小组反馈、班级反馈，强调学生直接反馈。

（2）不同途径：对话、问卷、网络媒体等。

## 7 说明与建议

### 7.1 课程标准的设计思路

《文案写作技巧》是高职高专电子商务专业必须掌握的技能。因此，本课程

在电子商务专业处于非常重要的地位，是专业技能核心课程和必修课程。

本课程立足于职业能力的培养，打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以预期的职业能力为中心组织课程内容和课程教学，让学生在完成具体训练的过程中来发展职业能力。经过教师与行业、企业专家深入、细致、系统的分析，本课程最终确定了 8 个教学项目。这些项目循序渐进的对学生进行职业能力的培养，其理论知识的选取紧紧围绕培养相应的职业能力的需求来进行。通过课程内容的学习训练和证书考试，以工作任务为中心，将不同类型的知识综合起来，实现理论与实践的一体化，有利于培养学生的综合应用技能，以便有效地完成工程施工岗位上相应的工作任务。

## 7.2 关于教材

教材应依据本课程标准来选取，教材应充分体现以培养预期的职业能力为中心组织课程内容和设计课程教学。

教学资源要丰富，只有在教学中充分利用现代化教学手段和资源，才能在有限的学时内实现课程目标。

推荐教材：

- (1) 《尖叫感》. 马楠主编. 北京理工大学出版社. 2016. 12
- (2) 《说服力：电商文案这样写才有效》. 兰晓华主编. 清华大学出版社. 2016. 7



# 《渠道管理》课程标准

## 一、学习领域（课程）基本信息

- 1、课程名称：渠道管理
- 2、课程编码：190112
- 3、适用专业：电子商务
- 4、适用学制：三年
- 5、课程学时：66 学时
- 6、课程学分：3 学分

## 二、学习领域（课程）性质与作用

本课程是高职市场营销专业的一门专业核心课程，是从事营销岗位工作的必修课。也是一门理论与实践相结合的课程，其功能是培养学生对渠道管理的各个环节的认知，掌握渠道管理的基础技能，具备从事渠道管理工作的基本职业能力。

通过本课程的学习，能整体认识渠道管理工作的主要内容，掌握 渠道建设、渠道管理、与渠道评估与维护的基本职业技能，培养沟通、合作、商务洽谈等基本职业素养；为提高学生各专门化方向的职业能力奠定良好的基础。同时在教学过程中，培养学生具有良好的职业道德和职业素质。通过本门课程及其先修课程的学习，取得营销师的相应技能证书。

## 三、学习领域（课程）目标

### （一）知识目标

- 1、能掌握营销渠道的基本理论
- 2、熟悉传统渠道模式
- 3、了解和掌握新兴渠道模式的具体内容
- 4、掌握渠道结构设计
- 5、能掌握渠道成员的选择具体方法
- 6、能熟练运用渠道成员激励具体方式
- 7、能掌握渠道成员控制的内容并能实际运用

- 8、能够解决渠道成员的冲突
- 9、能够运用相应的方式和策略维护渠道
- 10、能够运用正确的方式评估渠道

## （二）能力目标

### 1、专业能力

- （1）独立完成渠道管理的能力；
- （2）能够自我渠道设计的能力；
- （3）能够制定渠道管理计划的能力；
- （4）能够进行团队渠道开发的能力；
- （5）进行相关文档的编撰及资料整理的能力。

### 2、方法能力

- （1）具备独立学习的能力；
- （2）具备收集获取信息的能力；
- （3）具备解决问题、分析问题能力；
- （4）具备制定工作计划的能力；
- （5）具备工作过程的管理能力；
- （6）具备对工作过程和成果的评价能力。

### 3、社会能力

- （1）具备人际交往、表达能力；
- （2）具备团队协作和沟通能力；
- （3）具备工作任务的组织管理能力；
- （4）具备工作责任心；

## （三）素质目标

- 1、在教学过程中通过上课学习和实践培养丰富的专业知识和广博的兴趣。
- 2、树立起自我培养良好的职业道德与注重日常职业素质养成的意识；
- 3、在学习和技能实践过程中，培养学生吃苦耐劳、爱岗敬业的精神；

## 四、学习领域（课程）学习情境设计

### （一）学习情境设计及学时安排

序号	学习情境	学习子情境		学时	合计学时
		子序号	子情境		
1	营销渠道的认知	1.1	认识营销渠道的概念、功能和特点	4	8
		1.2	认识营销渠道的领域新变化	4	
2	营销渠道建设	2.1	营销渠道模式学习和训练	8	24
		2.2	营销渠道结构设计	8	
		2.3	营销渠道成员选择	8	
3	渠道管理	3.1	营销渠道激励	8	22
		3.2	营销渠道控制	8	
		3.3	营销渠道冲突解决	6	
4	渠道评估与维护	4.1	营销渠道评估	6	12
		4.2	营销渠道维护	6	
总学时					66

## (二) 学习情境描述及组织实施

学习情景 1：营销渠道的认知		学时：8	理论学时：4
			实践学时：2
学习目标及主要学习内容			
<p>学习目标：</p> <p>掌握营销渠道的基本含涵义，熟悉并能够掌握营销渠道的特点和功能，了解营销渠道的基本作用，并掌握营销渠道领域的新变化。</p> <p>主要学习内容：</p> <p>1、 营销渠道的概念、特点和功能</p> <p>2、 营销渠道领域的新变化</p>			
教学方法： 讲授法、演示法、小组讨论法等。			
教学手段： 多媒体、教学视频等。			
教学过程设计			
工作过程		工作任务	教学组织
1	资讯	1、营销渠道的基本涵义和特点功能 2、营销渠道领域新变化	教师进行理论内容讲解，布置学习任务，明确学习任务，并进行讲解。学生听取老师的讲解，分析工作任务单要求。
2	计划	1、营销渠道理论的讲解 2、学生自学营销渠道的特点和功能 3、渠道新领域网络资料的收集	教师，强调在训练过程中应注意的基本要求，学生讨论任务实施工作计划，老师随时指导。
3	决策	1、总结营销渠道的基本理论 2、渠道新领域知识的总结	学生整理分析资料
4	实施	分组介绍自己收集的网络资料	组织学生按照营销渠道理论发展进程进行介绍。
5	检查	1、检查资料的收集安排和实施情况 2、若发现问题，分析原因，，并重新安排。	教师对学生的资料收集进行检查，发现问题，提出修改意见，学生重新进行收

			集
6	评价	1、资料收集的全面性 2、资料收集的科学性 3、资料收集的实用性	学生对任务完成情况进行汇报、互评，教师进行分组点评和总体评价，并根据任务完成情况和每个同学的具体表现给出综合评价成绩。
工作对象（载体）：案例、视频资料、电子阅览室			
教具及工具：案例资料、多媒体设备等。			
考核与评价：采用工作任务单上的考核表进行评价，将评价结果记入期末总成绩，并填写教师评语部分。			

学习情景 2：营销渠道建设		学时：24	理论学时：14 实践学时：10
学习目标及主要学习内容			
<p>学习目标：</p> <p>通过学习，熟悉传统营销渠道模式，并能够掌握新兴营销渠道模式，和其他无店铺渠道模式，理解和能够正确认识直销、传销和非法传销的有关内容，掌握渠道设计的基本原则和影响因素，掌握渠道设计的过程和方法，了解营销渠道“逆向重构”的设计内涵，掌握渠道成员选择的原则和标准，能够熟练应用渠道成员选择的方法，熟悉和了解渠道成员选择的误区以及资信评估。</p> <p>主要学习内容：</p> <p>1、营销渠道模式学习和训练</p> <p>2、营销渠道设计学习和训练</p> <p>3、营销渠道成员选择学习和训练</p>			
教学方法：讲授法、案例教学法、小组讨论法、实践操作法等			
教学手段：多媒体、教学视频等			
教学过程设计			
工作过程		工作任务	教学组织
1	资讯	1、营销渠道模式学习和训练、 2、营销渠道设计训练 3、营销渠道成员选择训练	教师进行理论知识的讲解，并布置训练资料，明确学习任务，。学生听取老师的讲解，进行任务分解。
2	计划	1、 不同营销渠道的设计 2、 不同渠道成员选择	教师进行渠道设计和成员选择内容讲解，强调设计和选择中应注意的基本事项，学生分组讨论任务实施工作计划，老师随时指导。
3	决策	确定销售的产品范围以及具体销售策略和方法	学生确定小组成员分工与任务进度安排，并在教师指导下确定最终工作计划。

4	实施	选择不同的企业和产品进行设计和成员的选择	学生确定小组成员分工与任务进度安排，并在教师指导下确定最渠道和成员。由学生根据选择的资料进行整理和分析，教师对学生的工作情况随时进行检查、指导。
5	检查	1、检查设计和选择的具体的情况。 2、若发现问题，分析原因，重新进行问题分析。	教师对学生的工作情况进行检查，发现问题，提出修改意见，学生重新对问题进行分析。
6	评价	1、基础知识掌握 2、设计选择的合理性 3、团队合作、小组分工	学生对设计和选择方案进行总结、互评，以及理论知识的考评。教师进行分组点评和总体评价，并根据小组完成情况和每个同学的具体表现给出综合评价成绩。
工作对象（载体）：案例资料、课堂			
教具及工具：多媒体设备、教学视频			
考核与评价：采用工作任务单上的考核表进行评价，将评价结果记入期末总成绩，并填写教师评语部分。			

学习情景 3：营销渠道管理		学时：22	理论学时：14
			实践学时：8
学习目标及主要学习内容			
<p>学习目标：</p> <p>通过训练，要求学生掌握渠道成员激励的内容和形式，以及渠道激励的原则和方法，掌握渠道控制的策略和方法，了解渠道冲突的实质和根源，熟悉渠道冲突的类型，掌握渠道冲突的处理策略，能够建立渠道伙伴关系。</p> <p>学习内容：</p> <p>1、营销渠道激励</p> <p>2、营销渠道控制</p> <p>3、营销渠道冲突解决</p>			
教学方法：讲授法、案例教学法、小组讨论法、实践操作法等			
教学手段：多媒体、教学视频			
教学过程设计			
工作过程		工作任务	教学组织
1	资讯	1、营销渠道激励 2、营销渠道控制 3、营销渠道冲突解决	教师讲授相关理论，并进行各个具体任务的布置和分工
2	计划	1、营销渠道激励的内容和方式的选择 2、营销渠道控制策略和方法 3、营销渠道冲突的解决方案的设计	教师对每组的渠道管理分析进行指导

3	决策	确定各个知识点和任务点具体的方式应用	教师指导确定小组成员分工与任务进度安排，并在教师指导下确定最终工作计划。
4	实施	选择不同的产品和服务企业进行模拟渠道管理方式	学生确定小组成员分工与任务进度安排，并在教师指导下进行实践推销，教师对学生的工作情况随时进行检查、指导。
5	检查	1、检查管理的适用性 2、若发现问题，分析原因，重新进行问题分析。	教师对学生的工作情况进行检查，发现问题，提出修改意见，学生重新对问题进行分析。
6	评价	1、渠道管理的实用性 2、可行性报告 3、团队合作、小组分工	学生对渠道管理整体构建进行总结、互评，撰写渠道管理可行性报告。教师进行分组点评和总体评价，并根据小组完成情况和每个同学的具体表现给出综合评价成绩。
工作对象（载体）：教室、案例资料、电子阅览室、图书馆			
教具及工具：多媒体设备、教学视频			
考核与评价：采用工作任务单上的考核表进行评价，将评价结果记入期末总成绩，并填写教师评语部分。			

学习情景 4：营销渠道评估与维护		学时：12	理论学时：4
			实践学时：8
学习目标及主要学习内容			
学习目标： 通过训练，要求学生能系统掌握影渠道价格体系的控制，熟悉渠道团队建设的具体内容，掌握渠道评估的原则和标准，掌握渠道绩效评估的具体内容，并能够根据实际情况进行渠道的调整和完善。 学习内容： 1、营销渠道评估 2、营销渠道维护			
教学方法：讲授法、案例教学法、小组讨论法、实践操作法等			
教学手段：多媒体、教学视频			
教学过程设计			
工作过程		工作任务	教学组织
1	资讯	1、营销渠道评估。 2、营销渠道维护	教师进行理论讲解和任务布置。
2	计划	制定渠道评估方案和维护具体措施。	教师对每组的任务进行分析和指导
3	决策	确定渠道评估方案和渠道维护措施	教师指导确定小组成员分工与任务进度安排，并在教师指导下确定最终工作计划。

4	实施	学生资料的收集和方案的设计	学生确定小组成员分工与任务进度安排，并在教师指导下进行方案设计，教师对学生的工作情况随时进行检查、指导。
5	检查	1、检查资料收集的准确性。 2、若发现问题，分析原因，重新进行问题分析。	教师对学生的工作情况进行检查，发现问题，提出修改意见，学生重新对问题进行分析。
6	评价	1、方案设计的可行性 2、方案设计报告 3、团队合作、小组分工	学生对方案进行总结、互评，撰写方案的总结报告。教师进行分组点评和总体评价，并根据小组完成情况和每个同学的具体表现给出综合评价成绩。
工作对象（载体）：教室、案例资料、电子阅览室、图书馆			
教具及工具：多媒体设备、教学视频			
考核与评价：采用工作任务单上的考核表进行评价，将评价结果记入期末总成绩，并填写教师评语部分。			

## 五、学习领域（课程）考核评价

学习领域（课程）考核采用平时考核和期末考核相结合的方式进行，突出过程考核与阶段评价，过程考核采取理论考核与实训考核相结合的方式，结合学生的课堂表现、业务操作、课后作业、社会实践等环节的表现与成果进行评价，积极引导学重视推销职业能力的培养。考核成绩由平时成绩（70%）+期末成绩（30%）两部分组成。

### 学习领域（课程）考核内容及标准

序号	考核内容	考核方式	考核标准	权重	
1、平时成绩评定标准	教学环节考核	理论	个人作业	15%	70%
		实践操作	根据企业营销一线人员岗位要求标准，考核学生渠道基础知识及实践操作能力、职业素质、职业道德、团队合作精神评定成绩。	70%	
	日常考核	对平时出勤、上课纪律、课堂回答问题等进行成绩评定。		15%	

2、期末成绩评定标准	独立对知识掌握能力测试考核，期末卷面成绩为主	30%
总计		100%
加分	学生参加营销技能大赛的获奖情况给予相应加分。	

## 六、学习领域（课程）教学基本条件

### （一）课程教学团队基本要求

#### 1、团队组成

基于教学班级的规模，配备专职教师 6 人，企业兼职教师 4 人，其中双师型教师 6 人，职称结构合理，互补性强。

#### 2、知识、技能、素质要求

- （1）具有系统的市场营销专业知识。
- （2）具备市场营销实践技术能力。
- （3）课内实践指导教师必须具备专业教学工作经历三年以上。
- （4）具备设计基于行动导向教学法的设计应用能力。
- （5）具有较强的驾驭课堂的能力。
- （6）具有良好的职业道德和责任心。

### （二）课程实践教学条件基本要求

为了保证理论与实践操作密切结合，本课程需要能容纳 50 人的一体化教室，包括计算机 50 台，投影仪等多媒体教学设备。具有满足专业学生实习的校外实训基地。

### （三）课程教学资源基本要求

#### 1、教学参考资料

- （1）适应职业教育校企合作开发的教材，建议使用自编项目化教材。
- （2）助理营销师的职业资格标准。
- （3）来自行业企业的市场管理规范、渠道管理案例等企业生产软资源。

#### 2、信息化教学资源

基本的《渠道管理》网络课程资源，包括电子教材、电子教案、课件、教学视频、案例库、习题库等相关参考资料。其它网络资源，如为学生提供在线练习、



在线模拟实训、网络交流等的在线学习系统。

## 《国际贸易与实务》课程标准

### 一、课程基本信息

（一）课程名称

《国际贸易与实务》

（二）课程类别

专业核心课程

（三）学时学分

96学时，6学分

（四）适用专业

电子商务、物流、国际经济与贸易、会计电算化专业

### 二、课程定位

《国际贸易与实务》是电子商务、物流、国际经济与贸易专业的专业核心课程之一。本课程的任务是：使学生掌握国际贸易营运环节的操作、具备对外贸易交易磋商、签订合同的能力，对贸易往来过程中的贸易纠纷的处理能力，使学生初步学会利用外贸方法解决进出口业务中的实际问题。培养学生的抽象、推理、分析和综合的逻辑思维能力，使学生能有效地把知识转化为相应的工作能力。

本课程在专业中起着承上启下的重要作用，为后续的专业课学习奠定必要的理论、技能基础。以《国际贸易概论》、《商务英语》、《经济学》等课程的学习为基础，同时为后续课程《外贸英语函电》、《外贸制单》等学习奠定基础，为学生顶岗实习、毕业后胜任专业技术岗位工作起到必要的支撑作用。

### 三、课程目标

（一）总体目标

本课程的总体目标是：使学生准确理解进出口业务中的相关概念、基本原理

和基本方法，具备一定的进出口业务知识，为后续专业课程的学习打好基础。具有对外商务谈判、签订合同的能力，具有正确操作进出口业务的能力，具有解决进出口业务纠纷的能力，能够利用国际贸易基本知识，解决进出口业务中的实际问题。培养学生的贸易意识，充分调动学生学习的自主性和积极性，进一步培养学生树立独立思考、团结协作、勤奋工作的意识以及诚实、守信的优秀品质，全面提高学生自身素质，为今后从事外经贸一线工作奠定良好的基础，最终实现具有创新能力的国际贸易技术与管理人才的目的。

## （二）具体目标

表 1 《国际贸易与实务》教学目标

知识目标	能力目标	素质目标
<p>（1）掌握国际贸易中的基本概念和基本原理，能熟练掌握各种相关概念及国际贸易的分类。</p> <p>（2）掌握进出口合同的品质数量包装条款，能够运用条款解决合同订立中的问题。</p> <p>（3）掌握贸易术语的组成及代表意义，学会利用贸易术语完成正确的对外报价</p> <p>（4）掌握进出口货物运输条款的基本内容，掌握运费的计算，学会处理运输过程中的贸易纠纷。</p> <p>（5）掌握进出口业务中的保险条款，能够正确选择保险险别，完成投保业务程序。</p> <p>（6）掌握票据的主要结构，汇付、托收、信用证的主要业务程序，各种支付方式的优缺点</p> <p>（7）了解合同条款非要件条款的基本内容。。</p> <p>（8）掌握交易磋商的程序及主要注意事项</p> <p>（9）掌握进出口业务基本履行环节。</p>	<p>（1）学生能够熟练准确地完成品质、数量、包装条款的制订。</p> <p>（2）学会正确选择价格术语，运用价格术语换算关系换算三种价格术语</p> <p>（3）能准确地核算对外报价，具备对外报价、还价的基本能力，准确换算佣金、折扣价格。</p> <p>（4）学会计算运费，正确选择运输方式，特别是集装箱运输的环节及程序，根据装运条款，合理处理运输中的贸易纠纷。</p> <p>（5）正确判定共同海损，计算保险金额及保险费，掌握投保的基本程序及保险条款的制定。</p> <p>（6）掌握主要结算工具的优缺点，能利用托收、信用证等方式完成结算</p> <p>（7）能合理进行贸易谈判，运用往来函电解决合同的谈判，合理签订合同条款。</p> <p>（8）能够正确处理进出口业务的基本环节，掌握各环节的操作要点及步骤，正确完成进出口合同的履行。</p>	<p>（1）开发学生的智力，培养学生敏锐的观察能力、丰富的想象能力、科学的思维能力。</p> <p>（2）具备良好的职业道德修养，能遵守职业道德规范。</p> <p>（3）能灵活处理进出口业务中出现的贸易纠纷情况，具有良好的团队合作精神和协调能力，同时具有诚信开朗的性格，善于沟通交流。</p> <p>（4）具有自主学习能力和分析能力，善于总结经验和创新。</p> <p>（5）具有工作责任感，能进行批评与自我批评。</p> <p>（6）具有良好的心理素质和协作精神。</p>

## 四、整体教学设计

本课程改革的基本理念是：在知识结构体系上将国际贸易的基础理论知识和进出口业务应用融为一体。在具体内容上按照必要、实用并兼顾知识的系统性原则进行取舍，突出教学内容的应用性和针对性。在教学过程中加强实训环节，提高学生动手操作能力。在教学方法上针对学生的特点，以激发学生的求知欲、竞争欲和表现欲为目的，改革教学方法。

在教学设计时，根据进出口业务过程可以分三个学习项目，即项目一：交易磋商，项目二：进出口合同条款，项目三：进出口合同履行。在三个学习项目下构建相应的学习情境。项目一又分解成四个学习型工作任务，项目二又分解成八个学习型工作任务，项目三又分解成六学习型工作任务。详见表 2 所示。

表 2 《国际贸易与实务》整体教学设计

项目编号	项目名称	学习型工作任务	学 时	
项目一	交易磋商	1.1 交易磋商的准备工作	2	12
		1.2 交易磋商的内容	2	
		1.3 交易磋商的程序	6	
		1.4 合同的形式与签订	2	
项目二	进出口合同条款	2.1 品质条款	4	68
		2.2 数量条款	4	
		2.3 包装条款	6	
		2.4 商品价格条款	12	
		2.5 商品装运条款	12	
		2.6 商品运输保险条款	12	
		2.7 支付条款	12	
		2.8 进出口其他条款	6	
项目三	进出口合同履行	3.1 出口合同的备货环节	2	16

		3.2 出口合同的信用证环节	4	
		3.3 出口合同的装运环节	2	
		3.4 出口合同的制单结汇	4	
		3.5 出口合同的善后工作	2	
		3.6 进口合同的履行	2	
总 计			96	

## 五、教学内容与要求

表 3 项目一 教学内容与要求

项目名称		交易磋商	参考学时	12
学习型 工作任务		1.1 交易磋商的准备工作		2
		1.2 交易磋商的内容		2
		1.3 交易磋商的程序		6
		1.4 合同的形式与签订		2
教学目标	知识	(1) 初步了解交易磋商前的准备工作，掌握交易前的基本影响要素。 (2) 了解交易磋商的主要内容，分清合同条款的要件条款及非要件条款 (3) 熟练掌握交易磋商的程序，掌握四个程序的主要判定方法及注意事项。 (4) 理解合同的主要形式及结构，掌握我国合同的主要要求。		
	能力	(1) 能做好交易前的市场调研及准备工作； (2) 能够根据交易要求做好交易磋商的内容选择，确定谈判的重点内容 (3) 能熟练应用往来函电完成交易的磋商，尤其是正确发盘、还盘及接受，正确分析合同是否成立，正确处理合同纠纷		
	素质	(1) 培养学生具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神； (2) 培养学生独立学习、独立计划、独立工作的能力； (3) 培养学生合作、交流、纠纷处理等能力。		

<b>教学内容</b>	(1) 交易磋商的基本概念 (2) 交易磋商的内容组成 (3) 交易磋商询盘、发盘的基本内容 (4) 交易磋商还盘、接受的基本内容 (5) 交易合同的签订及形式选择。
<b>教学方法与建议</b>	教学实施中，可采用项目教学法、案例教学法，利用多媒体课件、视频文件、教学挂图等组织教学。
<b>考核与评价</b>	笔试、口试、小组自评、小组互评、教师评价

**表 4 项目二 教学内容与要求**

<b>项目名称</b>		<b>进出口合同条款</b>	<b>参考学时</b>	<b>68</b>
<b>学习型 工作任务</b>		2.1 品质条款		4
		2.2 数量条款		4
		2.3 包装条款		6
		2.4 商品价格条款		12
		2.5 商品装运条款		12
		2.6 商品运输保险条款		12
		2.7 支付条款		12
		2.8 进出口其他条款		6
<b>教学目标</b>	<b>知识</b>	(1) 商品描述条款的基本内容及条款的签订，重点是品质表示法、数量溢短装、包装标识及包装条款 (2) 价格术语的结构、各方的权利、义务划分，术语的换算及对外报价的核算、价格条款的组成 (3) 运输的形式、运费的计算，装运条款的组成 (4) 运输保险的风险及损失、保险险别及责任起讫，保险计算机保险条款 (5) 支付工具、托收及信用证的主要内容，其他支付方式，主要支付方式的选择 (6) 了解其他进出口条款的结构		
	<b>能力</b>	(1) 能够熟练准确地完成品质、数量、包装条款的制订。 (2) 学会正确选择价格术语，运用价格术语换算关系换算三种价格术语 (3) 能准确地核算对外报价，具备对外报价、还价的基本能力，准确换算佣金、折扣价格。 (4) 学会计算运费，正确选择运输方式，特别是集装箱运输的环节及程序，根据装运条款，合理处理运输中的贸易纠纷。 (5) 正确判定共同海损，计算保险金额及保险费，掌握投保的基本程序及保险条款的制定。 (6) 掌握主要结算工具的优缺点，能利用托收、信用证等方式完成结算		
	<b>素质</b>	(1) 具备良好的职业道德修养，能遵守职业道德规范； (2) 具有良好的团队合作精神和协调能力，同时具有诚信开朗性格，善于交流沟通； (3) 具有自主学习能力和分析能力，善于总结经验和创新； (4) 具有工作责任感，能进行批评与自我批评。		

<b>教学内容</b>	(1) 掌握国际贸易中的基本概念和基本原理，能熟练掌握各种相关概念及国际贸易的分类。 (2) 掌握进出口合同的品质数量包装条款，能够运用条款解决合同订立中的问题。 (3) 掌握贸易术语的组成及代表意义，学会利用贸易术语完成正确的对外报价 (4) 掌握进出口货物运输条款的基本内容，掌握运费的计算，学会处理运输过程中的贸易纠纷。 (5) 掌握进出口业务中的保险条款，能够正确选择保险险别，完成投保业务程序。 (6) 掌握票据的主要结构，汇付、托收、信用证的主要业务程序，各种支付方式的优缺点
<b>教学方法 与建议</b>	教学实施中，采用项目教学法、案例教学法，小组讨论法，利用多媒体课件、视频文件、教学挂图等组织教学。
<b>考核与评价</b>	笔试、口试、小组自评、小组互评、教师评价

项目名称		进出口合同履行	参考学时	16
学习型 工作任务		3.1 出口合同的备货环节		2
		3.2 出口合同的信用证环节		4
		3.3 出口合同的装运环节		2
		3.4 出口合同的制单结汇		4
		3.5 出口合同的善后工作		2
		3.6 进口合同的履行		2
教学目标	知识	(1) 出口合同的业务程序； (2) 出口合同履行的备货环节及注意事项； (3) 出口合同履行的信用证环节，包括信用证的催开、审证、改证 (4) 出口合同的装运环节，主要包括租船订舱、货物交接及出运等 (5) 出口合同制单结汇的步骤及所用的主要单据，单据的识别及填写 (6) 出口合同的纠纷处理及出口退税工作。(7) 进口合同履行程序		
	能力	(1) 能正确完成货源的组织及报检 (2) 能正确使用信用证，正确审查信用证，修改信用证，防止信用证欺诈行为的出现。 (3) 能正确完成租船订舱、货物出运及交接的业务环节 (4) 会正确识读信用证，利用信用证完成单据的填制，顺利结汇。 (5) 能完成出口退税结算及正确处理合同履行中的贸易纠纷。 (6) 能了解进口合同履行的步骤，合理计算进口关税。		
	素质	(1) 培养学生的工作严谨意识 (2) 培养学生独立思考、团结协作、勤奋工作的意识以及诚实、守信的优秀品质； (3) 培养学生良好的团队合作精神和协调能力； (4) 培养学生诚信意识，善于交流沟通能力。		

<b>教学内容</b>	(1) 出口合同的业务程序; (2) 出口合同履行的备货环节及注意事项; (3) 出口合同履行的信用证环节, 包括信用证的催开、审证、改证 (4) 出口合同的装运环节, 主要包括租船订舱、货物交接及出运等 (5) 出口合同制单结汇的步骤及所用的主要单据, 单据的识别及填写 (6) 出口合同的纠纷处理及出口退税工作。(7) 进口合同履行程序
<b>教学方法与建议</b>	教学实施中, 采用项目教学法、案例教学法, 利用多媒体课件、视频文件、教学挂图等组织教学。
<b>考核与评价</b>	笔试、口试、小组自评、小组互评、教师评价

表 5 项目三 教学内容与要求

## 六、考核与评价

考核评价全程化, 本课程标准采取了终结性测试, 加上平时表现的考核评价方式, 分项目进行考核, 从知识、能力、素质三个方面, 从课外自主学习到课内指导学习两个过程, 从理论到实践两种形式, 对学生的力学学习进行全面的考核评价, 激发学生学习兴趣, 培养学生应用能力, 实施职业素质教育。

(1) 改革传统的学生评价手段和方法, 采用阶段评价、目标评价、过程评价, 理论与实践一体化评价模式。

(2) 关注评价的多元性, 结合课堂提问、学生作业、平时测验、实验实训及考试情况, 综合评价学生成绩。

(3) 应注重学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核, 对在学习和应用上有创新的学生应予特别鼓励, 全面综合评价学生能力。

表 6 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	知识		50		20	
	能力		30			
	素质		20			
项目二	知识		50		50	
	能力		30			
	素质		20			
项目三	知识		50		30	
	能力		30			
	素质		20			

## 七、教学实施条件

## 1、教学团队

(1) 主讲教师 2 名； 职称要求：中级及以上；

## 2、参考文献与规范

《国际贸易与实务》，黎孝先主编，对外经济贸易大学出版社

《国际贸易与实务》，刘文广主编，高等教育出版社

# 《电子商务法律法规》课程标准

## 1 课程定位

《电子商务法律法规》是电子商务专业的必修课，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。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。《电子商务法律法规》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。

## 2 工作任务和课程目标

### 2.1 工作任务及职业能力

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。

### 2.2 课程目标

根据《电子商务法律法规》课程所面对的工作任务和职业能力要求，本课程的教学目标具体如下：

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。

### 3 教学组织

根据本课程的工作任务与职业能力分析，本课程设计了4个学习单元，具体见表1-2。

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	
第一单元	经济法基础知识	第一章 经济法概述	6	10
		第二章 相关法律知识	4	
第二单元	市场主体法	第三章 个人独资企业法与合伙企业法	4	16
		第四章 公司法	8	
		第五章 企业破产法	4	
第三单元	市场运行法	第六章 合同法	8	18
		第七章 知识产权法	6	
		第八章 市场管理法	4	
第四单元	经济调控监督法	第九章 金融法	4	16
		第十章 票据法	4	
		第十一章 证券法	4	
		第十二章 经济纠纷的解决途径	4	
	合计			50

### 4 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1-6。

表 1-3 第一单元 教学内容与能力要求表

第一单元：经济法基础知识		参考学时：10 学时
项目的任务：掌握经济法的基本概况		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 了解经济法的特征、渊源、法律体系及法律责任。</li> <li>(2) 掌握经济法的概念、调整对象。</li> <li>(3) 掌握经济法律关系的构成要素。</li> </ul>	

	<p>(4) 了解民事主体、代理、诉讼时效的概念、种类。</p> <p>(5) 掌握民事主体、代理、诉讼时效的主要规定。</p> <p>(6) 掌握劳动合同的签订、劳动者权利义务、劳动争议解决</p>
	<p><b>能力目标：</b></p> <p>(1) 界定经济法律关系的构成要素。</p> <p>(2) 解释经济法的调整对象。</p> <p>(3) 识别不同的民事行为能力及代理效力。</p> <p>(4) 区分诉讼时效的中止与中断，正确界定诉讼时效。</p> <p>(5) 正确分析劳动争议案例。</p>
	<p><b>职业素质目标：</b>应用所学，理解我国的市场主体以及其运行过程以及国家对此进行的调控和监管都是由经济法律来规范的，增强、依法经营的观念</p>
<p><b>学习内容：</b></p> <p>(1) 经济法概述；</p> <p>(2) 相关法律知识；</p>	
<p><b>媒介：</b></p> <p>教学课件、黑板、案例、教材。</p>	
<p><b>考核与评价：</b></p> <p>(1) 考核方法：以学生回答问题、课后作业、案例分析及学生参加考核全过程的外在表现</p> <p>(2) 评价标准：优 / 良 / 中 / 及 / 差</p>	

表 1-4 第二单元 教学内容与能力要求表

第二单元：市场主体法		参考学时：16 学时
项目的任务：掌握市场主题法的相关知识		
教 学 目 标	知识目标：  <div><div></div><div>(1) 了解个人独资企业、合伙企业的概念、特征以及设立程序</div><div>(2) 掌握个人独资企业的投资人以及事务管理规定</div><div>(3) 掌握普通合伙企业的财产构成、事务执行、与第三人关系</div><div>(4) 掌握有限合伙企业的特殊规定</div><div>(5) 掌握有限责任公司的设立、组织机构与股权转让</div><div>(6) 掌握股份有限公司的设立、组织机构与股权发行与转让</div></div>	
	能力目标：  <div><div></div><div>(1) 识别个人独资企业的投资人。</div><div>(2) 分析个人独资企业事务管理是否规范。</div><div>(3) 识别合伙企业财产转让效力、事务执行权限、对外代表权以及入伙</div><div>(4) 识别公司设立过程中的违法行为。</div><div>(5) 阐述有限责任公司与股份有限公司的区别。</div><div>(6) 识别公司内部管理中的不规范行为。</div><div>(7) 掌握股份转让的注意事项</div><div>(8) 识别破产界限</div><div>(9) 正确界定债权人会议的职权及议事规则。</div></div>	
	职业素质目标：应用所学，规范设立个人独资企业与合伙企业、明确权利与义务、依法开展经营活动。	
学习内容： <div><div></div><div>(1) 个人独资企业法与合伙企业法；</div><div>(2) 公司法</div><div>(3) 企业破产法</div></div>		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材。		
考核与评价： <div><div></div><div>(1) 考核方法：以学生回答问题、课后作业、案例分析及学生参加考核全过程的外在表现</div><div>(2) 评价标准：优 / 良 / 中 / 及 / 差</div></div>		

表 1-5 第三单元 教学内容与能力要求表

第三单元：市场运行法		参考学时：18 学时
<b>项目的任务：</b> 培养学生使用各类灯光的能力		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 理解《合同法》的基本原则</li> <li>(2) 熟悉买卖合同、借款合同、租赁合同</li> <li>(3) 了解知识产权的概念、范围和特征</li> <li>(4) 掌握商标法、专利权、著作权的基本概念、取得条件</li> <li>(5) 了解违反专利权、商标法、著作权法的法律行为以及责任</li> </ul>
	<b>能力目标：</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 识别合同是否成立；分析合同的效力。</li> <li>(2) 区分不同的担保方式及效力。</li> <li>(3) 识别违反合同的行为及其法律后果。</li> <li>(4) 分职务发明创造与非职务发明创造。</li> <li>(5) 正确界定专利权属、商标权属及著作权属。</li> <li>(6) 解释专利权、商标权授予的条件。</li> <li>(7) 识别不正当竞争行为。</li> <li>(8) 正确分析产品责任的归属及应承担的法律责任。</li> <li>(9) 识别侵犯消费者权益的行为。</li> </ul>
	<b>职业素质目标：</b>	应用合同法基本原理，起草简单合同文书，审核合同效力
<b>学习内容：</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 合同法；</li> <li>(2) 知识产权法；</li> <li>(3) 市场管理法</li> </ul>		
<b>媒介：</b>		
教学课件、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 考核方法：以学生回答问题、课后作业、案例分析及学生参加考核全过程的外在表现</li> <li>(2) 评价标准：优 / 良 / 中 / 及 / 差</li> </ul>		

表 1-6 第四单元 教学内容与能力要求表

第四单元：经济调控监督法		参考学时：16 学时
<b>项目的任务：</b> 掌握金融法、票据法、证券法以及经济纠纷解决		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 了解金融、金融法的概念以及金融法规体系</li> <li>(2) 了解票据的概念、特征</li> <li>(3) 掌握证券发行与上市的主要规定</li> <li>(4) 掌握仲裁的范围以及仲裁协议的效力</li> <li>(5) 掌握证券管理原则、上市公司信息披露、上市公司收购</li> </ul>
	<b>能力目标：</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 识别中国人民银行的职责及宏观调控方式。</li> <li>(2) 识别商业银行的经营范围。</li> <li>(3) 识别有效的票据行为。</li> <li>(4) 解释提示承兑与提示付款期限区别。</li> <li>(5) 区分不同的票据，正确行使票据权利。</li> <li>(6) 识别证券发行与交易过程中的违法行为。</li> <li>(7) 区分股票和公司债券发行与交易的条件。</li> <li>(8) 解释经济法的调整对象。</li> <li>(9) 识别仲裁与行政复议的范围。</li> <li>(10) 解释仲裁与诉讼的区别。</li> </ul>
	<b>职业素质目标：</b>	应用所学知识，识别违反经济调控监督法的行为，自觉遵守
<b>学习内容：</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 金融法</li> <li>(2) 票据法</li> <li>(3) 证券法</li> <li>(4) 经济纠纷解决途径概述</li> </ul>		
<b>媒介：</b>		
教学课件、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 考核方法：以学生回答问题、课后作业、案例分析及学生参加考核全过程的外在表现</li> <li>(2) 评价标准：优 / 良 / 中 / 及 / 差</li> </ul>		

## 5 教学方法与手段

(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、角色扮演法等的形式。

(3) 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。

## 6 考核要求

(1) 考核方式：考试

(2) 期末考核形式：笔试

(3) 成绩评定方案：课程成绩=平时（40%）+期末（60%）

## 7 选用教材和主要参考资料

建议使用清华大学出版的吉文丽主编的《经济法》，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、学生就业特点，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

# 《跨境电商》课程标准

## 1 课程定位

《跨境电商》是高等职业院校电子商务专业的专业基础课。本课程主要培养具有较强职业能力、专业知识和良好职业素质的跨境电商专员。通过本课程的学习，学生能理解跨境贸易电子商务的基本概念、基本政策，熟悉跨境第三方操作

平台规则，掌握跨境电商操作基本工作流程，具备跨境店铺运营管理、客服服务和电商操作技术等业务能力；同时课程的学习将为学生在顶岗实习及毕业后能胜任岗位工作奠定基础。

## 2 工作任务和课程目标

### 2.1 工作任务及职业能力

在工学结合课程建设模式的指导下，首先校企合作分析跨境电商工作过程和工作任务，共同开发岗位职业标准；然后依据职业标准，以职业能力为本位，开发课程标准，设计项目活动载体，编写项目教材；同时，建设双元主体的课程教学团队，在校内外实训基地开展以学生为主体、融“教、学、做、考、创业”为一体、以工作任务驱动的项目教学；最后，实施过程考核与结果考核相结合、校内考核与企业考核相结合、课程考核与创业考核相结合的多样化课程评价体系。

### 2.2 课程目标

根据《跨境电商》课程所面对的工作任务和职业能力要求，本课程的教学目标为：

通过本课程的学习，使学生具备跨境电商技术人员所必需的知识和技能，培养学生严谨的工作作风，提高学生的职业素质，具体如下：

#### （1）知识目标

- 1) 掌握跨境店铺注册操作；
- 2) 熟悉跨境物流与海外仓操作；
- 3) 掌握跨境选品和产品信息化操作；
- 4) 掌握跨境店铺优化及推广操作、接订单、发货；
- 5) 掌握出境报检报关操作、收款、售后服务及客户维护操作等业务操作能力。

#### （2）技能目标

- 1) 熟悉顺利开通跨境电商店铺账号；
- 2) 熟悉熟练设计跨境物流方案、合理选择跨境物流方式；

3) 能制定跨境产品和店铺优化方案、通过合适的方法和渠道在平台内外进行推广 能及时处理订单、提升客户体验感和满意度 能及时处理争议订单,维护老客户、开发新客户。

### (3) 态度目标

- ① 刻苦学习精神——精求技能,听课专注,思维积极,实验独立完成。
- ② 团结协作精神——互相帮助、共同学习、共同达成目标。
- ③ 诚实守信品格——崇尚文明,遵守纪律、为人正直,公道做事。

## 3 教学组织

根据本课程的工作任务与职业能力分析,本课程设计了7个学习项目,其包含38个学习型工作任务,具体见表1-2。



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	基础操作	开通商铺	2	4
		管理产品	2	
项目二	平台规则	注册规则、发布规则、交易规则	2	4
		促销规则、评价规则	2	
项目三	市场选品	站内选品	4	6
		站外选品	2	
项目四	跨境物流	邮政物流介绍	2	6
		专线物流介绍	2	
		海外仓储集货的物流方式	2	
项目五	市场营销	速卖通营销	2	8
		速卖通直通车	2	
		速卖通大促	2	
		品牌打造	2	
项目六	Wish 平台介绍	开通商铺、选品	2	18
		管理产品	4	
		运营与管理	8	
		收款与客户服务	4	
项目七	Ebay 平台介绍	开通商铺、选品	2	14
		管理产品	4	
		运营与管理	6	
		收款与客户服务	2	

#### 4 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 1-9。

项目一：基础操作		参考学时：4 学时
项目的任务：掌握跨境电商平台店铺的注册		
教 学 目 标	知识目标：	（1）掌握开通店铺； （2）掌握店铺管理产品。
	技能目标：	
	态度目标：	（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。
<b>学习内容：</b> （1）注册账号； （2）实名认证； （3）管理产品。		
<b>训练项目：</b>    		
<b>媒介：</b> 教学课件、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b>    		
<b>教师需要的能力：</b> 具备店铺运营的能力。		

表 1-3 项目一 教学内容与能力要求表

表 1-4 项目二 教学内容与能力要求表

项目二：平台规则		参考学时：4 学时
项目的任务：熟悉平台规则		
教 学 目 标	知识目标：	（1）掌握店铺注册规则、发布规则、交易规则； （2）掌握促销规则、评价规则。
	技能目标：	
	态度目标：	（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。
学习内容：		
（1）知识产权规则		
（2）搜索排序规则；		
（3）放款规则、售后规则。		
训练项目：		
媒介：		
教学课件、黑板、案例、教材。		
考核与评价：		
进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
教师需要的能力：		
具备店铺运营的能力及了解平台规则。		

表 1-5 项目三 教学内容与能力要求表

项目三：市场选品		参考学时：6 学时
项目的任务：培养学生掌握市场选品		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握站内选品； （2）掌握站外选品。	
	技能目标：（1）熟练行业选品； （2）熟练类目选品。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）直通车选品； （2）类似网站推荐； （3）参考小语种网站选款； （4）国家站选品。		
训练项目：		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备店铺运营的能力。		

表 1-6 项目四 教学内容与能力要求表

项目四：跨境物流		参考学时：6 学时
项目的任务：掌握国际物流		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握邮政物流特点； （2）掌握海外仓储集货的物流方式。	
	技能目标：（1）熟悉各类物流特点； （2）熟练专线物流。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）邮政物流； （2）商业快递； （3）海外仓集货物流；		
训练项目：		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备店铺运营的能力，了解国内外各物流专线。		

表 1-6 项目五 教学内容与能力要求表

项目五：市场营销		参考学时：8 学时
项目的任务：培养学生跨境电商平台速市场营销		
教 学 目 标	知识目标：	（1）掌握速卖通直通车； （2）掌握速卖通大促； （3）掌握品牌打造。
	技能目标：	
	态度目标：	（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。
<b>学习内容：</b> （1）店铺自主营销； （2）速卖通直通车； （3）速卖通大促； （4） SNS 营销；		
<b>训练项目：</b> 店铺自主营销及速卖通直通车		
<b>媒介：</b> 教学课件、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
<b>教师需要的能力：</b> 具备店铺运营的能力		

表 1-7 项目六 教学内容与能力要求表

项目六：Wish 平台介绍		参考学时：18 学时
项目的任务：wish 平台的运营与管理		
教 学 目 标	知识目标：	(1) wish 平台的运营与管理；
	技能目标：	(1) 掌握开通商铺、选品。 (2) 运营与管理
	态度目标：	(1) 刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2) 良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。
<b>学习内容：</b> (1) 开通商铺、选品； (2) 管理产品； (3) 运营与管理； (4) 收款与客户服务；		
<b>训练项目：</b> 店铺运营		
<b>媒介：</b> 教学课件、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
<b>教师需要的能力：</b> 具备 wish 店铺运营与管理的能力。		

表 1-7 项目七 教学内容与能力要求表

项目七：ebay 平台介绍		参考学时：14 学时
项目的任务：ebay 平台的运营与管理		
教 学 目 标	知识目标：（1）ebay 平台特点； （2）平台的运营与管理	
	技能目标：（1）掌握 ebay 店铺开通、选品。 （2）掌握 ebay 店铺运营与管理	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）开通商铺、选品； （2）管理产品； （3）运营与管理； （4）收款与客户服务；		
训练项目： ebay 平台的运营与管理		
媒介： 教学课件、、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备 ebay 平台的运营与管理。		



## 5 教学方法与手段

(1) 本项目采用精讲多练、边讲边练的教学模式。应注重“教”与“学”的互动，让学生在互动中获得扎实的基础知识、掌握技能。

(2) 应用教学课件、实例引入，项目导向、任务驱动、案例分析进行教学。

(3) 围绕“校企合作、工学结合”的人才培养模式，建设并利用好校内外实习实训基地。

(4) 实行“实战”方式教学。

## 6 考核与评价

成绩主要由平时考核（20%）、实践能力（30%）、阶段考核（20%），期末考核（30%）四部分组成。

为促进教学改革，及时了解教学效果并进行改进，建立多途径、多级别的反馈系统。

## 7 关于教材

教材应依据本课程标准来选取，教材应充分体现以培养预期的职业能力为中心组织课程内容和设计课程教学。

教学资源要丰富，只有在教学中充分利用现代化教学手段和资源，才能在有限的学时内实现课程目标。

推荐教材：

(1) 《跨境电商多平台运营》. 易传识网络科技 主编. 电子工业出版社

(2) 《跨境电商:阿里巴巴速卖通宝典》. 速卖通大学, 电子工业出版社

(3) Ebay 大学: <http://university.ebay.cn/>

(4) 雨果网: <http://www.cifnews.com/>

(5) 1688: <http://page.1688.com/>

# 《电子商务物流管理》课程标准

## 1 课程定位

《电子商务物流管理》课程是电子商务的一门专业课程，它在电子商务专业中居于重要地位。本课程主要内容包括物流的概念、物流的功能与目标、物流与生产及其他流通活动的关系、物流合理化方法、影响电子商务物流系统的因素、电子商务物流系统的建立模式；配送的概念与分类、配送作业方法、配送管理与配送技术；运输方式和运输工具、合理运输方法、运输的组织与管理；库存控制与仓储管理；商品分类与条形码、商品包装、商品检验；物流设施与设备规划；物流与配送系统的作业流程分析与设计、不同类型企业建立电子商务物流与配送系统的方案分析与设计、物流与配送成本管理等。具有很强的可操作性。。

通过本课程的教学，要求学生熟练地、系统地掌握现代物流管理基础知识、基本理论，掌握现代物流管理相关方法和技能，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，为以后从事相关的物流相关工作打好基础。

## 2 工作任务和课程目标

### 2.1 工作任务及职业能力

- (1) 能够跟踪采购进程、组织实施采购方案、进行采购谈判；
- (2) 能够对供应商进行评估、分类、选择能够估算采购成本；
- (3) 能够进行入库作业、搬运作业、储存作业、盘点作业、出货作业管理、流通加工管理；
- (4) 能够组织实施公共仓储业务、合同仓储业务；
- (5) 能够分析库存状况、制定库存管理计划、合理地控制库存；
- (6) 能够编制分拣、配送作业计划，能够进行配送设备、设施的维护和更新管理，能够优化配送线路；
- (7) 能够组织人员实施配送作业；

- (8) 能够对各种运输方式进行比较, 对各种运输工具进行选取;
- (9) 能够进行运输工具配载, 能够优化运输路线, 能够选择合理的运输方式;
- (10) 能够根据生产需要选择物流设备、设施, 能够进行生产物流系统的布局和设计;
- (11) 能够根据企业生产特点选择生产物流模式;
- (12) 能够运用各种方法进行数据采集, 能够利用 POS 系统;
- (13) 能够运用各种数据采集设备采集物品信息;

## 2.2 课程目标

根据《电子商务物流管理》课程所面对的工作任务和职业能力要求, 本课程的教学目标为: 通过任务驱动型的项目活动培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力, 使学生掌握物流运输管理的基本知识与物流运输作业与管理的基本技能, 初步形成一定的学习能力和课程实践能力, 并培养学生诚实、守信、善于沟通和合作的团队意识, 及其环保、节能和安全意识, 提高学生各专门化方面的职业能力, 并通过理论、实训、实习相结合的教学方式, 边讲边学, 结合不同运输方式拓展情景教学的作用空间, 把学生培养成为具有良好职业道德的、具有物流运输管理理论和实践能力的、具有可持续发展能力的高素质高技能型电子商务物流专门人才, 以适应市场对电子商务人才的需求。具体如下:

### (1) 知识目标

- 1) 电子商务物流基础
- 2) 电子商务仓储管理
- 3) 电子商务运输管理
- 4) 电子商务物流配送管理
- 5) 第三方物流管理和新型物流
- 6) 电子商务与供应链管理
- 7) 国际物流
- 8) 电子商务物流信息技术

### 9) 电子商务物流法律知识

#### (2) 技能目标

1) 理解电子商务与物流管理的联系及电子商务环境中物流管理的特点，熟练掌握电子商务物流的基本原理和方法，

2) 熟悉供应链管理和相关信息技术，具备运用所学理论知识对现实物流活动进行案例分析的能力。

#### (3) 态度目标

1) 语言表达、社会交往和沟通能力；

2) 具有良好的职业道德和身心素质以及创新能力；

3) 具有敬业、吃苦耐劳的精神；

4) 具有团队意识及妥善处理人际关系的能力；

5) 工作中与他人的合作、交流与协商能力。

6) 按规范办事、批评与自我批评能力。

## 3 教学组织

根据本课程的工作任务与职业能力分析，本课程设计了9个学习项目，其包含31个学习型工作任务，具体见表1-1。

表 1-1 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	工作基础	认识物流	1	4
		物流网络的规划	1	
		物流模式的选择	2	
项目二	仓储管理	仓储管理与设施	2	8
		包装	4	
		装卸与搬运	2	
项目三	运输管理	运输的概念和功能	2	10
		物流线路	2	
		运输设施与设备	2	
		运输合理化	4	
项目四	配送管理	物流配送基础	2	8
		配送中心和工作流程	2	
		物流配送方案设计和评估	2	

		流通加工	2	
项目五	第三方物流管理和新型物流	第三方物流的概念和特点	1	4
		第三方物流管理决策	2	
		新型物流	1	
项目六	供应链管理	供应链管理基础知识	2	6
		供应链的结构和设计	2	
		供应链管理中的实施	2	
项目七	国际物流	国际物流概述	2	6
		国际物流报关报检过程	2	
		国际货运运输保险	2	
项目八	物流信息技术	物流信息技术概述	2	10
		条形码技术、射频技术	2	
		电子数据交换	2	
		GPS /GIS 技术	2	
		信息管理系统软件	2	
项目九	物流法律知识	货物运输合同分类	2	6
		运输合同法律知识	2	
		运输合同纠纷诉讼实务	2	

## 4 教学内容与能力要求

各项目的教学内容与能力要求见表 1-2——表 1-10。

表 1-2 项目一 教学内容与能力要求表

项目一：工作基础		参考学时：4 学时
项目的任务：掌握电子商务环境下物流网络的规划原理和物流模式选择。		
教 学 目 标	知识目标：（1）电子商务环境下物流网络的规划原理 （2）物流模式选择	
	技能目标：用自己的话表述电子商务与物流的关系	
	态度目标：（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）规划物流中心 （2）规划物流节点 （3）物流模式选择 （4）仓储的功能和分类		

<b>训练项目：</b> 为了帮助学生理解，可利用教学辅助资料：配套练习题。以讲述为主结合学生课堂讨论的方法进行本部分教学。
<b>媒介：</b> 多媒体教学软硬件、网络环境、相关数据。
<b>考核与评价：</b> 计入平时成绩和实训成绩
<b>教师需要的能力：</b> 教师资格，对话表达与心理辅导，经济学知识，英语知识，使用媒体及网络技术，读书、写作、研究及物流管理合理化的能力。

表 1-3 项目二 教学内容与能力要求表

项目二：仓储管理		参考学时：8 学时
<b>项目的任务：</b> 能够认识和理解仓储管理的基本概念、原理、功能和分类，认识仓储设施与设备、包装要素、装卸搬运的功能特点，学会包装的基本技法和装卸搬运的合理化方法。		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b> （1）掌握仓储设施与设备、包装要素、装卸搬运的功能特点； （2）掌握包装的基本技法和装卸搬运的合理化方法。	
	<b>技能目标：</b> 学会包装的基本技法、仓储设施与设备的使用及装卸搬运的合理化	
	<b>态度目标：</b> （1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事	
<b>学习内容：</b> （1）包装要素 （2）装卸搬运的功能特点 （3）包装的基本技法 （4）装卸搬运的合理化方法。		
<b>训练项目：</b> 让学生模拟物流公司工作，要求各组（各物流公司）通过进行模拟仓储管理与库存控制，并小组讨论		
<b>媒介：</b> 多媒体教学软硬件、网络环境、视频资料、相关数据		

**考核与评价：**

计入平时成绩和实训成绩

**教师需要的能力：**

教师资格，对话表达与心理辅导，经济学知识，英语知识，使用媒体及网络技术，读书、写作、研究及物流管理合理化的能力。

表 1-4 项目三 教学内容与能力要求表

项目三：运输管理		参考学时：10 学时
项目的任务：运输线路及适用的运输设备，学会电子商务环境下运输合理化的方法		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握运输线路及适用运输设备； （2）掌握电子商务环境下运输合理化方法。	
	技能目标：运输设备的合理化使用及运输路线的设计	
	态度目标：（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事	
学习内容： （1）运输的概念和功能 （2）掌握运输线路 （3）哪些线路适用哪些运输设备 （4）电子商务环境下运输合理化的方法		
训练项目： 通过某个公司的物流运输项目训练，选择物流运输设备及设计物流运输路线		
媒介： 多媒体教学软硬件、网络环境、视频资料、相关数据		
考核与评价： 计入平时成绩和实训成绩		
教师需要的能力： 教师资格，对话表达与心理辅导，经济学知识，英语知识，使用媒体及网络技术，读书、写作、研究及物流管理合理化的能力。		

表 1-5 项目四 教学内容与能力要求表

项目四：配送管理		参考学时：8 学时
项目的任务：对电子商务物流配送进行简单方案设计		
教 学 目 标	知识目标：（1）了解物流配送流程，对电子商务物流配送进行简单方案设计 （2）了解电子商务物流配送评估的内容和方法 （3）知道流通加工的原因、形式和如何进行合理化配置。	
	技能目标：进行物流配送方案设计	
	态度目标：（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事	
学习内容： （1）物流配送的基础和流程。 （2）电子商务物流配送方案设计 （3）电子商务物流配送评估的内容和方法 （4）流通加工的原因、形式		
训练项目： 到本地的物流中心参观并能针对物流中心配送及流通加工的优缺点写出报告		
媒介： 多媒体教学软硬件、网络环境、视频资料、相关数据		
考核与评价： 计入平时成绩和实训成绩		
教师需要的能力： 教师资格，对话表达与心理辅导，经济学知识，英语知识，使用媒体及网络技术，读书、写作、研究及物流管理合理化的能力。		



表 1-6 项目五 教学内容与能力要求表

项目五：第三方物流管理和新型物流		参考学时：4 学时
项目的任务：掌握第三方物流管理决策，了解新型物流知识		
教 学 目 标	知识目标：	（1）第三方物流特点及管理决策； （2）新型物流
	技能目标：	
	态度目标：	（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事
<b>学习内容：</b> （1）第三方物流的概念 （2）第三方物流的特点 （3）第三方物流管理决策 （4）新型物流知识		
<b>训练项目：</b> 让学生模拟物流公司工作，要求各组（各物流公司）通过根据自身情况，选择适合的运作模式，并小组讨论。		
<b>媒介：</b> 多媒体教学软硬件、网络环境、视频资料、相关数据		
<b>考核与评价：</b> 计入平时成绩和实训成绩		
<b>教师需要的能力：</b> 教师资格，对话表达与心理辅导，经济学知识，英语知识，使用媒体及网络技术，读书、写作、研究及物流管理合理化的能力。		

表 1-7 项目六 教学内容与能力要求表

项目六：供应链管理		参考学时：6 学时
<b>项目的任务：</b> 掌握供应链的设计的具体方法及电子商务在供应链管理中的实施方法		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b>	（1）掌握供应链设计的具体方法 （2）掌握电子商务在供应链管理中的实施办法
	<b>技能目标：</b>	企业的电子商务供应链方案设计。
	<b>态度目标：</b>	（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事
<b>学习内容：</b> （1）供应链管理基础知识 （2）学会供应链的设计的具体方法 （3）电子商务在供应链管理中的实施方法；		
<b>训练项目：</b> 上网查找有关供应链管理的案例并进行分析		
<b>媒介：</b> 多媒体教学软硬件、网络环境、视频资料、相关数据		
<b>考核与评价：</b> 计入平时成绩和实训成绩		
<b>教师需要的能力：</b> 教师资格，对话表达与心理辅导，经济学知识，英语知识，使用媒体及网络技术，读书、写作、研究及物流管理合理化的能力。		

表 1-8 项目七 教学内容与能力要求表

项目七：国际物流		参考学时：6 学时
<b>项目的任务：</b> 掌握报关流程设计，及学会计算国际货运的费用和索赔		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b> （1）掌握国际物流的报关报检过程； （2）掌握国际货运的费用和索赔	
	<b>技能目标：</b> 会申请国际的报关检验及计算国际货运费用及赔偿规定。	
	<b>态度目标：</b> （1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事	
<b>学习内容：</b> （1）国际物流的基本知识 （2）国际物流的报关报检过程 （3）掌握报关流程设计		
<b>训练项目：</b> 到某个国际货代公司参观并了解报关报检流程及货运费用的计算准则		
<b>媒介：</b> 多媒体教学软硬件、网络环境、视频资料、相关数据		
<b>考核与评价：</b> 计入平时成绩和实训成绩		
<b>教师需要的能力：</b> 教师资格，对话表达与心理辅导，经济学知识，英语知识，使用媒体及网络技术，读书、写作、研究及物流管理合理化的能力。		

表 1-9 项目八 教学内容与能力要求表

项目八：物流信息技术		参考学时：10 学时
<b>项目的任务：</b> 学会使用条形码技术，了解射频技术、电子商务数据交换、GPS/GIS 技术和信息管理系统软件的基本概念和相关应用		
教 学 目 标	<b>知识目标：</b>	（1）掌握条形码技术； （2）掌握射频技术、GPS 技术； （3）掌握信息管理系统的相关应用
	<b>技能目标：</b>	会使用信息管理系统软件
	<b>态度目标：</b>	（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事
<b>学习内容：</b> （1）物流信息的基本概念 （2）条形码技术 （3）解射频技术 （4）电子商务数据交换 （5）GPS/GIS 技术 （6）信息管理系统软件		
<b>训练项目：</b> 到物流企业实际考察所用的物流信息技术并写出考察报告		
<b>媒介：</b> 多媒体教学软硬件、网络环境、视频资料、相关数据		
<b>考核与评价：</b> 计入平时成绩和实训成绩		
<b>教师需要的能力：</b> 教师资格，对话表达与心理辅导，经济学知识，英语知识，使用媒体及网络技术，读书、写作、研究及物流管理合理化的能力。		

表 1-10 项目九 教学内容与能力要求表

项目九：物流法律知识		参考学时：6 学时
项目的任务：掌握货物、公路、铁路、水路货物运输合同的法律知识		
教 学 目 标	知识目标：	（1）掌握货物、公路、铁路、水路、空运货物运输合同法律知识 （2）掌握合同出现纠纷时的处理方式
	技能目标：	
	态度目标：	（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事
学习内容： （1）货物、公路、铁路、水路货物运输合同的法律知识 （2）航空货物运输合同的法律知识 （3）运输合同纠纷诉讼		
训练项目：		
媒介： 多媒体教学软硬件、网络环境、视频资料、相关数据		
考核与评价： 计入平时成绩和实训成绩		
教师需要的能力： 教师资格，对话表达与心理辅导，经济学知识，英语知识，使用媒体及网络技术，读书、写作、研究及物流管理合理化的能力。		

## 5 教学方法与手段

以学生为主体，以能力为本位，以任务为驱动。学生为主体是前提，能力为本位是目标，任务为驱动是手段。主要采用：

（1）教师讲授：教师讲授以本课程标准为指南，结合教材和电子教案，通过讲解、答疑等方式培养学生独立思考、解决问题的能力。

（2）学生自学：自学内容包括阅读教材、观看录像，查找资料，以及独立完成作业、小论文；除此之外，还有自我练习（含答案）题库和推荐学习参考书目，供学生自我提高。

（3）习题教学：习题教学是检验、巩固、应用所学知识的重要手段。在教学过程中，教师结合教学进度、教学重点和难点，安排适当的习题训练，并对习题中的问题进行指导。

（4）实践教学：通过课堂讨论、案例分析、课程论文设计、社会调研等方式进行。在每章教学过程中都给学生进行案例分析和现实问题课堂讨论，学习可事先上网查寻有关题目和参考资料。

## 6 考核与评价

成绩主要由平时考核（10%）、阶段考核（30%），期末考核（60%）四部分组成。

为促进教学改革，及时了解教学效果并进行改进，建立多途径、多级别的反馈系统。

（1）不同对象：学生直接反馈、小组反馈、班级反馈，强调学生直接反馈。

（2）不同途径：对话、问卷、网络媒体等。

## 7 说明与建议

### 7.1 课程标准的设计思路

根据课程设计理念，我们确立《电子商务与物流管理》课程的设计思路：以电子商务企业的物流管理相关工作岗位的任职要求和职业能力为导向，以物流企业的电子商务管理相关工作岗位的任职要求和职业能力为拓展，彻底打破原有的理论教学体系，建立工学结合教学体系，突出课程的应用性、实践性和操作性。

培育学生具备电子商务企业物流管理 6R 职业素养，电子商务企业物流管理 6R（Right Product, Right Time, Right Quantity, Right Quality, Right Status, Right Place）要求是指正确的产品能够在正确的时间、按照正确的数量、正确的质量和正确的状态送到正确的地点，并实现总成本最小。一流的员工来自一流的职业素养，我们重点培育学生具备物流管理 6R 服务规范的职业素养，处处以成本为核心做好物流管理，爱岗敬业，为企业创造利润，为自己赢得机会。

## 7.2 关于教材

教材应依据本课程标准来选取，教材应充分体现以培养预期的职业能力为中心组织课程内容和设计课程教学。

教学资源要丰富，只有在教学中充分利用现代化教学手段和资源，才能在有限的学时内实现课程目标。

推荐教材：

- （1）《电子商务物流管理与实训》，章承林，经济科学出版社
- （2）《电子商务物流管理》，俞立平，化学工业出版社
- （3）《电子商务与现代物流》，郑承志，东北财经大学出版社

# 《淘宝美工》课程标准

## 1 课程定位

《淘宝美工》课程是电子商务专业的一门专业课程，随着电子商务的快速发展，网商企业竞争激烈，网店的视觉效果是使自己的网店在众多商家中脱颖而出的必要手段，因此美工后期在现在电子商务当中是一个非常重要的环节。该门课程是一门综合性、实践性很强的职业岗位能力课程。

通过本课程的学习，培养学生掌握 photoshop 软件的相关操作、应用软件处理图片，掌握色彩设计理论、平面设计理论的灵活应用，网店风格与色彩搭配，网店促销广告设计等。训练和培养学生综合的思维方法及分析问题和解决问题的能力，培养学生运用所学的理论知识解决实际问题的能力，同时课程的学习将为学生在顶岗实习及毕业后能胜任岗位工作奠定基础。

## 2 工作任务和课程目标

### 2.1 工作任务及职业能力

工作任务及职业能力见表 1-1。

### 2.2 课程目标

根据《淘宝美工》课程所面对的工作任务和职业能力要求，本课程的教学目标为：

通过本课程的学习，使学生具备电商美工人员所必需的知识和技能，培养学生严谨的工作作风，提高学生的职业素质，具体如下：

#### （1）知识目标

- 1) photoshop 软件基础；
- 2) 色彩设计理论；
- 3) 平面设计理论；
- 4) 店铺风格与色彩搭配理论。

表 1-1 工作任务与职业能力分析表

工作领域	职业能力	学习项目
电商美工	具有 Photoshop 软件操作的能力	Photoshop 基础操作
	具有图片处理的能力	Photoshop 相关工具综合使用
	具有版面设计能力	平面构成、色彩构成、版式设计
	具有电商店铺装修能力	平面设计
	具有电商广告设计能力	平面设计

#### （2）技能目标

- 1) 熟练应用软件处理图片；
- 2) 具备电商店铺装修与页面设计的能力；
- 3) 具备电商店铺促销广告设计的能力。

#### （3）态度目标

- ① 刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极，实验独立完成。



- ② 良好设计理念——设计有个性化、有创意、构图精美。
- ③ 团结协作精神——互相帮助、共同学习、共同达成目标。
- ④ 诚实守信品格——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。

### 3 教学组织

根据本课程的工作任务与职业能力分析，本课程设计了 8 个学习项目，其包含 29 个学习型工作任务，具体见表 1-2。

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	走进网店装修	网店装修的重要性	1	2
		网店美工必备技能要求	1	
项目二	了解网店照片	网店照片拍摄与编辑的意义	1	4
		网店照片的基本特征和要求	2	
		网店照片的常见问题	1	
项目三	图片素材规划	产品主图规划	2	6
		描述页图片素材内容	2	
		图片拍摄规划	2	
项目四	商品图片美化	Photoshop 简介、常用基本操作	1	34
		了解图层含义	2	
		裁剪照片的最佳比例	2	
		照片抠图技巧	6	
		美化商品照片	6	
		调出精美照片	6	
		制作图片水印	4	
		图像合成	4	
项目五	设计理论在网店美工中的应用	色彩设计理论在网店美工中的应用	4	8
		平面设计理论在网店美工中的应用	4	
项目六	网店广告制作	广告设计流程	4	12
		广告环境图片尺寸	4	
		字体与排版	4	
项目七	店铺装修（页面）设计	页面文件、背景	4	22
		950 招牌	4	
		750 快速分类导航	2	
		客服、公告	4	
		自定义栏	2	
		大图商品展示	4	
		页尾	2	
项目八	图片切片与分类	图片切片、保存、分类	2	2
总 计			90	

#### 4 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 1-9。

表 1-3 项目一 教学内容与能力要求表

项目一：走进网店装修		参考学时：2 学时
项目的任务：店铺装修的重要性		
教 学 目 标	知识目标：	（1）掌握店铺装修的重要性； （2）网店美工必备技能要求。
	技能目标：	
	态度目标：	（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。
<b>学习内容：</b> （1）网店装修重要性； （2）网店美工技能要求。		
<b>训练项目：</b>          		
<b>媒介：</b> 教学课件、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（对知识技能考核）		
<b>教师需要的能力：</b> 熟悉电商行业及美工专业技能。		

表 1-4 项目二 教学内容与能力要求表

项目二：了解网店照片		参考学时：4 学时
项目的任务：网店照片的基本特征和要求		
教 学 目 标	知识目标：	（1）网店照片拍摄与编辑的意义； （2）网店照片的基本特征和要求； （3）网店照片的常见问题
	技能目标：	
	态度目标：	（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。
学习内容：		
（1）网店照片拍摄与编辑的意义； （2）网店照片的基本特征和要求； （3）网店照片的常见问题。		
训练项目：		
媒介：		
多媒体、黑板、案例、教材。		
考核与评价：		
进行目标考核（对知识技能考核）		
教师需要的能力：		
熟悉电商行业及美工专业技能。		

表 1-5 项目三 教学内容与能力要求表

项目三：图片素材规划		参考学时：6 学时
项目的任务：培养学生图片规划		
教 学 目 标	知识目标：	（1）产品主图规划； （2）描述页图片素材规划。
	技能目标：	（1）图片拍摄规划。
	态度目标：	（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。
<b>学习内容：</b> （1）产品主图规划； （2）描述页图片素材规划； （3）拍摄前期； （4）拍摄后期； （5）完成交付。		
<b>训练项目：</b> （1）拍摄前期规划与沟通（了解商品、风格、制定方案等）； （2）拍摄后期规划与沟通；		
<b>媒介：</b> 多媒体、黑板、案例操作、教材。		
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
<b>教师需要的能力：</b> 熟悉电商行业及美工专业技能。		

表 1-6 项目四 教学内容与能力要求表

项目四：商品图片美化		参考学时：34 学时
项目的任务：商品图片处理与美化		
教 学 目 标	知识目标：（1）Photoshop 简介、常用基本操作； （2）了解图层含义。	
	技能目标：（1）裁剪照片的最佳比例； （2）照片抠图技巧； （3）美化商品照片； （4）调出精美照片； （5）制作图片水印； （6）图像合成。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）矩形、椭圆形选区抠图； （2）多边形套锁抠图； （3）单色背景、通道、钢笔抠图； （4）污点修复画笔工具、画笔工具、图章工具、内容识别； （5）色阶、曲线调整亮度，偏色图片调整，色相饱和度，清晰图片		
训练项目： （1）抠图练习； （2）照片色调调整； （3）水印制作。		
媒介： 多媒体、黑板、案例演示、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备美工基本技能。		

表 1-7 项目五 教学内容与能力要求表

项目五：设计理论在网店美工中的应用		参考学时：8 学时
项目的任务：色彩、平面设计理论在网店美工中的应用		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握色彩设计理论；	
	（2）掌握平面设计理论；	
	技能目标：色彩、设计理论的灵活应用。	
	态度目标：(1) 刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2) 良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容：  （1）色彩理论基础；  （2）色彩搭配与风格呈现；  （3）平面设计理论基础；  （4）平面设计与风格呈现。		
训练项目：  （1）色彩对风影响的训练；  （2）平面构成训练。		
媒介：  多媒体、黑板、案例、教材。		
考核与评价：  进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力：  具备平面理论知识及平面设计能力。		

项目六：广告制作		参考学时：12 学时
项目的任务：网店广告设计		
教 学 目 标	知识目标：（1）网店广告设计流程； （2）广告环境图片尺寸。	
	技能目标：（1）文字与排版	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）字体设计； （2）字体排版； （3）板式设计； （4）广告语组织； （5）图片选择与视觉冲击力。		
训练项目： （1）字体设计与排版； （2）板式设计； （3）图片的选择与视觉冲击力。		
媒介： 多媒体、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备平面理论知识及平面设计能力。		

表 1-8 项目六 教学内容与能力要求表



表 1-9 项目七 教学内容与能力要求表

项目七：店铺装修（页面）设计		参考学时：22 学时
项目的任务：网店装修（页面）设计		
教 学 目 标	知识目标：网店中页面文件、背景、950 招牌、页尾等各部分作用于	
	技能目标：（1）会制作景观效果图。	
	态度目标：(1)刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 (2)良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容：  （1）页面文件、背景的选择与制作 （2）950 招牌设计 （3）大图商品展示设计 （4）网店各部分参数及功能（页尾、客服、公告栏、自定义栏等）		
训练项目：  （1）950 招牌设计 （2）大图商品展示设计		
媒介：  多媒体、黑板、案例、教材。		
考核与评价：  进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
教师需要的能力：  具备平面理论知识及平面设计能力，熟悉网店装修。		

表 1-10 项目八 教学内容与能力要求表

项目八：图片切片与分类		参考学时：2 学时
项目的任务：网店装修（页面）设计		
教 学 目 标	知识目标：图片切片	
	技能目标：（1）图片切片、分类	
	态度目标：（1）刻苦学习精神——精求技能，听课专注，思维积极、独立完成实验。 （2）良好职业行为——崇尚文明，遵守纪律、为人正直，公道做事。	
学习内容： （1）图片切片、保存 （2）文件分类		
训练项目： （1）图片切片、保存 （2）文件分类		
媒介： 多媒体、黑板、案例演示、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备 Photoshop 软件能力，熟悉网店装修。		

## 5 教学方法与手段

（1）本项目采用精讲多练、边讲边练的教学模式。应注重“教”与“学”的互动，让学生在互动中获得扎实的基础知识、掌握技能。

（2）应用教学课件、实例引入，项目导向、任务驱动、案例分析进行教学。

（3）围绕“校企合作、工学结合”的人才培养模式，建设并利用好校内外实习实训基地。

## 6 考核与评价

成绩主要由平时考核（20%）、实验能力（20%）、阶段考核（30%），期末考核（30%）四部分组成。

为促进教学改革，及时了解教学效果并进行改进，建立多途径、多级别的反馈系统。

（1）不同对象：学生直接反馈、小组反馈、班级反馈，强调学生直接反馈。

（2）不同途径：对话、问卷、网络媒体等。

## 7 说明与建议

### 7.1 课程标准的设计思路

《淘宝美工》是高职高专电子商务专业毕业后从事美工岗位必须掌握的技能。因此，本课程在电子商务专业处于非常重要的地位，是专业技能核心课程和必修课程。

本课程立足于职业能力的培养，打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以预期的职业能力为中心组织课程内容和课程教学，让学生在完成具体训练的过程中来发展职业能力。经过教师与行业、企业专家深入、细致、系统的分析，本课程最终确定了8个教学项目。这些项目循序渐进的对学生进行职业能力的培养，其理论知识的选取紧紧围绕培养相应的职业能力的需求来进行，在教学过程中利用校企合作让学生得到实战性的锻炼。教学过程中以工作任务为中心，学生的训练任务联系企业订单，将不同类型的知识综合起来，实现理论与实践的一体化，有利于培养学生的综合应用技能，以便有效地完成工程施工岗位上相应的工作任务。

按照情境学习理论的观点，只有在实际情境中学生才可能获得真正的职业能力，并获得理论认知水平的发展，因此本课程在图片处理、网店装修等学习内容方面充分利用现场演示现场实践的教学方式，实施案例教学、任务驱动、讲练结合的模式，以企业订单项目为任务，进行技能训练。教学效果评价采取过程评价与结果评价相结合的方式，重点评价学生的工作态度和技能水平。

### 7.2 关于教材

教材应依据本课程标准来选取，教材应充分体现以培养预期的职业能力为中心组织课程内容和设计课程教学。

教学资源要丰富，只有在教学中充分利用现代化教学手段和资源，才能在有限的学时内实现课程目标。

推荐教材：

- (1) 《网店商品拍摄与图片处理》. 谢新华主编. 人民电邮出版社. 2015. 4
- (2) 《电商精英系列教程：网店美工实操》. 淘宝大学. 电子工业出版社. 2013. 1
- (3) 《淘宝天猫网店设计从入门到精通》. 创锐设计 主编. 人民电邮出版. 2015

## 《新媒体与网络营销》课程标准

### 一、课程概述

#### (一) 制定依据

本标准依据《电子商务专业（新媒体与网络营销方向）人才培养方案》中的人才培养规格要求和对《新媒体与网络营销》课程教学目标要求而制定。用于指导其课程教学与课程建设。

#### (二) 课程的性质与地位

本课程是高等职业技术学院电子商务专业的专业技术课程。本课程的任务是使学生通过通过本课程的学习使学生掌握新媒体环境的项目策划与项目创意技术，实现解决完整项目的策划与创意能力，毕业后可从事媒体策划制作、产品包装策划、栏目策划设计、企事业单位的宣传部门从事策划师等多个工作岗位等工作。

序号	后续课程名称	需要本课程支撑的主要能力
1	栏目包装实训	需要本课程提供设计技术基础方面的能力。
2	数字互动媒体项目实训	需要本课程提供设计方面的综合知识。

作。

### （三）课程设计思路

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

### （四）课程内容选取的依据

一是以就业为导向，瞄准媒体、产品、网络项目策划人才市场需；二是为“栏目包装实训”和“数字新媒体项目实训”职业能力课程奠定技术基础；三是按照项目选取课程内容和组织教学，不求学科体系的完整，强调课程内容的应用性和需求性。将课程划分为三个学习情境。把针对网络媒介媒体的微型电影策划与制作、针对数字电视、网络电视的产品推广策划与制作、针对手机、自媒体、流媒体的产品推广策划与制作作为课堂教学项目引入课程，加强岗位综合技能和技巧的训练，使学生能够操作熟练、举一反三。

### 1. 学习情境中的知识点与现实密切相关

学习情境中的知识点必须与学生现实生活密切相关，以激发他们的学习兴趣。

### 2. 学习领域课程设计基于认知规律，从简单到复杂

学习型的知识点，基于认知规律，从简单到复杂。学习任务在包含前一个任务的基础上增加知识点，难度层层推进，有序实现教学目标。

### 3. 注重学生的可持续发展能力

### 4. 课程结构是静态的，教学载体是动态的、开放的

在确定课程内容时，各个载体包含的知识点是静态的，老师或学校可根据自己的情况选择合适的载体。

## 二、课程目标

### （一）总目标

能够利用相关软件为辅助结合到项目策划与项目设计中，具备解决方案的策划与设计技能。根据针对的新媒体制作微型视频、微型电影、产品宣传片、产品推介策划、栏目包装策划等作品。

### （二）分目标

#### 1. 知识目标

（1）掌握新媒体策划的基本概念、基本原理；

（2）掌握新媒体设计的基本概念、含义、原理；

（3）掌握数字新媒体、网络新媒体、自媒体、流媒体等新兴媒体的传播方式、特点及发展趋势。

#### 2. 学生专业能力目标

（1）熟练地运用相关软件制作相应目标产品、目标作品并有效结合到项目方案策划设计中；

（2）培养学生主动搜集素材、阅读资料和利用资源的能力；

（4）培养学生的自学自主能力及创新能力；

（5）能够根据要求制作出用户满意的各类产品、方案。

#### 3. 方法能力和社会能力目标

（1）热爱影视制作艺术，对待工作精益求精，具有吃苦耐劳的精神；

- (2) 具有较好的团队合作精神，严于律己，宽以待人，善于交流沟通；
- (3) 自学能力强，紧跟技术发展的最新动态，对工作中遇到的挫折和困难不畏惧，能够主动寻求解决总是的方法；
- (4) 社会责任心和环境保护；
- (5) 具备良好的人文科学素养；
- (6) 具有决策能力和执行能力；
- (7) 利用网络、文献等获取信息的能力；
- (8) 自我控制与管理能力；
- (9) 制定工作计划的能力；
- (10) 评估工作结果（自我、他人）的能力。

### 三、课程教学内容与学时安排

序号	项目	工作任务	知识点	技能要求	学时
1	基础技能	创意原理与基本方法	1、创意的原理； 2、创意的基本方法；	1、理解创意的原理 2、理解创意的过程及方法	2
2		策划的原理及基本方法	1、策划的原理 2、策划的原则与基本方法 3、现代策划的理论依据	理解策划的方法及过程	2
3		媒体的创意与策划	1、媒介与媒体 2、媒体革命：从新媒体到自媒体 3、媒体创意与策划	能理解媒介的作用，并使用各种媒介来传播、表达产品、作品。	4
4		图书的创意与策划	1、图书选题的创意与策划 2、图书宣传的创意与策划 3、图书编辑的创意与策划 4、图书制作的创意与策划 5、图书营销的创意与策划	1、理解图书的创意与策划方法、方式 2、能够利用相关软件及资料、信息策划设计图书相关项目	8
5	技术技能	广播的策划与设计	1、新闻类广播节目策划与创意 2、服务类节目创意与策划 3、综艺类节目创意与策划	1、掌握针对广播行业的策划与设计技能 2、理解广播行业不同类型节目、项目特点及区别	16

6		电视的策划与创意	1、 电视节目的策划与创意 2、 电视栏目的策划与创意 3、 电视频道的策划与创意	1、 掌握电视栏目、节目的策划及创意技能 2、 理解电视栏目的特点	16
7		新媒体、流媒体、自媒体的策划与创意	1、 手机媒体概述 2、 手机媒体服务、运营、策划与创意 3、 流媒体概述 4、 流媒体内容创意与策划 5、 自媒体概述 6、 自媒体内容策划与创意	1、 掌握对新媒体、流媒体、自媒体的项目、产品等得策划与创意技能 2、理解不同新媒体类型的特点，传播方式、媒介。	16
合计					64

#### 四、教学实施

##### （一）师资要求

1. 从事本课程教学的专任教师，应具备以下相关知识、能力和资质：

1）具备电子商务类专业大学本科以上学历（含本科），并接受过职业教育教学方法论的培训，具备高校教师资格。

2）从事实践教学的主讲教师要具备在影视企业实际参与开发产品的经历。

3）具备 PS、PR、AE 等作品制作方面的相关知识。

4）具备教学组织、管理及协调能力。

2. 从事本课程教学的兼职教师，应具备以下资质：

1）应具有一定的普通话基础，并掌握一定的教学、教育相关知识，在进行示范性教学时，能充分表达所教学的内容。

2）在相关企业从事 3 年以上产品开发、策划与设计的实践工作。

##### （二）教材及参考资料

教材的编写要体现课程的性质、价值、基本理念、课程目标以及内容标准。

1. 打破传统的学科教材模式，以本课程标准为依据进行教材编写。

2. 校企联合编写教材，教材编写以校企合作、理实一体化培养高技能人才的要求为目标，注重能力本位的原则，力求突出“理论够用、重在实操”和“简单明了、方便实用”的特色，内容应具有较强的应用性和针对性，编写的目的主要



是为了培养具有良好职业道德、具有一定理论知识、具有较强操作和实践能力、具有可持续发展能力的、为用人影视企业所欢迎的高技能非线性编辑人才。

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

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

5. 建议为教材配置专门的多媒体光盘，以满足教学的需要和学生的自学。

序号	教材名称	主编	出版社
1	媒体创意与策划（第2版）	陈著	中国传媒大学出版社
参考资料			
1	媒体创意策划与营销实务	张伟武	三晋出版社
2	广播电视创意与策划	宫承波	中国广播电视出版社

#### （四）教学方法

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

#### （五）教学评价

学生学习要教师评价和学习者互评相结合、过程评价和结果评价相结合、课内评价和课外评价相结合、理论评价和实践评价相结合、校内评价和校外评价相结合。改革考核手段和方法，加强实践性教学环节的考核，可采用形成性评价和终结性评价相结合的考核方法。

##### 1. 形成性评价

形成性评价是教学的重要组成部分和推动因素。形成性评价的任务是对学生日常学习过程中的表现、所取得的成绩以及所反映出的情感、态度、策略等方面的发展做出评价。其目的是激励学生学习，帮助学生有效调控自己的学习过程，使学生获得成就感，增强自信心，培养合作精神。形成性评价有利于学生从被动接受评价转变成为评价的主体和积极参与者。为了使评价有机地融入教学过程，应建立开放、宽松的评价氛围，以测试和非测试的方式以及个人与小组结合的方式进行评价，鼓励学生与教师共同参与评价，实现评价主体的多元化。形成性评价的形式可有多种，如课堂学习活动评比、学习效果自评、问卷调查、访谈、平时测验等。

形成性评价可采用描述性评价、等级评定或评分等评价记录方式。无论何种方式，都应注意评价的正面鼓励和激励作用。教师要根据评价结果与学生进行不同形式的交流，充分肯定学生的进步，鼓励学生自我反思、自我提高。按照评价标准从“工作质量、工作速度、产品开发与创新设计基础知识、学习态度、社会行为、职业价值观”等方面评价学生表现，重点关注以下方面：

(1) 正确理解新兴媒体策划与创意设计的本质，熟悉设计制作的流程。

(2) 形成自己电子商务的人文观、文化观、创造观与系统观。

(3) 遵守纪律，有团队合作精神。

(4) 能向小组成员介绍自己的设计资源、工作过程中的体会与改进设想。

(5) 由学校主讲老师和企业兼职老师结合考勤情况、学习态度、学生作业、平时测验、特效设计技能竞赛、学生有关顶岗实习情况及考核情况，共同综合评定学生成绩。

(6) 应注重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，对在学习和应用上有创新的学生给予特别鼓励，综合评价学生的能力。

## 2. 终结性评价

终结性评价（如期末考试等）是检测学生学习产品开发与创新设计知识程度的重要途径，也是反映教学效果、学校办学质量的重要指标之一。终结性评价必须以考查学生产品开发与创新设计知识综合应用能力为目标，力争科学地、全面地考查学生在经过一段学习后所具有的产品开发与创新设计知识能力。测试可以采取笔试、大作业、设计作品等形式，全面考查学生对知识的综合应用能力。

**考核方式:**

考核分类		考核方式	成绩比例
形成性评价	课堂技能测试	以检查作业、实训作品、课堂提问为主	40%
终结性评价	主要考核学生对该门课程的综合应用能力	综合作品	50%
综合评价	考核学生的基本综合素质	观察学生的考勤情况、学习态度、职业道德、团队合作、语言交流、组织管理、设计技能竞赛等等。	10%

**考核标准:**

序号	学习情境	考核的知识点、技能点及要求	考核比例
1	基础技能	新媒体策划设计创意的基本技能，新媒体行业种类的基础知识，特点。	40%
2	技术技能	合理的方案策划、相关软件的结合程度、项目方案的创意效果。	40%
3	综合技能	完整项目方案设计能力，创新能力。	20%

**(六) 课程资源开发与利用**

根据课程目标、学生实际以及本课程的理论性和实践等特点，本课程的教学应该建设由文字教材、多媒体课件等多种媒体教学资源为一体的配套教材，全套教材各司其职，以文字教材为中心，多媒体教学课件为副，共同完成教学任务，达成教学目标。

1. 常用课程资源的开发和利用幻灯片、投影仪、电子教案等，充分利用这些资源创设形象生动的工作情境，激发学生的学习，促进学生对知识的理解和掌握。建议加强常用课程资源的开发，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，以提高资源利用效率。

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

**五、课程管理****(一) 课程教学**

1. 学科专业建设指导委员会把握课程发展方向。
2. 教研室主任与课程负责人负责课程的整体建设、内容的调整、课程的持续

发展。

3. 主讲教师负责课程的授课过程，主讲教师与实训教师负责课程的实训教学。
4. 课程负责人负责监督课程的实施。

## 六、其它说明

1. 本课程适用于三年制电子商务专业。

# 《电子商务项目策划与管理》课程标准

## 一、课程基本信息

1. 课程名称：电子商务项目策划与管理
2. 课程类别：职业拓展课程
3. 学时： 40 学时
4. 适用专业：电子商务专业

## 二、课程（在人才培养中）地位作用

电子商务项目策划与管理是指用电子手段来装备一切商务活动过程的种种努力，即为企业等客户提供相关电子商务类型的服务，是电子商务在社会上的具体服务形式，是电子商务发挥作用的一种手段。因此掌握电子商务项目运作的方法和技能，可以使学生毕业后很好地为相关企业服务，实现电子商务的功能和作用。通过本门课程的教学，使学生掌握电子商务项目的实施要点，以及相关操作技能，从而具备运作相关电子商务项目的能力。

## 三、课程目标

### （一）总目标

通过本门课程的学习使学生掌握发掘电子商务需求的能力，掌握与客户基本的沟通能力，掌握基本的电子商务项目运作的的能力，能围绕具体电子商务项目的要求制定电子商务项目实施方案，以及较好地控制电子商务项目运作环节的能力。通过项目式的教学形式，让学生能发现真实的电子商务需求，通过学生自身的努力，达成真实的电子商务项目，并全程控制并管理电子商务项目的实施环节，完成电子商务项目的实施，为其职业能力的发展打下良好的核心能力。

职业能力培养目标：

- 1、掌握电子商务项目运作的相关知识
- 2、掌握项目生命周期与管理过程相关知识
- 3、掌握识别电子商务需求的技能
- 4、掌握评估企业电子商务技术现状的能力
- 5、掌握电子商务需求建议书的准备与发布能力
- 6、熟悉电子商务项目前期沟通的内容与方式
- 7、掌握申请书技术、管理和成本部分的编制方法
- 8、能够制定电子商务项目实施方案
- 9、掌握电子商务项目计划编制的能力
- 10、了解电子商务项目可行性研究的内容
- 11、掌握电子商务项目常用技术
- 12、了解电子商务项目演示的方法
- 13、掌握商业电子商务项目运作的特点和运行内容
- 14、掌握制造业电子商务项目运作的特点和运行内容
- 15、掌握农业电子商务项目运作的特点和运行内容
- 16、掌握旅游业电子商务项目运作的特点和运行内容
- 17、掌握物流业电子商务项目运作的特点和运行内容
- 18、掌握金融保险业电子商务项目运作的特点和运行内容
- 19、能够顺利解决电子商务项目实施过程中存在的问题

## （二）具体目标

### 1. 知识目标

(1)熟悉电子商务项目运作的基本知识，如识别需求、提出解决方案、执行解决方案、结束项目等相关知识。

(2)掌握电子商务项目实施过程中所需的各类电子商务专业技能，如电子商务系统知识、网页制作相关知识，沟通技能、供应链管理、企业资源计划、电子数据服务、客户服务等相关能力。

(3)掌握提出电子解决方案的能力

(4)掌握制作申请书的能力

- (5) 掌握电子商务项目计划编制的能力
- (6) 掌握电子商务项目可行性研究的基本能力
- (7) 了解电子商务项目实施过程中沟通的使用和意义。
- (8) 了解最新电子商务项目所需的计算机技术。
- (9) 能掌握不同产业和不同企业实施电子商务的异同。
- (10) 能解决电子商务项目实施过程中可能的遇到问题，以及相关问题的处理方法和处理技巧。

## 2. 能力目标

- (1) 掌握本门课程学习的技巧与方法。
- (2) 能掌握企业的性质进行分类，制作相应的电子商务项目实施方案。
- (3) 熟练掌握电子商务项目申请的的方法。
- (4) 能熟练制作项目投标书。
- (5) 能掌握与潜在客户进行沟通能力。
- (6) 掌握电子商务项目实施过程中 PPT 演示汇报的能力。
- (7) 能掌握根据实际情况调整电子商务实施方案的能力。
- (8) 掌握电子商务项目完成后移交过程的相关工作。

## 3. 素质目标

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、团结协作意识以及吃苦耐劳的精神。

- (1) 具有热爱科学、实事求是的学风，具备积极探索、开拓进取、勇于创新、自主创业的能力。
- (2) 加强职业道德意识，具有爱岗敬业、勇于奉献的精神。
- (3) 培养学生电子商务项目运作的职业素质，以及精益求精的学习态度。

## 四、课程（改革）思路/设计

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，发现此类需求并利用课余时间与客户进行联系，承接一些企业电子商务项目建设工作，通过制作真实的电子商务项目实施，达到提高学生动手能力的目的。在具体的课时安排方面，

将增加实践教学时数，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，增加学生对电子商务项目运作的认识，让学生掌握电子商务项目运作所需知识点，通过实践操作掌握一定的社会工作经验。

## 五、课程内容标准

本课程采用项目式教学，将理论知识与实践操作结合起来，形成独立的项目，每个项目再细分技能模块，以完成模块为教学目标。

### 项目一 熟悉电子商务项目

参考学时：4 学时

学习目标：掌握电子项目的概念和运作形式，了解电子商务涉及的专业知识，能理解电子商务项目运作对于开展电子商务项目活动的意义，使学生建立初步的电子商务概念模型，提高他们对电子商务项目运作的好感和兴趣。

#### 模块一 绘制电子商务项目生命周期图

参考学时	2
学习目标	1、掌握项目生命周期的内容 2、确立识别需求阶段 3、确立提出解决方案阶段 4、确立执行解决方案阶段 5、确立结束项目的标志 6、绘制项目生命周期四个阶段的图表
工作任务	1、分析具体的电子商务项目案例。 2、根据电子商务项目案例进行分解各阶段工作 3、绘制电子商务项目生命周期图
相关知识	1. 电子商务项目的概念 2. 电子商务项目运作的含义 3. 项目生命周期的概念 4. 项目生命周期各阶段的特点和投入力量情况
拓展知识	电子商务项目管理过程

#### 模块二 绘制电子商务项目运作流程示意图

参考学时	2
学习目标	1. 了解电子商务项目运作的机理 2. 了解并熟悉电子商务项目第一阶段和第二阶段的全部工作 3. 了解电子商务项目每一阶段的任务 4. 掌握电子商务项目运作的知识准备的要求
工作任务	1. 列举电子商务项目运作的工作要点 2. 绘制电子商务项目运作的各工作环节 3. 完成电子商务项目工作流程示意图的绘制工作

相关知识	1. 电子商务项目需求识别 2. 电子商务项目运作中 RFP 的概念 3. 承约商的概念 4. 电子商务发起运作模式
拓展知识	电子商务项目运作的知识准备

## 项目二 企业电子商务需求识别

参考学时：8 学时

学习目标：了解电子商务需求识别的意义和目的，通过对本项目的学习，使学生具备准确地发现一个企业是否对电子商务有需求，使学生具备分析企业运行情况、企业的经营环境、竞争态势和市场机遇进行长期的观察的能力。发现了需求，就是发现了项目，就是发现了下一步要努力的目标，因此，本项目教学的重点是提高学生的企业电子商务需求的识别能力。

### 模块一 观察和分析企业经营环境

参考学时	4
学习目标	1. 了解识别需求的含义 2. 掌握企业电子商务需求识别的方法 3. 了解诱发电子商务需求的 8 种需求
工作任务	1. 分析具体企业经营案例 2. 分析企业外部因素对诱发电子商务需求的作用 3. 分析企业内部经营管理对诱发电子商务需求的作用 4. 评估企业电子商务技术现状 5. 制作企业四种基本选择测试表 6. 结合出企业对电子商务的需求
相关知识	1. 企业电子商务需求 2. 企业信息流程 3. 企业电子商务四种基本选择
拓展知识	需求建议书

参考学时	4
学习目标	1. 了解并掌握电子商务需求建议书的主要内容 2. 掌握电子商务需求建议书的制作方法 3. 了解电子商务需求建议书的征集对象
工作任务	1. 分解电子商务需求建议书的结构和内容 2. 制作电子商务需求建议书 3. 制定电子商务需求建议书的征集方法
相关知识	1. 电子商务安全需求建议书 2. RFP 在电子商务项目中的作用 3. 电子商务项目合同类型 4. 申请书的格式和内容提示



	5. 征集申请书的注意事项
拓展知识	电子商务项目投标书

## 模块二 制作电子商务需求建议书

### 项目三 制作投标书

参考学时：10 学时

学习目标：了解电子商务项目投标书的意义和作用，掌握申请前期沟通的内容与方式，掌握电子商务项目申请前期沟通的方式，能熟练使用面访、活动、信函等方法与客户进行沟通。能独立进行申请前期的研究工作，能提出网站开发方案，能结合实际情况研究是否进行投标，掌握电子商务项目投标书的制作方法。

#### 模块一 制作申请前期沟通计划书

参考学时	3
学习目标	1. 了解电子商务项目申请前期沟通的意义 2. 了解电子商务项目申请前期沟通的内容与方式 3. 掌握是否投标的方法和依据
工作任务	1. 制作申请前期沟通计划书
相关知识	1. 申请前期沟通的概念 2. 申请前期沟通的知识内容 3. 电子商务项目申请前期的研究工作知识 4. 申请前期沟通计划书的编制知识
拓展知识	电子商务项目招投标知识

#### 模块二 制作电子商务项目申请书

参考学时	3
学习目标	1. 并掌握电子商务申请书的概念和意义 2. 了解决定是否投标的主要影响因素 3. 了解客户评估承包商申请的几个标准 4. 申请书的内容
工作任务	1. 分析具体客户提出的需求建议书 2. 研究是否投标的影响因素 3. 确立申请书的写作要点和核心内容 4. 根据企业的评价标准制定对应策略 4. 编制投标书的技术部分 6. 编制投标书的管理部分 7. 编制投标书的成本部分
相关知识	1. 需求建议书知识 2. 投标书技术知识 3. 投标书管理知识 4. 投标书成本知识
拓展知识	提交申请书的后续工作知识

参考学时	4
学习目标	1. 了解电子商务合同的特点 2. 了解合同的类型 3. 了解合同条款的组成部分 4. 了解付款方式的种类 5. 掌握合同的格式要求 6. 了解合同纠纷的几种处理方法
工作任务	1. 确定电子商务合同的价格类型 2. 确定电子商务合同的付款方式 3. 确定合同纠纷处理方法 4. 编制电子商务合同
相关知识	1. 电子商务合同条款 2. 合同付款方式知识 3. 合同约定内容的形式 4. 合同变更相关知识
拓展知识	法庭属地管理相关知识

### 模块三 编制合同

#### 项目四 电子商务项目可行性研究

参考学时：10 学时

学习目标：了解电子商务项目可行性研究的概念，了解电子商务项目可行性研究的目的和工作程序，掌握可行性研究的内容与方法，能编制电子商务项目可行性研究计划。

#### 模块一 可行性研究的目的基本要求

参考学时	2
学习目标	1. 确定电子商务项目可行性研究的目的 2. 了解电子商务项目可行性研究的程序 3. 掌握电子商务项目可行性研究的类型及基本要求 4. 分解电子商务项目可行性研究内容与方法
工作任务	1. 了解电子商务项目可行性研究的概念 2. 掌握可行性研究的工作程序 3. 掌握电子商务项目可行性研究的方法
相关知识	1. 电子商务项目可行性研究的概念 2. 可行性研究的类型 3. 可行性研究的基本要求
拓展知识	电子商务项目投资估算表

### 模块二 投资效益分析方法

参考学时	2
学习目标	1. 掌握投资效益分析方法的 概念 2. 掌握投资报酬率法 3. 掌握投资效益动态分析方法
工作任务	1. 计算投资回收期法 2. 计算投资报酬率法 3. 掌握年金、贴现、复利的概念 4. 不确定性分析
相关知识	1. 投资回收期法 2. 投资报酬率法 3. 复利及复利因素 4. 投资效益动态分析方法
拓展知识	净现值和贴现率之间的关系

### 模块三 编制可行性研究报告

参考学时	6
学习目标	1. 掌握可行性研究报告的内容要求 2. 编制可行性研究报告编制案例
工作任务	1. 确定项目概述 2. 确定立项的必要性 3. 确定技术方案 4. 建设和运行管理方案 5. 投资概算
相关知识	1. 可行性研究报告的概念 2. 可行性研究报告的结构 3. 可行性研究报告的编制要求
拓展知识	项目财务分析和风险分析

## 项目五 各行业电子商务项目运作

参考学时：8 学时

学习目标：了解电子商务项目在零售业、制造业、农业等行业中的应用，了解各个行业电子商务应用的意义，掌握各行业电子商务项目实施步骤。

### 模块一 零售业电子商务项目运作

参考学时	2
学习目标	1. 了解传统零售业的特点 2. 传统零售企业的出路 3. 了解零售业电子商务项目解决方案

工作任务	1. 分析零售业的特点和面临的挑战 2. 锁定目标, 开展电子商务 3. 掌握苏果超市的电子商务项目案例
相关知识	1. 电子商务项目知识 2. 零售业企业特点 3. 1 号店项目概况
拓展知识	1 号店项目运行情况

## 模块二 农业电子商务项目运作

参考学时	2
学习目标	1. 了解农业的行业特点 2. 农业电子商务项目运作要点 3. 掌握常见农业电子商务网站平台
工作任务	1. 分析农业的行业特点 2. 掌握农业电子商务项目运作要点 3. 了解典型农业网站剖析
相关知识	1. 农业龙头企业 2. 农业电子商务项目 3. 中国农业网
拓展知识	农业电子商务网站运行平台

## 模块三 旅游业电子商务项目运作

参考学时	2
学习目标	1. 了解旅游业的特点 2. 旅游企业的出路 3. 了解旅游电子商务项目解决方案
工作任务	1. 分析旅游业的特点和面临的挑战 2. 锁定目标, 开展电子商务 3. 掌握携程网的电子商务项目案例
相关知识	1. 电子商务项目知识 2. 旅游业企业特点 3. 携程网站运行概况
拓展知识	携程网站运行情况

## 模块四 物流业电子商务项目运作

参考学时	2
学习目标	1. 了解物流业的特点 2. 物流业开展电子商务的战略 3. 物流业企业实施电子商务的步骤
工作任务	1. 分析物流业的特点和面临的挑战 2. 构造基础电子商务平台 3. 建立后台应用系统

	4. 拓展未来的网上业务
相关知识	1. 网上物流管理系统
拓展知识	联邦快递公司网络物流信息系统

## 六、教学评价

1. 改革传统的学生评价手段和方法，采用过程评价、目标评价、项目评价。
2. 关注教学评价的多元性，结合课堂提问、项目任务完成情况、能力（技能）目标、工学结合、技能竞赛及考核情况，综合评价学生平时成绩。
3. 注重学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核，以综合项目的完成情况考核学生课程综合能力掌握情况。
4. 总的评定：理论+实践考核，理论占总成绩的 40%，实践占总成绩的 60%，其中实践由两部分构成，平时实践成绩和期末综合实践成绩各占 50%。

## 七、说明（需要附加说明的内容。如教学资源、教材编写等）

1. 注重《电子商务网站项目运作》实践培训的教材的开发和应用。
2. 注重课程资源和现代化教学资源的开发和利用，这些资源有利于创设形象生动的工作情景
3. 注重在教学过程中发挥校内实训基地和校外实训基地的作用。

# 《电子商务与互联网创新创业》课程标准

## 1. 课程定位和课程设计

### 1.1 课程性质与作用

《电子商务与互联网创新创业》是电子商务专业的一门职业拓展课。课程旨在培养适应社会主义现代化建设需要，德智体全面发展的现代化高级技术人才，同时具备网上零售的基础知识，网上购物的基本流程，以及开设并管理网店的基本技能实现扩大就业选择的创业目标。

### 1.2 课程设计理念

高职教育应坚持以就业为导向，面向社会、面向市场办学，坚持以能力

为本，优化教学与实训环节，强化职业能力的培养。我院提出“教学做一体化、教产研一条龙”人才培养模式为主的教学改革总目标。这种教学模式突出了“做”字，强调了实践，揭示了职业教育的教学原则和教学方法，诠释了职业教育的内涵，是职业教育的本质特色。淘宝创业培训项目以各高校大学生为主要受训群体，融合创业理论与创业实践、兼容或灵活对接各类创业培训课程，并可转换为学分的创业教育与模拟实战课程。个性化、模拟化、师徒化和股份化（简称创业培训的“四个现代化”，又称“4S 创业服务”）是本课程模式设计、实施和成果体现的核心思路。

### 1.3 课程设计思路

#### （1）明确学习领域目标

依据专业人才培养方案中关于人才培养目标的阐述，明确《电子商务创业》学习领域能力目标。

#### （2）校企合作共同制课程标准

学院组织学院专业带头人、骨干教师、电子商务行业管理一线专家，根据市场调研和企业人才分析，采用专题讨论方式，制订用于课程教学资源开发、课程教学实施的岗位能力标准，把岗位能力标准融入课程中，建立课程标准。该标准紧密结合了市场对人才的需求，具有一定的前瞻性。

## 2. 课程目标

### 2.1 基础知识教学目标

- （1）理解 C2C 电子商务创业的基本思想；
- （2）掌握网上零售的基础知识；
- （3）掌握网上购物的基本流程；
- （4）掌握网上开店及其管理的相关知识

### 2.2 能力目标

- （1）实际体验网上购物的流程；
- （2）注册、开店及其店铺管理；
- （3）掌握网络营销的有关方法和技巧；
- （4）搞好客户关系，提高解决交易中遇到问题的能力；

## 2.3 思想教育目标

- (1) 初步具备辩证思维的能力；
- (2) 具有热爱科学，实事求是的学风和创新意识、创新精神；
- (3) 加强职业道德建设意识。

## 3. 课程内容与教学要求

### 3.1 教学单元简介

序号	项目	子项目(子情境)	学习内容(具体工作任务)	要求(基本职业能力和关键能力)	重、难点分析
一	网上创业概述	1. 网络创业机会评估 2. 网络创业机会选择	1. 网络创业机会评估(1) 机会评估(2) 案例分析 2. 网络创业机会选择(1) 网络市场竞争优势分析(2) 市场定位实务	通过本项目的学习与实训, 要求学生了解市场创业机会的调查与分析方法, 掌握网络商务信息的常见搜集渠道, 了解调查与机会识别、评估之间的关系, 掌握 SWOT 分析方法, 学会准确评估创业机会, 并作出合理的选择。	创业机会及其分类; 创业机会的辨识知识; 创业机会评估标准; 创业机会分析方法; 网络商务信息搜集渠道; SWOT 分析方法; 网络创业机会选择的方法; 市场竞争现状。
二	网络创业商业模式选择	1. 网络商贸模式的选择 2. 经纪与中介模式的选择 3. 广告模式的选择	1. 网络商贸模式的选择(1) 选择虚拟商店(2) 选择比特卖家(3) 选择赠与模式(4) 选择厂商模式 2. 经纪与中介模式的选择(1) 选择中介代理(2) 选择拍卖代理(3) 选择市场交换(4) 选择商业贸易组织(5) 选择购买者集体(6) 选择分销商 3. 广告模式选择(1) 选择免费模式(2) 选择打折商品(3) 选择注册模式	通过本项目的学习与实训, 要求学生了解一些典型的 B2C\B2B\C2C 电子商务平台。分析各电子商务平台的经营特色与商业模式。能根据自身的特长, 选择合适的网络创业模式。	网络创业商业模式的种类; 网络零售创业的特征; 互联网赢利模式对比分析; 网络经纪与中介服务特征; 流量赢利模式特征; 网络媒体及其特点; 典型的 B2C\B2B\C2C 商务平台功能与特点分析。

三	网络创业计划书规划与编写	1. 网络创业计划书规划 2. 网络创业计划书编写	1. 网络创业计划书规划(1)前期准备(2)演示创业计划(3.)访谈 2. 网络创业计划书的编写步骤	通过本项目的学习与实训,要求学生正确认识网络创业计划书的作用与意义。掌握网络创业计划书规划与编写的基本程序,掌握计划书的基本组成部分及基本格式,能撰写完整的网络创业计划书。	创业计划书概念与作用; 创业计划书的特征; 创业计划书的框架结构; 创业计划书编写要素; 创业计划书的格式规范; 网络创业计划书编写步骤。
四	网络企业注册	1. 工商注册登记 2. 域名注册 3. 网站备案登记	1. 注册准备 2. 域名注册(1)注册准备(2)申请注册 3. 网站备案登记(1)前期准备(2)申请备案	通过本项目的学习与实训,要求学生了解和掌握公司注册流程;学会注册域名;了解ISP选择的注意事项;了解和掌握经营性网站备案登记。	虚拟企业及其特征; 网络企业及其特征; 虚拟企业运作原理; 外包业务的运作方式; 域名注册流程; ISP的选择方法; 国家有关互联网的法规。
五	网络创业平台建设推广	1. 网络创业平台规划 2. 网络创业平台设计 3. 网络创业平台推广	1. 网络创业平台规划(1)网络创业平台需求调研(2)网络创业平台技术可行性分析和实施性分析 2. 网络创业平台设计(1)网络创业平台信息结构设计(2)网络创业平台功能模块的选择(3)网络创业平台整体风格设计 3. 网络创业平台推广(1)著名的搜索引擎注册(2)中小企业网络推广方案的制订	通过本项目的学习与实训,要求学生能够更进一步的领会网站建设和推广的基本知识,熟悉和掌握电子商务网站建设的基本流程和注意事项,熟练运用常用的网页制作设计和推广工具的使用,希望通过电子商务网站的建设与推广来培养学生综合运用所学知识分析和解决实际问题的能力。	网络创业平台含义与模式; 创业平台需求调研的意义; 创业平台的可行性分析; 创业平台内容与功能要求; 创业平台整体风格要求; 著名搜索引擎注册流程; 关联网站。



六	网络营销方案设计与实施	<p>1. 网络营销方案设计</p> <p>2. 网络营销方案实施</p>	<p>1. 网络营销方案设计 (1) 目标市场的确定 (2) 市场定位 (3) 产品策略制定 (4) 价格策略制定 (5) 分销渠道策略制定 (6) 物流渠道策略制定 (7) 销售人员策略制定 (8) 网络广告 (9) 销售促进与 (10) 市场调研 (11) 公共关系 (12) 进程安排</p> <p>2. 网络营销方案实施 (1) 搜索引擎营销 (2) 电子邮件营销 (3) 社区营销 (4) 网络广告</p>	<p>通过本项目的学习与实训, 要求学生能够使用各种网上信息搜集工具搜集市场信息, 并进行网络市场的分析, 选择网络目标市场, 进而进行合理定位。了解典型的电子商务网站运营情况, 加深对网络营销策略的理解, 能够设计和实施网络营销方案。</p>	<p>网络营销意义与作用;</p> <p>产品营销策略种类与内涵;</p> <p>品牌策略的意义;</p> <p>搜索引擎营销方法与流程;</p> <p>邮件营销方法与流程;</p> <p>虚拟社区方法与流程;</p> <p>网上广告的创意方式。</p>
七	网上开店	<p>1. 网上开店申请</p> <p>2. 网上店铺装饰</p> <p>3. 网店支付与物流</p>	<p>1. 网上开店申请 (1) 申请认证 (2) 开店 (3) 发布宝贝 (4) 填写宝贝信息</p> <p>2. 网上店铺装饰 (1) 店铺描述 (2) 图片处理 (3) 图片处理橱窗推荐</p> <p>3. 网店支付与物流 (1) 支付宝使用 (2) 物流解决方案选择</p>	<p>通过本项目的学习与实训, 要求学生能够了解几个主要的 C2C 网络创业平台的特点, 以及开店流程。能够在 C2C 网站上建设自己的网店, 装饰网店并进行网络推广。</p>	<p>网上开店的优势和特色;</p> <p>几个网络零售平台的特点;</p> <p>第三方支付及其申请流程;</p> <p>网上开店的基本规则;</p> <p>网上开店物流实现原理;</p> <p>网上开店货源选择的要点。</p>
八	网上店铺经营管理	<p>1. 网上店铺推广</p> <p>2. 网店客户管理</p> <p>3. 网上销售管理</p>	<p>1. 网上店铺推广 (1) 关键词推广 (2) 论坛推广 (3) 搜索引擎推广 (4) 促销活动推广 (5) 人际关系推广</p> <p>2. 网店客户管理 (1) 淘宝旺旺的使用 (2) 站内信的使用</p> <p>3. 网上销售管理 (1) 店铺管理功能模块的使用 (2) 店铺销售管理</p>	<p>通过本项目的学习与实训, 要求学生能够了解和掌握店铺的在线推广方式, 线下推广方式; 掌握如何才能有效地和客户交流; 掌握网上店铺销售管理的内容。</p>	<p>线上推广方法;</p> <p>线下推广方法;</p> <p>有效地和客户交流;</p> <p>网店交易评价系统;</p> <p>网店销售管理的基本内容;</p> <p>网店经营风险防范的要点。</p>

九	新创企业理财	1. 企业纳税申报 2. 财务报表分析	1. 企业纳税申报 (1) 税务登记(2) 账证设置 2. 财务报表分析 (1) 财务状况变化分析(2) 盈利能力变化分析(3) 现金流量变化分析	通过本项目的学习与实训, 要求学生能够了解和掌握网上纳税和企业纳税, 会计报表分析。	税收相关知识; 网上开店纳税问题; 企业应缴纳的税费; 企业纳税申报; 会计报表及分析相关知识
---	--------	------------------------	------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------	-------------------------------------------------------------

### 3.2 课程内容及对应的学时分配

序号	课程内容	理论学时	实践学时
1	网络创业机会评估与选择	2	2
2	网络创业商业模式选择	2	2
3	网络创业计划书规划与编写	2	2
4	网络企业注册	2	2
5	网络创业平台建设与推广	2	2
6	网络营销方案设计与实施	2	2
7	网上开店	4	4
8	网上店铺经营管理	4	4
9	新创企业理财	2	2
10	复习	2	2
合计		24	24

### 3.3 实践教学环节设置

序号	课程内容	实践内容	实践目标
1	网络创业机会评估与选择	网络创业机会的辨别分析, SWOT 分析	掌握网络创业机会的辨别分析, SWOT 分析
2	网络创业商业模式选择	典型电子商务网站浏览分析	了解网络创业商业模式
3	网络创业计划书规划与编写	网络创业计划书的编写	掌握网络创业计划书的编写
4	网络企业注册	域名注册、ISP 选择分析	掌握域名注册、ISP 选择分析
5	网络创业平台建设与推广	网站规划设计, 网站的推广	了解网站规划设计, 网站的推广
6	网络营销方案设计与实施	网络如何选购传真机信息	掌握网络如何选购传真机信息收集与

		收集与处理，营销方案设计 与实施	处理，营销方案设计与实施
7	网上开店	网店建设	建设一个自己的网店
8	网上店铺经营管理	网上商店的经营管理	掌握网上商店的经营管理的主要内容

## 4. 教学模式、教学方法与手段

### 4.1 教学方法与手段

序号	教学内容	教学方法与手段	具体操作方式
1	网上创业概述	讲授 案例分析	通过案例让学生了解市场创业机会的调查与分析方法。 展示网络商务信息的常见搜集渠道，使学生了解调查与机会识别、评估之间的关系， 讲授 SWOT 分析方法，使学生学会准确评估创业机会，并作出合理的选择。
2	网络创业商业模式选择	讲授 任务驱动教学法 案例分析	实训课，带领学生了解一些典型的 B2C\B2B\C2C 电子商务平台。 组织学生讨论分析各电子商务平台的经营特色与商业模式。能根据自身的特长，选择合适的网络创业模式。
3	网络创业计划书规划与编写	讲授 任务驱动教学法	课堂讲授使学生正确认识网络创业计划书的作用与意义。 以案例让学生讨论网络创业计划书规划与编写的基本程序，掌握计划书的基本组成部分及基本格式，能撰写完整的网络创业计划书。
4	网络企业注册	讲授 案例分析	通过讲授使学生了解和掌握公司注册流程； 到美橙互联学会注册域名；了解 ISP 选择的注意事项；了解和掌握经营性网站备案登记。
5	网络创业平台建设 与推广	讲授 案例分析	1. 课堂讲授使学生能够更进一步的领会网站建设和推广的基本知识，熟悉和掌握电子商务网站建设的基本流程和注意事项。
6	网络营销方案设计 与实施	讲授 任务驱动教学法 案例分析	要求学生能够使用各种网上信息搜集工具搜集市场信息，并进行网络市场的分析，选择网络目标市场，进而进行合理定位。 通过案例了解典型的电子商务网站运营情况，加深对网络营销策略的理解，能够设计和实施网络营销方案。

7	网上开店	讲授 任务驱动教学法 案例分析	带领学生在淘宝上开自己的店铺
8	网上店铺 经营管理	讲授 任务驱动教学法	1. 课堂讲授使学生能够了解和掌握店铺的在线推广方式, 线下推广方式; 2. 通过任务模拟, 使学生掌握如何才能有效地和客户交流; 掌握网上店铺销售管理的内容。
9	新创企业 理财	课堂讲授	通过课堂讲授使要求学生能够了解和掌握网上纳税和企业纳税, 会计报表分析。

## 4.2 考核方式及课程的成绩评定

### 4.2.1 考核方式与比例分配

考核阶段	考核内容	考核形式	成绩比例
平时成绩	课堂提问、学生作业、上机操作表现等	出勤、课堂发言、讨论、商务谈判比赛、实训作业	30%
期末成绩	阶段性报告、案例分析、网店业绩等	试卷考核	70%

### 4.2.2 学习单元的知识、技能评价标准

单元名称	考核点	建议考核方式	评价标准				成绩比例
			优	良	及格	不及格	
网上创业概述	掌握 SWOT 分析方法, 学会准确评估创业机会, 并作出合理的选择。	期末试卷	熟练	基本熟练	勉强完成	不能完成	10%
网络创业商业模式选择	了解一些典型的 2C\B2B\C2C 电子商务平台	期末试卷	正确	基本正确	大部分正确	大部分不正确	5%
网络创业计划书规划与编写	撰写完整的网络创业计划书	日常作业	熟练	基本熟练	勉强完成	不能完成	10%
网络企业注册	网络企业注册知识	期末试卷	正确	基本正确	大部分正确	大部分不正确	5%

网络创业平台建设与推广	培养学生综合运用所学知识分析和解决实际问题的能力。	期末试卷	正确	基本正确	大部分正确	大部分不正确	10%
网络营销方案设计与实施	了解典型的电子商务网站运营情况，加深对网络营销策略的理解，能够设计和实施网络营销方案。	期末考试实训	正确	基本正确	大部分正确	大部分不正确	20%
网上开店	在 C2C 网站上建设自己的网店，装饰网店并进行网络推广。	期末考试实训	正确	基本正确	大部分正确	大部分不正确	20%
网上店铺经营管理	在线推广方式，线下推广方式，有效地和客户交流，网上店铺销售管理的内容。	期末考试实训	正确	基本正确	大部分正确	大部分不正确	10%
新创企业理财	网上纳税和企业纳税，会计报表分析。	期末考试	正确	基本正确	大部分正确	大部分不正确	10%

## 5. 课程实施条件

### 5.1 师资队伍

(1) 为了使从事电子商务教学的教师能够适应教学要求，总体上要求 50% 的教师具有研究生学历，其所在专业为企业管理、市场营销等相关专业。

(2) 学校的相关部门应考虑采用学术会议、进修、观摩和学习等方面提供更多的机会，保证他们有一定的进修学习时间和到企业实习、学习的机会。

### 5.2 教学设备和实习实训条件

为了保证本课程满足职业教育学生的培养要求，培养学生的动手操作能力、知识的综合运用能力、独立分析问题和解决问题能力、基本创新能力和团队合作精神，应保证一定的校内教学设备和校外的实习实训、条件。

校内配有电子商务实训室及市场营销模拟演练平台，满足学生的校内实训要求，同时校外还建立大量的实习实训基地。

### 5.3 课程资源的开放与利用

本课程在教学过程中充分利用现代教学技术手段

(1) 教学资料。采用多媒体课件, 包括: PPT 课件、电子教案、案例集、习题集、实训指导书等。

(2) 积极采用现代化教学手段。利用本专业教师具有良好的信息技术专业背景优势, 积极开展现代化教学, 探索网络教学, 实现资源共享。

(3) 开展多媒体教学, 精心制作多媒体教学课件。改变了教师上课写黑板、学生听课抄笔记的传统教学方式, 增加了课堂教学的信息量和教学的直观性、趣味性, 突出了课程的重点和实际应用能力, 提高了教学效率和教学质量。

(4) 教学环境。利用校内实训室和校外实训基地进行教学。利用网络技术作为学习内容和学习资源的获取工具, 在网络上收集最新的电子商务网站建设与管理案例和经验。

#### 5.4 教材的选用与编写

##### (1) 教材编写原则

教材编写过程中应注意理论与实际相结合, 内容和形式要有利于学生的全面发展和长远发展。学生应该能够通过学习和使用教材获得独立学习和自主学习的能力, 从而为终身学习创造条件。为此, 教材应该尽可能采用启发式、发现式的学习方式, 促使学生拓展思维, 开阔视野, 培养创新精神和实践能力。教材应配有实践内容或配套实训教材。

##### (2) 教材使用建议

本课程选用的教材是东北财经大学出版社出版的 21 世纪高等院校电子商务教育系列教材《网上创业实务》。教师要善于结合实际教学需要, 灵活地和有创造性地使用教材, 对教材的内容、编排顺序、教学方法等方面进行适当的取舍或调整。教材使用一段时间以后, 应该及时对使用情况进行总结分析, 思考一下教材的使用是否达到了预先制订的教学目标; 是否有利于提高教学效果; 应该在哪些方面做进一步的调整; 是否继续使用该教材等。

##### (3) 参考教材

C2C 电子商务创业教程. 浙江淘宝网络有限公司编著. 清华大学出版社 2008.  
淘宝网上学淘宝. 天天心悦等主编. 清华大学出版社, 2008, 1.

## 6. 其他说明

- (1) 理论考核与实践能力相结合。
- (2) 注意处理教学与评价的关系，体现学生在评价中的主体地位。

## 《商务礼仪与沟通技巧》课程标准

### 一、课程定位与课程设计

#### (一) 课程性质：

《商务礼仪与沟通技巧》是教育部高等教育面向 21 世纪教学内容和课程体系改革计划的必修课程之一，本课程作为普通高等教育“十一五”国家规划教材供高职、高专以及成人院校经济管理类专业使用。该课程体系主要建立了以商务沟通为中心，涵盖心理学、商品学，与营销学、等较为完善的课程体系。随着知识经济的发展，商务沟通在经济发展中的地位越来越重要了，商务沟通成为组织竞争优势的关键。该课程要求学生把握商务沟通的原则和最新发展趋势，通过学习获取竞争优势。

#### (二) 课程定位

《商务礼仪与沟通技巧》课程的主要功能在于通过学习，使学生熟悉商务礼仪与沟通技巧基本理论，掌握一些简单的商务礼仪与沟通技巧手段。本课程服务于商务沟通过程中有关操作的各基本环节，是一门基础性课程，并为学习本专业其他课程奠定基础。

#### 1、设计思想

《商务礼仪与沟通技巧》是一门工商企业管理专业必修的基本技能课程，通过学习，使学生以基本理论为依托, 通过实践环节巩固基本理论知识，掌握商务沟通的基本策略，技巧，基本礼仪，比较标准的商务语言，能够较好的把握各个环节能够利用商务沟通的基本策略技巧独立分析一个完整的商务沟通与谈判为后续课程的学习和从事相关商务工作准备必要的基础知识和技能。

由于该课程的实践性、实用性、艺术性、可操作性极强，因此在课堂教学中，要穿插大量的案例，进行案例教学、情景教学和模拟教学，并尽可能地进行实践教学，以提高学生综合运用知识的能力。

本课程标准的制定为全面贯彻落实教育部《关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》的精神，按照教育部制定的《高职高专教育基础会计课程教学基本要求》的规定，作为教育部高职高专规划教材之一，适合各类高等院校财经类管理类各专业使用。在课程设置、课程标准制定、教学内容制定、课程学时制定中，本着坚持理论知识“必需、够用、适用”的原则，突出职业能力和综合素质的培养。（教高[2006]16号）文件精神和《国家中长期教育改革和规划纲要》，以《国家高等职业教育发展规划》（2011-2015年）为指导思想，严格遵循学院的相关意见，分别从教学组织的实施、课程内容结构、培养方法和目标以及课程考核评价等方面设计课程标准，重在体现“以服务为宗旨，以就业为导向，走产学结合、工学结合、校企联合”的高职培养特点。

## 二、课程的教育目标

### （一）总体目标

熟悉商务沟通的相关知识，掌握管理方法方法，具备一定的从事人商务沟通的工作能力，具备诚实守信、善于沟通和共同合作的职业品质；形成一丝不苟、精益求精、吃苦耐劳的精神；树立优质服务意识，热爱本职岗位的工作，为职业能力的发展打下良好的专业基础。

### （二）分类目标

#### 1、能力目标

- （1）会商务沟通的要素程序和成败标准。
- （2）会进行商务沟通背景调查的内容，地点的选择和场景布置。
- （3）能够运用商务沟通的基本原则。
- （4）能够运用商务沟通中的价格策略、应对策略。
- （5）能运用沟通中各种技巧。
- （6）能够进行商务合同的书写与签约。

#### 2、知识目标

- （1）了解谈判的定义、特点、动因，谈判的要素、谈判的类型。



(2) 商务谈判的概念、特点, 商务谈判在商务活动中的地位及意义、商务谈判的程序, 商务谈判的成败标准。

(3) 理解沟通目标与对象的确定, 确定各交易条件的最低可接受限度方法。掌握商务计划的要求、计划的内容及地点的选择和场景布置。

(4) 理解掌握商务沟通的基本原则。

(5) 理解商务沟通中的价格策略、应对策略、商务沟通地位应对策略、商务沟通对方应对策略。

(6) 要求学生理解掌握并能够运用沟通各种技巧。

(7) 理解掌握结束的判定、结果的各种可能、结束的技巧。

(8) 了解各国的文化环境差异、不同国家(地区)的风格和禁忌。

### 3、态度目标

(1) 具有较强的敬业精神, 性格开朗、善于沟通、能承受一定的工作压力;

(2) 思维活跃, 具有开创精神, 积极配合市场部及客服部进行市场策略的规划及实施;

(3) 具备良好的团队合作精神和创新意识, 有持续学习的能力。

## 三、课程内容安排

### (一) 总体结构安排

序号	项目名称	学时安排
1	沟通与商务谈判	8
2	商务沟通的准备	8
3	商务沟通的基本原则	10
4	商务沟通的策略	8
5	商务沟通的技巧	10
6	沟通的结束	4
7	商务文化礼仪与禁忌	4
8	案例解析	8
9	复习	4
合计		68

## 四、教学实施

### 八、课程内容

序号	课程单元	学习任务及教学要求	参考学时
1	沟通与商务谈判	了解谈判的定义、特点、动因，谈判的要素、谈判的类型。理解掌握商务谈判的基本概念、特点，以及商务谈判的要素程序和成败标准。	8
2	商务沟通的准备	理解谈判目标与对象的确定，确定谈判中各交易条件的最低可接受限度方法。掌握计划的要求、计划的内容及商务谈判地点的选择和场景布置。	8
3	商务沟通的基本原则	能够运用商务沟通的基本原则：平等互利原则、把人的问题与沟通问题分开的原则、重利益不重立场的原则、坚持使用客观标准的原则、求同存异的原则、妥协互补原则。	10
4	商务沟通的策略	理解掌握并能够运用商务沟通中的价格策略、商务进程应对策略、商务沟通地位应对策略、商务沟通对方作风应对策略。	8
5	商务沟通的技巧	理解掌握并能够运用沟通中“思维”、“听”、“看”、“问”、“答”、“叙”、“辩”等各种技巧。	10
6	沟通的结束	理解掌握结束的判定、结果的各种可能、结束的技巧。能够熟练进行商务合同的书写与签约。	4
7	商务文化礼仪与禁忌	了解各国的文化环境差异、不同国家（地区）的风格和禁忌。掌握的基本礼仪和礼节。	4
8	案例解析	分析商务共同中的经典范例	8
9	复习	巩固之前所学习的相关内容	4

课程教学必须以就业为导向、培养学生应用技能为目的，构建体现高职特色的我院建人力资源开发与管理课程体系和创新培养模式。

1、教学中，教师必须重视实践经验的学习，重视现代信息技术的应用，尽可能运用现代化的手段实施理论教学和实践指导。

2、教学中应突出技能培养目标，注重对学生实际操作能力的训练，强化实例教学，让学生边学边练，以此激发学生学习兴趣，增强教学效果。

3、教学中，应注意充分调动学生学习的主动性和积极性，避免“满堂灌”的传统教学方式，注重教与学的互动、教师与学生的角色转换，让学生在完成教师

布置课堂训练的活动中，既学会商务礼仪与沟通技巧的基础知识，又练就各项基本技能。

4、教学中，教师应积极引导提升职业素养，培养学生热情真诚、诚实守信、善于沟通与合作的品格。

## 五、教学考核评价

对学生实行以职业能力为中心的考核，通过各种不同的考试形式激发学生自主学习的积极性，在解决实际问题的工作能力；获取新知识、新技能的学习能力；团队活动的合作能力；职业语言表达能力等方面得到体现。

以定量方式呈现评价结果，课程成绩评定遵循形成性评价（过程评价）和终结性评价（结果评价）相结合的原则。

形成性评价贯穿于教学全过程，主要评价学生的学习态度、学习方法、学习能力。评价项目包括：上课考勤，上课纪律，作业和课题讨论，评价结果以 30% 比例计入课程成绩。

终结性评价是评价学生学习成效，检查教学目标的实现程度，在学期末进行。基本知识部分采取闭卷考试形式，并以 50%比例计入课程成绩。

以上比例可以根据实际情况调整。

## 六、课程资源与开发利用

### （一）硬件条件

与各需要进行商务沟通的组织广泛合作，开发学习、实训基地，充分利用专业指导委员会资源，让学生在企业工作人员的带教下参与商务沟通实践，为学生尽快掌握相关技能创造条件。

### （二）师资条件

能熟练应用多媒体进行教学，熟悉商务沟通工作，具有较强教学组织能力。

### （三）信息化教学资源

编写多媒体课件，尽可能利用多媒体教学。

## 七、参考文献

[ 1 ] 樊建廷主编 《商务谈判》，东北财经大学出版社，

[2] 刘园主编《国际商务谈判》 中国对外经济贸易出版社，

- [3] 胡鹤年等编著《王牌推销大全》，经济日报出版社，
- [4] 李品媛主编《现代商务谈判》，东北财经大学出版社，
- [5] 刘文广主编《商务谈判》，高等教育出版社，
- [6] 马克忭《商务谈判理论与实务》，中国国际广播出版社，

## 《客户关系管理》课程标准

### 1 课程定位

《客户关系管理》课程是电子商务相关专业的专业基础课，是培养学生客户关系管理能力的必修课，是培养面向企业需求、掌握客户关系管理的内涵和相关技术发展理论，并具备一定的 CRM 操作技能的专业性、综合性的职业能力的核心课程。

本课程的任务是要求学生掌握客户关系管理的基本概念、基本原理、基本分析方法、运营模式，理解客户管理关系系统结构、功能、技术体系与实施策略，掌握客户管理关系中的智能决策支持技术与作用，并能初步具备利用信息技术分析 CRM 系统，为企业客户管理能提供理论支撑的能力。同时该课程的学习将为后续的专业课程讲述和理解奠定基础。

### 2 工作任务和课程目标

#### 2.1 工作任务及职业能力

工作任务及职业能力见表 1-1。

工作领域	职业能力	学习项目
客户关系管理	具有客户关系管理分析的能力。	客户关系管理实施现状；
	具有客户价值理论基础的能力。	顾客价值的驱动因素
	具有分析和选择 CRM 的软件系统的能力。	CRM 系统的软件和模块系统

	具有数据管理、数据挖掘等信息技术处理的能力。	数据仓库；
	具有 CRM 分析与实施能力	客户关系管理系统的基本功能；
	具有利用 CRM 的关系营销提高企业效益的能力	数据库营销与关系营销；
	具有企业业务流程、组织结构，企业文化等重构的能力。	企业文化与组织结构
	具有企业客户关系管理绩效动态测评的能力	CRM 绩效管理体系

## 2.2 课程目标

通过本课程的学习，学生具备从事客户关系管理工作的基本能力，能够完成职业培训目标要求，具备高级技术应用性人才所必需的企业管理的知识与技能。学生能够在理论上进行分析、在实现上具有客户关系管理问题的分析和处理能力。同时培养学生爱岗敬业、团结协作、吃苦耐劳的职业精神与创新设计意识。具体如下：

### （1）知识目标

- 1) 掌握客户满意分析方法
- 2) 掌握客户忠诚评价方法
- 3) 熟悉顾客价值及管理方法
- 4) 掌握数据管理方法
- 5) 熟悉 CRM 实施方法
- 6) 掌握营销方法
- 7) 掌握绩效评价方法

### （2）技能目标

- 1) 具备客户关系管理基础理论知识能力，能正确认识客户关系管理的应用现状与发展前景，并以此为基础描述客户关系管理的主要内容与逻辑框架；
- 2) 具备顾客满意度的测评能力，能明确影响顾客满意的因素，并能找到提高顾客满意度的途径；
- 3) 具备明确客户满意与客户忠诚的区别和联系能力，找出影响客户忠诚的关键因素，以便能够在电子商务环境中赢得客户忠诚；

4) 具备数据管理能力, 能根据信息技术在 CRM 中的地位, 正确利用数据仓库、数据挖掘等信息技术的分析企业发展趋势;

5) 具备绩效初级评价能力, 能够对企业实施客户关系管理绩效进行动态的科学测评;

### (3) 素质目标

培养学生诚实诚信、保守秘密、勤奋敬业、谨慎细致、崇尚文明、遵守纪律、为人正直、务实高效、团结协作的职业态度, 具有强烈的工作责任心、风险意识和良好心态。

## 3 教学组织

根据本课程的工作任务与职业能力分析, 本课程设计了 7 个学习项目, 其包含 38 个学习型工作任务, 具体见表 1-2。

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	客户满意能力运用	客户满意度影响因素	1	2
		客户满意度途径与技巧	1	
项目二	客户忠诚应用基础	客户满意与客户忠诚区别和联系	2	4
		影响客户忠诚的关键因素	2	
项目三	顾客价值标准	客户价值理论	4	8
		客户价值的驱动因素	4	
项目四	CRM 技术	CRM 的软件系统	4	12
		CRM 的模块系统	4	
		CRM 系统的特点	4	
项目五	数据管理技术	数据仓库	4	14
		数据挖掘	2	
		OLAP 技术	2	
		客户数据	4	
		数据挖掘在 CRM 中的应用	2	
项目六	CRM 系统构成	CRM 系统的分类	4	12
		CRM 系统的结构	2	
		CRM 系统的功能	4	
		呼叫中心	2	
项目七	企业文化与 CRM 绩效管理	企业文化与 CRM 战略的优化整合	4	12

	体系	以客户为中心的企业文化的培育	2	
		财务绩效指标评价体系	2	
		非财务绩效指标评价体系	4	

## 4 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 1-9。

表 1-3 项目一 教学内容与能力要求表

项目一：客户满意能力运用		参考学时：2 学时
项目的任务：能正确认识客户关系管理的应用现状与发展前景，并以此为基础分析出影响顾客满意的因素，并能找到提高顾客满意度的途径		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握顾客满意度的测评原理； （2）掌握常用分析方法的运用。	
	技能目标：	
	态度目标：（1）勤奋敬业、谨慎细致、崇尚文明、遵守纪律。 （2）为人正直、务实高效、团结协作的职业态度。	
学习内容： （1）顾客满意度的基本知识； （2）影响顾客满意度的因素； （3）顾客满意度的分析方法与技巧。		
训练项目： 案例分析		
媒介： 教学课件、小组讨论、黑板、案例、教材。		
考核与评价：		
教师需要的能力： 具备组织分析的能力。		



表 1-4 项目二 教学内容与能力要求表

项目二：客户忠诚应用基础		参考学时：4 学时
<b>项目的任务：</b> 熟悉顾客忠诚概念与类型，了解顾客忠诚驱动因素		
<b>教 学 目 标</b>	<b>知识目标：</b> （1）掌握顾客忠诚基本概念； （2）了解客户满意与客户忠诚的区别和联系。	
	<b>技能目标：</b> （1）熟悉顾客忠诚概念； （2）了解顾客忠诚驱动因素。	
	<b>态度目标：</b> （1）勤奋敬业、谨慎细致、崇尚文明、遵守纪律。 （2）为人正直、务实高效、团结协作的职业态度。	
<b>学习内容：</b> （1）顾客忠诚概念与类型； （2）顾客忠诚驱动因素； （3）培养顾客对企业的忠诚		
<b>训练项目：</b> 案例分析		
<b>媒介：</b> 教学课件、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按互动讲座目标考核）		
<b>教师需要的能力：</b> 具备帮助学生更多地通过自主学习、探索性学习提高自身技能能力。		

表 1-5 项目三 教学内容与能力要求表

项目三：顾客价值标准		参考学时：8 学时
<b>项目的任务：</b> 培养顾客价值理论的能力		
<b>教 学 目 标</b>	<b>知识目标：</b>	（1）掌握正确描述顾客价值的驱动因素方法； （2）掌握提升顾客价值的途径方法。
	<b>技能目标：</b>	（1）理解价值的定义与内涵； （2）掌握顾客价值分析与度量方法。
	<b>态度目标：</b>	（1）勤奋敬业、谨慎细致、崇尚文明、遵守纪律。 （2）为人正直、务实高效、团结协作的职业态度。
<b>学习内容：</b> （1）价值的定义与内涵； （2）顾客价值理论； （3）顾客价值分析与度量； （4）顾客价值的驱动因素。		
<b>训练项目：</b> 客户生命周期案例分析		
<b>媒介：</b> 教学课件、黑板、案例、教材。		
<b>考核与评价：</b> 进行目标考核（即按互动讲座目标考核）		
<b>教师需要的能力：</b> 具备精心设计教学课件，通过创建学习情境，激发学生学习兴趣的能力。		

表 1-6 项目四 教学内容与能力要求表

项目四：CRM 技术		参考学时：12 学时
项目的任务：理解 CRM 的流程设计		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握 CRM 系统概述； （2）掌握 CRM 的软件系统； （3）掌握 CRM 的模块系统。	
	技能目标：（1）熟悉 CRM 系统的基本功能； （2）熟悉 CRM 的模块系统。	
	态度目标：（1）勤奋敬业、谨慎细致、崇尚文明、遵守纪律。 （2）为人正直、务实高效、团结协作的职业态度。	
学习内容： （1）CRM 系统的特点； （2）CRM 系统的结构； （3）CRM 系统的分类；		
训练项目： CRM 的商业模式案例分析		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备精心设计教学课件，通过创建学习情境，激发学生学习兴趣的能力。		

表 1-6 项目五 教学内容与能力要求表

项目五：数据管理技术		参考学时：14 学时
项目的任务：培养学生数据管理技术能力		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握数据仓库概念； （2）掌握商业数据挖掘技术； （3）掌握 OLAP 技术应用。	
	技能目标：（1）会将客户数据挖掘在 CRM 中的应用。	
	态度目标：（1）勤奋敬业、谨慎细致、崇尚文明、遵守纪律。 （2）为人正直、务实高效、团结协作的职业态度。	
学习内容： （1）商业数据仓库定义； （2）商业数据挖掘； （3）商业智能；		
训练项目： 商业智能模式案例分析		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标拟题考核）		
教师需要的能力： 具备精心设计教学课件，通过创建学习情境，激发学生学习兴趣的能力。		

表 1-7 项目六 教学内容与能力要求表

项目六：CRM 系统构成		参考学时：12 学时
项目的任务：培养学生 CRM 系统分析能力		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握 CRM 系统的分类；	
	（2）掌握 CRM 系统的结构；	
	（3）掌握呼叫中心技术。	
	技能目标：（1）CRM 系统分析能力。	
	态度目标：（1）勤奋敬业、谨慎细致、崇尚文明、遵守纪律。	
	（2）为人正直、务实高效、团结协作的职业态度。	
学习内容： （1）客户智能； （2）呼叫中心； （3）CTI 技术；		
训练项目： 客户智能的 CRM 系统案例分析		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
教师需要的能力： 具备精心设计教学课件，通过创建学习情境，激发学生学习兴趣的能力。		

表 1-7 项目七 教学内容与能力要求表

项目七：企业文化与 CRM 战略的优化整合		参考学时：12 学时
项目的任务：理解企业文化与 CRM 战略的优化整合意义		
教 学 目 标	知识目标：（1）掌握企业业务流程； （2）理解企业文化； （3）理解绩效管理在客户关系管理中的重要性； （4）掌握绩效评价体系的考核、评价方法。	
	技能目标：（1）能够对企业实施客户关系管理绩效进行动态的科学测评。	
	态度目标：（1）勤奋敬业、谨慎细致、崇尚文明、遵守纪律。 （2）为人正直、务实高效、团结协作的职业态度。	
	学习内容： （1）企业文化； （2）组织结构； （3）绩效评价体系的考核、评价； （4）CRM 绩效管理体系；	
训练项目： 企业文化与 CRM 战略案例分析		
媒介： 教学课件、黑板、案例、教材。		
考核与评价： 进行目标考核（即按技能目标命题考核）		
教师需要的能力： 具备精心设计教学课件，通过创建学习情境，激发学生学习兴趣的能力。		

## 5 教学方法与手段

为了保证培养目标和培养方案的一致性，整个教学过程中体现以学生为主体、

教师为主导的“教、学、仿”一体的教学理念。在课程教学中，根据学生特点，课程内容，及教师教学特点采取任务驱动教学法、引导教学法、案例教学等教学方法，引导学生自主学习，培养学生自主创新的能力。在教授过程中，主要采用了以下四种教学方法及手段：

#### （1）分组讨论教学法

将学生分成若干小组，针对具体问题进行讨论。分组过程中遵循从学生实际出发，充分考虑学生现有的文化知识，认知能力，年龄、兴趣等特点，遵循由浅入深、由表及里、循序渐进的原则。通过讨论培养学生的动手能力和合作精神，提高学生解决实际问题的能力。

#### （2）评价式教学法

评价式教学法将大部分评价权限交给学生本身，这些评价的内容包括学生的出勤、课堂提问、课堂作业、课后作业、平时成绩、课堂讲课成绩等的评价。

#### （3）直观教学法

通过动画演示、电子教案、电子课件、投影、图片等现代教育技术展开理论教学，将复杂的原理用简单的、感性的方法展现出来，并选取与学生实际生活密切相关的实例讲解，有效地使难以理解的概念简单化、形象化，充分激发学生的学习性与主动性。

#### （4）“任务驱动”法

授课时就告诉学生本次课的任务内容、要求，设计应该涵盖的知识点，以此为基础展开教学，注重培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力以及创新思维与技术综合应用能力。

### 6 考核与评价

成绩主要由平时考核（10%）、课堂能力（30%）、阶段考核（25%），期末考核（35%）四部分组成。本课程采用了多元化的考核模式，包括课堂提问、作业、期中笔试、期末笔试、小组讨论的考试模式。课堂小组讨论和作业主要是为了促进学生的平时学习。笔试考核由于分为期中和期末两个阶段，课程学习的连接性好，并且要求学生加强平时的学习和紧跟课后复习，所以考核效果相对比较好。

### 7 说明与建议

## 7.1 课程标准的设计思路

《客户关系管理》涉及各类企业经营所需的专业理论和基本技能，是电子商务类专业的基础课程，也是高职高专商务类专业毕业后从事企业管理岗位必须掌握的技能。因此，本课程教学应强化岗位各个环节的技能训练，学生通过本课程的学习，可以了解客户管理的基本概念、原理和方法，掌握其岗位技能，并在理论训练中提升学生的职业素质，使学生成为专业理论、岗位技能、职业素养兼备的合格人才。

本课程以职业技能和职业素质培养为出发点，改变以单纯以教师讲授为主的传统学科课程模式，突出职业能力的全面培养，强调理论教学与能力实现相关连的衔接和融合，让学生在完成具体项目的过程中来提升自己的职业素养能力。经过教师与企业组织结构的深入、细致、系统的分析，本课程最终确定了7个教学项目。按岗位能力培养目标设计课程理论教学模块和项目，其理论知识的选取紧紧围绕培养相应的职业能力的需求来进行，并融合了相关职业资格证书对知识、技能和素质的要求。采用现代化教学手段，构建“立体化网络教学”，实现理论与实现的一体化，突出“能力评价”的课程考核体系。

在课程体系中把国家职业标准融入课程体系，形成高职课程对国家职业标准在教学内涵上的涵盖关系或专业核心课程与国家职业标准之间的对应关系，形成符合国家职业标准的“双证”课程，使专业课程内容与企业的岗位技能需求紧密结合。充分利用数字化教学资源和信息化教学手段，实施案例教学、任务驱动、讲练结合的模式，引导学生自主学习，培养学生自主创新的能力。

## 7.2 关于教材

教材应依据本课程标准来选取，教材应充分体现以电商职业客户关系管理职业能力为目标组织课程内容和设计课程教学。

以培养高技能人才为目标，努力使课程设置体现职业化和实现化的特点，所选用的教材能突出应用背景，内容贴近实际，旨在解决实际问题。

推荐教材：

- (1) 《客户关系管理》(第二版). 邵兵家主编. 清华大学出版社出版. 2010. 4
- (2) 《客户关系管理实务》. 杨莉惠主编. 南京大学出版社. 2006. 6



- (3) 《客户关系管理》，李海芹主编，北京大学出版社，2013.8