

汶上县职业中等专业学校
电子商务专业人才培养方案
（专业代码：121100）

二〇一九年八月

目 录

目 录	2
第一部分 电子商务专业教学计划	3
一、 专业名称及专业代码	3
二、 招生对象与学制	3
三、 培养目标	3
四、 人才规格	3
五、 人才培养模式与课程体系	5
六、 课程设置与教学要求	10
七、 教学时间安排及授课计划安排	17
第二部分 课程标准	20
《电子商务基础》课程标准	20
《市场营销》课程标准	24
《电子商务网页设计》课程标准	30
《商务礼仪》课程标准	36
《商务沟通》课程标准	52
《网店运营》课程标准	57
第三部分人才培养实施条件和保障	70

第一部分 电子商务专业教学计划

一、 专业名称及专业代码

电子商务专业(121100)

二、 招生对象与学制

1. 入学要求：初中毕业生或具有同等学历者
2. 学制：学制 3 年

三、 培养目标

依据教育部教职成[2019]13 号 《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》对中等职业教育培养人才类型的定位、国家职业资格标准以及电子商务专业对人才的要求， 确定本专业培养目标为： 坚持把立德树人作为根本任务， 不断加强学校思想政治工作， 持续深化“三全育人”综合改革， 把立德树人融入思想道德教育、文化知识教育、技术技能培养、社会实践教育各环节；。注重学用相长、知行合一，着力培养学生的创新精神和实践能力，增强学生的职业适应能力和可持续发展能力。

培养具有良好的职业道德和行为规范，培养教育实用型、技能型电子商务专业中等人才。使学生掌握电子商务专业基本理论、基本知识、基本技能，具有良好的人文素质， 毕业后能在各电子商务及相关企业、行业从事网络营销、网络编辑、电话营销、网店运营与维护、网络客服等工作。

四、 人才规格

本专业毕业生应具有以下职业素养(职业道德和产业文化素养)、专业知识和技能：

(一) 职业素养

- 1.具有良好的思想品德和职业道德；
- 2.掌握法律基本知识，具备较强的法律意识和法制观念；
- 3.掌握体育和卫生保健的基本知识及运动技能，具备良好的身体素质；
- 4.严格遵守我国的电子商务法律法规和国际贸易惯例，具有诚实守信、严谨细致的职业意识；能够运用所学知识和技能，独立思考、分析、解决电子商务营销中出现的各种实际问题；
- 5.具有 Windows 操作系统的基本应用、汉字信息处理及文字编辑能力。

(二) 专业知识和技能

- 1.能够严格执行企业岗位要求与工作制度、严格执行安全操作规程；
- 2.能够利用计算机、工具书、书刊杂志等各种信息来源获取信息；
- 3.能够与上级、同事与服务对象进行有效的沟通；
- 4.能够关注行业发展，不断学习新知识、新技能；
- 5.能够完成商品拍摄及处理的能力、具有一定的网站设计与制作能力、独立完成网络编辑的能力，综合电子商务操作能力；
- 6.具备较强的网站策划、运维能力，能够独立进行网店运维的操作；
- 7.具备较强的网络营销能力，良好的客户开发、服务、管理能力；
- 8.良好的职业认知与发展规划能力；
- 9.具有执行力、团队精神、拥有良好的沟通能力、足够的敬业精神及时间管理能力。

专业(技能) 方向 1：网络营销

具备计算机的操作能力；具备规范的文字排版认知能力；具备文

档的理解与认知能力；具备文档写作能力；具备熟练使用常用办公软件的能力；具备分析与观察能力；具备文档编辑工具的使用能力；具备规范的网站素材认知能力；具备图片处理工具的使用；具备简单 Web 开发的基础能力；具备简单的浏览器兼容性调整能力。

专业(技能) 方向 2：客户服务

具备沟通能力；具备计算机的操作能力；具备客户服务基础知识；具备业务知识学习的能力；具备文档写作能力；具备对网站功能模块的总体理解能力；测试文档的编写能力；具备软件测试工具的基本使用能力；具备技术文档管理工具的使用能力；具备技术文档的理解与认知能力；具备网店设计、网店推广、网店维护、网店售后等综合网店管理能力。

五、 人才培养模式与课程体系

(一) 人才培养模式

1. “商学结合，三阶递进”电子商务人才培养模式

逐步建设并完善本专业“商学结合，三阶递进”的人才培养模式。以企业需求为导向，引出岗位任务及完成任务所必须的通用能力、核心能力和拓展能力。

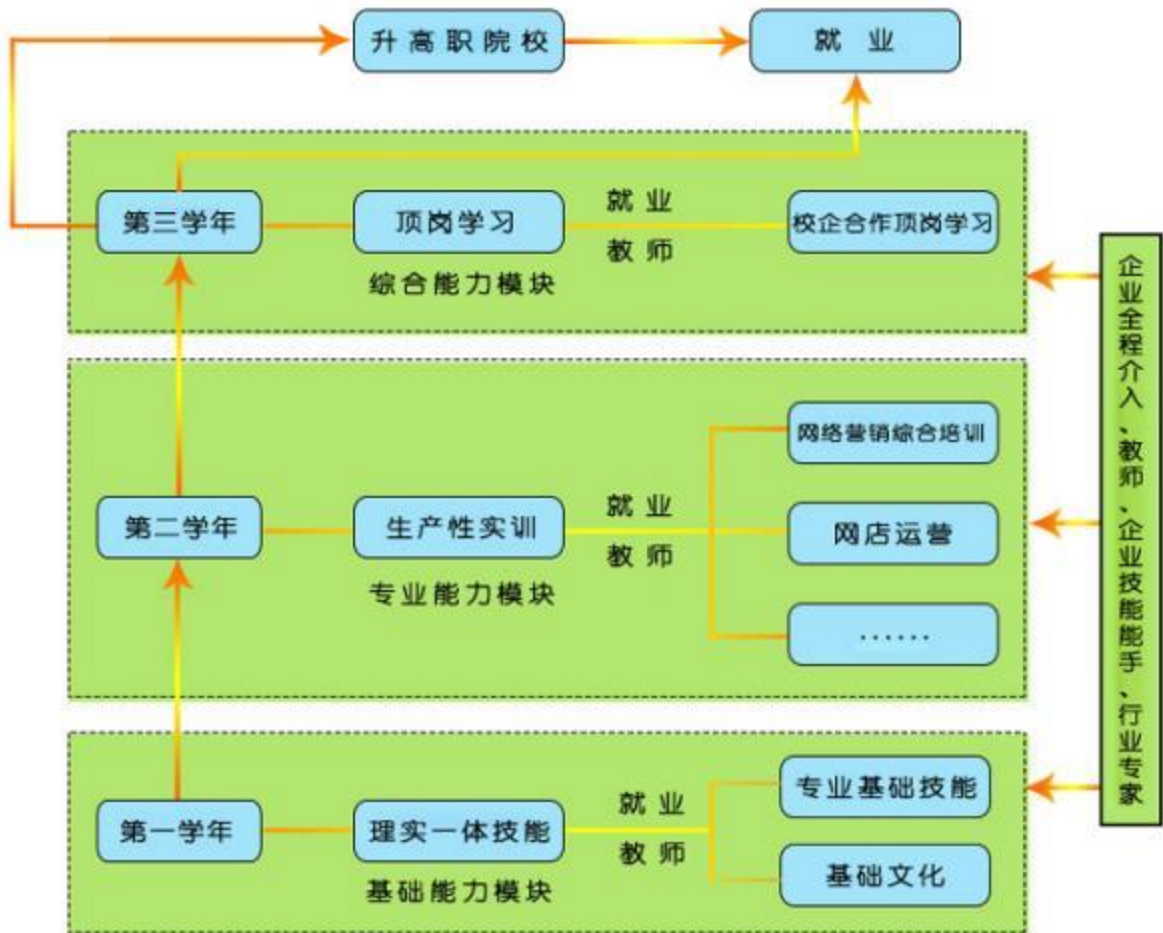
商学结合，企业全程介入，将企业项目和教学内容相结合，以校企共同运行电子商务公司为载体，以培养“亦学亦商”，“基础厚、感悟透、上手快”的现代商务人才为目标，创新教学内容，将企业运营理念融入教学；将企业实际运营和教学活动相结合，以校中企和综合性实训基地建设为依托，有计划地安排学生进行交替的顶岗实习。

三阶递进，按照“服务企业、适应学生”以及“学习情景与实际工作场景相一致，突出岗位技能和职业素质培养”的要求，把人才培养过程细分为“理实一体课程”——“生产性实训”——“顶岗实习”三个阶段，分层分类，递进实施，通过分阶推进，全方位培养“亦学

亦商”的现代商务人才。

如下图 1 所示：

图 1 “商学结合，三阶递进”电子商务人才培养模式



2. “商学结合，三阶递进”电子商务人才培养模式

该模式将学校教育、企业实践紧密联系起来，既重视理论教学和实践教学的相互融合，也注重职业素养教育的渗透，使学校与企业结合，教学内容与企业工作内容结合，评价标准与企业用人标准契合，提高了人才培养的质量。具体实施表 2 所示：

表 2 电子商务人才培养模式实施表

阶段	学校模块	企业模块	工学交替过程
理实一体课程 (第一学年)	基础知识学习	职业认知	初步学习本职业(专业)的基本内容,对基本职业能力有初步了解,初步树立职业规划意识,为去企业进行职业体验做准备。
	基础技能实训	岗位认知	使学生了解职业轮廓和典型工作过程,引入企业实际案例,在教师指导下完成一些代表性工作任务,对职业工作有一个总体认识,体会到在工作中要遵循一定的规则、规定和要求,初步建立职业认同感。
生产实训 (第二学年及第三学年前期)	岗位专项技能实训	职业体验	使学生充分的了解和理解职业工作的结构,培养综合素质和专业基本能力,并考取相应技能等级证书。
	岗位专项技能学习	专业实习	通过生产实训,学生初步了解在职业情境中限定时段解决问题和完成系统的工作任务的基本流程,同时发现并解决见习过程中的疑惑。
顶岗实习 (第三学年后期6个月)	职业能力培养	岗位训练	选择适应的职业岗位,并按就业岗位方向进行专业学习与训练;加强专业能力、社会能力、个人能力的培养;考取相应的职业资格证书。
	职业素养培养	顶岗实习	进行系统的岗位专业技能和职业能力的实习训练,学生能在严格的时间限定条件下完成特定的工作任务,达到就业岗位要求。

(二) 课程体系构建

1. 岗位典型工作任务分析

表 3 岗位典型工作任务及职业能力分析表

工作岗位	典型工作任务	专业能力
1. 网络营销	1-1 需求文档整理	1-1-1 计算机的操作能力 1-1-2 文档的理解与认知能力 1-1-3 文档写作能力 1-1-4 熟练使用常用办公软件的能力
	1-2 SEO 操作	1-2-1 计算机的操作能力 1-2-2 文档写作能力

工作岗位	典型工作任务	专业能力
		1-2-3 熟悉 SEO 优化及工具的使用
	1-3 推广效果跟踪	1-3-1 分析与观察能力 1-3-2 文档编辑工具的使用能力
2. 网络编辑	2-1 网站内容编辑	2-1-1 规范的文字排版认知能力 2-1-2 网站内容编辑器使用能力
	2-2 网站素材处理	2-2-1 规范的网站素材认知能力 2-2-2 图片处理工具的使用 2-1-3 简单的浏览器兼容性调整能力
	2-3 需求文档整理	2-3-1 计算机的操作能力 2-3-2 文档的理解与认知能力 2-3-3 文档写作能力 2-3-4 熟练使用常用办公软件的能力
	2-4 网站基础测试	2-4-1 对网站功能模块的总体理解能力 2-4-2 测试文档的编写能力 2-4-3 软件测试工具的基本使用
3. 电话营销	3-1 电话业务应答	3-1-1 沟通能力 3-1-2 计算机的操作能力 3-1-3 客户服务基础知识
	3-2 客户回访跟踪	3-2-1 沟通能力 3-2-2 计算机的操作能力 3-2-3 客户服务基础知识 3-2-4 业务知识学习能力
4. 网店运营与维护	4-1 网店设计	4-1-1 HTML、静态网页制作能力 4-1-2 网店规划、构建能力 4-1-3 图形图像素材设计和收集能力 4-1-4 图形图像处理能力 4-1-5 网店整体效果的提升能力
	4-2 网店推广	4-2-1 熟悉电子商务网站的宣传和技巧 4-2-2 关键字优化能力 4-2-3 促销广告的设计和投放能力
	4-3 网店维护	4-3-1 电子商务网站后台管理能力
	4-4 网店售后	4-4-1 沟通能力 4-4-2 客户关系的管理能力 4-4-3 客户需求的挖掘能力
5. 网络客服	5-1 在线业务应答	5-1-1 沟通能力 5-1-2 录入能力 5-1-3 业务知识学习能力
	5-2 客服事件响应	5-2-1 沟通能力 5-2-2 录入能力 5-2-3 客户服务基础知识

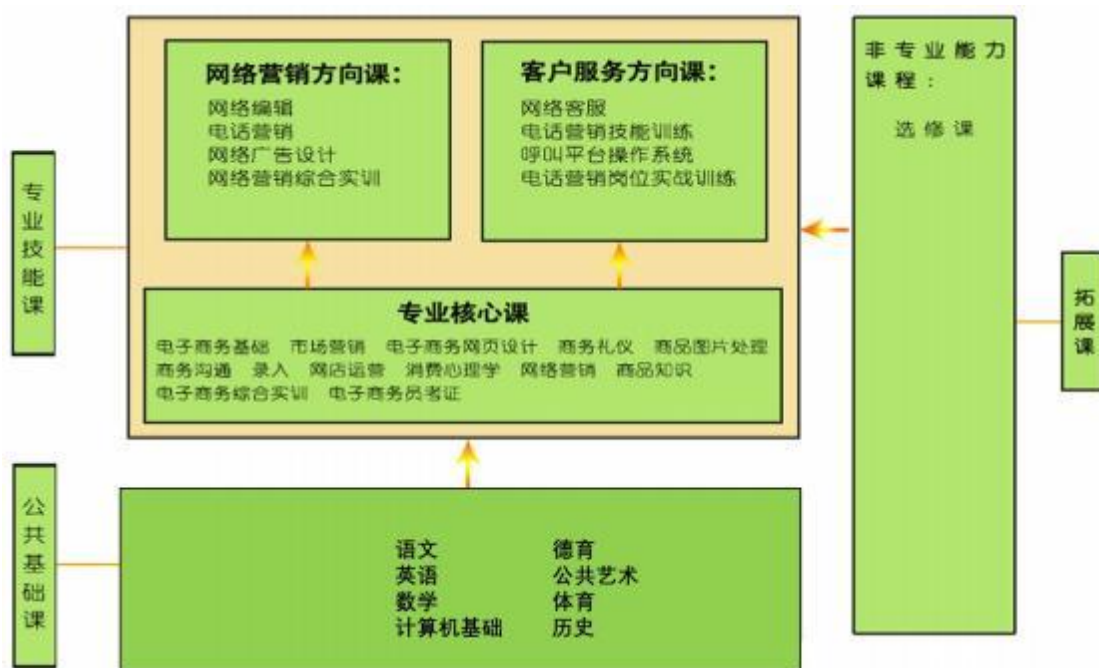
2. 典型工作任务到课程的转换

表 4 岗位典型工作任务课程转换表

工作岗位	典型工作任务	课程名称
1. 网络营销	1-1 需求文档整理	计算机基础
	1-2 SEO 操作	网络营销
	1-3 推广效果跟踪	市场营销
2. 网络编辑	2-1 网站内容编辑	网络编辑
	2-2 网站素材处理	商品图片处理 网络广告设计
	2-3 基本图片处理	
	2-4 网站切图	
	2-5 需求文档整理	电子商务基础 网络营销综合实训
	2-6 网站基础测试	
	2-7 技术文档归档	
3. 电话营销	3-1 电话业务应答	电话营销
	3-2 客户回访跟踪	商务沟通
4. 网店运营与维护	4-1 网店设计	电子商务网页设计
	4-2 网店推广	市场营销 网络营销
		商品图片处理 网店运营
	4-3 网店维护	商务沟通 电话营销
5. 网络客服	5-1 在线业务应答	网络客服
	5-2 客服事件响应	电话营销技能训练 呼叫平台操作系统 电话营销岗位实战训练

3. 课程结构

图 2 电子商务专业课程体系结构示意图



六、 课程设置与教学要求

依据教育部教职成[2019]13 号《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》，中等职业学校的课程设置分为公共基础课程和专业技能课程两类。公共基础课程按照国家统一要求安排，专业技能课程按照电子商务专业毕业生就业岗位和职业生涯发展领域分为专业核心课、专业(技能)方向课和专业拓展课程，形成公共基础平台加职业生涯发展方向的课程体系结构。

公共基础课包括德育课、语文课、英语课、数学课、体育课、计信息技术、历史、艺术课。

专业技能课包括专业核心课、专业(技能)方向课和专业拓展课程，实习实训是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

1. 公共基础课

表 5 公共基础课程教学要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	语文	中等职业学校语文课程要在九年义务教育的基础上，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。	144
2	数学	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。数学教程是中等职业学校学生必修的一门公共基础课。旨在使学生掌握必要的数学基础知识，具备必需的相关技能和能力，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。	108
3	英语	中等职业学校英语课程要在九年义务教育基础上，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；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。	144

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
4	体育	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、能力和习惯，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提升服务。	144
5	信息技术	使学生掌握必备的计算机应用基础知识和基本技能，培养学生应用计算机解决工作与生活中实际问题的能力；使学生初步具有应用计算机学习的能力，为其职业生涯发展和终身学习奠定基础；提升学生的信息素养，使学生了解并遵守相关法律法规、信息道德及信息安全准则，培养学生成为信息社会的合格公民。	144
6	德育	依据《中等职业学校德育教学大纲》开设，注重培养学生的马列主义、毛泽东思想和邓小平理论基本观点教育、职业道德和法律知识、经济政治与社会教育、文明礼仪、行为规范、正确世界观、人生观和价值观等在本专业中的应用能力。	144
7	公共艺术	公共艺术是电子商务专业必修的一门公共基础课程。本课程的任务是学习音乐、美术等多门学科，全面、深刻地领略艺术、生活和大自然的美，增强对艺术和生活的热爱。引导学生感受艺术，体验人类丰富的情感和思想，丰富学生的精神世界、净化心灵、陶冶情操、培养积极乐观的生活态度，提高想象力和创造力，达到感性和理性的平衡，使身心得到健康发展，增强学生对艺术和生活的感知能力和细微的观察能力。	72

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
8	历史	在义务教育历史课程的基础上，以唯物史观为指导，促进中等职业学校学生进一步了解人类社会形态从低级到高级发展的基本脉络、基本规律和优秀文化成果；从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系，增强历史使命感和社会责任感；进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，培育和践行社会主义核心价值观；树立正确的历史观、民族观、国家观和文化观；塑造健全的人格，养成职业精神，培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。	108

2. 专业技能课

1) 专业核心课

表 6 专业核心课教学要求

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
1	电子商务基础	通过本课程的学习，要求学生了解电子商务业务的基本流程和操作规则，基本掌握电子商务业务中的具体规定和细则，并在此基础上明确电子商务业务在企业商务中所处的地位及其作用，熟练掌握电子商务的实际操作规范和技巧，提高实际操作能力。	68
2	市场营销	通过本课程的教学，要求学生掌握市场营销的基本观念、营销环节、市场定位，掌握市场营销组合的产品、价格、分销渠道、促销等理论和方法，掌握市场营销的管理及战略和策略，结合营销实践，进行具体的操作和策划活动，提高学生的理论和实践能力。	72
3	电子商务网页设计	了解网页制作和网站建设所需的基本知识，理解 HTML 语言和 CSS 样式属性以及	72

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
		JavaScript 语言的基本知识，掌握网页制作和网站建设所需的基本技能。根据任务需求能够建立静态网页和网站。	
4	商务礼仪	通过本课程学习，使学生理解商务礼仪的基本理论知识，熟悉商务礼仪的发展历史和特点，掌握商务礼仪的运用规律，掌握个人职业形象礼仪、商务交往礼仪、宴会礼仪、接待礼仪、会务礼仪、应聘礼仪等的特点以及在工作中的具体运用，熟练掌握商务活动各环节的礼仪规范，具有一定的沟通能力、组织能力、应变能力，团队合作精神，能够胜任相关岗位任职要求。	34
5	商品图片处理	熟练并掌握 PS 各项操作技术，学会商品切图、构图；能够分析商品的特征，选择适合的拍摄角度；能够学会单反相机、卡片机的使用；能够使用摄影棚等辅助器材进行拍摄。	102
6	商务沟通	通过本课程的教学，使学生初步掌握商务谈判的原则、内容、技巧及法律规定，为商务谈判提供指导，同时也为学习其他课程提供商务谈判的知识。	72
7	录入	通过本课程的学习，锻炼学生的录入基本功，包括中英文录入、小键盘录入等，要求学生掌握规范的录入指法。	36
8	网店运营	了解网店的组成要素，各个核心知识要点，教会学员如何申请网店店铺(如淘宝)，并从交易前、交易中、交易后三个阶段教会学员作为一个网店卖家需要掌握哪些必需的操作和知识，以及涉及到淘宝开店的相关规则。掌握卖家网店后台管理的各个细节及技巧。达到能迅速开好一个网店，做好店铺的装修美化、编辑和更新商品、安全做生意的	68

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学时
		目标。从营销的角度去分析商品图片的拍摄，美化与加工，增加买家的购物欲望。	
9	消费心理学	通过本课程的学习， 提高学生在营销和销售实践中观察能力、判断能力、营销能力，学会辨识影响消费者的心理因素的方法，并学会通过消费者心理分析以提高营销效果。	72
10	网络营销	学生加强对网络营销知识的综合应用能力，重点加强对企业网站策划及其推广、网络营销效果分析和管理等方面知识的应用水平。	72
11	商品知识	通过本课程的教学， 了解商品的各类特性，掌握商品的分类原则和方法；学会分析各类商品的特点和卖点， 为学生进行商品拍摄提供基础知识。	36
12	电子商务综合实训	让学生对电子商务主要的交易流程和核心理念从不同的角色参与其中， 在项目操作中体验电子商务的交易过程，让学生认识到掌握实际应用技能的重要性。	72
13	电子商务员考证 1+X 证书	本课程针对国家劳动部电子商务员资格证书考试进行针对性培训，要求学生全面了解电子商务的相关知识，包括电子商务基础、网络营销、网站维护，并熟练操作电子商务员考试平台软件。	144

2) 专业(技能)方向课

专业(技能) 方向课为专业方向服务， 依据岗位模型中的技能点所开设的课程， 课程安排见下表：

(1) 网络营销方向

表 7 专业方向课教学要求（网络营销方向）

序号	课程	预期目标	参考学时
1	网络编辑	掌握素材采集、内容编辑、内容传输等相关知识，具备使用相关设备及方式采集素材、对素材进行分类及加工、利用发布系统传输稿件的能力，能够从事网络编辑员工作的从业人员。	72
2	电话营销	通过学习本课程，了解电话营销对银行产品销售的重要意义；熟悉并掌握以客户为中心的电话销售流程、电话销售的重要技巧和方法、通过电话与客户保持长期关系的要领及学会解决电话销售中各种问题的技巧。	68
3	网络广告设计	使学生了解网络广告设计和发布实施的方法及其评估方法；理解网络广告策划的内容；掌握网络广告的发布模式及其优势，掌握网络广告的策略。	68
4	网络营销综合实训	让学生系统掌握网络营销的基本原理和方法，从而在实践中有效地帮助企业进行有效的网上经营活动，使企业切实以顾客为导向，灵活掌握网络营销的基本工具和方法。最终培养市场欢迎的具有较好实际操作能力的电子商务专业应用型专门人才。	72

(2) 客户服务方向

表 8 专业方向课教学要求(客户服务方向)

序号	课程	预期目标	参考学时
1	网络客服	能够了解商品上架基本流程及购物流程；能够指导客户完成购物活动；掌握售前客服流程及工具使用，掌握沟通话术，把握客户心理，提升转化率；掌握售后客服流程及沟通话术，降低交易纠纷；掌握客户关系维护及客户关系维护工具的使用。	68
2	电话营销技能训练	通过学习本课程，了解电话营销的重要意义；熟悉并掌握以客户为中心的电话销售流程、电话销售的重要技巧和方法、通过电话与客户保持长期关系的要领及解决电话销售中各种问题的技巧。	68
3	呼叫平台操	通过本门课的学习，让学生了解呼叫平台操作系统的	72

	作系统	使用方法，并通过实践性的项目实施，让学生熟练掌握该呼叫平台操作系统的使用方法。	
4	电话营销岗位实战训练	电话营销岗位实战训练是站在企业的立场，通过电话营销的方式将产品卖出去的实战型培训。	72

3. 专业选修课

表 9 专业选修课教学要求

序号	课程	预期目标	参考学时
1	选修	开设物理、化学、中华优秀传统文化、职业素养和直播电商等选修课程。（其中前 4 项为限定选项课程）	300

4. 顶岗实习

实训时间： 累计总学时原则上为 6 个月。在确保学生实习总量的前提下，鼓励学校和企（事）业单位探索实行工学交替、多学期、分段式安排学生实习等改革创新。

实习要求： 认真落实教育部关于《职业学校学生顶岗实习管理规定（试行）》的有关要求，应保证学生顶岗实习的岗位与其所学专业面向的岗位群基本一致。

七、 教学时间安排及授课计划安排

（一）基本要求

1. 本专业基本学制为三年的总学时数约为 3000 学时。每学年为 40 周。周学时为 26~30 学时。实行学分制的学校，一般以每周课时量对应相等的学分，三年制合计约 170 学分。其中应包括军训、社会实践、入学教育、毕业教育、顶岗实习等活动。

2. 公共基础课学时为 1008 学时，占总学时的 33.6%。专业技能课程中的专业核心课程为 920 学时，专业方向课程为 280 学时，拓展课程（限定选修及专业修课）为 300 学时，顶岗实习为 482 学时，合

计 1992 学时，占总学时的 66.4%。

3. 本专业的基本学制设置为三年制时，增加职业技能训练时间，以高技能人才培养为目标，提高职业技能考核等级，在参照本标准的课程设置基础上，拓展专业群中可迁移岗位的职业能力培养。

4. 学校按照专业(技能)方向的特点，并结合区域经济发展和企业初次就业的实际需要，自主确定选修课程、开设顺序和周课时安排。

表 10 电子商务专业教学时间安排表(单位：周)

学期	-	二	三	四	五	六	小计
入学教育	1						1
军训	2						2
课堂教学	17	15	14	17	17		80
复习考试	1	1	1	1			4
考证培训		2	3				5
顶岗生产实习						17	17
毕业教育						1	1
综合素质训练	1	1	1	1			4
机动	1	1	1	1	1	1	6
合计	22	20	20	20	18	19	120

(二) 教学安排建议

表 11 电子商务专业教学计划

课程类别	课程 编号	课程名称	学分	考核方式	学时分配				学期周学时分配						
					理论	课内 实践	实践	总学时	第一学年		第二学年		第三学年		
									第一 学期	第二 学期	第三 学期	第四 学期	第五 学期	第六 学期	
公共基础课	g1	语文	12	考试	144			144	3	3	3	3	2		
	g2	英语	4	考试	144			144	3	3	3	3	2		
	g3	数学	4	考试	108			108	2	2	2	2	2		
	g4	计算机基础	4	考试	72	36	36	144	3	3	3	3	2		
	g5	体育	8	考试	10		134	144	3	3	3	3	2		
	g6	德育	8	考试	144			144	3	3	3	3	2		
	g7	公共艺术	4	考试	18	36	18	72	2	2	2	2	1		
	g8	历史	4	考试	108			108	2	2	2	2	1		
	小计		48		748	72	188	1008	21	21	21	21	14		
专业技能课	专业核心课程	zh1	电子商务基础	4	考试	34		34	68	2	2				
		zh2	市场营销	4	考试	36		36	72	2	2				
		zh3	电子商务网页设计	4	考试	12		60	72	2	2				
		zh4	商务礼仪	2	考试	17		17	34	2	2				
		zh5	商务谈判	6	考试		102	102	1	1	3	3			
		zh6	商务沟通	4	考试	36		36	72			3	3		
		zh7	录入	2	考试	6		30	36			2	2		
		zh8	商务运营	4	考试		68	68			3	3			
		zh9	销售心理	4	考试	36		36	72	2	2	1	1		
		zh10	网络营销	4	考试		72	72	2	2	1	1			
		zh11	商务知识	2	考试	18		18	36	2	2				
		zh12	电子商务综合实训	4	考试	10		62	72			3	3		
		zh13	电子商务员考证	8	考试	72		72	144					6	
	小计		82		277	242	401	920	17	17	16	16	6		
	网络营销方向	zf11	网络编辑	4	考试		72	72	2						
		zf12	电话营销	4	考试		68	68		2					
		zf13	网络广告设计	4	考试	8		60	68			3			
		zf14	网络营销综合实训	4	考试	12		60	72				3		
		小计		16		20	140	120	280	2	2	3	3		
	客户服务方向	zf21	网络客服	4	考试		68	68	2						
		zf22	电话营销技能训练	4	考试	34		34	68		2				
		zf23	呼叫中心操作规范	4	考试	36		36	72			3			
		zf24	电话营销岗位实训	4	考试	12		60	72				3		
		小计		16		82	68	130	280	2	2	3	3		
拓展课	拓展选修	理、化、生、传统文学、职业类	16	考查	228			228							
	专业选修	直播电商等	2	考查	36			72							
	小计		18		300			300							
实践教学			38					482						20	
网络营销方向			170					3000	40	40	40	40	20	20	
客户服务方向			170					3000	40	40	40	40	20	20	

第二部分 课程标准

《电子商务基础》课程标准

课程名称： 电子商务基础

适用专业： 电子商务、市场营销

参考学时： 68 学时

一、前言

电子商务是随着计算机和网络技术的发展而产生的一种新的商务形式。“电子商务”是为了满足网络经济时代对电子商务技术人才的需要而设计的。通过对本课程的学习， 可以系统地掌握电子商务的基本概念、实现电子商务所需的各种技术、电子商务交易的支付手段、电子商务的安全知识、电子商务的法律法规、物流配送的相关知识。

（一）课程性质

本课程是电子商务专业的专业核心课程，是本专业学生学习电子商务的入门课程， 通过对本课程的学习， 学生能了解电子商务发展的历程及现状， 了解和掌握电子商务专业需要学习的技术，为电子商务专业其它课程做好铺垫。

（二）设计思路

本课程主要是通过阐述电子商务的基本概念和基本实现技术， 系统完整地讲述了电子商务的基本原理和实际应用的内容。主要任务是为将来从事电子商务技术和信息管理的人员奠定必要的基本理论知识，使学习者能够将所掌握的基本理论应用到自己的实际工作中。

二、课程目标

（一）知识要求

本课程从电子商务职业岗位需要出发，侧重于从现代电子商务活动领域的角度， 全面介绍了从事电子商务活动所必须了解和掌握的有

关基本知识和技能，综合了有关电子商务的实现技术、电子商务的安全防范、电子商务支付、网络营销基础知识、物流配送基础知识、电子商务的法律规范基本知识和技能等，使学生能够了解和掌握电子商务活动的特点、内容和基本规律，熟悉现代商务活动的一些基本业务环节和具体运作，了解电子商务知识，提高学生从事电子商务以及其他现代商务工作的综合职业能力。

（二）素质要求

敬业精神：较强的自我知识及技术更新能力。

团队精神：培养团队合作共赢的精神。

三、课程内容要求

序号	工作任务	课程内容及教学要求	活动设计	参考课时
1	电子商务概述	掌握电子商务的定义及分类，了解电子商务的发展、功能、特点、影响及我国电子商务发展的现状。	采用课堂教学、行动导向教学、项目教学法、小组学习、答疑、讨论、课程研讨等方法进行教学。	8
2	电子商务的实现技术	掌握电子商务的实现技术，如网络技术、数据库技术及如何构造简单的电子商务系统。	采用课堂教学、项目教学法、小组学习、答疑、讨论等方法进行教学。	6
3	电子商务的安全防范	掌握电子商务涉及到的计算机和网络安全问题，以及电子商务安全的标准和安全技术。	采用行动导向教学、项目教学法、小组学习、课程研讨等方法进行教学。	8
4	电子商务支付	了解电子支付的基础知识，包括概念、方式、流程及存在的问题，掌握电子货币的分类和使用方法。	采用课堂教学、行动导向教学、项目教学法、小组学习、答疑、讨论、课程研讨等方法进行教学。	8
5	网络营销基础知识	了解网络营销的基本知识，掌握网上市场调查及网上商务信息的收集与整理的方法。	利用多媒体课件和网络采用行动导向教学、小组学习、讨论、课程研讨等方法进行教学。	10
6	物流配送基础知识	了解物流的基本概念，电子商务与物流以及电子商务环境下的新型物流配送中心。	利用多媒体课件和网络采用行动导向教学、小组学习、讨论、课程研讨等	4

序号	工作任务	课程内容及教学要求	活动设计	参考课时
			方法进行教学。	
7	电子商务的法律规范	了解电子商务有关法律以及电子商务参与各方的法律关系。	采用课堂教学讨论、课程研讨等方法进行教学。	6
8	电子商务中的新型中介	了解电子商务所带来的新型中介及其作用。	采用课堂教学、小组学习、答疑、等方法进行教学。	4
9	企业电子商务体系的创建	解企业电子商务系统的建设及运营。	采用课堂教学、行动导向教学、项目教学法、小组学习、答疑、讨论、课程研讨等方法进行教学。	4
10	电子商务下的创新经营模式	了解电子商务下的新的经营模式。	利用多媒体课件和网络采用行动导向教学、小组学习、讨论、课程研讨等方法进行教学。	2
其他	机 动			2
	综合实训及考核			6
总 课 时				68

四、实施建议

（一）教学建议

1. 应针对学生实际职业能力的培养来进行教学，通过工作任务的操作， 提高学生的学习兴趣。

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

3. 应注重职业情景的创设， 以多媒体、录像和案例分析等方法提高学生解决和处理实际问题的综合职业能力。

4. 教师必须重视实践，更新观念， 走产学研相结合的道路，探索中国特色职业教育的新模式，为学生提供自主发展的时间和空间，

积极引导 学生提升职业素养，努力提高学生的创新能力。

（二）教学评价

1. 突出形成性评价，结合课堂提问、业务操作、课后作业、模块考核等手段，加强实践性教学环节的考核，注重平时成绩记录。

2. 强调目标评价。

3. 强调课程结束后总结性评价，注重考核学生的职业素养及职业能力。

（三）课程资源的开发和利用

1. 利用现代信息技术开发多媒体课件，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发挥。

2. 搭建产学合作平台，充分利用本行业的企业资源，满足学生参观、实训和毕业实习的需要，并在合作中关注学生职业能力的发展和教学内容的调整。

3. 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。

五、其他说明

本课程教学标准适用于中等职业学校电子商务专业(三年制)。

《市场营销》课程标准

课程名称： 市场营销

适用专业： 电子商务 市场营销

参考学时： 72

一、前言

本课程是培养市场营销岗位的实际操作技能， 让学生掌握企业的营销操作流程， 强调提高学生的综合性实践运用能力与操作技能， 达到真正能独立进行营销活动设计与策划的目的与要求， 并且能够具体操作和实施营销方案， 缩短学校教育与市场实际操作规程的差距，

（一） 课程的性质

本课程是中等职业学校电子商务、市场营销等专业的一门专业核心课程， 是学生从事营销岗位工作的必修课程。同期开设《电子商务网页设计》、《商务沟通》、《录入》，为之后《网络营销》、《消费心理学》的学习打下基础。

（二） 设计思路

本课程的教学与实践活动以大纲为依据，教学中在教授基础理论与借鉴国内外市场营销领域最新研究成果的基础上，着重培养学生的分析问题、解决问题的实践能力。尤其注重以企业营销工作的实际需要为讲授主线， 以理论服务于实践为出发点， 以必须、实用为原则，课程案例具有较强的针对性， 可以使将理论融入现实， 从而更容易吸收及理解有关的理论， 同时也增加了学习的趣味性。此外， 市场营销课程的讲授还包括以下特色： 注重实例介绍， 案例讨论和实践训练， 启发学生对学习要点进行思考、讨论；建立讲课、阅读、研讨、实践训练一体化模式， 使职专的教学模式： 教师精讲， 学生参与， 实训辅助得到更好的体现。

本课程的教学重点是市场营销观念的掌握； 市场不可控制环境因素的了解与分析； 市场细分方法与目标市场选择方法； 市场营销组合策略的应用； 产品、价格、分销渠道、促销策略的掌握与应用。每章附有一个以上的企业营销成功或失败的案例以及思考问题，但一般不作评价， 这样的目的是可以引导启发思路而不会陷入定向思维的框架。

二、课程目标

（一）知识要求

本课程的学习目标是， 通过学习掌握市场与市场营销的概念； 了解营销发展的趋势与市场营销哲学的演进与发展； 懂得市场营销环境分析； 掌握市场调查与研究方法； 学会市场类型的方法与购买者行为分析； 学会制定市场营销组合的策略，如产品策略、价格策略、分销策略与促销策略； 懂得制定企业发展战略、规划市场竞争战略及市场营销战略； 明确市场细分与目标市场的选择以及准确进行市场定位的方法； 懂得市场营销计划、组织、控制。对于市场营销专业的学生而言，通过该课程的学习将为市场营销专业后续课程，如消费者行为学、市场营销调研、广告学、销售管理、商务谈判学、国际营销学、服务营销学等专业课程的学习打下坚实的基础。

（二）素质要求

敬业精神：树立敬业精神， 营销推广必须全身心投入。

团队精神：销售推广活动必须合理协调、分工明确。

三、课程内容与要求

序号	工作任务	课程内容及要求	活动设计	参考课时
1	市场营销概述	1、了解市场的概念、特征和类型； 2、理解市场营销及相关概念； 3、掌握现代市场营销观念的内容和要点。	实训：市场营销观念应用实训 假如你负责一家中式快餐店，如果运用五种不同的市场营销观念，各会怎样经营，即有什么样的市场营销策略？	6
2	市场分析	1、熟悉和了解企业的市场营销环境； 2、理解营销环境对营销观念及企业营销活动的影响；	实训一：案例分析 实训二：以小组为单位分析汽车业、房地产业、快餐业、手机等行业的环境机会与环境威胁(选择一种产品或一个行业)	6
3	市场调查与预测	1、熟悉市场调查和预测对企业营销活动的影响； 2、掌握市场调查和预测概念、方法、并能运用所学理论对调研预测等问题进行分析。	实训：案例分析	6
4	确立目标市场	1、熟悉市场细分、目标市场、市场定位的含义； 2、掌握市场细分的标准、目标市场选择的影响因素、市场定位的程序； 3、能运用市场细分的方法、目标市场和市场定位的策略。	实训一：案例分析 实训二：以生活中常见的商品为训练对象，分析研究“谁是你的顾客”，找准你的目标市场，实施市场定位策略。	6
5	产品策略	1、熟悉产品、产品组合、品牌包装、产品生命周期、新产品的基本概念； 2、掌握产品组合、品牌包装决策的内容； 3、能运用产品生命周期理论分析、解决相关问题。	实训一：案例分析 实训二：分小组各选择一种商品，根据产品整体概念的三个层次进行整体产品的设计。 实训三：新产品营销方案策划	12
6	定价策略	1、全面熟悉影响商品定价的基本因素；	实训：案例分析	10

序号	工作任务	课程内容及要求	活动设计	参考课时
		2、掌握商品定价的具体方法、策略； 3、了解企业价格调整的方式及应对价格变动的调整策略。		
7	渠道策略	1、熟悉分销渠道的基本概念和类型； 2、掌握中间商的种类及如何选择分销渠道； 3、理解商品实体分配的基本内容。	实训一：案例分析 实训二：家电产品的分销渠道设计训练	8
8	促销策略	1、熟悉促销及促销组合的基本概念和基本原理； 2、掌握和运用各种促销组合的基本形式和运用技巧。	实训一：案例分析 实训二：以黄金周或其他节假日为前提设计一个促销活动方案，并介绍给其他同学。 实训三：模拟推销训练	10
9	公关关系及权力营销	1、熟悉公关、权力营销的含义、作用； 2、掌握和运用公关、权力营销的策略开展营销活动。		4
机动				4
合计				72

四、实施建议

（一）教材编写

- 1.教材应依据本课程标准编写。
- 2.教材应充分体现任务引领、实践导向的课程设计思想。
- 3.教材通过工作情景模拟、活动体验和课后拓展作业等多种形式来组织编写，使学生在学习和活动中达到该课程的技能考核项目要求，培养基本职业能力。
- 4.教材应突出应用性，突出重点，内容应简明扼要，以学生为本，应将本专业领域的发展趋势及新知识及时纳入其中。

5.教材中的活动设计要具有可操作性。

（二）教学建议

1.应针对学生实际职业能力的培养，通过强化训练，使学生能单独分析营销活动，并能综合运用。

2.应以学生为本，注重“教”与“学”的互动。通过选用典型活动项目，由教师提出要求或做出示范，组织学生进行训练。

3.应注重职业情景的创设，以实训方式提高学生的营销实际操作技能，加深学生对营销理论知识的理解，为之后更好的学习其他专业课程打下基础。

4.教师必须重视实践，更新观念，适时了解电子商务专业新知识、新动向，熟悉电子商务专业的各项任务，加强本身的实际操作能力，走产、学、研相结合的道路，将营销知识进行线上的延伸，能为学生真正起到示范作用，为学生的自主发展提供时间和空间，积极引导并帮助学生提高职业素养和创新能力。

（三）教学评价

（1）结合课堂提问、实训练习、课后作业、模块考核等手段，注重平时成绩记录。

（2）强调目标性评价，根据设定的课程目标检测学生的职业能力操作水平。

（3）强调课程结束后总结性评价，注重考核学生的职业素养及职业能力。

（4）建议在教学中分任务模块评分，在课程结束时进行综合模块考核。

（四）课程资源的开发与利用

1. 利用现代信息技术开发多媒体资源，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、积极性得以充分发挥。

2. 注重技能训练， 使学生在模拟的工作情景中练习， 为提高学生的营销能力提供有效途径。

3.充分利用本行业的企业资源， 满足学生参观、 实训和毕业实习的需要， 并在合作中关注学生职业能力的发展和教学内容的调整。

五、其他说明

本课程教学标准适用于中等职业学校电子商务、 市场营销等专业（三年制）。

《电子商务网页设计》课程标准

课程名称： 电子商务网页设计

适用专业： 电子商务

参考学时： 72 学时

一、前言

电子商务是随着计算机和网络技术的发展而产生的一种新的商务形式。“电子商务网页设计”是为了满足网络经济时代对电子商务技术人才的需要而设计的。通过对本课程的学习，可以系统地掌握电子商务网页设计技术、为实现电子商务网站建设与维护的技术性课程所需的各种技术。

（一）课程性质

本课程是电子商务专业的专业核心课程，同时也是学习《网络营销》、《网络编辑》，《网店运营》等专业课程的基础，是一门实用性极强，面向电子商务网页设计的技术性课程。

（二）设计思路

本课程主要是通过阐述电子商务网页设计的技术，系统完整地讲述了电子商务网页设计原理和实际应用的内容。主要任务是为将来从事电子商务技术和信息管理的人员奠定必要的基本理论知识和技术，使学习者能够将所掌握的基本理论和技术应用到自己的实际工作中，如从事电子商务技术应用系统及网站的设计、实现。建议本课程课时为 72 课时。

二、课程目标

（一）知识要求

掌握网页设计原则、方法及常用技术；

熟悉一种主流软件，如 DREAMWEAVER；

了解一定图像设计及动画软件使用，如 FLASH、FIREWORK。

（二）素质要求

敬业精神：树立敬业精神，网页设计与制作必须全身心投入。较强的自我知识及技术更新能力，快速跟踪网页设计技术新发展。

团队精神：大型网络建设及多人制作中，必须合理协调工作风格及分工。

（三）能力与技能要求

学会软件的安装、设置过程，并能熟练操作 Dreamweaver 的环境。

能够熟练利用 Dreamweaver 设计网页。

能够熟练利用 Dreamweaver 创建并管理网站。

三、课程内容要求

序号	工作任务	课程内容及教学要求	活动设计	参考课时
1	初识 Dreamweaver	1、掌握 Dreamweaver cs5 的界面中各组成元素的名称与功能 2、掌握打开与关闭工具窗口的方法 3、理解站点、网站、网页及网页属性的概念	1、Dreamweaver cs5 的人—机交互界面的组成与使用方法 2、理解站点、网站、网页及网页属性的概念	4
2	站点规划及建立	1、站点的设计与规划、合理组织站点内容、使用 Dreamweaver 建立和管理站点 2、了解建立站点的必要性，掌握如何规划站点 3、掌握创建 Web 站点的基本方法与步骤，并能够管理站点	1、站点结构、组织站点内容、管理站点 2、站点规划	4
3	设计标准模板	1、要求掌握 Dreamweaver 中模板与库元素、布局表格与布局单元格的概念与作用 2、解模板的固定区域与可编辑区域的区别和用途 3、了解更改模板或库元素对使用选定的模板或包含选定库元素	1、使用布局表格和布局单元格功能设计页面 2、局表格、布局单元格、模板与库元素的特点、用途、制作与使用方法，以及如何利用布	4

序号	工作任务	课程内容及教学要求	活动设计	参考课时
		<p>的网页的影响</p> <p>4、学会利用布局表格和布局单元格设计网页的整体布局，学会通过模板和库元素创建网页的方法</p>	<p>局表格和布局单元格设计网页的整体布局</p>	
4	网页文本实例操作	<p>1、要求能够在网页中添加文本对象如特殊字符、水平线和日期组件等，掌握如何设置文本属性，重点了解制作网页时的断行方法</p> <p>2、学会使用 CSS 样式和 HTML 样式控制文本块或段落的外观</p> <p>3、掌握直接处理 HTML 源代码的各种方法</p> <p>4、熟练掌握制作超级链接、E-mail 链接、书签等形式的超级链接</p>	<p>1、在网页中添加文本对象</p> <p>2、有关文本属性的操作</p> <p>3、有关文本样式的操作</p> <p>4、直接处理 HTML 源代码</p> <p>5、文本超级链接</p>	6
5	表格处理技巧	<p>1、掌握表格的创建、结构调整与美化方法</p> <p>2、熟悉表格与单元格的主要属性及其设置方法</p> <p>3、掌握通过表格来进行网页页面的布局方法</p>	<p>1、表格操作示例</p> <p>2、表格应用示例 1</p> <p>3、表格应用示例 2</p>	6
6	网页中的图像和动画元素	<p>1、要求熟练掌握在网页中插入、调整图象的方法</p> <p>2、掌握利用图像映射，在一幅图像中创建多个热点，从而实现多个超级链接</p> <p>3、学会在 Dreamweaver 中直接插入 Flash 动画</p>	<p>1、Dreamweaver cs5 中的图像处理实例</p> <p>2、在网页中插入 Flash 动画</p>	8
7	使用框架技术	<p>1、了解框架网页与普通网页之间的区别与联系</p> <p>2、掌握框架网页在创建、选择、设置、存储与应用方面的特点</p> <p>3、掌握框架结构网页的制作方法</p>	<p>1、创建框架网页示例</p> <p>2、制作动态网页</p>	8
8	表单交互实例	<p>1、学会使用 Dreamweaver 中应</p>	<p>1、制作表单网页示</p>	8

序号	工作任务	课程内容及教学要求	活动设计	参考课时
		用表单设计网页的方法 2、全面掌握表单的创建、编辑、处理方法， 以及各表单对象的功能、特点和用途(包括：复选框、下拉列表框、按钮) 的特点与使用方法	例：创建联机杂志读者调查表 2、表单的处理	
9	制作动态网页	1、掌握在网页中创建、修改层和嵌套层的方法 2、掌握层的属性和编辑层属性的方法以及如何移动、删除层 3、掌握时间线的创建与调整方法， 学会通过如何为时间线增加行为等方式来控制时间线的播放效果 4、掌握利用时间线制作网页动画的方法 5、掌握利用附加行为制作交互性动态网页的方法	1、层和时间线动画 2、时间线的创建、编辑、行为设置等内容及为一个对象附加行为	8
其他	机 动			4
	综合实训及考核			12
总 课 时				72

四、实施建议

（一）教学建议

1. 应针对学生实际职业能力的培养来进行教学，通过工作任务的仿真操作，提高学生的学习兴趣，掌握会计工作等处理问题的能力。

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

3. 应注重职业情景的创设，以多媒体、录像和案例分析等方法提高学生解决和处理实际问题的综合职业能力。

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

（二）教学评价

1. 突出形成性评价，结合课堂提问、业务操作、课后作业、模块考核等手段，加强实践性教学环节的考核，注重平时成绩记录。

2. 强调目标评价。

3. 强调课程结束后总结性评价，注重考核学生的职业素养及职业能力。

（三）课程资源的开发和利用

1. 利用现代信息技术开发多媒体课件，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发挥。

2. 注重 Dreamweaver 软件的利用，让学生置身于仿真情境中进行学习。

3. 搭建产学合作平台，充分利用本行业的企业资源，满足学生参观、实训和毕业实习的需要，并在合作中关注学生职业能力的发展和

教学内容的调整。

4. 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。

5. 利用计算机教学室，将教学与培训合一、教学与实训合一，满足学生综合职业能力培养的要求。

五、其他说明

本课程教学标准适用于中等职业学校电子商务专业(三年制)。

《商务礼仪》课程标准

课程名称： 商务礼仪

适用专业： 会计、市场营销、物流、电子商务

参考学时： 34 学时

一、前言

我们中华民族素有“礼仪之邦”的美称，她五千年悠久的历史，不但创造了灿烂的文化， 而且也形成了古老民族的传统美德。礼仪教育不是一般的礼貌教育， 而是一种道德修养， 健全人格的教育。在少年儿童心理与行为发展的关键时期， 加强礼仪教育， 是促进儿童形成健全的人格， 实施道德素质教育的重要途径， 它的目标是使学生具备团体协作精神， 建立文明的人际关系， 规范言行举止， 蒙以养正， 知书识礼， 使其行为与其学识相得益彰， 以适应社会主义现代化的人才需求。

（一） 课程的性质

本课程是电子商务专业的专业核心课程，是本专业学生学习商务活动中礼仪规范的入门课程。通过对本课程的学习， 学生能了解在商务活动中要求注意的礼仪细节， 掌握基本的礼仪规范动作， 同期开设《商品图片处理》、《电子商务基础》，为之后《商务沟通》的学习打下基础。

（二） 设计思路

礼仪是人类文明的标尺,指在一定交际场合的行为准则和交际规范,是当代社会规范和道德规范的重要组成部分。礼仪课属于道德教育的范畴， 是学校对学生进行德育和行为规范训练的主渠道之一。对小学生进行礼仪教育，让学生从小明辨是非， 养成良好的行为习惯， 举止大方得体， 塑造美好形象具有重要的作用。

礼仪课的价值主要体现在以下几个方面：

(1) 塑造美好形象价值

在现代社会，“让人喜欢你”是一条重要的人际交往原则，一个人优雅的仪态，文明的举止，动人的嗓音，高贵的气质能引起别人强烈的审美情趣，得到别人的尊重。礼仪课规范学生的仪表、语言、举止，用礼仪观念滋润幼小心灵，塑造出美好群体形象，形成文明的校风校貌。

(2) 人际交往价值

礼仪是成功进行人际交往的好帮手，它在人与人的交往中传递友好和善意，文明的礼貌交往可以体现相互的尊敬和友善，化解矛盾。礼仪课可以在校园营造文明友好的氛围。

(3) 道德传承价值

中华民族自古以来是名重八方的“礼仪之邦”。重礼仪，讲道德，互尊互让，崇尚一个和谐的人际关系，追求人格上的精神美是我们中华民族优秀传统文化的一个重要方面。今天，让学生学习和运用礼仪，就是继承优秀的道德文化传统，为提高民族素质奠定良好的基础。

(4) 实践应用价值

学生在礼仪课中懂得了礼仪的性质、作用、表达形式，以此规范自己的言行，在生活实践中锻炼自己成为彬彬有礼的“绅士”和举止文雅的“淑女”，成为懂礼、用礼，以礼待人的现代文明人。

(三) 基本理念

(1) 以真善美为核心

礼仪课的核心是真、善、美。通过教育和训练，让学生懂得正确区分真与假，善与恶，美与丑，要求学生将自己的行为纳入规范，加以约束，时时处处用道德的力量支配自己的行动，从小学会做真人，做善人，做文明人。

(2) 面向全体学生

让每一个学生懂礼仪，学礼仪，做文明人是学校育人的宗旨。因此，礼仪课中让每一个学生积极参与，明道理，知规范，营造争做文明人，争创文明集体的氛围，促进整体素质的提高。

(3) 构建全方位的育人环境

礼仪是通过言行来表达的，课内课外、校内校外每一场合，时时处处都要体现学礼、懂礼、用礼，所以礼仪教育是开放的，没有课内外之分，没有学科之分，没有教学阶段之分，每位教师随时随地都应注重对学生的礼仪教育和训练，努力形成教育合力和全方位的育人环境。

(4) 注重实践考核和评价

礼仪课的教学效果直接反映于学生的日常行为规范和道德风尚，可采用自评、互评和教师评、家长评等多种形式对学生进行日常性、阶段性和总结性的考核评价，从而激励学生不断充实自我、发展自我、完善自我。

二、课程目标

课程目标为通过礼仪教育，学习礼仪知识，训练规范的举止言行，培养学生良好的行为习惯，懂得自尊自爱、尊重他人、友好相处，为全面育人奠定基础。

(一) 知识与技能

现代生活中，最需要的恰恰是人与人之间互相尊重、互相包容、团结协作的团队精神。开设礼仪课，讲授一些诸如做人要诚实、守信、知耻、守公德、讲良心，让孩子们从小就开始学习如何做人，如何与人相处、交往、合作，不仅有利于孩子教养的提高及其人格的健全发展，也有利于提高下一代的综合素质，最终促进全社会文明程度的提高。

（二）过程与方法

1. 认知明理，以形成学生自觉、自主、自动的行为习惯。
2. 强化训练，开展活动，促礼仪行为规范养成。
3. 营造环境，优化校园，形成文明礼仪氛围。
4. 检查督导，全程渗透，强调自我教育。
5. 考核评比，有效地激励学生自我完善。

（三）情感态度与价值观

中华民族良好的精神风貌，文明的良好礼仪是优良传统的结晶。在小學生中进行礼仪教育，既是弘扬中华民族优秀文化、继承优良传统美德，也是帮助他们树立国家利益高于一切的观念，使爱祖国、爱集体、爱人民、爱劳动、爱科学的思想更加深入幼小心灵。

三、内容标准

（一）校内的礼仪规范

1. 衣着得体大方：学生的日常着装要符合年龄，校内统一着装、穿校服，整洁大方。少先队员、共青团员依照规定佩戴校徽、红领巾或团徽。学生不化妆、不戴饰物、不烫发、男生不留长发。
2. 参加升国旗仪式的学生要衣着整洁，少先队员佩戴好红领巾，脱帽，面向旗杆方向立正站好。升国旗奏国歌时，面对国旗行队礼或注目礼，不得交谈、走动或做其他动作，直到国旗升至杆顶。唱国歌时要立正站好，目视前方，神态庄重，歌词正确、音调准确、声音洪亮。
3. 走姿美观、稳健：行走姿势正确、步履适中、稳健有力。在楼道、教室行走时，要靠右走，慢步轻声；不摇肩晃臀，不多人勾肩搭背行走。楼道拥挤时应让师长、女孩、小孩先走。
4. 进校见到师长，要止步问好，人多时，可点头问候；见到同学，

可点头致意，招手问好。不迟到早退。

5. 上下课起立，双手自然下垂，向老师行礼或问候。
6. 课上准备提问或回答问题先举手，不随便打断别人的发言。
7. 进入老师办公室或居室喊“报告”或敲门，等师长示意后才可进入。
8. 同学间相互尊重、帮助、合作，态度诚恳，语言文明，并适时说“请”、“谢谢”、“对不起”，以减少同学间的摩擦。
9. 用餐应注意的礼仪：
 - (1) 饭前洗手，饭后漱口，并将剩余物倒置指定的垃圾桶内。
 - (2) 用餐时间不宜太久或太快，不高声谈笑和打闹。

(二) 家中的礼仪规范

1. 每天早起要向父母长辈说“早安”，临睡前道“晚安”。
2. 就餐先请长辈入座，自己方可就位，就餐中也要礼让他人。
3. 有事外出要告诉长辈去处，离家前，向家长打招呼：“我走了，再见”；归家说：“我回来了，爸爸(妈)好！”
4. 见家长离家或归家，主动招呼，递接物品。
5. 宾客来访，要起立迎接，面带笑容，主动问候：“您好”、“欢迎您来”。客人与家长谈话时要回避；客人离去，起身送至门外。

(三) 公共场合的礼仪规范

1. 参加集会、活动或与人约会，按约定时间到达。听讲时，保持肃静。
2. 在公共场所不可高声喧哗，打扰别人；公共设施要小心使用，并维护整洁。
3. 发言致礼：大会发言前一般用深度鞠躬礼。(少先队员在队会上行队礼)；发言结束说“谢谢”，并行鞠躬礼。接受奖品要起

立双手接过，并致谢。

4. 鼓掌是观看文艺演出、体育比赛、集会、欢迎客人到来等情况下常用的礼节。文艺演出节目終了，报以掌声。不要用掌声表示不满或失望。观看体育比赛要尊重双方运动员、裁判员，为双方鼓掌。集会、报告、演讲时，要用掌声表示欢迎或致谢。演出或比赛结束，应起立鼓掌，以表示感谢和祝贺。领导、来宾到(退)场，要起立鼓掌。
5. 公交车上要主动为老人、残疾人、孕妇、病人让座。
6. 走马路靠右走，穿马路走斑马线，不闯红灯。
7. 购物、乘车等人多时自觉排队，不插队、不拥挤。
8. 公共场所不乱扔垃圾，不随地吐痰和大小便、不损坏树木花草和文物。

四、实施建议

(一) 教学建议

1. 加强师德风范的建设。

教师是学生的一面镜子，教师为人师表，应成为学生的终生楷模。

2. 以活动课形式强化礼仪训练，培养行为习惯。采取的办法是：一学二练三落实。

(1) 一学就是学习礼仪知识，在讲解的基础上，让学生通过小品、情景对话、游戏、操练等生动活泼的教学活动形成道德认知和道德情感。

(2) 二练就是在课内课外进行礼仪规范训练，使道德认知外化为道德行为。

- (3) 建立必要的规章制度，狠抓礼仪规范的落实。

3. 礼仪是养成教育，唯一途径只能是礼仪实践活动，礼仪教育重在实践，重视在班主任工作和学科教学中渗透。校园内外处处

讲礼仪，所以，我们落实课程的工作将通过各种方式传递给每一位教师，每一位家长。希望家长和老师的目光要像水一样渗透到孩子生活的各个方面，如上学进校门，和家长告别，都要随时提醒学生讲礼貌，讲文明。

（二）评价建议

榜样的力量是无穷的。通过评价和奖励，发挥榜样效应，激励学生争优。树立典型，以典型引路，弘扬文明风尚，抑制不良行为是开展文明礼仪教育行之有效的办法。这种身边的典型生动、具体、突出、更富有激励性和教育性。

（三）课程资源的开发与利用

1. 创造净化、美化、绿化、教育化、现代化的校园环境

校园环境对学生有着潜移默化的隐性教育功能建设。因此，学校必须通过兼蓄各种社会文化，从中不断选择吸收有益的东西来建设学校环境，塑造学校形象。

2. 注重网络构建，形成社会效应

加强礼仪教育，产生长久效应，光靠学校一方是不够的。希望政府部门通过媒体加强宣传工作，只有学校、家庭、社会协调统一一致，建立全方位、多渠道的立体式教育网络，才能在全社会形成共识。

五、教学考核与评价

模块	教学单元 教学内容	考核评价目标	权重 (%)	考核方法
基础模块	概念	是否掌握	5	笔试+面试
基础模块	个人仪容仪表	妆容是否得当，仪表仪态是否端庄	15	笔试+面试
基础模块	见面礼仪	正确的掌握微笑，称呼，介绍，握手及名片的礼节	20	笔试+面试
基础模块	办公礼仪	掌握电话及空间礼仪的要求	20	笔试+面试
基础模块	酬宾礼仪	了解与掌握中西餐的宴请礼仪规范及赴宴的礼节	20	笔试+面试

必修模块	职业礼仪	了解职业场合普遍礼节	10	笔试+面试
拓展模块	习俗礼仪	了解各国各民族的习俗礼仪	10	笔试

八、《商品图片处理》课程标准

课程名称： 商品图片处理

适用专业： 电子商务

参考学时： 102

一、课程性质及任务

本课程是电子商务专业的专业核心课程， 是以典型工作任务为基础开发的工学结合一体化课程， 本课程的任务是对商品进行拍摄和处理， 在商品规划课程和市场调研课程后开设， 为信息编辑课程和开办网店打基础。与本课程同时开设的课程有网店网页设计。

二、典型工作任务描述

从商家接受商品广告任务， 图片处理人员领取所需商品， 制定图片处理方案工作计划， 利用商品拍摄技术要点， 根据客户要求拍摄所需商品。商品图片文件导入计算机， 利用图片处理软件 **Photoshop** 和美图秀秀根据客户要求对图片进行处理， 如： 图片的颜色搭配、 调色、 皮肤美化、 抠图、 剪切、 排版、 水印、 截图等。给商家展示产品效果， 客户满意， 图片上传网站； 客户不满意， 根据客户的意见进行改进并给客户审核， 客户满意， 图片上传网站， 最后向上级领导汇报工作完成结果， 并把图片成品整理归档。

三、工作与学习内容

（一） 工作对象

按照工作顺序详细列出每一个工作步骤， 如：

- 1.了解客户要求；
- 2.进行商品拍摄；
- 3.收集商品图片；
- 4.商品图片按所需进行处理；
- 5.图片审核上传；

6.图片重新编辑与上传。

(二) 设备、工具与材料

- 1.设备： 计算机、摄影棚、单反数码相机、数码摄像机、扫描仪；
- 2.工具： 图片处理软件 **Photoshop** 和美图秀秀；
- 3.原材料： 数码相片文件、视频文件；
- 4.技术资料： 《拍摄技法大全》、《**Photoshop** 图片处理技巧》《美图秀秀处理技巧》、工作手册。

(三) 工作方法

- 1.摄影商品构图黄金分割法和三分法；
- 2.图片处理方法(图片的颜色搭配、调色、皮肤美化、抠图、剪切、排版)；
- 3.网络调查法；
- 4.头脑风暴法。

(四) 劳动组织

- 1.从主管处领取任务；
- 2.与客户进行沟通；
- 3.以小组为单位制定策划方案；
- 4.进行图片处理；
- 5.将方案效果图交客户审核；
- 6.根据客户要求进行修改；
- 7.图片上传网站。

(五) 工作要求

- 1.正确理解广告图片的意图信息；
- 2.制定可行的图片处理方案；
- 3.图片文字描述的信息真实、准确、完整与吸引力；

- 4.广告图片规格的规范性、效果富有创意性、符合客户要求；
- 5.完成广告图片的记录，整理并归档。

四、学习目标

学生学完本课程后应该具备的能力，包括完成典型工作任务需要的综合职业能力要求——“工作要求”，职业标准相关规定，学习过程需要强调的知识、技能方面的要求；尽可能将知识、技能以及能够完成工作作为一个整体来描述；目标描述认为两个部分：学完本课程后学生应该具有的能力；学完本课程后学生能够承担的具体工作任务。

经过本课程的学习，学生应具备下列能力：

- 1.与客户沟通能力；
- 2.制定图片处理方案及工作计划能力；
- 3.对商品进行拍摄能力；
- 4.运用图片处理软件 **Photoshop** 对商品进行处理能力；
- 5.运用图片处理软件美图秀秀对商品进行处理能力。

经过本课程的学习，学生应能够承担下列任务：

- 1.饰品图片广告处理；
- 2.食品图片广告处理；
- 3.文具图片广告处理；
- 4.日用品图片广告处理；
- 5.服装、鞋帽图片广告处理。

五、建议学习情境

序号	名称	学习目标	学习内容	建议学时
1	饰品 图片广告处理	领取广告任务，制定广告方案，拍摄饰品图片，对图片进行处理，完成效果图，图片上传网站	摄影技巧，单反相机使用，摄像机使用，Photoshop 软件和美图秀秀软件使用	15
2	食品 图片广告处理	领取广告任务，制定广告方案，拍摄食品图片，对图片进行处理，完成效果图，图片上传网站	摄影技巧，单反相机使用，摄像机使用，Photoshop 软件和美图秀秀软件使用	15
3	文具 图片广告处理	领取广告任务，制定广告方案，拍摄文具图片，对图片进行处理，完成效果图，图片上传网站	摄影技巧，单反相机使用，摄像机使用，Photoshop 软件和美图秀秀软件使用	15
4	日用品 图片广告处理	领取广告任务，制定广告方案，拍摄日用品图片，对图片进行处理，完成效果图，图片上传网站	摄影技巧，单反相机使用，摄像机使用，Photoshop 软件和美图秀秀软件使用	15
5	服装、	领取广告任务，制定	摄影技巧，单反相	15

	鞋帽图片广告处理	广告方案，拍摄服装、鞋帽图片，对图片进行处理，完成效果图，图片上传网站	机使用，摄像机使用，Photoshop 软件和美图秀秀软件使用	
6	美图秀秀图片处理	运用美图秀秀软件对商品进行处理	学会美图秀秀软件的操作界面和功能	12
7	Photo 图片处理	运用Photoshop 软件对商品进行处理	学会 Photoshop 软件的操作界面和功能	15

六、实施建议

（一）学习组织形式

- 1.在一体化教室进行教学；
- 2.主要以小组学习教学组织形式；
- 3.前期在教师指导下模拟完成完整的工作任务，到企业实践，最后按照真实的订单组织教学；
- 4.排课相对集中(每周 8 课时、每天 4 课时)。

（二）主要学习方法

行动导向教学方法，项目教学方法。

七、教学评价

采用自我评价、小组互评、教师评价、专家评价相结合的评价方式。在评价时根据不同学习情境的特点采用作品质量评价、理论测试、过程观察等多种形式。

（一）学生自评/小组互评

通过分组讨论建立学生互评机制。

通过自学加讲解过程的互动、讲解任务完成的质量、完成的结果，

建立自我评价机制。通过自我约束、互相监督建立过程监督考核机制。

（二）教师/专家评价

通过互动测试教学效果。

通过实训报告等形式，评价学生能力培养水平。通过考试检验知识掌握运用情况。

（三）教学评价内容

学生信息收集的能力的评价、学生网络营销策划与实施方案编写能力的评价、学生网络营销方式和渠道选择的能力的评价、学生网络营销效果评价能力的评价、学生网络营销数据分析能力。

八、教学资源

（一）教师基本要求

教师所学专业为电子商务专业或计算机应用专业、广告设计专业，有广告公司经历、有广告设计师资格。

（二）教学硬件环境基本要求

建议用列表的方式列出一体化教室或实训室的要求

电子商务竞赛实训室				
序号	设备名称	规格型号	数量	备注
1	计算机	联想启天 M4360	50	
2	摄影棚		1	
3	单反数码相机	60D	8	
4	数码摄像机	SONY	10	
5	扫描仪	清华紫光 U20	2	

（三）课程资源的开发与利用

1.通过《商品图片处理》课程组成员的共同努力，本课程已有比较丰富的教学资料积累，具有完备的电子教案、教学课件、学生自主学习平台、实训项目、学习指南、习题思考、课程标准、及工作页等。

2.在课程现有课程资源基础上，建设和充实课程网络资源，将课程教学资源按照适合网络浏览的方式进行规范和整理，建设和完善视频录像，将全程教学录像上网和改进其播放效果。同时建设交互功能、网络作业、网络评价等功能模块建设，开辟第二课堂，充分利用学生的碎片化时间。

3.计划开发课程 5 个工作页及 5 个教学情境设计。

（四）参考资料准备

《小商品拍摄指南》 （美）阿德纳姆 著， 秋乡 译 上海人民美术出版社 2014

《VIP 超人气网店商品拍摄技法 100 例》 数码创意 电子工业出版

社 2012

《皇冠网店必学商品拍摄技法》 尚品工作室室 清华大学出版社

2012

《网上商品照片拍摄与店铺装修赢家实用手册》 孙东梅 电子工业出版社 2014

(五) 企业合作支持

序号	企业名称	合作类型	合作项目
1	广西约你同行旅游发展有限责任公司	顶岗实习	专业建设合作企业
2	广西南宁梦之岛商业管理有限公司	顶岗实习	专业建设合作企业
3	广西南博国际信息有限公司	顶岗实习	专业建设合作企业
4	北京博导前程信息技术有限公司	专业建设	专业建设合作企业
5	南宁创高营销广告有限公司	专业建设	专业建设合作企业

《商务沟通》课程标准

课程名称： 商务沟通

适用专业： 电子商务

参考学时： 72 学时

一、前言

电子商务专业培养牢固掌握电子商务职业岗位(群)所需的基础理论知识和专业技能，以计算机和计算机网络为工具，具备管理、贸易、营销、电子商务基本技术知识，面向各类工商企业(高新技术、信息产业)管理和服务第一线，能从事电子商务活动和电子商务管理等方面工作，德、智、体全面发展，职业能力较强的电子商务领域的高技能应用型专门人才。

结合此培养目标和电子商务行业的“商务平台管理、网络营销、电子交易”等主要工作岗位及岗位职业能力要求，培养学生在了解商务沟通的一般原理、原则的基础上，学会商务谈判方案的制定，能进行商务沟通的策略及技巧，能撰写商务合同等。

(一) 课程性质

本课程是电子商务专业的专业核心课程。本课程从经济贸易人员的实际需要出发，以具有代表性的商务沟通为重点，阐明商务沟通的基础理论、基本知识以及商务沟通的基本方法。通过本课程的学习，使学生所学理论和实践活动有机结合，是从事商务贸易工作的一门必修课程，它对贸易专业学生从事商务贸易活动具有很重要的指导作用。

在课程开设之前，学生已经先后学过市场营销、国际贸易等课程，后续课程是网上交易、电子商务项目运作等。

(二) 设计思想

通过对本课程的学习，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。

二、课程目标

（一）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。

（二）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。

(三) 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、课程内容要求

(一) 课时分配

序号	课程单元	学习任务及教学要求	活动设计	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。	用课堂教学、项目教学法、小组学习、课程研讨等方法进行教学。	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。	用课堂教学、项目教学法、小组学习、课程研讨等方法进行教学。	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。	采用课堂教学讨论、课程研讨等方法进行教学。	12
4	商务沟通的策略	理解掌握并能够运用商务沟通中	用课堂教学、项目教学法、	12

序号	课程单元	学习任务及教学要求	活动设计	参考学时
		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。	小组学习、课程研讨等方法进行教学。	
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。	用课堂教学、课程研讨等方法进行教学。	16
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。	用课堂教学、项目教学法、小组学习、课程研讨等方法进行教学。	8
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。	用课堂教学、项目教学法、小组学习、课程研讨等方法进行教学。	8
合计				72

四、教学实施建议

(一) 教学建议

1. 本课程教学宜采用实例教学法和案例教学法进行讲授，强化学生小组合作能力。

2. 每堂课设置生动丰富的模拟交易场景，学生分成小组，通过角色扮演掌握商务沟通的操作流程及操作技巧，培养学生的沟通能力。

3. 整个教学过程中，课堂的主角应是学生，老师只起到引导作用。

(二) 评价建议

评价体系要体现评价主体的多元化和评价形式的多样化采用形成性评价与终结性评价相结合的方式，既关注结果，又关注过程，使对学习过程和学习结果的评价达到和谐统一。

1. 体现学生在评价中的主体地位 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，在技能实训过程中采取学生之间分组互评和学生自评相结合的方式，教师只对评价结果进行总结，体现评价主体的多元化和学生在评价中的主体地位。

2. 注重形成性评价对学生发展的作用 突出形成性评价，结合课堂讨论、实践技能训练加强对教学环节的考核，注重平时成绩记录。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。

3. 注意评价方法的多样性和灵活性 评价可采用学生自评和教师评价相结合、测试和非测试的方式相结合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，实现评价方法的多样性。在日常的形成性评价中，应允许学生根据自己的特长或优势选择适合自己的评价方式。如果学生对自己某次课堂测验成绩不满意，可以与教师协商，暂不记录成绩，学生在经过更充分的准备之后，可再次参加评价。

4. 注重评价结果对教学效果的反馈作用 教师应根据评价结果尤其是日常的形成性评价对教学内容、教学方法、教学手段等进行完善、调整、改进，以进一步提高教学质量，达到更好的教学效果。

(三) 课程资源的开发与利用

1. 每堂课预先设置好丰富生动的商务活动场景，学生通过角色扮演掌握电子商务的沟通技巧，激发学生的学习兴趣。

2. 充分利用本行业的企业资源，组织学生到电子商务企业实地参观，使学生对商务活动中沟通环节有直观的认识，在参观中提高学生的职业能力。

五、其它说明

本课程标准适用于广西商业学校电子商务专业(三年制)。

《网店运营》课程标准

课程名称： 网店运营

适用专业： 电子商务

参考学时： 68 学时

一、课程性质及任务

本课程是电子商务专业的专业核心课程，是以典型工作任务为基础开发的工学结合一体化课程。本课程的任务是让学生掌握网络店铺定位的一般原理，熟悉网络开店的基本流程；掌握网络促销、网络产品定价、渠道策划方法，并通过实验经营网络店铺，熟练使用各种网店管理工具，完整体验和梳理网络开店业务流程。本课程在《电子商务概论》和《网站基础运营与维护》后开设，为《网络营销》课程打下基础，与本课程同时开设的课程有《消费心理学》等。

二、典型工作任务描述

网店运营主要包括有利用市场细分原理对店铺产品、定价和进货渠道进行定位，在“淘宝网”等典型交易平台上注册个人网络店铺，用数码相机拍摄商品并上传到店铺，对店铺进行店铺装修及品牌策划，进行整体布局，销售商品，运用物流知识为店铺备货、发货，为店铺进行服务策划，用各种方式为店铺进行网络推广和促销，并且进行线上管理和线下管理，保证店铺的平稳运营。同时进行有效的客户关系管理，做好售前售后服务。通过有效的财务管理进行财政收支统计和成本利润核算也是网店运营的重要方面。

三、工作与学习内容

（一）工作对象

1. 开展市场调研，了解市场需求
2. 根据市场细分原则，进行店铺定位(产品、定价、进销渠道等)

3. 交易平台的网络店铺注册和前后台功能熟悉
4. 拍摄及处理商品图片，进行图片上传和版面管理
5. 店铺装修和美化
6. 通过各种方式进行店铺网络推广(品牌策划、活动策划、网络手段推广)
7. 线上管理：订单统计、平台系统运营与维护、信息更新
8. 线下管理：店铺备货、发货与退换货处理
9. 财务管理：进行网络支付及第三方支付平台管理，以及财务收支统计
10. 客户服务：售前客服、售后客服

(二) 设备、工具与材料

1. 设备：电脑、打印机、电话机、相机、耳机、打包机等；
2. 工具：交易平台、办公软件、即时通讯工具、图片处理工具、网银支付平台及第三方支付平台、客户关系管理系统、进销存系统管理等等。
3. 材料：市场调研资料、产品资料、推广计划、财务报表、客户服务指南等。

(三) 工作方法

1. 信息收集与分析方法
2. 消费心理分析法
3. 图片拍摄与处理方法
4. 色彩搭配与版面设计优化法
5. 网络营销推广方法
6. 销售技巧、客服技巧、沟通技巧
7. 高效搜集信息、信息质量分析及反馈

(四) 劳动组织方式

1. 全班分为小组做出网店建设规划方案；
2. 网店规划方案由小组全体成员会同教师进行讨论修改；
3. 按照网店的具体职责岗位进行小组内的分工， 各小组独立完成网店的运营与推广；
4. 各小组进行明确的权责体系建设， 各岗位之间相互配合、协调互助；
5. 各小组可分为网店店长、网络营销推广专员、仓储物流专员、网店美工、财务行政专员、客服专员等岗位， 各小组根据实际情况调整。

（五） 工作要求

1. 网店店长：制定有效的店铺营运目标；有效管理网店整体规划，营销， 推广， 客户关系管理等系统经营性工作；有效管理整个店铺经营状态， 协调和管理各岗位人员。
2. 网络营销推广专员：充分利用各种网络推广手段进行店铺和商品的推广；有效进行网络平台的内外部的营销策划和推广； 积极配合与其他岗位的交接管理。
3. 仓储物流专员： 进行有效的商品采购与供应商管理； 保证及时准确的商品挑选、质检和发货管理；保证商品的更新和品类优化； 及时进行网络商品信息的管理和更新。
4. 网店美工： 及时进行网站商品图拍摄与商品文案的整合；根据消费人群的心理及时调整网页的架构和装修。
5. 财务行政专员： 进行有效的网站日常经营记录及报表整理； 网站日常经营记录及报表整理；网站采购财务记录事项及工资利润分配管理。
6. 客服专员：处理网站客人售前咨询， 引导其交易完成； 实行顾客问责制，处理网站客人有关售后的问题； 疑难快递处理及发

货部对接关系处理；客户关系处理。

四、学习目标

经过本课程的学习，学生应具备下列能力：

1. 具备网店财务管理能力。
2. 商业经营运作能力；
3. 获取新知识和技能的能力；
4. 培养学生善于总结与应用实践经验的能力；
5. 独立学习能力；
6. 决策能力。

经过本课程的学习，学生能够承担下列工作任务：

1. 整体运营网店，对于网店的注册、设计、推广、运营、物流、客服等方面整体的把控和认识；
2. 网络平台内外部的推广策划，如 SEO 优化、参加日常活动、软文推广、邮件营销等等；
3. 产品的进销存管理，进行理货、配货、发货等工作；
4. 处理商业化的图片，进行商品信息编辑；
5. 网站日常经营记录及报表整理；
6. 能有独立引导客户下单，处理售后纠纷及退换货管理。

五、学习情境建议

学习情境名称	工作任务		学习目标	学习内容	建议学时
淘宝 C 店的网店运营过程	任务一：网店运营的相关概述	1. 认识电子商务	1. 了解电子商务与网上销售 2. 电子商务的基本模式	1. 国内外电子商务的发展历程 2. 电子商务的典型模式	4
		2. 认识网店平台	1. 了解网上开店的典型平台	1. 网上开店的典型平台 2. 淘宝网店的构成部分	
		3. 网上开店的准备	1. 了解网店运营的前期准备工作	1. 心理准备 2. 硬件与软件准备	

学习情境 名称	工作任务		学习目标	学习内容	建议 学时
			2. 对数据处理的 方法	3.市场调研与数据分析 4.商品定位与货源选择 5.开店平台选择	
	任务二： 网上开店	1.认识淘宝网	1.了解淘宝网站的 布局 2.了解淘宝的目 标客户群 3.了解淘宝的热 门项目	1.淘宝网的发展历程 2.淘宝网的规章制度 3.典型淘宝网店的布局	12
		2.申请开通 淘宝店铺	了解淘宝网店的 开通流程	1.注册淘宝会员 2.开通支付宝 3.实名认证 4.发布商品 5.开通自己的店铺	
		3.网店的美 化与布局	1.掌握对网店进 行美化的工具； 2.了解网店进行 布局过程和方法	1.店铺名称至关重要 2.店铺 logo 独具匠心 3.店铺公告一目了然 4.店铺留言与顾客交心 5.商品分类必不可少 6.多用图片文字介绍商品 7.店铺模板风格适应销售	
		4.淘宝交易 过程及相关 辅助软件的 应用	1.了解淘宝的交 易过程 2.熟练使用几款 淘宝软件	1.淘宝交易过程 2.阿里旺旺软件的使用 3.淘宝助理软件的使用	
	任务三： 店铺商品的 管理	1.选择与购 进产品	1.了解商品的属 性 2.掌握商品的购 进方式	学习商品的选择与购进流 程	14
		2.商品的定 价	1.商品的定价方 法 2.商品定价的原 则	1.商品定价目标 2.网上商品定价的原则 3.网上商品定价的策略 4.网上商品定价方法	

学习情境 名称	工作任务		学习目标	学习内容	建议 学时
		3.拍摄商品 图片	了解商品图片的 拍摄方法	1.学习如何拍摄具有吸引 力的图片 2.图片拍摄的方法	
		4.编辑处理 图片	了解图片编辑、处 理的过程	知道处理图片的流程	
		5.商品信息的 处理	掌握图片关键字 的设置方法	学习几种处理商品信息的 方法	
		6.商品的包 装	熟练商品包装的 过程	了解商品包装的过程	
		7.商品的配 送	选择适合的方式 进行商品的配送	商品的配送流程	
		8.管理店铺 的商品	掌握管理店铺 的方法	店铺的管理过程及最优方 法	
	任务四： 网店的营销 推广及销售 技巧	1.网上经营 的沟通技巧	学会与客户进行 有效的沟通	1.与供应商沟通 2.如何与访问者沟通 3.如何与竞争者沟通 4.利用计数器	8
		2.有效利用 增值服务提 高网店知名 度	了解网店增值服 务	1.吸引眼球的商品照片 2.巧妙地布置网店 3.为网店取个好名字 4.网店经营的注意事项	
		3.网店经营 致富故事秀	知道几个典型网 店的经营故事	1.网络拍客赚钱 2.微博促销 3.秒客赚钱 4.卖点子 5.Face book 的成功 6.我爱打折网 7.凡客诚品	
	任务五： 网店的财务 管理	1.利润的形 成与控制	学习利润的形 成 方式	1.管理控制成本 2.定价的方法与技巧 3.合理控制邮费和定制运 费 4.正确运用更多的支付方	10

学习情境 名称	工作任务		学习目标	学习内容	建议 学时
				式 5.正确进行记账	
		2.经营的反思——如何提高利润额	熟悉提高利润的方式	1.做一份可行的投资预算 2.学会计算损益平衡点——每月营业额多少才能挣钱 3.增加利润额——哪种方法更容易实现目标利润 4.加强现金管理 5.摸清家底—编制资产负债表	
	任务六：客户关系管理	1.网上开店信息流统计与分析	学会对网上信息进行统计与分析	1.数据分析 2.销售数据分析 3.网站的优化	10
		2.客户关系管理	1.了解客户关系管理 2.建立客户关系管理	1.客户关系管理产生 2.客户管理 3.客户关系管理(CRM)为企业带来的好处 5.网店运营商业模式—立足客户	
		3.引入五星级服务理念	1.了解消费者心理行为 2.知道影响买家费用心理的因素	1.消费者行为研究的必要性 2.影响消费者行为的因素 3.影响买家消费心理的因素 4.打造一个五星级售后服务	
		4.与客户有效沟通	1.了解如何处理客户之间存在的问题 2.知道退货换货的流程。	1.如何处理客户投诉 2.如何面对买家的差评 3.如何获得买家的好评 4.开网店如何正确处理退换货 5.如何防止顾客流失	
	任务七：物流与仓储	1.仓储管理	1.了解对商品进行管理的方法	1.检验商品 2.编写货号	6

学习情境 名称	工作任务		学习目标	学习内容	建议 学时
			2. 如何有效进行仓储管理	3. 出入库登记	
		2. 货物打包	1. 了解货物打包的方法以及 2. 如何根据商品的打包	1. 分类包装 2. 隔离防震 3. 打包要点	
		3. 物流配送	1. 了解物流的工作流程 2. 物流平台的特点 3. 典型的物流平台	1. 邮局发货 2. 快递发货 3. 货运发货 4. 工作流程	
		4. 推荐物流	学会进行物流跟踪	1. 了解推荐物流 2. 操作在线下单 3. 运费计算器 4. 物流跟踪	
	任务八： 网络安全常识	1. 网络安全常识	1. 学习网络安全常识 2. 培养网络安全意识	1. 账户安全 2. 防骗意识 3. 识骗能力	4

六、实施建议

（一）学习组织形式

以真实商务环境为平台，通过情境教学、项目贯穿，实现教学做一体化。其中，情境教学起到沟通教学做的链条，真实项目运作的实战考核促进教学做的相互转化，实现学中做、做中学。本课程在教学过程中采用了以下教学模式：

1. 专业教学与资格认证相结合。本课程教学与阿里巴巴电子商务相关认证相结合，将认证内容与平时教学紧密结合，合二为一，解决将认证辅导作为教学的“外挂”行为。
2. 双线式项目进行教学，即：教师在课堂上是通过讲授自己的网

店的建立过程与运营方法，学生在课堂内要完成相应的任务，课堂外学生要以小组的形式开设自己的网店。课程设置项目团队，每个团队每月都有业绩展示，优秀“员工”展示和成绩分享，突出本课程的实践性和职业性。

3. 竞技教学。为了锻炼学生自学能力，培养学生的人文素质，在课堂之外积极开展第二课堂活动，组织一次网店技能大赛，比赛主要内容为：学生网店创业计划书和网店业绩大比拼，成为学生学习的新舞台，拓宽学生的知识面。

（二）主要学习方法

通过完成一个完整的项目来实现知识之间的联结，发展职业能力。按照“立足 C2C 网站运营，实施项目教学，提升创业技能”的课程设计理念，根据网店运营岗位业务技能要求，依据该门课程涉及的工作领域和工作任务范围，以项目为切入点，以工作任务为中心构建课程体系。教学内容的设计以真实项目作为载体，同时项目具有综合性、可扩展性，给学生足够发挥空间。

本课程以项目为纽带，把教师、学生、教学内容进行有机整合。

1. 教：教师根据项目要求选择和组织教学内容，完成学科体系的解构和行动体系的重构，协调和组织教学过程，进行演示、指导、答疑、纠错、激励和评价。
2. 学：学生是项目实施的主体，课程教学中，教师演示，学生练习，所见即所得。进行网上商店的策划、基本设置、体验网店各管理员角色任务；做到举一反三，深化理解。分项目完成后，进行综合应用实践。
3. 做：学生在授课之初按照自己的提交网站规划(可以是项目组)选择合适的商业运作模式，切身体验、解决在运营过程中遇到的交易信息安全、资金结算、物流配送、网络促销、货源

渠道等实际问题，最后提交网店运营综合报告，参加项目综合验收。

4. 评：改革方案中贯穿多点采集、形成性考核、终结性考核、自我评价与教师评价相结合的综合考核体系。无论是教师还是学生，在项目执行过程中，都必须按照课程标准、授课计划进行标准化操作、控制和评价。利用项目执行中的反馈结果对课程标准、教学计划等教学指导文件进行总结提炼，优化扩展。

七、教学评价

从评价主体、评价方式、评价内容、评价标准四个方面说明学习效果评价原则如：

（一）学生自评/小组互评

通过分组讨论建立学生互评机制

通过自学加讲解过程的互动、讲解任务完成的质量、完成的结果，建立自我评价机制。通过自我约束、互相监督建立过程监督考核机制

（二）教师/专家评价

通过互动测试教学效果。

通过实训报告等形式，评价学生能力培养水平。通过考试检验知识掌握运用情况。

（三）教学评价内容

学生信息收集的能力的评价、学生网络营销策划与实施方案编写能力的评价、学生网络营销方式和渠道选择的能力的评价、学生网络营销效果评价能力的评价、学生网络营销数据分析能力。

八、教学资源

（一）教师基本要求

电子商务专业教师，获得国家劳动部助理电子商务师以上资格，

有电子商务或网店运营相关企业实践经历者优先。

(二) 教学硬件环境基本要求

整合电子商务实训室				
序号	设备名称	规格型号	数量	备注
1	计算机	联想启天 M4360	64	
2	全程电子商务平台	模拟电子商务 B2C 交易平台	1	
3	单反相机	60D	10	
4	简易摄影棚	商品拍摄	18	

(三) 课程资源的开发与利用

1. 教材

本课程的教材是《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

通过《网店运营》课程组成员的共同努力，本课程已有比较丰富的教学资料积累，具有完备的电子教案、教学课件、学生自主学习平台、实训项目、学习指南、习题思考、课程标准、及工作页等。

3. 教学资源库建设

在课程现有课程资源基础上，建设和充实课程网络资源，将课程教学资源按照适合网络浏览的方式进行规范和整理，建设和完善视频录像，将全程教学录像上网和改进其播放效果。同时建设交互功能、网络作业、网络评价等功能模块建设，开辟第二课堂，充分利用学生的碎片化时间。

(四) 参考资料准备

《网上开店》华诚科技 机械工业出版社 2010

《淘宝开店必读—— 网上开店必备技巧》前沿文化 龙门书局

2012

《淘宝网上开店实战入门》神龙工作室 人民邮电出版社 2009

《新手学- 网上开店、推广与经营》前沿文化 科学出版社 2013

《淘宝网上开店》九州书源 清华大学出版社 2011

(五) 企业合作支持

序号	企业名称	合作类型	合作项目
1	广西约你同行旅游发展有限责任公司	顶岗实习	专业建设合作企业
2	阿伦团购网	顶岗实习	专业建设合作企业
3	南宁市西团互联商贸有限公司	专业建设	专业建设合作企业
4	南宁创高营销广告有限公司	专业建设	专业建设合作企业
5	北京博导前程信息技术有限公司	专业建设	专业建设合作企业

第三部分 人才培养实施条件和保障

（一）师资队伍

通过培养与引进结合，业务进修与企业实践结合等方式，促进师资队伍的结构优化，全面提高专业教师队伍素质，使我校电子商务专业教师达规范化要求。

1、学历层次要求

公共基础课教师应有与授课课程对口专业的大学本科毕业证书；专业专任教师本科学历已达到 100%。

2、资格证书要求

专任教师应具有中等职业学校及以上教师资格证书。

3、人员配备要求

专业课教师中，具有本专业中级以上专业技术职务任职资格者不低于 50%，专业课教师每年参加企业实践学习或各种专题培训，全年累计学习和培训时间不少于一个月。

（二）教学设施

校内实训室一览表

序号	实训室名称	主要功能	主要设备
1	微机室	基本软件的操作实训	教师用电脑、电子白板、微机工作台、计算机、交换机、稳压电源、路由器、机柜
2	计算机设备维护与营销	计算机组装、检测、维修	主机、显示器、稳压电源、多功能电脑桌、投影仪、计算机散件、计算机外设、检测与维

			修工具、投影仪
3	平面设计实训室	平面设计	微机、多功能电脑桌、一体化班班通、机柜、综合布线、路由器、稳压电源、专业软件、数码相机

（三）教学资源

1、教材选用

德育课教材：严格按照中等职业教育国家规划德育课等有关教材的通知，使用中职国家规划的德育课教程。

文化课教材：严格按照学生对口考试、教师、学生技能竞赛规定的教材。

专业课教材：严格按照中等职业教育培养目标和职业教育教学规律，同时满足经济社会发展对高素质劳动者和技能型人才需求模式的要求来选择对应的教材。

2、数字资源配备

学校配备有 2 个基础微机功能室，2 个专业软件微机功能室，以满足学生专业技能的学习以及提升。

（四）教学方法

教学方法

(1)强化课程思政。积极构建“思政课程+课程思政”大格局，推进全员全过程全方位“三全育人”，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。结合职业院校学生特点，创新思政课程教学模式。强化专业课教师立德树人意识，结合不同专业人才培养特点和专业能力素质要求，梳理每一门课程蕴含的思想政治教育元素，发挥专业课程承载

的思想政治教育功能，推动专业课教学与思想政治理论课教学紧密结合、同向同行。

(2) 组织开发专业课程标准和教案。要根据专业人才培养方案总体要求，制(修)订专业课程标准，明确课程目标，优化课程内容，规范教学过程，及时将新技术、新工艺、新规范纳入课程标准和教学内容。要指导教师准确把握课程教学要求，规范编写、严格执行教案，做好课程总体设计，按程序选用教材，合理运用各类教学资源，做好教学组织实施。

(3) 深化教师、教材、教法改革。建设符合项目式、模块化教学需要的教学创新团队，不断优化教师能力结构。健全教材选用制度，选用体现新技术、新工艺、新规范等的高质量教材，引入典型生产案例。总结推广现代学徒制试点经验，普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。

(4) 推进信息技术与教学有机融合。适应“互联网+职业教育”新要求，全面提升教师信息技术应用能力，推动大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的广泛应用，积极推动教师角色的转变和教育理念、教学观念、教学内容、教学方法以及教学评价等方面的改革。加快建设智能化教学支持环境，建设能够满足多样化需求的课程资源，创新服务供给模式，服务学生终身学习。

(5) 采用小组作学习的方式，按照学校“四六三”教学改革分组模式将学生分小组，做好人员分工.教师示范与学生分组讨论、训练互动、学生提问与教师解惑、指导相结合，体现“做中学”、“做中教”的教学理念。

(6)逐步建设全真性职场教学环境， 根据教学要求新建网络实训室并不断完善已有实训室。合理设计校内实训室的人文环境、工位配置、操作规程和标准、人员配置以及环保规范等， 提升实训室的软环境建设水平， 搭建理实一体化职场教学平台， 为学生的实验实习提供更加有利的条件，实现学校文化与企业文化的无缝隙对接。

（五） 教学评价

由学校、用人单位共同实施评价， 基本素养和文化知识及技能主要由学校通过学生课程学习的作业、课堂提问、出勤、考试、技能考核等进行过程评价和结果评价， 顶岗实习评价以实习单位为主， 通过实习考勤、实习记录、实习报告、实习表现等方面，结合实习指导教师的评价对学生进行综合评价。

1.基本素养评价

基本素养包括品德素养、团队合作、敬业精神、组织协调三个方面。

具体要求:

品德素养:诚实守信、公平正直、吃苦耐劳、文明礼貌、勤俭自强、乐于助人。

团队合作:具有良好的团队精神和合作意识，能与人和谐相处，团结协作。

敬业精神:有很强的事业心和主人翁责任感，追求崇高的职业理想， 对学习和工作态度认真踏实，恪尽职守、精益求精、具有奉献精神。

组织协调:能积极参与组织各项社团活动、文体活动， 有很强的组织管理和协调能力。

2.文化知识和职业技能评价

专业素养包括文化知识、专业基础、专业技能三个方面。

具体要求:

文化知识:文化基础好,知识面宽, 开设的公共课学的扎实, 信息处理能力强。

专业基础:开设的专业领域的基础课程的理论知识和技能常识掌握到位, 专业知识面开阔。

专业技能:开设的专业领域的专业核心课程的理论知识学的扎实, 能运用理论知识指导实际操作, 动手能力强, 与岗位要求实现对接。

文化知识和职业技能成绩构成:按照寿光市职业教育中心学校考试管理规定执行。

3.顶岗实习评价

考核成绩参照实习单位鉴定以及学生个人的实习考勤、实习记录、实习报告、实习表现等进行综合评定,分为优秀、良好、一般、及格、不及格五个等级。成绩及格及以上者获得相应的顶岗实习学分。

(1)优秀

实习态度端正, 遵守实习纪律, 能很好的完成实习任务, 达到实习课程标准中规定的全部要求, 实习报告能对实习内容进行全面、系统的总结, 并能运用学过的知识和技能解决工作中的实际问题, 成绩优异。

(2)良好

实习态度端正, 遵守实习纪律, 能较好的完成实习任务, 达到实习课程标准中规定的全部要求, 实习报告能对实习内容进行比较全面、系统的总结, 并能运用学过的知识和技能解决工作中的实际问题, 成绩良好。

(3)一般

实习态度基本端正, 能较好的遵守实习纪律, 达到实习课程标准

中规定的主要要求，实习报告能对实习内容进行比较全面的总结。

(4)及格

实习态度基本端正，能较好的遵守实习纪律，基本完成实习任务。达到实习课程标准中规定的基本要求，能完成实习报告。但不够完整、条理。

(5)不及格

凡具备下列条件之一者，均为不及格:未达到实习课程标准规定的基本要求，实习报告不认真，或内容有明显错误;未参加实习的时间超过全部时间三分之一者;实习中有违纪行为，造成恶劣影响者。

(六) 质量管理

1.组织机构

成立由企业、教育专家和骨干教师组成的专业建设委员会， 指导专业建设;成立教学管理团队，对教学质量进行全面监控和评估。

2.课堂教学质量监控

按照学校“四六三职场导学”教学模式评价要求， 对教师课堂教学质量进行综合评价。

(1)课堂教学教师工作状态评分细则(权重40%)

课堂教学教师工作状态评价表

评估项目	评估标准与等级		
	A 级	B 级	C 级
仪表 20分	服装整齐，着正装 (16-20 分)	未正装， 但服装整齐、得体 (12- 16 分)	服装不整齐 (<12 分)
精神状态 20分	精神集中，情绪饱满 (16-20 分)	精神不自然，比较紧张 (12- 16 分)	无精打采，心不在焉 (<12 分)
形体姿态 20分	始终保持良好站姿， 没有多余的小动作， 并能通过得体的肢体语言调动学生。 (16-20 分)	保持良好姿态，没有太多的小动作。 (12- 16 分)	姿态不端正、不得体， 有很多不良小动作。 (<12 分)
语言表达 20分	吐字清晰，语速、音量适中并起伏变化，富有感染力。 (16-20 分)	吐字清晰，音量适中。 (12- 16 分)	语音含糊、音量过高或过低，语速快或慢，学员听不清。 (<12 分)
教学开关 20分	开关运用得当，师生互动好。(16-20 分)	能够使用课堂开关，师生互动较好。(12- 16 分)	开关运用欠合理， 师生互动少(<12 分)

分			
---	--	--	--

(2) 教师课堂教学评分细则(权重 60%)

教师课堂教学评价表

评估项目	评估内容	评估等级		
		A 级	B 级	C 级
教学目的 20分	目标明确具体, 符合课题标准和学生实际, 目标体现学科性和专业化的统一, 让学生了解目标, 并对学生达到目标的过程有分析和认识	16-20分	10-15分	<10分
教学方法 20分	教与学方法的选用符合内容需要, 符合学生认知规律:发挥师生双方的主动性和创造性, 创设师生对话的氛围:重视面向全体, 因材施教, 注意学习方法指导和良好习惯的养成:恰当运用学校制定的职场导学教学模式, 合理使用多媒体:课堂评价准确、多元化	16-20分	10-15分	<10分
教学内容 20分	教学文件齐全, 任务书、工作页设计合理:内容正确, 无知识性、科学性错误:教学重点突出, 难点处理得当:结合学生生活和社会实际, 联系专业。适时适量拓展:内容符合学科特点, 符合学生认知水平	16-20分	10-15分	<10分
教学程序 20分	团队组建合理, 教学环节按照职场导学各种课;型环节组织教学, 过程安排合理, 层次清楚, 环节紧凑, 活动转换	16-20分	10-15分	<10分

分	自然、妥当:及时反馈教学信息, 注意调整和控制教学过程:体现实践性和综合性, 突出能力的培养。			
教学效果 20 分	课堂效果评价形式灵活, 评价表设计合理:教学成效显著, 目标达成度高:课堂气氛和谐, 学生思维活跃, 参与意识强, 注意力集中。	16-20 分	10-15 分	<10 分

3.实践教学质量监控

采取过程性评价和成果考核相结合的方式, 通过定期检查和抽查, 对实践教学合理评价。

实训教学质量评价表

号	评估内容	评估等级		
		A 级	B 级	C 级
	教学文件齐全(包括实训指导书、适用的实训器材、工作页等)	10-8 分	8-6 分	<6 分
	实训室整齐, 设施、材料齐全, 设备完善, 完善率 95%以上.	10-8 分	8-6 分	<6 分
	内容符合教学目标、贴近职业岗位要求, 内容充实、容量适当。	10-8 分	8-6 分	6 分
	注重与学生的交流、互动, 能充分调动学生实训的积极性。注重能力培养和技能训	10-8 分	8-6 分	<6 分

	练，学生有充分的动手和试讲机会。			
	实训步骤紧凑，各阶段时间分配合理，效率高。实训过程中指导认真，注意培养学生的创新意识，	10-8 分	8-6 分	<6 分
	组织科学合理，学生能够得到充分的训练。	10-8 分	8-6 分	<6 分
	教学纪律好，严格要求，学生都能认真操作，认真记录实训日志，注意安全教育。	10-8 分	8-6 分	<6 分
	有规范的实训报告、实训总结或上课工作页，教师及时、认真批改、修改，批改、修改率为 100%。	10-8 分	8-6 分	<6 分
	重视对学生实践能力和创新精神的培养，效果良好，学生能全部掌握实训内容。	10-8 分	8-6 分	<6 分
0	引导学生进行方法和手段的创新，注意职业素养教育。	10-8 分	8-6 分	<6 分

(九)、毕业要求

1、在规定的学习时间段内，无留级、留校察看等不良记录，修满人才培养方案规定的学时学分，完成规定的教学活动。

2、具有人文社会科学素养、社会责任感，能够在实践中理解并遵守职业道德和规范，履行责任。

3、完成定岗实习 6 个月。

附 件

附件 1:

电子商务专业建设人才培养方案市场调研报告

根据示范校电子商务专业建设任务安排，我系抽调 2 名骨干教师赴杭州调研电子商务人才培养方案。

在为期四天的调研时间里，2 名教师先后走访了亿联电子商务公司、阿里巴巴、阿里学院和浙科公司。就以下问题和企业专家进行了详细的交流：一、企业应用电子商务现状；二、企业开展电子商务活动领域；三、企业对哪类电子商务岗位人才需求最为迫切；四、企业对我校电子商务专业人才培养方案的建议；五、企业对电子商务人才的技能需求。

在走访亿联电子商务公司后，认为职业院校应该把校企合作作为重点，培养学生实践动手能力，在技能培养方面要加大学生在 PS、Dreamweaver、网页设计方面的训练，同时还要加强学生德育方面的教育，企业不仅需要人才，同时还需要勤奋、上进、用心做事的员工。

在走访阿里巴巴公司，我们应该侧重于网络实战课程，如网络营销技术等；还提出我们的课程应该紧跟市场，应该增加淘宝营销(网络营销)，B2C 网上商城打造、网络客服、询盘洽谈、询盘转订单以及外贸网络平台等知识模块。这样培养出来的学生才能适应市场的需求。

在阿里走访学院后，我们发现作为职业院校的学生，重点应该培养学生动手操作能力，这些技能要突出企业对电子商务人才的岗位要求，特别是企业比较缺的岗位人才的技能要求。

在浙科公司，我们主要考察了其公司实训软件的运行情况。

针对这次市场调研结果，我们目前电子商务人才培养方案应该从以下几个方面进行改革：

1.以德育为首，将学生职业道德教育贯穿电子商务专业培养之中

通过调研我们发现，企业需要人才，同时更渴望品德良好，能稳定、用心做事的员工，深恶痛绝那些不讲职业道德的员工。正像胡祖明先生所说的“企业管理岗位永远是留给老员工的”。因此，我们在专业教学过程，应该突出学生职业道德教育，既

要教会技能，同时要教会他们做人的道理。

2.以专业课程为核心，重点调整网络实操课程课程比例，增设目前市场需求课程

目前，我们电子商务专业课程重点是培养学生技能方面，课程比例较大，网络实操能力培养课程较少，这样培养出来的学生很难适应企业的需要。因此，我们应该调整专业课程设置，特别是核心课程的开课时间比例，多增加网络实操课程，同时，根据市场对电子商务专业人才的需求状况，开设一些紧跟市场步伐的课程，如淘宝营销（网络营销），B2C 网上商城打造、网络客服、询盘洽谈、询盘转订单以及外贸网络平台等课程。

3.以实践教学为手段，依托电子商务实训室，增强学生网络实操能力

我们增加网络实操课程的比例，最终是要以电子商务实训室为载体，网络实操课程就是让学生体验网上实战，从而使学生积累经验，因此扩建电子商务实训室迫在眉睫，这也是培养是否适应市场需求的专业人才一个重要的因素。我们建议，在扩建电子商务实训室时，应该增加网络营销和物流模块实训软件。

此次调研，应该来说是比较成功的。我们初步掌握了企业对电子商务人才的需求状况，企业对学生技能的要求和课程设置的要求，为形成合理、科学的人才培养方案，实现学校与企业无缝对接提供了科学依据。