

电子商务专业（职教高考）人才培养方案

（2022年修订）

潍坊市工程技师学院
诸城市福田汽车职业中等专业学校

目录

一、专业名称	1
二、专业代码	1
三、招生对象与学制	1
(一) 招生对象	1
(二) 学制	1
四、培养目标	1
五、人才规格与职业领域	1
(一) 人才规格	1
(二) 职业领域	2
六、课程设置及教学要求	2
(一) 公共必修课程	2
(二) 专业基础课程	4
(三) 专业技能课程	6
七、教育教学活动时间安排	8
(一) 教育教学活动时间分配表	8
(二) 教学学时比例	8
八、课程结构框架	9
九、教学时间安排及课时建议	11
十、说明	11
课程教学标准	13
电子商务基础教学标准	13
网络营销实务教学标准	16
电子商务客户服务与管理教学标准	18
电子商务物流教学标准	21
移动商务基础教学标准	26
网店运营教学标准	30
商品描述模块设计教学标准	34
软文营销教学标准	37
网店推广教学标准	41
客户服务与管理教学标准	44
新媒体营销教学标准	47
直播营销教学标准	51
网店营销策划方案教学标准	54
师资配备标准	58
附录	61
附录 1: 电子商务专业(职教高考)人才培养模式和课程体系改革调研报告	61
附录 2: 电子商务专业(职教高考)人才培养方案项目组成员	69
附录 3: 电子商务专业(职教高考)课程(模块)师资配备规划一览表	70
后记	71

电子商务专业（职教高考）人才培养方案

教学计划

一、专业名称

电子商务

二、专业代码

121100

三、招生对象与学制

- （一）招生对象：初中及以上毕业生或具有同等学历者
- （二）学制：三年

四、培养目标

大力培养与我国社会主义现代化建设需求相适应，了解本地人文历史和经济社会发展状况，德、智、体、美等各方面全面发展，具备良好岗位核心能力与人文素质，能在各类电子商务平台从事信息收集与处理、网页美化、网店运营与管理等工作能力，具备掌握电子商务市场主流的网络营销工具，能利用简单大数据处理结果进行精准市场推广和营销的电子商务运营能力。本专业培养目标是面向普通高等学校和高等职业院校的电子商务专业，培养德智体全面发展的、具备相应的理论知识和专业技能、职业道德和综合素质都较高的技能型人才。

五、人才规格与职业领域

（一）人才规格

1. 知识结构及要求

- （1）达到满足普通高等学校和高等职业院校的基础文化知识水平。
- （2）掌握本专业所需的计算机、网络应用中所需的软硬件基本知识。
- （3）掌握本专业所需网店美工等方面的基本知识。
- （4）掌握本专业所需商品描述、网店推广、网店营销等网店运营方面的基本知识。
- （5）掌握山东省春季高考专业技能考试所要求的技能知识。

2. 能力结构及要求

- （1）掌握一定的计算机操作技能、网络应用技术，具有获取商务材料和信息并进行相关信息处理、发布的能力。
- （2）具有一定计算机设备、网络设备软硬件应用与维护能力。

(3) 具有较强的语言表达能力、社交能力、应变能力和创新精神。

(4) 具有较强的团队合作意识和思考问题的能力，能分析和处理工作中的实际问题。

(5) 具有网页制作、网店优化的能力。

(6) 了解电子商务交易系统的功能和业务流程，掌握相关的操作技术，能够进行网上交易、线上服务，具有电子商务人员应具有的相关技术技能。

(7) 了解客户需求，掌握商品营销技能，有一定的商品营销策划能力。

(8) 掌握大众消费心理和建立良好人际关系的基本知识，具有推销产品的基本技巧，并对消费需求进行初步分析的能力。

3. 素质结构及要求

(1) 政治素质：具有良好的品德修养和马克思主义政治理论素养。

(2) 道德素质：具有良好的思想品德、行为规范和职业道德，具有自觉学法、懂法、守法的意识，具有科学的世界观、人生观和价值观。

(3) 文化素质：具有刻苦钻研业务、一丝不苟的工作作风，具有团结拼搏、勇于开拓创新的精神风貌。

(4) 身心素质：具有健康的身体、良好的社会适应能力和吃苦耐劳的精神，具有良好的心理调节能力和心理承受能力。

(5) 责任意识：具有良好的诚信观念和责任意识。

(6) 协作精神：具有良好的团队精神、合作精神和全局观念。

4. 毕业要求

成绩要求：

完成规定的各门理论课程和各项实践性环节的学业（包括必修课程、专业课程和活动课程），并取得不低于 180 学分（详见教学进程计划表和学分学时分配表）。

（二）职业领域

本专业毕业生通过山东省春季高考升入国家普通高等学校或者高等职业院校学习。

毕业生也可直接面向社会就业，主要从事岗位有：网店美工、客户服务、网店运营管理工作。

六、课程设置及教学要求

（一）公共必修课程

1. 语文（510 学时 28 学分）

本课程是电子商务专业必修的一门文化基础课程。其任务是培养学生热爱祖国语言文字的思想感情，使学生进一步提高正确理解与运用祖国语言文字的能力，提高科学文化素养，以适应就业和创业

的需要。指导学生学学习必需的语文基础知识，掌握日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力，具有初步的文学作品欣赏能力和浅易文言文阅读能力。指导学生掌握基本的语文学习方法，养成自学和运用语文的良好习惯。引导学生重视语言的积累和感悟，接受优秀文化的熏陶，提高思想品德修养和审美情趣，形成良好的个性、健全的人格，促进职业生涯的发展。

2. 数学（591 学时 33 学分）

本课程是电子商务专业必修的一门文化基础课程。数学是研究空间形式和数量关系的科学，是科学和技术的基础，是人类文化的重要组成部分。其任务是：使学生掌握必要的数学基础知识，具备必需的相关技能与能力，为学习专业知识、掌握职业技能、继续学习和终身发展奠定基础。

3. 英语（537 学时 30 学分）

本课程是电子商务专业必修的一门文化基础课程。其任务是帮助学生进一步学习英语基础知识，培养听、说、读、写等语言技能，初步形成职场英语的应用能力；在学习日常英语的基础上，掌握本专业所需要具备的电子商务专业英语等语言技能，激发和培养学生学习英语的兴趣，提高学生学习的自信心，帮助学生掌握学习策略，养成良好的学习习惯，提高自主学习能力；引导学生了解、认识中西方文化差异，培养正确的情感、态度和价值观。

4. 体育与健康（51 学时 5 学分）

本课程是电子商务专业必修的一门体育课程。其任务是树立“健康第一”的指导思想，传授体育与健康的基本文化知识、体育技能和方法，通过科学指导和安排体育锻炼过程，培养学生的健康人格，增强体能素质，提高综合职业能力，养成终身从事体育锻炼的意识、能力与习惯，提高生活质量，为全面促进学生身体健康、心理健康和社会适应能力服务。

5. 思政教育（63 学时 4 学分）

本课程是电子商务专业必修的一门德育课程。其任务是：对学生进行马克思主义哲学知识及基本观点、法律知识、职业道德和职业指导、思想道德修养的教育。旨在对学生进行思想政治教育、道德教育、法制教育、职业生涯教育、本地人文历史教育和经济发展教育，提高学生的政治思想素质、职业道德、法律意识、人文情怀和经济意识，促进学生的全面发展和综合职业能力的形成。通过学习，让学生明确发展方向，制订发展措施，进行合理的职业生涯规划；初步具备运用哲学原理分析及解决学习、工作中遇到的问题的能力；了解有关法律知识，自觉地遵纪守法；掌握职业道德和职业指导的有关知识，自觉遵守社会公德和职业道德；能运用创业知识，在条件成熟时自主创业。

6. 历史（36 学时 2 学分）

本课程是电子商务专业必修的一门基础课程。其任务是：历史课程是国民素质教育的一门基础课程，在教育目标上要实现其社会功能，特别是在培养社会发展所需人才品质方面的独特功能，历史教

学的主要任务向学生传授历史知识外，还要让学生感觉到他们所生活的世界是在向前发展的；了解现在的生活方式的形成过程及它的弊端，并积极思考如何克服这些弊端；懂得自由、民主和公正的基本制度来自每个公民对它的认可和遵守，从而激励学生为这个世界的发展做出自己贡献，努力创造和平、自由、民主与平等的世界。

表一 公共必修课程设置及学时分配

序号	课程名称	学时数
1	语文	510
2	数学	591
3	英语	537
4	体育与健康	81
5	思政教育	63
6	历史	36
合计		1818

(二) 专业基础课程

1. 电子商务基础（146 学时 8 学分）

电子商务基础是电子商务专业必修的一门专业基础课程。

主要学习：

- (1) 电子商务的概念和特点
- (2) 电子商务的分类
- (3) 电子商务的发展趋势
- (4) 电子商务网络基础知识
- (5) 电子商务的交易模式
- (6) 电子商务支付
- (7) 网络营销与策划
- (8) 电子商务安全知识
- (9) 电子商务法律法规

2. 网络营销实务（146 学时 8 学分）

网络营销实务是电子商务专业必修的一门专业基础课程。

主要学习：

- (1) 网络营销的涵义
- (2) 网络消费者购买行为分析
- (3) 网络营销环境
- (4) 网络市场调研
- (5) 网络目标市场分析

- (6) 搜索引擎营销
- (7) 自媒体营销
- (8) 社群营销
- (9) 软文营销
- (10) 视频营销
- (11) 网络营销策略

3. 电子商务客户服务与管理（120 学时 7 学分）

电子商务客户服务与管理是电子商务专业必修的一门专业基础课程。

主要学习：

- (1) 电子商务客户服务的涵义
- (2) 电子商务客户服务基本礼仪
- (3) 在线沟通技巧
- (4) 在线售前服务
- (5) 在线售中服务
- (6) 在线售后服务
- (7) 电子商务客户投诉处理
- (8) 电子商务客户管理
- (9) 电子商务客户服务评价

4. 电子商务物流（138 学时 8 学分）

电子商务物流是电子商务专业必修的一门专业基础课程。

主要学习：

- (1) 电子商务物流的含义
- (2) 电子商务企业物流部门的岗位职责
- (3) 商品入库
- (4) 商品流通加工
- (5) 订单管理
- (6) 商品分拣
- (7) 商品包装
- (8) 商品存储与维护
- (9) 商品配送
- (10) 物流客户服务与管理

5. 移动商务基础（128 学时 7 学分）

移动商务基础是电子商务专业必修的一门专业基础课程。

主要学习：

- (1) 移动商务的概念和特征
- (2) 移动商务的类型
- (3) 移动商务技术
- (4) 移动商务APP
- (5) 移动商务经营模式
- (6) 移动营销
- (7) 移动支付
- (8) 移动商务安全知识
- (9) 移动商务平台应用

6. 网店运营（110 学时 6 学分）

网店运营是电子商务专业必修的一门专业基础课程。

主要学习：

- (1) 网店的涵义和类型
- (2) 网店的定位和规划
- (3) 开店前的准备
- (4) 网店开设流程
- (5) 网店装修
- (6) 商品管理
- (7) 网店推广
- (8) 商品促销
- (9) 客户关系管理
- (10) 运营数据分析
- (11) 网店运营平台应用

表二 专业基础课程设置及学时分配

序号	课程名称	学时数
1	电子商务基础	146
2	网络营销实务	146
3	电子商务客户服务与管理	120
4	电子商务物流	144
5	移动商务基础	128
6	网店运营	110
合计		788

(三) 专业技能课程

1. 商品描述模块设计（108 学时 6 学分）

- (1) 运用Photo Shop软件，对商品照片进行处理

- (2) 设计商品促销活动
 - (3) 设计商品详情展示
 - (4) 设计商品细节展示
 - (5) 设计购物辅助模块：包括售后服务、商品产地、购物流程、邮资说明、买家必读、商品的退货流程、换货流程、联系方式、支付方式、商品评价星级
 - (6) 添加水印
2. 软文营销（72 学时 4 学分）
- (1) 软文编写
 - (2) 运用Photo Shop软件制作促销图片并应用于营销帖子
 - (3) 运用Word软件进行营销帖子设计
 - (4) 发布软文营销帖子
3. 网店推广（54 学时 3 学分）
- (1) 直通车的使用
 - (2) 钻展的使用
 - (3) 标题优化
4. 客户服务与管理（90 学时 5 学分）
- (1) 网店客户服务常用话术
 - (2) FAQs设置
 - (3) 聊天互动
 - (4) 售前服务
 - (5) 售中服务
 - (6) 售后异议处理
 - (7) 交易促成
 - (8) 智能客服机器人设置与使用
 - (9) 客户数据分析
 - (10) 客户管理
5. 新媒体营销（72 学时 4 学分）
- (1) 微博营销
 - (2) 微信营销
 - (3) 抖音推广
6. 直播营销（108 学时 6 学分）
- (1) 直播商品的设置
 - (2) 直播常用话术
 - (3) 直播开场

- (4) 商品介绍
- (5) 客户问题处理
- (6) 直播结尾
- (7) 订单处理

7. 网店营销策划方案（90 学时 5 学分）

- (1) 网店介绍
- (2) 行业分析
- (3) 目标群体分析
- (4) 商品策略
- (5) 价格策略
- (6) 网店推广策略
- (7) 促销策略

表三 专业技能课程设置及学时分配

序号	课程名称	学时数
1	商品描述模块设计	108
2	软文营销	72
3	网店推广	54
4	客户服务与管理	90
5	新媒体营销	72
6	直播营销	108
7	网店营销策划方案	90
合计		594

七、教育教学活动时间安排

（一）教育教学活动时间分配表

表四 电子商务专业教育教学活动时间分配表

单位：周

内容 周数 学年	教学（含理实一体化教学及 专门化集中实训.	综合生产 实习	复习 考试	机动	假期	全年 周数
第一学年	36	0	4	1	11	52
第二学年	36	0	4	1	11	52
第三学年	28	0	4	1	19	52

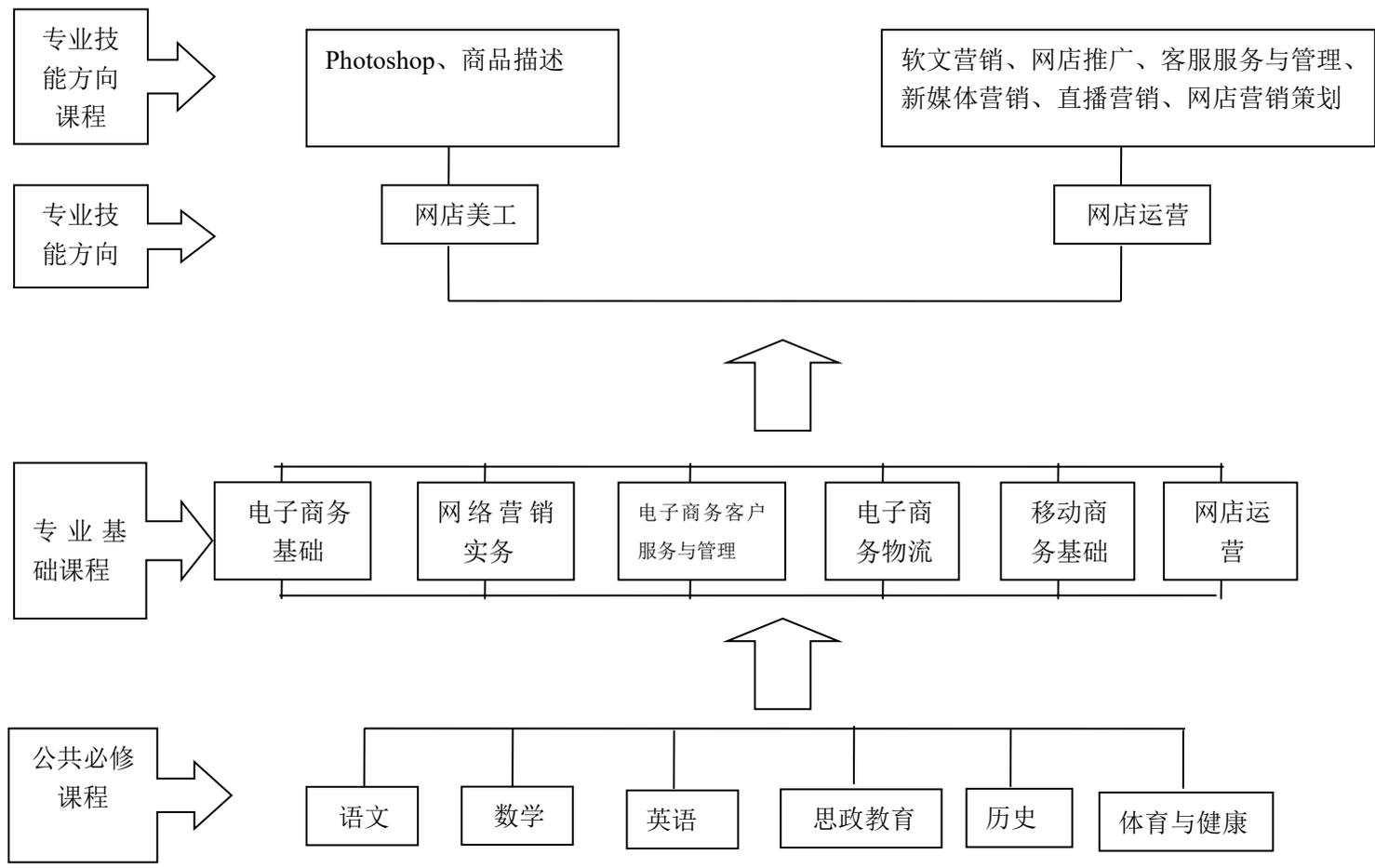
（二）教学学时比例

表五 教学学时比例

项目	学时数	百分比（%）
公共必修课程	1818	56.81%
专业基础课程	788	24.63%
专门技能课程	594	18.56%
活动课程	0	0%
合计	3240	100

八、课程结构框架

本课程体系设置参照教育部印发的关于制订中等职业学校专业教学标准的意见和开设德育课程、公共基础课及公共艺术课课程的通知等相关文件，以学生为中心，以技能培养为重点，进行课程设计。从岗位分析入手，以围绕典型工作任务提取、一体化模块教学为主线，注重与产业、企业、岗位对接，与行业规范和职业标准对接，整合课程，确定人才培养课程体系（图一）。



图一 课程结构框

九、教学时间安排及课时建议

表六 电子商务专业（职教高考）教学计划安排表

电子商务专业（职教高考）教学计划安排表（暂定）													
课程类别	序号	课程名称	总学时	学分	按学年、学期教学进程安排								
					（周学时/教学周数）								
					第一学年		第二学年			第三学年			
					1	2	3	4（前）	4（后）	5	6		
18	18	18	9	9	18	10							
公共基础课程	必修课程	1	语文	510	28	6	6	5	6		5	6	
		2	数学	591	33	6	6	7	7		7	6	
		3	外语	537	30	5	5	6	5		6	6	
		4	体育与健康	81	5	1	1	1	1		1		
		5	思政教育	63	4	1	1	1	1				
		6	历史	36	2	1	1						
		小计		1818	101	占总课时的 56, 81%							
	选修课程	1	优秀传统文化	18	1	1							
		2	艺术	18	1		1						
		3	劳动教育	18	1			1					
		4	心理健康与紧急避险	18	1				1				
			小计		108	6	选修课不占总课时						
	专业课程	专业基础课程	1	电子商务基础	146	8	2	2	2	2			2
			2	网络营销实务	146	8	2	2	2	2			2
3			电子商务客户服务与管理	120	7	2	1	1	2			2	
4			电子商务物流	138	8	2	2	1	2			2	
5			移动商务基础	128	7	2	2	1	2			2	
6			网店运营	110	6	1	2	1	2			2	
		小计		756	47	占总课时的 24. 639%							
专业技能课程		1	商品描述模块设计	99	6			1		5	2		
		2	软文营销	54	3					4	1		
		3	网店推广	54	3					4	1		
		4	客户服务与管理	90	5			1		4	2		
		5	新媒体营销	54	3					4	1		
		6	直播营销	99	6			1		5	2		
		7	网店营销策划方案	90	5			1		4	2		
	小计		540	45	占总课时的 18. 56%								
活动课程	1	入学教育	60	2	2w						60		
	2	社会实践	30	1					1w		30		
	3	毕业教育	30	1						1w	30		
总学时学分及周课时合计			3200	182	32	32	32	32	32	32	32		

注：1. 一般 18 课时一个学分，社会综合实践活动 36 学时一个学分，总学时含活动课程学时。

2. 社会实践时间多安排在寒暑假期中；毕业教育在春季五月份高考结束后的一个月内进行。
3. 体育课排在下午第三四节课，德育课排在每周一下午第四节。
4. 第四学期按周计算，实行前9周理论，后9周实习。
5. 2021年开始，电子商务专业暂行本教学计划

十、说明

1. 本方案是按照教育部《关于制定中等职业学校教学计划的原则意见》（教职成[2009]2号文）等有关要求进行编制。

2. 本方案采用了“模块化”教学方式，主要教学模块有公共必修课程模块、专业基础课程模块、专业技能课程模块、活动课程模块。

3. 公共基础课程中语文、数学、英语、体育与健康、德育均按照新颁布的课程标准执行，专业课程以专业“够用”为原则，教学内容根据春考要求、市场需求、用人单位企业岗位的具体要求灵活调整。

4. 根据社会需求的变化及教育教学改革的深入进行，所开设的课程及实践教学环节可作适当调整。

课程教学标准

电子商务基础教学标准

一、课程性质与任务

本课程是中等职业学校电子商务专业的基础课程之一，也是本专业其他专业课程的基础。其主要任务是通过基础理论知识的讲授和体验性实训、操作性实训和创业实战，使学生了解电子商务的基本概念、基本原理、关键技术及其在电子商务企业中的应用，熟悉电子商务主要业务流程，具备从事电子商务工作搜集、处理、应用商务信息的基础职业能力。培养与电子商务相关的中初级应用型专门人才。

二、课程教学目标

1. 知识教学目标

- (1) 理解电子商务的基本概念、特点、分类、发展趋势及对企业经营和社会发展的影响。
- (2) 理解网络营销的概念、特点、职能、等。模式
- (3) 理解供应链管理的定义、内容、作业等。
- (4) 理解电子商务支付与安全、电子支付工具、加密技术、数字证书、防火墙等。
- (5) 理解电子商务安全概述、电子商务安全技术，理解电子商务交易安全技术；理解电子商务立法及相关法律、电子商务法、解读电子商务法相关案例。

2. 能力培养目标

- (1) 能够熟练掌握网络工具的使用方法，并能够利用网络工具搜集、处理商务信息。
- (2) 能够初步进行市场调研、简单的营销策划，掌握电子商务商业策划书的写作规范。
- (3) 能够在真实的电子商务平台上建立网上店铺，并能够熟练地进行网店管理、网店维护以及掌握网店经营、网上支付、物流配送等。
- (4) 能够利用网络对网上店铺进行简单的推广。

3. 职业素养目标

- (1) 善于整合资源、乐于团队协作的品性素质。
- (2) 能够积极观察和发现工作中的问题与不足，并努力找到解决问题的方法和途径。

三、参考学时

146 学时。

四、课程学分

8 学分。

五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
1	电子商务的概念、特点、分类、发展趋势、网络基础知识	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解电子商务的起源、发展、含义、应用领域、分类； 2. 掌握电子邮箱、搜索引擎的使用； 3. 理解 FTP 协议并会使用 FTP 进行文件的上传和下载等网络基础知识。 	在教师指导下，学生根据任务书的要求，进行资料查找、网上调研，最后形成报告。	32
2	电子商务交易模式	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解电子商务的结构； 2. 了解 C2C、B2C、B2B、O2O、B2G、C2G 模式及应用； 3. 掌握 C2C、B2C、B2B 主要平台的交易模式 4. 了解 CA 认证 	在教师指导下，学生以小组分工合作的形式开展。选择一家知名电子商务网站，申请成为会员作为买方或卖方，根据所选电子商务网站的要求进行交易	20
3	电子商务支付	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解电子支付的定义和组成 2. 熟知常用电子支付工具的用途和使用方法 3. 了解第三方支付，熟知其交易流程 4. 学会使用支付宝等第三方支付系统 5. 初步理解移动支付 	教师设计教学项目，学生分小组，按照任务书要求进行实训	34
4	电子商务供应链管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解电子商务供应链管理定义、内容、作用 	教师设计教学项目，学生分小组，按照任务书要求进行实训	10
5	网络营销与策划	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解网络营销的概念及特征； 2. 掌握网络营销的职能； 3. 了解网络营销的常用方式； 4. 了解网络营销模式 	教师设计教学项目，学生分组按照任务书要求进行实训	20
6	电子商务安全知识、电子商务法律法规	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解电子商务安全概述； 2. 了解电子商务安全技术； 3. 了解电子商务交易安全技术； 4. 了解电子商务立法及相关法律 5. 了解电子商务法、解读电子商务法相关案例 	在教师指导之下，按照任务书要求进行实训，学生可参观公司或实训基地，了解电子商务管理业务流程	30

六、教学实施

(一) 教学方法

在教学中，按照学生学习的规律和特点，从学生实际出发，以学生为主体，充分调动学生的学习积极性、主动性。

1. 采用多媒体演示项目、学生分小组合作完成的方式进行。依托电子商务软件平台进行体验性实训、操作性实训，通过知名电子商务网站进行创业实战实训。

2. 通过电子商务模拟软件的演示, 让学生分析, 由小组共同合作学习, 开展项目的制作, 教师巡回指导, 在项目的讲解过程中让学生对电子商务的基础知识有一个全面的掌握。

(二) 评价方法

本课程的学生评价采用过程与项目评价相结合的方式, 注重课程提问、业务操作、课后报告、汇报交流等环节的评价, 注重理实一体化的评价方式。

学生成绩考核采取项目小组考核和学生个人考核相结合的方式, 项目小组考核按照作品质量和汇报答辩水平综合给分;

个人考核分根据个人在小组工作中的参与度等执行情况由小组互评、个人自评以及教师评价综合给分。

(三) 教学条件

1. 建立多媒体教室, 充分利用课件与录像等方式教学, 以提高学生对理论知识学习的兴趣和课堂教学效率。

2. 建立一体化教室, 充分利用实训教学, 以提高学生学习的兴趣和课堂教学效率。

3. 教师应具有讲解、演示、指导的能力。

(四) 教材选编

1. 依据本课程教学标准组织教材的编写。教材编写者需要充分领会和掌握本课程标准的基本理念、目标、内容和要求, 体现“以就业为导向、以学生为本位”的原则, 将知识与生产生活中的实际应用相结合, 并整体反映在教材之中。

2. 教材的内容要注重可行性、实用性、灵活性和前瞻性。

3. 教材的编写可以项目来组织内容, 每个项目要有明确的项目描述、知识要点、考核要求等。

4. 教材编写者要熟悉各类考证的考核内容, 尽量在教材中得以体现。

(五) 数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣, 应创设形象生动的教学情境, 按照中职学生的认知规律, 结合课程教材, 尽可能采用现代化教学手段, 以制作和收集与教学内容相匹配的多媒体课件、挂图、幻灯片、视听光盘等, 提供满足不同教学需求的数字化教学资源, 为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

网络营销实务教学标准

一、课程性质与任务

本课程是中等职业学校电子商务专业网络营销方向的一门核心课程，网络营销是以互联网技术为基础的高新技术与营销资源融合在一起的新兴营销模式，网络营销具有营销的共同性，同时，又具有它的独特性。本课程主要学习市场营销和网络营销的基本概念和理论、分析网络环境下消费者行为、学习并进行网络营销策略的实践运用。本课程强调基本方法和基本策略的实际运用，注重从事网络营销人员必须具备的基本能力和职业素质的训练。

二、课程教学目标

1. 知识教学目标

- (1) 理解网络营销的基本概念。
- (2) 了解市场营销和网络营销的内涵。
- (3) 掌握网络营销的方法、基本策略。
- (4) 掌握网络广告的概念、形式和发布。

2. 能力培养目标

- (1) 具备初步的网络商务信息采集、处理能力。
- (2) 具有对网络营销环境、网络消费者行为模式客观分析的能力。
- (3) 掌握细分顾客群，准确定位网络营销目标市场的能力。
- (4) 具备网络营销策略运用的基本能力，了解企业网络营销策划的过程。

3. 职业素养目标

- (1) 培养学生精益求精和创新应用的精神。
- (2) 培养学生全局意识、团队意识和市场意识，并注重专业素养与综合素质的不断提高。
- (3) 能够积极观察和发现工作中的问题与不足，并努力找到解决问题的方法和途径。

三、参考学时

146 学时。

四、课程学分

8 学分。

五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
1	网络营销概述	1. 网络营销的产生和发展的过程 2. 网络营销的概念特点和内涵 3. 网络营销的基本方法 4. 网络营销的相关理论及流程	充分运用案例分析，采用启发引导、理实一体化等教学方法，引导学生步入网页世界	10

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
2	网络营销环境与技术应用	1. 网络营销支持条件 2. 网络营销环境	1. 教师结合案例进行演示操作 2. 学生以个体为单位对案例进行临摹制作	16
3	网上市场调查与信息发布	1. 网上市场调查的概念、分类及策略 2. 网络商务信息概念 3. 网络商务信息的分类 4. 网络商务信息收集的基本要求 5. 网络商务信息的处理流程	1. 教师结合具体案例开展教学 2. 学生分组模仿与自由创新练习	16
4	网络营销受众分析	1. 网络营销受众概述 2. 网络营销受众行为分析	1. 教师利用典型案例开展教学 2. 学生在此基础上进行临摹制作	16
5	网络营销基本策略	1. 网络营销产品策略 2. 网络营销价格策略 3. 网络营销渠道策略 4. 网络营销促销策略	1. 教师结合具体案例以分析为主，引导学生学习 2. 学生分组展开竞争，进行临摹与创作	16
6	网络营销方法	1. 搜索引擎营销 2. 在线客服 3. 博客营销 4. FAQ 5. 社交化营销 6. 病毒性营销 7. E-mail 营销	1. 教师针对案例进行演示操作 2. 学生分小组合作完成任务，开展小组件竞赛	22
7	网络广告	1. 网络广告的概念、特点 2. 网络广告的形式 3. 网络广告的收费方式 4. 网络广告的发布	1. 教师布置任务，以分析、演示为主 2. 学生以实战为主，开展小组间竞赛	18
8	网络营销战略规划	1. 网络营销战略发展概述 2. 网络营销战略规划的制定	1. 教师结合具体案例以分析为主，引导学生学习 2. 学生分组展开竞争，进行临摹与创作	16
9	模拟实验	1. 国内网络营销状况分析 2. 网络营销环境与技术应用 3. 利用搜索引擎收集商务信息 4. 网络市场调研 5. 网络营销的策划 6. 网络广告的制作与发布	每个项目分组扮演企业中的项目制作，授课教师扮演企业中的业务经理，负责向项目制作团队分配项目并对项目过程和制作结果进行监督与验收	16

六、教学实施

（一）教学方法

1. 总体采取任务驱动、项目导向等教学模式，对于知识部分的教学主要采用案例分析、启发引导、讨论辩论、自主学习等教学方法。

2. 把课堂教学与学生自学结合起来，鼓励学生通过实践、讨论、合作、探究等方式进行知识的运用和内化。

3. 充分利用挂图、幻灯片、录像、多媒体软件、电子教案等资源创设形象生动的教学情境，激发学生的学习兴趣。

（二）评价方法

1. 采用以形成性评价为主的包括阶段性评价、过程性评价以及项目评价等评价方法，形成促进学生发展的评价方法，反映学生能力的评价结果。

2. 关注评价的多元性，结合课堂提问、课外作业、模拟练习、技能竞赛、小组讨论、个案分析以及阶段性考试等综合评价学生成绩。

3. 对在学习和应用上有创新的学生应给予特殊鼓励，全面综合评价学生能力。

（三）教学条件

1. 建立多媒体教室，充分利用课件与录像等方式教学，以提高学生对理论知识学习的兴趣和课堂教学效率。

2. 建立一体化教室，充分利用实训教学，以提高学生学习的兴趣和课堂教学效率。

3. 教师应具有讲解、演示、指导的能力。

（四）教材选编

1. 教材要充分体现任务引领、实践导向的课程设计思想。

2. 注重以工作任务相关的典型活动为载体，根据教学内容和要求设计流程图、实际案例、情境模拟和课后拓展作业等不同模块。

3. 教材应突出实用性，避免把职业能力简单理解为纯粹的技能操作，同时要具有前瞻性，反映本专业的发展趋势及实际业务操作中的新知识、新技术和新方法。

4. 教材应以学生本，文字表达要简明扼要，内容应图文并茂、突出重点，提高学生的学习兴趣。

（五）数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣，应创设形象生动的教学情境，按照中职学生的认知规律，结合课程教材，尽可能收集、制作与教学内容相配套的授课录像、课程标准、电子教案、教学活动设计方案、项目案例、授课计划、实训指导、学习指南、网络资源、试题库等满足不同教学需要额数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

电子商务客户服务与管理教学标准

一、课程性质与任务

本课程是中等职业学校电子商务专业网店客服方向的一门核心课程，其主要任务是通过本课程的学习，使学生了解基本的客服理论、售前的知识储备、流程培训和准备工作，掌

握客户接待与沟通、有效订单的处理、交易纠纷的处理、客户关系管理，同时培养踏实认真、精益求精、团队合作和创新应用的精神，培养网店客服方面的中级应用型人才。

二、课程教学目标

1. 知识教学目标

- (1) 掌握售前的知识储备。
- (2) 熟悉流程培训和准备工作。
- (3) 熟悉客户接待与沟通的方法。
- (4) 熟悉有效订单的处理。

2. 能力培养目标

- (1) 掌握处理交易纠纷的能力。
- (2) 进行初步的客户关系管理的能力。

3. 职业素养目标

- (1) 坚持效率第一的原则，认真有效地完成工作。
- (2) 培养学生精益求精和创新应用的精神。
- (3) 能够积极观察和发现工作中的问题与不足，并努力找到解决问题的方法和途径。

三、参考学时

120 学时。

四、课程学分

7 学分。

五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
1	电商客服概述	1. 心态和状态 2. 企业文化 3. 客服的职业价值观 4. 如何成为金牌客服	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	8
2	售前的知识储备	1. 品牌价格培训 2. 产品知识培训 3. 促销活动送达	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	12
3	流程培训和准备工作	1. 服务流程培训 2. 组织结构培训 3. 工作流程培训 4. 客服准备工作	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	14

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
4	客户接待与沟通	1. 沟通技巧 2. 进门问好 3. 接待咨询 4. 推荐产品 5. 处理异议 6. 促成交易	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	20
5	有效订单的处理	1. 确认订单 2. 下单发货 3. 礼貌告别	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	14
6	交易纠纷的处理	1. 售后服务 2. 正常交易 3. 纠纷交易 4. 客户维护	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	20
7	客户关系管理	1. 客户关系管理基础 2. 客户关系管理工具 3. 客户关系管理实操	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	20
8	综合训练	分角色扮演，模拟客服工作场景	每个项目分组扮演企业中的项目制作，授课教师扮演企业中的业务经理，负责向项目制作团队分配项目并对项目过程和制作结果进行监督与验收	12

六、教学实施

（一）教学方法

本课程以项目教学为主，以案例教学、直观演示为辅，结合具体网店客服以项目为主线，逐步讲解各个知识点，使学生掌握网店客服的沟通技巧，让学生在实践活动中增强服务意识，逐步掌握网店客服的知识和技能要求，同时注重培养学生的细节决定成败的服务意识和创新能力。

（二）评价方法

本课程将主要围绕学生的作品进行评价。评价采用过程性评价和总结性评价相结合的形式，执行两个方面的标准：学生操作技能的熟练程度、处理交易纠纷的规范程度。评价方式有学生评价、互评、教师评价，建议企业参与评价。

（三）教学条件

教师可利用多媒体教学系统广播教学，还可以利用网络将课堂教学延伸到课外。充分发挥计算机、互联网等现代媒体技术的优势，提高教学效率与质量，加强实践技能培养。

（四）教材选编

1. 依据本课程课程标准组织教材的编写。教材编写者需要充分领会和掌握本课程标准的基本理念、目标、内容和要求，体现“以就业为导向、以学生为本位”的原则，将知识与生产生活中的实际应用相结合，并整体反映在教材之中。

2. 关于内容的选择：所编教材的内容要注重可行性和实用性，符合学生实际；注重体现技术的先进性，反映最新技术。

3. 教材的编写可以项目来组织内容，每个项目要有明确的项目描述、知识要点、考核要求等。

（五）数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣，应创设形象生动的教学情境，按照中职学生的认知规律，结合课程教材，尽可能收集、制作与教学内容相配套的授课录像、课程标准、电子教案、教学活动设计方案、项目案例、授课计划、实训指导、学习指南、网络资源、试题库等满足不同教学需要额数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

电子商务物流教学标准

一、课程性质与任务

1. 课程性质与作用

物流一直是电子商务发展的瓶颈问题，《电子商务物流》是电子商务专业的一门职业技术能力课。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，为以后从事电子商务工作打好基础。

2. 课程基本理念

课程的设计充分体现开放性、职业性和实践性三个特点。①开放性体现在教学地点包括校内多媒体教室和实训室，课堂上师生间交流、沟通顺畅；②职业性体现在课程培养目标设立以岗位职业能力标准为依据、以职业能力为本位，培养学生的职业技能。③实践性体现在课程内容以实际工作任务为引领、以工作过程为主线、以行动为导向，突出学生的实践动手能力的培养。

3. 课程设计思路

根据课程设计理念，我们确立《电子商务物流》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。

二、课程教学目标

通过任务驱动型的项目活动培养学生具有良好职业道德、专业技能水平、可持续发展能力, 使学生掌握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。

1. 知识教学目标

- (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. 能力培养目标

- (1) 英语的灵活应用能力、理解与表达能力;
- (2) 自主学习, 利用网络、文献等获取信息的能力;
- (3) 制定完整的工作计划的能力;
- (4) 灵活分析、独立处理问题的能力。
- (5) 分析实际问题并提出新的解决方案的能力;

3. 职业素养目标

- (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。

三、参考学时

138 学时。

四、课程学分

8 学分。

五、课程内容和要求

按照专业课程目标和涵盖的工作任务要求，确定课程内容和要求，说明学生应获得的知识、技能与态度。

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
1. 工 作 基 础	(1) 认识物流	(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	讲授法、任务驱动教学法、课堂提问	12
	(2) 物流网络的规划			
	(3) 物流模式的选择			
2. 仓 储 管 理	(1) 仓储管理与设施	(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。	讲授法、任务驱动教学法、直观演示法、练习法	22
	(2) 包装			
	(3) 装卸与搬运			
3. 运 输 管 理	(1) 运输的概念和功能	(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	讲授法、任务驱动教学法练习法，引导互动式，边讲边练，边练边辅导	12
	(2) 物流线路			
	(3) 运输设施与设备			
	(4) 运输合理化			
4. 配 送 管	(1) 物流配送基础	(1) 电子商务环境下运输合理化的方法 (2) 物流配送的基础和流程。	讲授法、任务驱动教学法、角色扮演法，引导互动式，边讲边练，边练边	24
	(2) 配送中心和工作流程			

理	(3) 物流配送方案设计和评估	(3) 电子商务物流配送方案设计 (4) 电子商务物流配送评估的内容和方法 (5) 流通加工的原因、形式	辅导	
	(4) 流通加工			
5. 第三方物流管理和新型物流	(1) 第三方物流的概念和特点	(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	讲授法、任务驱动教学法	12
	(2) 第三方物流管理决策			
	(3) 新型物流			
6. 供应链管理	(1) 供应链管理基础知识	(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	讲授法、讨论法、读书指导法、任务驱动教学法、角色扮演法, 引导互动式, 边讲边练, 边练边辅导	22
	(2) 供应链的结构和设计			
	(3) 供应链管理中的实施			
7. 国际物流	(1) 国际物流概述	(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	讲授法、任务驱动教学法	10
	(2) 国际物流报关报检过程			
	(3) 国际货运运输保险			
8. 物流信息技术	(1) 物流信息技术概述	(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	讲授法、任务驱动教学法、角色扮演法	12
	(2) 条形码技术、射频技术			
	(3) 电子数据交换			
	(4) GPS /GIS 技术			
	(5) 信息管理系统软件			
9. 物流法律知识	(1) 货物运输合同分类	(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	讲授法	12
	(2) 运输合同法律知识			
	(3) 运输合同纠纷诉讼实务			

六、教学实施

(一) 教学方法

采用“任务驱动，案例教学，理论实践一体化”的教学模式开展教学。整个课程由多个实际工作任务驱动，教学中以学生为中心，教师为主导，充分调动师生双方的积极性，达成教学目标。

依据中小企业物流岗位技能要求而采取项目教学方法，以工作任务为出发点来激发学生的学习兴趣，教学中注重创新教育环境，采取理论实践一体化教学模式，充分利用计算机、多媒体等教学手段。以学生为主体设计教学结构，营造民主、和谐的教学氛围。老师指导学生完成项目的过程中，将有关的知识、职业道德、情感态度等与技能培养有机融合。加强学生的动手操作能力的培养，注重学生独立分析和解决问题能力的培养。

（二）评价方法

改革课程考核方式，进一步加大了对学生平时学习过程的考核力度，学生的出勤、课堂发言、作业、项目策划等平时成绩提高到总成绩的 50%左右，采用平时表现、项目完成、期末试卷等多种考核相综合的方式，避免学生临时抱佛脚的现象，加强学习效果。

考核阶段	考核内容	考核形式	成绩比例
过程考核	学习态度、课堂纪律、单项实践操作技能、团队合作精神、	课堂出勤、课堂提问、课下作业、小组项目策划考核等	50%
终结性考核	专业理论技能、专业理论知识解决实际问题的能力、职业规范、创新能力等	试卷考核	50%

（三）教学条件

教师可利用多媒体教学系统广播教学，还可以利用网络将课堂教学延伸到课外。充分发挥计算机、互联网等现代媒体技术的优势，提高教学效率与质量，加强实践技能培养。

（四）教材选编

1. 依据本课程教学标准组织教材的编写。教材编写者需要充分领会和掌握本课程标准的基本理念、目标、内容和要求，体现“以就业为导向、以学生为本位”的原则，将知识与生产生活中的实际应用相结合，并整体反映在教材之中。

2. 关于内容的选择：所编教材的内容要注重可行性和实用性，符合学生实际；注重体现技术的先进性，反映最新技术。

3.教材的编写可以项目来组织内容,每个项目要有明确的项目描述、知识要点、考核要求等。

(五) 数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣,应创设形象生动的教学情境,按照中职学生的认知规律,结合课程教材,尽可能收集、制作与教学内容相配套的授课录像、课程标准、电子教案、教学活动设计方案、项目案例、授课计划、实训指导、学习指南、网络资源、试题库等满足不同教学需要额数字化教学资源,为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

本课程有配套模拟软件。此外,还配有学习指导书、课件、网上自测题、网上讨论组、网上学习平台。

推荐如下学习网站:

- (1) 中国物流信息网
- (2) 中国电子商务协会
- (3) 中国商务门户网站
- (4) 物流师论坛

移动商务基础教学标准

一、课程性质与任务

1. 中职电子商务专业人才培养定位

中职电子商务专业主要以各类中小企业的岗位(群)任职能力要求为目标,培养学生掌握从事中小企业所需要的电子商务知识和实务操作技能,电子商务专业学生应当理解电子商务环境下的商务组织、管理和业务方式及其特点,理解电子商务决不仅是商务手段和方式的更替,而是整个商务运作体系的变革,应该具有完整的电子商务观,在校期间通过助理电子商务师的考试,毕业后能够利用所学知识从事网络营销员、电子商务系统策划与运营员、网站编辑、网站推广员、网络交易管理员、电子商务员、网络品牌塑造与营销员等工作。

2. 本课程在电子商务专业人才培养中的地位与作用

移动电子商务是电子商务专业必修课程之一。作为中职电子商务专业的学生,应该学习和了解移动商务的各种基本问题,如移动商务概念,移动商务技术基础,移动商务价值链及其应用模式,移动商务交易服务等。

本课程在电子商务专业的人才培养中突出 3G 时代的到来给电子商务带来的新的变化和契机,让学生能与与时俱进的将电子商务的商业模式运用到移动商务活动中,重在探讨和研究移动电子商务的应用。

《移动商务》是电子商务专业的职业技术课程，学习该课程应以电子商务基础、计算机及应用、网络基础、电子支付等课程为基础进行学习，同时为今后走上实际工作岗位，为企业提供好的移动商务解决方案起到很好的实践应用作用。

二、课程教学目标

1. 知识教学目标

- (1) 了解移动商务的发展历史
- (2) 了解我国的移动通信业务、3G 业务
- (3) 掌握移动数据通信、移动搜索、移动办公、移动广告的基本形式与主要作用
- (4) 熟悉移动交易服务的具体形式和策略
- (5) 掌握移动电子商务产业的价值链与构建体系
- (6) 了解移动电子商务的资源开发技术

2. 能力培养目标

通过本课程的学习，学生应具备从事移动商务工作的基本操作技能。具体包括：

- (1) 移动营销能力
- (2) 移动信息服务能力
- (3) 移动增值业务和信息资源的开发与利用
- (4) 移动电子商务安全关立
- (5) 移动电子支付、移动技术在物流中的应用
- (6) 客户服务和商务接待
- (7) 移动电子商务的管理

3. 职业素养目标

(1) 具备基本的电子商务企业从业人员的基本职业素养和判断能力，能够熟练运用电子商务的相关知识解决企业的主要问题，尤其是移动商务营销方面的问题，具有继续学习和可持续发展能力；

(2) 培养学生客观公正、坚持原则、保守秘密、勤奋敬业、谨慎细致、务实高效、团结协作的职业态度；

(3) 具有强烈的工作责任心和风险意识。

三、参考学时

128 学时。

四、课程学分

8 学时。

五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
1	移动商务概述	了解移动电子商务的概念与特点；掌握移动电子商务的技术支撑与它的社会作用	移动电子商务体验	18
2	移动电子商务技术基础	了解小区划分的原则；如何实现频率复用；熟悉移动组网技术；了解移动通信发展；熟悉移动终端结构和移动终端制造商；了解无线 Internet 无线应用协议	利用相关设备了解移动终端的结构与互联网小区划分原则	12
3	移动电子商务产业价值链	了解移动电子商务产业价值链的概念；了解移动电子商务价值链的生成；移动电子商务产业价值链演进分析；移动电子商务价值链的生成模型；移动商务模式创新	分组讨论移动电子商务产业链的演进过程	12
4	移动电子商务的应用模式	了解移动电子商务应用的内涵和本质特征；熟悉移动电子商务应用模式的特征和类型；探索中的 8 种移动电子商务运营模式	在互联网上搜索相关资料，分析各种移动商务运营模式的优势和劣势	12
5	移动电子商务的交易服务	了解移动电子商务合同的达成；熟悉移动电子商务认证服务与证书体系；掌握移动电子商务交易相关服务	寻找一家移动商务网站，了解其认证服务系统	12
6	移动电子商务的信息服务	了解移动电子商务信息服务概念；熟悉移动短信服务、定位服务、搜索服务、应急服务；掌握移动数据通信服务	通过资料收集整理移动电子商务信息服务的主要项目和内容	14
7	移动电子支付	了解移动电子支付概念 熟悉手机银行业务；掌握移动电子支付的几种运营模式；了解移动电子支付安全与风险防范	通过自有移动终端尝试运用移动电子支付方式完成支付过程，提出移动电子支付需要注意的问题。	8

8	移动电子商务的资源开发和价值开发	了解我国移动电子商务发展的资源结构；掌握短信网址、新闻资源、手机广告、移动娱乐和音乐资源资源的价值开发的原则和步骤；熟悉移动电子商务价值开发的有效性测量及评价	对现有的移动电子商务的案例进行分析，分组探讨其电子商务的价值所在	12
9	移动电子商务营销	了解移动电子商务调查的方式方法；移动电子商务的市场目标与定位；移动电子商务的4P策略；移动电子商务的4C策略	撰写移动电子商务营销方案	12
10	移动电子商务与物流	移动电子商务物流的技术支撑；移动电子商务在物流企业的应用	通过相应设备了解条码技术、射频技术、GIS技术、GPS技术特点	112
11	移动电子商务的法律问题	了解移动电子商务不良短信的治理；掌握移动电子商务隐私问题的规范；了解短信诈骗的防范；	分组讨论移动电子商务的诈骗犯罪；移动电子商务合同法律问题	12

六、教学实施

（一）教学方法

在课程教学时，教师要有对学生进行学习方法的强烈意识，关注学生的态度、兴趣、习惯、意志等非智力因素，激发学生主动学习意识。变“教师是演员，学生是观众”为“学生是演员，教师是导演”；变“教师教，学生学”为“学生学，教师教，教师‘教学生学’”。并根据不同的教学内容，有针对性地采用多种教学方法。

1. 任务驱动教学法。采用真实企业的案例资料，以完成每一任务为目标，让学生根据会计实际工作过程所需技能的操作方法和规范要求进行学习和训练，在具体操作过程中产生对会计核算基本技能的需求，针对其需求引入相关理论知识，用工作任务驱动学生积极主动地进行学习和训练，有效地调动学生对操作技能和理论知识学习的积极性，实现实践理论一体化。

2. 案例教学法。以真实企业实际发生的事项为案例，导入每一工作任务需要掌握的知识 and 技能，再以学生身边实例加以讲解，使抽象的理论通过浅显明了的案例变得通俗易懂。

3. 以赛促学法。开展与课程相关的知识竞赛，要求全班学生必须参加，根据竞赛结果设置团体和个人优秀奖，并与学生年度评优及奖学金、助学金评定相联系，极大地激发和提高了学生学习的积极性，起到通过竞赛促进学习的目的。

（二）评价方法

教学评价分为学生评教和教师评学两个部分。评教在期中和期末进行，实行网上评教方式，评学分为过程性考核和终结性考核。通过教学评价，达到以评促教、以考促学的目的。

本课程实行百分制考评，采用理论考试与技能考核相结合，过程性考核和终结性考评相结合，注重全面考核学生的综合职业能力及水平。本课程全部以日常作业作为考核结果，其中日常作业包括有：测验、专题作业、调研活动、实训室操作、表达能力、学习态度等。

（三）教学条件

教师可利用多媒体教学系统广播教学，还可以利用网络将课堂教学延伸到课外。充分发挥计算机、互联网等现代媒体技术的优势，提高教学效率与质量，加强实践技能培养。

（四）教材选编

1. 教材是实施教学过程的载体，必须依据本课程标准及基于电子商务的典型工作任务编写教材，充分体现任务引领和项目教学的课程设计理念。

2. 教材必须紧扣中职教育培养技能性人才的目标，在教材内容的选取上，旨在追求工作过程的完整性而不是学科结构的完整性，彻底打破原有课程学科体系。

（五）数字化教学资源开发

1. 建设用于本课程教学实训中心，使之具备仿真教学、现场教学等技能训练功能，实现理论实践一体化教学，满足学生职业能力培养需求。

2. 建设课程教学资源网站，将各种教学资源集中统一管理。形成课程教学资源库，实现教学资源共享，提高课程资源利用效益。

3. 开发和利用网络资源，充分利用电子图书、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网上信息资源，不断增加教学资源的品种，不断提高教学资源的针对性。

网店运营教学标准

一、课程性质与任务

网店运营是电子商务专业核心课程之一，本课程基于网店运营的工作过程设计，从店铺策划、店铺开设、店铺管理、店铺推广的流程设计教学内容，该课程的学习强调实战化，所

有教学项目基于淘宝网或者拍拍网等电子商务平台开展,该课程对于提升学生的网店运营能力等实际工作技能有着极为重要的意义。

二、课程教学目标

1. 知识教学目标

- (1)了解网上开店的应该基本的基本素质和基本条件
- (2)掌握网店客服的主要方法
- (3)掌握网店开设流程、网店装修的相关知识

2. 能力培养目标

- (1)能进行市场调研以及店铺定位
- (2)能开设网上店铺
- (3)能对网上店铺进行日常管理、运营数据分析、网店运营平台应用

3. 职业素养目标

- (1)培养学生的创业意识。
- (2)培养创新思维和灵活运用知识的能力。
- (3)培养分析问题、解决问题的能力。

三、参考学时

110 学时。

四、课程学分

6 学分。

五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
1	开店准备	1. 对网络消费者的消费习惯有比较清楚的了解 知道哪些产品在网容易销售 2. 能对店铺进行恰当的定位 3. 能选择恰当的方式为自己的网店找到货源	1. 教师指导学生设计调查问卷,分析消费者的需求; 2. 教师指导学生为产品进行市场定位,选择货源	26
2	网店开设	1. 能选择恰当的网店平台 2. 能利用某一电子商务平台开设网上店铺 3. 能设计店标 4. 能对店铺进行基本设置 5. 能设计出美观大方的店铺	1. 教师演示开店操作; 2. 学生借助模拟平台实际操作练习;	28

3	产品发布	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够拍摄高质量的产品图片 2. 能对数码照片画质进行改善及效果处理 3. 能进行宝贝标题的合理设置 4. 能高质量的描述产品 5. 能利用某一产品录入工具上传产品 掌握产品的发布技巧	<ol style="list-style-type: none"> 1. 安排学生到淘宝网进行调研，学习对应品类商品的标题设计、产品详情等描述； 2. 分小组进行交流展示作品、并由老师和其他小组成员提出建议或意见。 	26
4	网店日常经营与管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能选择恰当的物流模式 2. 能合理利用现有物流资源 3. 能运用阿里旺旺等在线沟通工具 4. 能在店铺中添加E 客服 5. 能处理常见的客服问题 6. 能选择恰当的安全措施 7. 能利用某一安全技术升级保护自己的网上店铺 8. 能运用好标题、图片、描述三要素店内推广 9. 淘宝站内推广 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 创设情景，解决物流资费设置问题； 2. 创设情景，解决客服沟通中遇到的常见问题； 3. 案例分析，提升点击率和转化率； 	30

六、教学实施

（一）教学方法

本课程主要教学方法为：理论教学+实践教学。课程教学方法的改革以调动学生的积极性为核心，以参与式、体验式、交互式 and 模拟教学等实践教学为基本形式。建立了纸质、声音、电子、网络等多种媒体构成的立体化教学载体。

除讲授、提问、学生分析、讨论等常用的方法外，结合管理课程的特点，适应高职的要求，探索并完善下列方法：

1. 多媒体教学。本课程全程使用多媒体教学，有的重点案例采取录像播放方式，以增强感染力，并要制作有利于学生学习与训练的助学课件，最终建立系统性、立体化的多媒体课件体系。

2. 案例分析。案例分析是会展教学联系实际的特色形式，应引起教师高度重视。进行案例分析时，既可以采用由学生独立分析，再以书面作业完成的分散方式；又可以采用先分小组讨论，后到课堂上全班讨论这种集中形式。其中，后一种方式主要用于对重点案例进行分析。教师的指导要重点放在引导学生寻找正确的分析思路和对关键点的多视角观察上，而不是用自己的观点影响学生。教师对案例分析的总结，也不要对结果或争论下结论，而是对学生们的分析进行归纳、拓展和升华。

3. 角色扮演和现场模拟。给出一定的案例或要解决的会展实务管理问题，由学生扮演其中的角色（也可轮流扮演），设身处地的分析与解决所面临的问题。学生从所扮演角色的角度出发，运用所学知识，自主分析与决策，以提高学生实际决策的技能。

4. 项目实践。即依托于会展企业的真实项目，由学生运用所学知识与相关技能，参与展会策划、组织、营销、服务等各个环节，加深学生对于专业理论的认识和把握。

5. 调查与访问。在课上或课外，组织学生进行社会调查，有条件时，直接访问会展企业和企业家，组织学生与企业家对话活动。

（二）评价方法

考核方式与成绩构成

本课程按照百分制进行考核。根据课程的特点，在课程总成绩评定中，平时考核占 50%，期末考核占 50%。平时考核包括：出勤（10%）、课堂提问（10%）、课堂与团队活动参与程度（10%）、作业完成质量（20%）、期末考核以笔试为主（50%）。

（三）教学条件

1、多媒体课堂讲授

采用启发式多媒体课件教学，通过生动直观的课件将知识点展示出来，并培养学生思考问题、分析问题和解决问题的能力，应引导和鼓励学生通过自学获取知识，适当采用讨论课以及答疑等教学环节。

2、机房上机操作

通过上机操作，使学生具备能够独立操作商业交易活动的的能力。

（四）教材选编

1. 教材

本课程的教材是自主编写教材《网店运营》，从网上商店的基本原理入手，系统地讲述创建网店的方法、实践方法和应用技巧。教材从实践入手，按照网店运营和管理的全过程，合理利用多种计算机技术，对网店的经营和管理做出了详细的讲解，对电子商务专业学生的创业提供了保障措施。

2. 教学资源

利用现代信息技术开发视听光盘等多媒体课件，通过搭建起多维、动态、活跃、自主的课程训练平台，使学生的主动性、积极性和创造性得以充分调动。积极利用电子书籍、电子期刊、数字图书馆、各大网站等网络资源，使教学内容从单一化向多元化转变，使学生知识

和能力的拓展成为可能。包括相关教辅材料、实训指导手册、产学结合、信息技术应用、仿真软件、网络资源等方面。

（五）数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣,应创设形象生动的教学情境,按照中职学生的认知规律,结合课程教材,尽可能收集、制作与教学内容相配套的授课录像、课程标准、电子教案、教学活动设计方案、项目案例、授课计划、实训指导、学习指南、网络资源、试题库等满足不同教学需要额数字化教学资源,为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

商品描述模块设计教学标准

一、课程性质与任务

本课程是中等职业学校电子商务专业的基础课程之一,本课程系统讲授数字图形图像的基本知识、文件格式、图形图像要素的数字表示、图形图像的输入、Photoshop 中图形图像的编辑、特效处理、常用工具和技巧以及图像的输出印刷的分色方法和平面设计中该软件的使用方法等。通过该软件的学习能使学生掌握使用 Photoshop 进行绘图、网店网页美工设计、照片处理等技巧。

二、课程教学目标

1. 知识教学目标

- (1) 了解编辑图像的各种方法
- (2) 了解 Photoshop CS6 的工作界面和基本操作
- (3) 了解图像处理基础知识
- (4) 掌握绘制图形与路径的方法
- (5) 掌握通道的概念与使用技巧
- (6) 掌握各种滤镜并掌握部分常用的滤镜
- (7) 掌握动作的应用

2. 能力培养目标

- (1) 掌握平面绘图的能力
- (2) 掌握图层、通道、路径等在平面图形图像处理中的应用
- (3) 掌握常用的滤镜效果并在创作中应用
- (4) 掌握用 Adobe ImageReady 制作动画的能力
- (5) 掌握文字的应用
- (6) 掌握综合应用制作精彩实例

3. 职业素养目标

- (1) 增强学生的审美能力
- (2) 帮助学生形成自己的思维理念，运用软件进行规范化设计，处理生活中实际遇到的问题
- (3) 具有善于和客户沟通和维修企业工作人员共事的团队意识，能进行良好的团队合作
- (4) 养成爱护设备和检测仪器的良好习惯

三、参考学时

108 学时。

四、课程学分

6 学分。

五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
1	Photoshop CS6 基础知识	1. 了解 Photoshop CS 基础知识； 2. 熟练掌握 PS 相关参数设置； 3. 熟悉各个工具面板的功能以及如何使用帮助	效果演示、多媒体讲解	8
2	工具箱类	1. 熟练掌握工具的使用； 2. 熟悉各个工具面板的功能以及设置技巧； 3. 对 Photoshop 中文字的处理要求 4. 了解历史面板的作用和使用方法	教师设计教学项目，学生分组按照任务书要求进行实训	8
3	设计与矫正图像颜色	1. 图像颜色模式之间的转换 2. 控制基本色调 3. 控制特殊色调 4. 控制图像的色彩	教师设计教学项目，学生分组按照任务书要求进行实训	12
4	常用浮动面板应用	1. 套索工具组 2. 使用魔术棒工具建立选区 3. 使用选择颜色范围建立选区 4. 控制选取范围 5. 各种区域选择工工具，移动工具和裁剪工具的应用技巧 6. 载入和保存选择范围	教师设计教学项目，学生分组按照任务书要求进行实训	16
5	图层、滤镜技术	1. 图层简要概述 2. 多种类型的图层 3. 图层的编辑操作 4. 设置图层样式 5. 图层混合 6. 各种滤镜的使用	教师设计教学项目，学生分组按照任务书要求进行实训	12

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
6	通道和蒙版的应用	1. 通道的基本功能 2. 通道控制面板组成 3. 通道的操作 4. Alpha 通道 5. 蒙版的基本功能 6. 蒙版的产生与编辑 7. 图像合成	教师设计教学项目，学生分组按照任务书要求进行实训	14
7	文字的应用	1. 文字工具的使用 2. 文字工具各选项的含义 3. 文字工具与路径工具的配合使用 4. 样式、文字效果	教师设计教学项目，学生分组按照任务书要求进行实训	14
8	图形图像输出与网上发布	1. 图像的输入 2. 图像打印输出 3. 打印页面设置	教师设计教学项目，学生分组按照任务书要求进行实训	12
9	Photoshop 高级应用	1. 特效字制作 2. 立体特效制作 3. 特殊效果实例 4. 综合实训	在教师指导下，按照任务书要求进行实训，完成任务案例	12

六、教学实施

（一）教学方法

本课程采用现场教学与学生训练相结合的方法，在教学过程中，应立足于加强学生实际操作能力的培养，注重“教”与“学”互动，采用任务驱动教学法，推行阶梯训练目标，是学生在训练中逐步达到目标。

注重实践，强化实践性教学环节，更新观念，把企业项目与学校教学有机结合，为学生提供更大的学习和发展空间。

（二）评价方法

本课程可采用过程评价、阶段评价和综合评价相结合的评价方法。

1. 平时成绩占 20%，包括对出勤情况、课堂提问、讨论、作业等情况。

2. 上级实训练习占 30%，上级实训成绩根据学生完成实训内容及出勤情况，由指导老师给出成绩。

3. 期末考试成绩占 50%，采用上级考试形式。

（三）教学条件

1. 建立多媒体教室，充分利用课件与录像等方式教学，以提高学生对理论知识学习的兴趣和课堂教学效率。

2. 建立一体化教室，充分利用实训教学，以提高学生学习的兴趣和课堂教学效率。

3. 教师应具有讲解、演示、指导的能力。

（四）教材选编

1. 依据本课程教学标准组织教材的编写。教材编写者需要充分领会和掌握本课程标准的基本理念、目标、内容和要求，体现“以就业为导向、以学生为本位”的原则，将知识与生产生活中的实际应用相结合，并整体反映在教材之中。

2. 教材内容应凸显实践性、应用性和层次性特征，并使学生易学、移动、易接受，同时具有前瞻性，把平面设计的新知识、新技术和新方法引入教材。

3. 教材提倡图文并茂，增强直观性，随同教材配备电子教案、多媒体教学课件和素材库，并与激发学生的学习兴趣和持续性。

（五）数字化教学资源开发

1. 根据课程教学标准，结合应用能力的培养要求，开发符合课堂教学特点的多媒体教学课件。课件要求汇集相关的教学素材，提供课程各知识点，形成教学资源库。各任课教师在此基础上组织教学课件，形成具有个人风格和专业特色的课件。

2. 建议相关课程积累各类案例资源。案例库包括案例的文字说明和案例的效果演示，并组织实践经验丰富的教师进行数字化教学资源的开发。

3. 充分利用教材、多媒体课件、考试模拟软件和网络，灵活多样的教学方法，激发学生的学习兴趣，促进学生对知识的理解与掌握，尽可能收集、制作与教学内容相配套的授课录像、课程标准、电子教案、教学活动设计方案、项目案例、授课计划、实训指导、学习指南、网络资源、试题库等满足不同教学需要额数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

软文营销教学标准

一、 课程性质与任务

本课程是中等职业学校电子商务专业的一门专业核心课程，软文营销是针对从事新媒体营销与运营的工作人员，系统介绍软文营销产生的时代背景及其需要贮备的理论知识和实践能力。通过开展软文营销教学，使从业者掌握软文营销策划活动所需要的基础知识和基本理论，熟悉软文营销创作的基本流程和基本方法，了解软文营销策划传播的规律。激发创意提高从业者的创新能力以确保完成高质量的软文营销活动。

二、 课程教学目标

1. 知识教学目标

- (1) 了解软文营销的定义和划分标准，掌握软文营销的三大特点；
- (2) 熟悉软文营销的调研和策划、了解软文营销的策划、了解软文营销写作、投放和效果评估；
- (3) 了解论坛标题写作的三大原则和十二种必备套路、了解论坛内容的五大模板、了解论坛结尾的四大类型、了解论坛金句提炼的八大招式以及取之不尽的论坛灵感的来源；
- (4) 了解关键词的定义、设置原则及四种类型。了解关键词的三个选择方向及植入原则、了解关键词查询的五种常用工具；
- (5) 掌握设计商业故事论坛的五步骤、了解解析商业故事论坛案例的步豫和 SCQOR 框架、了解传播设计中的代表读者发声和塑造形象认同、提供社交货币、社会比较心理、群体效应心理；
- (6) 了解新闻资讯类论坛三大特点、果道分类及特点。了解今日头条论坛写作的五种技巧；
- (7) 了解微信微博论坛特点的异同、了解微信公众号论坛写作的四种技巧、了解长微博论坛写作的三种技巧；
- (8) 了解问答类平台论坛、渠道分类及特点、了解百度知道的写作技巧及案例，了解悟空问答论坛写作技巧及案例、了解知乎论坛写作技巧及案例；
- (9) 了解个人社交类渠道分类及特点、了解微信朋友圈论坛写作的四种技巧、了解短微博论坛写作的三大技巧；
- (10) 了解社群的定义、了解 QQ 群与微信群的区别、了解四种方法玩转社群论坛、社群软文营销案例解析；
- (11) 了解媒体组合的三大优势、两种常用媒体组合策略、品牌产品四个阶段的论坛类型；
- (12) 了解评估软文营销的四个方法、了解总结软文营销效果的两个角度、了解如何用一张表格搞定软文营销总结；
- (13) 了解软文营销的五大注意事项、了解软文营销常见的三大误区；
- (14) 了解软文营销中的操作风险及防范投入风险及防范、道德风险及防范、法律风险及防范；

2. 能力培养目标

通过本课程的教学，学生应该能够应对各类型的软文营销工作，能够独立进行软文营销策划及效果评估工作，并能够针对遇到的问题做出一定的应对措施，具备分析问题和解决问题

题的能力，能有效的开展软文营销相关活动。

3. 职业素养目标

通过本课程的教学学生有意识的关注软文营销相关动态，激发对软文营销及相关活动的探索意识，培养学生的探索及创新精神。

三、参考学时

72 学时。

四、课程学分

4 学分。

五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
1	初始软文营销	<ol style="list-style-type: none"> 1. 软文营销的定义和划分标准 2. 软文营销的三大特点 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习 	8
2	软文营销的整体设计及具体应用	<ol style="list-style-type: none"> 1. 软文营销的调研和策划 2. 软文营销写作、投放和效果评估 3. 论坛标题写作的三大原则和十二种必备套路、论坛内容的五大模板、论坛结尾的四大类型、论坛金句提炼的八大格式以及取之不尽的论坛灵感的来源 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习 	12
3	提升软文营销效果的三大制胜法宝	<ol style="list-style-type: none"> 1. 关键词的定义、设置原则及四种类型、三个选择方向及植入原则、关键词查询的五种常用工具 2. 商业事故论坛的五步骤和 SCQOR 框架 3. 传播设计中的代表读者发声和塑造形象认同、提供社交货币、社会比较心理、群体效应心理 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习 	14
4	玩转五大平台的软文营销写作技巧	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新闻资讯类论坛三大特点、新闻资讯类渠道分类及特点 2. 今日头条论坛写作的五种技巧 3. 微信微博论坛特点的异同、微信公众号论坛写作的四种技巧、长微博论坛写作的三种技巧 4. 问答类平台论坛、问答类渠道分类及特点、百度知道的写作技巧及案例 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习 	12
5	软文营销的组合投放和效果评估	<ol style="list-style-type: none"> 1. 媒体组合的三大优势、两种常用媒体组合策略、品牌产品四个阶段的论坛类型 2. 评估软文营销的四个方法、总结软文营销效果的两个角度、如何用一张表格搞定软文营销总结 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习 	14

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
6	软文营销的注意事项及风险防范	1. 软文营销的五大注意事项、软文营销常见的三大误区 2. 软文营销中的操作风险及防范、投入风险及防范、道德风险及防范、法律风险及防范	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	12

六、教学实施

（一）教学方法

课堂讲授典型案例讨论通过对典型案例的介绍和讨论，加深学生对网络营销理论的理解，充分调动学生学习积极性和参与性，提高学生分析解决问题的能力课堂讨论或辩论通过对电子商务现实市场热点问题的讨论、辩论，充分调动学生学习积极性和参与性，提高学生获取知识能力、思维能力和分析解决问题的能力。视频观摩借鉴利用形象生动的录像教学片作补充，增加学生的感性认识，扩展学生的视野。通过以上方法，帮助学生对课程的难点和重点进行理解掌握。技术性强的知识点和技能点采用教学做一体化的方式，让学生“做中学、学中做”。

（二）评价方法

采用平时成绩(10%)+实验成绩(30%)+期末考试(60%)的考核方式：1.平时成绩(10%)主要考查出勤情况，课堂提问、课堂讨论情况；2.实验成绩(30%)教学做一体化教学内容，每一阶段实验成果都要求学生提交实验报告，根据实验报告提交的及时性、实验内容的准确性，评定每位学生实验成绩；3.期末考试(60%)期末考试采用笔试形式，考查学生对知识点的理解和综合应用能力。

（三）教学条件

1. 建立多媒体教室，充分利用课件与录像等方式教学，以提高学生对理论知识学习的兴趣和课堂教学效率。

2. 建立一体化教室，充分利用实训教学，以提高学生学习的兴趣和课堂教学效率。

（四）教材选编

1. 依据本课程教学标准组织教材的编写。教材编写者需要充分领会和掌握本课程标准的基本理念、目标、内容和要求，体现“以就业为导向、以学生为本位”的原则，将知识与生产生活中的实际应用相结合，并整体反映在教材之中。

2. 关于内容的选择：所编教材的内容要注重可行性和实用性，符合学生实际；注重体现技术的先进性，反映最新技术。

3. 教材的编写可以项目来组织内容，每个项目要有明确的项目描述、知识要点、考核要

求等。

（五）数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣,应创设形象生动的教学情境,按照中职学生的认知规律,结合课程教材,尽可能收集、制作与教学内容相配套的授课录像、课程标准、电子教案、教学活动设计方案、项目案例、授课计划、实训指导、学习指南、网络资源、试题库等满足不同教学需要额数字化教学资源,为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

网店推广教学标准

一、课程性质与任务

本课程是中等职业学校电子商务专业网店美工方向的一门核心课程,其主要任务是通过本课程的学习,使学生掌握打造网店单品爆款知识、内页文案的编写、直通车、淘宝客、有效地促销、分销管理、聚划算、常规硬广、sns 与淘宝网网络营销、量子统计的数据分析,同时培养血神更踏实认真、精益求精、团队合作和创新应用的精神,培养网店推广方面的中级应用型人才。

二、课程教学目标

1. 知识教学目标

- (1) 掌握打造网店单品爆款知识;
- (2) 掌握内页文案的编写;
- (3) 熟悉直通车工具;
- (4) 熟悉有效地促销的方法。

2. 能力培养目标

- (1) 掌握商品软文写作能力;
- (2) 熟悉并运作商品运营的基本流程;
- (3) 能够用量子统计工具对商品及客户信息进行分析,并制定相应的改进措施的能力。

3. 职业素养目标

- (1) 坚持效率第一的原则,认真有效地完成工作;
- (2) 培养学生精益求精和创新应用的精神;
- (3) 能够积极观察和发现工作中的问题与不足,并努力找到解决问题的方法和途径。

三、参考学时

54 学时。

四、课程学分

3 学分。

五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
1	打造网店单品爆款	<ol style="list-style-type: none"> 1. 前期准备 2. 单品选择 3. 单品页面准备 4. 店铺准备 5. 推爆步骤 6. 效果评估及整改 	充分运用案例分析,采用启发引导、理实一体化等教学方法,引导学生步入网页世界	4
2	内页文案的编写	<ol style="list-style-type: none"> 1. 内页文案写作的范畴 2. 内页文案编写中常见的问题 3. 内页文案编写 6 招制胜法 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师结合案例进行演示操作 2. 学生以个体为单位对案例进行临摹制作 	4
3	直通车	<ol style="list-style-type: none"> 1. 直通车概述 2. 直通车操作系统介绍 3. 直通车操作优化重点 4. 直通车活动 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师结合具体案例开展教学 2. 学生分组模仿与自由创新练习 	4
4	淘宝客	<ol style="list-style-type: none"> 1. 淘宝客概述 2. 一般店铺不做淘宝客推广的原因 3. 如何加入淘宝客 4. 淘宝客能获得什么 5. 如何做淘宝客推广 6. 如何评估淘宝客推广的效果 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师利用典型案例开展教学 2. 学生在此基础上进行临摹制作 	4
5	有效的促销	<ol style="list-style-type: none"> 1. 促销概述 2. 促销的原则 3. 促销方案 4. 促销效果的评估 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师结合具体案例以分析为主,引导学生学习 2. 学生分组展开竞争,进行临摹与创作 	5
6	分销管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分销管理平台概述 2. 如何开通和设置分销平台功能 3. 如何去招募优秀的经销商和经销商 4. 如何去有效管理和为经销商和经销商服务 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师针对案例进行演示操作 2. 学生分小组合作完成任务,开展小组件竞赛 	5
7	聚划算	<ol style="list-style-type: none"> 1. 聚划算概述 2. 聚划算给商家带来了什么 3. 聚划算的基础运作 4. 成功案例 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师针对案例进行演示操作 2. 学生分小组合作完成任务,开展小组件竞赛 	5
8	常规硬广	<ol style="list-style-type: none"> 1. 常规硬广概述 2. 常规硬广的作用和效果评估 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师针对案例进行演示操作 2. 学生分小组合作完成任务,开展小组件竞赛 	5
9	淘女郎	<ol style="list-style-type: none"> 淘女郎概述 淘女郎给商家带来什么 淘女郎的基础运作 成功案例 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教师针对案例进行演示操作 2. 学生分小组合作完成任务,开展小组件竞赛 	5

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
10	新品中心	新品中心概述 新品中心给商家带来了什么 新品中心的基础运作	1. 教师针对案例进行演示操作 2. 学生分小组合作完成任务, 开展小组 件竞赛	5
11	sns 与淘宝网 店营销	1. sns 概述 2. sns 营销基础 3. sns 营销攻略 4. sns 的发展趋势	1. 教师针对案例进行演示操作 2. 学生分小组合作完成任务, 开展小组 件竞赛	4
12	量子统计的 数据	1. 量子恒道统计功能向导图 2. 流量分析 3. 销售分析 4. 客户分析 5. 百宝箱	1. 教师针对案例进行演示操作 2. 学生分小组合作完成任务, 开展小组 件竞赛	4

六、教学实施

(一) 教学方法

本课程以项目教学为主, 以案例教学、直观演示为辅, 结合具体网店推广以项目为主线, 逐步讲解各个知识点, 使学生掌握各种网店推广的操作技能, 让学生在实践活动中增强服务意识, 逐步掌握网店推广的知识和技能要求, 同时注重培养学生的动手能力和创新能力。

(二) 评价方法

本课程将主要围绕学生的作品进行评价。评价采用过程性评价和总结性评价相结合的形式, 执行两个方面的标准: 学生操作技能的熟练程度和规范程度、掌握的网店推广工具的数量和深度。评价方式有学生评价、互评、教师评价, 建议企业参与评价。

(三) 教学条件

开展本课程教学需要在网络综合实训室进行, 因为部分项目教学需要在网络环境下进行。教师可利用多媒体教学系统广播教学, 还可以利用网络将课堂教学延伸到课外。充分发挥计算机、互联网等现代媒体技术的优势, 提高教学效率与质量, 加强实践技能培养。

(四) 教材选编

1. 依据本课程教学标准组织教材的编写。教材编写者需要充分领会和掌握本课程标准的基本理念、目标、内容和要求, 体现“以就业为导向、以学生为本位”的原则, 将知识与生产生活中的实际应用相结合, 并整体反映在教材之中。

2. 关于内容的选择: 所编教材的内容要注重可行性和实用性, 符合学生实际; 注重体现技术的先进性, 反映最新技术。

3. 教材的编写可以项目来组织内容, 每个项目要有明确的项目描述、知识要点、考核要求等。

（五）数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣,应创设形象生动的教学情境,按照中职学生的认知规律,结合课程教材,尽可能收集、制作与教学内容相配套的授课录像、课程标准、电子教案、教学活动设计方案、项目案例、授课计划、实训指导、学习指南、网络资源、试题库等满足不同教学需要额数字化教学资源,为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

客户服务与管理教学标准

一、课程性质与任务

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

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

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

二、课程教学目标

1. 知识教学目标

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

(2) 掌握客服的工作流程,做好售前知识储备,流程培训和准备;

(3) 掌握客服沟通技巧;

(4) 熟练应用各种客户关系管理工具及方法对客户进行管理和维护。

2. 能力培养目标

(1) 掌握处理交易纠纷的能力。

(2) 进行初步的客户关系管理的能力。

3. 职业素养目标

- (1) 培养学生爱岗敬业的精神，树立良好的学生职业形象。
- (2) 培养学生在客户接待等工作中热情、友善地与客户交流。
- (3) 养成顾客至上及诚信的服务宗旨。

三、参考学时

90 学时。

四、课程学分

5 学分。

五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
1	电商客服概述	1. 了解网络客服岗位的地位和作用 2. 了解客服岗位对个人素质的要求 3. 掌握常见的商品知识 4. 如何成为金牌客服	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	8
2	售前的知识储备	1. 品牌价格培训 2. 产品知识培训 3. 促销活动送达	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	10
3	流程培训和准备工作	1. 服务流程培训 2. 组织结构培训 3. 工作流程培训 4. 客服准备工作	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	12
4	客户接待与沟通	1. 沟通技巧 2. 进门问好 3. 接待咨询 4. 推荐产品 5. 处理异议 6. 促成交易	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	14
5	有效订单的处理	1. 确认订单 2. 下单发货 3. 礼貌告别	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	10
6	交易纠纷的处理	1. 售后服务 2. 正常交易 3. 纠纷交易 4. 客户维护	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	10
7	客户关系管理	1. 客户关系管理基础 2. 客户关系管理工具 3. 客户关系管理实操	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	14

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
8	综合训练	分角色扮演，模拟客服工作场景	每个项目分组扮演企业中的项目制作，授课教师扮演企业中的业务经理，负责向项目制作团队分配项目并对项目过程和制作结果进行监督与验收	12

六、教学实施

（一）教学方法

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

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

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

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

（二）评价方法

1. 改革传统的学生评价手段和方法，采用终结性评价、形成性评价与目标评价相结合综合立体的评价模式。

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

学期成绩=学习态度(30%)+学习过程(30%)+学习结果(40%)。

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

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

学习结果=期中考试(40%)+期末考试(60%)。

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

（三）教学条件

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

2. 教学以实践为主，提炼学生在运营店铺中出现的客户交流情景，使教学更直观，更能

激发学生的学习积极性。

（四）教材选编

1. 依据本课程教学标准组织教材的编写。教材编写者需要充分领会和掌握本课程标准的基本理念、目标、内容和要求，体现“以就业为导向、以学生为本位”的原则，将知识与生产生活中的实际应用相结合，并整体反映在教材之中。

2. 关于内容的选择：所编教材的内容要注重可行性和实用性，符合学生实际；注重体现技术的先进性，反映最新技术。

3. 教材的编写可以项目来组织内容，每个项目要有明确的项目描述、知识要点、考核要求等。

（五）数字化教学资源开发

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

2. 充分运用现代信息技术，将资源上传到云端，为学生跨时空学习提供条件。

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

为激发学生学习本课程的兴趣，应创设形象生动的教学情境，按照中职学生的认知规律，结合课程教材，尽可能收集、制作与教学内容相配套的授课录像、课程标准、电子教案、教学活动设计方案、项目案例、授课计划、实训指导、学习指南、网络资源、试题库等满足不同教学需要额数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

新媒体营销教学标准

一、课程性质与任务

本课程是电子商务专业一门必修课程。本课程的教学以培养实用型、技术型人才为出发点，瞄准企业新媒体营销领域岗位群的实际需要，以职业能力训练为基础，坚持营销基础理论“必需、够用”，理论和实践紧密结合，采用多种教学方法与手段，多给学生实践和参与的机会，提高学生实际动手能力和处理实际问题的综合素质。一方面，培养学生在移动互联网营销策略运用、企业微博系统运营、微博自媒体打造、新品上市引爆、微信营销系统全面构建、微信电商实施等方面的实战能力；另一方面，提高学生基本的沟通协调能力和较好的自我心态调适能力等。通过以上方式，培养和提高学生正确分析和解决新媒体营销相关问题的实践能力，使学生能够较好地满足微营销相关职业岗位的技能需要，将学生培养成为适应社会真正需要的应用型新媒体营销高级人才。

二、课程教学目标

通过该课程学习,在能够掌握新媒体营销基本理论与研究方法的基础上,能够与企业相关实际工作的具体实践相结合,树立现代的移动互联网新媒体营销理念;掌握企业新媒体营销基本策略的实施流程和具体步骤;能够系统运营企业微博;能够成功打造微博自媒体;掌握新品上市不同阶段的微博营销技巧;能够全面构建微信营销系统;能掌握微营销多元化发展背景下各个新模式的特点。并培养学生的自学能力和动手解决问题的能力。

1. 知识教学目标

- (1) 掌握微信营销工作的核心与本质;
- (2) 掌握微信营销六大系统的构成与规划;
- (3) 掌握多媒体营销多元化发展的新模式;
- (4) 掌握二维码、O2O、大数据等微营销新模式的运用;
- (5) 掌握新品上市各个阶段的微博引爆策略。

2. 能力培养目标

- (1) 能够成功打造微博自媒体,协助企业各个部门的工作;
- (2) 能够科学实施微信营销的八个主要步骤;
- (3) 能够合理建设与规划企业的微信营销系统;
- (4) 树立现代的移动互联网微营销理念;

3. 职业素养目标

- (1) 语言表达、社会交往和沟通能力;
- (2) 具有勤奋学习的态度,严谨求实、创新的工作作风;
- (3) 具有良好的心理素质和职业道德素质;
- (4) 具有高度责任心和良好的团队合作精神;
- (5) 具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力;
- (6) 养成处理问题的应变能力和人际沟通能力;
- (7) 培养全心全意为客户服务,让客户满意的意识。
- (8) 按规范办事、批评与自我批评能力。

三、参考学时

72 学时。

四、课程学分

4 学分。

五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考
----	------	-----------	------	----

				学时
1	微博简介	1. 掌握微博营销的具体要求。 2. 学会微博营销的初级技巧。	1. 教师结合具体案例以分析为主, 引导学生学习 2. 学生分组展开竞争, 进行创作	16
2	微博营销			
3	微博的初级使用			
4	微博的初级技巧			
5	如何进行内容运营	1. 学会利用内容进行微博运营。 2. 学会企业微博的运营技巧。	1. 教师结合具体案例以分析为主, 引导学生学习 2. 学生分组展开竞争, 进行创作	14
6	如何打造微博的爆点			
7	如何利用官微开展平台活动			
8	微信公众平台功能设置	3. 学会微信公众平台的各项功能设置。 2. 学会微信公共账号的各项运营技巧。	1. 教师结合具体案例以分析为主, 引导学生学习 2. 学生分组展开竞争, 进行创作	22
9	微信公众平台消息群发			
10	微信公众平台的运营技巧			
11	抖音推广	1. 掌握抖音推广的相关内容	1. 教师引导, 学生练习	20

六、教学实施

(一) 教学方法

教学方法的选择应体现学生为主体, 教师为主导的思想, 在教学过程中真正实现“教、学、做”一体化。在教学过程中应注意激发学生的学习兴趣, 调动学生的学习积极性, 同时要注重培养学生的自学能力。

本课程是一门操作性、实践性较强的课程, 选择合适的教学方法, 将会起到事半功半的效果。本课程主要采用任务驱动法、案例教学法、项目教学法、讨论式教学法等。

(二) 评价方法

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

对学生学习的评价, 既要关注学生知识与技能的理解和掌握, 更要关注他们情感与态度的形成和发展; 既要关注学生学习的结果, 更要关注他们在学习过程中的变化和发展。评价的手段和形式应多样化, 要将过程评价与结果评价相结合, 定性与定量相结合, 充分关注

学生的个性差异，发挥评价的启发激励作用，增强学生的自信心和实践能力。教师要善于利用评价所提供的大量信息，适时调整和改善教学过程。

1. 注重对学生学习过程的评价

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

2. 重视对学生的启发

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

3. 评价手段和形式要体现多样化

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

（三）教学条件

配有标准教室、投影仪、机房等基本教学环境和工具。

本专业实施岗位包括：学校教学老师、企业指导员、企业技术专家、就业顾问。

（四）教材选编

1. 依据本课程教学标准组织教材的编写。教材编写者需要充分领会和掌握本课程标准的基本理念、目标、内容和要求，体现“以就业为导向、以学生为本位”的原则，将知识与生产生活中的实际应用相结合，并整体反映在教材之中。

2. 关于内容的选择：所编教材的内容要注重可行性和实用性，符合学生实际；注重体现技术的先进性，反映最新技术。

3. 教材的编写可以项目来组织内容，每个项目要有明确的项目描述、知识要点、考核要求等。

（五）数字化教学资源开发

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

1. 网络教学资源

充分利用网络资源，搭建网络课程平台，实现优质教学资源共享。

2. 图书馆资源

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

3. 智力资源

充分利用行业资源，为学生提供阶段实训，让学生在真实的环境中磨练自己，提升其职业综合素质。开发适合教师与学生使用的多媒体教学素材和多媒体教学课件。

直播营销教学标准

一、课程性质与任务

本课程是中等职业学校电子商务专业的一门专业核心课程，主要使学生掌握直播营销从业人员必备的各种知识和实战技能，对电子商务专业学生职业能力培养和职业素养的养成起主要支撑作用。

二、课程教学目标

1. 知识教学目标

- (1) 了解直播营销的相关基础理论知识；
- (2) 熟悉直播前期各环节准备工作；
- (3) 熟悉直播前的引流技巧；
- (4) 掌握直播间操作基本技能；
- (5) 熟悉直播后的复盘方法。

2. 能力培养目标

- (1) 具有较强的口头与书面表达能力；
- (2) 具有收集、了解相关信息的能力；
- (3) 具有新技巧、新软件、新工具的自学及应用能力；
- (4) 具有阅读一般性英文技术资料 and 简单口语交流能力；
- (5) 具有直播间脚本写作基础能力；
- (6) 具有新媒体内容运营、新媒体活动策划推广能力；
- (7) 具有主流媒体工具推广及运营能力。

3. 职业素养目标

- (1) 具有良好的思想品德、行为规范、遵纪守法和职业道德意识；
- (2) 具有勇于创新、吃苦耐劳、乐于奉献、爱岗敬业的精神和严谨的工作作风；
- (3) 具有良好的诚信品质、责任意识、公平竞争意识和健康的身心素质。

三、参考学时

108 学时。

四、课程学分

6 学分。

五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
1	直播营销：开启内容营销新时代	1. 初识直播营销 2. 直播平台的主要类型	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	8
2	直播营销方案策划：构建清晰的直播营销思路	1. 直播营销活动的基本流程 2. 直播营销活动流程规划 3. 直播活动脚本策划	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	8
3	人员配置：组建高效能直播团队	1. 直播团队组织架构 2. 直播团队的组建 3. 主播人设打造策略 4. 商家直播选择主播的策略 5. 主播助理的培养	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	10
4	直播话术：提升直播间营销力的关键	1. 直播营销话术设计 2. 直播营销“三点”方法论 3. 直播间商品讲解要点拆解 4. 直播间商品“四步营销法”	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	10
5	直播间设计：营造一流的直播视觉效果	1. 直播设备的配置 2. 直播间的布置 3. 直播间的灯光布置	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	6
6	商品选择与规划：提高订单转化率的制胜点	1. 直播间选品的策略 2. 直播间商品定价策略 3. 直播间商品结构规划 4. 直播间商品陈列 5. 直播间商品的精细化配置与管理	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	12
7	“引流”互动：汇聚人气引爆直播间气氛	1. 做好直播前预热 2. 设置夺人眼球的直播标题 3. 打造优质直播封面图 4. 调动直播间人气“五步法” 5. 互动玩法提升直播间氛围 6. 开展平台内付费推广 7. 做好粉丝运营	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	10
8	数据分析：数据复盘，做好直播优化	1. 直播间数据分析基本思路 2. 直播间数据分析常用指标	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	6
9	淘宝直播：引领直播带货爆发式增长	1. 淘宝直播认知 2. 淘宝直播运营实操 3. 淘宝直播案例深度解析	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	12
10	抖音直播：内容“种草”，聚焦潮流生活态度	1. 抖音平台认知 2. 抖音直播实操 3. 抖音直播电商案例深度解析	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	8

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
11	快手直播：强信任关系打造商业闭环	1. 快手平台认知 2. 快手直播实操 3. 快手直播电商案例深度解析	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	8
12	腾讯直播：交圈扩散，打造私域流量池	1. 腾讯直播认知 2. 腾讯直播实操 3. 腾讯直播电商案例深度解析	1. 学生分小组学习 2. 角色扮演练习	10

六、教学实施

（一）教学方法

1. 理论配合实战训练进行学习，提高学生在直播镜头前的语言表达能力、形象管理能力、直播控场能力、商品讲解能力，以及直播后的数据分析能力等。

2. 开通一个直播间进行深入学习，磨练自己的直播技能。如果朋友做直播带货，可以到朋友的直播间锻炼自己。

3. 教师在学生直播之后指出其不足之处并进行亲自示范，规范学生的直播。

（二）评价方法

序号	成绩类别	考核方式	考核要求	权重（%）	备注
1	期末成绩	期末考试	大作业	50	百分制，60分为及格
2	平时成绩	实战训练	10次	40	优、良、中、及格、不及格
3		平时表现	出勤情况	10	两次未参加课程则无法获得学分

（三）教学条件

教师可利用多媒体教学系统广播教学，还可以利用网络将课堂教学延伸到课外。充分发挥计算机、互联网等现代媒体技术的优势，提高教学效率与质量，加强实践技能培养。

（四）教材选编

1. 依据本课程课程标准组织教材的编写。教材编写者需要充分领会和掌握本课程标准的基本理念、目标、内容和要求，体现“以就业为导向、以学生为本位”的原则，将知识与生产生活中的实际应用相结合，并整体反映在教材之中。

2. 关于内容的选择：所编教材的内容要注重可行性和实用性，符合学生实际；注重体现技术的先进性，反映最新技术。

3. 教材的编写可以项目来组织内容，每个项目要有明确的项目描述、知识要点、考核要求等。

（五）数字化教学资源开发

1. 注重与《直播营销》相关的多媒体课件、视听光盘等数码资源的开发和利用。
2. 积极开发和利用网络课程资源，充分利用电子书籍、电子期刊、网站等网络资源，精选网站，注重相关知识点的知识链接，扩大学生的知识视野，充实学生的学习内容。
3. 加强与本地和邻近地区电子商务相关企业的联系，为学生开拓考察和实践的场所。

网店营销策划方案教学标准

一、课程性质与任务

本课程是中等职业学校电子商务专业的一门专业核心课程，主要培养学生掌握网店营销活动的的基础知识和基本技能，使学生具备分析解决网店营销活动过程中实际问题的能力，对电子商务专业学生职业能力培养和职业素养的养成起主要支撑作用。

二、课程教学目标

1. 知识教学目标

- (1) 了解网店营销的基本概念、功能、特点；
- (2) 了解网店市场调研的基本知识，熟悉网店市场调研的方式、方法、网店问卷设计等；
- (3) 熟悉网店营销产品、服务、渠道、促销、广告策略的基本知识，熟悉各运作方式与特点；
- (4) 熟悉网店营销策划方案(计划书)撰写的格式和文字内容要求；
- (5) 熟悉互联网专业网店营销平台的运作知识；
- (6) 了解常用在线支付体系，并熟悉网终数据安全基本知识；

2. 能力培养目标

- (1) 会进行网上调查问卷的设计、发布，能利用多种网店搜索方法收集整理数据；
- (2) 能对本企业产品的网店消费者群进行细分并确定目标顾客和产品定位；
- (3) 会在网上发布具体的产品信息；
- (4) 能在网上采用合适的定价策略和促销手段；
- (5) 会利用网店直销手段与顾客达成产品的交易协议；
- (6) 能应用第三方电子商务平台宣传企业产品；
- (7) 会使用各种支付平台进行支付并能保证网店支付的安全。

3. 职业素养目标

- (1) 培养与人沟通、团结协作的团队精神；
- (2) 培养市场竞争的意识；
- (3) 培养创新意识。

三、参考学时

90 学时。

四、课程学分

5 学分。

五、课程内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
1	网店商情调研	1. 了解设计网上调查问卷的基本知识 2. 了解在网上与人沟通的技巧 3. 了解网店中各种搜索引擎的使用方法	1. 设计一份网上调查问卷并对数据进行分析 2. 进行一次良好的客户沟通	10
2	网店产品文案设计与信息发布	1. 熟悉细分市场和确定目标顾客、产品定位的方法 2. 熟悉产品品牌策略 3. 了解网上发布产品的方法 4. 掌握文案策划的要素	1. 选一产品进行品牌设计与定位 2. 在网上发布指定产品 3. 设计一份文案策划	12
3	网店产品价格趋势	1. 熟悉产品定价的策略	1. 为某一产品进行网上定价，并进行分析	12
4	电子商务网店推广	1. 了解网店推广的方法 2. 熟悉网店广告的特性、分类、收费标准及效果评估 3. 熟悉电子商务中网站和产品的推广策略	1. 为某一产品设计一套推广策略和方案 2. 用第三方电子商务平台的功能进行网店推广 3. 用博客、微博进行网店推广、社交网店	10
5	网店营销渠道开拓和营销效果分析	1. 熟悉网店营销渠道选择的策略 2. 了解数据分析的方法	1. 研究三个不同类型的电子商务平台运营数据撰写调查报告 2. 给某一产品选一个适合的平台，并说明理由	12
6	电子商务安全与数字证书	1. 明确网店数据安全和身份认证的重要意义 2. 理解常用的加密体系和技术	1. 申请一个免费的电子邮件保护证书 2. 使用 OE 收发安全电子邮件	12
7	电子商务在线支付	1. 了解常用的在线支付体系 2. 了解网银的安全支付工具 3. 熟悉第三方支付平台	1. 调查生活中的电子支付工具 2. 调查各大银行网银的安全支付工具 3. 申请一个支付宝账号尝试一次网上购物	12

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计	参考学时
8	网店客户关系管理与维护	1. 明确网店客户关系管理的重要意义 2. 理解常用的网店客户管理的方法	1. 将网店客户资源、销售、市场、服务和决策进行梳理 2. 利用 E-mail、论坛和微博将网店客户进行统筹管理	10

六、教学实施

（一）教学方法

1. 采用案例教学法，以企业的实际案例为教学内容，提高学生解决实际工作问题的能力。
2. 以学训一体、职场体验为主要形式，通过仿真训练、实训操作等方式，提高学生在网店营销方面的实际操作能力。
3. 为适应不同地区学生学习需求的多样性，可对教学项目灵活选择，体现课程的选择性和教学要求的差异性。

（二）评价方法

1. 在教学中，采用以过程性评价、终结性评价相结合的评价方式，注重学生平时学习过程，促进学生发展。
2. 教学评价方式多元化，采用教师评价、学生互评和学生自我评价等方式，综合评价学生的成绩。
3. 教学评价以能力为核心，注重学生对所学知识的应用能力以及学生分析问题、解决问题能力的考核，对学生在知识运用中的创新精神应予以鼓励和嘉奖。

（三）教学条件

教师可利用多媒体教学系统广播教学，还可以利用网店将课堂教学延伸到课外。充分发挥计算机、互联网等现代媒体技术的优势，提高教学效率与质量，加强实践技能培养。

（四）教材选编

1. 教材应充分体现基于工作过程项目课程的设计思想，突出对中等职业学校学生的职业能力培养的思路。
2. 应体现以就业为导向、以学生为本的原则，将当前最新的基于 windows 的网店服务产品纳入教材，使教材紧跟行业和技术发展。
3. 教材应图文并茂，语言表述应深入浅出，并力求形成一种灵活、亲切、活泼的语体风格，以符合中职学生的认知特点。

（五）课程资源的开发与利用

1. 注重与《网店营销》相关的多媒体课件、视听光盘等数码资源的开发和利用。

2. 积极开发和利用网店课程资源，充分利用电子书籍、电子期刊、网站等网店资源，精选网站，注重相关知识点的知识链接，扩大学生的知识视野，充实学生的学习内容。

3. 加强与本地和邻近地区电子商务相关企业的联系，为学生开拓考察和实践的场所。

师资配备标准

1. 学历层次要求

- (1) 公共基础课程教师应具有对口文化课程大学本科及以上学历。
- (2) 专业技能课程教师应有计算机科学类、经济类或管理类等专业大学本科及以上学历。

2. 资格证书要求

- (1) 专任教师具有中等职业学校及以上教师资格证书。
- (2) 专业技能课程教师应具有满足本专业教学需要的电子商务师、网络营销师、策划师等职业资格证书。
- (3) 外聘专家教师应具有满足本专业教学需要的电子商务师、网络营销师、策划师等中级或以上职业资格证书。

3. 人员配备要求

- (1) 具有本专业中级以上专业技术职务专任的教师不低于 50%，高级以上专业技术职务的教师不低于 20%。
- (2) 每年不低于 70%的专任教师参加企业实践学习或各种专题培训，全年累计不少于 30 天。
- (3) 专业基础课程和技能方向课程教师占本专业全部教师的 60%~70%，师生比不低于 1:20。

表七 师资配备标准

类别	标准要求	数量	备注
公共基础课程教师	本科学历 95%以上，获得与专业相关的高级工职业资格 50%以上，高级讲师比例 20%以上，100%具有教师资格证书	4	
专业课程教师	本科学历 90%以上，100%具有教师资格证书，获得与专业相关的技师职业资格或非教师系列中级专业技术职称或执业资格 20%以上	6	
合计		10	

技能实训室实训设备配备标准

1. 参照依据

- (1) 教育部职业教育与成人教育司和职业技术教育中心专业教学指导方案。
- (2) 教育部等有关行业部门制定的技能型紧缺人才培养培训指导方案。
- (3) 山东省中等职业学校分级标准和山东省中等职业学校专业建设标准中的有关要求。

2. 规划等级:

规范等级。

3. 电子商务综合实训室所需硬件设备设置

新拟定建立的电子商务综合实训室必须要能够容纳一个班学生的教学,根据我校班级开设人数的情况,新建立的电子商务综合实训室至少要配备 36 台学生用计算机,另外还需要配备相应数量的电脑桌椅,要建立独立的服务器。新拟定的电子商务实训室还需要安装用于多媒体教学的投影仪、音响、光放、投影幕等,此外,还需要安装室内设备所用的空调等。(详细参《电子商务综合实训室设备清单》)

4. 电子商务综合实训室所需软件设置

新拟定建立的电子商务综合实训室在软件配置方面,要求如下:

- (1) 常用办公软件配置: Microsoft Office 2019 (Access 2019/Excel 2019/power point 2019/word 2019);
- (2) 系统软件: windows10、专用杀毒软件、专用防火墙等;
- (3) 专业应用软件: AUTO CAD、 Photo shop cs6、 3D MAX、 Corel DRAW 12 等;
- (4) 专业模拟软件: 一方电子商务模拟软件、德意电子商务实验室、博研网络营销模拟系统、企业 ERP 系统(计划建立);
- (5) 专业培训软件: 电子商务考证系统(计划建立)。

5. 商品拍摄工作室所需软件与硬件设置

电子商务运营中必然用到一些列的优质商品图片,若要使用符合自己的使用要求、并且精美的图片,势必需要建立商品拍摄工作,并进行商品图片的处理。(详细参《商品拍摄工作室设备清单》)

表八 电子商务综合实训室设备清单

实训教学分类	实训教学场所	实训教学任务	实训设备				
			序号	名称	单位	数量	单价(元)
技能实训室	电子商务实训室	1. 电子商务网店美工实训 2. 电子商务网络营销推广实训 3. 电子商务大赛集训 4. 专业技能课实践训练中心	1	计算机	台	50	3000
			2	电脑桌	张	50	1500
			3	学生椅子	把	50	100
			4	打印机	台	1	4000
			5	空调	部	1	9000
			6	音响	套	1	3200
			7	投影机	台	1	15000
			8	投影幕	台	1	500
			9	机柜	个	1	2500
			10	交换机	个	6	600
			11	控制台	台	1	2800
			12	功放	个	1	3300
			13	电子商务大赛软件	套	1	200000

表九 商品拍摄中心设备清单

实训教学分类	实训教学场所	实训教学任务	实训设备				
			序号	名称	单位	数量	单价(元)
技能实训室	商品拍摄中心	1. 针对不同类别的商品进行拍摄 2. 针对商品图片进行美化	1	学生用相机	台	3	3000
			2	柔光灯	个	3	1500
			3	三脚架	个	6	100
			4	普通工作台	台	1	3400
			5	教室专业相机	部	1	6000
			6	教师机	台	1	5000
			7	学生电脑	台	2	4000

附录

附录 1:

电子商务专业（职教高考）人才培养模式和课程体系改革

调研报告

第一部分 前言

一、调研背景分析

当前，信息技术飞速发展，知识经济已见端倪，我国网民规模达到 4.2 亿。我国拥有超过 13 亿的人口，网民规模会继续加速扩大。未来 3-5 年，中国网民将达 6 亿，这预示着我国互联网经济规模也是十分可观的。商务部提出的目标是：力争到“十二五”期末网络购物交易额达到我国社会消费品零售总额的 5%。这也预示着我国电子商务的市场规模将在 2015 年前后达到 1 万亿以上的规模，空间巨大。电子商务将成为 21 世纪人类信息世界的核心，也是网络应用的发展方向，具有无法预测的增长前景。电子商务还将构筑 21 世纪新型的贸易框架。大力发展电子商务，对于国家以信息化带动工业化的战略，实现跨越式发展，增强国家竞争力，具有十分重要的战略意义。由此可见，电子商务展业发展前景看好。

诸城交通区位优势，产业基础坚实，是全国商用车零部件知名品牌创建示范区、全国食品工业强市、中国男装名城、山东省食品安全示范区，汽车、食品、服装纺织、装备制造等优势产业集群初步形成，各类企业达到 7397 家，其中规模以上工业企业 604 家，拥有省级以上品牌 192 件，是电商潜在的庞大供应商和客户群。近年来，诸城市以打造自主创新品牌为目标，围绕机械装备、纺织服装、造纸包装、食品加工等传统支柱产业，实施技术创新和制造业信息化改造，努力提高企业的技术装备水平，推动“诸城制造”向“诸城智造”升级跨越。电子商务将推动诸城市现代产业体系的建立和升级，将电子商务和实体经济进行互补和融合，将主导产业的生产商、经营商整合起来，形成一条完整的电子商务产业带，实现“生产厂家—互联网—消费者”电商模式，从而经济社会的跨越式发展。

随着诸城经济的快速发展和经济结构的优化调整，我市对现代服务业尤其是电子商务行业的人才数量、人才结构和人才素质的需求也相应发生重要的变化。我市经济未来几年电子商务专业人才数量将呈现保持高增长需求，学历层次由中专层次逐步向大专或本科层次发展，从业人员整体职业素养要求也会进一步提升。

根据《山东省 2012 和 2014 年普通高校考试招生制度改革实施方案（试行）》的有关精神，山东省自 2012 年起，普通高校考试招生实行以全国统一考试为主、面向不同学生类型的分类考试办法，即普通高校考试招生分春季高考与夏季高考。春季高考重点面向中等职业学校学生和普通高中学生。由省统一命题，统一组织考试，主要为高职院校选拔合格生源；春季高考考试科目由知识、技能两部分组成。“知识”部分包括语文（120 分）、数学（120 分）、英语（80 分）、专业知识（200 分），专业技能（230 分），总分 750 分。考试时间为每年的 5 月份。

我校新开设多年的电子商务课程，并于 2014 年正式设立专业单独建成班制教学。为了进一步完善本专业的教学指导方案，从调查社会发展需求、改革培养规格入手，对电子商务岗位需求的知识、技能、情感等进行广泛调研，从课程的源头进行改革。

二、调研目的意义

通过对诸城市范围内具有代表性的企事业单位进行广泛调研，并对山东省春季高考的现状进行分析，获取充分详实的一手资料，目的在于：

1. 分析我市经济社会发展对电子商务专业人才的需求状况及中等职业院校电子商务专业的培养现状和存在问题，为下一步规划专业培养目标、课程设置、教学模式等提供参考性意见。

2. 分析山东省春季高考的现状，并根据学生的实际情况，确定课程设置、教学内容和教学方法，为普通高等学校和高等职业院校输送合格的电子商务人才。

第二部分 调研基本情况

一、调研组织方法

本次调研采用的主要研究方法有：访谈法、调查法和数理统计法等。通过访谈法和市场调查法对诸城市电子商务专业发展趋势和用人需求情况进行调研，采用数理统计法对诸城市电子商务专业人才及第三方服务型人才需求数据进行分析，结合市场就业导向、招生情况、用工形势、国家电子商务重点建设专业的中职学校的专业设置情况，对电子商务专业进行新的课程开发。

（一）调研范围

以在诸城市具有代表性的电子商务企业、支柱产业为调研对象，重点选取了山东惠发食品有限公司、山东海韵电气有限公司、赛轮（潍坊）轮胎有限公司进行调研，结合山东省春季高考现状进行分析。

（二）调研方式

本次调研采用的主要研究方法有：访谈法、调查法和数理统计法等。流程为信息采集→信息归纳→信息分析→专题论证→信息补充→信息汇总。

（三）调研对象

调研对象包括诸城市具有代表性的电子商务企业、支柱产业的代表性企业、电子商务服务型企业的负责人及一线岗位从业人员等。项目组共走访了 10 家电子商务企业或传统企业，发出企业调查问卷 10 份，回收 10 份，毕业生及岗位人员调研调查问卷 40 份，回收 36 份。

（四）调研任务和内容

1. 了解电子商务行业的现状和发展趋势及企业对人才的需求情况；
2. 明确行业领域的国家政策、行业规范、职业能力要求和职业标准等；
3. 了解并明确本专业的职业岗位群、岗位对中职学生的职业素养和能力要求，包括职业道德和行为态度、文化素质和专业知识、职业技能和职业能力、身心健康等方面的要求；
4. 了解本专业职业资格证书在行业企业的准入与认可情况。
5. 了解目前山东省春季高考的形势、要求、优势及问题所在。

二、行业现状和人才需求情况

（一）行业现状分析

根据艾瑞咨询公司发布的 2012-2013 年电子商务行业发展研究报告，目前电子商务行业现状与趋势主要表现在以下几个方面：1. 中国电子商务市场交易规模进一步扩大，已发展成为我国国民经济一个新的增长点；2. 中国电子商务发展呈现区域化特征，较为发达的是以江、浙、沪为主的长三角地区，以广州、深圳为主的珠三角地区和以北京为主的京津地区，且电子商务逐渐由沿海向内陆地区渗透，中西部三四线城市电子商务发展将异常迅速。

通过以上对我国电子商务行业现状的分析，以及对未来 5 年的电子商务行业发展趋势展望，我们得出一个结论：我国电子商务行业的发展，必定需要大量的电子商务专业人才。

（二）本专业毕业生就业现状分析

1. 学历分布结构

以大、中专学历为主。其中中专学历占 38.33%，大专学历占 37.5%，本科学历占 24.17%。问及中专生与大专生、本科生的差别时，多数毕业生认为在知识层面（尤其是心理压力调节能力和思维方式）上较明显，在实战技能方面区分度不大。可见，大学学历层次的人才需求还是主流，并且大学生的个人修养等综合素质偏高。

2. 毕业生行业流向结构

从就业行业流向上看，电子商务毕业生从事技术工作仅占 1/3 左右，从事网络营销类工作的约占 1/3 左右，其余 1/3 主要流向制造、餐饮服务、商业贸易等行业从事相关的工作。现在很多企业单位都要求有一定的实践经验、有动手能力。

3. 工资收入分布结构

资料显示：中职类电子商务专业的毕业生毕业后的月收入一般在 1500-2500 元，：大专及本科以上电子商务专业的收入多为 2000-3500 元，而且职业晋升的空间较大。毕业生必须提高自己的学历层次，要有终身学习的理念，而学校应该培养学生这方面的意识，同时要给他们终身发展的基础，在注重岗位技能培养的同时，不能忽视基础文化课学习，以及学习能力和良好学习习惯的培养。

（三）企业对本专业毕业生反映情况

企业对毕业生职业素养满意情况：调研组汇总分析了 10 家被调研企业对近几年毕业生存在突出问题的不满意度，其中专业技能不熟练 50%；专业知识与实际工作需要脱节 30%；工作不扎实 10%；没有良好的职业习惯 10%。由此反映出了当前中等职业学校毕业生还缺乏良好的就业心态、职业素养，同时，也折射出当前中等职业学校教育教学存在的不足。

企业对毕业生职业能力需求情况：调研组汇总分析了 10 家被调研企业对毕业生职业能力的的需求度，其中业务能力 80%；适应能力 50%；沟通能力 90%；学习能力 60%；合作能力 50%；创新能力 30%；服务意识 70%；等等。数据明显反映出毕业生的岗位业务能力最受企业重视，其次是服务意识。受访企业普遍希望学生既要有扎实的专业理论知识，又要有较强的动手能力和沟通学习能力，同时具有较强的服务意识，能尽快适应工作岗位。相比较而言，企业对毕业生的计算机应用能力和英语要求不高，大众普及应用水平即可满足岗位要求。

（四）用人单位对专业人才需求分析

为了掌握电子商务专业对应的具体工作岗位，我们在问卷调研的基础上还访谈了 3 家电子商务服务型企业、2 家电子商务应用型企业的人力资源部负责人和技术主管，通过调研和访谈，了解了目前电子商务专业中职毕业生对应的就业岗位群主要分为两大类：

（1）电子商务专业技术岗位群

①电子商务平台美术设计（代表性岗位：网站美工人员）：主要从事平台颜色处理、文字处理、图像处理、视频处理等工作。

②电子商务网站设计（代表性岗位：网站设计/维护人员）：主要从事电子商务网页设计、数据库建设、站点管理与技术维护等工作。

（2）商务类人才岗位群

①电子商务服务类岗位（代表性岗位：商务人员）：主要从事利用网站为企业开拓网上业务、网络品牌管理、客户服务等工作。

②电子商务运营类岗位（代表性岗位：网站运营人员/主管）：负责频道规划、信息管理、客户管理等工作。

③电子商务推广类岗位（代表性岗位：网站推广人员）：负责推广和销售本企业的产品，扩大企业的知名度和品牌影响力，增强客户的购物粘性。

三、山东省春季高考情况

根据《山东省 2012 和 2014 年普通高校考试招生制度改革实施方案（试行）》有关精神，山东省自 2012 年起，普通高校考试招生实行以全国统一考试为主、面向不同学生类型的分类考试办法，即普通高校考-试招生分春季高考与夏季高考。普通高中的学生可同时报考春季高考和夏季高考，为考生增加了一次进入大学深造的机会。春季高考的考生需要文化课考试和专业技能课考试，报名人数少，竞争压力低。春季高考和夏季高考考取的院校都为国家计划内统招本科院校，同时开学编入统一的教学管理，毕业后学历及毕业证与夏季高考院校完全一样，各种待遇的规定方面也并无二致。

增加春季高考在一定程度上缓解了夏季一次高考对考生的压力，带给考生更多的接受高等教育的机会，也鼓励一部分社会青年继续深造，从而有利于延缓社会就业的压力。春季高考还在一定程度上缓解了中学升学的压力，为全面实施素质教育创造了宽松的环境。2015 年山东春季高考报名人数突破 13 万考生，有不少普高生半途转战春季高考。在春夏季高考可以兼报的前提下，不少普通高中生选择兼报，特别是越来越多的普通高中生看准了春季高考这条升入本科大学的道路，这给中等职业学校学生带来了严峻的挑战，提出了更高的要求。

（一）春季高考优势

1. 限制了普通应届高中毕业生参加，普高生要想参加职教高考必须转成中职类学籍才可以。

2. 文化课考试难度低。山东春季高考考试科目由知识、技能两部分组成，不考文综、理综。春季高考实行总分 750 分制，“知识”部分包括语文（120 分）、数学（120 分）、英语（80 分）、专业知识（200 分），“专业技能”（230 分）。相对于夏季高考来说，考试科目少、范围小、难度低。同时，考试次数会增加，技能考试由原来的一次增加至两次，取最高成绩计入总分。

3. 录取分数低，录取比例会增加。同样是本科院校，春季高考的录取分数线低，学生考上本科的几率更大。特别是对普通高中文化课成绩在 500 分以下的学生来说，春季高考可以说是继艺考后又一条读本科的捷径，但与艺考相比，在专业选择上又有明显的优势。

4. 专业选择面宽。目前，2021 年山东省春季高考本科招生计划分为商贸、机械、机电一体化、信息技术、财经、学前教育等共 20 个专业类别，涵盖 279 个专业；而新改革后的职教高考中，2022 年山东省春季高考本科招生计划分为现代农艺类专业、机械制造类专业、机电技术类专业、市场营销类专业、电子商务类专业、软件与应用技术类专业等共 38 个专业类别，学生的选择面十分宽泛，且每一个专业类别都有着较好的就业前景。

5. 招录的本科院校多。山东春季高考的本科指标和本科录取院校越来越多，每一年的招生指标也在逐年增加，其中本科录取院校的阵容可谓越来越庞大。同时，2022年会有半数左右的省属高校转型为应用型本科进行春季高考的招生，目前正在公示的第一批应用型本科里山东建筑大学、临沂大学等赫然在列，这也意味着2022年山东建筑大学和临沂大学进行春考招生的可能性极大，期待更多的大学转型应用型本科。

（二）春季高考报考情况

山东春季高考参考人数连续三年增加，春季高考得到越来越多考生的青睐。2021年山东春季高考继续实行“知识+技能”考试模式，全省16.5万余人报名，分20个专业录取。春季高考主要为高职院校选拔合格生源，部分省属本科院校也投放一定的招生计划。2021年，山东春季高考本科招生近2万人，超过10%的考生能够获得升本机会，而2022年本科招生计划会扩招，甚至会扩招至现在的7倍，并且仅中职院校学生有资格报考春季高考，这极大刺激了考生报考的积极性，也改善了中职院校的生源结构。实施职教高考制度后，职教高考本科招生计划将逐步达到应用型本科高校本科招生计划的30%，为职业院校学生提供更多升入应用型本科高校机会，职教高考的本科升学率将提高，吸引力不断扩大，职业学校学生升学深造的路子越来越宽，机会越来越多。此外，山东春季高考招生实行网上填报志愿和专业类别内平行志愿。春考的本科、专科招生均设一志愿和征集志愿，随夏季高考相应批次填报志愿的时间同步进行。

2021年，商贸类春季高考可报考的本科院校有山东科技大学、青岛科技大学、山东建筑大学、齐鲁工业大学、山东理工大学、青岛农业大学、济南大学、山东交通学院、德州学院、滨州学院、鲁东大学、临沂大学、菏泽学院、齐鲁医药学院、青岛滨海学院、枣庄学院、潍坊学院、山东交通学院、烟台南山学院、潍坊科技学院、山东英才学院、青岛黄海学院、山东协和学院等，可分别报考这些院校的电子商务、国际经济与贸易、物流技术、市场营销等专业。2020年和2015年春季高考本科分数线分别为505分、559分；相较于其他专业，商贸类春季本科分数线属于中上游水平，而且电子商务专业作为近三年来重新热起来的一个专业，在本专科院校的招生人数较多，因此，录取几率较大。

（三）电子商务类专业春季高考考试说明

1. 电子商务类专业知识考试说明

本考试说明是以山东省教育厅发放的《山东省教育厅关于公布2022年春季高考统一考试招生专业类别考试模块的通知》和我省中等职业学校的教学实际为编写依据，以教育部

职成教司教学与教材处和山东省教育厅公布的中等职业学校教学用书目录中与电子商务类专业有关的教材为主要参考教材编写而成的。

本考试说明包括电子商务类专业专业开设的电子商务基础、网络营销实务、电子商务客户服务与管理、电子商务物流、移动商务基础、网店运营六门课程。

2. 商贸类专业技能考试说明

本考试说明以山东省教育厅制定的中等职业学校《电子商务专业教学指导方案》、山东省教育厅发放的《山东省教育厅关于公布 2022 年春季高考统一考试招生专业类别考试模块的通知》以及国家相关职业技能鉴定规范为依据，结合山东省中等职业学校电子商务类专业教学的实际制定。

本考试说明包含了商贸类专业中 7 个技能考试项目，分别是商品描述模块设计、软文营销、网店推广、客服服务与管理、新媒体营销、直播营销、网店营销策划方案。主要测试考生运用有关基础知识和基本方法解决实际问题的能力，如运用PhotoShop软件，对商品照片进行处理、设计商品促销活动、设计商品详情展示、设计商品细节展示、运用PhotoShop软件制作促销图片并应用于营销帖子等。

第三部分 调研结论与建议

一、调研结论

根据调研结果及职业分析，项目组组织专家经过反复研讨论证，初步确定本专业的培养目标为：了解本地人文历史和经济社会发展状况，德、智、体、美等各方面全面发展，具备良好岗位核心能力与人文素质，能在各类电子商务平台从事信息收集与处理、网页美化、网店运营与管理等工作能力，具备掌握电子商务市场主流的网络营销工具、能利用简单大数据处理结果进行精准市场推广和营销的电子商务运营能力。本专业培养目标是面向普通高等学校和高等职业院校的电子商务专业，培养德智体全面发展的、具备相应理论知识和专业技能、职业道德和综合素质都较高的技能型人才。

二、建议

在充分对企业进行实际调研和我校电子商务专业对当前与今后发展形势的分析与判断的基础上，拟从以下几个方面进行阐述建议，力求在教育思想的转变、教育观念的更新、专业设置的规范、人才培养模式的创新等方面有较大的突破。

（一）专业定位、课程设置

本专业以山东省教育厅制定的中等职业学校《电子商务专业教学指导方案》等为依据，以山东省春季高考为导向、以能力为本位、以学生发展为目标的思想，坚持科学合理、务实够用的原则，倡导以学生为中心的教育理念，建立理论与实践相融合的教学机制，全面提高

学生的专业知识水平、职业能力、职业道德和综合素质，为普通高等学校和高等职业院校输送合格的电子商务专业人才。

课程体系设置参照教育部关于制定教学计划的原则意见等相关文件，以学生为中心，以山东省春季高考为主线，以高考考试说明为依据进行课程设计。从考试科目和技能考试项目入手，围绕考试说明并结合行业规范和职业标准，整合课程。

（二）教学模式

教学中，重视基础理论和专业技能的学习，以山东省教育厅制定的中等职业学校《电子商务专业教学指导方案》、山东省春季高考考试说明为依据，重视现代信息技术的应用，尽可能运用现代化、多样化手段实施理论教学和实践指导。注重对学生进行章节练习和测试，强化基础知识和技能训练，及时发现学生学习过程中的薄弱环节，夯实基础增强教学效果。

（三）配套教材

教材选编以山东省春季高考考试说明为依据，在以能力为本位，以基础理论为导向的基础上注重实践内容与相关理论知识的衔接与融合，充分体现以春季高考为指挥棒的原则，教材的呈现方式应当图文并茂，以提高学生的学习兴趣和兴趣。教材中理论内容的表述应当精炼、准确、科学，同时应精心编制章节测试和综合测试资料，以山东省春季高考考试说明为依据，以春季高考历年试题为主体，删除陈旧知识和过时考点，同时借鉴其他复习资料，去粗取精。

（四）师资队伍建设

为适应山东省春季高考要求，在与同类学校的比较中获得较好的成绩，需要建设一支基础理论扎实、实践操作能力精熟、综合教学能力的电子商务师资队伍。电子商务专业所要求教师需要拥有扎实的电子商务专业的基本理论，掌握较为熟练的实践操作能力；熟悉电子商务春季高考理论及技能考试要求，明确考试重点和难点，并在教学取得事半功倍的效果。

（五）配套实训设备

按照技能考试内容及要求，设立电子商务综合实训室，并安装相关软件，创设考试模拟环境。电子商务专业实训按照内容来分，可分为运用 Photoshop 对商品照片进行背景及色彩等处理，商品详情描述、网上营销、客户服务等内容；按照岗位可分为卖家、买家、物流等三个岗位。

（六）对学生的评价考核办法

采用传统的章节测试评价方法，以定量评价为主，通过考评结合，夯实基础，严格要求书写质量，提高卷面的整洁度；同时充分关注学生的个性差异，发挥评价的激励作用，保护学生的自尊心，激发学生的自信心。在对会计专业所有课程的考核中，应提高技能操作考核的要求，并将其列为与专业课程同等重要的地位。

附录 2:

电子商务专业(职教高考)人才培养方案项目组成员

序号	姓名	系部/教研室	职务/职称	分工
1	李淑娴	信息工程系	助教	组长、研讨、执笔、计划、课程标准文字整理、排版等
2	李婧	商务工程系	讲师	参与研讨、课程标准
3	赵莉萍	春考部	助教	参与研讨、课程标准
4	李聪	教务科		参与研讨、校对

附录 3:

电子商务专业（职教高考）课程（模块）师资配备规划一览表

序号	课程/模块	责任教师	学历	职称/职务	技能等级	最高荣誉	科研成果
1	电子商务专业	李淑娴	本科	助教	技师	潍坊市优秀指导教师	校级课件一等奖
2	移动商务专业	李婧	研究生	讲师	高级技师	潍坊市优秀指导教师	教学能力大赛省级二等奖
3	Photoshop	赵莉萍	本科		计算机二级		

后记

为贯彻落实国务院《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》、教育部《中等职业教育改革创新行动计划（2010-2012年）》等重要文件精神，我校积极启动校级重点专业的教学指导方案的开发工作、电子商务专业指导方案的论证和编写工作。

电子商务专业教学（职教高考）指导方案的开发工作，在诸城市福田汽车职业中等专业学校校委会的领导下，在学校教务科的精心指导下，由到一中支教的春考部牵头承担，结合行业企业专家提供专业意见，在2017版人才培养方案的基础上反复论证和修改，最终顺利完成。

在该专业指导方案开发过程中，诸城市福田汽车职业中等专业学校领导及教务科等科室提出了宝贵的意见和建议。在此向所有关心、支持和参与本方案调研、论证和开发工作的单位和个人表示诚挚的感谢！

编 者

2022年8月